



THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM NĂM 2020

LỜI GIỚI THIỆU

Trong giai đoạn 05 năm thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 – 2020 được Thủ tướng Chính phủ ban hành kèm theo Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 08 tháng 8 năm 2016, năm 2019 là năm đánh dấu nhiều sự thay đổi của thương mại điện tử Việt Nam. Cùng với mức tăng trưởng cao của nền kinh tế với GDP đạt 7,02%, thương mại điện tử góp phần không nhỏ trong việc thúc đẩy dòng chảy hàng hóa và dịch vụ, hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ tìm kiếm cơ hội sản xuất và kinh doanh hiệu quả trong bối cảnh hội nhập sâu rộng và sự lan tỏa của Cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0.

Trong năm 2019, Bộ Công Thương cũng đã chủ trì, tổng kết việc thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 – 2020, đánh giá toàn diện bức tranh thương mại điện tử từ môi trường pháp lý, hạ tầng logistics, hạ tầng thanh toán cho đến mức độ ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp và cộng đồng. Những nét chính sẽ được tổng hợp, tóm tắt tại Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2020. Ngoài ra, ấn phẩm Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2020 sẽ tiếp tục cung cấp số liệu điều tra chính thức về tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp xuất nhập khẩu nói riêng, cùng với tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong cộng đồng.

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số hi vọng ấn phẩm Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2020 sẽ tiếp tục là tài liệu cần thiết không chỉ cho cơ quan quản lý nhà nước trong việc hoạch định chính sách, mà còn là tài liệu tham khảo hữu ích cho tổ chức, cá nhân trong việc tìm hiểu thị trường, cũng như định hướng hoạt động kinh doanh của mình.

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số xin cảm ơn các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và chuyên gia đã phối hợp, cung cấp thông tin xây dựng ấn phẩm Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam năm 2020. 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

LỜI GIỚI THIỆU	3
CHƯƠNG 1: CẬP NHẬT CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT VÀ TÌNH HÌNH QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG TMĐT TẠI VIỆT NAM.....	9
I. TỔNG KẾT KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2016 – 2020	10
II. CẬP NHẬT MỘT SỐ CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT LIÊN QUAN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	13
1. Luật Quản lý thuế 2019	13
2. Nghị định số 10/2020/NĐ-CP của Chính phủ quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô	14
3. Quyết định số 645/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025	15
III. THÔNG TIN QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ.....	16
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
CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN QUY MÔ THỊ TRƯỜNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI	19
I. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN THẾ GIỚI	20
1. Thương mại điện tử B2C toàn cầu	20
2. Thương mại điện tử khu vực Đông Nam Á.....	20
II. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG TMĐT B2C CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI.....	21
1. Trung Quốc.....	21
2. Mỹ.....	22
3. Ấn Độ	23
4. Úc.....	24
5. Indonesia	25
6. Thái Lan	26
7. Philippines.....	27
CHƯƠNG 3: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM.....	29
I. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG TMĐT B2C VIỆT NAM	30
II. THÔNG TIN CHUNG VỀ KHẢO SÁT CỘNG ĐỒNG.....	31



1. Độ tuổi người tham gia khảo sát	31
2. Nhóm nghề nghiệp của người tham gia khảo sát.....	31
III. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG INTERNET CỦA NGƯỜI DÂN	32
1. Phương tiện truy cập Internet của người dân.....	32
2. Địa điểm truy cập Internet của người dân.....	32
3. Thời lượng truy cập Internet trung bình mỗi ngày.....	33
4. Thời điểm truy cập Internet thường xuyên trong ngày.....	33
5. Mục đích sử dụng Internet.....	34
IV. TÌNH HÌNH THAM GIA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG	34
1. Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến ít nhất một lần trong năm.....	34
2. Cách thức tìm kiếm thông tin khi mua hàng trực tuyến	35
3. Phương tiện điện tử thường được sử dụng để đặt hàng trực tuyến	35
4. Loại hình hàng hóa/dịch vụ thường được mua trên mạng.....	36
5. Các kênh mua sắm trực tuyến.....	36
6. Hình thức thanh toán người mua hàng trực tuyến ưu tiên lựa chọn	37
7. Số lượng hàng hóa/dịch vụ mua sắm trực tuyến trung bình của mỗi cá nhân	37
8. Giá trị mua sắm trực tuyến mỗi cá nhân trong năm.....	38
9. Các yếu tố người mua hàng quan tâm khi mua sắm trực tuyến	38
10. Lý do lựa chọn 1 website/ứng dụng để mua hàng qua mạng.....	39
11. Tỷ lệ người dùng Internet mua hàng qua các website nước ngoài.....	39
12. Các hình thức mua hàng trên website nước ngoài.....	40
V. ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG KHI MUA SẮM TRỰC TUYẾN	40
1. Mức độ hài lòng của người mua hàng trực tuyến	40
2. Tỷ lệ người tham gia khảo sát trả lời sẽ tiếp tục mua hàng trực tuyến	41
VI. TRỞ NGẠI KHI MUA HÀNG TRỰC TUYẾN	41
1. Các trở ngại khi mua hàng trực tuyến.....	41
2. Lý do chưa mua sắm trực tuyến	42
VII. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG CỦA CỘNG ĐỒNG KHI THAM GIA MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ.....	42
1. Nhu cầu chia sẻ/cho thuê tài sản nhàn rỗi của cộng đồng	42
2. Phương thức tìm kiếm người có nhu cầu sử dụng tài sản nhàn rỗi	43
3. Nhu cầu thuê/sử dụng lại các tài sản nhàn rỗi, dư thừa của cộng đồng.....	43
4. Phương thức tìm kiếm thông tin về tài sản nhàn rỗi.....	44
5. Tỷ lệ người tham gia khảo sát đã từng sử dụng ứng dụng đặt xe trên thiết bị di động.....	44

6. Đánh giá của người sử dụng dịch vụ đặt xe	45
7. Lý do chưa sử dụng dịch vụ đặt xe trên thiết bị di động.....	45

