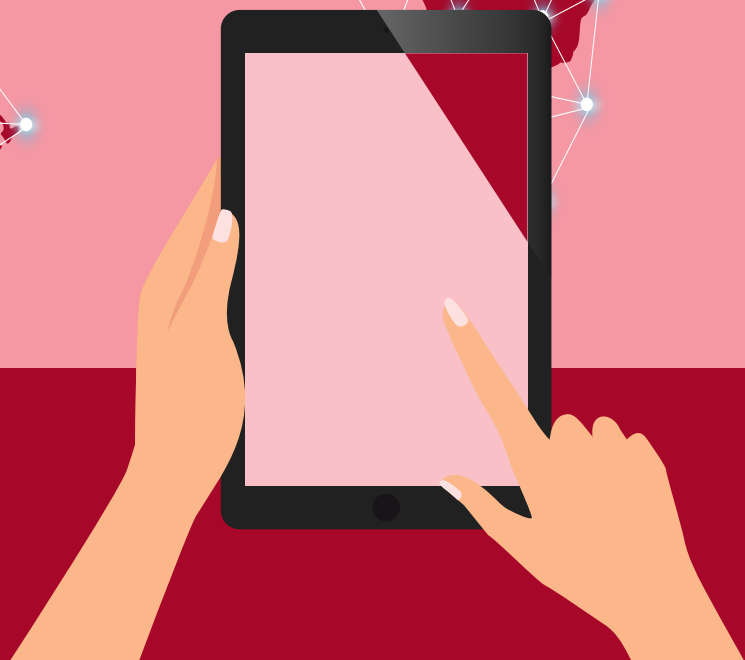


BỘ CÔNG THƯƠNG  
CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ



**THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**  
VIỆT NAM NĂM 2019





## LỜI GIỚI THIỆU

Sau hơn 30 năm thực hiện đổi mới, Kinh tế - Xã hội Việt Nam đã đạt nhiều thành tựu vô cùng to lớn. Đặc biệt năm 2018, với tốc độ tăng trưởng GDP 7,08%, nền kinh tế Việt Nam đã đạt mốc tăng trưởng cao nhất kể từ năm 2008. Trong đó, các hoạt động thương mại điện tử đã góp phần không nhỏ vào mức tăng trưởng của lĩnh vực thương mại nói riêng và nền kinh tế nói chung. Quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ - B2C (bao gồm cả hàng hóa và dịch vụ) của Việt Nam năm 2018 ước tính đạt 8,06 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2017.

Theo Báo cáo "Kinh tế Internet Đông Nam Á 2018" do Google - Temasek thực hiện và công bố, tốc độ tăng trưởng Thương mại Điện tử của Việt Nam giai đoạn 2015-2025 được dự báo ở mức 43%, đưa Việt Nam trở thành nước có nền Thương mại Điện tử tăng trưởng nhanh nhất khu vực. Thương mại điện tử đang ngày càng thể hiện vai trò quan trọng trong việc tạo ra nhiều giá trị sản xuất và tiêu dùng mới, là động lực phát triển và lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số trong thời gian tới.

Nhằm phác họa những nét chính của tình hình phát triển thương mại điện tử năm vừa qua, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số tiếp tục xây dựng ấn phẩm Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2019. Ngoài các số liệu thường niên về tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp và người dân cả nước, ấn phẩm năm nay cung cấp số liệu điều tra chính thức về mức độ ứng dụng thương mại điện tử tại khu vực nông thôn, góp phần hoàn thiện bức tranh tổng thể về thương mại điện tử.

Chúng tôi hi vọng Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2019 sẽ tiếp tục là một tài liệu hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách, các nhà nghiên cứu, doanh nghiệp và người dân tham khảo, phục vụ công tác nghiên cứu, định hướng hoạt động kinh doanh. Chúng tôi hoan nghênh mọi ý kiến đóng góp để ấn phẩm ngày càng được hoàn thiện.

Xin trân trọng cảm ơn./.

**Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số**



# MỤC LỤC

<b>LỜI GIỚI THIỆU .....</b>	<b>3</b>
<b>CHƯƠNG 1: CẬP NHẬT CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT LIÊN QUAN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>9</b>
<b>I. CẬP NHẬT MỘT SỐ CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT LIÊN QUAN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>10</b>
1. Luật An ninh mạng.....	10
2. Nghị định số 165/2018/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính .....	13
3. Nghị định số 27/2018/NĐ-CP sửa đổi một số điều của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng .....	14
<b>II. THÔNG TIN QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ.....</b>	<b>16</b>
1. Số lượng hồ sơ tiếp nhận trên Cổng thông tin Quản lý hoạt động TMĐT.....	16
2. Số lượng website, ứng dụng TMĐT đã được xác nhận thông báo, đăng ký .....	16
3. Số lượng thông tin phản ánh của người dân trên Cổng thông tin Quản lý hoạt động TMĐT .....	17
<b>CHƯƠNG 2: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG .....</b>	<b>19</b>
<b>I. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN THẾ GIỚI .....</b>	<b>20</b>
1. Thương mại điện tử B2C toàn cầu .....	20
2. Thương mại điện tử khu vực Đông Nam Á.....	20
<b>II. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG TMĐT B2C CỦA MỘT SỐ NƯỚC QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI .....</b>	<b>21</b>
1. Trung Quốc.....	21
2. Mỹ.....	22
3. Ấn Độ .....	23
4. Úc.....	24
5. Indonesia .....	25
6. Thái Lan .....	26
7. Philippines.....	27
<b>III. MỨC ĐỘ ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM.....</b>	<b>28</b>
1. Quy mô thị trường TMĐT B2C Việt Nam.....	28
2. Thông tin chung về khảo sát cộng đồng .....	29
3. Tình hình sử dụng Internet của người dân.....	30
4. Tình hình tham gia thương mại điện tử trong cộng đồng .....	32
5. Đánh giá mức độ hài lòng của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến .....	38



6. Trở ngại khi mua hàng trực tuyến.....	39
7. Mức độ sẵn sàng của cộng đồng khi tham gia mô hình kinh tế chia sẻ.....	40

### **CHƯƠNG 3: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP ..... 45**

#### **I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP..... 46**

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát .....	46
2. Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp .....	46
3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	47

#### **II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP ..... 47**

1. Hạ tầng công nghệ thông tin.....	47
2. Nguồn nhân lực cho thương mại điện tử .....	49
3. Tình hình sử dụng thư điện tử.....	50
4. Tình hình sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử.....	51

#### **III. CÁC HÌNH THỨC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP ..... 52**

1. Thương mại điện tử trên nền tảng website.....	52
2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động.....	55
3. Đánh giá của doanh nghiệp về hiệu quả của hoạt động TMĐT qua các hình thức .....	58

#### **IV. TÌNH HÌNH VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG..... 58**

1. Tình hình vận hành website thương mại điện tử/ ứng dụng di động.....	58
2. Quảng cáo website thương mại điện tử/ ứng dụng di động .....	59

#### **V. SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN..... 61**

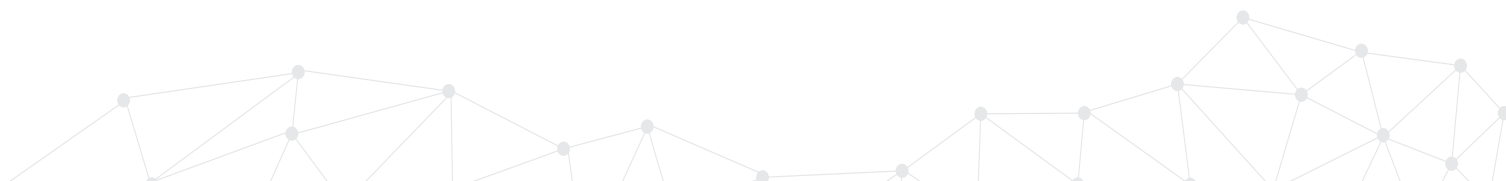
1. Tỷ lệ doanh nghiệp có tra cứu thông tin trên website của các cơ quan nhà nước .....	61
2. Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất một lần/năm.....	61
3. Các loại dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp đã sử dụng .....	62
4. Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ hài lòng khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến.....	62

### **CHƯƠNG 4: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở KHU VỰC NÔNG THÔN ..... 63**

#### **A. KHẢO SÁT CÁ NHÂN KHU VỰC NÔNG THÔN ..... 64**

##### **I. THÔNG TIN NGƯỜI ĐIỂN PIẾU ..... 64**

1. Tỷ lệ giới tính .....	64
2. Độ tuổi người tham gia khảo sát .....	64
3. Nguồn thu nhập chính của người tham gia khảo sát.....	65



4. Thu nhập trung bình mỗi tháng của người tham gia khảo sát.....	65
5. Tỷ lệ người tham gia khảo sát sở hữu phương tiện điện tử.....	66
<b>II. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG INTERNET CỦA CÁ NHÂN KHU VỰC NÔNG THÔN.....</b>	<b>66</b>
1. Tỷ lệ người sử dụng Internet khu vực nông thôn .....	66
2. Phương tiện để truy cập Internet .....	67
3. Mức độ hài lòng với tốc độ đường truyền Internet.....	67
4. Thời gian truy cập Internet trung bình mỗi ngày.....	68
5. Thời điểm truy cập Internet thường xuyên trong ngày .....	68
6. Mục đích sử dụng Internet.....	69
<b>III. NHU CẦU MUA HÀNG TRÊN MẠNG.....</b>	<b>69</b>
1. Tỷ lệ người truy cập Internet đã từng mua sắm trực tuyến ít nhất một lần trong năm .....	69
2. Loại hình hàng hóa/dịch vụ cá nhân mua trên mạng .....	70
3. Phương tiện điện tử thường được sử dụng để mua hàng trực tuyến .....	70
4. Hình thức mua hàng thường được sử dụng .....	71
5. Hình thức thanh toán hàng hóa/dịch vụ thường được sử dụng.....	71
6. Ước tính số lượng hàng hóa/dịch vụ cá nhân đã mua trong năm 2018.....	72
7. Ước tính giá trị mua hàng qua mạng trong năm 2018.....	72
8. Yếu tố người tiêu dùng quan tâm khi mua hàng trên mạng .....	73
9. Mức độ hài lòng khi mua hàng qua mạng .....	73
10. Lý do người tiêu dùng không hài lòng khi mua hàng qua mạng.....	74
11. Tỷ lệ người tiêu dùng tiếp tục mua hàng trong tương lai .....	74
12. Lý do người tiêu dùng chưa từng tham gia mua sắm trực tuyến.....	75
<b>IV. NHU CẦU BÁN HÀNG QUA MẠNG.....</b>	<b>75</b>
1. Tỷ lệ người truy cập Internet từng bán hàng qua mạng ít nhất một lần/năm .....	75
2. Loại hàng hóa/dịch vụ người dân có nhu cầu bán.....	76
3. Phương thức bán hàng được người dân ưu tiên.....	76
4. Các khó khăn khi bán hàng trên mạng.....	77
5. Loại hỗ trợ người dân cần khi tham gia bán hàng trên mạng .....	77
<b>B. KHẢO SÁT DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN .....</b>	<b>78</b>
<b>I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP .....</b>	<b>78</b>
1. Loại hình doanh nghiệp .....	78
2. Lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp .....	78
3. Quy mô doanh nghiệp.....	79
4. Doanh thu trung bình hàng tháng.....	79

5. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng Internet trong hoạt động kinh doanh.....	80
6. Lý do doanh nghiệp không dùng Internet.....	80
<b>II. TÌNH HÌNH VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN.....</b>	<b>81</b>
1. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website TMĐT.....	81
2. Các chức năng trên website TMĐT của doanh nghiệp.....	81
3. Tần suất cập nhật thông tin trên website TMĐT của doanh nghiệp.....	82
4. Các phương tiện quảng cáo website TMĐT của doanh nghiệp.....	82
<b>III. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN .....</b>	<b>83</b>
1. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng Internet dùng e-mail trong công việc.....	83
2. Mục đích sử dụng e-mail của doanh nghiệp.....	83
3. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng mạng xã hội trong kinh doanh.....	84
4. Mục đích sử dụng mạng xã hội của doanh nghiệp.....	84
5. Loại hình mạng xã hội doanh nghiệp sử dụng.....	85
6. Doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của việc sử dụng mạng xã hội trong kinh doanh.....	85
7. Loại hình thanh toán được doanh nghiệp sử dụng trong kinh doanh.....	86
8. Hình thức vận chuyển doanh nghiệp sử dụng.....	86
9. Tỷ lệ doanh nghiệp có tham gia sàn giao dịch TMĐT.....	87
10. Danh sách các sàn giao dịch TMĐT doanh nghiệp tham gia.....	87
11. Doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của việc bán hàng qua sàn giao dịch TMĐT.....	88
12. Khó khăn khi tham gia sàn giao dịch TMĐT.....	88
13. Hình thức ưu tiên doanh nghiệp mong muốn được hỗ trợ khi bán hàng trên website/ sàn giao dịch TMĐT.....	89
<b>IV. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN.....</b>	<b>89</b>
1. Tần suất tra cứu thông tin trên website của cơ quan nhà nước của doanh nghiệp.....	89
2. Tỷ lệ doanh nghiệp đã từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất 1 lần/ năm.....	90
3. Các loại dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp từng sử dụng.....	90
4. Mức độ hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến.....	91
<b>CHƯƠNG 5: TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>93</b>
<b>I. THÔNG TIN CHUNG.....</b>	<b>94</b>
1. Mô hình hoạt động của website, ứng dụng di động.....	94
2. Phạm vi kinh doanh của website, ứng dụng di động.....	95



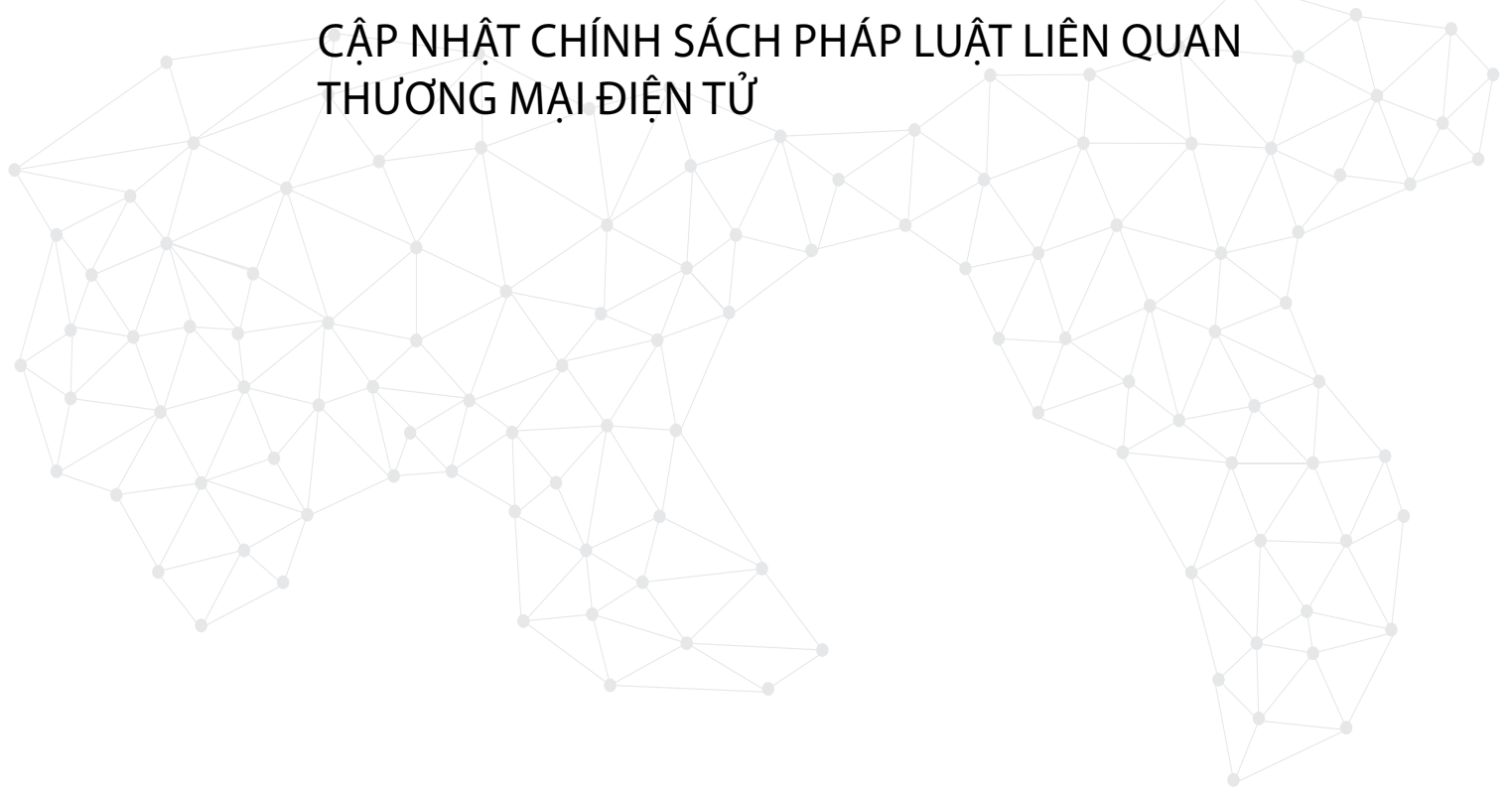
3. Nguồn vốn đầu tư cho website, ứng dụng di động.....	95
4. Nhóm sản phẩm, dịch vụ được giao dịch phổ biến trên website, ứng dụng di động.....	96
5. Cơ cấu nhân lực trong doanh nghiệp TMĐT.....	96
<b>II. TÍNH NĂNG VÀ DỊCH VỤ HỖ TRỢ TRÊN WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>97</b>
1. Các tiện ích và công cụ hỗ trợ.....	97
2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động.....	99
3. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ .....	101
4. Các hình thức thanh toán .....	103
<b>III. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ BÁN HÀNG .....</b>	<b>105</b>
1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng.....	105
2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng .....	105
3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên .....	106
4. Tỷ lệ đơn hàng ảo trên website, ứng dụng di động .....	106
5. Nguồn thu chính của website, ứng dụng di động .....	106
6. Tỷ lệ ứng dụng di động có phát sinh đơn đặt hàng .....	107
7. Cơ cấu chi phí của doanh nghiệp đầu tư cho website, ứng dụng TMĐT bán hàng .....	107
8. Hiệu quả kinh doanh.....	107
<b>IV. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE, ỨNG DỤNG CUNG CẤP DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>109</b>
1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT.....	109
2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT .....	109
3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên .....	110
4. Nguồn thu chính của website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT .....	110
5. Tình hình kinh doanh của website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT.....	111
<b>V. KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI .....</b>	<b>112</b>
<b>PHỤ LỤC: .....</b>	<b>113</b>
<b>PHỤ LỤC 1: NGÀY MUA SẮM TRỰC TUYẾN NĂM 2018 .....</b>	<b>114</b>
<b>PHỤ LỤC 2: BẢNG CẬP NHẬT KHUNG PHÁP LÝ CƠ BẢN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM .....</b>	<b>118</b>
<b>PHỤ LỤC 3: DANH SÁCH TỈNH/THÀNH PHỐ BAN HÀNH KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN TMĐT GIAI ĐOẠN 2016 – 2020 .....</b>	<b>124</b>





# CHƯƠNG 1

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



# I. CẬP NHẬT MỘT SỐ CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT LIÊN QUAN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

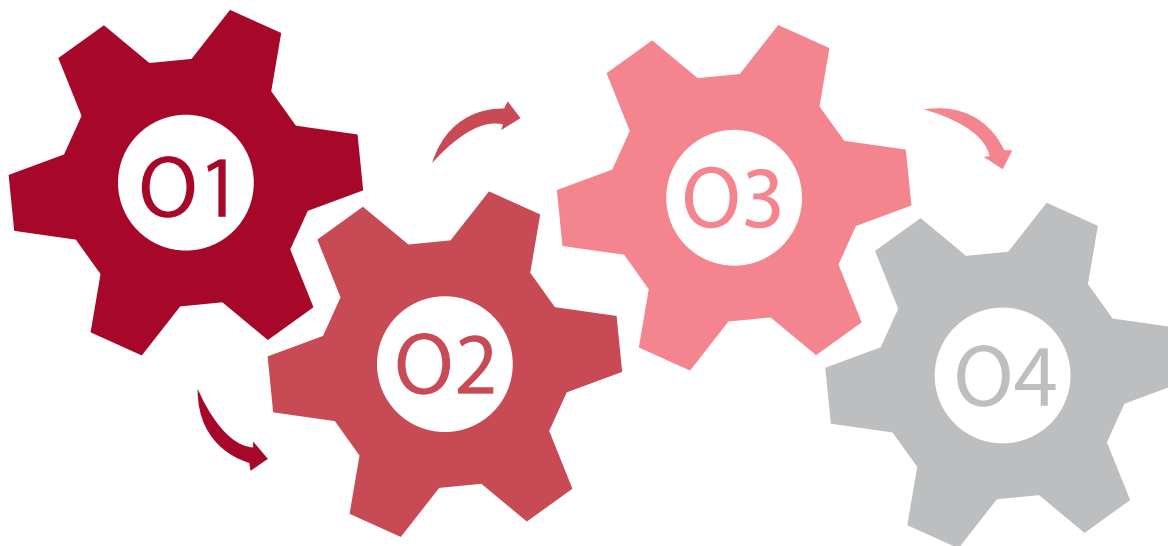
## 1. Luật An ninh mạng

Luật An ninh mạng với 7 chương, 43 điều đã được đại biểu Quốc hội bỏ phiếu thông qua ngày 12/6/2018 tại kỳ họp thứ 5, Quốc hội khoá XIV và chính thức có hiệu lực từ 1/1/2019. Luật An ninh mạng quy định về hoạt động bảo vệ an ninh quốc gia và bảo đảm trật tự, an toàn xã hội trên không gian mạng; trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan. Hiện nay, dự thảo Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật An ninh mạng đang được Chính phủ xây dựng và lấy ý kiến rộng rãi.

### a. Trách nhiệm của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trên không gian mạng<sup>1</sup>

**01** Cảnh báo khả năng mất an ninh mạng và hướng dẫn biện pháp phòng ngừa

**03** Áp dụng các giải pháp nhằm bảo đảm an ninh cho quá trình thu thập thông tin

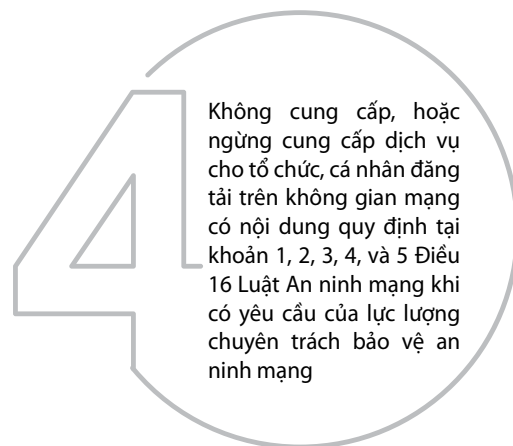
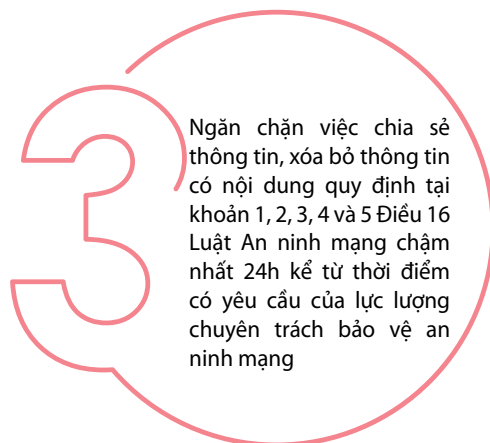
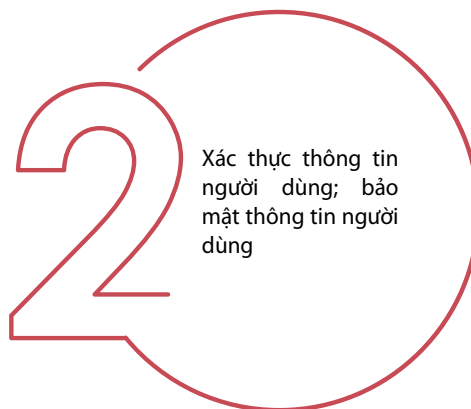


**02** Xây dựng phương án, giải pháp phản ứng nhanh với sự cố an ninh mạng

**04** Phối hợp, tạo điều kiện cho lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng

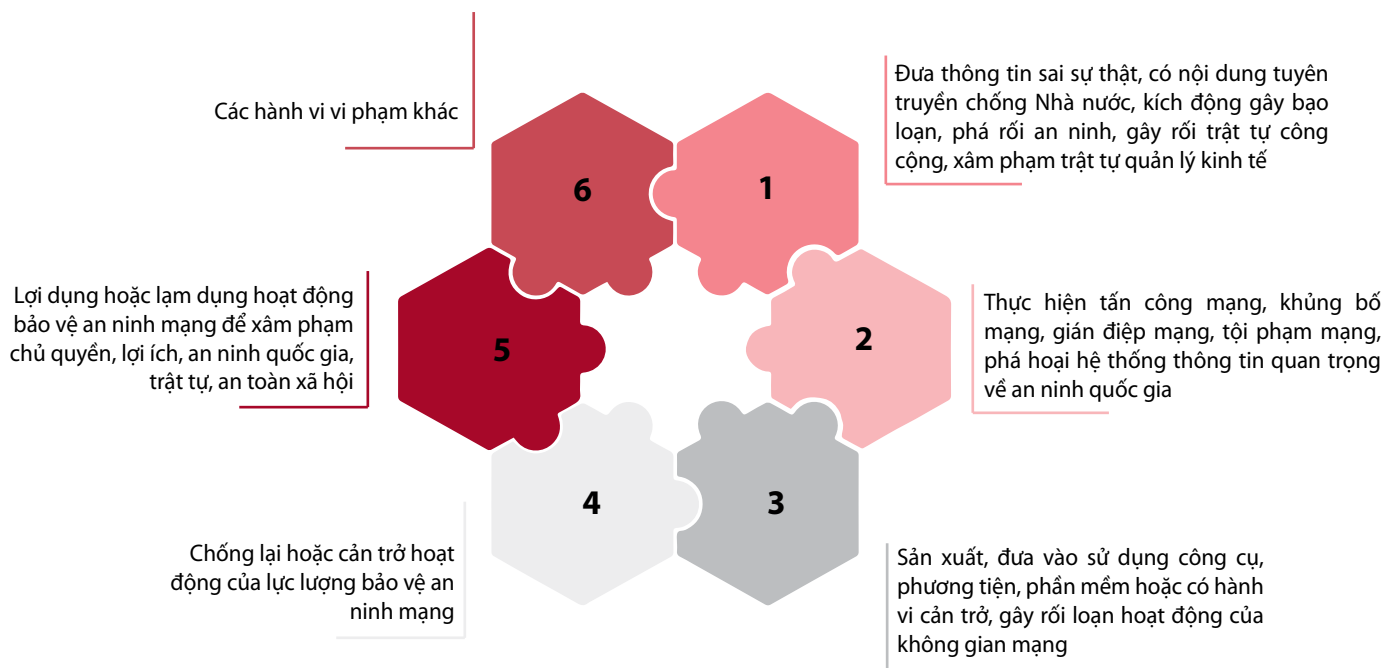
<sup>1</sup> Khoản 1 Điều 41 Luật An ninh mạng

## b. Trách nhiệm của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trên mạng viễn thông, mạng Internet, các dịch vụ gia tăng trên không gian mạng tại Việt Nam<sup>2</sup>



<sup>2</sup> Khoản 2 Điều 26 Luật An ninh mạng

### c. Các hành vi bị nghiêm cấm về an ninh mạng<sup>3</sup>



<sup>3</sup> Điều 8 Luật An ninh mạng

## 2. Nghị định số 165/2018/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính

Ngày 24 tháng 12 năm 2018 Chính phủ ban hành Nghị định số 165/2018/NĐ-CP về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính. Nghị định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 10 tháng 02 năm 2019. Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2007 về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính và Nghị định số 156/2016/NĐ-CP ngày 21 tháng 11 năm 2016 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2007 về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính hết hiệu lực kể từ ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành.

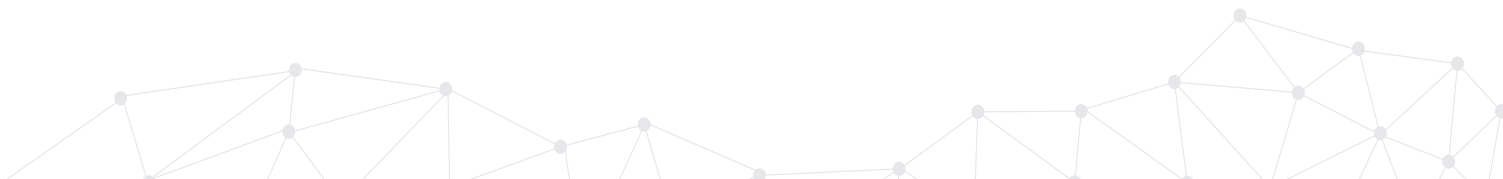
### a. Khái niệm giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính

#### Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính

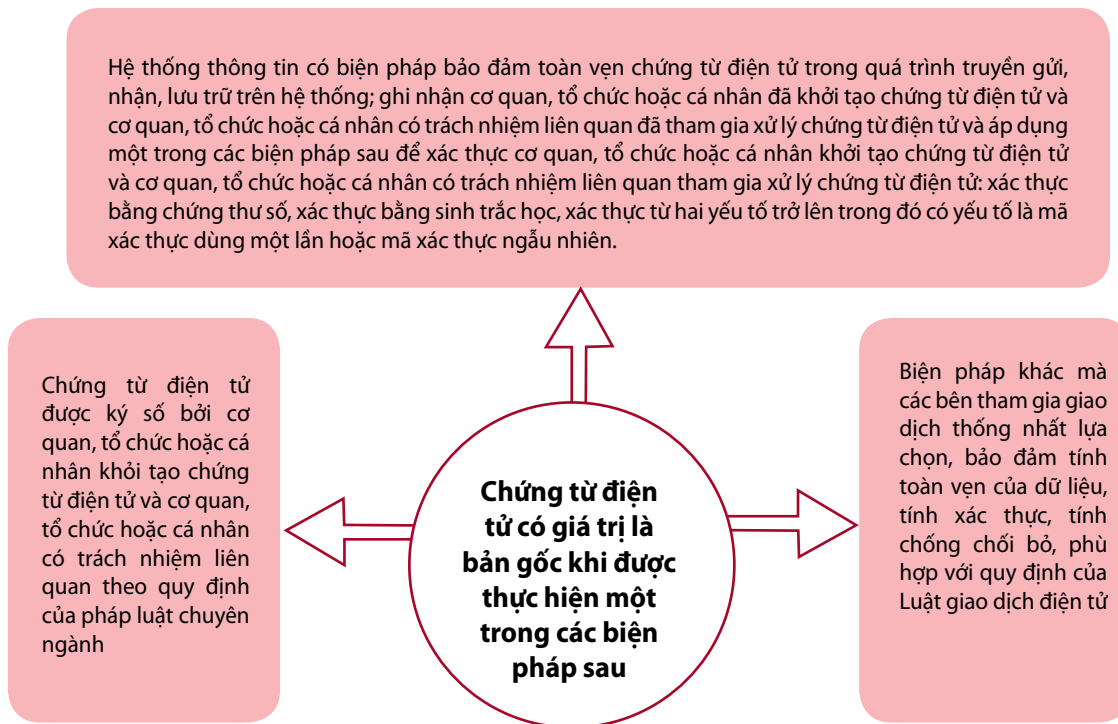
“Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính” là giao dịch điện tử giữa cơ quan, tổ chức, cá nhân trong các loại hoạt động nghiệp vụ: ngân sách nhà nước, ngân quỹ nhà nước, thuế, phí, lệ phí, thu khác của ngân sách nhà nước, dự trữ nhà nước, tài sản công, các quỹ tài chính nhà nước, đầu tư tài chính, tài chính doanh nghiệp, tài chính hợp tác xã, hải quan, kế toán, quản lý nhà nước về giá, chứng khoán, dịch vụ tài chính, dịch vụ kế toán, dịch vụ kiểm toán, kinh doanh bảo hiểm và các dịch vụ tài chính khác thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Tài chính. Việc thực hiện các hoạt động nghiệp vụ này theo quy định của pháp luật chuyên ngành.

#### Chứng từ điện tử trong hoạt động tài chính

“Chứng từ điện tử trong hoạt động tài chính” là thông tin được tạo ra, gửi đi, nhận và lưu trữ bằng phương tiện điện tử khi thực hiện giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính; bao gồm chứng từ, báo cáo, hợp đồng, thỏa thuận, thông tin giao dịch, thông tin thực hiện thủ tục hành chính và các loại thông tin, dữ liệu khác theo quy định của pháp luật chuyên ngành.



## b. Giá trị bản gốc của chứng từ điện tử trong hoạt động tài chính<sup>4</sup>



## 3. Nghị định số 27/2018/NĐ-CP sửa đổi một số điều của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng

Ngày 01 tháng 3 năm 2018, Chính phủ ban hành 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, có hiệu lực kể từ ngày 15 tháng 4 năm 2018. Theo đó, Nghị định số 27/2018/NĐ-CP có một số quy định sửa đổi, bổ sung đối với tổ chức, doanh nghiệp khi thiết lập mạng xã hội.

<sup>4</sup> Khoản 2 Điều 5 Nghị định 165/2018/NĐ-CP

## Tổ chức, doanh nghiệp được cấp Giấy phép thiết lập mạng xã hội khi có đủ các điều kiện sau đây

### Doanh nghiệp

Là tổ chức, doanh nghiệp được thành lập theo pháp luật Việt Nam có chức năng, nhiệm vụ hoặc ngành nghề đăng ký kinh doanh phù hợp với dịch vụ và nội dung thông tin cung cấp đã được đăng tải trên Cổng thông tin quốc gia về đăng ký doanh nghiệp

### Nhân sự

1. Điều kiện về nhân sự chịu trách nhiệm quản lý nội dung thông tin.

a) Có ít nhất 01 nhân sự chịu trách nhiệm quản lý nội dung thông tin là người có quốc tịch Việt Nam hoặc đối với người nước ngoài có thể tạm trú do cơ quan có thẩm quyền cấp còn thời hạn ít nhất 06 tháng tại Việt Nam kể từ thời điểm nộp hồ sơ;

b) Có bộ phận quản lý nội dung thông tin.

2. Điều kiện về nhân sự bộ phận kỹ thuật theo quy định tại khoản 2 Điều 23a Nghị định 27/2018/NĐ-CP

### Tên miền

1. Đối với tổ chức, doanh nghiệp không phải là cơ quan báo chí, đây ký tự tạo nên tên miền không được giống hoặc trùng với tên cơ quan báo chí.

2. Trang thông tin điện tử tổng hợp, mạng xã hội sử dụng ít nhất 01 tên miền “.vn” và lưu giữ thông tin tại hệ thống máy chủ có địa chỉ IP ở Việt Nam.

3. Trang thông tin điện tử tổng hợp và mạng xã hội của cùng một tổ chức, doanh nghiệp không được sử dụng cùng một tên miền.

4. Tên miền “.vn” phải còn thời hạn sử dụng ít nhất là 06 tháng tại thời điểm đề nghị cấp phép và phải tuân thủ quy định về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet. Đối với tên miền quốc tế phải có xác nhận sử dụng tên miền hợp pháp.

### Kỹ thuật

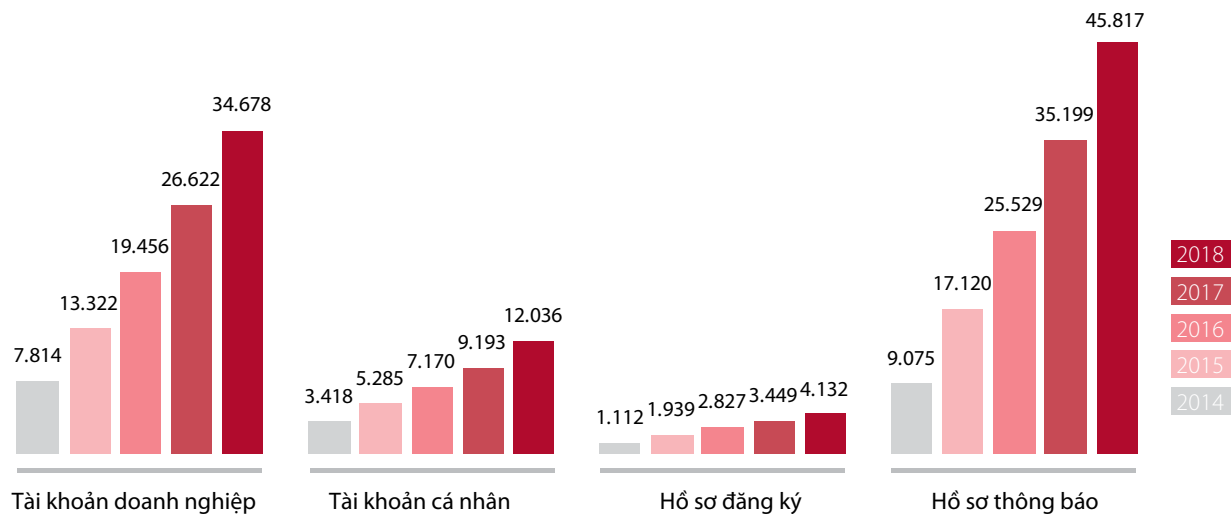
Đáp ứng các điều kiện về kỹ thuật theo quy định tại Điều 23c Nghị định số 27/2018/NĐ-CP

### An toàn thông tin

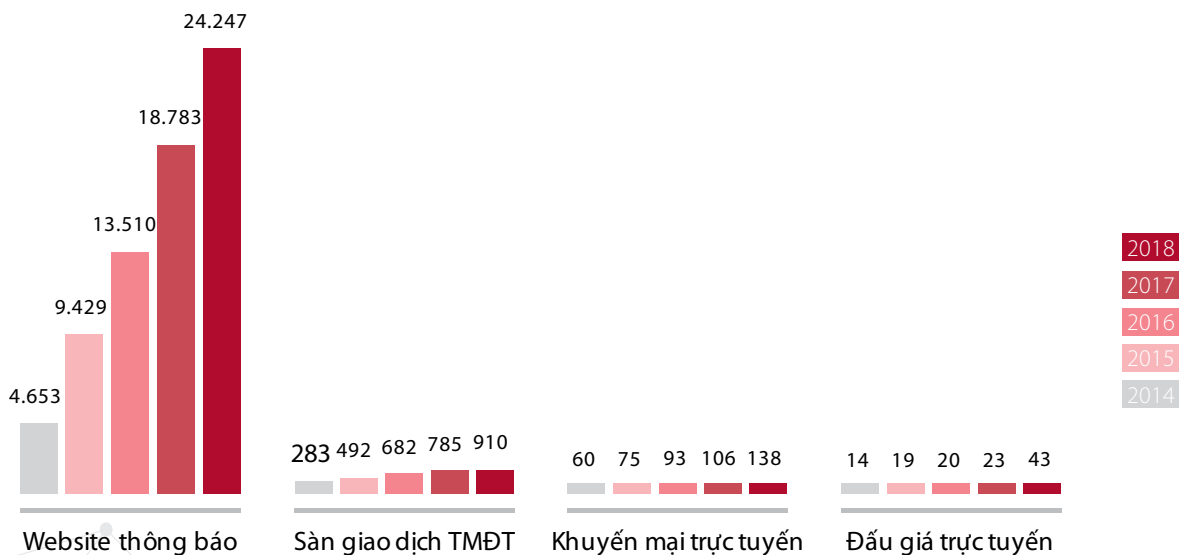
Có biện pháp bảo đảm an toàn thông tin, an ninh thông tin và quản lý thông tin theo quy định tại Điều 23d Nghị định 27/2018/NĐ-CP

## II. 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 TMĐT<sup>5</sup>



### 2. Số lượng website, ứng dụng TMĐT đã được xác nhận thông báo, đăng ký<sup>6</sup>

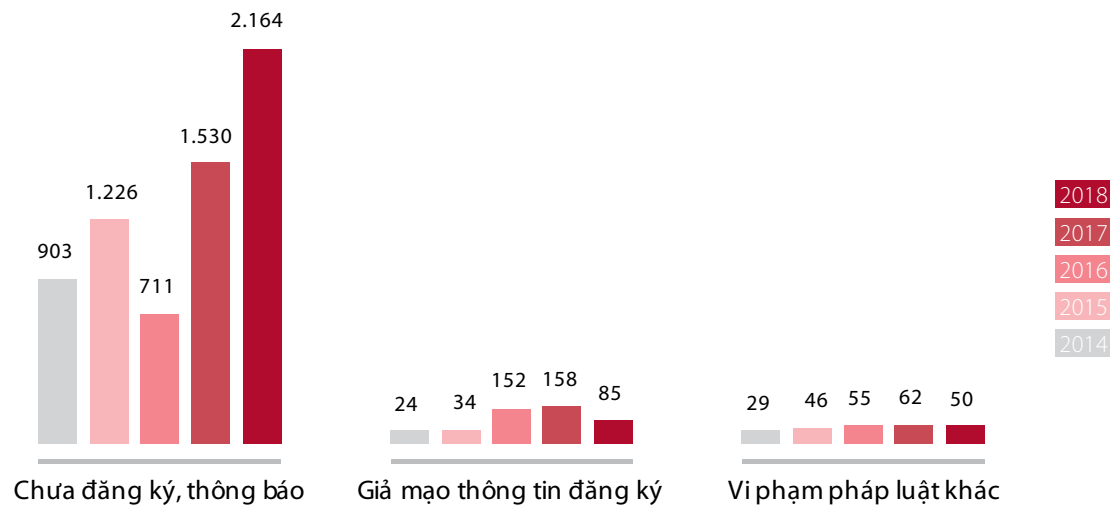


<sup>5</sup> Số lượng hồ sơ tiếp nhận cộng dồn qua các năm

<sup>6</sup> Số lượng website TMĐT đã được xác nhận đăng ký, thông báo cộng dồn qua các năm



