**PHIẾU ĐIỀU TRA**

**THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

Mã phiếu *(dành cho cán bộ điều tra):*

**LƯU Ý:**

1. Thương nhân, tổ chức đánh dấu X vào ô trả lời tương ứng

🔾: chọn MỘT câu trả lời; ❑: có thể chọn NHIỀU câu trả lời.

2. Thương nhân, tổ chức sở hữu nhiều website TMĐT, đề nghị cung cấp số liệu riêng của từng website.

3. Với những câu hỏi yêu cầu cung cấp số liệu năm 2016, đề nghị nêu số liệu thống kê tính đến 31/8/2016.

4. Phiếu điều tra chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu, thống kê, định hướng phát triển TMĐT. Chúng tôi cam kết không tiết lộ thông tin tại Phiếu này cho bên thứ ba.

5. Phiếu điều tra vui lòng gửi về: *Phòng Quản lý hoạt động thương mại điện tử, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin, Bộ Công Thương; Địa chỉ: Phòng 402, số 25 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội*

**I. THÔNG TIN CHUNG VỀ THƯƠNG NHÂN, TỔ CHỨC**

1. Tên thương nhân, tổ chức:

2. Địa chỉ: Tỉnh/Thành phố:

3. Thông tin người điền phiếu

Họ và tên: Chức vụ:

Điện thoại: Email:

**II. THÔNG TIN CHUNG CỦA WEBSITE TMĐT**

* ***Địa chỉ tên miền chính của website:*** .………………………
* Các tên miền khác trỏ vào tên miền chính (nếu có):…………………….
* Website chính thức hoạt động từ : Tháng………….Năm

**1. Mô hình hoạt động của website**

🞏 Website thương mại điện tử bán hàng (chủ website ***trực tiếp*** bán hàng, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ)

🞏 Website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử (chủ website ***không trực tiếp*** bán hàng)

🞏 Sàn giao dịch TMĐT

🞏 Website khuyến mại trực tuyến

🞏 Website đấu giá trực tuyến

🞏 Mạng xã hội

*Lưu ý: Nếu quý vị vừa bán hàng, vừa cung cấp dịch vụ TMĐT đề nghị chọn cả 2 hình thức.*

**2. Phạm vi hoạt động của website**

🔾 Trong địa phương 🔾 Toàn quốc 🔾 Quốc tế 🔾 Cả trong nước và quốc tế

**3. Nguồn vốn đầu tư cho website**

🞏 Vốn doanh nghiệp 🞏 Vốn nhà nước 🞏 Vốn đầu tư nước ngoài (Tỷ lệ góp vốn/đầu tư:….…%)

**4. Nguồn nhân lực**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nhân viên** | **Số lượng** |
| Nhân viên kinh doanh |  |
| Nhân viên IT |  |
| Nhân viên phát triển ứng dụng cho điện thoại di động |  |
| Nhân viên pháp lý |  |
| Nhân viên giao hàng |  |
| Nhân viên hỗ trợ qua điện thoại, hỗ trợ trực tuyến (email, skype, yahoo messenger...) |  |
| Tổng số nhân viên tham gia hoạt động TMĐT[[1]](#footnote-2) |  |
| Tổng số nhân viên của đơn vị |  |