CHƯƠNG 4: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP 47

I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP 48

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát	48
2. Lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp	48
3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	49

II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TMĐT CỦA DOANH NGHIỆP 49

1. Hạ tầng công nghệ thông tin.....	49
2. Nguồn nhân lực cho TMĐT.....	51
3. Tình hình sử dụng thư điện tử.....	52
4. Tình hình sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử.....	53

III. CÁC HÌNH THỨC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP 54

1. Thương mại điện tử trên nền tảng website.....	54
2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động.....	58

IV. TÌNH HÌNH VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG 61

1. Quảng cáo website/ứng dụng di động	61
2. Tình hình vận hành website/ứng dụng di động.....	63

V. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP 64

1. Tỷ lệ doanh nghiệp có tra cứu thông tin trên website của cơ quan nhà nước.....	64
2. Tỷ lệ doanh nghiệp đã từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất một lần/năm.....	65
3. Loại hình dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp đã sử dụng	65
4. Mức độ hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến.....	66

CHƯƠNG 5: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU 67

I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP 68

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát	68
2. Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp	68
3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	69

II. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP 69

1. Phương thức thiết lập quan hệ với đối tác xuất nhập khẩu mới của doanh nghiệp.....	69
---	----



2. Tỷ lệ doanh nghiệp có tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử.....	70
3. Tỷ lệ doanh nghiệp xây dựng website riêng.....	70
4. Tỷ lệ doanh nghiệp xây dựng website phiên bản tiếng nước ngoài.....	71
5. Tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ phụ trách website.....	71
6. Tỷ lệ doanh nghiệp xây dựng website phiên bản di động.....	71
7. Các hình thức quảng bá cho website của doanh nghiệp.....	72
8. Tỷ lệ doanh nghiệp nhận đơn đặt hàng qua các hình thức.....	72
9. Tỷ lệ doanh nghiệp có đặt hàng qua các hình thức.....	73
10. Các loại hình thanh toán được doanh nghiệp xuất nhập khẩu sử dụng.....	73
III. THỰC TRẠNG SỬ DỤNG HỢP ĐỒNG ĐIỆN TỬ TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU	74
1. Phương thức giao kết hợp đồng với đối tác.....	74
2. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng chữ ký điện tử.....	74
3. Đánh giá của doanh nghiệp về tính hiệu quả và an toàn của các phương thức giao kết hợp đồng.....	75
4. Doanh nghiệp đã từng phát sinh tranh chấp với đối tác về hợp đồng điện tử.....	75
5. Các vấn đề tranh chấp với đối tác về hợp đồng điện tử.....	75
IV. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU	76
1. Phương thức thực hiện thủ tục hải quan đối với hàng hóa xuất nhập khẩu.....	76
2. Tỷ lệ doanh nghiệp từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến.....	76
3. Tỷ lệ dịch vụ công trực tuyến liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu doanh nghiệp sử dụng.....	77
4. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng dịch vụ công trực tuyến liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu.....	77
5. Lý do doanh nghiệp chưa sử dụng dịch vụ công trực tuyến trong xuất nhập khẩu.....	78
6. Đánh giá tính hiệu quả của các dịch vụ công trực tuyến đối với hoạt động xuất nhập khẩu.....	78
CHƯƠNG 6: TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	79
I. THÔNG TIN CHUNG.....	80
1. Phạm vi hoạt động của website, ứng dụng di động.....	80
2. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	80
3. Quy mô doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	81
4. Mô hình hoạt động của website, ứng dụng di động.....	81
5. Cơ cấu nhân lực trong doanh nghiệp.....	82
6. Nhóm sản phẩm, dịch vụ được giao dịch trên website/ứng dụng di động.....	83



II. TIỆN ÍCH, CÔNG CỤ HỖ TRỢ WEBSITE/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG.....	83
1. Các tiện ích và công cụ hỗ trợ.....	83
2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động.....	85
3. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ.....	87
4. Các hình thức thanh toán của website/ứng dụng di động.....	91
III. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN WEBSITE/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG.....	92
1. Đối với website/ứng dụng di động bán hàng.....	92
2. Đối với website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT.....	96
IV. CÁC KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI KHI VẬN HÀNH WEBSITE/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG.....	100
PHỤ LỤC.....	101
PHỤ LỤC 1: BẢNG CẬP NHẬT KHUNG PHÁP LÝ CƠ BẢN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM.....	102
PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH TỈNH/THÀNH PHỐ BAN HÀNH KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN TMĐT TẠI ĐỊA PHƯƠNG... 	109