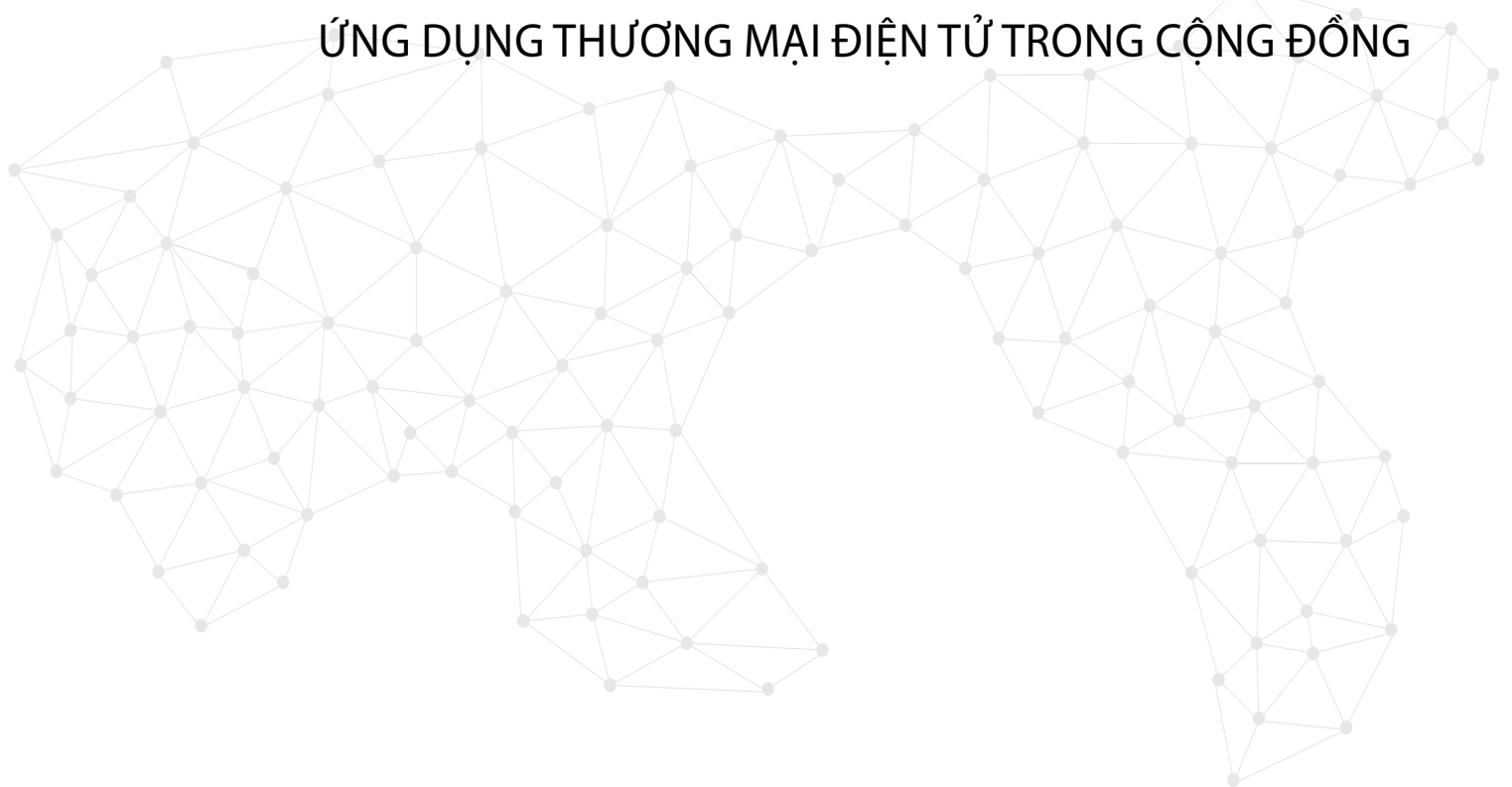
### 3. Số lượng thông tin phản ánh của người dân trên Cổng thông tin Quản lý hoạt động TMĐT





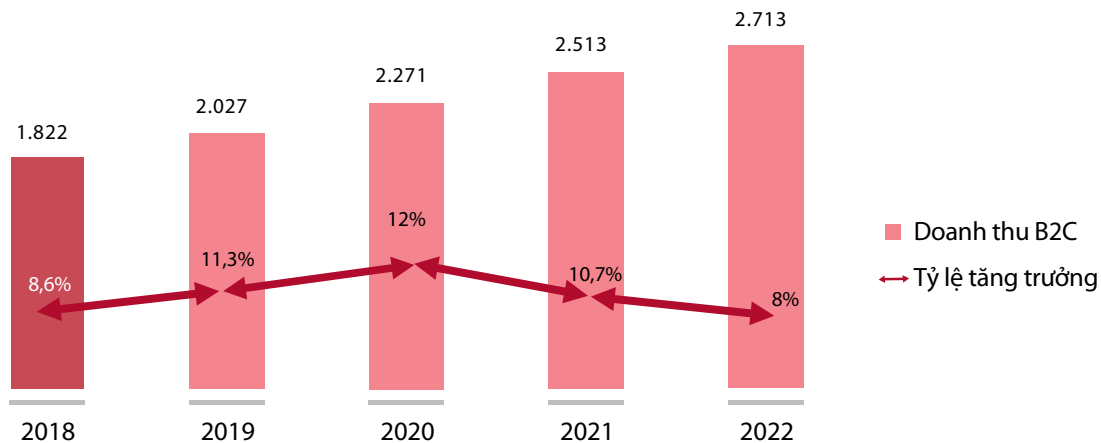
# CHƯƠNG 2

## ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG



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

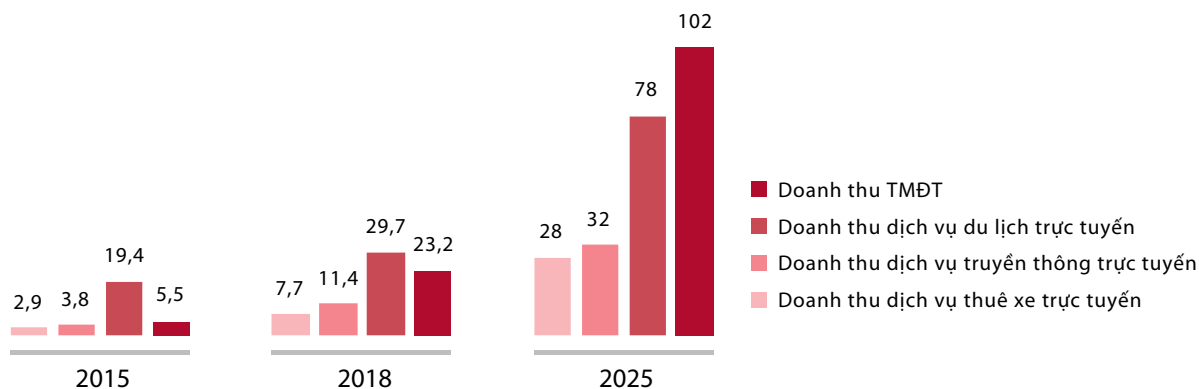
### 1. Thương mại điện tử B2C toàn cầu



Doanh thu TMĐT B2C toàn cầu từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD)<sup>7</sup>

Nguồn: Statista.com<sup>8</sup>

### 2. Thương mại điện tử khu vực Đông Nam Á



Quy mô thị trường kinh tế số khu vực Đông Nam Á từ năm 2015 – 2025 (tỷ USD)<sup>9</sup>

Nguồn: Báo cáo “Kinh tế Internet khu vực Đông Nam Á năm 2018” của Google và Temasek<sup>10</sup>

<sup>7</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/100/ecommerce/worldwide>

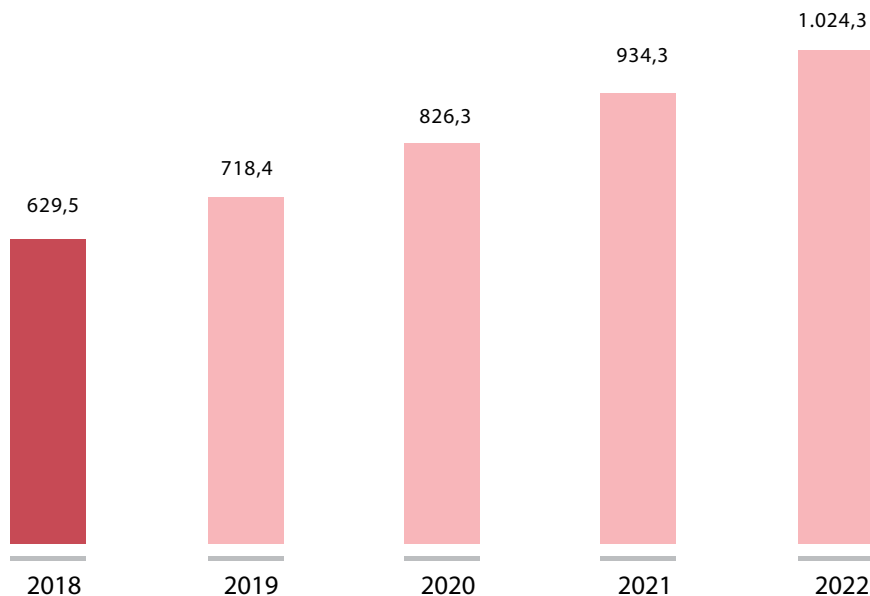
<sup>8</sup> Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

<sup>9</sup> Doanh thu TMĐT không bao gồm doanh thu từ dịch vụ thuê xe trực tuyến, dịch vụ truyền thông trực tuyến và dịch vụ du lịch trực tuyến

<sup>10</sup> <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/tools-resources/research-studies/e-economy-sea-2018-southeast-asias-internet-economy-hits-inflection-point/>

## II. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG TMĐT B2C CỦA MỘT SỐ NƯỚC QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI

### 1. Trung Quốc



Doanh thu TMĐT B2C Trung Quốc từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD)<sup>11</sup>

Nguồn: Statista.com

	2018	2019	2020	2021	2022
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	792,9	829,4	865,3	900,5	934,7
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	793,9	866,2	954,9	1.037,5	1.095,9

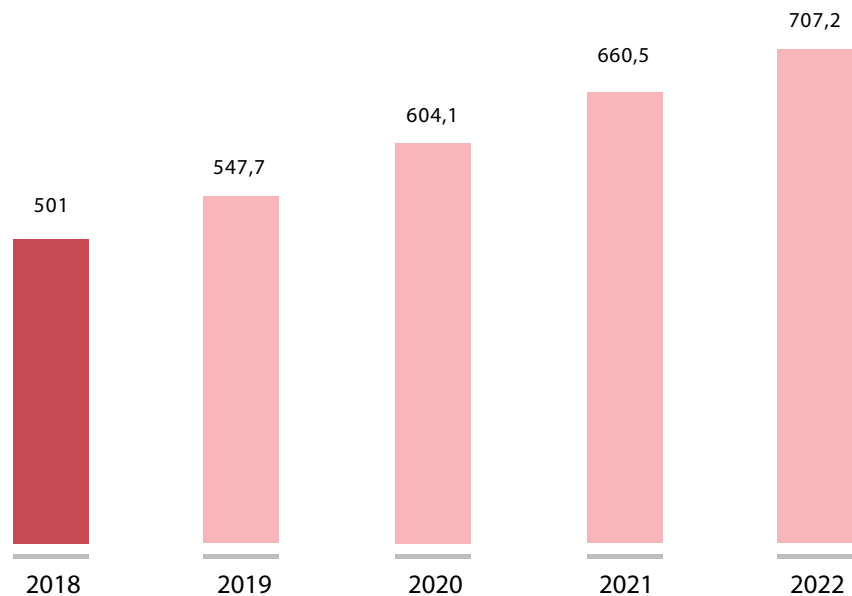
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Trung Quốc năm 2018-2022

Nguồn: Statista.com<sup>12</sup>

<sup>11</sup> 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

<sup>12</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/117/ecommerce/china>

## 2. Mỹ



**Doanh thu TMĐT B2C Mỹ từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD)<sup>13</sup>**

Nguồn: Statista.com

	2018	2019	2020	2021	2022
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	258,9	270,1	280,6	290,3	299,2
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	1.935,2	2.027,8	2.153,1	2.275,4	2.364

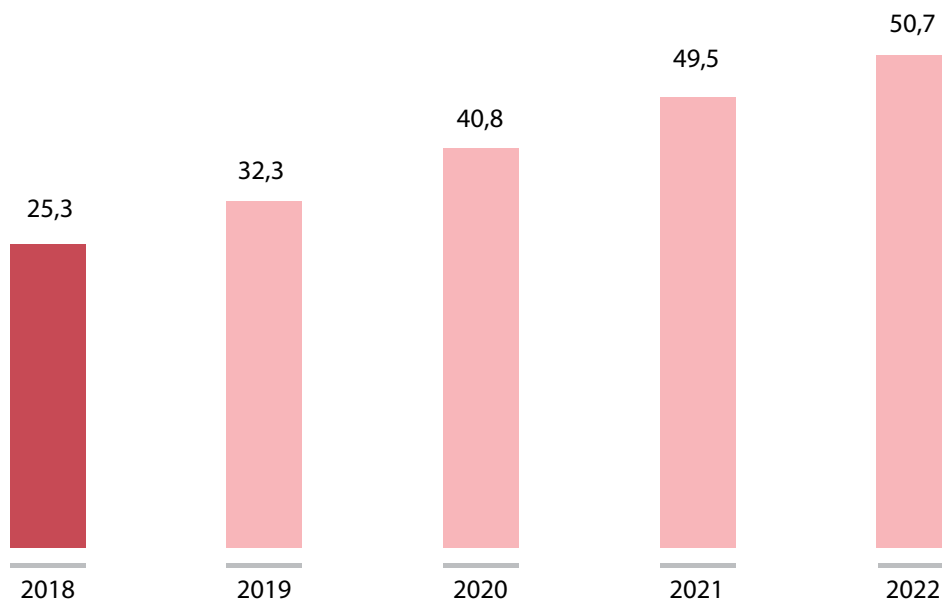
**Tình hình mua sắm trực tuyến tại Mỹ từ năm 2018 – 2022**

Nguồn: Statista.com<sup>14</sup>

<sup>13</sup> 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

<sup>14</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/109/ecommerce/united-states>

### 3. Ấn Độ



**Doanh thu TMĐT B2C Ấn Độ từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD)<sup>15</sup>**

Nguồn: Statista.com

	2018	2019	2020	2021	2022
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	471	513,8	553,7	590,9	625,5
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	53,7	62,9	73,8	83,5	90,6

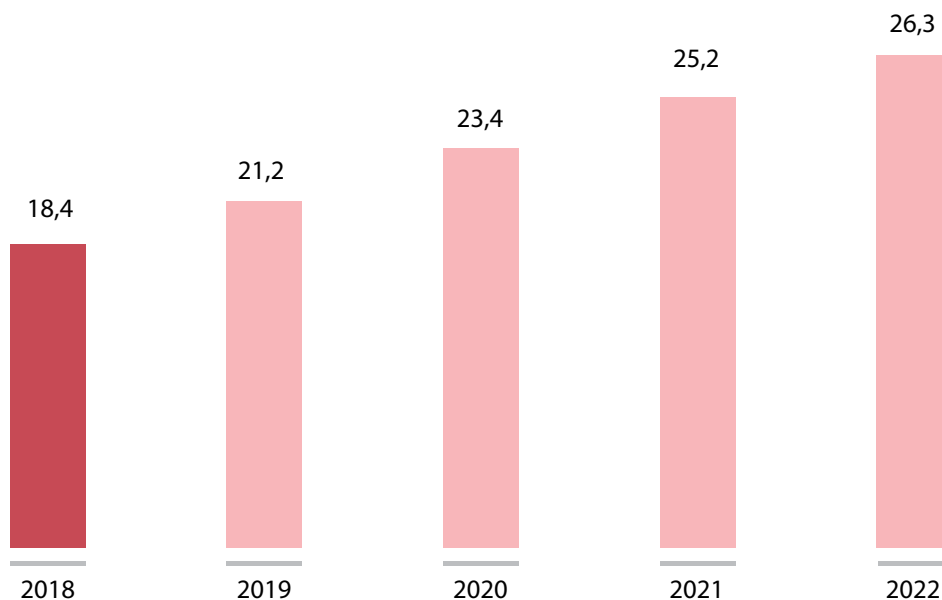
**Tình hình mua sắm trực tuyến tại Ấn Độ từ năm 2018 – 2022**

Nguồn: Statista.com<sup>16</sup>

<sup>15</sup> 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

<sup>16</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/109/ecommerce/india>

## 4. Úc



**Doanh thu TMĐT B2C Úc từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD)<sup>17</sup>**

Nguồn: Statista.com

	2018	2019	2020	2021	2022
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	19,3	20,3	21,2	22	22,7
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	955,2	1.047,5	1.107,8	1.144,8	1.157,6

**Tình hình mua sắm trực tuyến tại Úc từ năm 2018 – 2022**

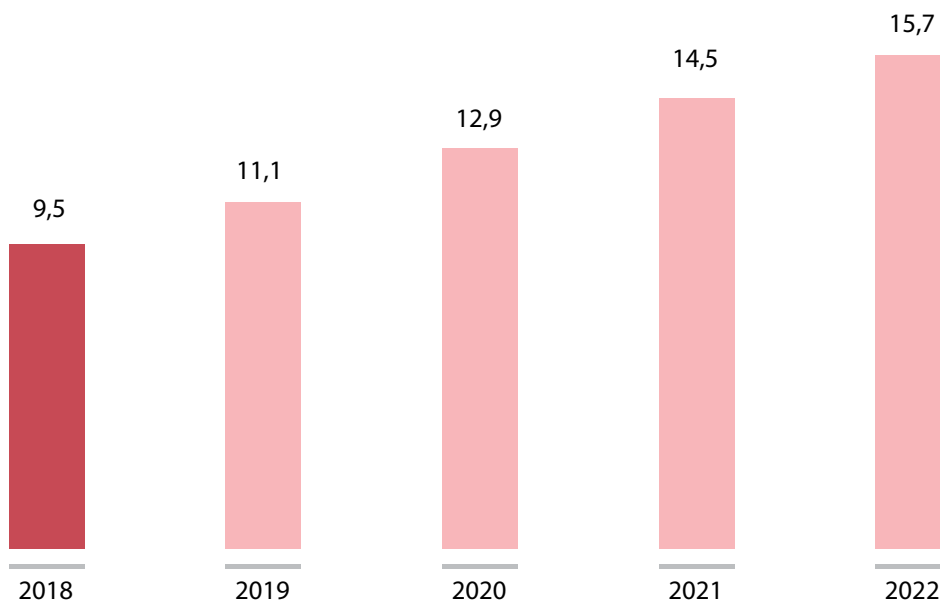
Nguồn: Statista.com<sup>18</sup>

<sup>17</sup> 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

<sup>18</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/109/ecommerce/australia>



## 5. Indonesia



**Doanh thu TMĐT B2C Indonesia từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD) <sup>19</sup>**

Nguồn: Statista.com

	2018	2019	2020	2021	2022
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	116,5	147,1	176,5	202,6	224,3
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	81,3	75,7	72,9	71,3	69,8

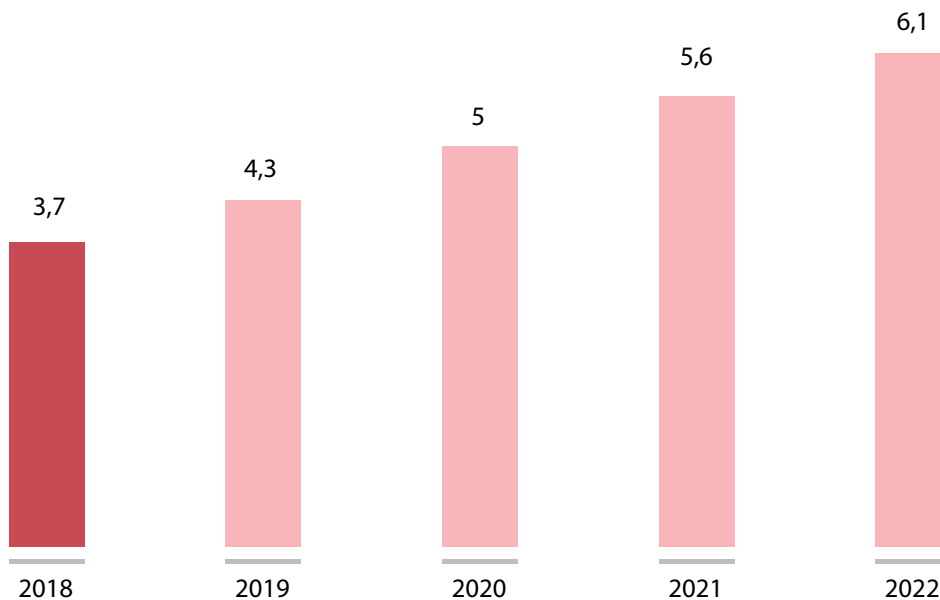
**Tình hình mua sắm trực tuyến tại Indonesia từ năm 2018 – 2022**

Nguồn: Statista.com<sup>20</sup>

<sup>19</sup> 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

<sup>20</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/109/ecommerce/indonesia>

## 6. Thái Lan



**Doanh thu TMĐT B2C Thái Lan từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD)<sup>21</sup>**

Nguồn: Statista.com

	2018	2019	2020	2021	2022
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	37,5	39,8	41,9	43,7	45,3
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	99,6	110	120,5	129,3	135,1

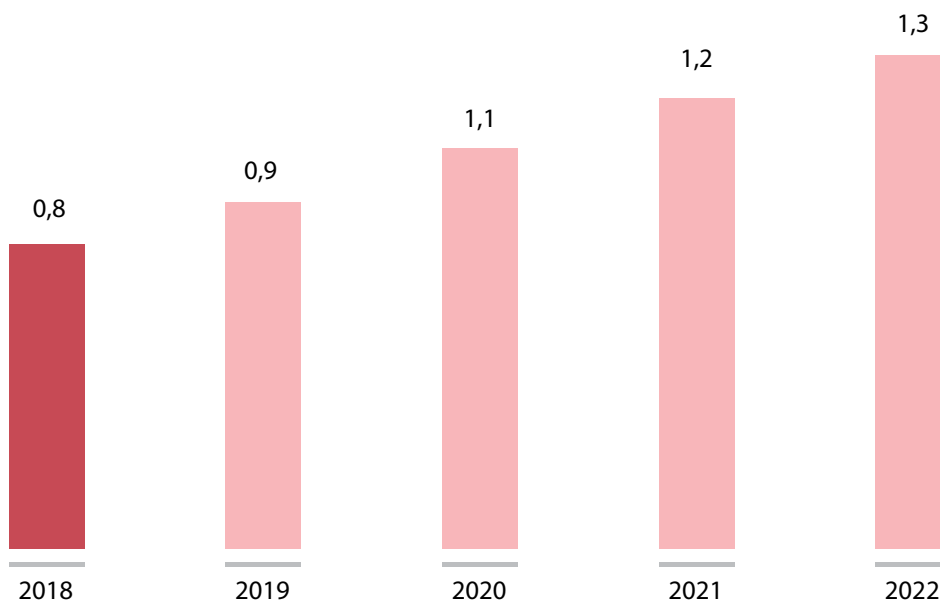
**Tình hình mua sắm trực tuyến tại Thái Lan từ năm 2018 – 2022**

Nguồn: Statista.com<sup>22</sup>

<sup>21</sup> 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

<sup>22</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/109/e-commerce/thailand>

## 7. Philippines



**Doanh thu TMĐT B2C Philippines từ năm 2018 – 2022 (tỷ USD)<sup>23</sup>**

Nguồn: Statista.com

	2018	2019	2020	2021	2022
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	47,3	48,9	50,5	51,9	53,2
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	17,7	19,8	21,9	23,8	25

**Tình hình mua sắm trực tuyến tại Philippines từ năm 2018 – 2022**

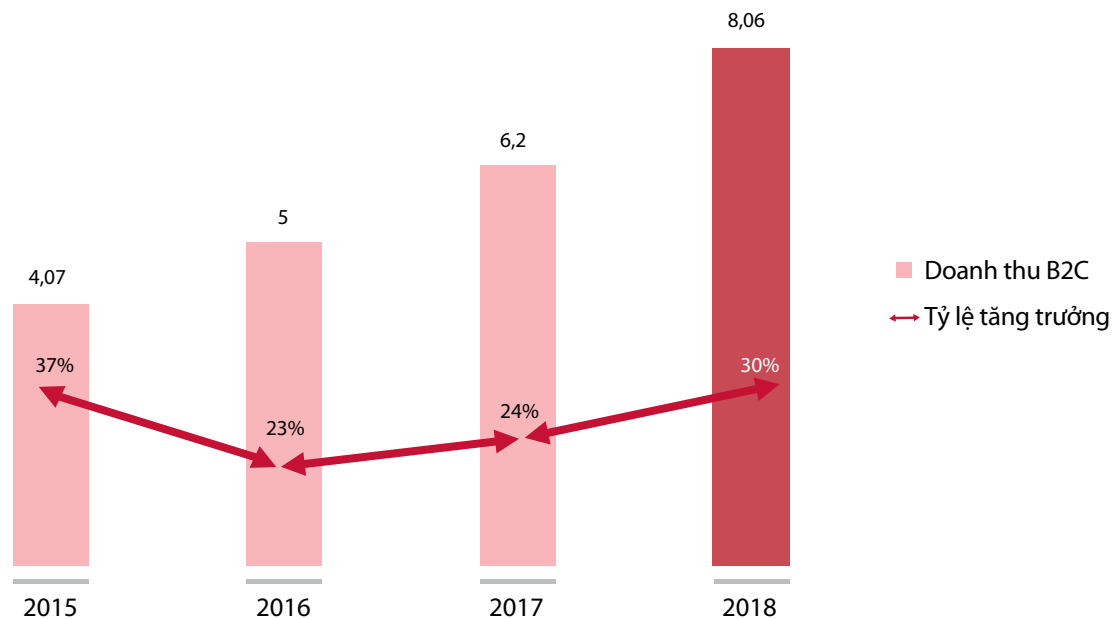
Nguồn: Statista.com<sup>24</sup>

<sup>23</sup> 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

<sup>24</sup> <https://www.statista.com/outlook/243/109/ecommerce/philippines>

### III. MỨC ĐỘ ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM<sup>25</sup>

#### 1. Quy mô thị trường TMĐT B2C Việt Nam



Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam năm 2015 – 2018<sup>26</sup> (tỷ USD)

	2015	2016	2017	2018
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	30,3	21,7	33,6	39,9
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	160	170	186	202
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%	4,2%
Tỷ lệ người dân sử dụng Internet <sup>27</sup>	54%	54,2%	58,1%	60%

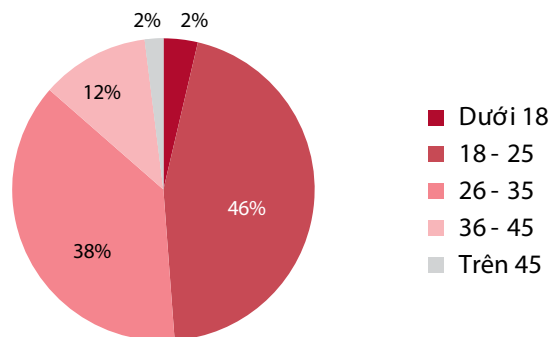
<sup>25</sup> Số liệu trong phần II được tổng hợp từ kết quả khảo sát 1.692 cá nhân trên phạm vi toàn quốc. Hình thức khảo sát là điền phiếu trực tiếp

<sup>26</sup> Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam bao gồm doanh thu tất cả hàng hóa, dịch vụ bán qua kênh TMĐT doanh nghiệp - người tiêu dùng

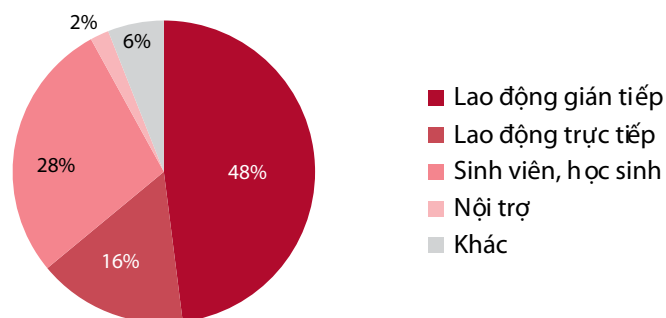
<sup>27</sup> Số liệu công bố trong Sách trắng Công nghệ thông tin và Truyền thông Việt Nam

## 2. Thông tin chung về khảo sát cộng đồng

### 2.1. Độ tuổi người tham gia khảo sát

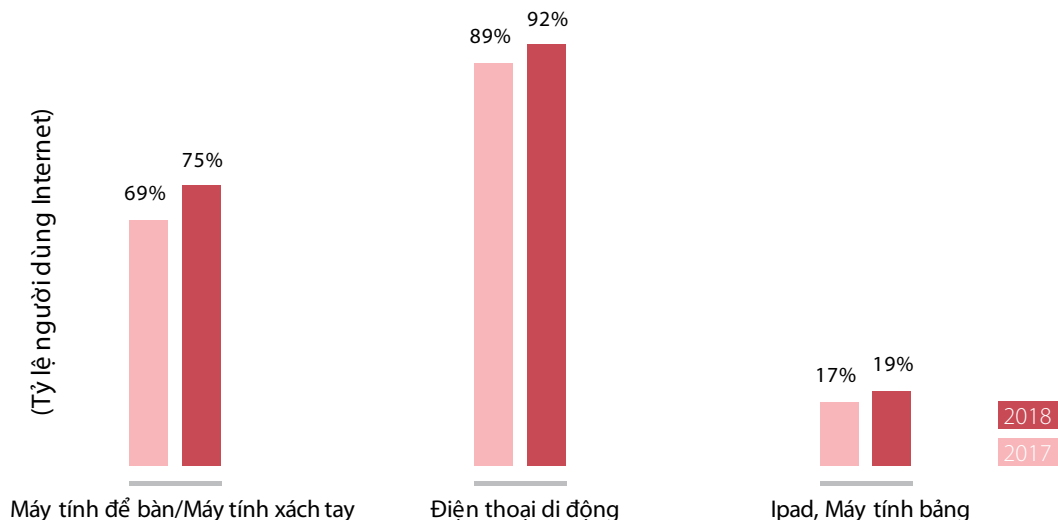


### 2.2. Nhóm nghề nghiệp của người tham gia khảo sát

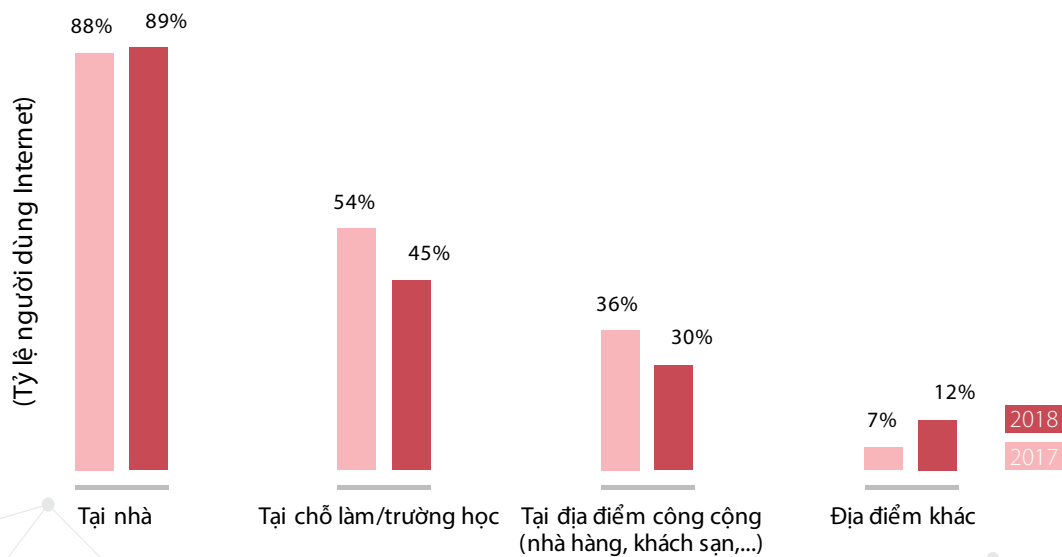


### 3. Tình hình sử dụng Internet của người dân

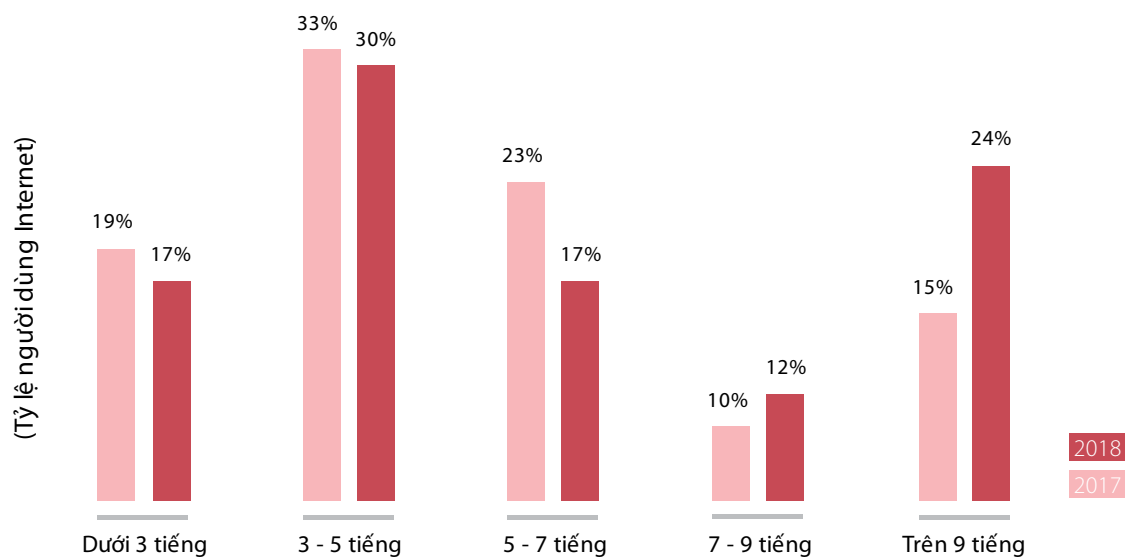
#### 3.1. Các phương tiện truy cập Internet của người dân



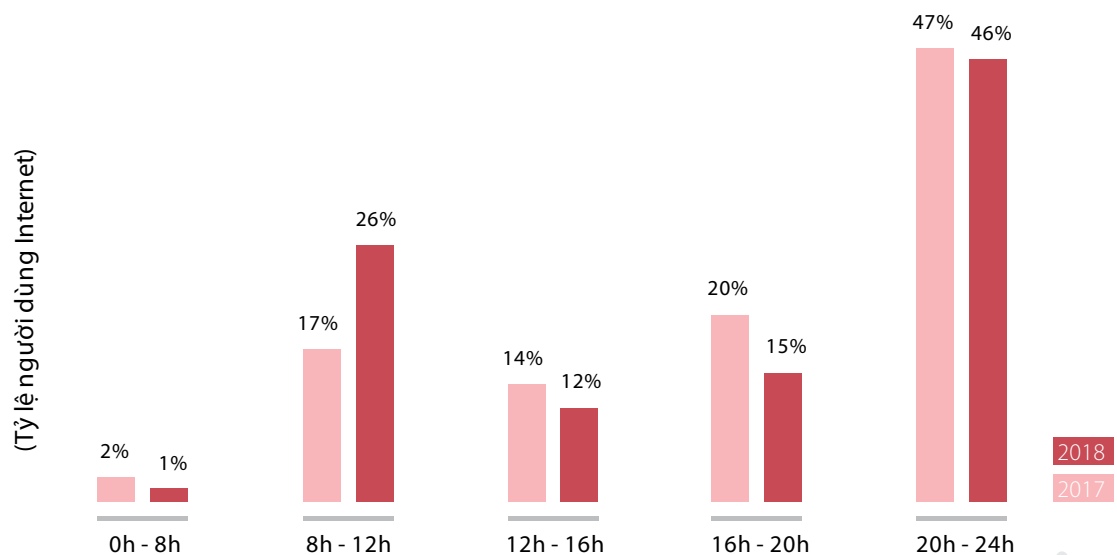
#### 3.2. Địa điểm truy cập Internet của người dân



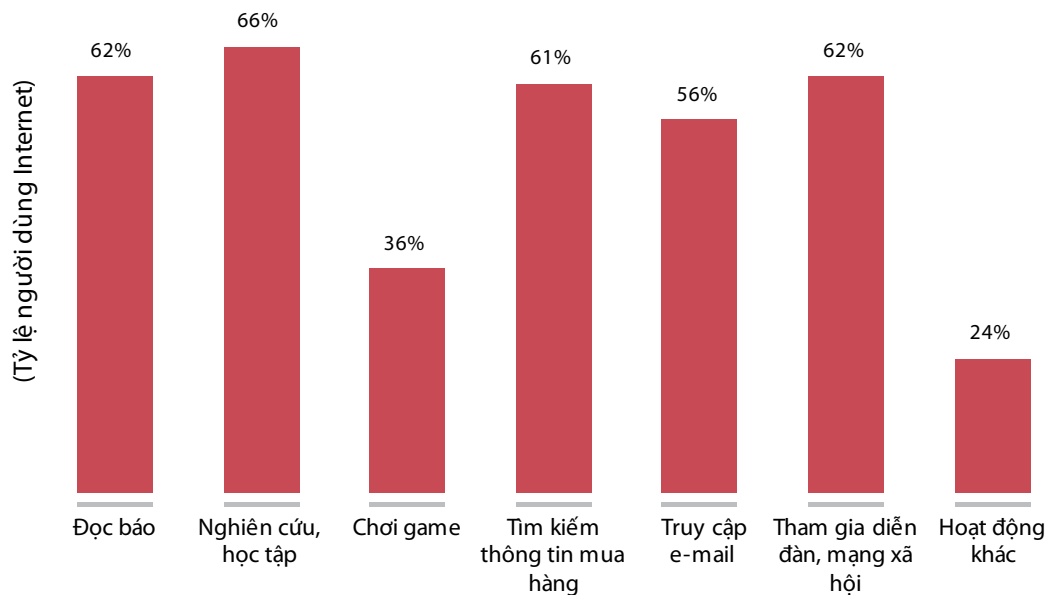
### 3.3. Thời gian truy cập Internet trung bình mỗi ngày



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

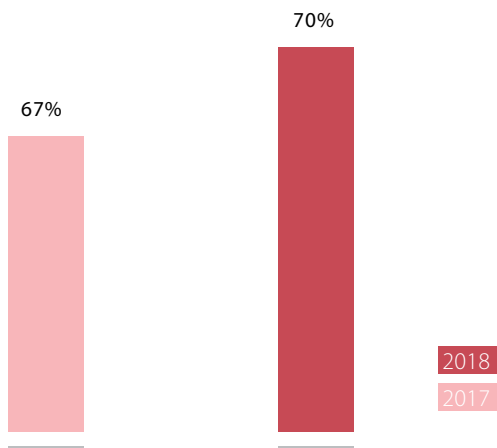


### 3.5. Mục đích sử dụng Internet



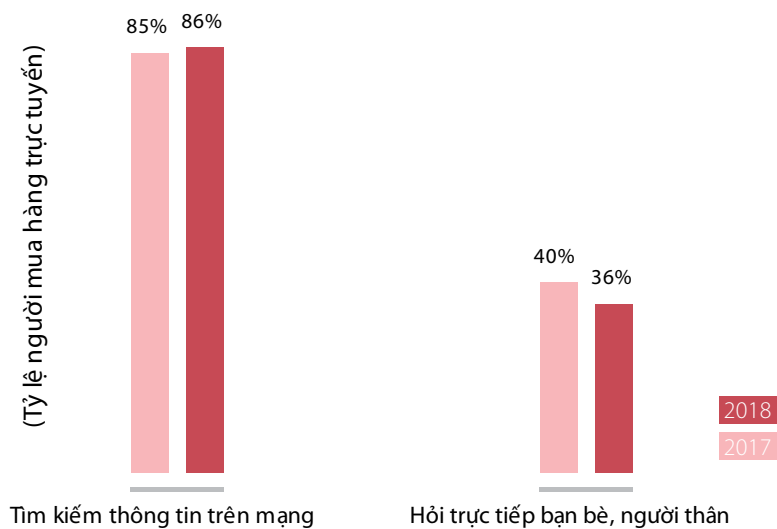
## 4. Tình hình tham gia thương mại điện tử trong cộng đồng

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

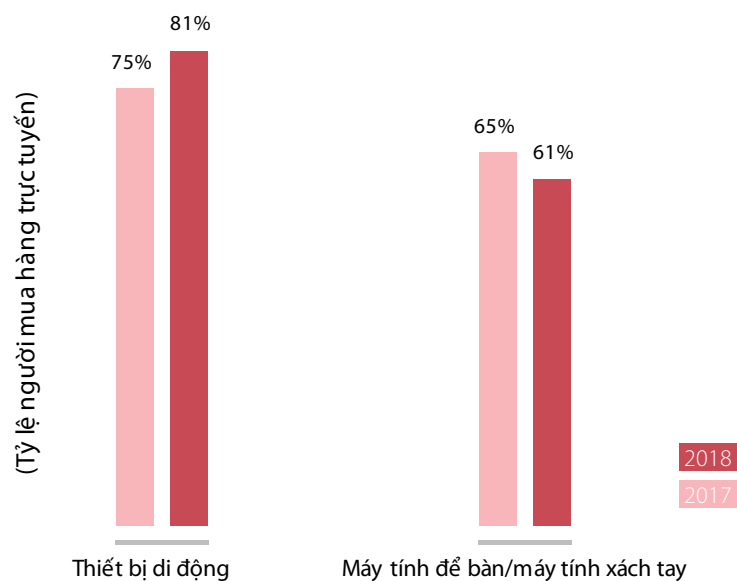




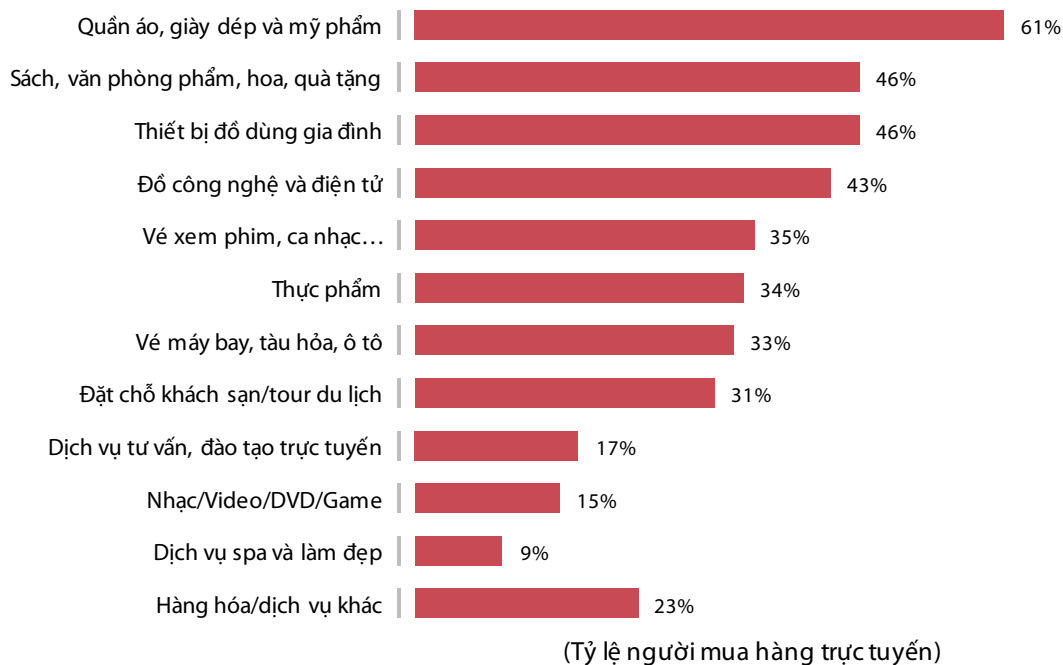
## 4.2. Cách thức tìm kiếm thông tin khi mua hàng trực tuyến