**5. Nhóm sản phẩm, dịch vụ được giao dịch trên website**

❑ Điện tử, kỹ thuật số, thiết bị âm thanh, hình ảnh ❑ Thực phẩm, đồ uống

❑ Đồ thể thao, dã ngoại ❑ Vé máy bay, tàu, xe

❑ Hàng điện lạnh, thiết bị gia dụng ❑ Xây dựng, nhà cửa, nội thất, ngoại thất

❑ Máy tính, điện thoại, thiết bị văn phòng ❑ Dịch vụ bất động sản

❑ Mẹ và bé ❑ Dịch vụ lưu trú và du lịch

❑ Ô tô, xe máy ❑ Dịch vụ phần mềm, thiết kế website, lưu trữ

❑ Sách, văn phòng phẩm, quà tặng ❑ Dịch vụ việc làm, đào tạo

❑ Sức khỏe, sắc đẹp ❑ Sản phẩm, dịch vụ khác

❑ Thời trang, phụ kiện

**6. Hoạt động quảng bá, tiếp thị**

|  |  |
| --- | --- |
| **Trực tuyến** | **Ngoài môi trường trực tuyến** |
| ❑ Quảng cáo trên các báo điện tử | ❑ Quảng cáo trên các báo/tạp chí giấy |
| ❑ Quảng cáo trả phí facebook Ads | ❑ Tiếp thị bán hàng qua điện thoại |
| ❑ Quảng cáo trên facebook fanpage | ❑ Quảng cáo trên truyền hình |
| ❑ Quảng cáo trên blog, forum | ❑ Tổ chức hội thảo, hội nghị, sự kiện |
| ❑ Đặt logo trên website khác | ❑ Quảng cáo trên đài tiếng nói |
| ❑ Gửi Email quảng cáo | ❑ Tài trợ/bảo trợ cho các sự kiện |
| ❑ Quảng cáo trả phí qua Google | ❑ Phát tờ rơi quảng cáo |
| ❑ Quảng cáo trên Youtube | ❑ Tiếp thị qua đại lý, kênh phân phối |
| ❑ Khác………………………………….. | ❑ Khác………………………………….. |

**III. TIỆN ÍCH, CÔNG CỤ HỖ TRỢ VÀ CHÍNH SÁCH TRÊN WEBSITE TMĐT**

**1. Website có yêu cầu đăng ký thành viên khi mua hàng không?**🔾 Có 🔾 Không

**2. Website cung cấp tiện ích gì?**

❑ Giỏ hàng ❑ Đánh giá người bán, người mua

❑ Đánh giá sản phẩm ❑ Quản lý giao nhận, vận chuyển

❑ Quản lý đặt hàng ❑ Lọc/tìm kiếm sản phẩm

❑ So sánh sản phẩm ❑ Các tiện ích khác: ………………

❑ Xác nhận đơn hàng qua email, SMS

**3. Website có tích hợp mạng xã hội không?**🔾 Có 🔾 Không

*Nếu có, xin vui lòng chỉ rõ là mạng xã hội nào?*

❑ Facebook ❑ Twitter ❑ Google Plus ❑ Khác………

**4. Website có phiên bản tương thích với thiết bị di động không?**🔾 Có 🔾 Không

**5. Quý vị có ứng dụng cho phép tải từ các kho ứng dụng không?**🔾 Có 🔾 Không

*Nếu có, xin vui lòng chỉ rõ quý vị hỗ trợ ứng dụng trên nền tảng/hệ điều hành nào?*

❑ IOS ❑ Android ❑ Windows ❑ Khác………

**6. Website áp dụng phương thức thanh toán nào cho hàng hóa dịch vụ trên websit?**

❑ Thanh toán khi nhận hàng (COD)

❑ Thanh toán điện tử (Internet banking, chuyển khoản, ví điện tử, thẻ cào, tin nhắn,…).

❑ Hình thức khác:…………

**7. Website có tích hợp dịch vụ trung gian thanh toán không?**🔾 Có 🔾 Không

*Nếu có, vui lòng chỉ rõ nhà cung cấp nào?*

❑ Bảo Kim ❑ Napas (Banknetvn, Smartlink)

❑ Ngân Lượng ❑ Paypal

❑ Onepay ❑ Khác:.......................

**8. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ**

a. Website có tính năng hỗ trợ trực tuyến không?🔾 Có 🔾 Không

Nếu có, vui lòng chỉ rõ là công cụ nào?

❑ Điện thoại/hotline ❑ Tư vấn trực tuyến ❑ E-mail ❑ Khác

b. Website áp dụng phương thức giao hàng nào?

❑ Nhân viên công ty giao hàng ❑ Thuê dịch vụ giao hàng ❑ Kết hợp cả hai ❑ Không hỗ trợ

c. Website có Chính sách bảo hành, bảo trì sản phẩm, dịch vụ không? 🔾 Có 🔾 Không

d. Website có Chính sách đổi trả hàng và hoàn tiền không?🔾 Có 🔾 Không

e. Website có Chính sách giải quyết tranh chấp, khiếu nại không? 🔾 Có 🔾 Không

g. Website có Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân không? 🔾 Có 🔾 Không

h. Website có Cơ chế và quy trình rà soát và kiểm duyệt thông tin không? 🔾 Có 🔾 Không

**9. Doanh nghiệp có triển khai các biện pháp đảm bảo an toàn thông tin cho website không?**

🔾 Có 🔾 Không

*Nếu có, xin chỉ rõ biện pháp nào?*

❑ Ban hành chính sách, quy định của công ty

❑ Triển khai giải pháp kỹ thuật, mua sắm trang thiết bị

❑ Triển khai Quy trình đảm bảo an toàn thông tin

**IV. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**A. ĐỐI VỚI WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ BÁN HÀNG**