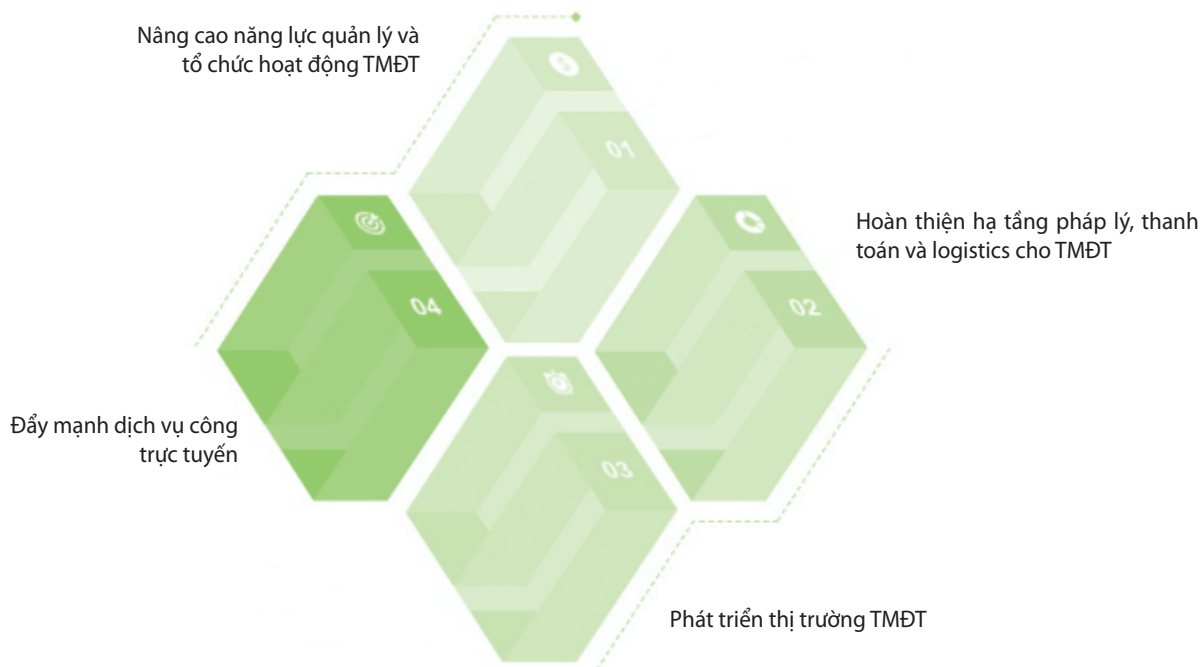
CHƯƠNG 1

CẬP NHẬT CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT VÀ TÌNH HÌNH QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG TMĐT TẠI VIỆT NAM



I. TỔNG KẾT KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2016 – 2020

Ngày 08 tháng 8 năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 – 2020 kèm theo Quyết định số 1563/QĐ-TTg. Thực hiện Quyết định số 1563/QĐ-TTg, các nhóm mục tiêu lớn đề ra tại Quyết định đã từng bước đạt được, thị trường TMĐT Việt Nam từ một thị trường mới nổi trở thành một trong những thị trường TMĐT phát triển năng động nhất trong khu vực.



Bốn nhóm mục tiêu lớn đã đạt được khi thực hiện Quyết định số 1563/QĐ-TTg



Tình hình thực hiện các mục tiêu tại Quyết định số 1563/QĐ-TTg

Mục tiêu 1: Hoàn thiện hạ tầng pháp luật, thanh toán, logistic và nguồn nhân lực cho TMĐT

- Hạ tầng pháp luật về TMĐT trong giai đoạn 2016 - 2020 được hoàn thiện với các nội dung quy định về quản lý thuế trong TMĐT (Luật Quản lý thuế 2019), về an toàn, an ninh thông tin (Luật An ninh mạng 2018), 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 đối với lĩnh vực cung cấp dịch vụ TMĐT (Nghị định 09/2018/NĐ-CP); về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính (Nghị định số 165/2018/NĐ-CP).v.v... Bảng cập nhật các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến TMĐT trong giai đoạn này được trình bày cụ thể tại Phụ lục kèm theo.
- Phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt được sử dụng tại 100% các siêu thị, trung tâm mua sắm và cơ sở phân phối hiện đại; 100% doanh nghiệp cung cấp điện, viễn thông chấp nhận thanh toán không dùng tiền mặt; 40% doanh nghiệp cung cấp nước chấp nhận thanh toán không dùng tiền mặt.
- Mạng lưới vận chuyển phục vụ cho TMĐT bao phủ khắp các tỉnh, thành phố trên cả nước. Doanh nghiệp bưu chính tham gia chuỗi cung ứng TMĐT ngày càng nhiều. Tính đến hết năm 2018, tổng số điểm phục vụ Bưu chính của toàn thị trường trên 16.400 điểm, trong đó xấp xỉ 13.000 điểm thuộc mạng lưới bưu chính công cộng

Mục tiêu 2: Phát triển thị trường TMĐT

- Doanh số TMĐT bán lẻ B2C năm 2019 đạt 10,08 tỷ USD, chiếm 4,9% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước; 42% dân số tham gia mua sắm trực tuyến.
- Việt Nam có tốc độ tăng trưởng TMĐT thuộc top 3 trong khu vực Đông Nam Á.



Mục tiêu 3: Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động TMĐT

- Nâng cấp Cổng thông tin Quản lý hoạt động TMĐT tại địa chỉ www.online.gov.vn, tăng tính kết nối giữa các đơn vị chức năng trong việc xử lý phản ánh, khiếu nại.
- 60/63 tỉnh, thành phố xây dựng Kế hoạch phát triển TMĐT của địa phương cho giai đoạn 2016 – 2020, đồng thời bố trí ngân sách để triển khai các hoạt động tuyên truyền, hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng TMĐT.

Mục tiêu 4: Đẩy mạnh dịch vụ công trực tuyến

- Hơn 46.800 thủ tục hành chính được cung cấp trực tuyến mức độ 3,4.
- 162/181 thủ tục hành chính trong lĩnh vực hải quan được cung cấp trực tuyến mức độ 4.
- 100% thông tin trong quá trình lựa chọn nhà thầu được đăng tải công khai trên Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia.
- 173 thủ tục hành chính của các Bộ ngành được kết nối với Cơ chế một cửa quốc gia .
- Việt Nam chính thức trao đổi thông tin C/O mẫu D điện tử với 4 nước Singapore, Malaysia, Indonesia và Thái Lan.



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

1. Luật Quản lý thuế 2019

Ngày 13 tháng 6 năm 2019, Quốc hội đã thông qua Luật Quản lý thuế, văn bản có hiệu lực từ ngày 01 tháng 7 năm 2020. Luật Quản lý thuế 2019 quy định về nguyên tắc khai thuế, tính thuế đối với các chủ thể nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam kinh doanh TMĐT, kinh doanh dựa trên nền tảng số và các dịch vụ khác có nghĩa vụ trực tiếp hoặc ủy quyền thực hiện đăng ký, khai thuế, nộp thuế tại Việt Nam theo quy định của Bộ trưởng Bộ Tài chính.

01

Nhiệm vụ, quyền hạn của ngân hàng thương mại: Khấu trừ, nộp thay nghĩa vụ thuế phải nộp theo quy định pháp luật về thuế của tổ chức, cá nhân ở nước ngoài có hoạt động kinh doanh thương mại điện tử có phát sinh thu nhập từ Việt Nam (Khoản 3 Điều 27).