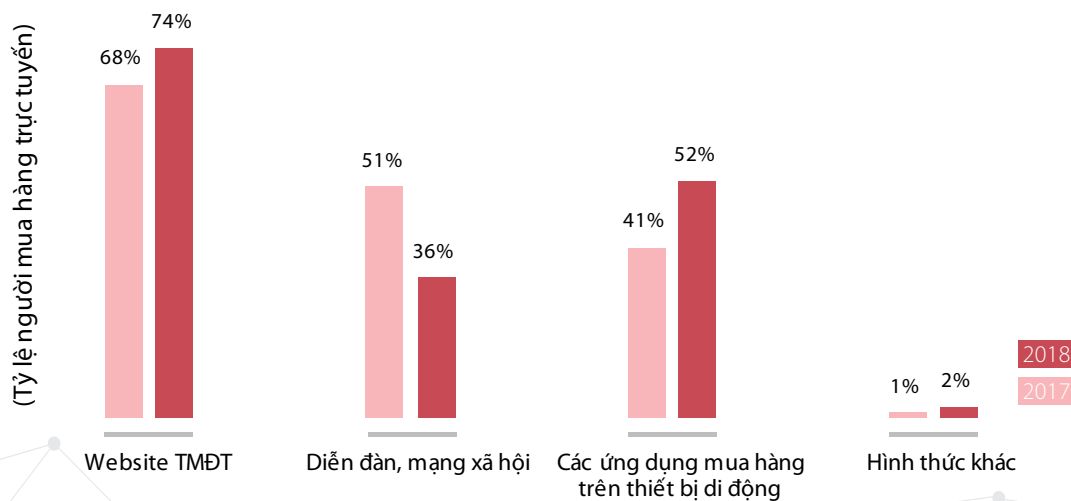
## 4.3. Phương tiện điện tử thường được sử dụng khi đặt hàng trực tuyến



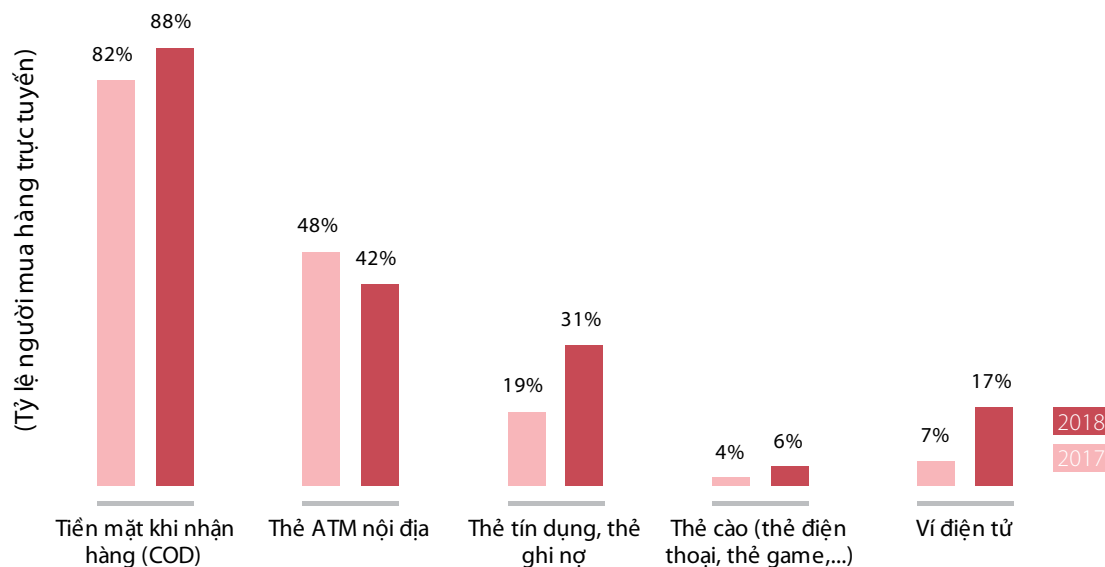
#### 4.4. Loại hình hàng hóa/dịch vụ thường được mua trên mạng



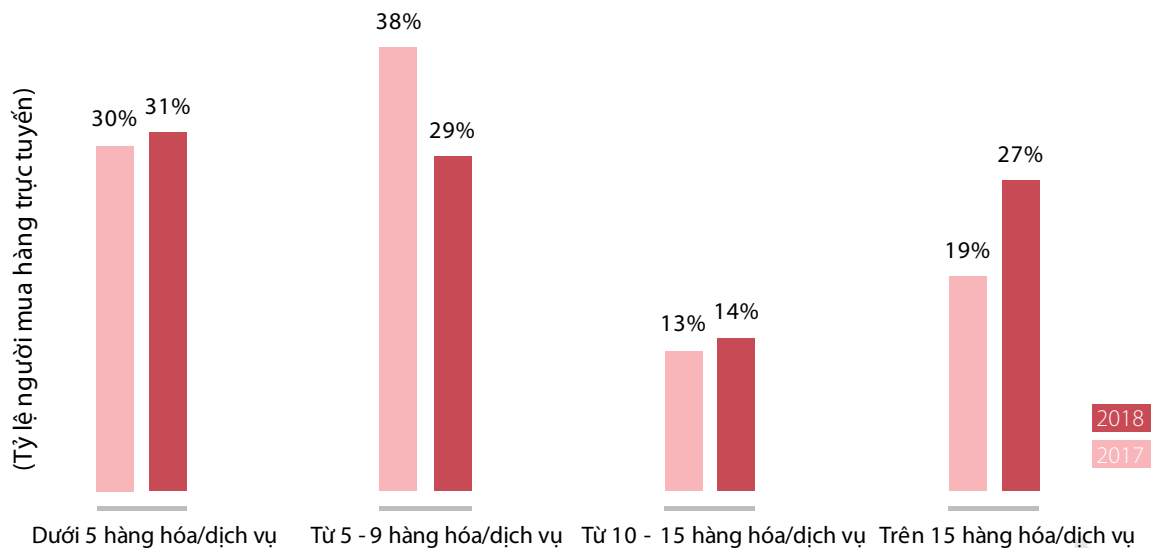
#### 4.5. Các kênh mua sắm trực tuyến



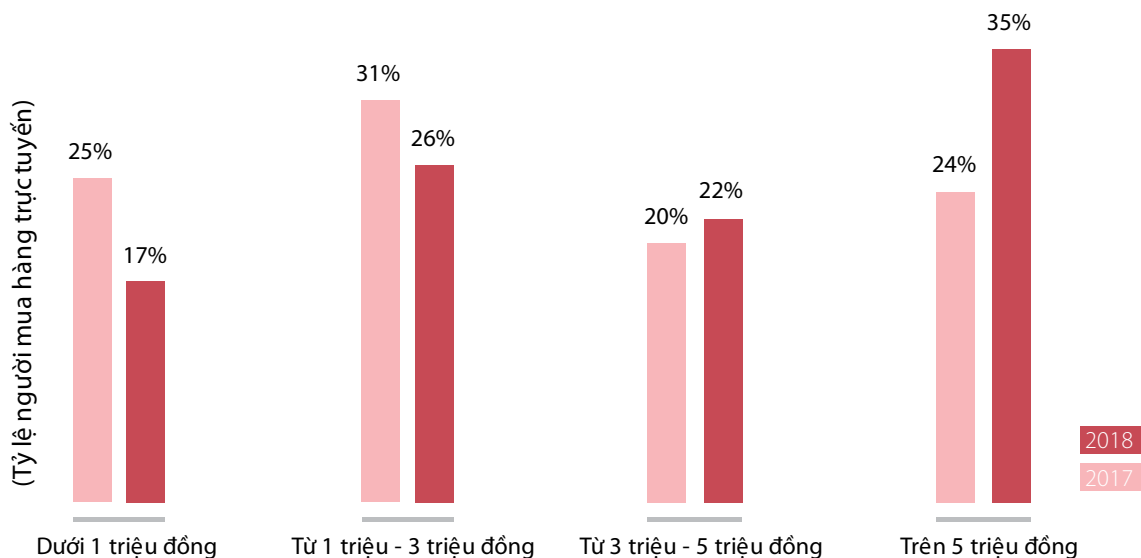
#### 4.6. Các hình thức thanh toán phổ biến được người mua hàng trực tuyến lựa chọn



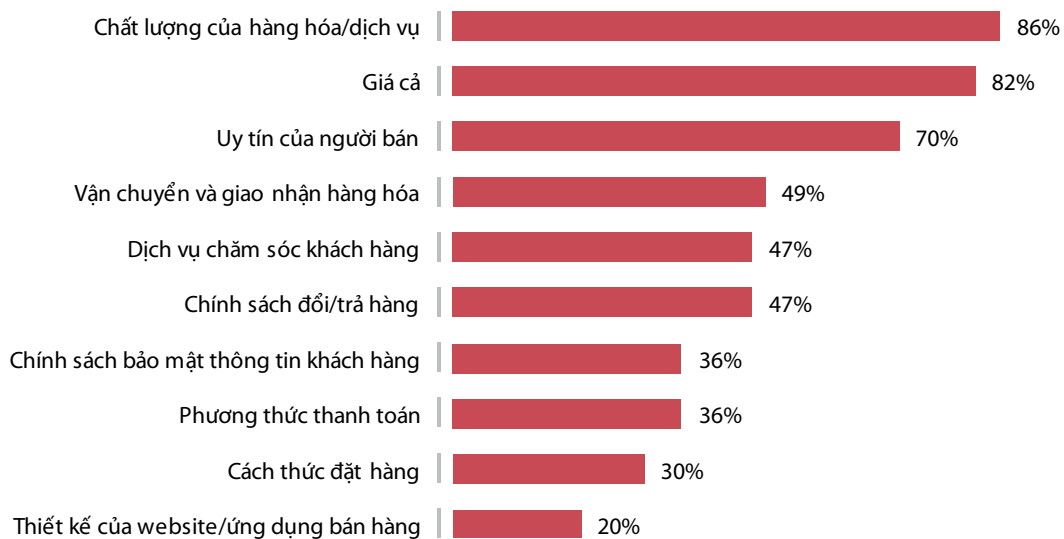
#### 4.7. Số lượng hàng hóa/ dịch vụ mua sắm trực tuyến trung bình của mỗi cá nhân trong năm 2018



#### 4.8. Giá trị mua sắm trực tuyến của mỗi cá nhân trong năm 2018

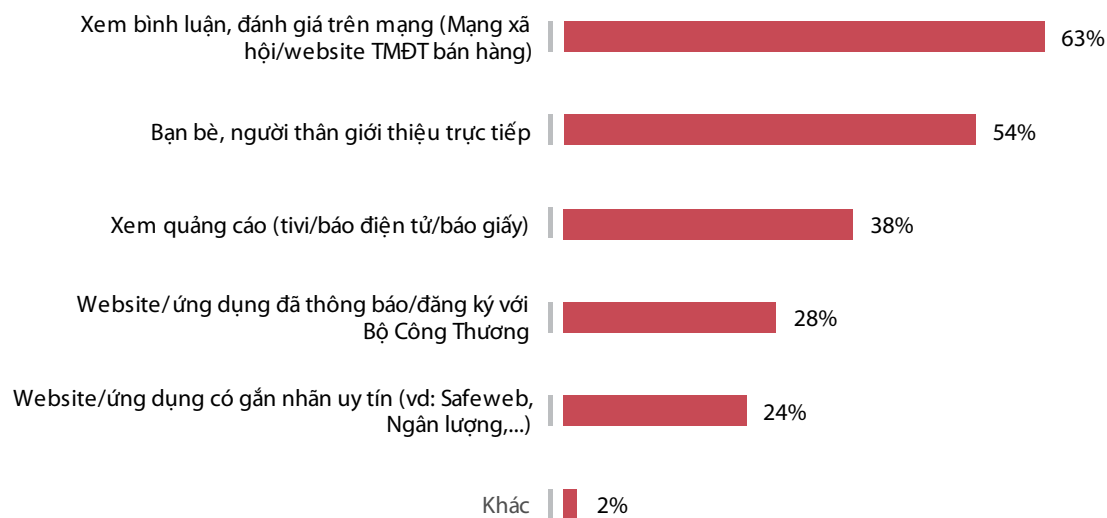


#### 4.9. Các yếu tố người mua hàng quan tâm khi mua sắm trực tuyến



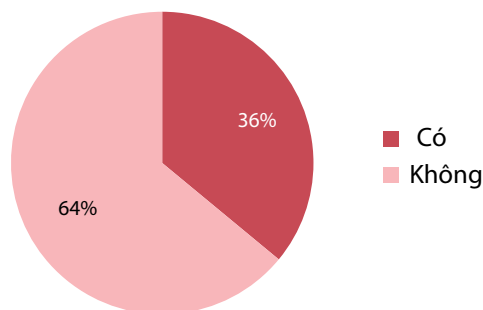
(Tỷ lệ người mua hàng trực tuyến)

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

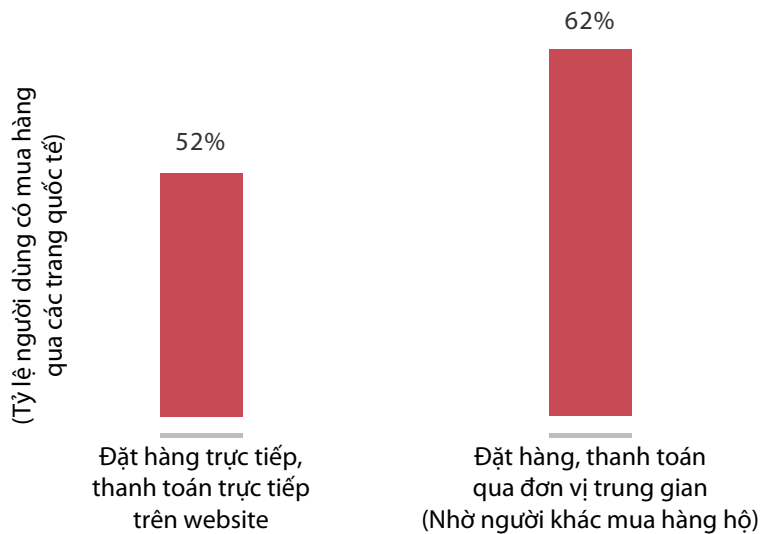


(Tỷ lệ người mua hàng trực tuyến)

#### 4.11. Tỷ lệ người dùng Internet có mua hàng qua các trang quốc tế

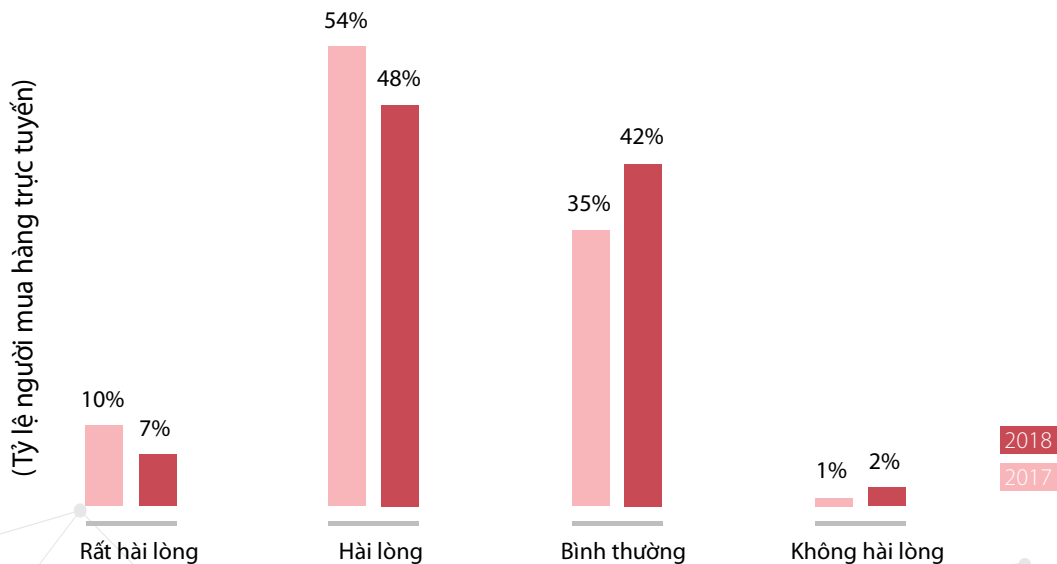


## 4.12. Các hình thức mua hàng trên trang web quốc tế

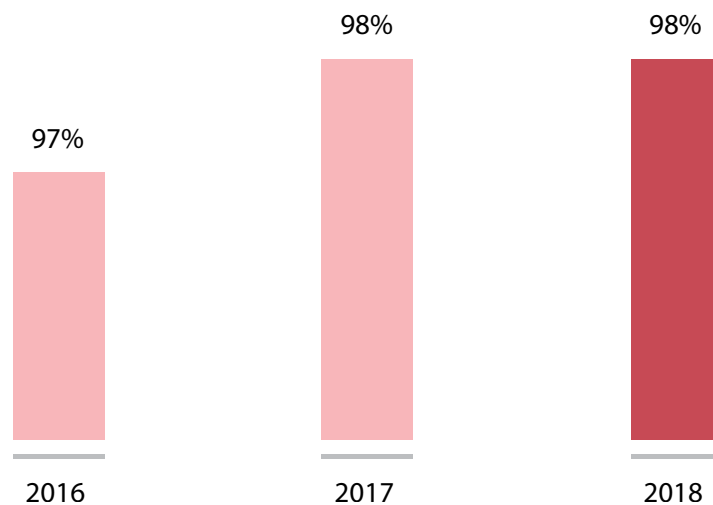


## 5. Đánh giá mức độ hài lòng của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến

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

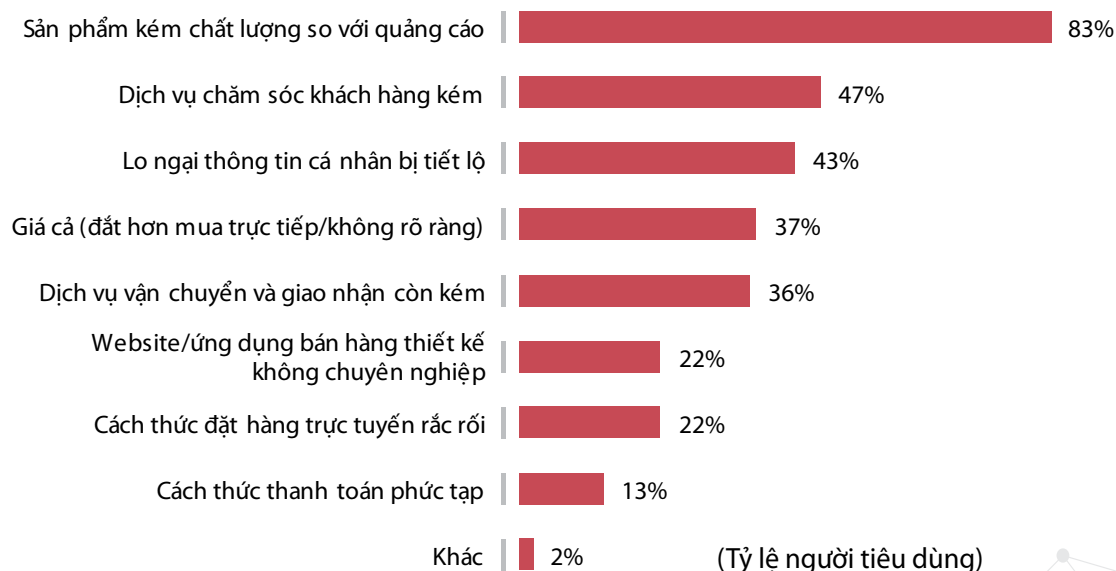


## 5.2. Tỷ lệ người tiêu dùng tiếp tục mua hàng trực tuyến trong thời gian tới

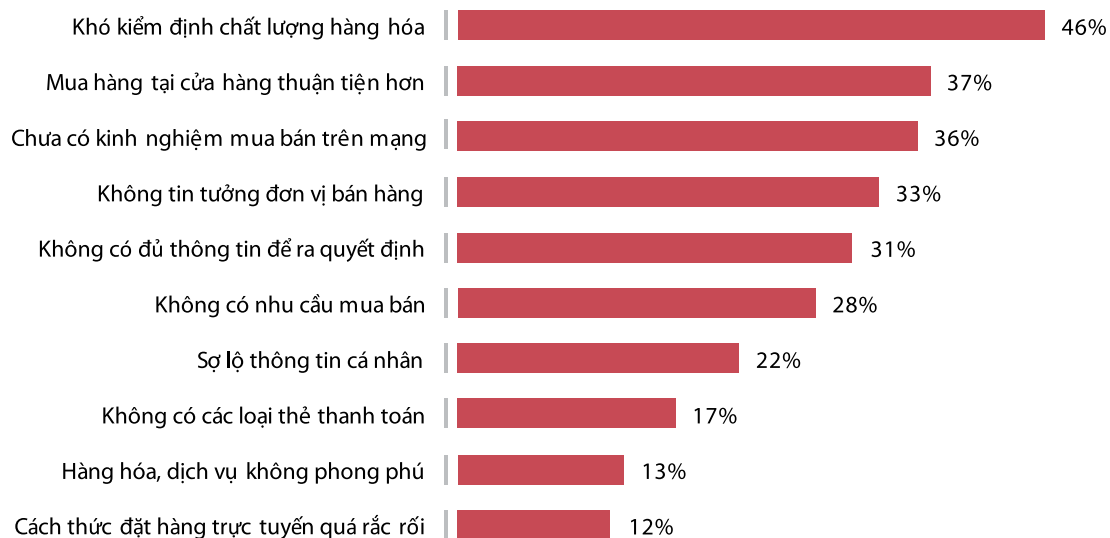


## 6. Trở ngại khi mua hàng trực tuyến

### 6.1. Các trở ngại khi mua hàng trực tuyến



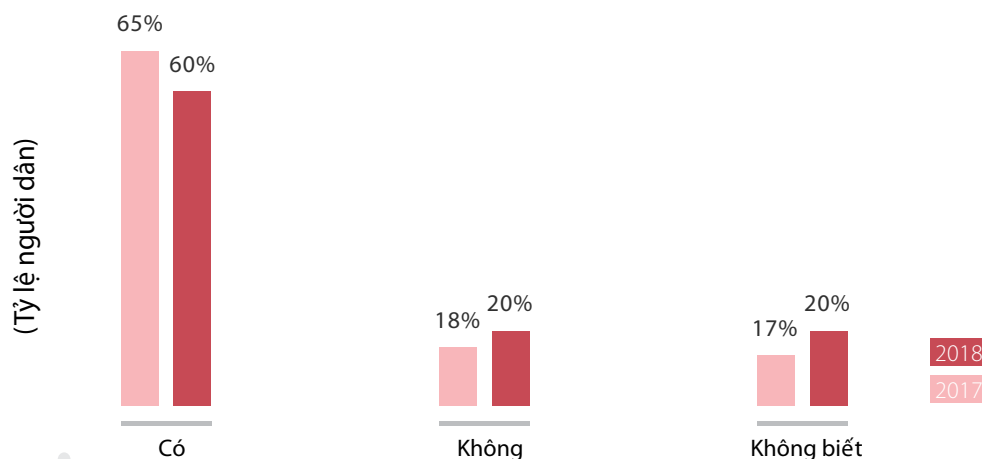
## 6.2. Lý do người tiêu dùng chưa tham gia mua sắm trực tuyến



(Tỷ lệ người chưa tham gia mua sắm trực tuyến)

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

### 7.1. Nhu cầu chia sẻ/cho thuê tài sản nhàn rỗi của cộng đồng



(Tỷ lệ người dân)

Có

Không

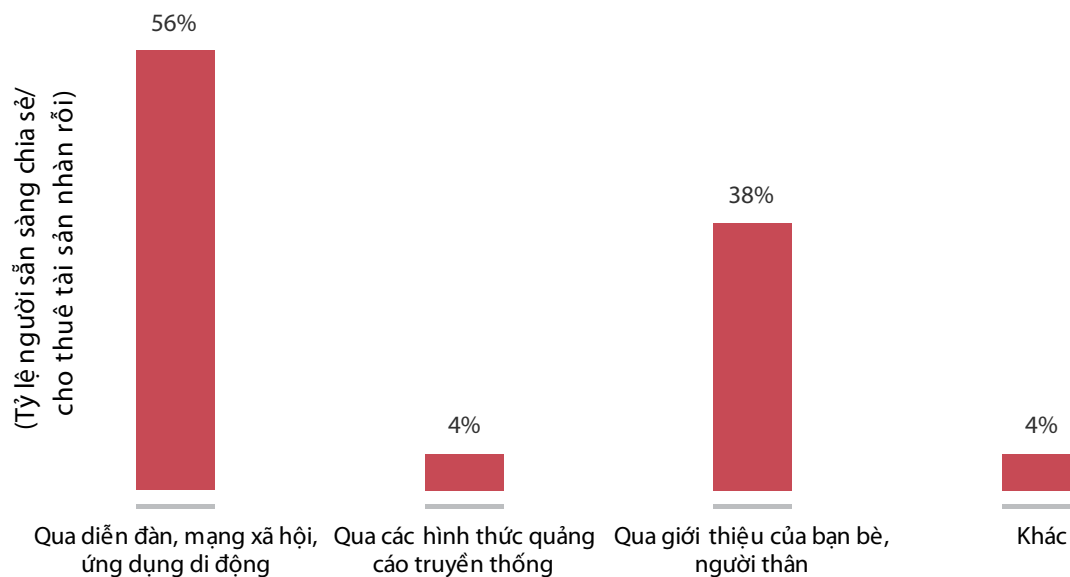
Không biết

2018

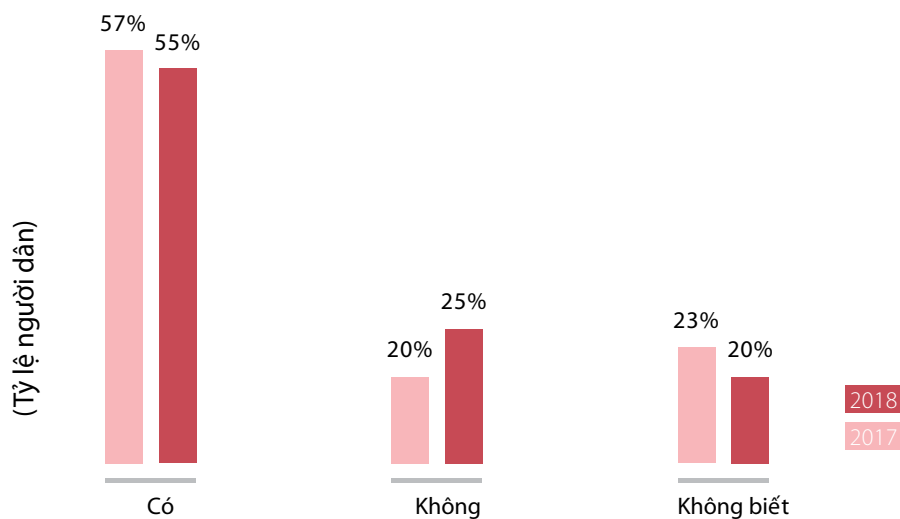
2017



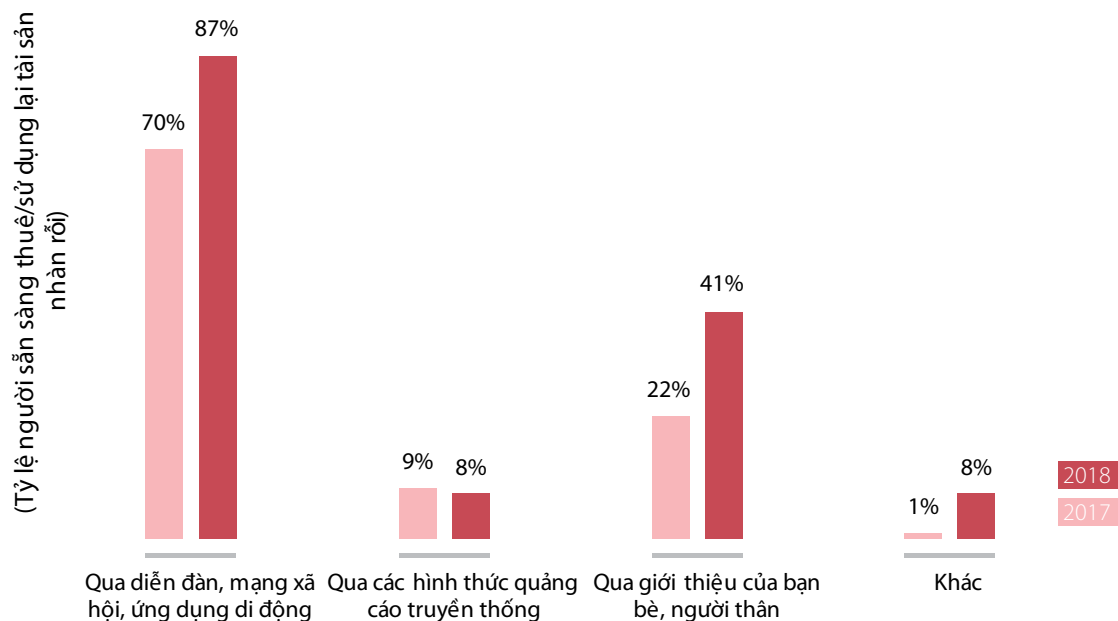
## 7.2. Phương thức tìm kiếm người có nhu cầu sử dụng tài sản nhà rỗi



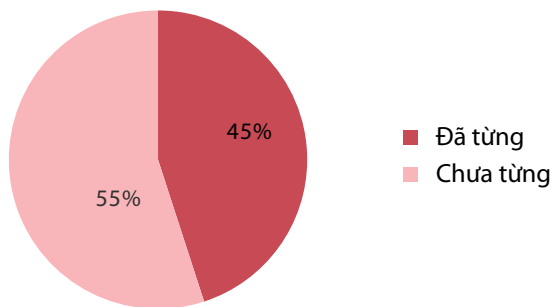
## 7.3. Nhu cầu thuê/sử dụng lại các tài sản nhà rỗi, dư thừa của cộng đồng



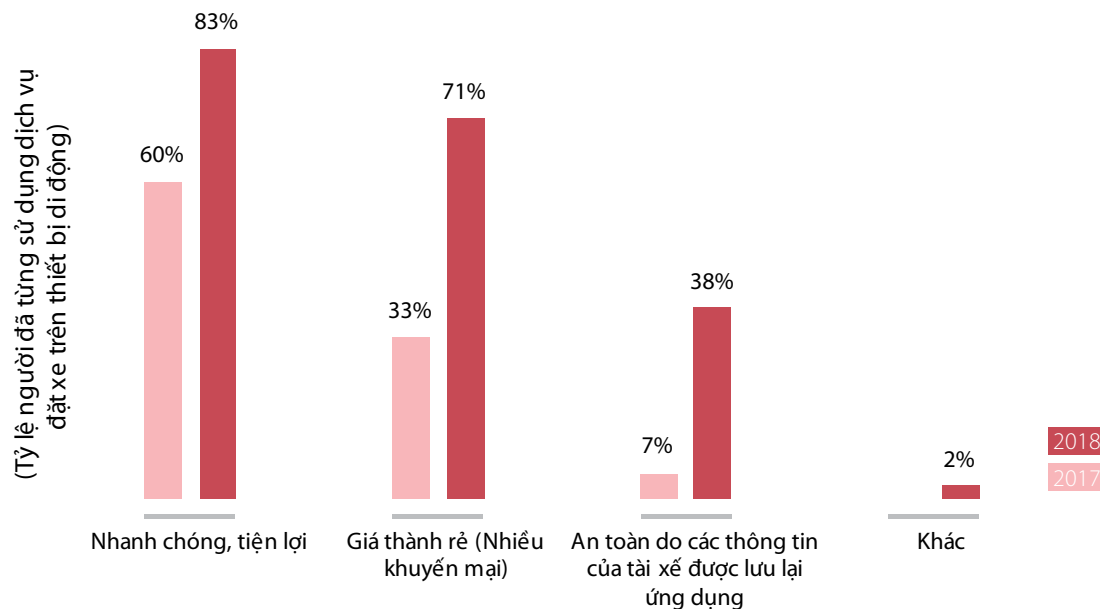
### 7.4. Phương thức tìm kiếm tài sản nhàn rỗi



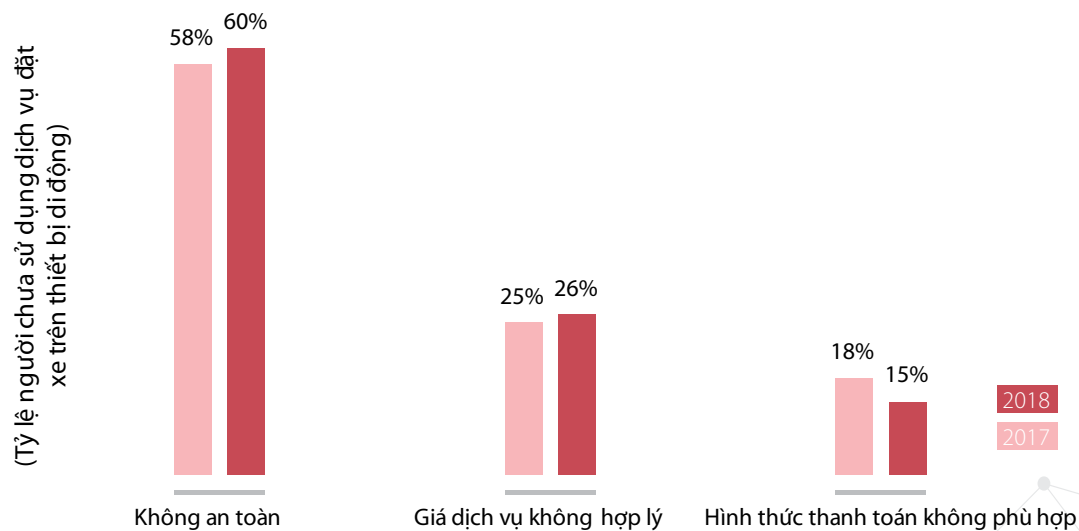
### 7.5. Tỷ lệ người dân từng sử dụng ứng dụng đặt xe trên thiết bị di động



## 7.6. Đánh giá của người sử dụng về các dịch vụ đặt xe được cài đặt trên thiết bị di động



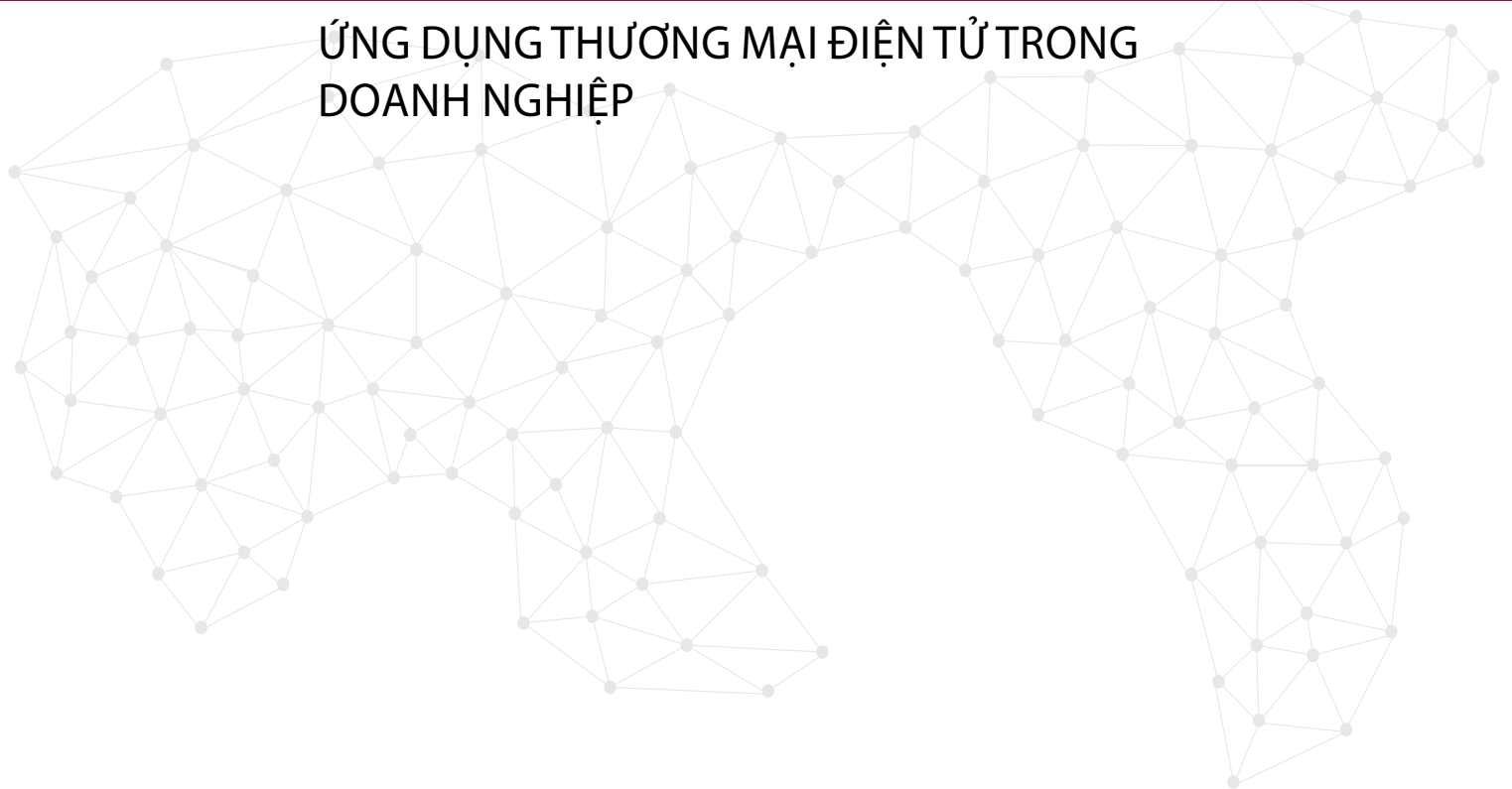
## 7.7. Lý do chưa sử dụng dịch vụ đặt xe trên thiết bị di động





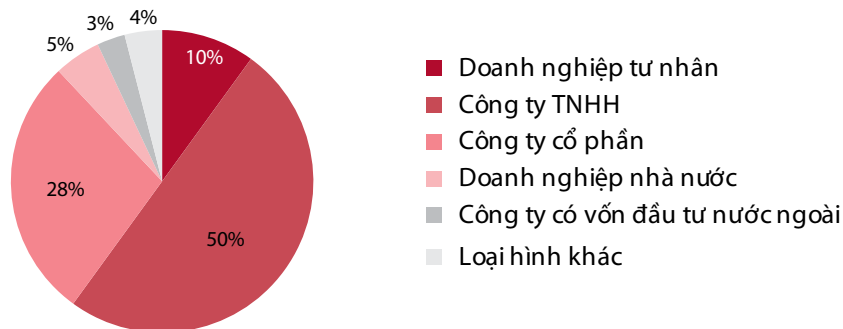
# CHƯƠNG 3

## ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP

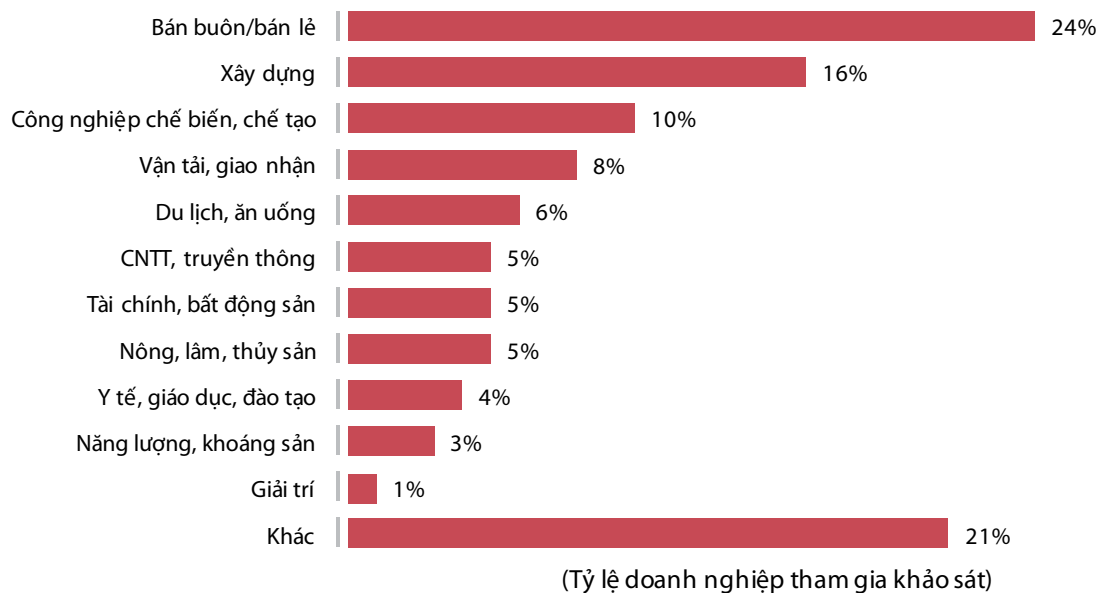


## I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP<sup>28</sup>

### 1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát

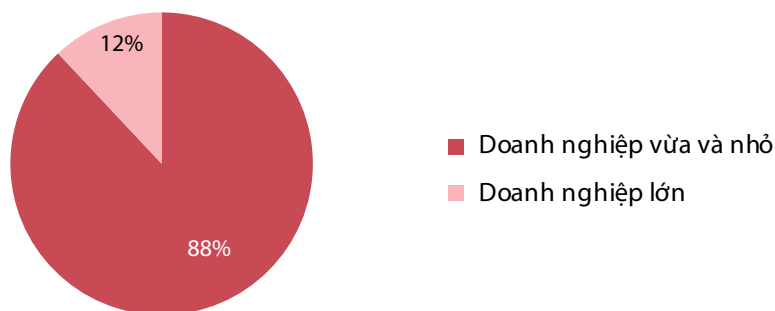


### 2. Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp



<sup>28</sup> Số liệu trong Chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 4.256 doanh nghiệp. Hình thức khảo sát là điền phiếu trực tiếp

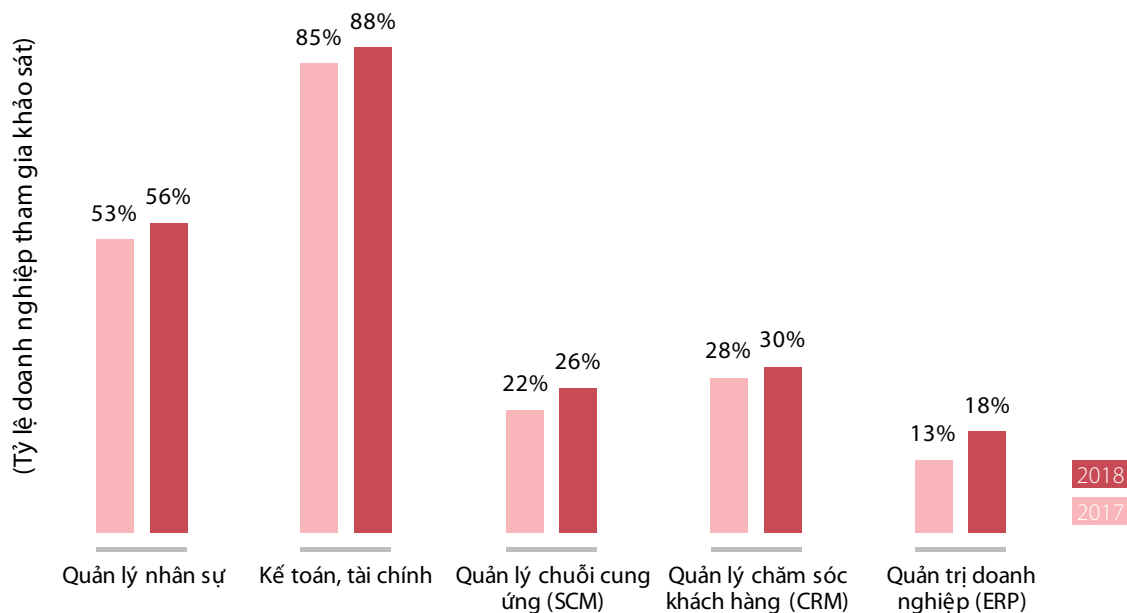
### 3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát



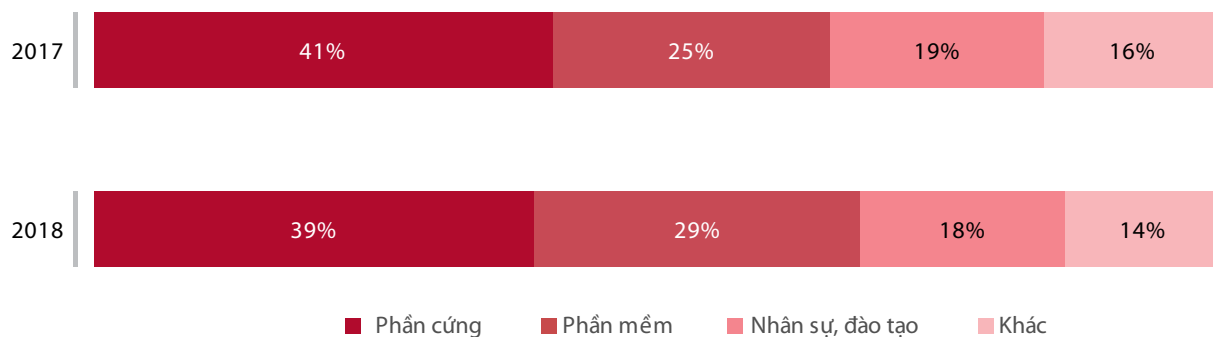
## II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP

### 1. Hạ tầng công nghệ thông tin

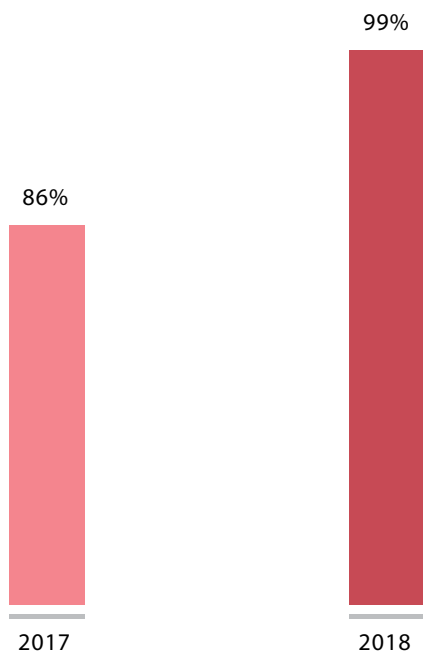
#### 1.2. Các phần mềm phổ biến được doanh nghiệp sử dụng



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



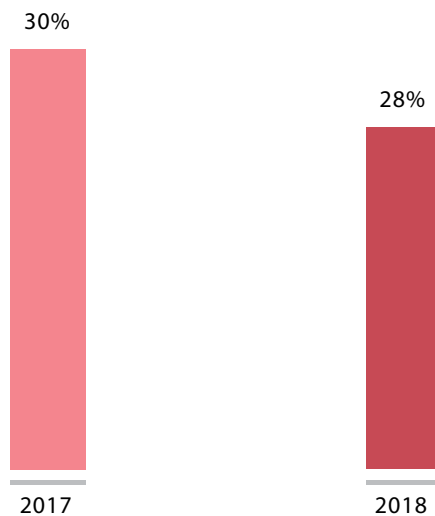
### 1.4. Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng các công cụ như Viber, Whatsapp, Skype, Facebook Messenger, ... trong công việc



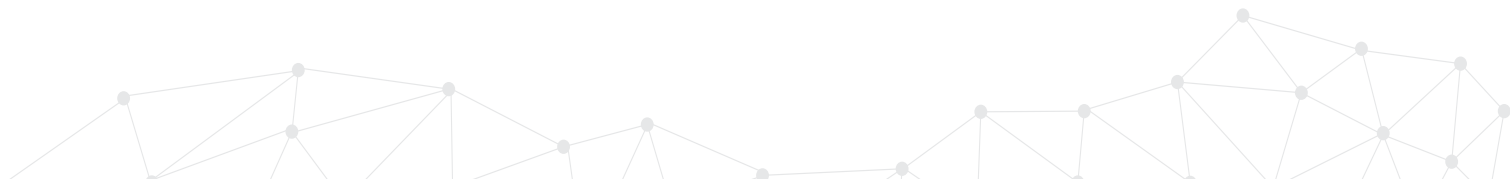
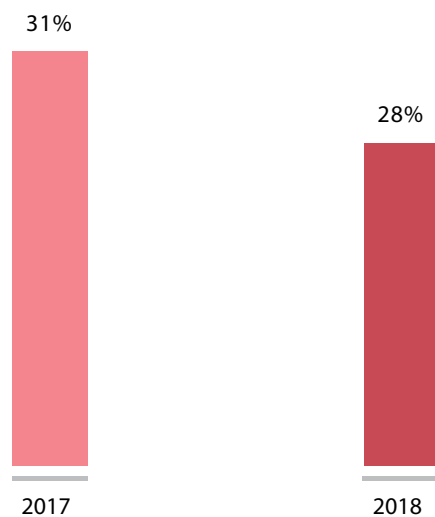


## 2. Nguồn nhân lực cho thương mại điện tử

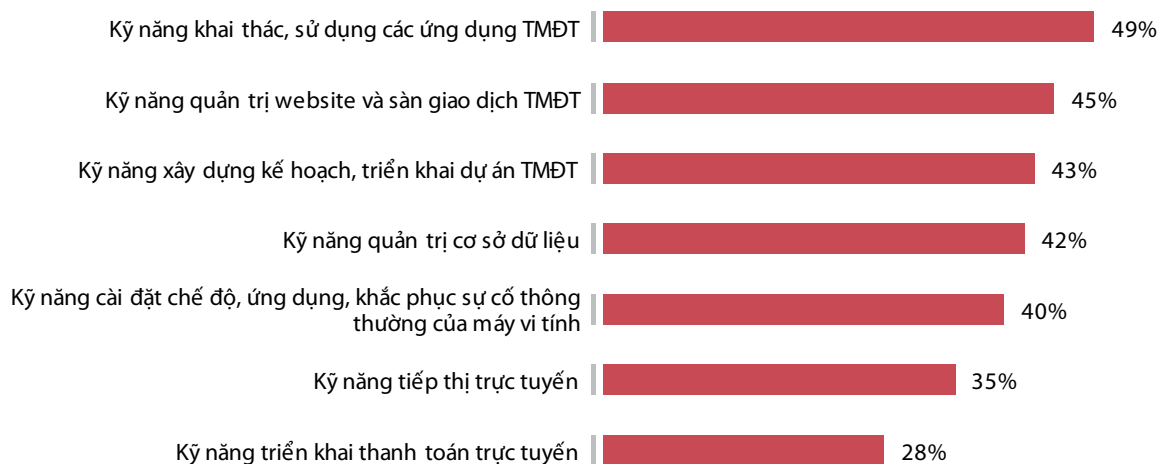
### 2.1. Tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về TMĐT



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



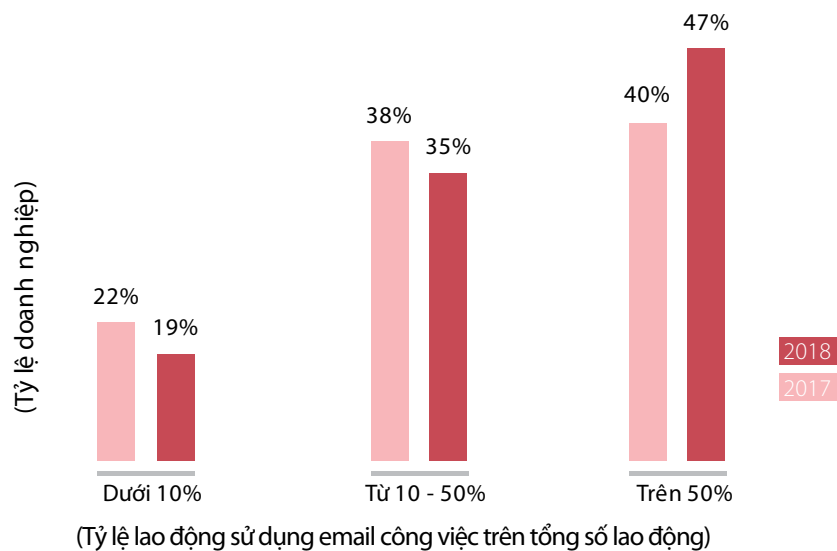
## 2.3. Các kỹ năng chuyên ngành CNTT – TMĐT khó tuyển dụng hiện nay



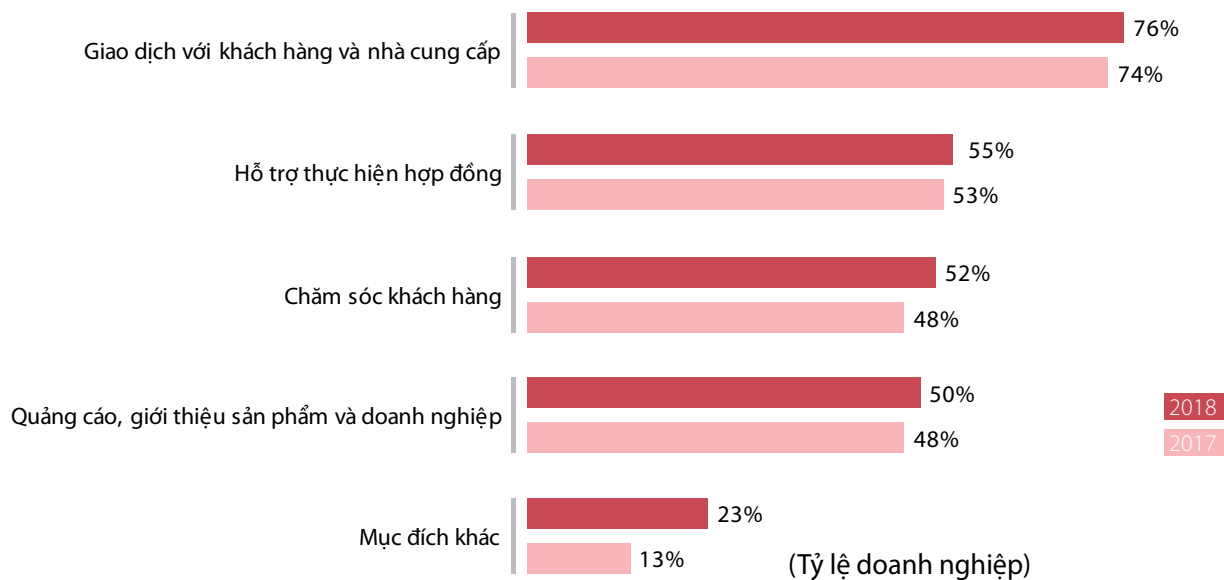
(Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia khảo sát)

## 3. Tình hình sử dụng thư điện tử

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

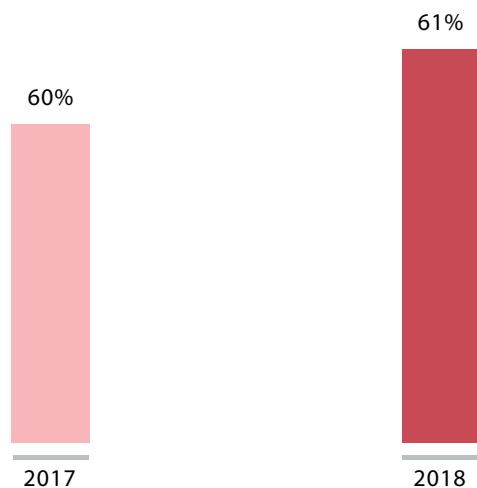


### 3.2. Các mục đích sử dụng thư điện tử của doanh nghiệp

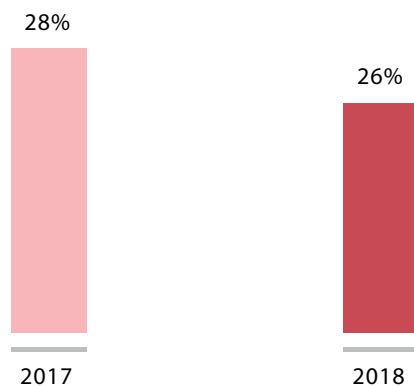


## 4. Tình hình sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử

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



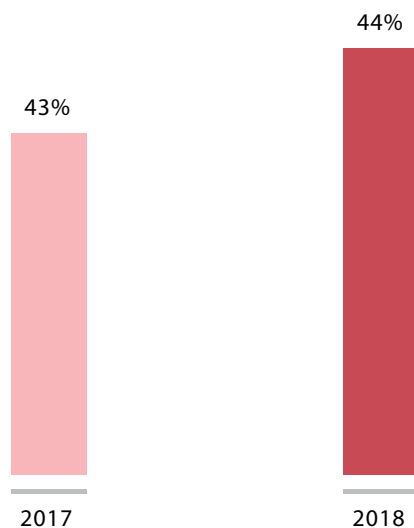
## 4.2. Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng hợp đồng điện tử



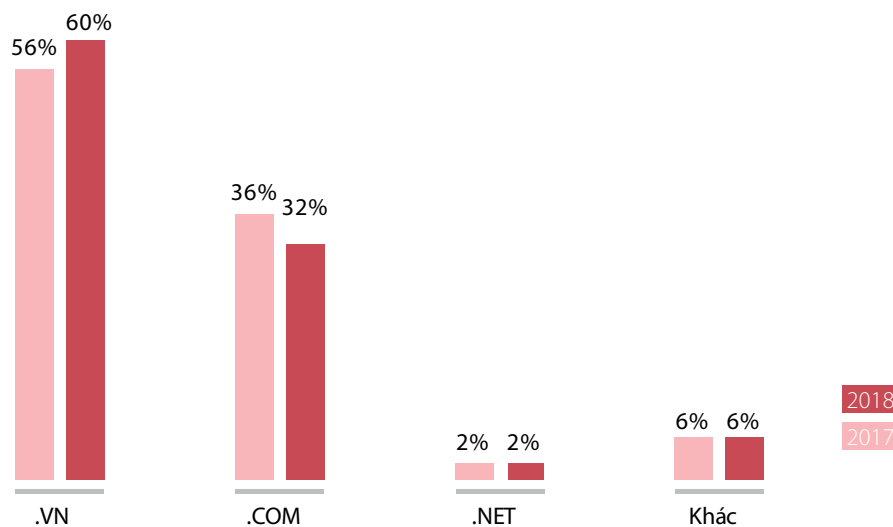
## III. CÁC HÌNH THỨC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP

### 1. Thương mại điện tử trên nền tảng website

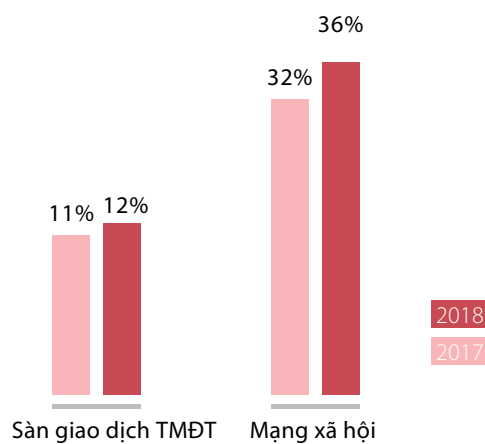
#### 1.1. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website



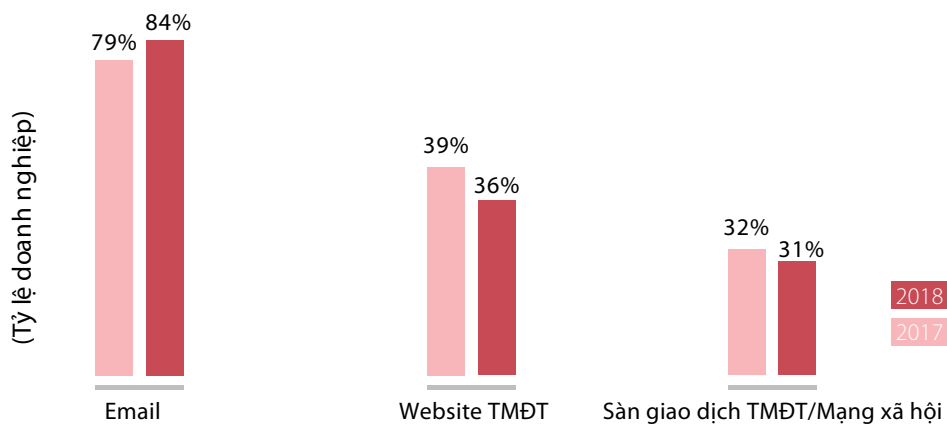
## 1.2. Tỷ lệ doanh nghiệp lựa chọn tên miền khi xây dựng website TMĐT



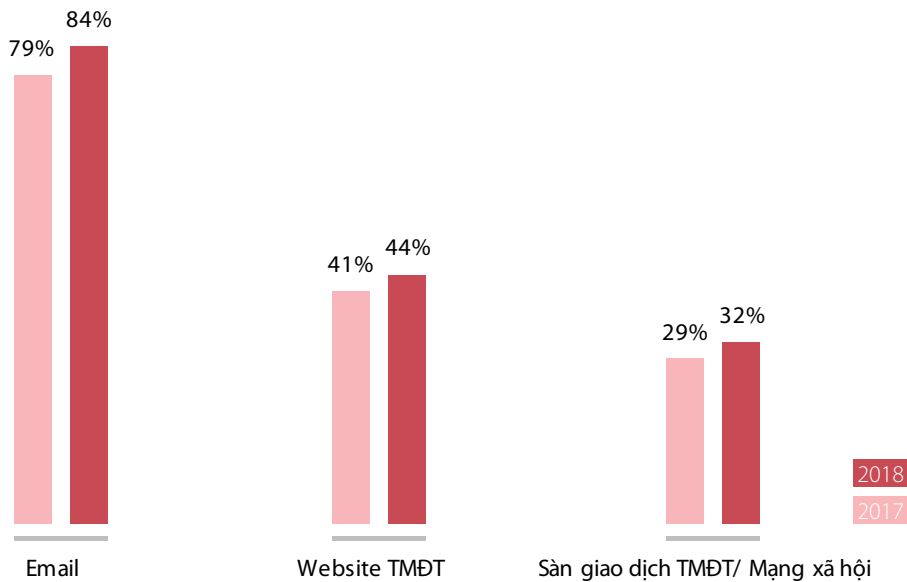
## 1.3. Tỷ lệ doanh nghiệp có tham gia sàn giao dịch TMĐT/mạng xã hội để bán hàng hóa/dịch vụ



### 1.4. Tỷ lệ doanh nghiệp nhận đơn đặt hàng qua các hình thức

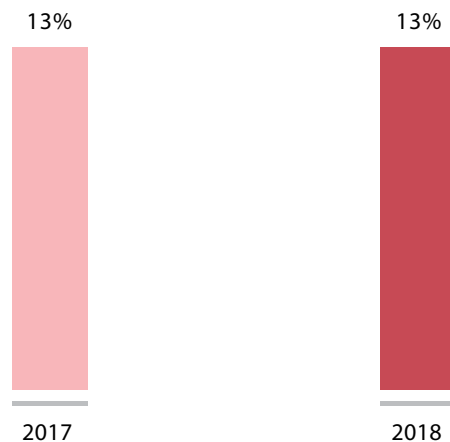


### 1.5. Tỷ lệ doanh nghiệp đặt hàng qua các hình thức

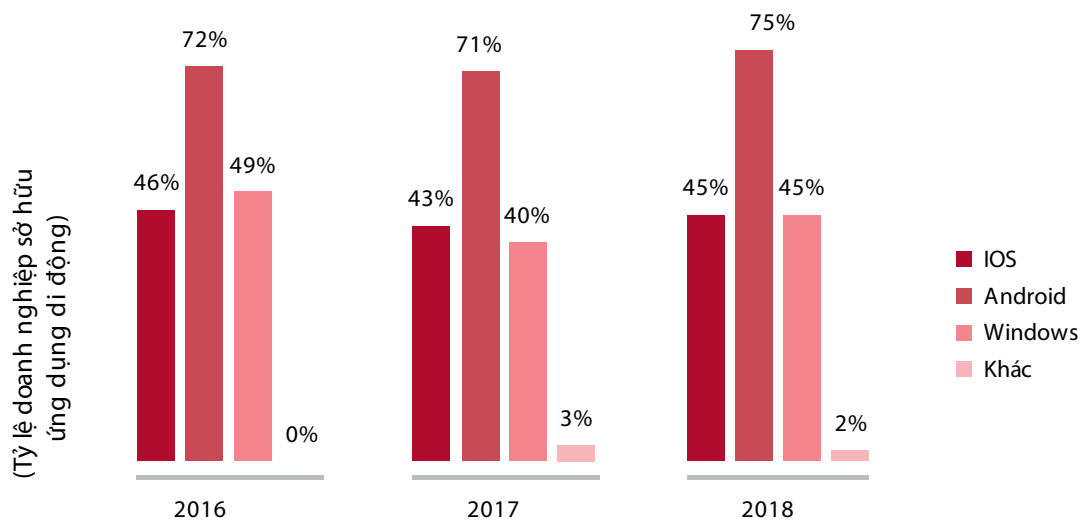


## 2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động

### 2.1. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động<sup>29</sup>

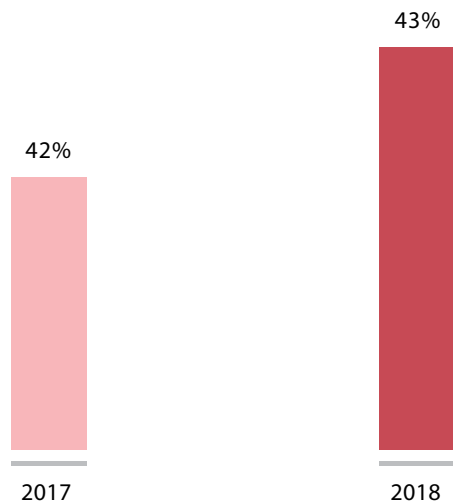


#### 2.1.1. Các hệ điều hành doanh nghiệp ưu tiên lựa chọn cho ứng dụng di động

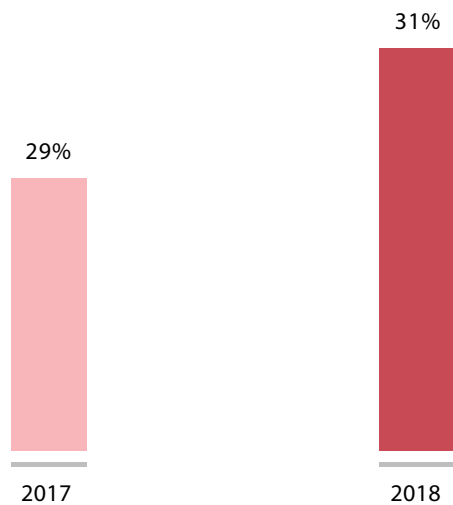


<sup>29</sup> Ứng dụng di động là ứng dụng cài đặt trên thiết bị di động có nối mạng cho phép người dùng truy cập vào cơ sở dữ liệu của thương nhân, tổ chức, cá nhân khác để mua bán hàng hóa, cung ứng hoặc sử dụng dịch vụ

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

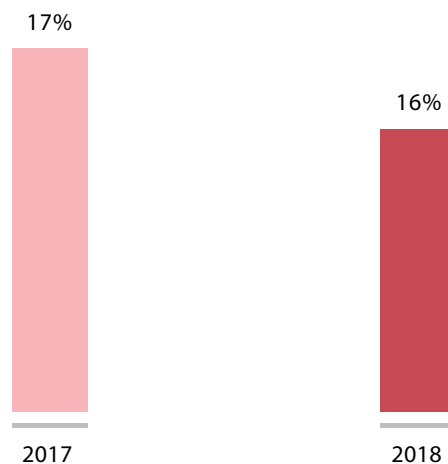


### 2.1.3. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động có triển khai chương trình khuyến mãi dành riêng cho khách hàng qua ứng dụng

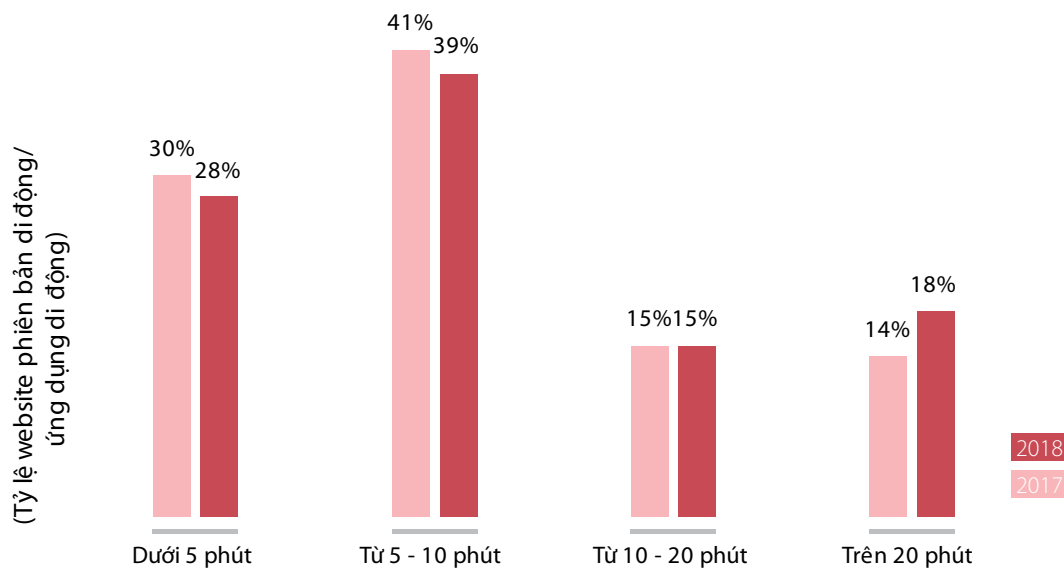




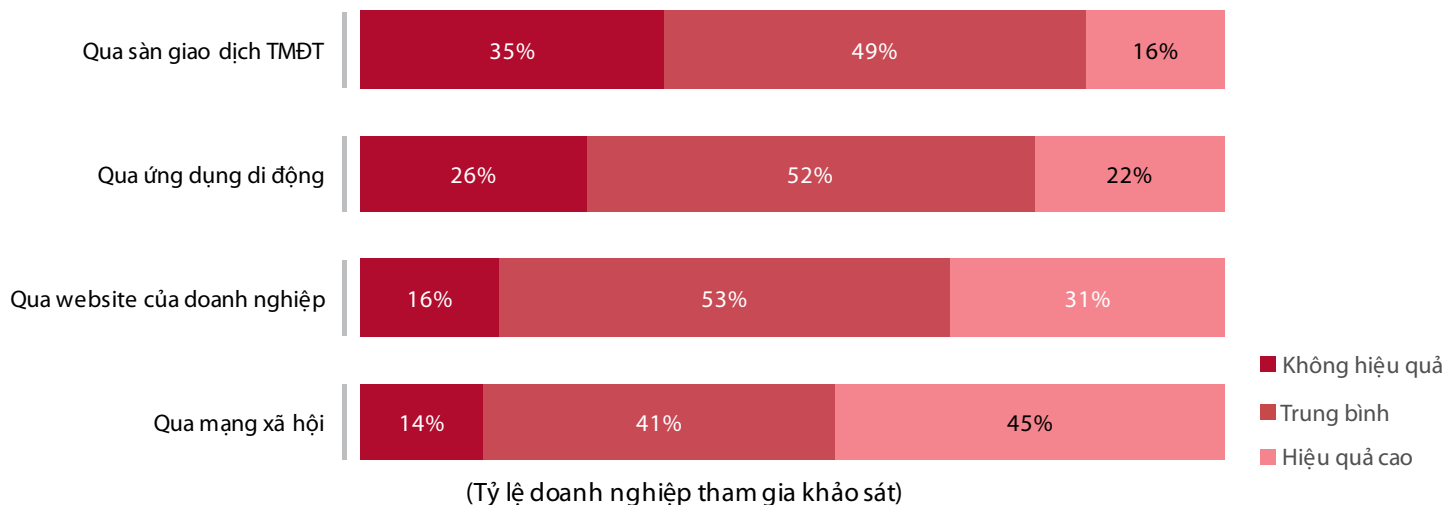
## 2.2. Tỷ lệ doanh nghiệp có website phiên bản di động



## 2.3. Thời gian trung bình lưu lại của khách hàng khi truy cập vào website TMĐT phiên bản di động/ ứng dụng bán hàng của doanh nghiệp



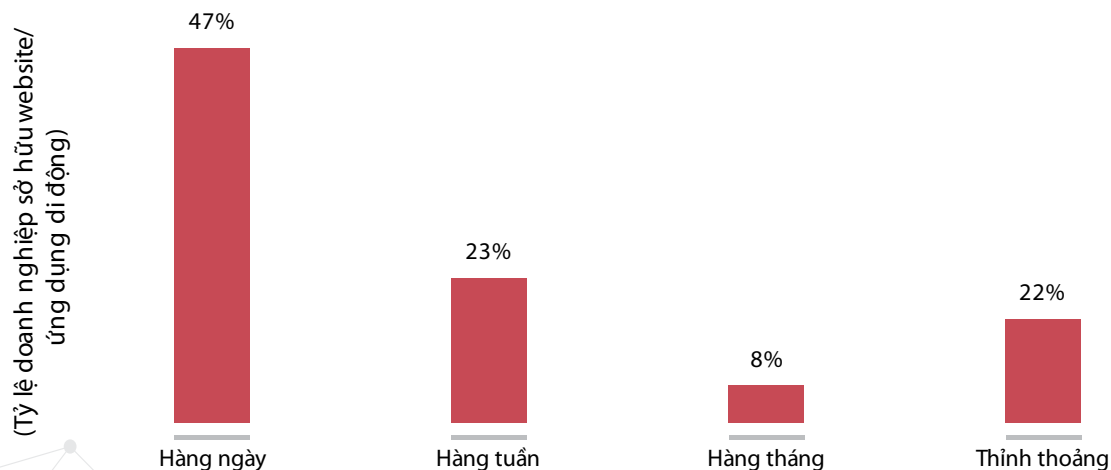
### 3. Đánh giá của doanh nghiệp về hiệu quả của hoạt động TMĐT qua các hình thức



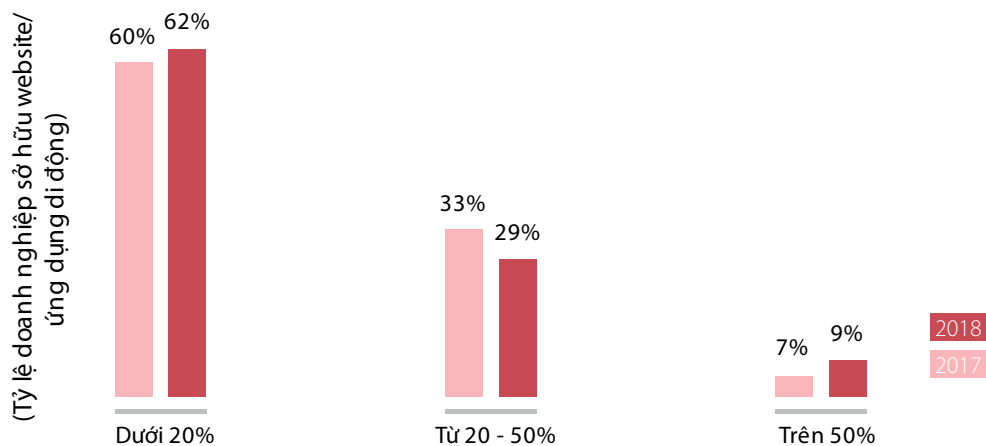
## IV. TÌNH HÌNH VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG

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

#### 1.1. Tần suất cập nhật thông tin trên website TMĐT/ ứng dụng di động

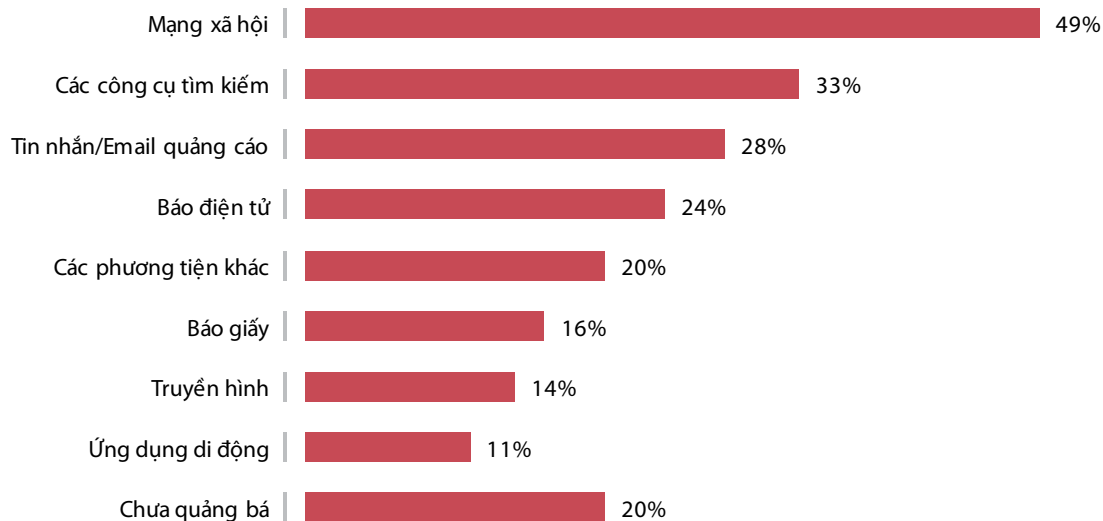


## 1.2. Chi phí xây dựng, vận hành website/ứng dụng di động trên tổng chi phí đầu tư TMĐT



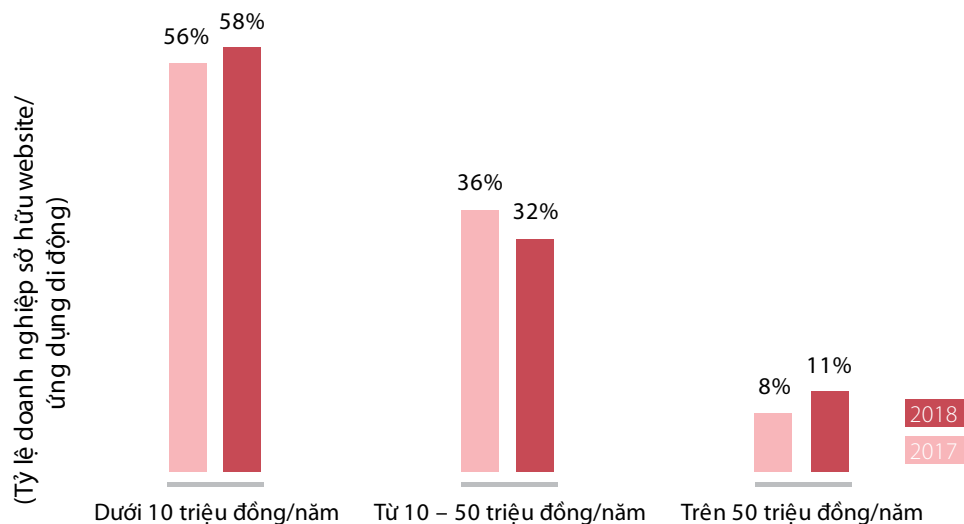
## 2. Quảng cáo website thương mại điện tử/ ứng dụng di động

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

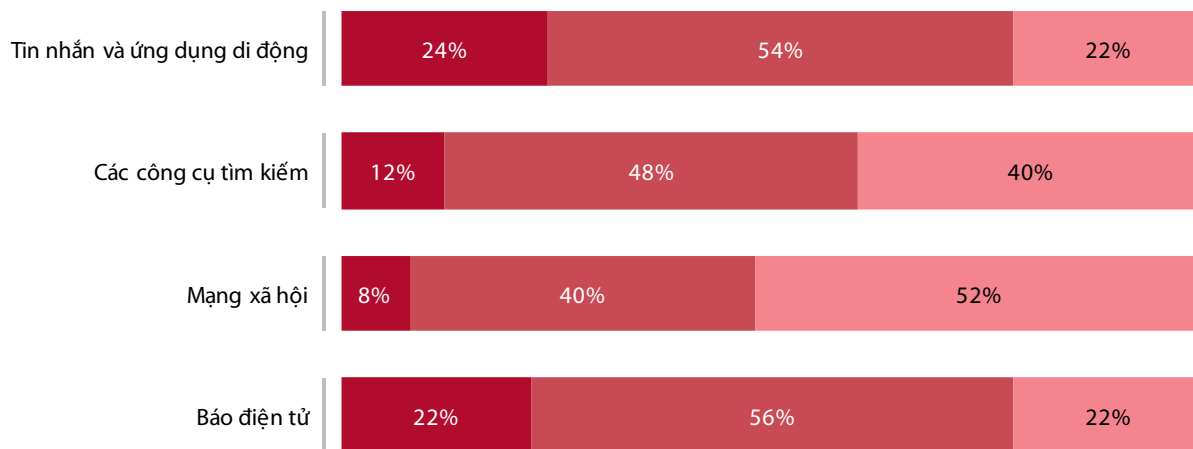


(Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website/ứng dụng di động)

## 2.2. Ước tính 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

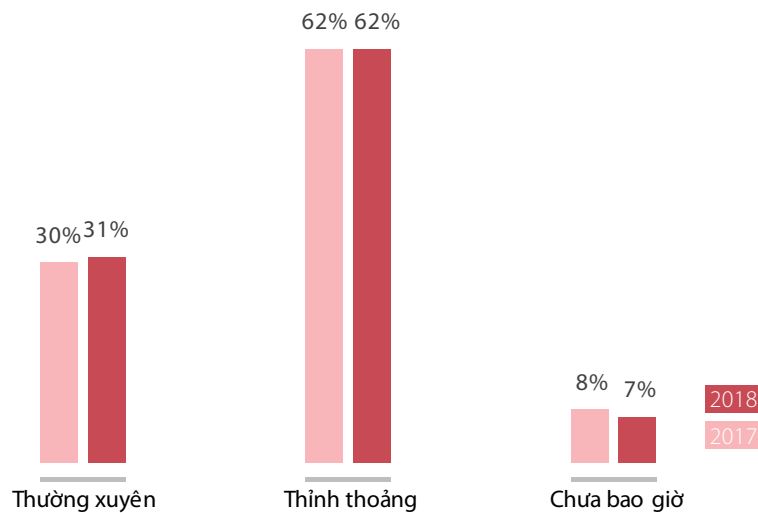


(Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website/ứng dụng di động)

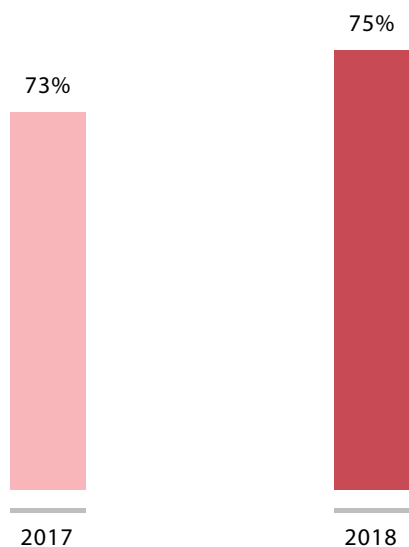
■ Không hiệu quả ■ Trung bình ■ Hiệu quả cao

## V. SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN

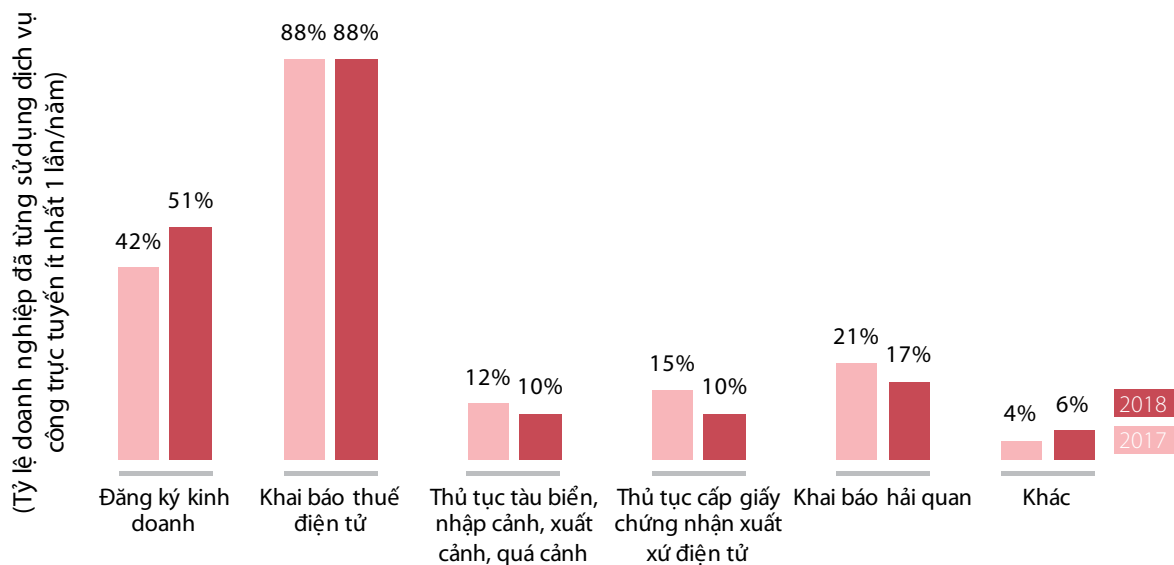
### 1. Tỷ lệ doanh nghiệp có tra cứu thông tin trên website của các cơ quan nhà nước



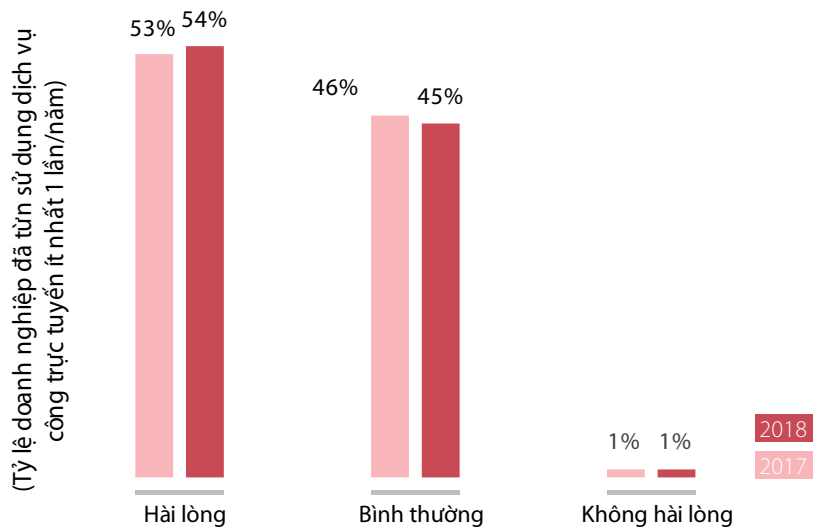
### 2. Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất một lần/năm