1. **Số thành viên đã đăng ký:**
2. **Số thành viên đã tiến hành mua hàng**:
3. **Nhóm hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website**

❑ Điện tử, kỹ thuật số, thiết bị âm thanh, hình ảnh ❑ Thực phẩm, đồ uống

❑ Đồ thể thao, dã ngoại ❑ Vé máy bay, tàu, xe

❑ Hàng điện lạnh, thiết bị gia dụng ❑ Xây dựng, nhà cửa, nội thất, ngoại thất

❑ Máy tính, điện thoại, thiết bị văn phòng ❑ Dịch vụ bất động sản

❑ Mẹ và bé ❑ Dịch vụ lưu trú và du lịch

❑ Ô tô, xe máy ❑ Dịch vụ phần mềm, thiết kế website, lưu trữ

❑ Sách, văn phòng phẩm, quà tặng ❑ Dịch vụ việc làm, đào tạo

❑ Sức khỏe, sắc đẹp ❑ Sản phẩm, dịch vụ khác

❑ Thời trang, phụ kiện

1. **Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website**

🔾 Dưới 200.000 đồng 🔾200.000 – 500.000 đồng 🔾500.000 – 1.000.000 đồng

🔾 1.000.000 – 5.000.000 đồng 🔾Trên 5.000.000 đồng

1. **Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần 2 trở lên**

🔾 <10% 🔾 10-30% 🔾 30-50% 🔾>50% 🔾 Không xác định

1. **Tỷ lệ đơn hàng ảo, không thành công trên tổng số giao dịch*[[2]](#footnote-3)****:...*.......% đơn hàng
2. **Nguồn thu chính của website**

❑ Trực tiếp/đại lý bán hàng hóa, dịch vụ ❑ Quảng cáo ❑ Nguồn thu khác…………………………………………………………….

1. **Đầu tư và hiệu quả của hoạt động TMĐT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Năm 2015 (VNĐ)** | **Năm 2016 (VNĐ)** |
| Tổng chi phí đầu tư hạ tầng kỹ thuật TMĐT (Nâng cấp, đổi mới công nghệ, máy chủ, đường truyền, thiết kế website…...) |  |  |
| Tổng chi phí cho hoạt động TMĐT (Chi lương, hoa hồng, vận chuyển/giao nhận, thuê văn phòng,...) |  |  |
| Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo trực tuyến (Quảng cáo trên Facebook/Google/Youtube, đặt banner/logo….) |  |  |
| Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo ngoài môi trường trực tuyến (In ấn, tổ chức sự kiện, Hội thảo hội nghị,….) |  |  |
| **Tổng doanh thu** của website TMĐT bán hàng (doanh thu từ hoạt động ***trực tiếp*** bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ qua website) |  |  |

**B. ĐỐI VỚI WEBSITE CUNG CẤP DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**1.Nhóm hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website**

❑ Điện tử, kỹ thuật số, thiết bị âm thanh, hình ảnh ❑ Thực phẩm, đồ uống

❑ Đồ thể thao, dã ngoại ❑ Vé máy bay, tàu, xe

❑ Hàng điện lạnh, thiết bị gia dụng ❑ Xây dựng, nhà cửa, nội thất, ngoại thất

❑ Máy tính, điện thoại, thiết bị văn phòng ❑ Dịch vụ bất động sản

❑ Mẹ và bé ❑ Dịch vụ lưu trú và du lịch

❑ Ô tô, xe máy ❑ Dịch vụ phần mềm, thiết kế website, lưu trữ

❑ Sách, văn phòng phẩm, quà tặng ❑ Dịch vụ việc làm, đào tạo

❑ Sức khỏe, sắc đẹp ❑ Sản phẩm, dịch vụ khác

❑ Thời trang, phụ kiện

**2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website**

🔾 Dưới 200.000 đồng 🔾200.000 – 500.000 đồng 🔾500.000 – 1.000.000 đồng

🔾 1.000.000 – 5.000.000 đồng 🔾Trên 5.000.000 đồng

**3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần 2 trở lên**

🔾 <10% 🔾 10-30% 🔾 30-50% 🔾>50% 🔾 Không xác định

**4. Nguồn thu chính của website**

❑ Trực tiếp bán hàng hóa, dịch vụ ❑ Thu phí % dựa trên đơn hàng

❑ Phí/thẻ thành viên ❑ Quảng cáo

❑ Khác:

**5. Chi phí và hiệu quả đầu tư của website cung cấp dịch vụ TMĐT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Năm 2015 (VNĐ)** | **Năm 2016 (VNĐ)** |
| Tổng chi phí đầu tư hạ tầng kỹ thuật TMĐT (Nâng cấp, đổi mới công nghệ, máy chủ, đường truyền, thiết kế website…...) |  |  |
| Tổng chi phí cho hoạt động TMĐT (Lương, hoa hồng, thuê văn phòng,...) |  |  |
| Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo trực tuyến (Quảng cáo trên Facebook/Google/Youtube, đặt banner/logo….) |  |  |
| Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo ngoài môi trường trực tuyến (In ấn, tổ chức sự kiện, Hội thảo hội nghị,….) |  |  |

***a. Đối với Sàn giao dịch TMĐT*** *(tính cả mạng xã hội hoạt động theo mô hình sàn giao dịch TMĐT)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Năm 2015** | **Năm 2016** |
| Số thành viên (bao gồm cả người mua và người bán) |  |  |
| Số tin chào mua/chào bán do thành viên đăng |  |  |
| Số đơn đặt hàng qua sàn |  |  |
| Tổng giá trị giao dịch qua sàn (VNĐ) |  |  |
| Tổng doanh thu từ hoạt động ***trực tiếp*** bán hàng hóa, dịch vụ qua website (VNĐ) |  |  |
| Tổng doanh thu từ hoạt động ***trung gian*** cung cấp dịch vụ TMĐT[[3]](#footnote-4) (VNĐ) |  |  |

***b. Đối với website Khuyến mại trực tuyến***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Năm 2015** | **Năm 2016** |
| Số **người bán hàng** trên website |  |  |
| Số **người mua** hàng |  |  |
| Số đơn hàng (voucher/mã phiếu giảm/ thẻ thành viên/thẻ giảm giá,…) đã bán qua website |  |  |
| Lượng tiền tiết kiệm được cho người mua hàng (VNĐ) |  |  |
| Tổng doanh thu từ việc thực hiện khuyến mại cho nhà cung cấp/người bán trên website[[4]](#footnote-5) (VNĐ) |  |  |
| Tổng giá trị các đơn hàng đã đặt qua website (VNĐ) |  |  |

***c. Đối với website Đấu giá trực tuyến***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Năm 2015** | **Năm 2016** |
| Số **người bán** |  |  |
| Số **người mua** |  |  |
| Số lượt đấu giá |  |  |
| Số lượt đấu giá thành công |  |  |
| Tổng giá trị đã đấu giá thành công (VNĐ) |  |  |

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
| 1. Chi phí vận chuyển, giao nhận còn cao | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
| 1. Khách hàng thiếu tin tưởng vào chất lượng hàng hóa | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
| 1. Khách hàng lo ngại vấn đề an toàn khi thanh toán trực tuyến | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
| 1. Khách hàng lo ngại thông tin cá nhân bị tiết lộ, mua bán | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
| 1. Khó khăn trong tích hợp thanh toán điện tử | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
| 1. An ninh mạng chưa đảm bảo | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
| 1. Cạnh tranh không lành mạnh[[5]](#footnote-6) | | 🔾 Không cản trở | | 🔾 Cản trở ít | 🔾 Cản trở nhiều | |
|  | | **Đại diện đơn vị**  **Ký tên và đóng dấu** | | |

1. Có thể bao gồm số nhân viên IT, kinh doanh, phát triển ứng dụng cho điện thoại di động, hỗ trợ trực tuyến, v.v... [↑](#footnote-ref-2)
2. *Bao gồm 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* [↑](#footnote-ref-3)
3. Ví dụ: thu phí gian hàng, thành viên, quảng cáo, % đơn hàng, v.v... [↑](#footnote-ref-4)
4. Ví dụ: tổng hoa hồng thu về từ việc bán hàng cho nhà cung cấp/người bán [↑](#footnote-ref-5)
5. Một số hành vi cạnh tranh không lành mạnh như: Gièm pha nói xấu giữa các doanh nghiệp; Đưa thông tin gian dối hoặc gây nhầm lẫn cho khách hàng; Khuyến mại gian dối, không trung thực hoặc gây nhầm lẫn về giải thưởng; Xâm phạm bí mật kinh doanh, SHTT… [↑](#footnote-ref-6)