02

Đối với hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh dựa trên nền tảng số và các dịch vụ khác được thực hiện bởi nhà cung cấp ở nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam thì nhà cung cấp ở nước ngoài có nghĩa vụ trực tiếp hoặc ủy quyền thực hiện đăng ký thuế, khai thuế, nộp thuế tại Việt Nam theo quy định của Bộ trưởng Bộ Tài chính (Khoản 4 Điều 42).

03

Doanh nghiệp kinh doanh ở lĩnh vực TMĐT đã hoặc sẽ thực hiện giao dịch với cơ quan thuế bằng phương tiện điện tử, xây dựng hạ tầng CNTT, có hệ thống phần mềm kế toán, phần mềm lập hóa đơn điện tử đáp ứng lập, tra cứu hóa đơn điện tử, lưu trữ dữ liệu hóa đơn điện tử theo quy định và bảo đảm việc truyền dữ liệu hóa đơn điện tử đến người mua và đến cơ quan thuế thì được sử dụng hóa đơn điện tử không có mã của cơ quan thuế khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ, không phân biệt giá trị từng lần bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ được sử dụng hóa đơn điện tử không có mã của cơ quan thuế khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ (khoản 2 Điều 91).

Một số quy định mới về TMĐT trong Luật Quản lý thuế



2. Nghị định số 10/2020/NĐ-CP của Chính phủ quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô

Ngày 17 tháng 01 năm 2020, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 10/2020/NĐ-CP quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô, trong đó quy định rõ trách nhiệm của đơn vị cung cấp phần mềm ứng dụng hỗ trợ kết nối vận tải (Điều 35).

01

Ghi nhận yêu cầu vận chuyển và chuyển yêu cầu vận chuyển đến đơn vị kinh doanh vận tải

Thực hiện vai trò là đơn vị trung gian để xác nhận thực hiện đúng các nội dung đã thỏa thuận giữa đơn vị kinh doanh vận tải với khách hàng

02

03

Ghi nhận đánh giá của khách hàng về chất lượng phục vụ của lái xe để thông tin đến đơn vị kinh doanh vận tải

Thực hiện vai trò là đơn vị trung gian để xác nhận thực hiện đúng các nội dung đã thỏa thuận giữa đơn vị kinh doanh vận tải với khách hàng

04

05

Chỉ được cung cấp dịch vụ phần mềm cho đơn vị kinh doanh vận tải đã được cấp Giấy phép kinh doanh vận tải bằng xe ô tô; phương tiện đã được cấp phù hiệu, biển hiệu...

Lưu trữ toàn bộ lịch sử giao dịch tối thiểu 2 năm

06

07

Cung cấp cho cơ quan quản lý danh sách các đơn vị kinh doanh vận tải, xe ô tô và lái xe của các đơn vị vận tải

Cung cấp cho đơn vị kinh doanh vận tải giao diện và công cụ để điều hành phương tiện và lái xe, đàm phán, quyết định giá cước vận tải

08

09

Phần mềm phải đảm bảo chỉ cho phép lái xe thực hiện nhiều thao tác để nhận chuyển khi xe dừng hoặc khi xe đang di chuyển thì lái xe chỉ phải thao tác một nút bấm để nhận chuyển xe

Công bố quy trình giải quyết khiếu nại của khách hàng, có hệ thống lưu trữ các khiếu nại

10

Trách nhiệm của đơn vị cung cấp phần mềm ứng dụng hỗ trợ kết nối vận tải không trực tiếp điều hành phương tiện, lái xe; không quyết định giá cước vận tải

3. Quyết định số 645/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025

Ngày 15 tháng 5 năm 2020, Thủ tướng Chính phủ đã thông qua Quyết định số 645/QĐ-TTg phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025.

05 mục tiêu tổng quát về phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2021-2025

- Hỗ trợ, thúc đẩy việc ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong doanh nghiệp và cộng đồng;
- Thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn và các địa phương về mức độ phát triển thương mại điện tử;
- Xây dựng thị trường thương mại điện tử lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững;
- Mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng thương mại điện tử; đẩy mạnh giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới;
- Trở thành quốc gia có thị trường thương mại điện tử phát triển thuộc nhóm 3 nước dẫn đầu khu vực Đông Nam Á.

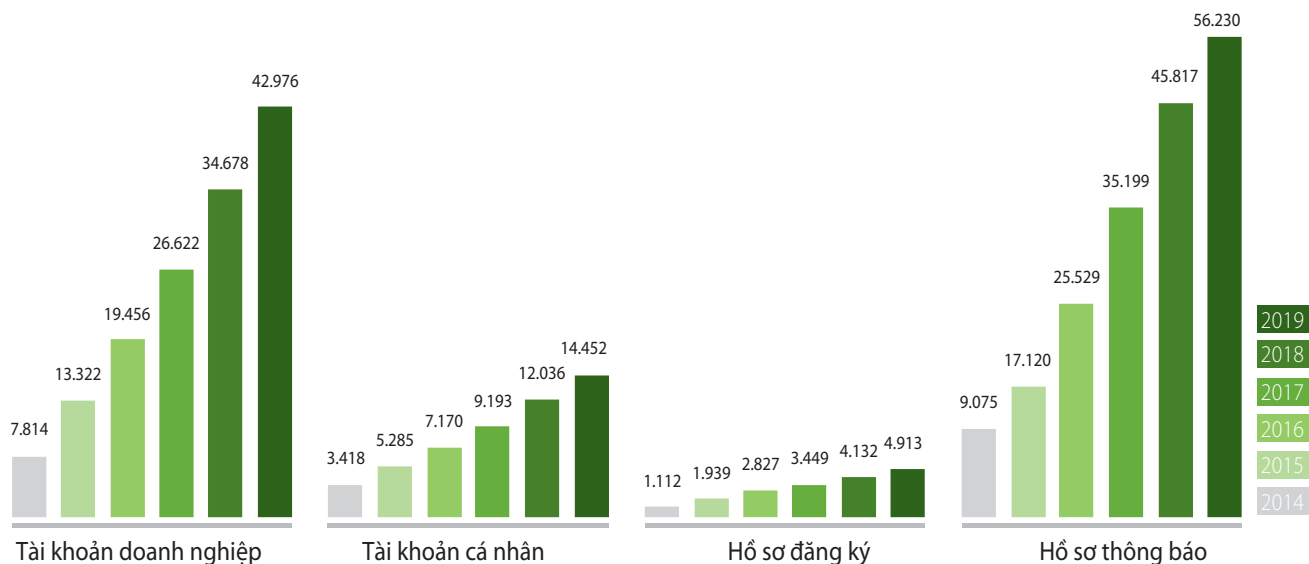
06 nhóm giải pháp phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2021-2025