### 3. Các loại dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp đã sử dụng

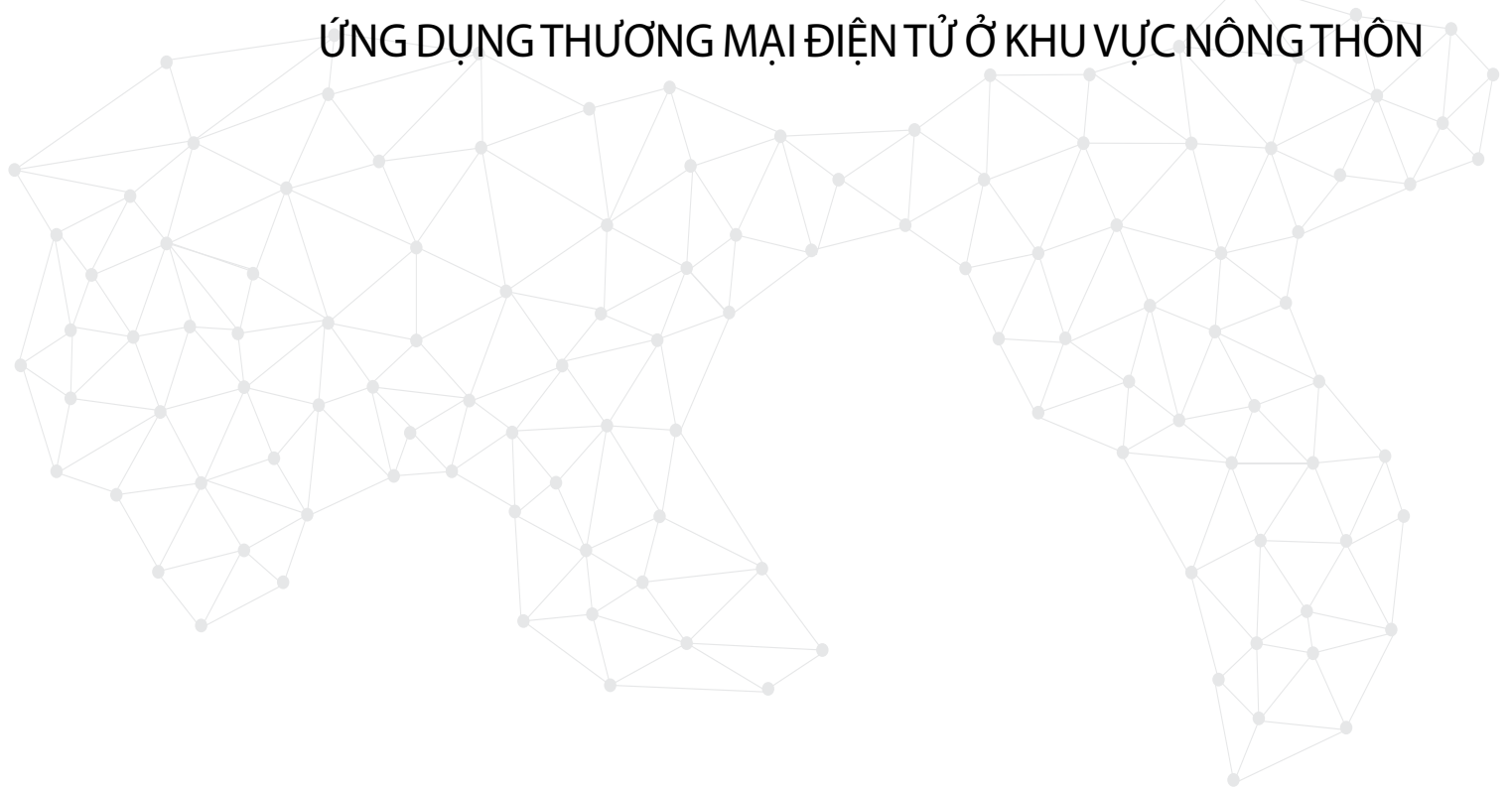


### 4. Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ hài lòng khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến



# CHƯƠNG 4

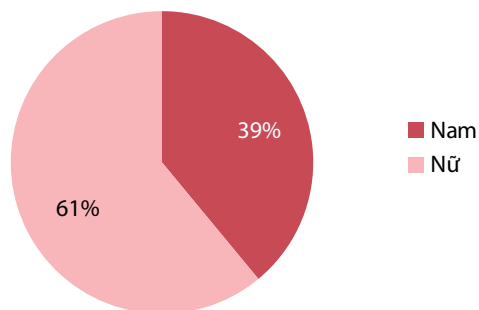
## ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở KHU VỰC NÔNG THÔN



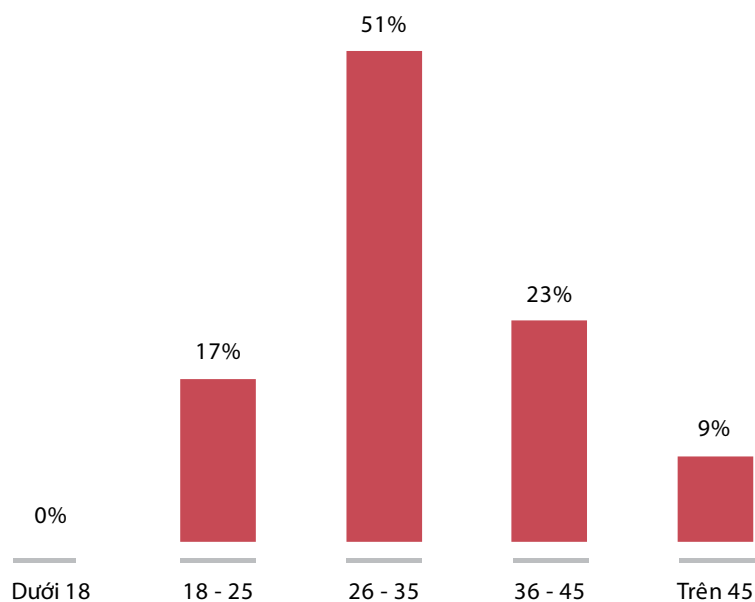
## A. KHẢO SÁT CÁ NHÂN KHU VỰC NÔNG THÔN<sup>30</sup>

### I. THÔNG TIN NGƯỜI ĐIỂN PHIẾU

#### 1. Tỷ lệ giới tính



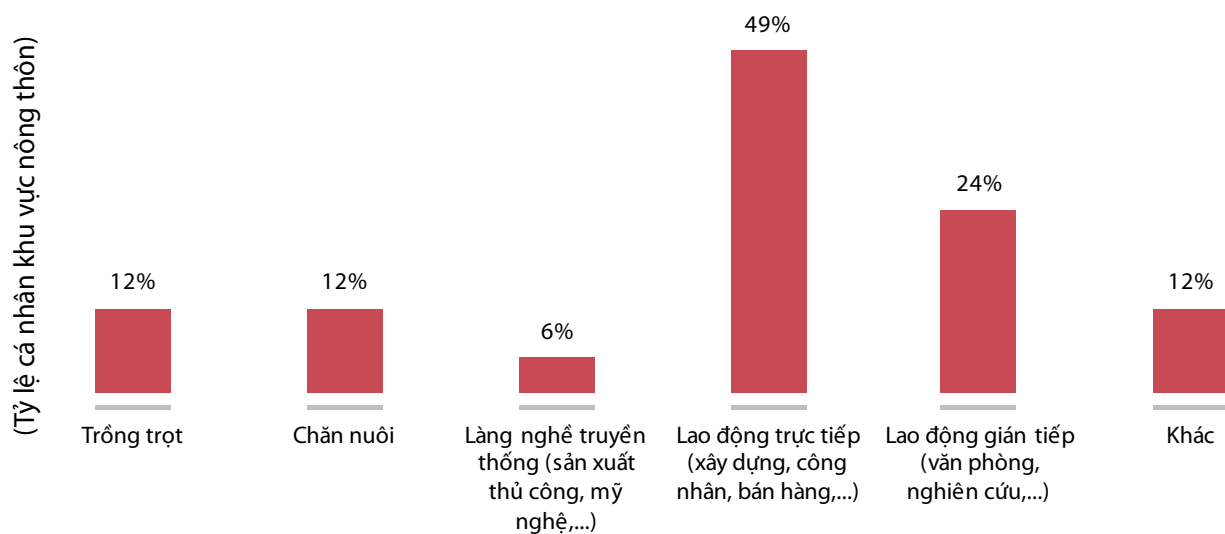
#### 2. Độ tuổi người tham gia khảo sát



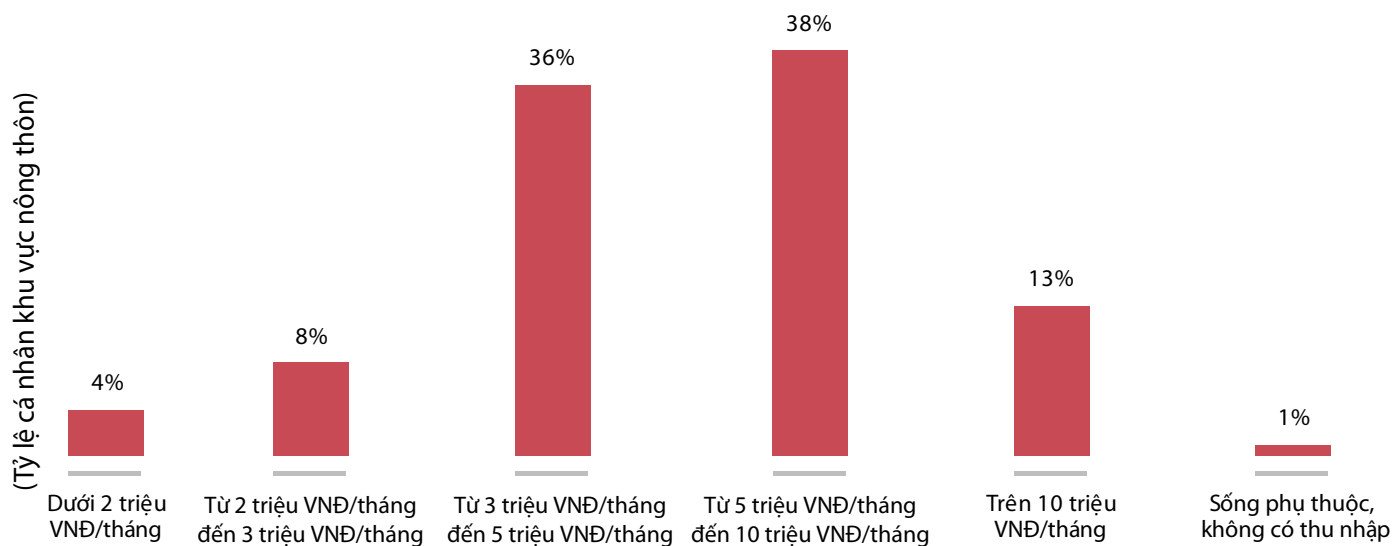
<sup>30</sup> Số liệu chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 533 cá nhân khu vực nông thôn năm 2018. Hình thức khảo sát là điển phiếu trực tiếp. Khu vực nông thôn bao gồm các đơn vị hành chính cơ sở cấp xã.



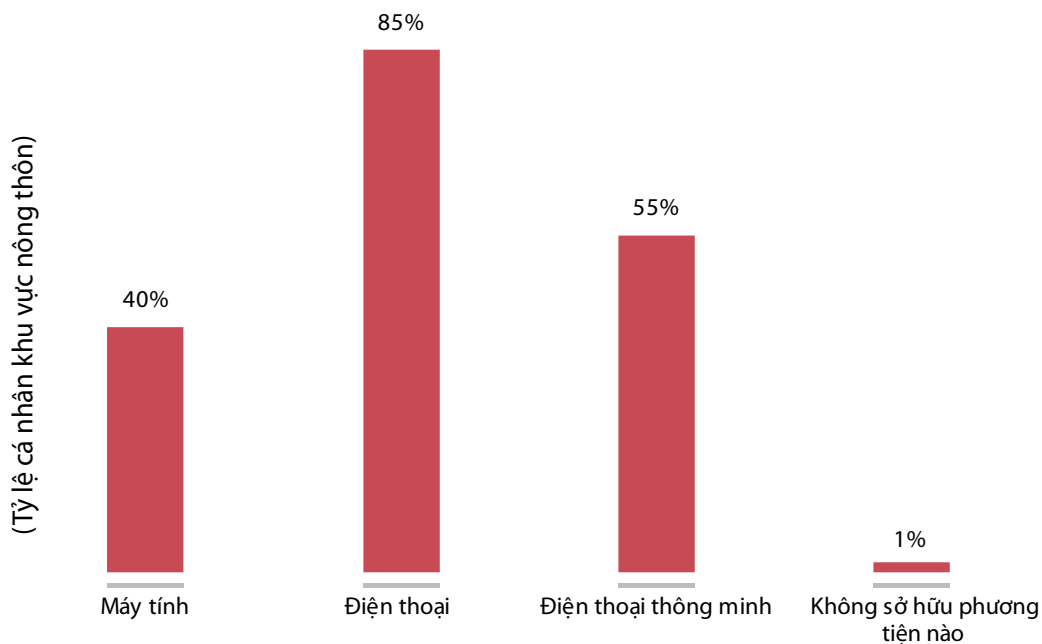
### 3. Nguồn thu nhập chính của người tham gia khảo sát



### 4. Thu nhập trung bình mỗi tháng của người tham gia khảo sát

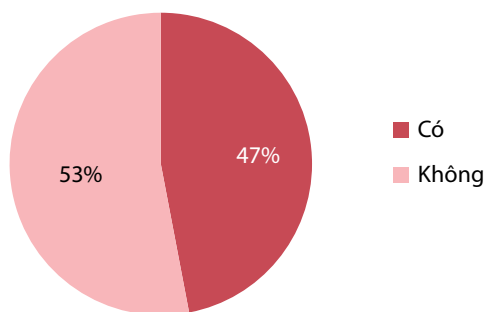


## 5. Tỷ lệ người tham gia khảo sát sở hữu phương tiện điện tử

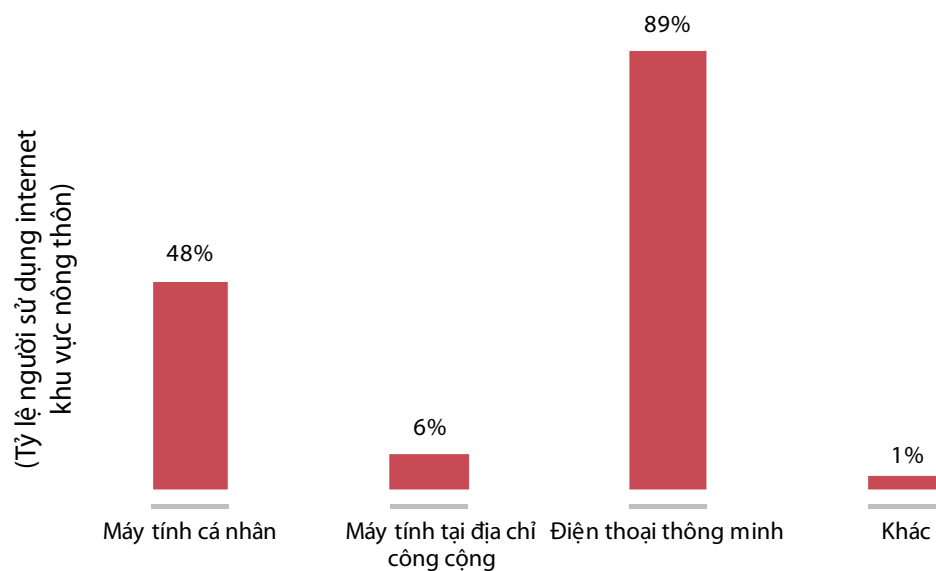


## II. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG INTERNET CỦA CÁ NHÂN KHU VỰC NÔNG THÔN

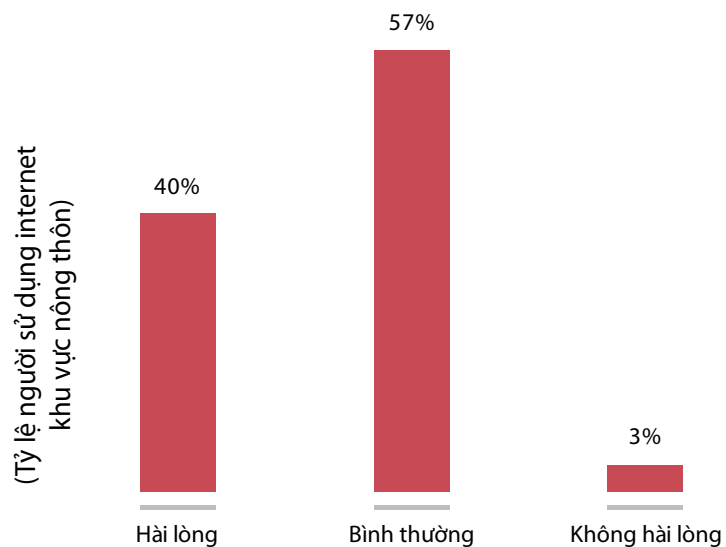
### 1. Tỷ lệ người sử dụng Internet khu vực nông thôn



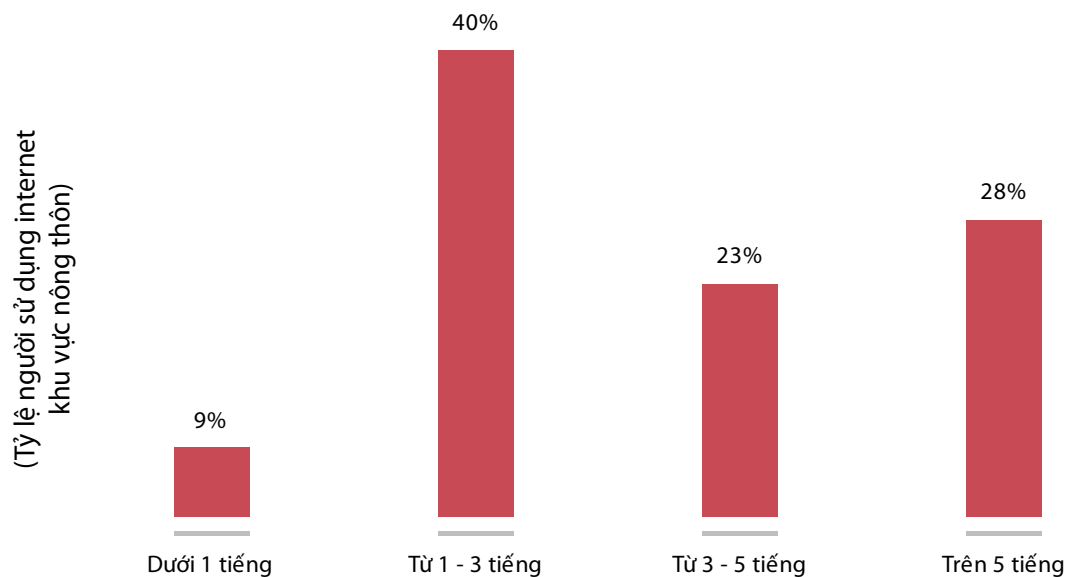
## 2. Phương tiện để truy cập Internet



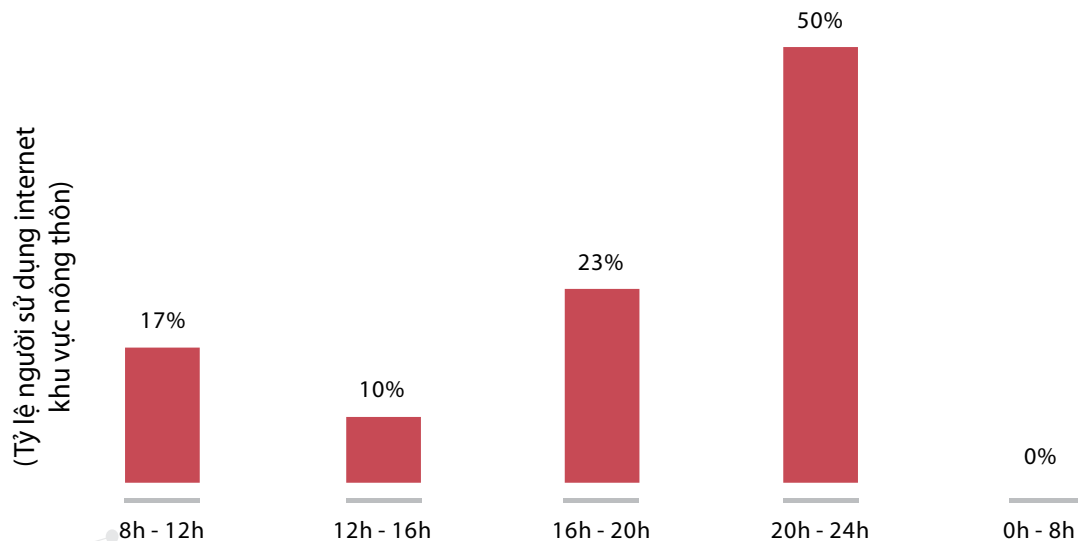
## 3. Mức độ hài lòng với tốc độ đường truyền Internet



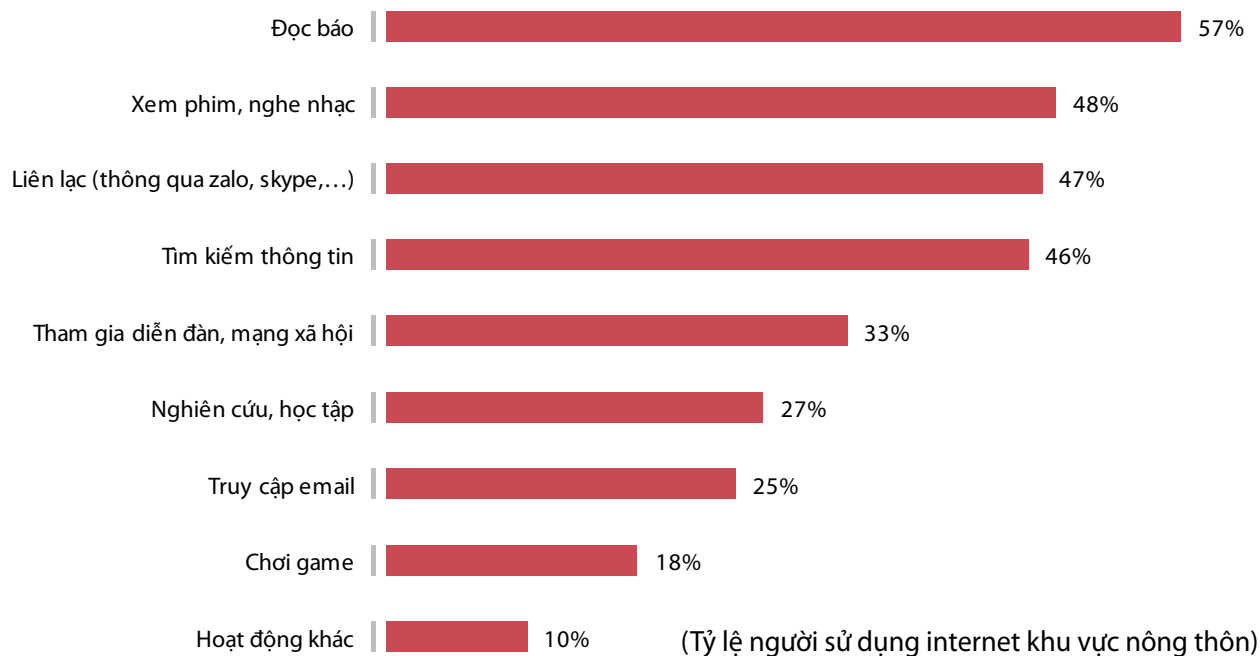
#### 4. Thời gian truy cập Internet trung bình mỗi ngày



#### 5. Thời điểm truy cập Internet thường xuyên trong ngày

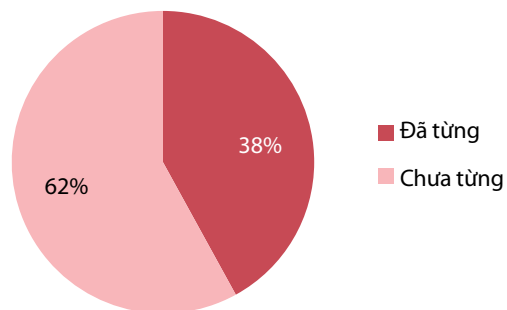


## 6. Mục đích sử dụng Internet

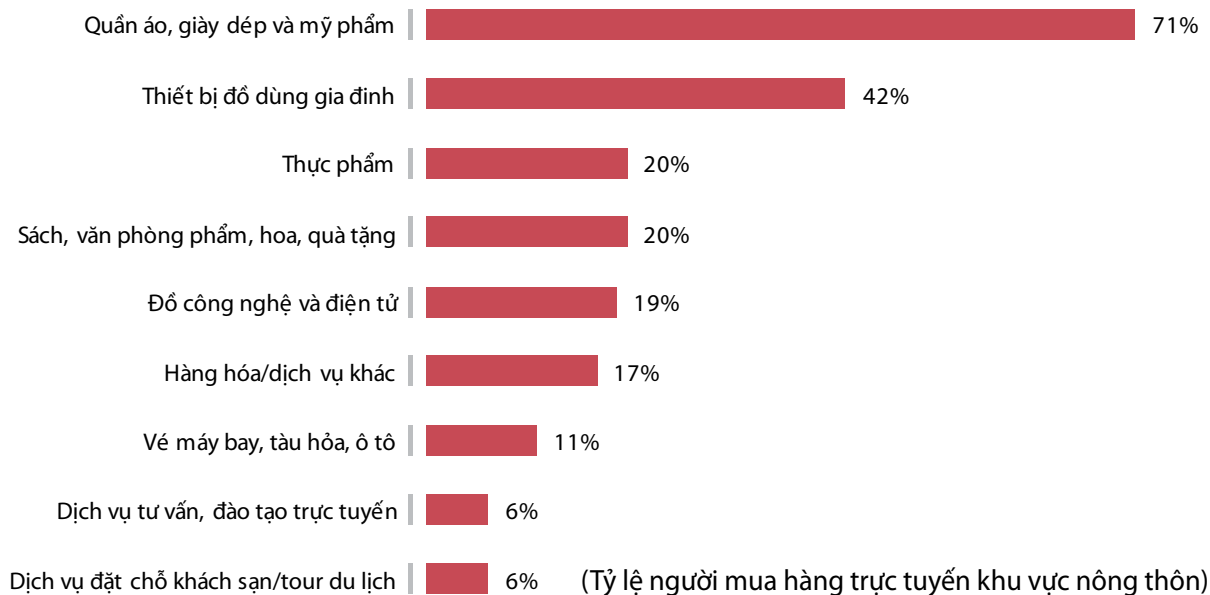


## III. NHU CẦU MUA HÀNG TRÊN MẠNG

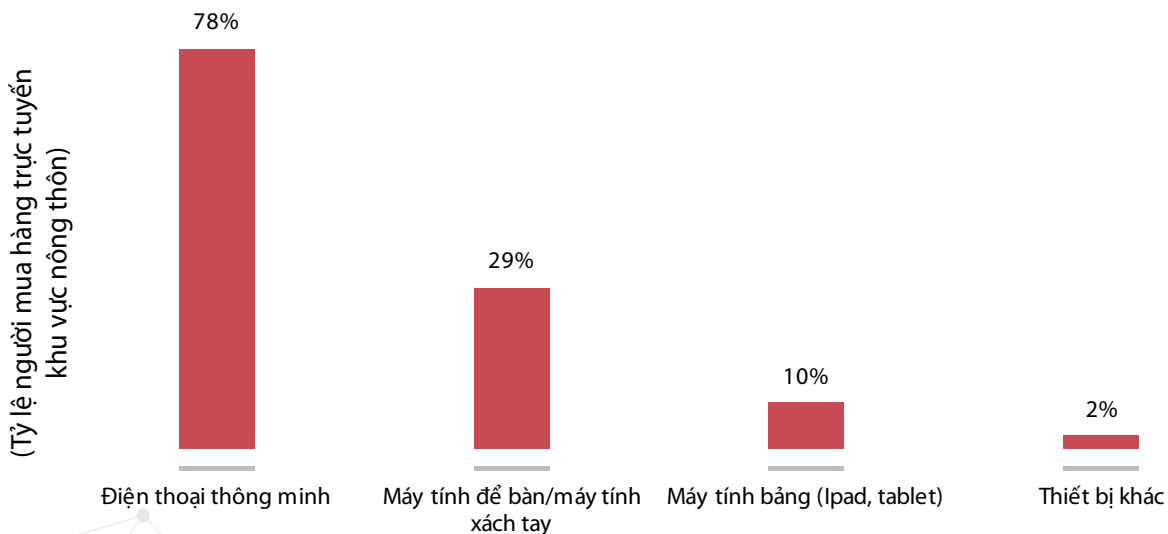
### 1. Tỷ lệ người truy cập Internet đã từng mua sắm trực tuyến ít nhất một lần trong năm



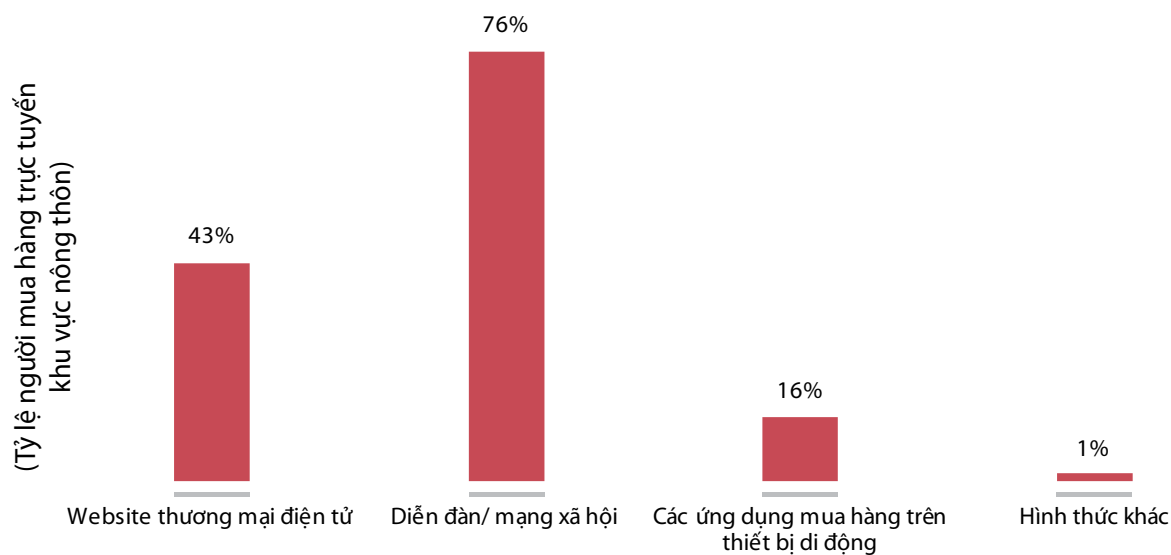
## 2. Loại hình hàng hóa/dịch vụ cá nhân mua trên mạng



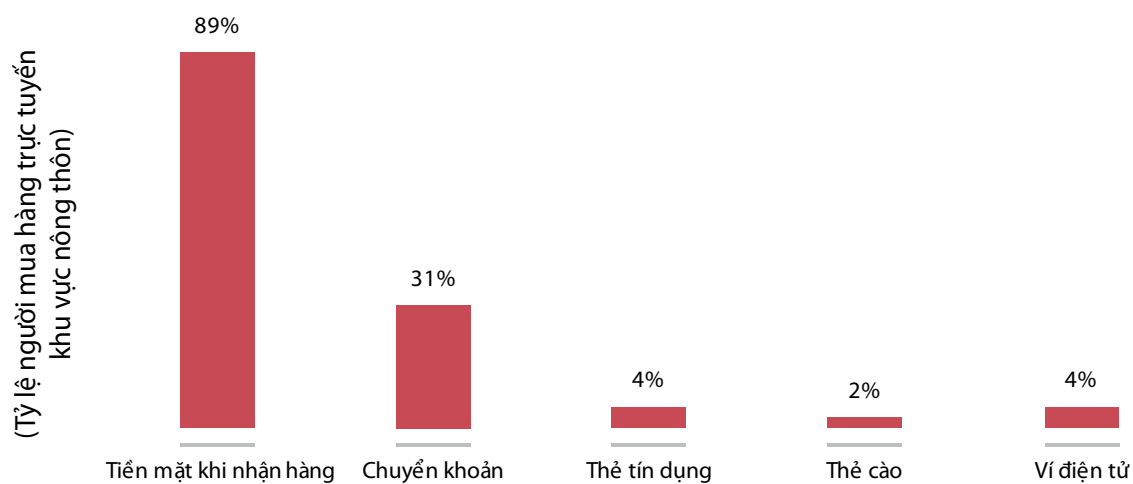
## 3. Phương tiện điện tử thường được sử dụng để mua hàng trực tuyến



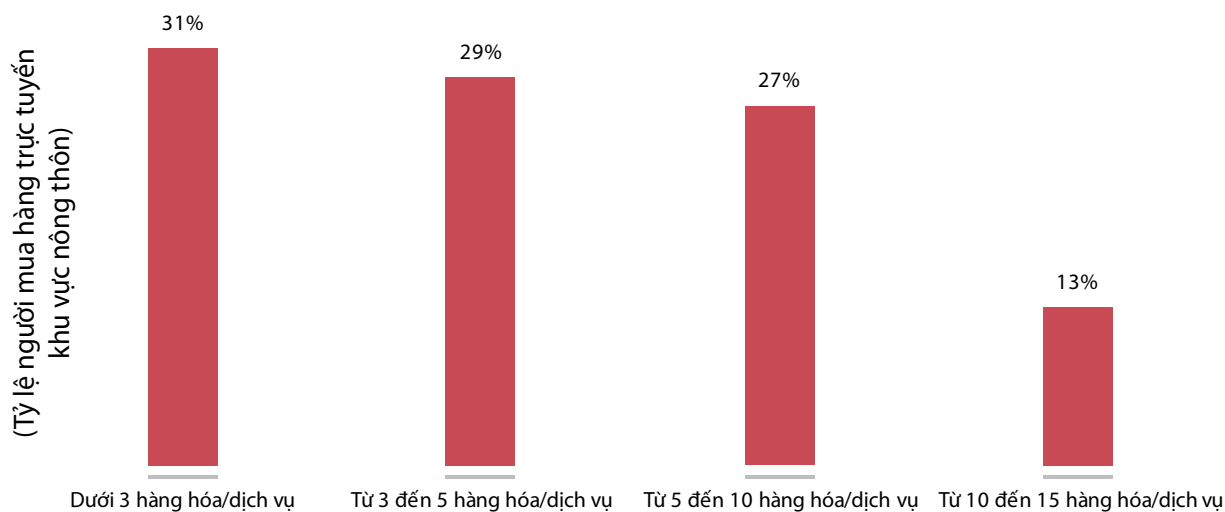
#### 4. Hình thức mua hàng thường được sử dụng



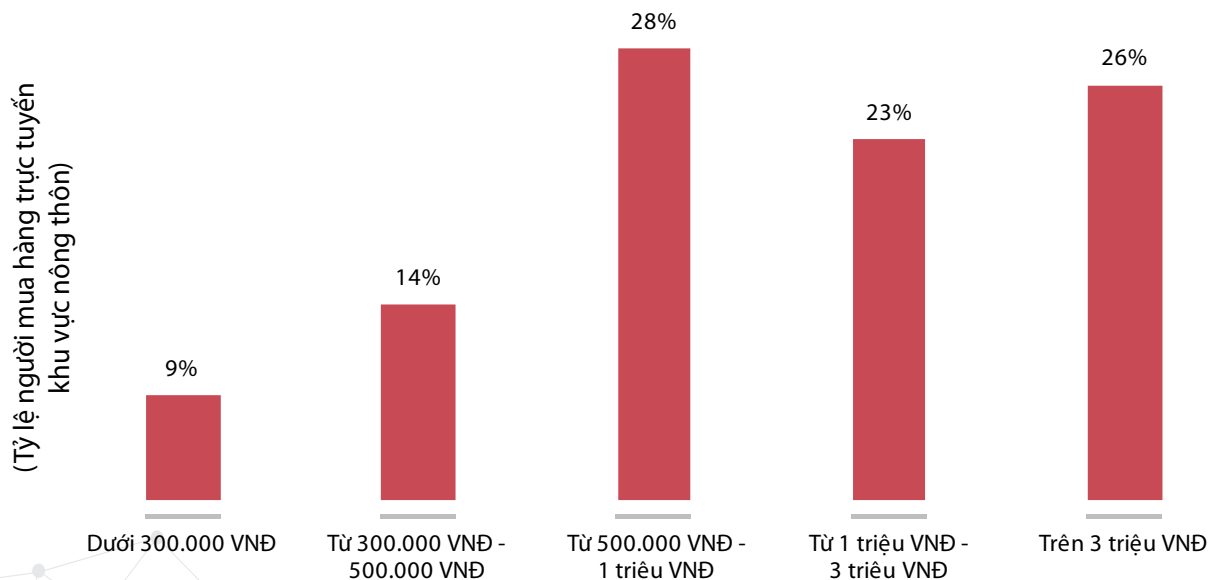
#### 5. Hình thức thanh toán hàng hóa/dịch vụ thường được sử dụng



## 6. Ước tính số lượng hàng hóa/dịch vụ cá nhân đã mua trong năm 2018

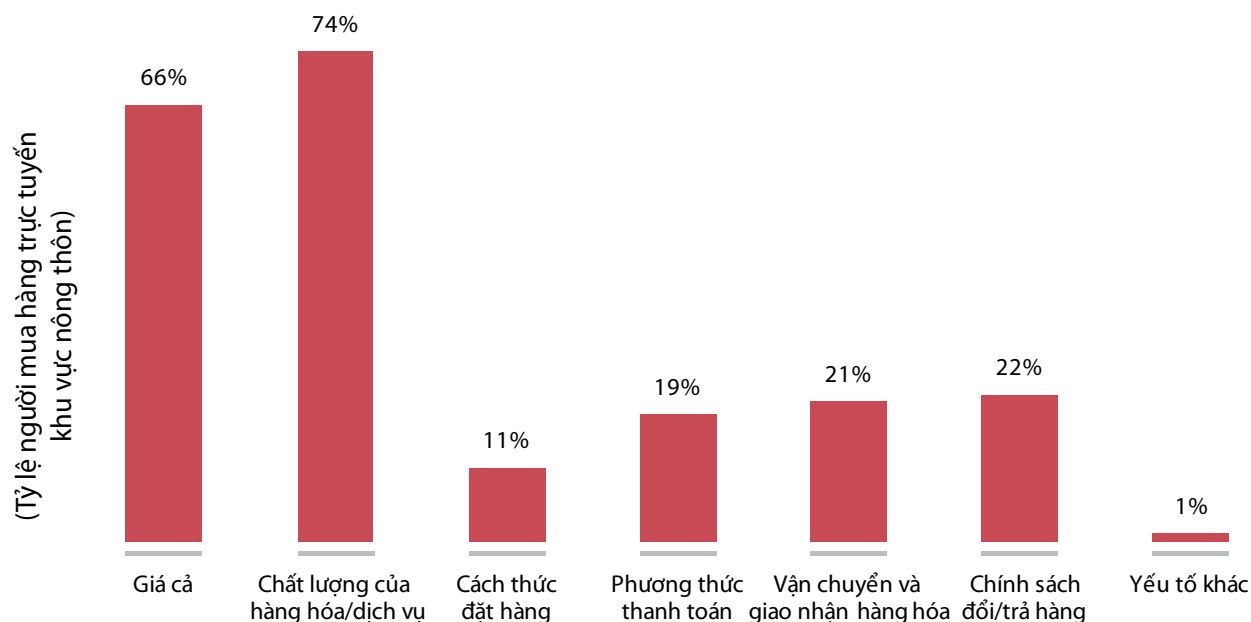


## 7. Ước tính giá trị mua hàng qua mạng trong năm 2018

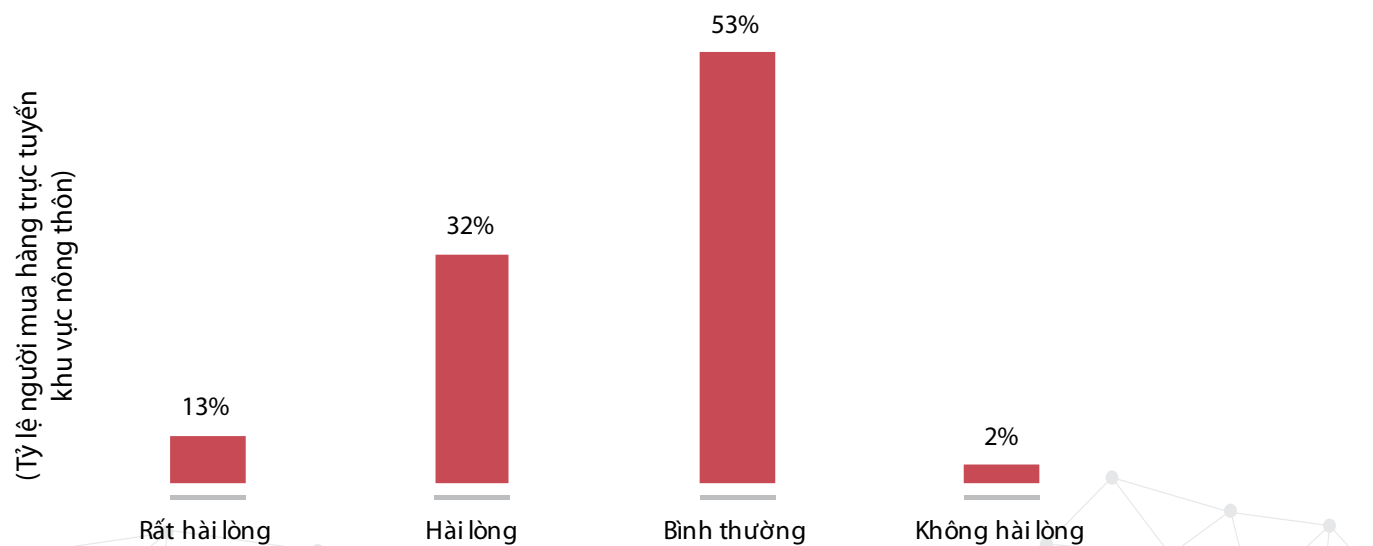




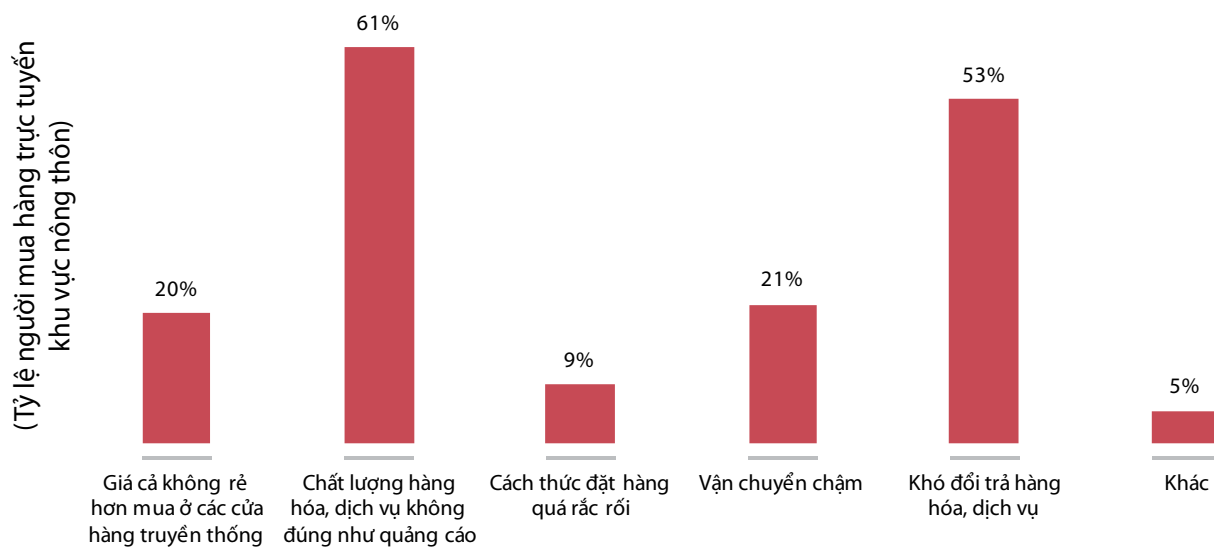
## 8. Yếu tố người tiêu dùng quan tâm khi mua hàng trên mạng



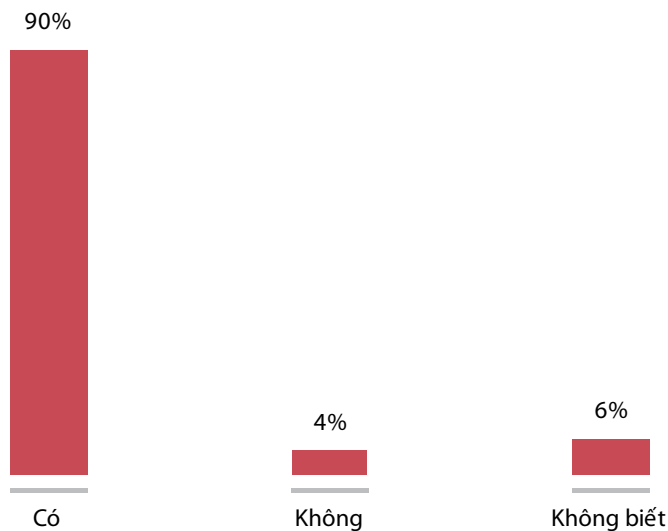
## 9. Mức độ hài lòng khi mua hàng qua mạng



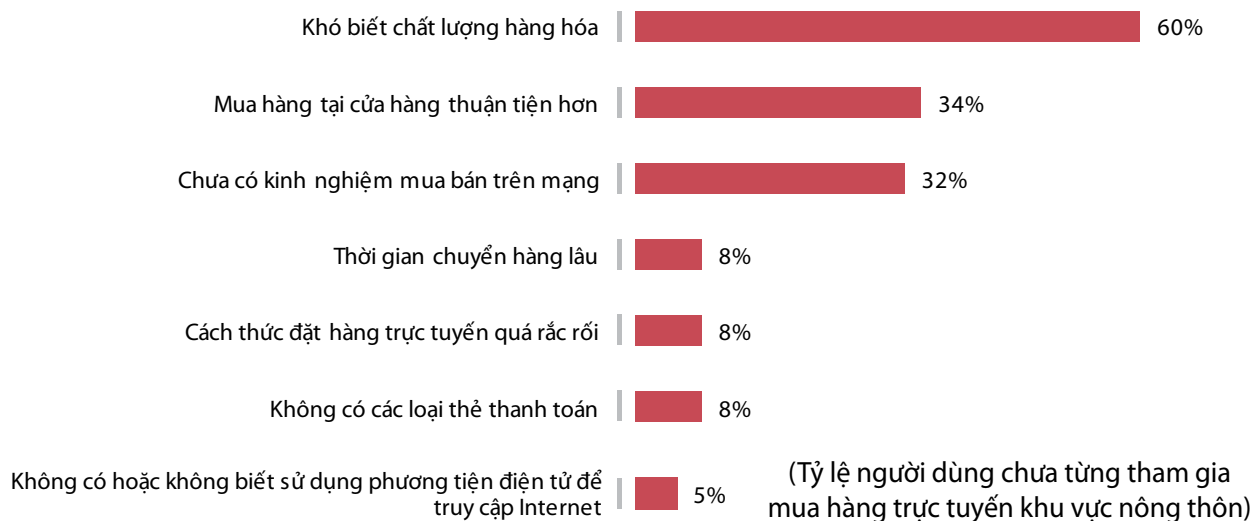
## 10. Lý do người tiêu dùng không hài lòng khi mua hàng qua mạng



## 11. Tỷ lệ người tiêu dùng tiếp tục mua hàng trong tương lai

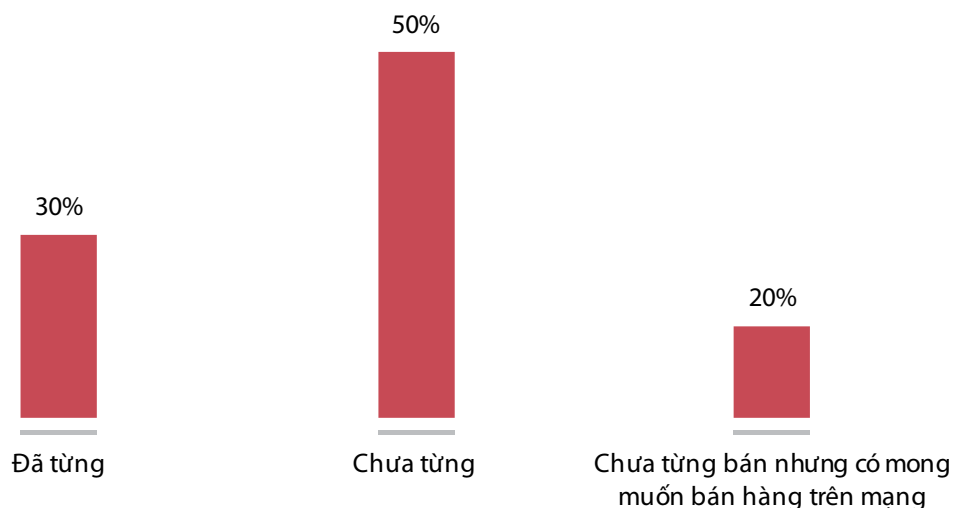


## 12. Lý do người tiêu dùng chưa từng tham gia mua sắm trực tuyến

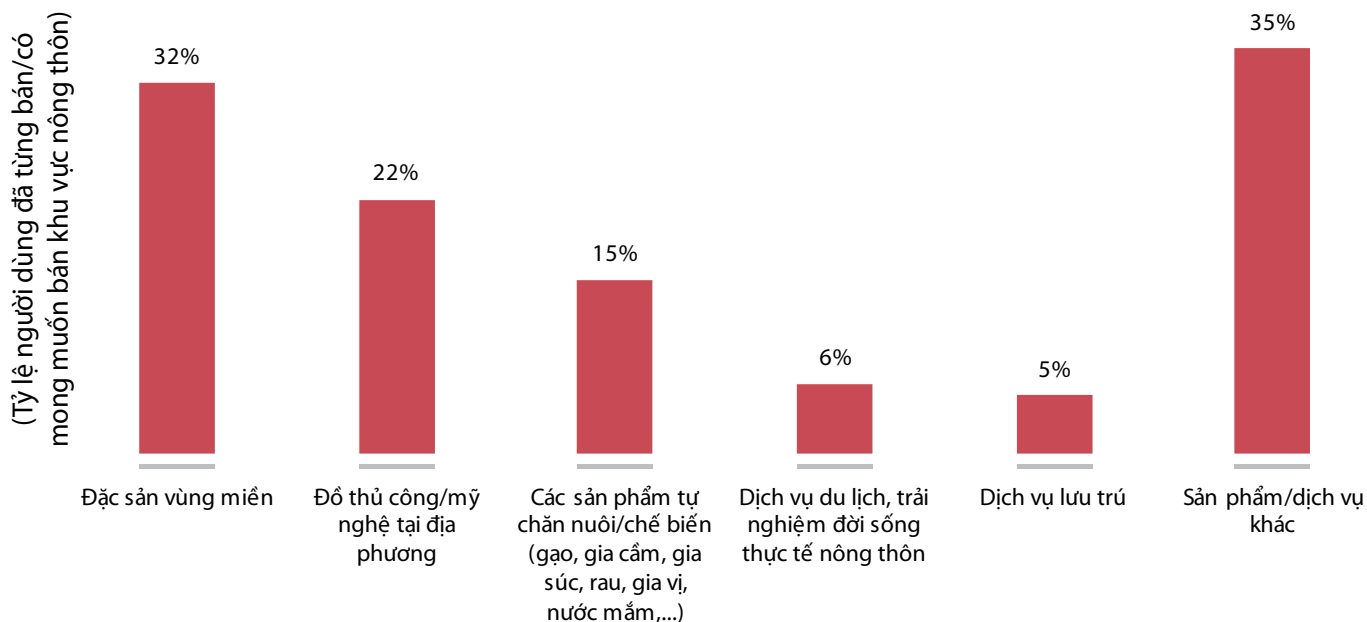


## IV. NHU CẦU BÁN HÀNG QUA MẠNG

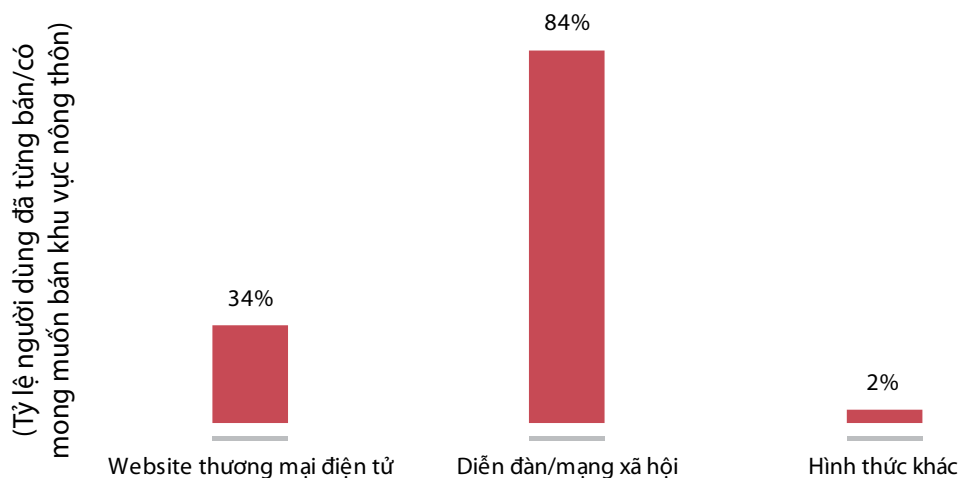
### 1. Tỷ lệ người truy cập Internet từng bán hàng qua mạng ít nhất một lần/năm



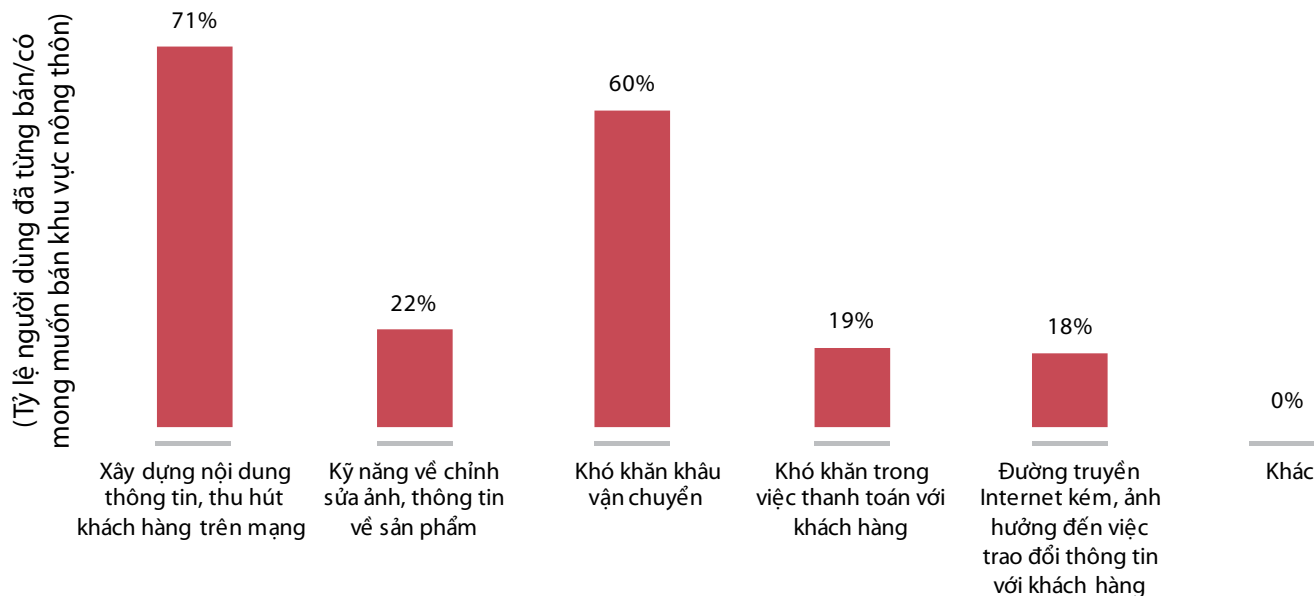
## 2. Loại hàng hóa/dịch vụ người dân có nhu cầu bán



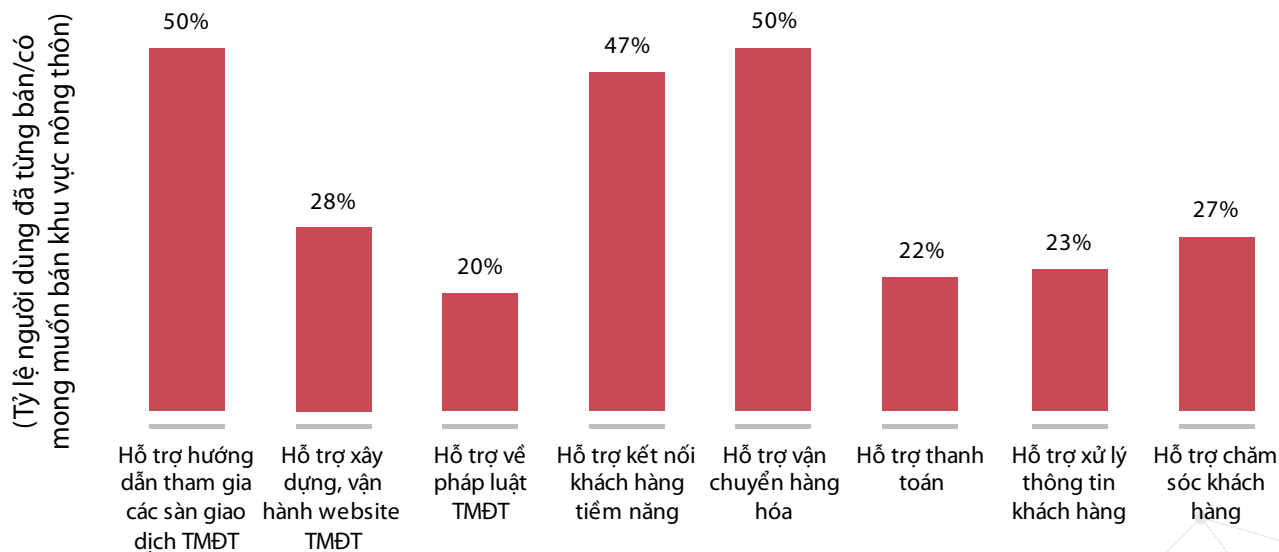
## 3. Phương thức bán hàng được người dân ưu tiên



#### 4. Các khó khăn khi bán hàng trên mạng



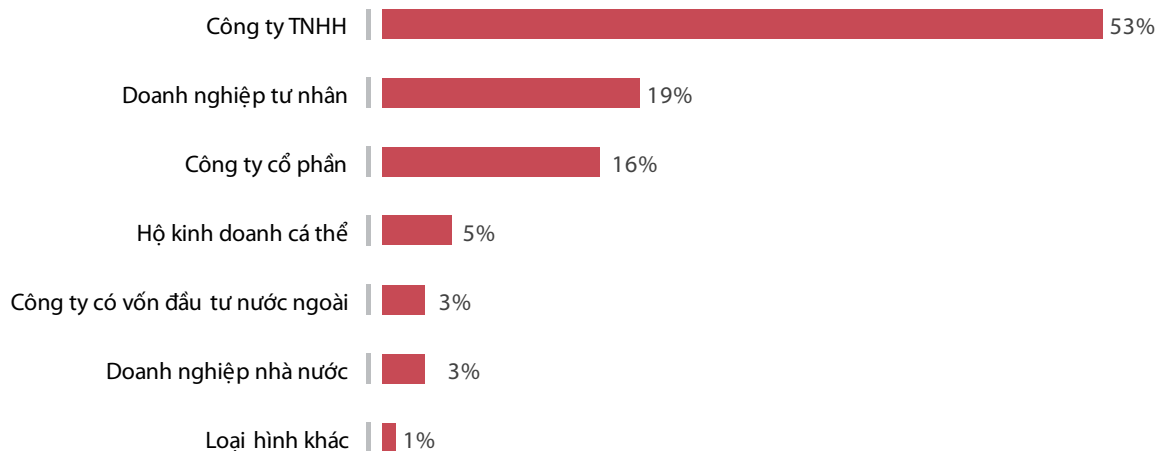
#### 5. Loại hỗ trợ người dân cần khi tham gia bán hàng trên mạng



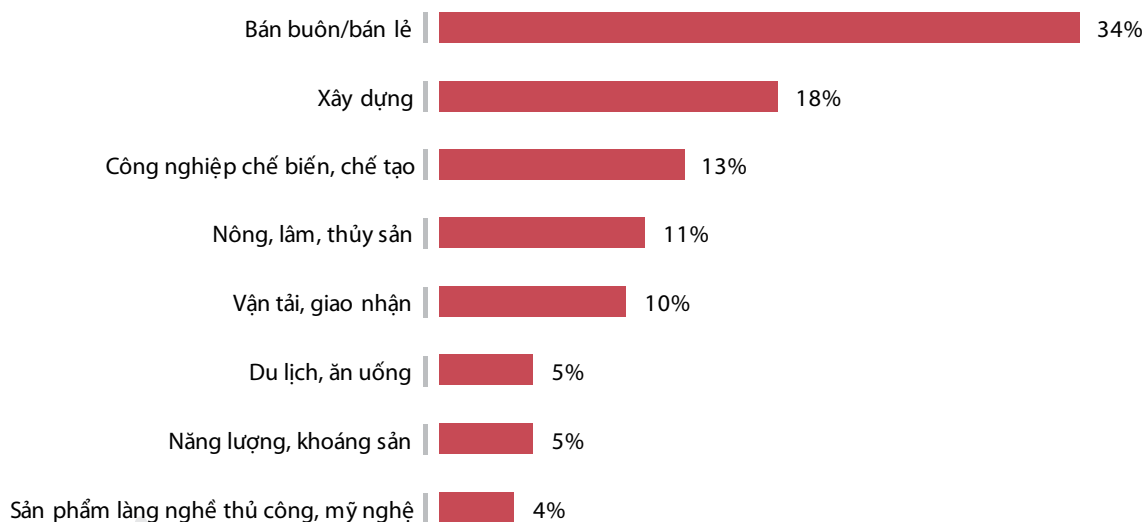
## B. KHẢO SÁT DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN<sup>31</sup>

### I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP

#### 1. Loại hình doanh nghiệp

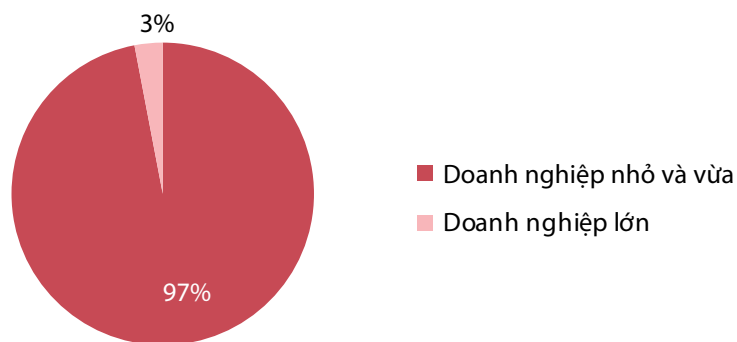


#### 2. Lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp

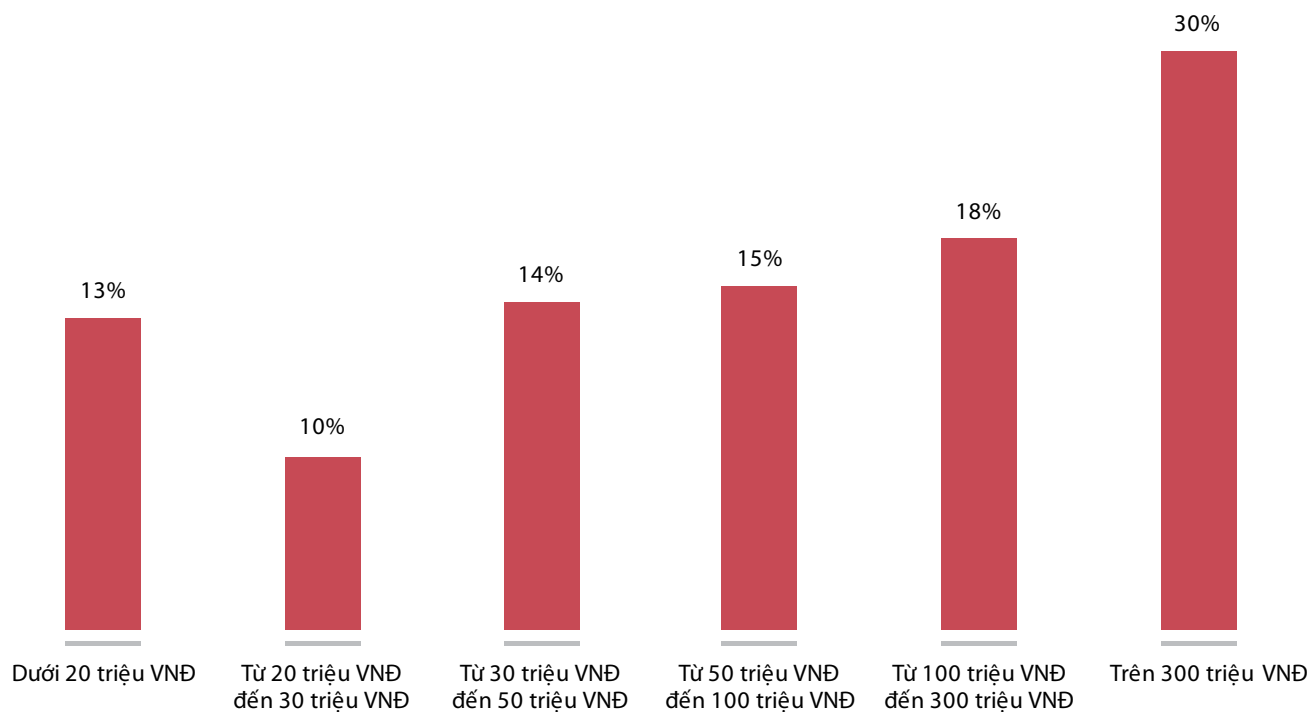


<sup>31</sup> Số liệu trong phần B được tổng hợp từ kết quả khảo sát 1.041 doanh nghiệp khu vực nông thôn. Hình thức khảo sát là điện phiếu trực tiếp.

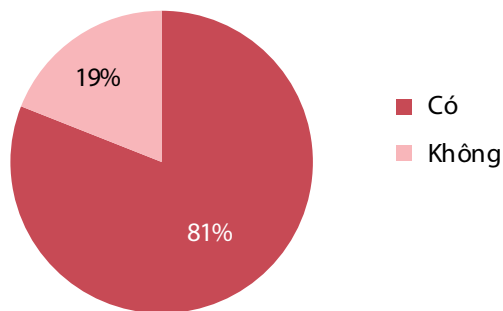
### 3. Quy mô doanh nghiệp



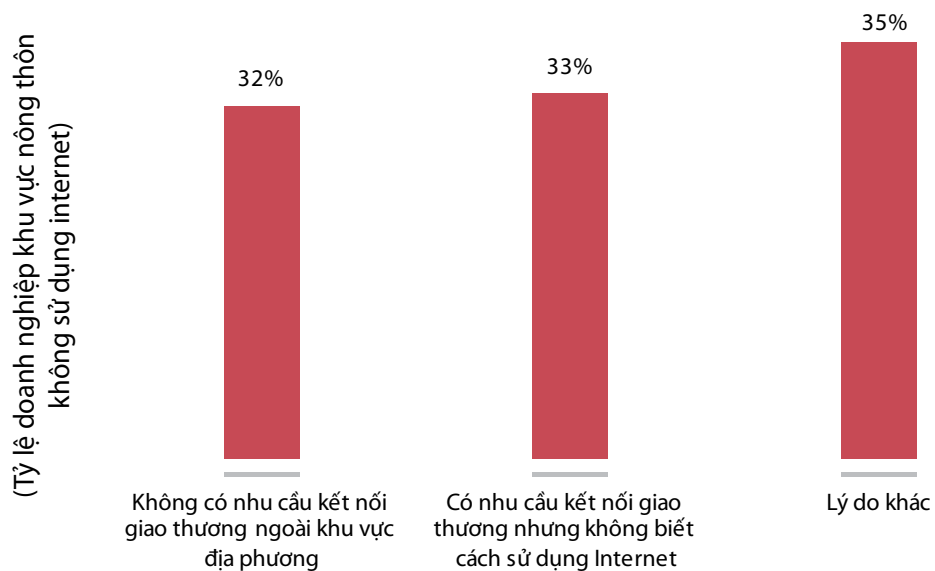
### 4. Doanh thu trung bình hàng tháng



## 5. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng Internet trong hoạt động kinh doanh



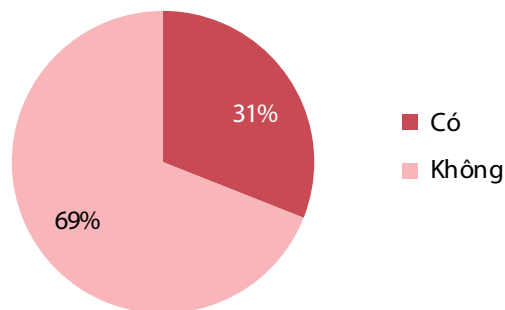
## 6. Lý do doanh nghiệp không dùng Internet



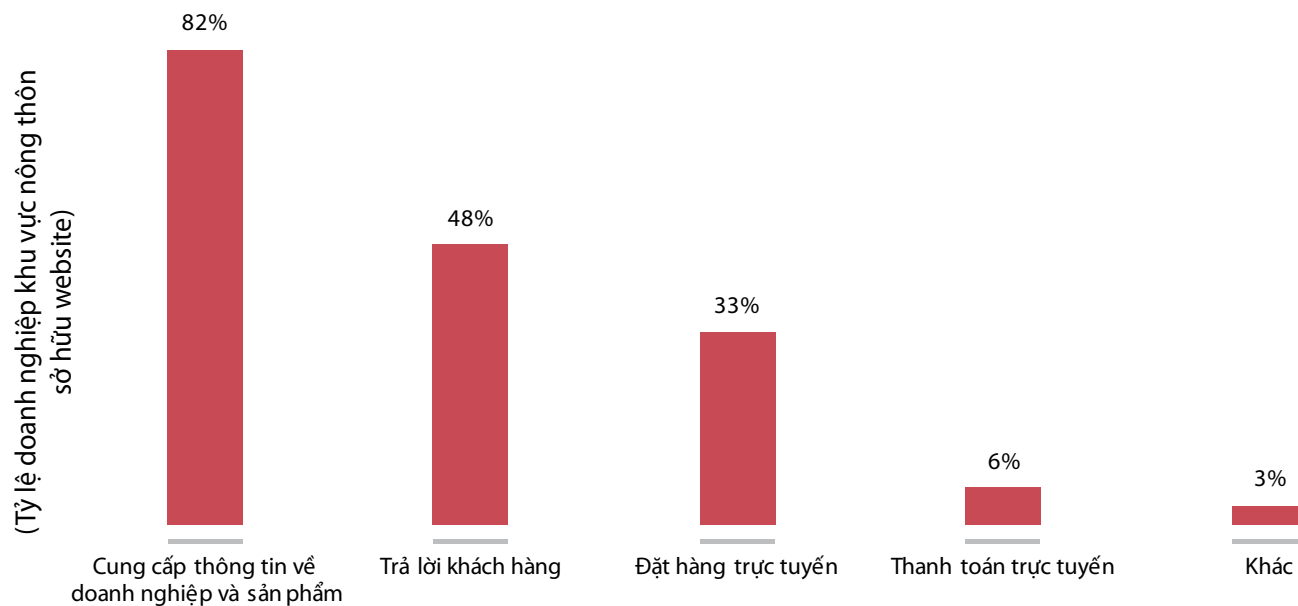


## II. TÌNH HÌNH VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN

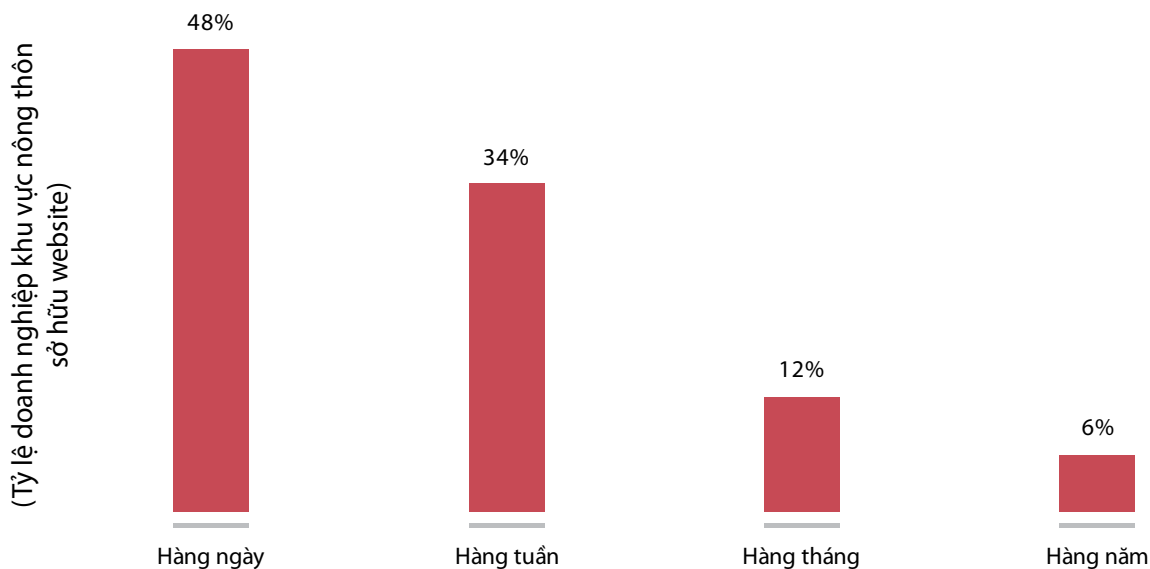
### 1. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website TMĐT



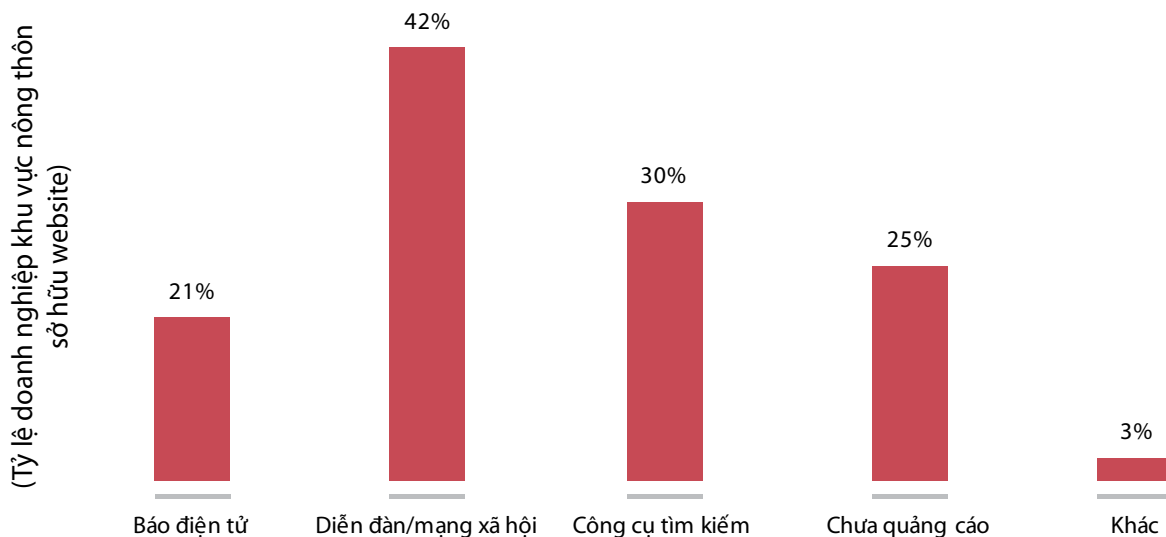
### 2. Các chức năng trên website TMĐT của doanh nghiệp



### 3. Tần suất cập nhật thông tin trên website TMĐT của doanh nghiệp

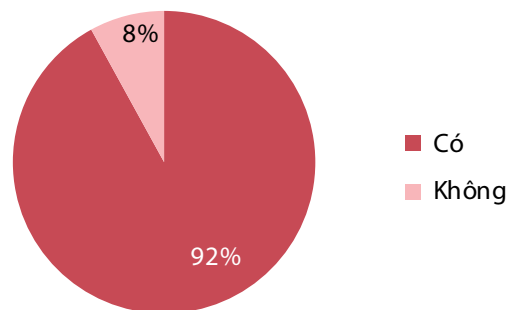


### 4. Các phương tiện quảng cáo website TMĐT của doanh nghiệp

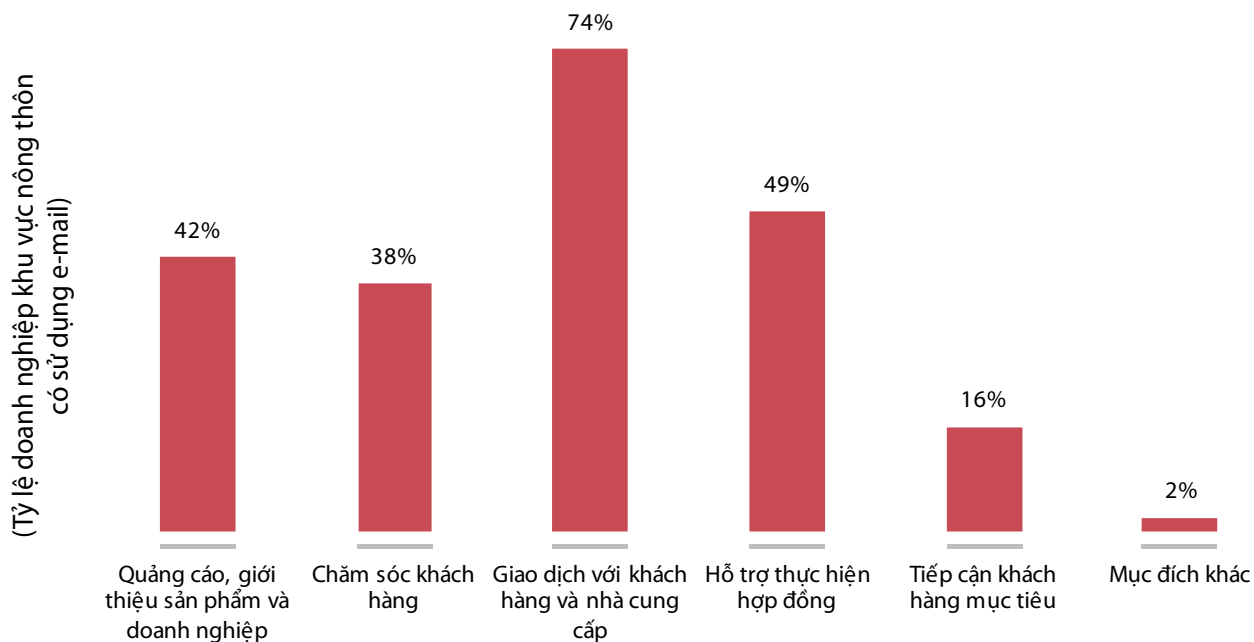


### III. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN

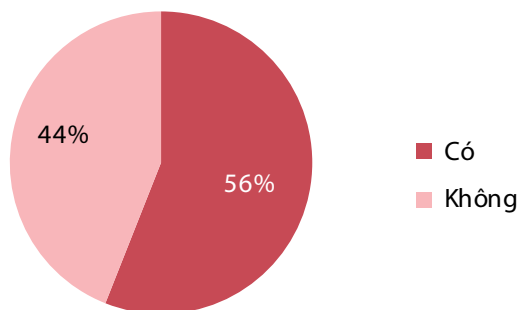
#### 1. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng Internet dùng e-mail trong công việc



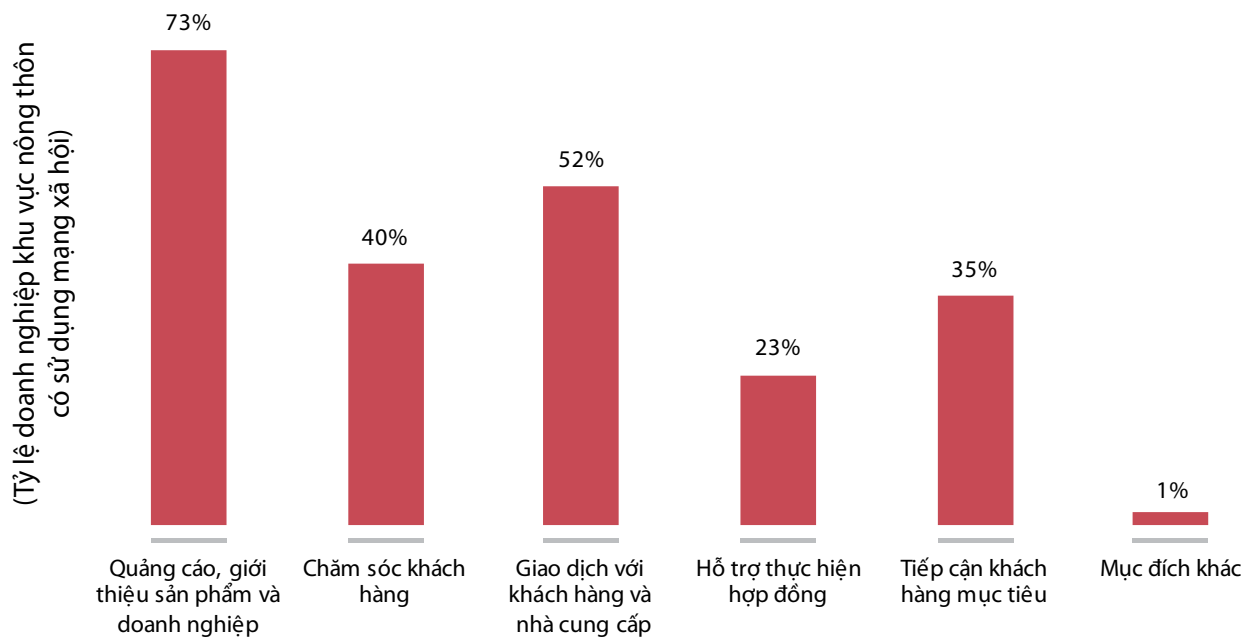
#### 2. Mục đích sử dụng e-mail của doanh nghiệp



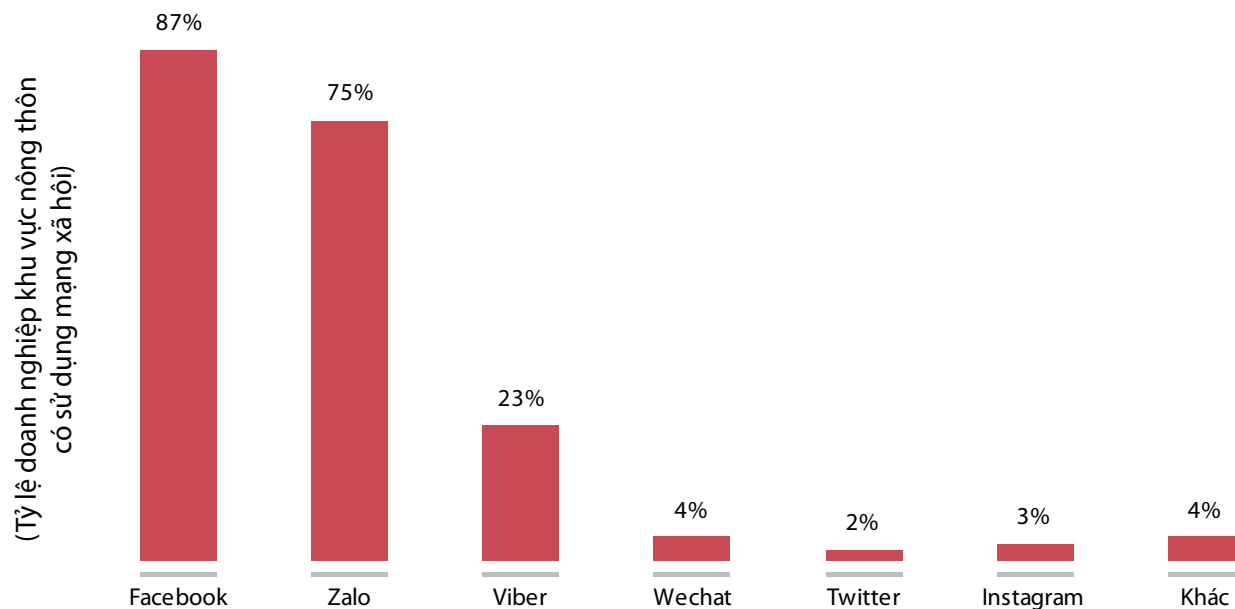
### 3. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng mạng xã hội trong kinh doanh



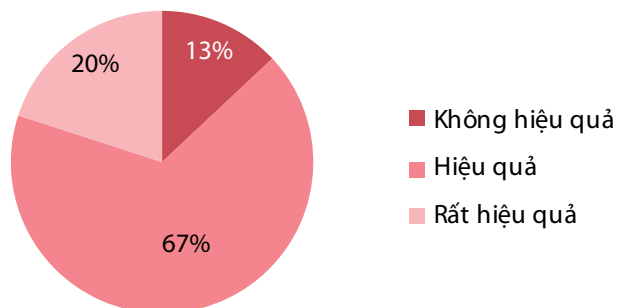
### 4. Mục đích sử dụng mạng xã hội của doanh nghiệp