- Hoàn thiện cơ chế, chính sách nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển thương mại điện tử trong bối cảnh CMCN 4.0;
- Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động thương mại điện tử, đấu tranh chống các hành vi gian lận thương mại, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong thương mại điện tử;
- Các giải pháp xây dựng thị trường và nâng cao lòng tin người tiêu dùng trong thương mại điện tử;
- Tăng cường năng lực các hệ thống hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho thương mại điện tử;
- Đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hóa nội địa và thúc đẩy phát triển thương mại điện tử tại các địa phương;
- Phát triển và ứng dụng các công nghệ mới trong thương mại điện tử, hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp.

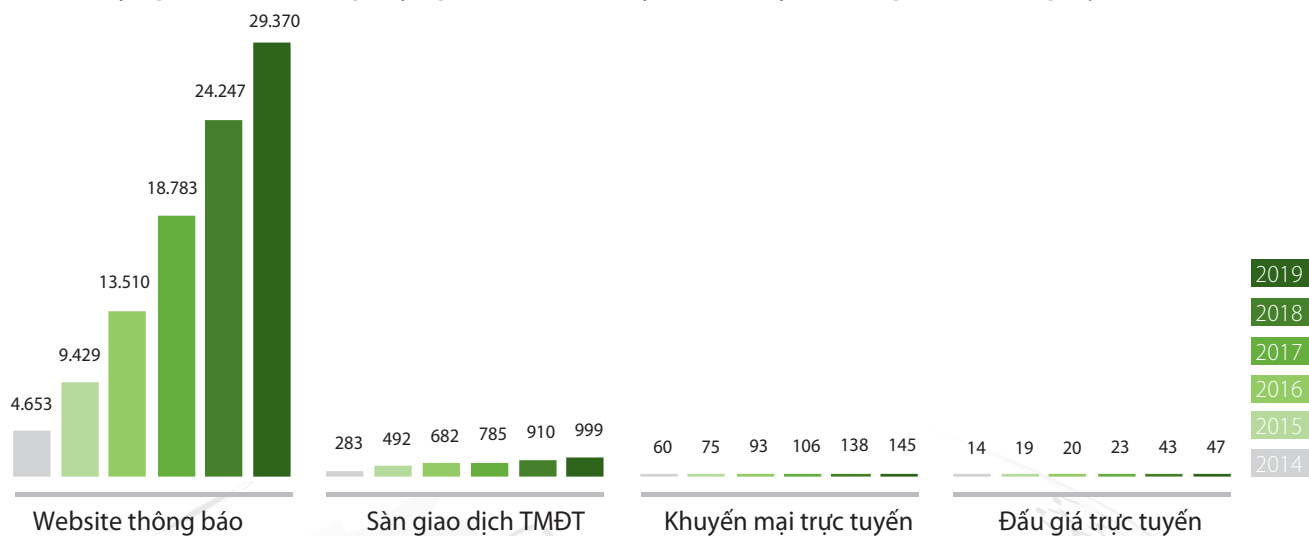


III. THÔNG TIN QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

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



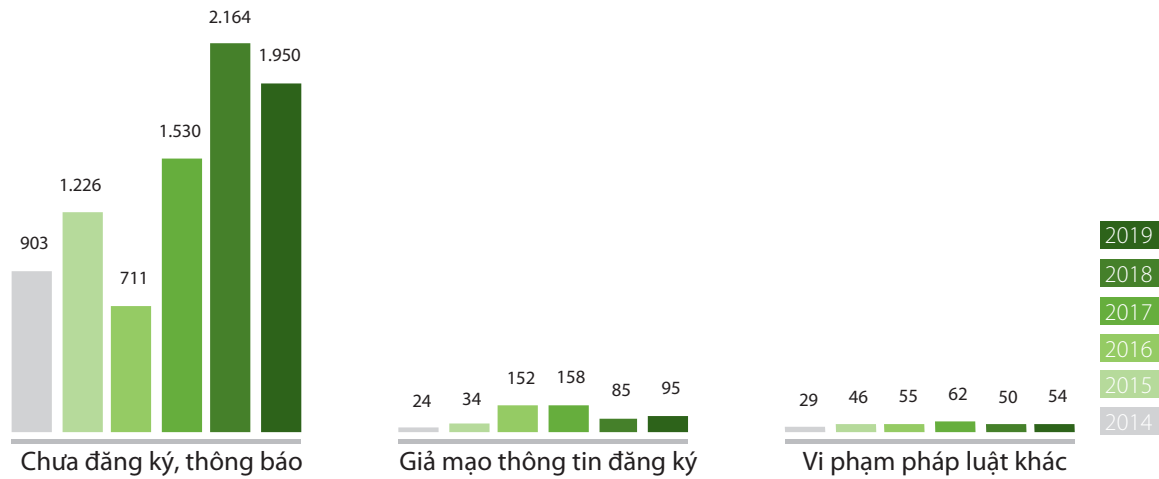
2. Số lượng website, ứng dụng TMĐT đã được xác nhận thông báo, đăng ký ²



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

² Số lượng website/ứng dụng 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 TMĐT³



³Số lượng thông tin phản ánh tính theo năm

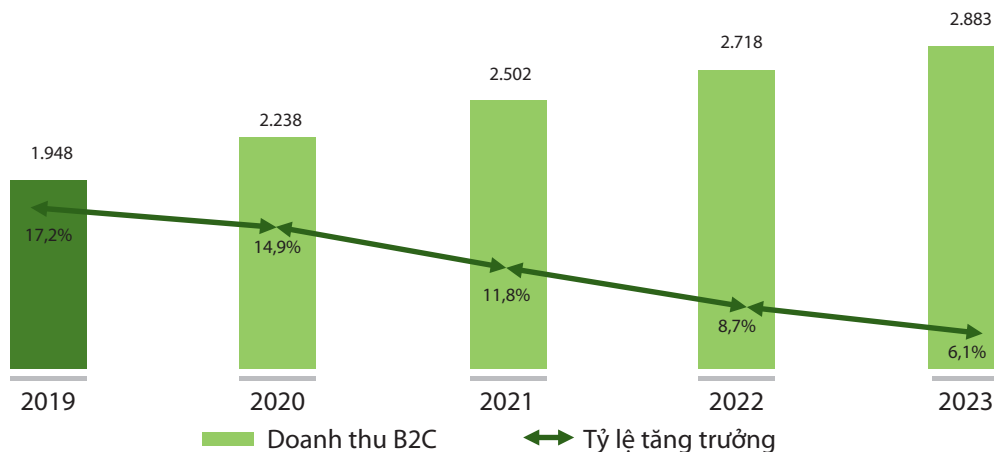
CHƯƠNG 2

TỔNG QUAN QUY MÔ THỊ TRƯỜNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI



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

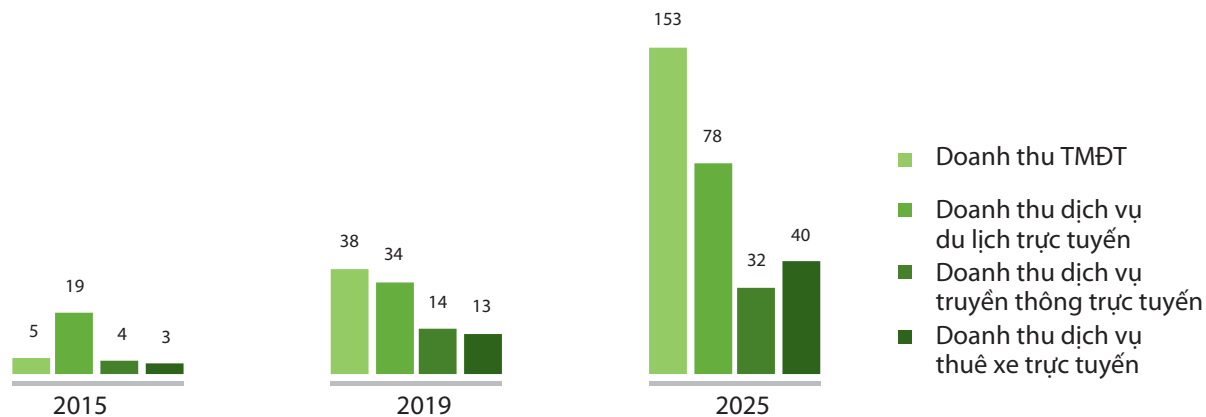
1. Thương mại điện tử B2C toàn cầu



Doanh thu TMĐT B2C toàn cầu từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD)⁴

Nguồn: Statista.com⁵

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)

Nguồn: Báo cáo “Kinh tế Internet khu vực Đông Nam Á năm 2019” của Google và Temasek⁶

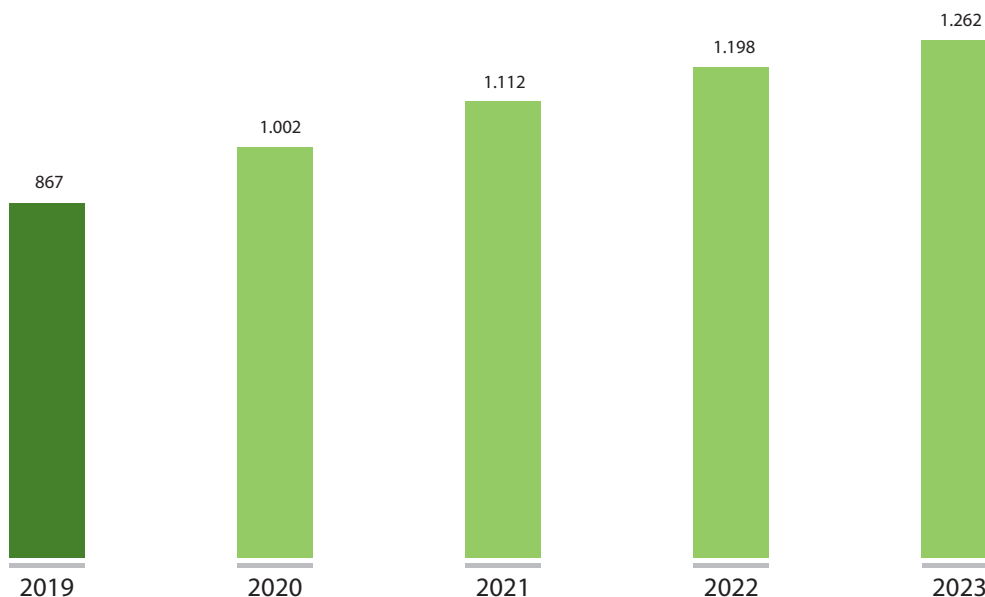
⁴ <https://www.statista.com/outlook/243/100/ecommerce/worldwide>

⁵ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

⁶ Doanh thu TMĐT không bao gồm doanh thu từ dịch vụ du lịch trực tuyến, truyền thông trực tuyến và thuê xe trực tuyến

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

1. Trung Quốc



Doanh thu TMĐT B2C Trung Quốc từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD) ⁷