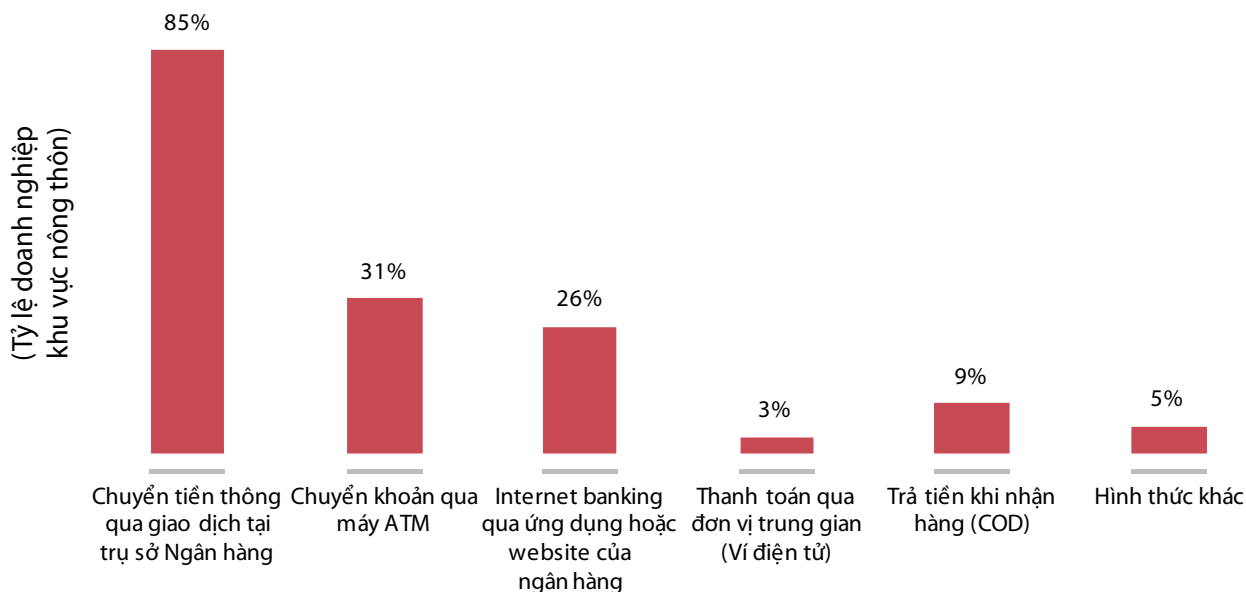
## 5. Loại hình mạng xã hội doanh nghiệp sử dụng



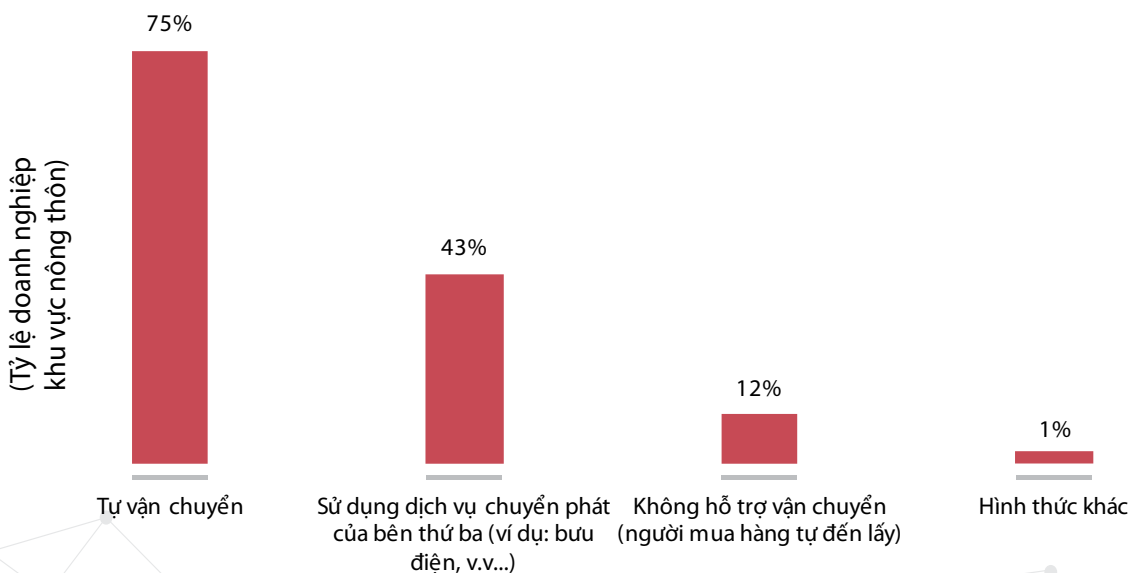
## 6. Doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của việc sử dụng mạng xã hội trong kinh doanh



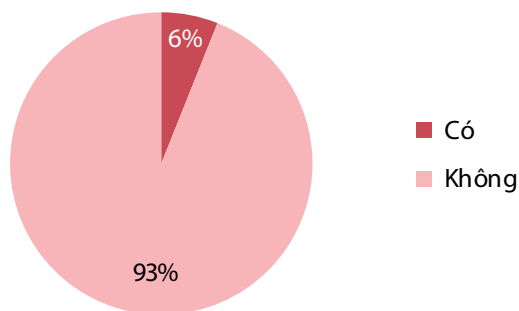
## 7. Loại hình thanh toán được doanh nghiệp sử dụng trong kinh doanh



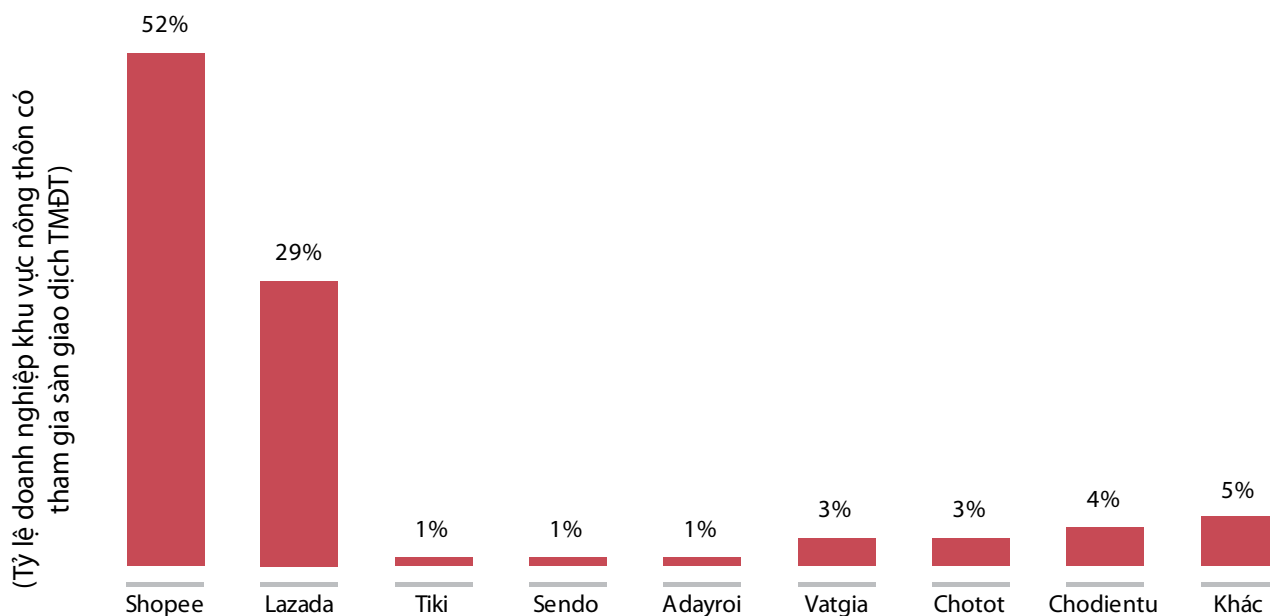
## 8. Hình thức vận chuyển doanh nghiệp sử dụng



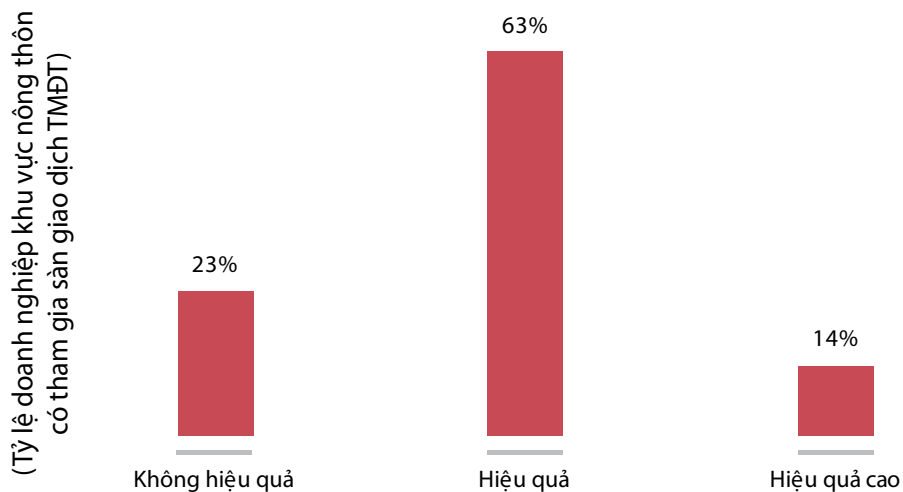
## 9. Tỷ lệ doanh nghiệp có tham gia sàn giao dịch TMĐT



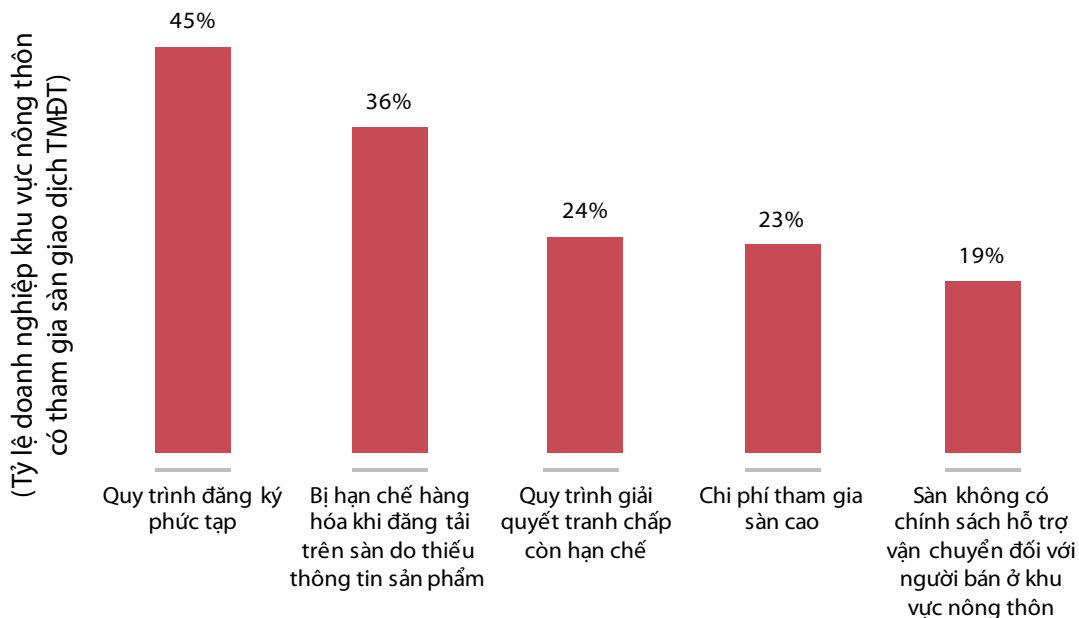
## 10. Danh sách các sàn giao dịch TMĐT doanh nghiệp tham gia



## 11. Doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của việc bán hàng qua sàn giao dịch TMĐT

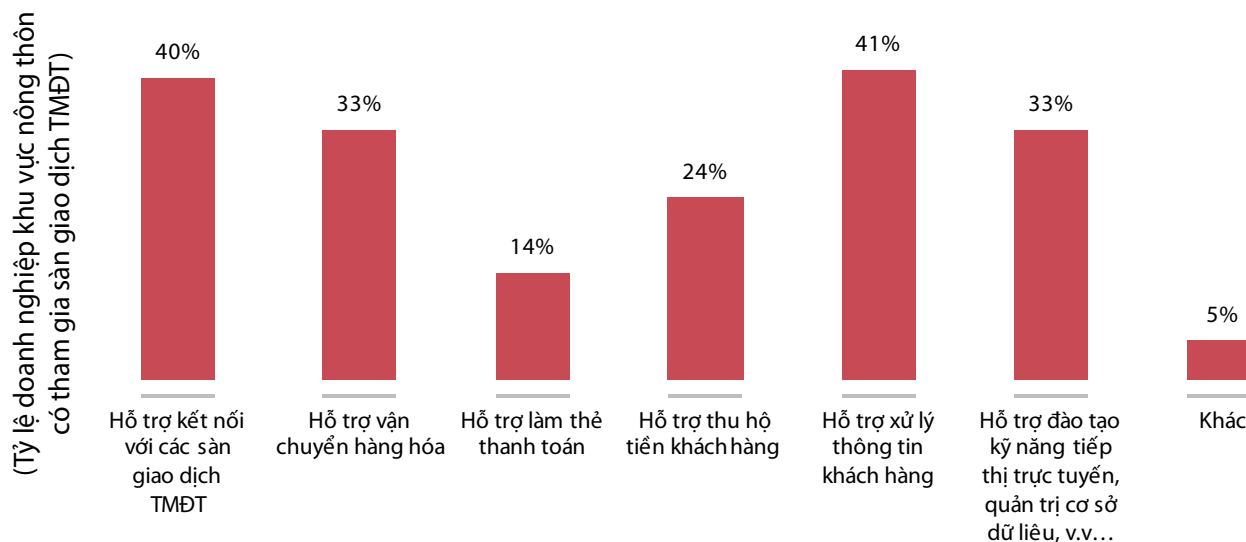


## 12. Khó khăn khi tham gia sàn giao dịch TMĐT



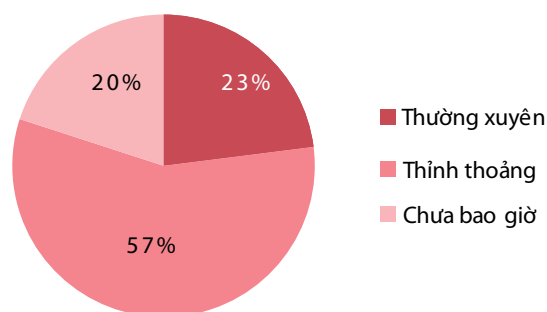


### 13. Hình thức ưu tiên doanh nghiệp mong muốn được hỗ trợ khi bán hàng trên website/ sàn giao dịch TMĐT

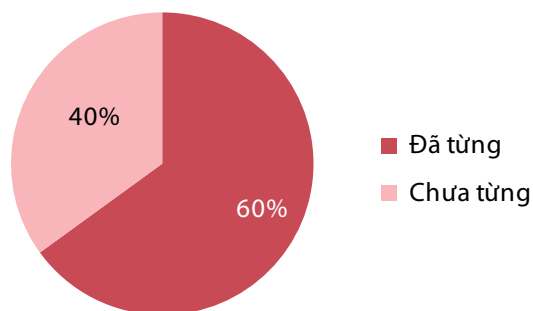


## IV. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP KHU VỰC NÔNG THÔN

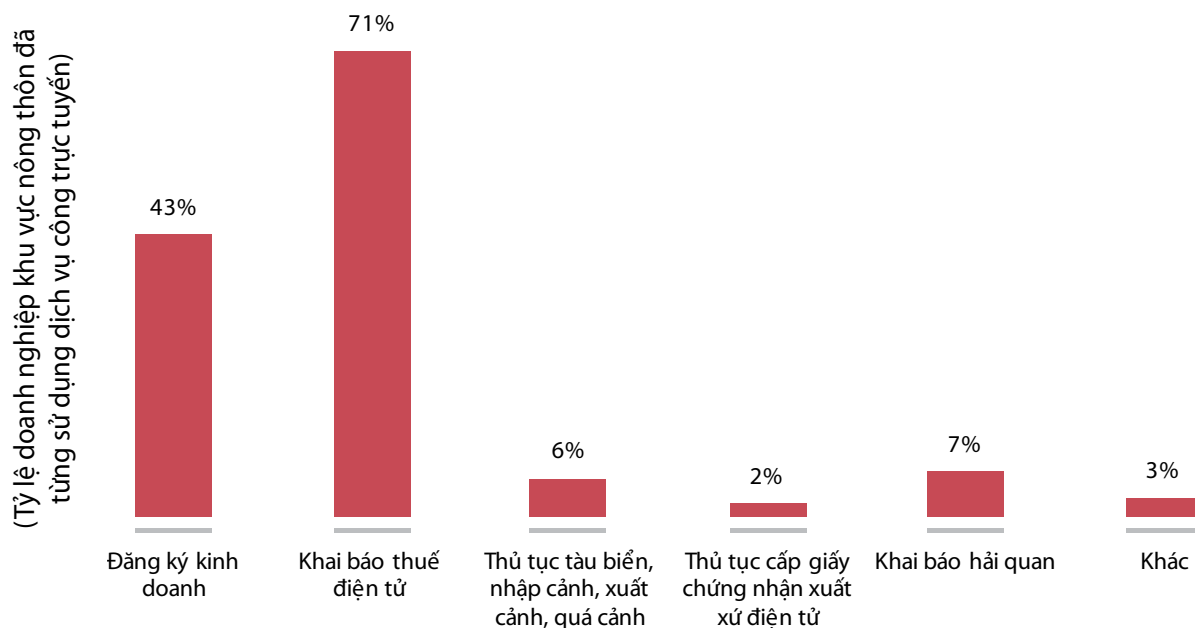
### 1. Tần suất tra cứu thông tin trên website của cơ quan nhà nước của doanh nghiệp



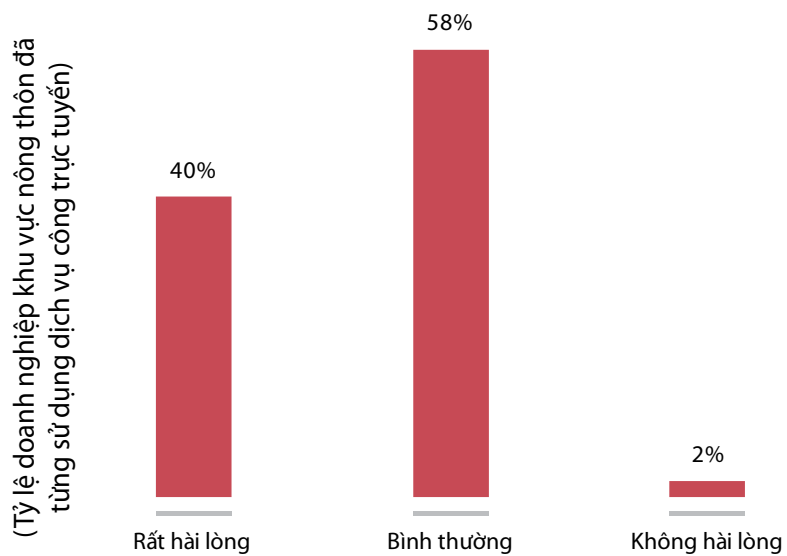
## 2. Tỷ lệ doanh nghiệp đã từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất 1 lần/ năm



## 3. Các loại dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp từng sử dụng



#### 4. Mức độ hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến





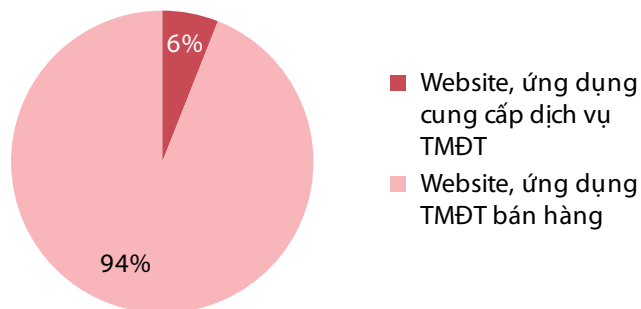
# CHƯƠNG 5

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

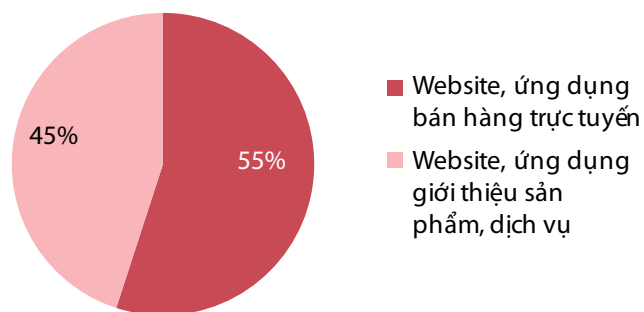


## I. THÔNG TIN CHUNG<sup>32</sup>

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



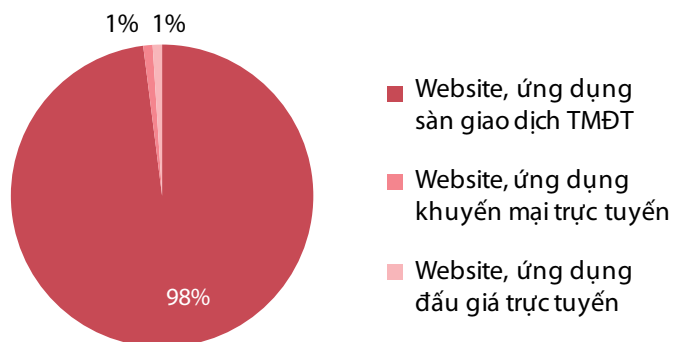
#### 1.1. Phân loại website, ứng dụng TMĐT bán hàng<sup>33</sup>



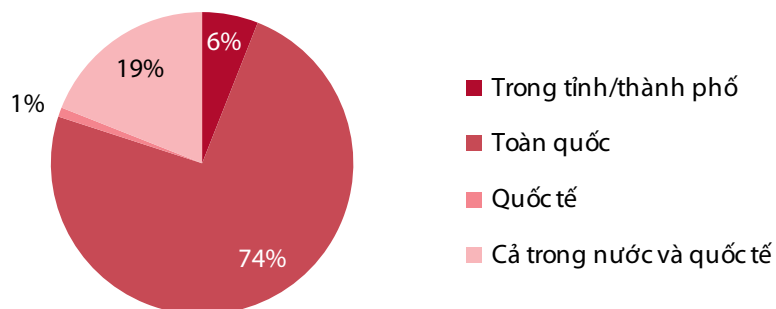
<sup>32</sup> Số liệu trong chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 5.636 thương nhân, tổ chức sở hữu website, ứng dụng thương mại điện tử trên phạm vi cả nước. Hình thức khảo sát là điện phiếu trực tiếp.

<sup>33</sup> Website, ứng dụng TMĐT bán hàng bao gồm website, ứng dụng bán hàng trực tuyến và website, ứng dụng giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, trong đó: website, ứng dụng bán hàng trực tuyến là website, ứng dụng có các tính năng đặt hàng theo mẫu, chat trực tuyến, giỏ hàng, v.v...

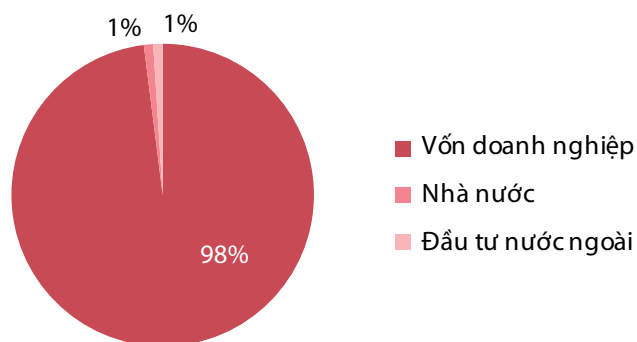
## 1.2. Phân loại website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



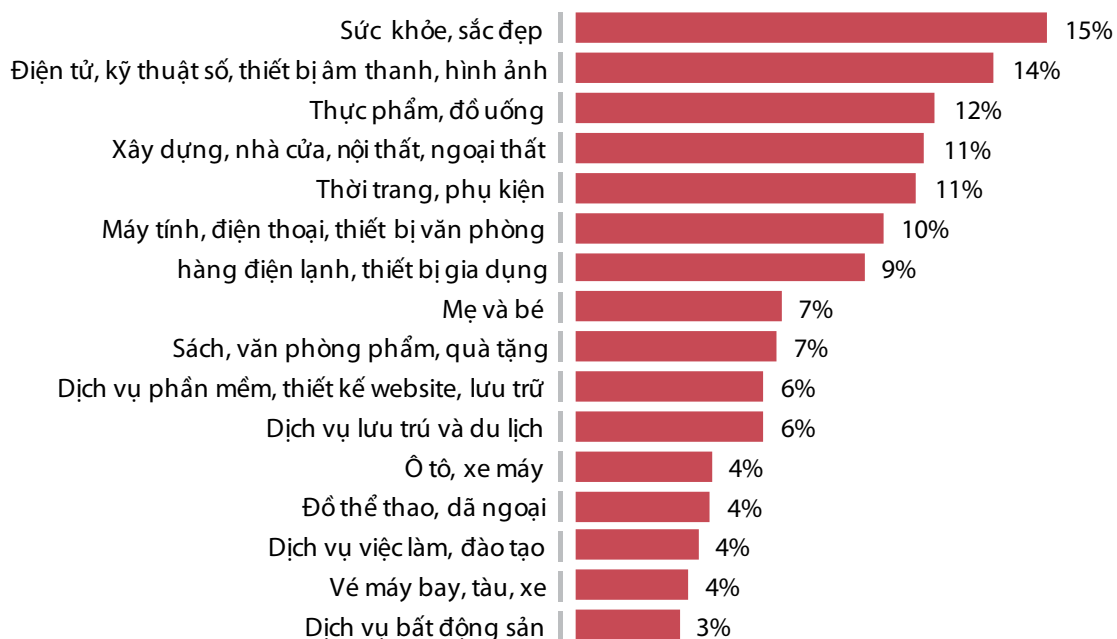
## 2. Phạm vi kinh doanh của website, ứng dụng di động



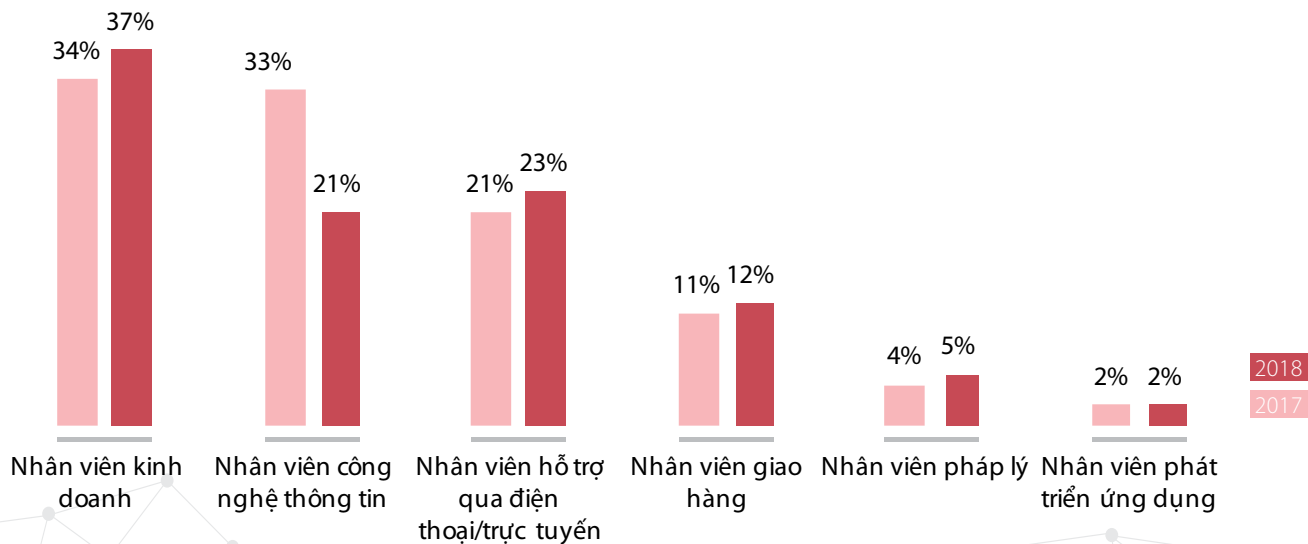
## 3. Nguồn vốn đầu tư cho website, ứng dụng di động



#### 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

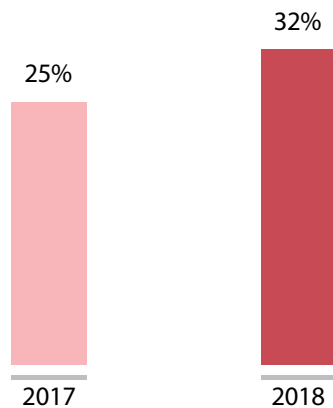




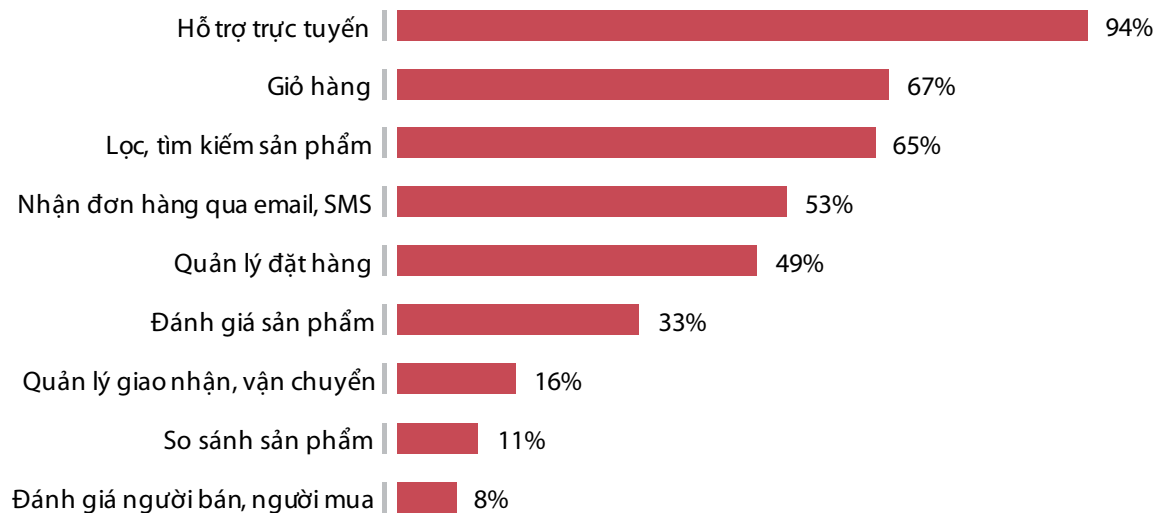
## II. TÍNH NĂNG VÀ DỊCH VỤ HỖ TRỢ TRÊN WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

### 1. Các tiện ích và công cụ hỗ trợ

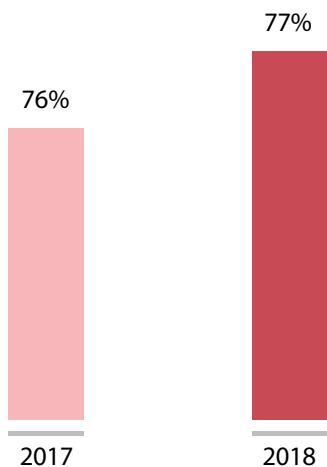
#### 1.1. Tỷ lệ website, ứng dụng di động yêu cầu khách hàng đăng ký thành viên



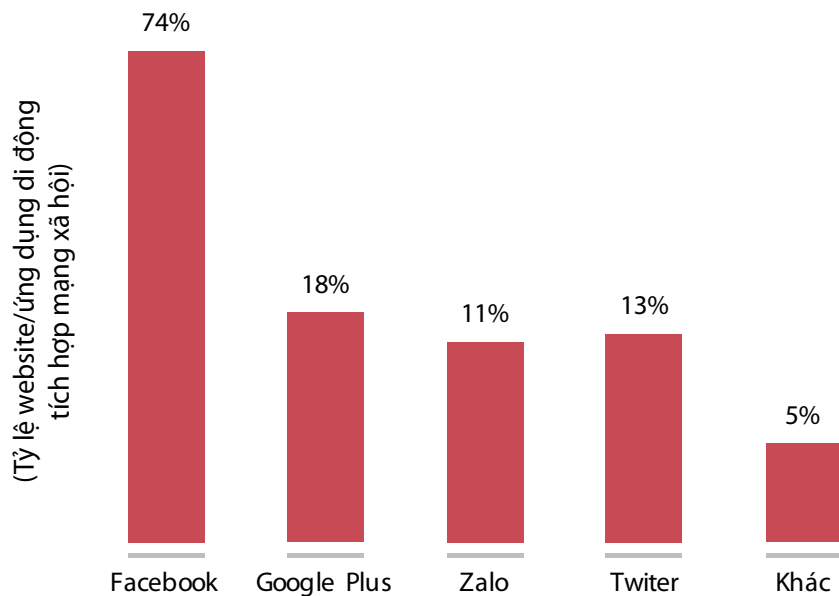
#### 1.2. Các tiện ích được cung cấp trên website, ứng dụng di động



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

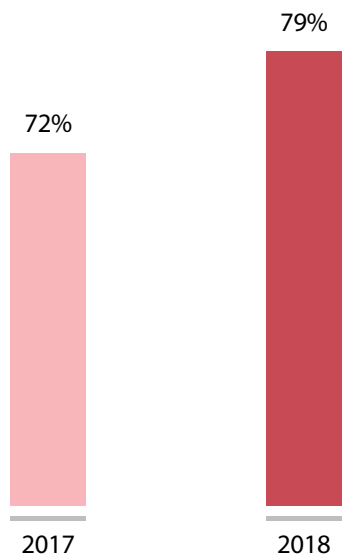


### 1.4. Các trang mạng xã hội phổ biến được tích hợp trên website, ứng dụng di động

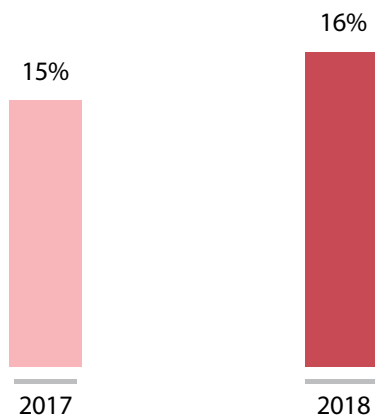


## 2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động

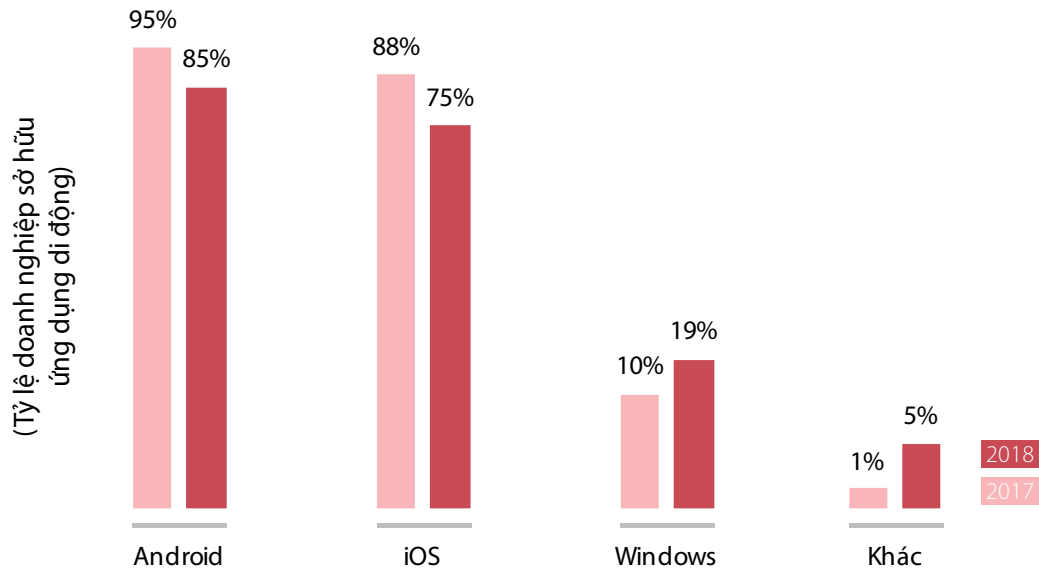
### 2.1. Tỷ lệ website có phiên bản tương thích với thiết bị di động



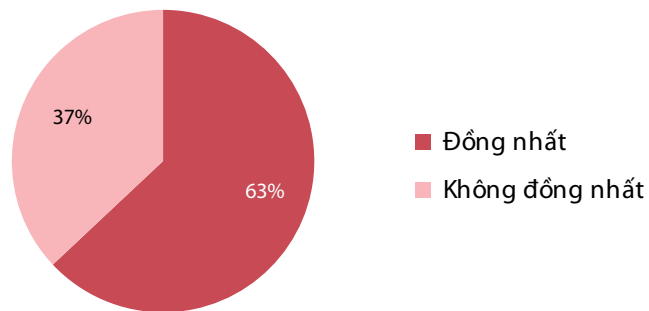
### 2.2. Tỷ lệ doanh nghiệp TMĐT sở hữu ứng dụng di động



### 2.3. Hệ điều hành của ứng dụng

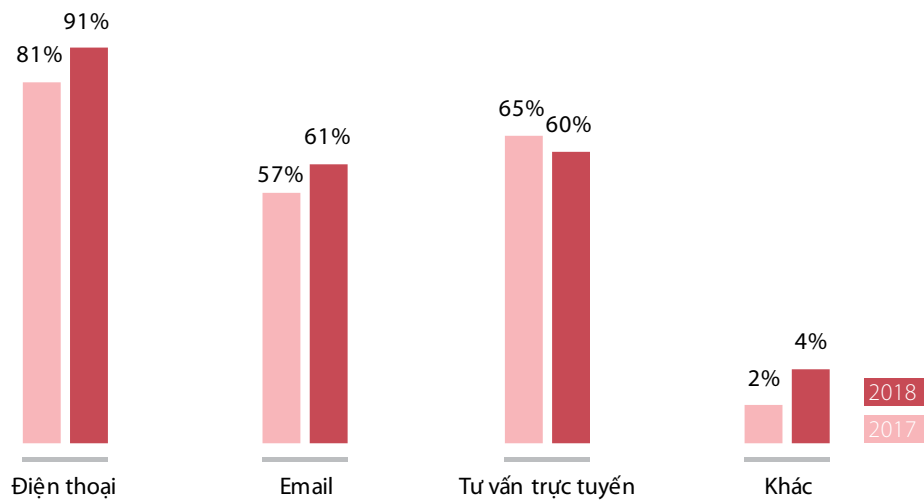


### 2.4. Tỷ lệ ứng dụng đồng nhất với nội dung của website

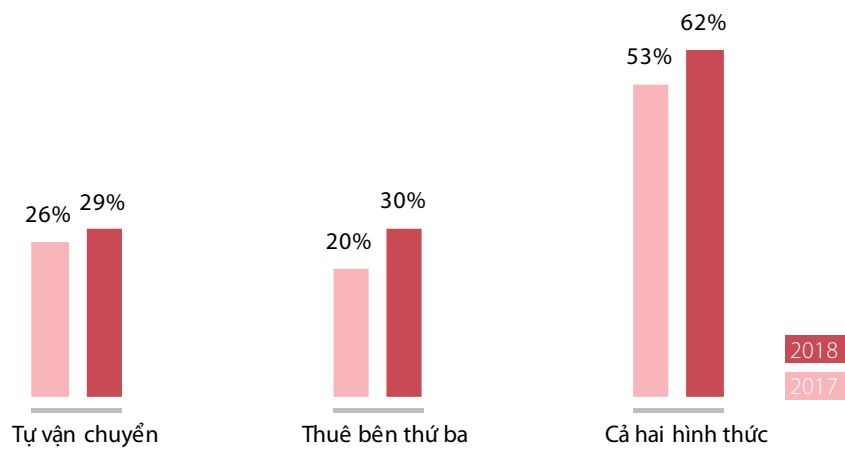


### 3. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ

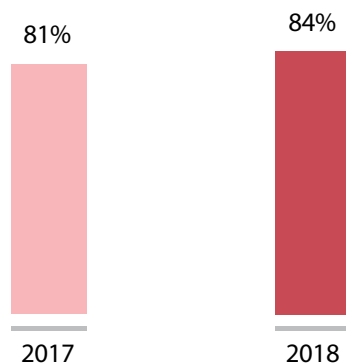
#### 3.1. Các công cụ hỗ trợ khách hàng thường sử dụng



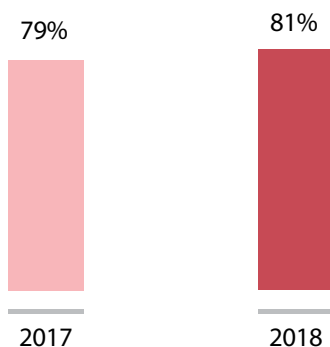
#### 3.2. Các hình thức vận chuyển, giao nhận được sử dụng



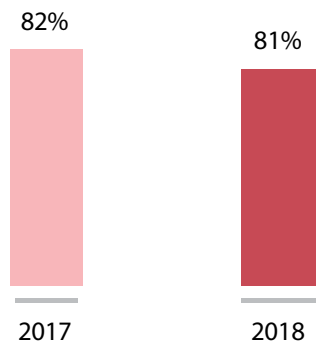
### 3.3. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có chính sách bảo hành đối với hàng hóa, dịch vụ



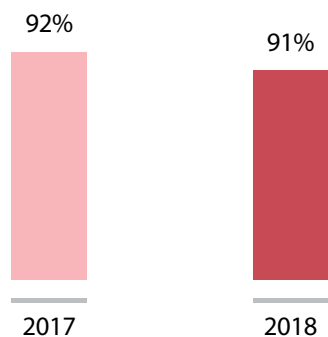
### 3.4. Tỷ lệ website, ứng dụng TMĐT có chính sách đổi, trả hàng và hoàn tiền



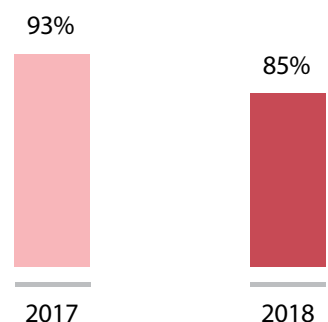
### 3.5. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có chính sách giải quyết tranh chấp, khiếu nại



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

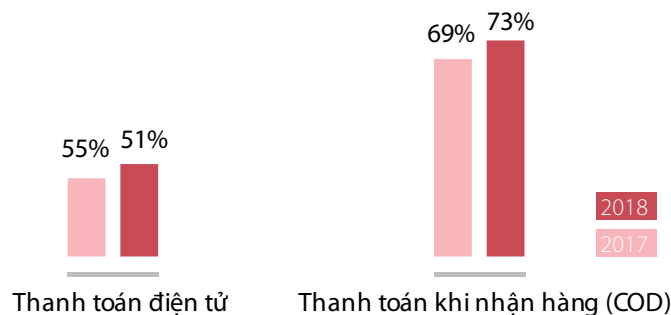


### 3.8. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có biện pháp bảo đảm an toàn thông tin



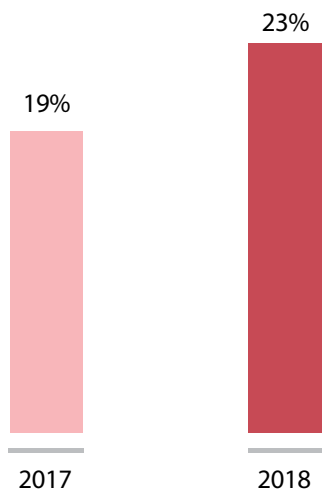
## 4. Các hình thức thanh toán

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

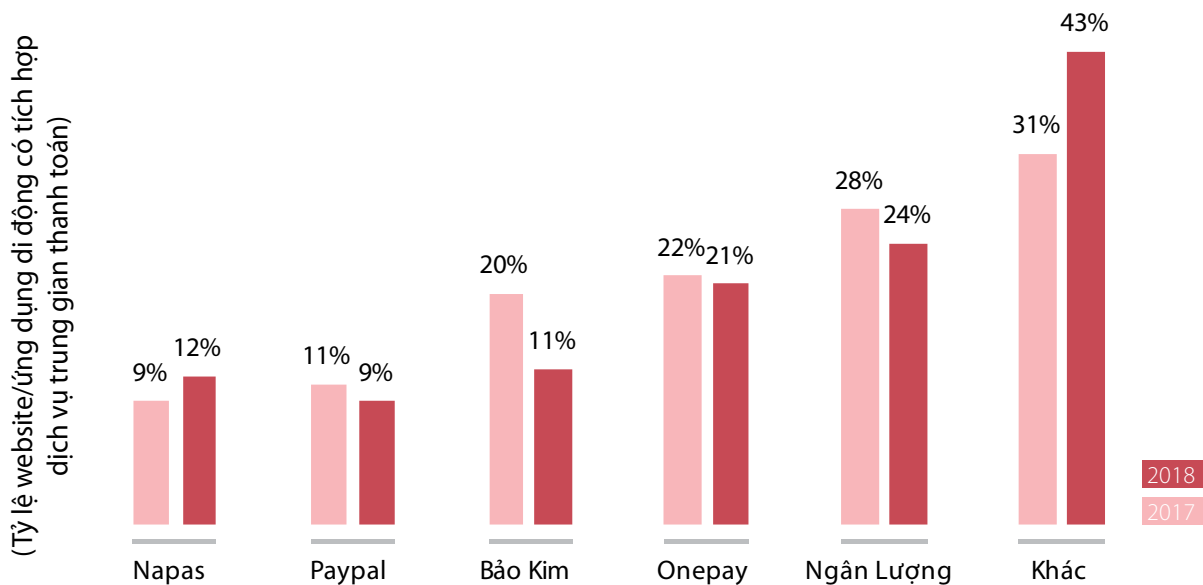


<sup>34</sup> Thanh toán điện tử là hình thức thanh toán bao gồm: chuyển khoản, thẻ thanh toán quốc tế, ví điện tử, tin nhắn, thẻ cào, v.v...