Nguồn: Statista.com

	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	850	893	933	969	1.000
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	1.020	1.121	1.191	1.236	1.2619

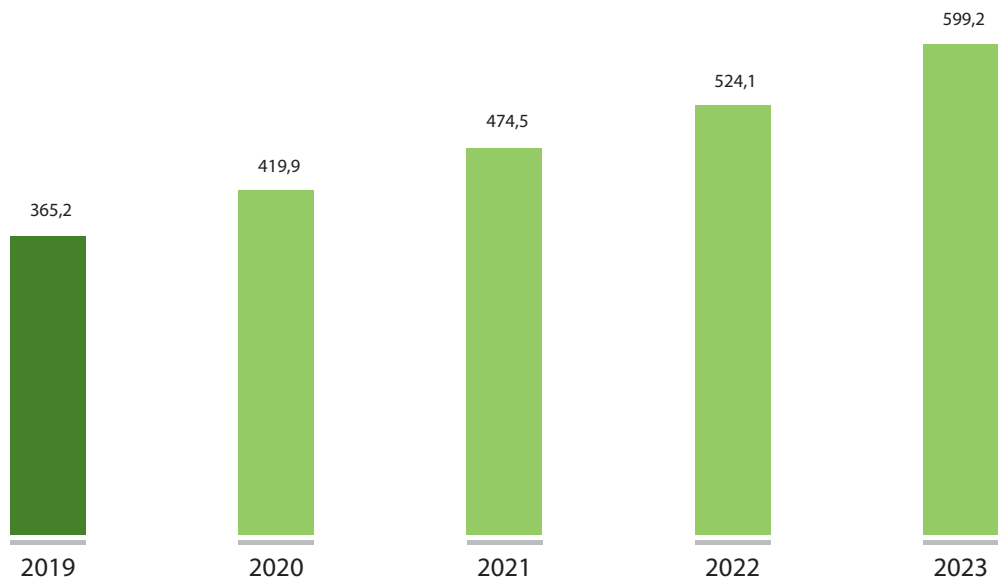
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Trung Quốc năm 2019 – 2023

Nguồn: Statista⁸

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

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

2. Mỹ



Doanh thu TMĐT B2C Mỹ từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD) ⁹

Nguồn: Statista.com

	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	263	267	272	276	279
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	1.388	1.568	1.744	1.898	2.023

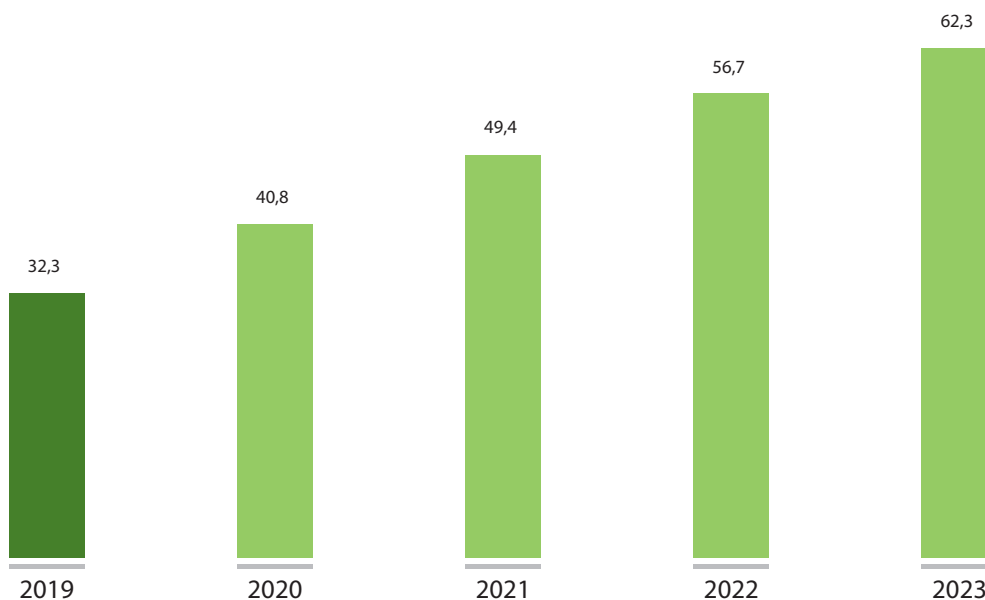
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Mỹ năm 2019 – 2023

Nguồn: Statista ¹⁰

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

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

3. Ấn Độ



Doanh thu TMĐT B2C Ấn Độ từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD) ¹¹

Nguồn: Statista.com

	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	654	734	805	867	920
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	49,4	55,6	61,3	65,3	67,7

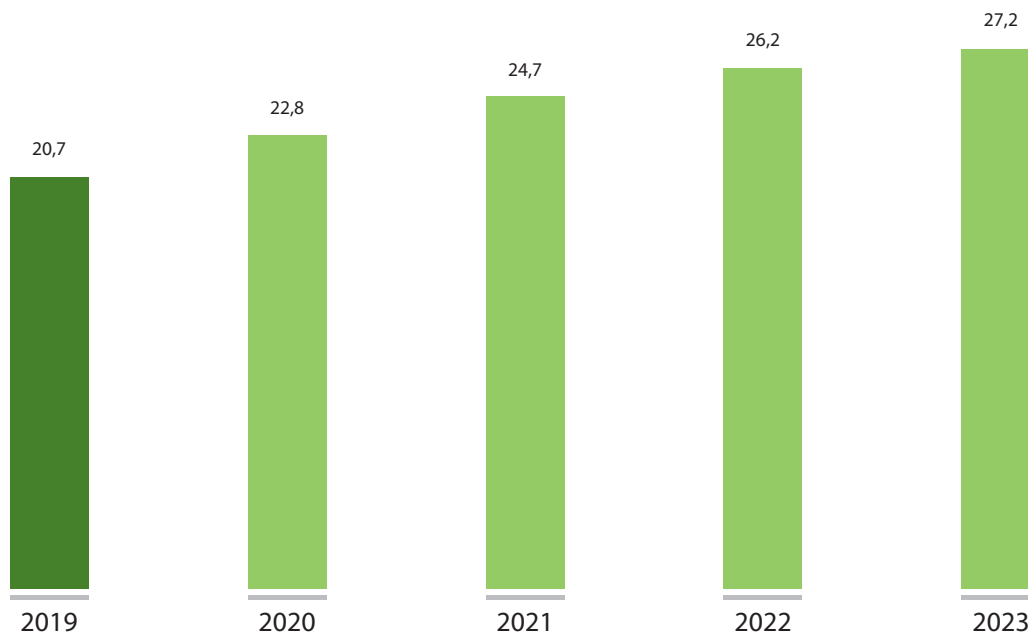
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Ấn Độ năm 2019 – 2023