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



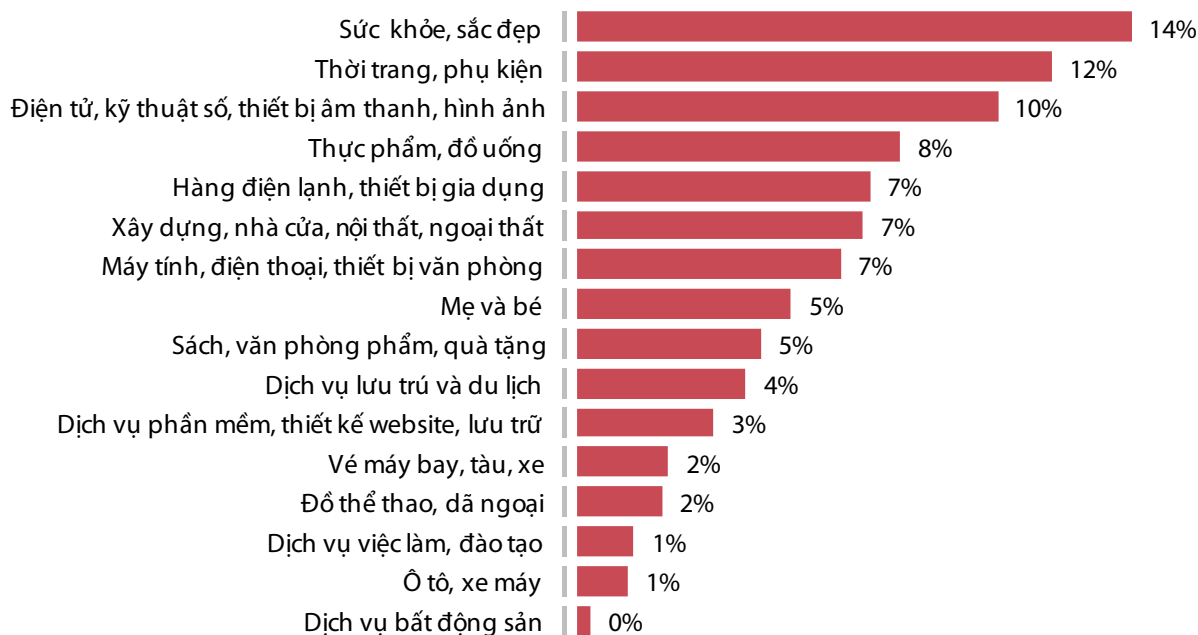
#### 4.3. Đơn vị cung cấp dịch vụ trung gian thanh toán được tích hợp trên website, ứng dụng di động



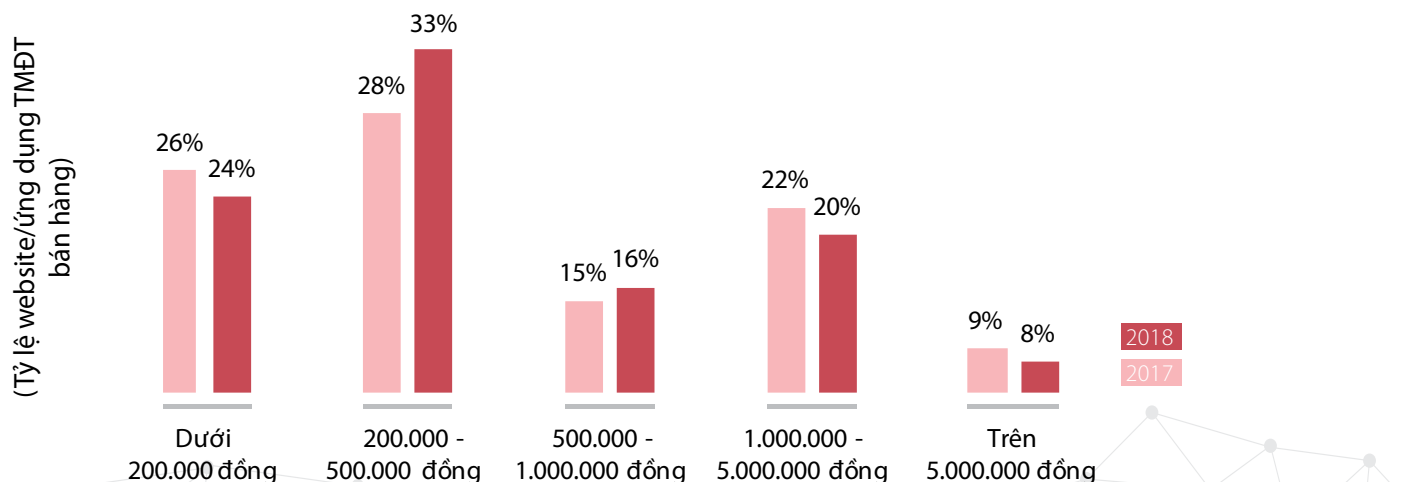


### III. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ BÁN HÀNG

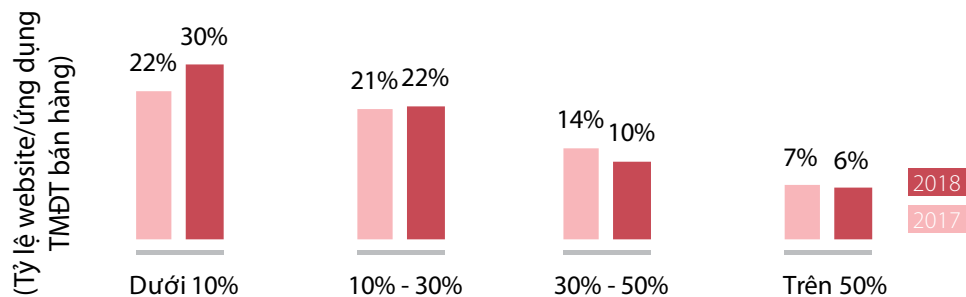
#### 1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng



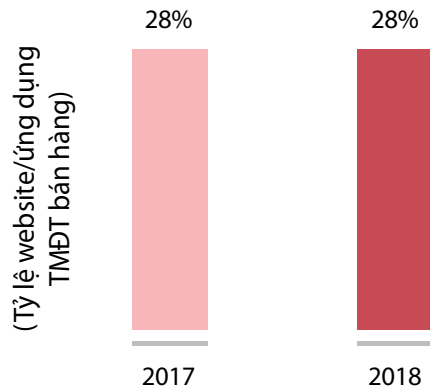
#### 2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng



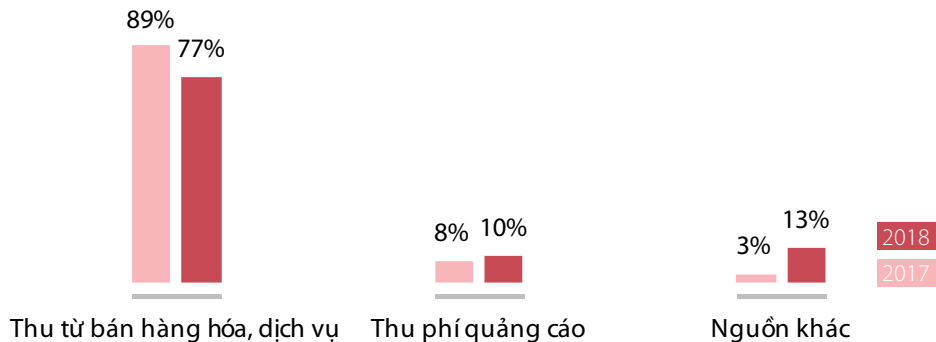
### 3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên



### 4. Tỷ lệ đơn hàng ảo trên website, ứng dụng di động

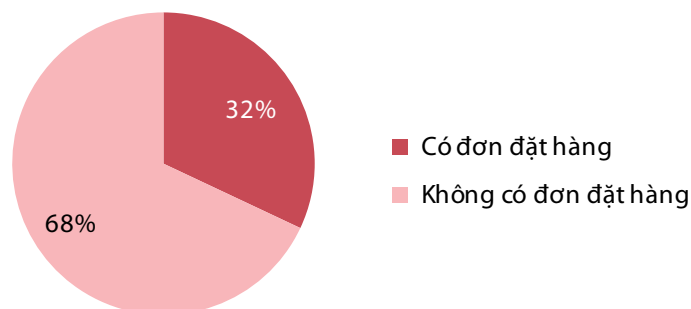


### 5. Nguồn thu chính của website, ứng dụng di động

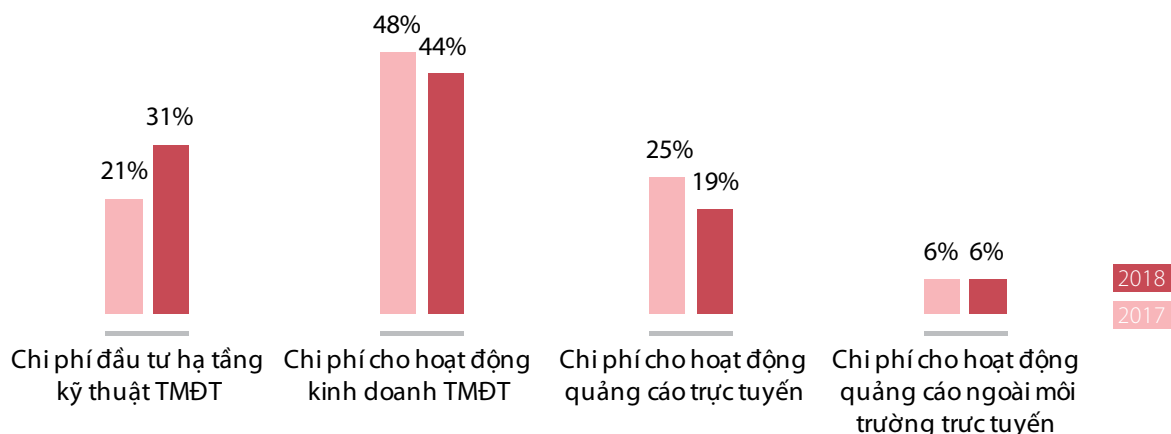


<sup>35</sup> Đơn hàng ảo là đơn hàng không xác định người mua, đơn hàng bị người mua hủy sau khi đặt hàng, đơn hàng người mua không tiến hành xác nhận.

## 6. Tỷ lệ ứng dụng di động có phát sinh đơn đặt hàng<sup>36</sup>



## 7. Cơ cấu chi phí của doanh nghiệp đầu tư cho website, ứng dụng TMĐT bán hàng<sup>37</sup>



## 8. Hiệu quả kinh doanh

### 8.1 Doanh thu website, ứng dụng TMĐT bán hàng

Năm	Số lượng website, ứng dụng <sup>38</sup>	Ước tính doanh thu (tỷ đồng)
2017	1.492	23.196
2018	2.294	27.584

<sup>36</sup> Tỷ lệ ứng dụng di động có đơn đặt hàng trong tổng số ứng dụng di động

<sup>37</sup> Chi phí của doanh nghiệp đầu tư cho website, ứng dụng di động bao gồm: chi phí đầu tư hạ tầng kỹ thuật TMĐT (nâng cấp/ đổi mới công nghệ, máy chủ, đường truyền, thiết kế website, ứng dụng); Chi phí cho hoạt động kinh doanh TMĐT (chi lương, hoa hồng, vận chuyển/giao nhận, thuê văn phòng); Chi phí cho hoạt động quảng cáo trực tuyến (quảng cáo trên Facebook/Google/YouTube, đặt banner/logo); Chi phí cho hoạt động quảng cáo ngoài môi trường trực tuyến (In ấn, tổ chức sự kiện, Hội thảo hội nghị)

<sup>38</sup> 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 hàng<sup>39</sup>

Tên đơn vị	Website
Công ty CP Đầu tư và phân phối Bình Minh	binhminhdigital.com
Công ty TNHH CJ CGV Việt Nam	cgv.vn
Công ty CP Bán lẻ kỹ thuật số FPT	fptshop.com.vn
Công ty CP Sữa Việt Nam	giacmosuaviet.com.vn
Công ty CP Máy tính Hà Nội	hanoicomputer.vn
Công ty TNHH Thương mại VHC	hc.com.vn
Công ty CP Xây dựng và đầu tư thương mại Hoàng Hà	hoanghamobile.com
Công ty TNHH Thương mại dịch vụ Phong Vũ	phongvu.vn
Công ty CP Thế giới di động	thegioididong.com
Công ty TNHH Hầy trực tuyến	tienganh123.com
Công ty CP Du lịch và tiếp thị GTVT Việt Nam	travel.com.vn
Tổng Công ty Hàng không Việt Nam	vietnamairlines.com

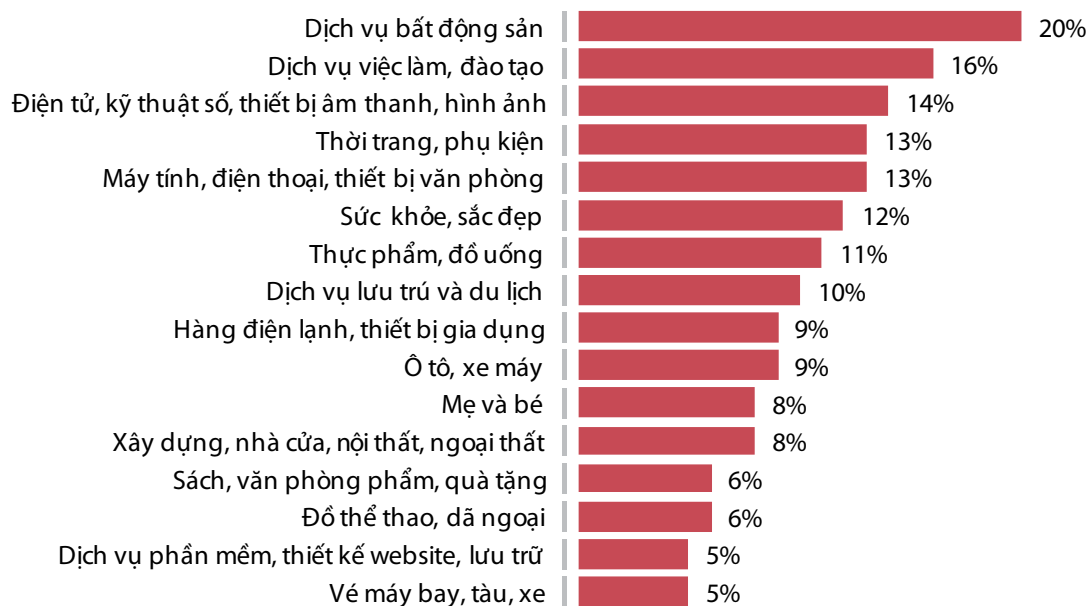
Các website TMĐT tham gia khảo sát có doanh thu cao từ hoạt động bán hàng<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Thị phần doanh thu được tính dựa trên số liệu của 2.294 website, ứng dụng TMĐT bán hàng cung cấp số liệu về doanh thu

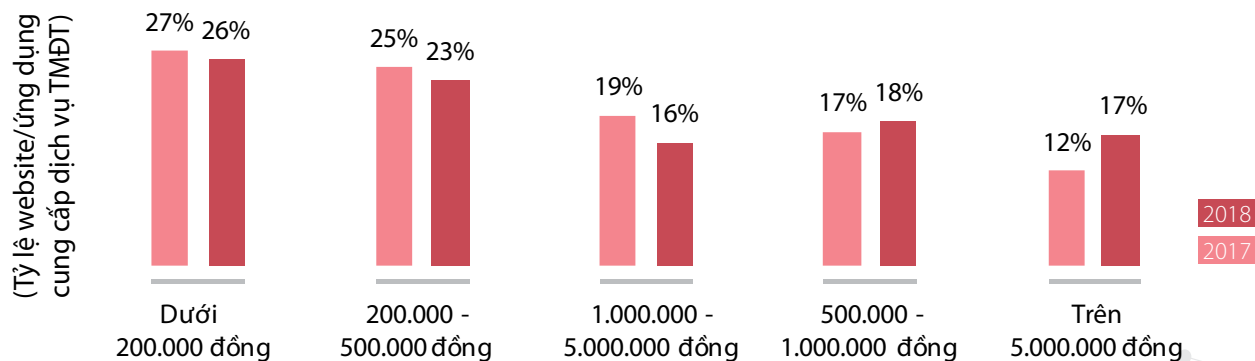
<sup>40</sup> Số liệu do doanh nghiệp cung cấp. Thứ tự website không phản ánh xếp hạng doanh nghiệp.

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

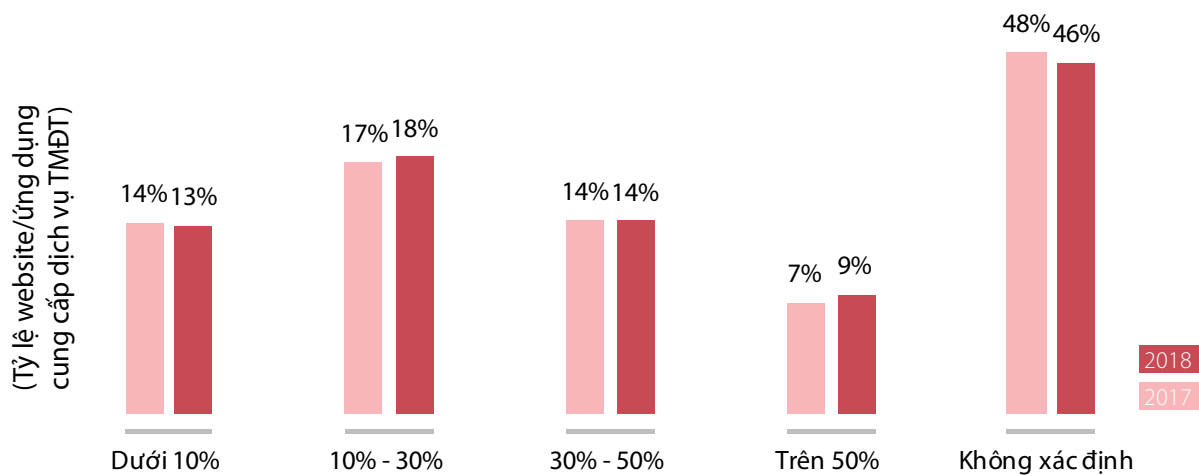
### 1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



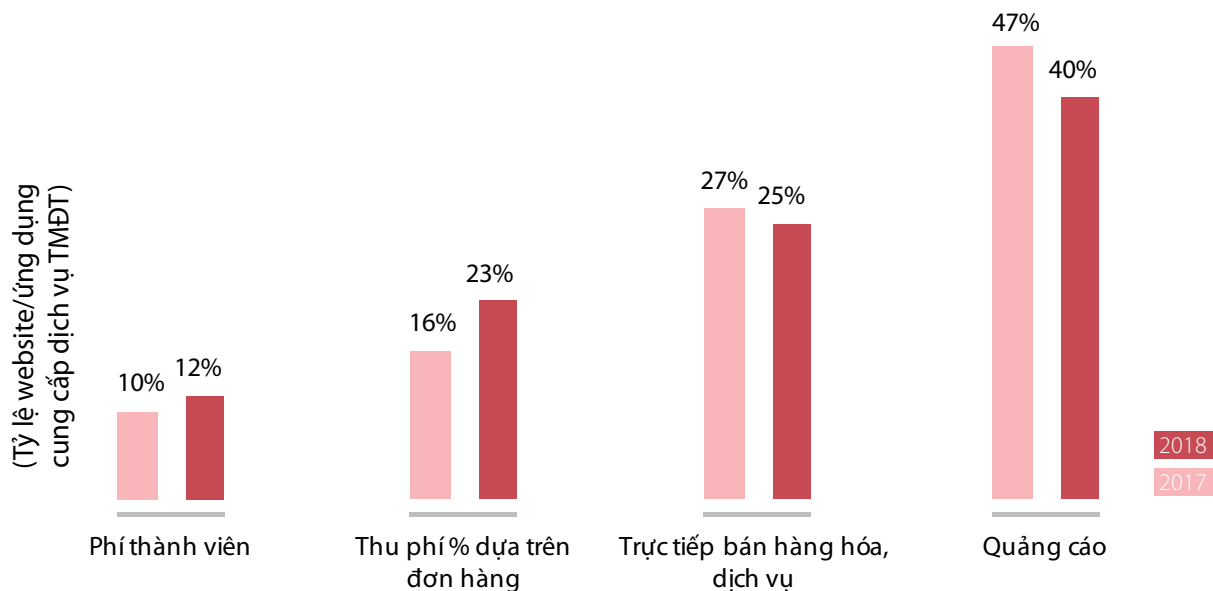
### 2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



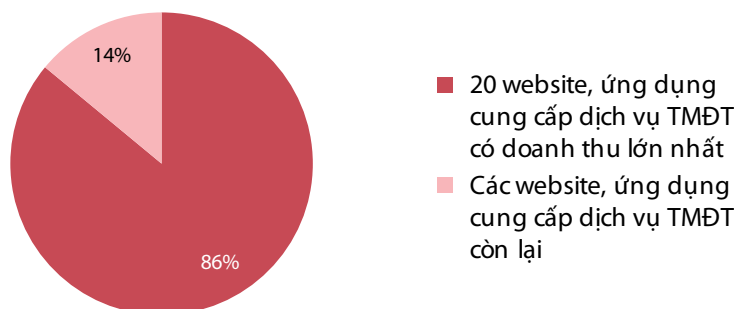
### 3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên



### 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 TMĐT <sup>41</sup>**

Tên đơn vị	Website/Ứng dụng
Công ty CP Dịch vụ thương mại tổng hợp VinCommerce	adayroi.com
Công ty CP Dịch vụ tức thời	ahamove.com
Công ty TNHH Chợ Tốt	chotot.com
Công ty CP dịch vụ Chu Du Hai Bốn	chudu24.com
Công ty CP Giáo Dục Topica English	edumall.vn
Công ty TNHH Grab	grab
Công ty CP Hotdeal	hotdeal.vn
Công ty TNHH MTV Ivivu.Com	ivivu.com
Công ty TNHH Recess	lazada.vn
Công ty TNHH Thương mại điện tử LOTTE Việt Nam	lotte.vn
Công ty Cổ phần giải pháp hệ thống thông tin ISS Việt Nam	mywork.com.vn
Công ty Cổ phần Foody	now.vn
Công Ty Cổ Phần Công Nghệ Sen Đỏ	sendo.vn

<sup>41</sup> Các website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT tham gia khảo sát có cung cấp thông tin về doanh thu cho biết tổng doanh thu trong năm 2018 đạt 35.976 tỷ đồng. Trong đó, 20 website, ứng dụng hàng đầu chiếm tới 86% tổng doanh thu.

Tên đơn vị	Website/Ứng dụng
Công ty TNHH Shopee	shopee.vn
Công ty Cổ phần Ti Ki	tiki.vn
Công ty Cổ phần Navigos Group Việt Nam	vietnamworks.com
Công ty TNHH Hansaeyes24 Vi Na	yes24.vn
Công ty CP Vexere	vexere.com
Công ty CP Nguồn Nhân lực Siêu Việt	vieclam24h.vn
Công ty TNHH Việt Nam MM	vietnammm.com

**Danh sách các website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT có doanh thu cao<sup>42</sup>**

## V. KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI

Doanh nghiệp đánh giá về các khó khăn, trở ngại khi vận hành website, ứng dụng di động 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	Năm 2018
Khách hàng lo ngại thông tin cá nhân bị tiết lộ, mua bán	0,65	0,78	0,58
Khách hàng thiếu tin tưởng vào chất lượng hàng hóa	0,87	0,89	0,66
Khách hàng lo ngại vấn đề an toàn khi thanh toán trực tuyến	1,01	1,00	0,73
Khó khăn trong tích hợp thanh toán điện tử	0,91	0,86	0,74
An ninh mạng chưa đảm bảo	1,02	1,00	0,74
Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu	1,05	1,02	0,78
Chi phí vận chuyển, giao nhận còn cao	1,08	1,05	0,82
Cạnh tranh không lành mạnh	1,22	1,03	0,87

<sup>42</sup> 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 NĂM 2018

### I. THỐNG KÊ TRUY CẬP

Ngày mua sắm trực tuyến – Online Friday 2018 được tổ chức vào Thứ 6, ngày 7/12/2018 đã thu hút 3.000 doanh nghiệp tham gia với 27.000 sản phẩm chính hãng. Thống kê số lượng truy cập của người tiêu dùng từ website OnlineFriday.vn; từ ứng dụng Online Friday trên hai nền tảng Android và iOS; từ các doanh nghiệp trong ngày này như sau:

#### 1. Truy cập trên Hệ thống OnlineFriday.vn

- Tổng số lượt truy cập: **1.434.238** lượt
- Tổng số lượt người xem: **13.653.945** lượt
- Tổng số lượt tương tác của người tiêu dùng trên hệ thống: **25.222.065** lượt click sản phẩm
- Số người dùng truy cập: **1.129.133** người dùng
- Lượng truy cập cao nhất: trên **300.000** lượt
- Số lượt download App Online Friday: trên **50.000** lượt tải (trên 2 nền tảng iOS, Android)
- Số lượt xem, truy cập App Online Friday: trên **1 triệu** lượt
- Thời gian trung bình một phiên truy cập: **04:17** phút
- Tỷ lệ thoát trang (Bounce Rate): **0.25%**

#### 2. Truy cập trên các website doanh nghiệp

- Tổng lượt truy cập trên website doanh nghiệp: **31.658.320** lượt
- Tổng lượt xem sản phẩm trên website doanh nghiệp: **149,364,432** lượt



## II. THỐNG KÊ SỐ LIỆU GIAO DỊCH

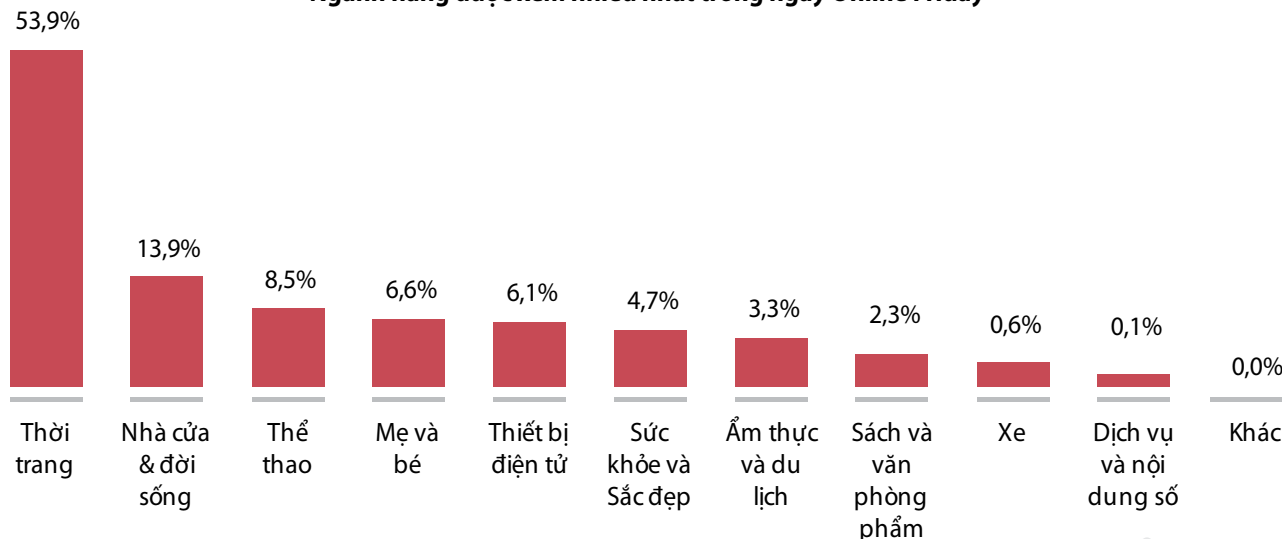
### 1. Thống kê giao dịch chung

- Tổng doanh thu của các doanh nghiệp tham gia Online Friday: trên **1.600 tỷ VNĐ** (Tăng **1.3 lần** so với Online Friday 2017);
- Tổng giá trị hàng hóa giao dịch trong ngày Online Friday ước tính: trên **2.000 tỷ VNĐ** (tỉ lệ giảm giá trung bình so với thị trường khoảng 25%). Đặc biệt trong chương trình năm 2018 là năm đầu tiên áp dụng Nghị định 81/2018/NĐ-CP của Chính phủ. Theo đó, các hàng hóa/dịch vụ tham gia Online Friday được phép giảm giá trên 50%, cá biệt có những sản phẩm giảm giá đến 90%;
- Tổng số đơn hàng: khoảng 1 triệu 800 nghìn đơn hàng được đặt hàng thành công;
- Tỷ lệ khách hàng mua hàng/ tổng số lượt truy cập: 7%;
- Số lượng sản phẩm khuyến mãi chính hãng được đảm bảo: 27.000 sản phẩm.

### 2. Thống kê giao dịch theo đặc điểm ngành hàng

Ngành thời trang tiếp tục là ngành hàng được quan tâm nhiều nhất trong Online Friday 2018, thu hút nhiều lượt xem hàng hóa và mua hàng nhất. Nhóm ngành hàng Nhà cửa & Đời sống Online Friday 2018 cũng đạt mức quan tâm rất cao, các sản phẩm Mẹ & Bé tiếp tục nằm trong nhóm dẫn đầu.

**Ngành hàng được xem nhiều nhất trong ngày Online Friday**



- 100% hình thức khuyến mãi đăng tải lên hệ thống Online Friday 2018 tại [www.onlinefriday.vn](http://www.onlinefriday.vn) là các sản phẩm giảm giá trực tiếp;
- Ngoài ra các hình thức miễn phí hoặc tặng kèm, bốc thăm may mắn được doanh nghiệp triển khai trực tiếp trên website của doanh nghiệp.

### III. THỐNG KÊ VỀ HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN VÀ HOẠT ĐỘNG CHUYỂN PHÁT

#### 1. Hoạt động của thanh toán

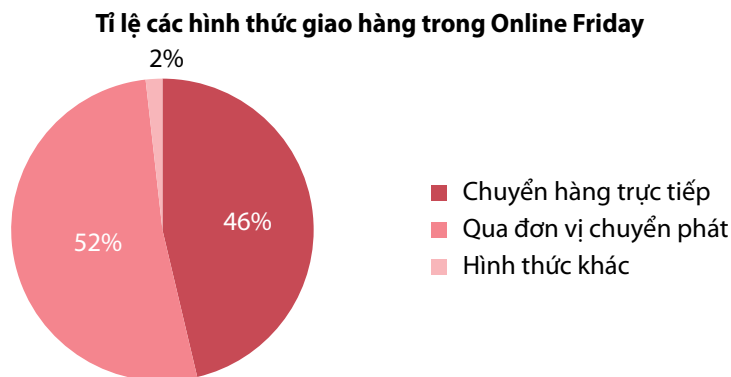
Để thúc đẩy và giúp người tiêu dùng tại Việt Nam trải nghiệm thanh toán trực tuyến, chương trình Online Friday 2018 đã có sự vào cuộc của 4 ngân hàng gồm:

STT	Ngân hàng	Ngân sách	Mức cashback
1	Ngân hàng TMCP Đông Nam Á (Seabank)	150.000.000	15%
2	Ngân hàng TMCP An Bình (Abbank)	107.000.000	10%
3	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank)	200.000.000	30%
4	Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam (Vietcombank)	1.200.000.000	10-30%

Ngoài ra tại Sự kiện BigOFF – Tuần lễ trải nghiệm công nghệ số và thương mại điện tử tại phố đi bộ Hồ Hoàn Kiếm, Hà Nội, Ban tổ chức đã áp dụng hình thức thanh toán mới qua POS, QR Code, Thanh toán qua ứng dụng di động ZaloPay, Viettel Pay với hơn 600 mặt hàng giảm giá được bán ra trong sự kiện.



## 2. Hoạt động chuyển phát



Sự phối hợp của các doanh nghiệp chuyển phát tiếp tục đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp trong Ngày mua sắm trực tuyến – Online Friday 2018 với nòng cốt là hai doanh nghiệp VnPost và Viettel Post. Thống kê cụ thể:

- Tổng số đơn hàng TMĐT sử dụng dịch vụ chuyển phát và được các doanh nghiệp chuyển phát hỗ trợ miễn, giảm phí chuyển phát: **548.712 đơn hàng**
- Tổng giá trị phí chuyển phát được hỗ trợ: gần **15 tỷ đồng**

## IV. THỐNG KÊ VỀ SỰ KIỆN BIG-OFF THÁNG 12

**Sự kiện BigOFF – Tuần lễ trải nghiệm công nghệ số và thương mại điện tử tại phố đi bộ Hồ Hoàn Kiếm, Hà Nội**

Thời gian trải nghiệm: Từ ngày 30/11 đến ngày 09/12 tại phố đi bộ bờ hồ Hoàn Kiếm, phố Đinh Tiên Hoàng.

- 150.000 lượt người tham gia sự kiện;
- 60 gian hàng của các doanh nghiệp trình diễn công nghệ và gian hàng công nghệ số ứng dụng quét mã QR để đặt hàng;
- Hơn 600 sản phẩm giảm giá siêu khủng.

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

<b>Thời gian ban hành</b>	<b>Luật</b>	<b>Trạng thái hiệu lực</b>	
13/6/2019	Luật Quản lý Thuế		
12/6/2018	Luật An ninh mạng		
20/6/2017	Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ Luật hình sự		
12/6/2017	Luật Quản lý ngoại thương (QLNT)		
22/11/2016	Luật sửa đổi, bổ sung điều 6 và phụ lục 4 về danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện của Luật Đầu tư		
6/4/2016	Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế giá trị gia tăng, Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt và Luật Quản lý thuế		
1/1/2016	Luật Sửa đổi, bổ sung Điều 6 và Phụ lục 4 về Danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện của Luật đầu tư		
27/11/2015	Bộ Luật Hình sự	Hết hiệu lực một phần	
24/11/2015	Bộ Luật Dân sự		
26/11/2014	Luật Doanh nghiệp		
26/11/2014	Luật Đầu tư	Hết hiệu lực một phần	
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		
	<b>Nghị định hướng dẫn Luật</b>		<b>Văn bản bên trên</b>
24/12/2018	Nghị định số 165/2018/NĐ-CP Về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính		Luật GDĐT
27/9/2018	Nghị định số 130/2018/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

12/9/2018	Nghị định số 119/2018/NĐ-CP Quy định về hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ		Luật GDĐT
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 số 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	Hết hiệu lực một phần	Luật Thương mại
24/4/2017	Nghị định số 49/2017/NĐ-CP Sửa đổi, bổ sung Điều 15 của Nghị định số 25/2011/NĐ-CP ngày 06 tháng 4 năm 2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật viễn thông và Điều 30 của Nghị định số 174/2013/NĐ-CP ngày 13 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ 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		Luật Viễn thông
24/12/2016	Nghị định số 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	Hết hiệu lực một phần	
1/7/2016	Nghị định số 80/2016/NĐ-CP Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22 tháng 11 năm 2012 của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt		Luật CNTT
1/7/2016	Nghị định số 81/2016/NĐ-CP Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 25/2011/NĐ-CP ngày 06 tháng 4 năm 2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật viễn thông		Luật Viễn thông
14/11/2013	Nghị định số 181/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo	Hết hiệu lực một phần	Luật Quảng cáo
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	Hết hiệu lực một phần	Luật GDĐT

22/11/2012	Nghị định số 101/2012/NĐ-CP về Thanh toán không dùng 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	Hết hiệu lực một phần	Luật GDĐT
13/6/2011	Nghị định số 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	Hết hiệu lực một phần	Luật GDĐT
08/3/2007	Nghị định số 35/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng		Luật GDĐT
	<b>Xử lý vi phạm</b>		<b>Văn bản bên trên</b>
24/4/2017	Nghị định số 49/2017/NĐ-CP Sửa đổi, bổ sung Điều 15 của Nghị định số 25/2011/NĐ-CP ngày 06 tháng 4 năm 2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật viễn thông và Điều 30 của Nghị định số 174/2013/NĐ-CP ngày 13 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ 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		
20/3/2017	Nghị định số 28/2017/NĐ-CP Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 131/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 10 năm 2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính về quyền tác giả, quyền liên quan và Nghị định số 158/2013/NĐ-CP ngày 12 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo		
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		



15/11/2013	Nghị định số 185/2013/NĐ-CP 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	Hết hiệu lực một phần	
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		
	<b>Thông tư hướng dẫn thi hành một số nội dung của Nghị định</b>		
31/8/2018	Thông tư số 21/2018/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		
28/8/2018	Thông tư số 19/2018/TT-NHNN Hướng dẫn về quản lý ngoại hối đối với hoạt động thương mại biên giới Việt Nam – Trung Quốc		
20/8/2018	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 trên thiết bị di động		
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
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
27/4/2017	Thông tư số 37/2017/TT-BTC sửa đổi, bổ sung thông tư số 39/2014/TT-BTC ngày 31/3/2014 của Bộ Tài chính, thông tư số 26/2015/TT-BTC ngày 27/02/2015 của Bộ Tài chính		
30/12/2016	Thông tư số 37/2016/TT-NHNN Quy định về việc quản lý, vận hành và sử dụng Hệ thống Thanh toán điện tử liên ngân hàng Quốc gia	Hết hiệu lực một phần	
14/10/2016	Thông tư số 30/2016/TT-NHNN Sửa đổi, bổ sung một số Thông tư quy định về hoạt động cung ứng dịch vụ thanh toán và dịch vụ trung gian thanh toán	Hết hiệu lực một phần	

<b>30/6/2016</b>	Thông tư số 20/2016/TT-NHNN Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 36/2012/TT-NHNN ngày 28/12/2012 quy định về trang bị, quản lý, vận hành và đảm bảo an toàn hoạt động của máy giao dịch tự động và Thông tư số 39/2014/TT-NHNN ngày 11/12/2014 hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán		
<b>06/6/2016</b>	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	Hết hiệu lực một phần	
<b>31/12/2015</b>	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
<b>18/8/2015</b>	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
<b>28/7/2015</b>	Thông tư số 110/2015/TT-BTC hướng dẫn giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế		Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
<b>27/02/2015</b>	Thông tư số 26/2015/TT-BTC Hướng dẫn về thuế giá trị gia tăng và quản lý thuế tại Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12 tháng 2 năm 2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của các Luật về thuế và sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định về thuế và sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/2014/TT-BTC ngày 31/3/2014 của Bộ Tài chính về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ	Hết hiệu lực một phần	
<b>31/12/2014</b>	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
<b>05/12/2014</b>	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
<b>25/08/2014</b>	Thông tư số 119/2014/TT-BTC Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 156/2013/TT-BTC ngày 06/11/2013, Thông tư số 111/2013/TT-BTC ngày 15/8/2013, Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013, Thông tư số 08/2013/TT-BTC ngày 10/01/2013, Thông tư số 85/2011/TT-BTC ngày 17/6/2011, Thông tư số 39/2014/TT-BTC ngày 31/3/2014 và Thông tư số 78/2014/TT-BTC ngày 18/6/2014 của Bộ Tài chính để cải cách, đơn giản các thủ tục hành chính về thuế	Hết hiệu lực một phần	

31/3/2014	Thông tư số 39/2014/TT-BTC Hướng dẫn thi hành Nghị định số 51/2010/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2010 và Nghị định số 04/2014/NĐ-CP ngày 17 tháng 01 năm 2014 của Chính phủ quy định về hoá đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ	Hết hiệu lực một phần	
28/6/2013	Thông tư số 87/2013/TT-BTC Hướng dẫn giao dịch điện tử trên thị trường chứng khoán		
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
31/3/2011	Thông tư số 08/2011/TT-BTTTT Sửa đổi 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 do Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành		
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
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	Hết hiệu lực một phần	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
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
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 TMĐT 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**

BÙI VIỆT BẮC

**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 - ĐỖ QUANG HUY

**Bản quyền thuộc về**

CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ

BỘ CÔNG THƯƠNG

[www.idea.gov.vn](http://www.idea.gov.vn)

---

In 1500 cuốn, khổ 20.5 x 20.5 cm, tại công ty TNHH in Đại Thành  
Quyết định xuất bản số: 0394/QĐ-NXBHD  
Số đăng ký kế hoạch xuất bản số: 2001-2018/CXBIPH/10-62/HĐ  
In xong và nộp lưu chiểu Quý III năm 2018





**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](http://WWW.IDEA.GOV.VN)