Nguồn: Statista ¹²

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

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

4. Úc



Doanh thu TMĐT B2C Úc từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD) ¹³

Nguồn: Statista.com

	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	17,9	18,6	19,2	19,8	20,4
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	1.156	1.228	1.287	1.320	1.331

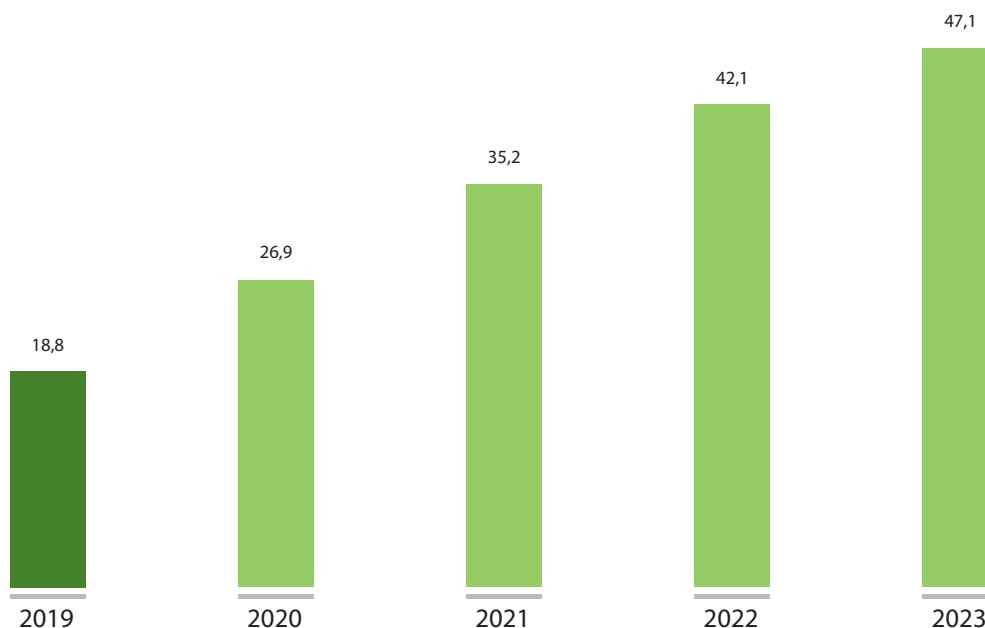
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Úc năm 2019 – 2023

Nguồn: Statista ¹⁴

¹³ 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

¹⁴ <https://www.statista.com/outlook/243/117/e-commerce/australia>

5. Indonesia



Doanh thu TMĐT B2C Indonesia từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD) ¹⁵

Nguồn: Statista.com

	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	168,3	181,5	193,2	203,5	212,2
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	111,5	148,4	182,0	206,8	221,8

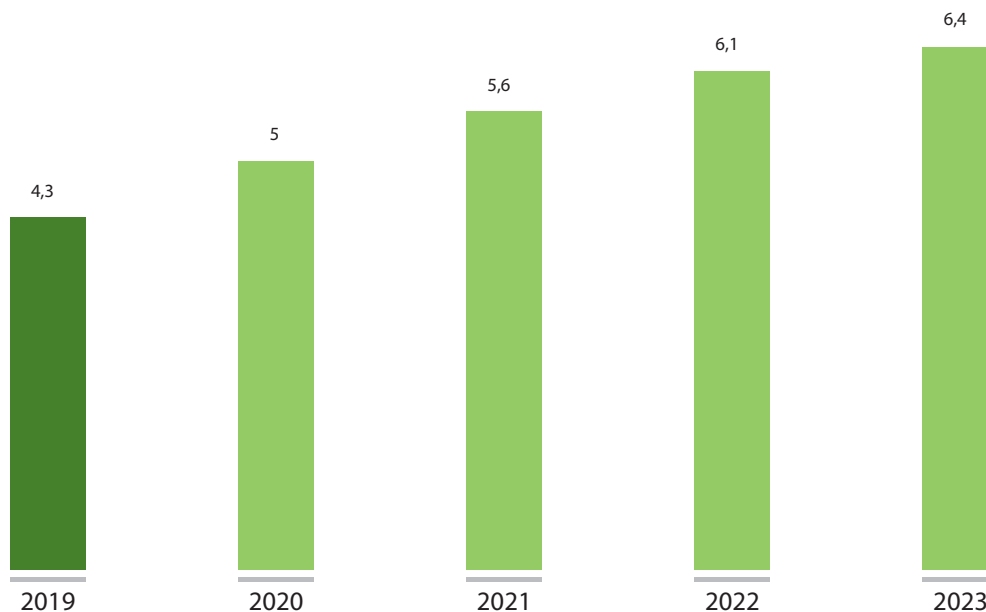
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Indonesia năm 2019 – 2023

Nguồn: Statista ¹⁶

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

¹⁶ <https://www.statista.com/outlook/243/117/ecommerce/indonesia>

6. Thái Lan



Doanh thu TMĐT B2C Thái Lan từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD) ¹⁷

Nguồn: Statista.com

	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	34,8	36,4	37,9	39,4	40,6
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	124,1	136,4	147,4	154,5	157,9

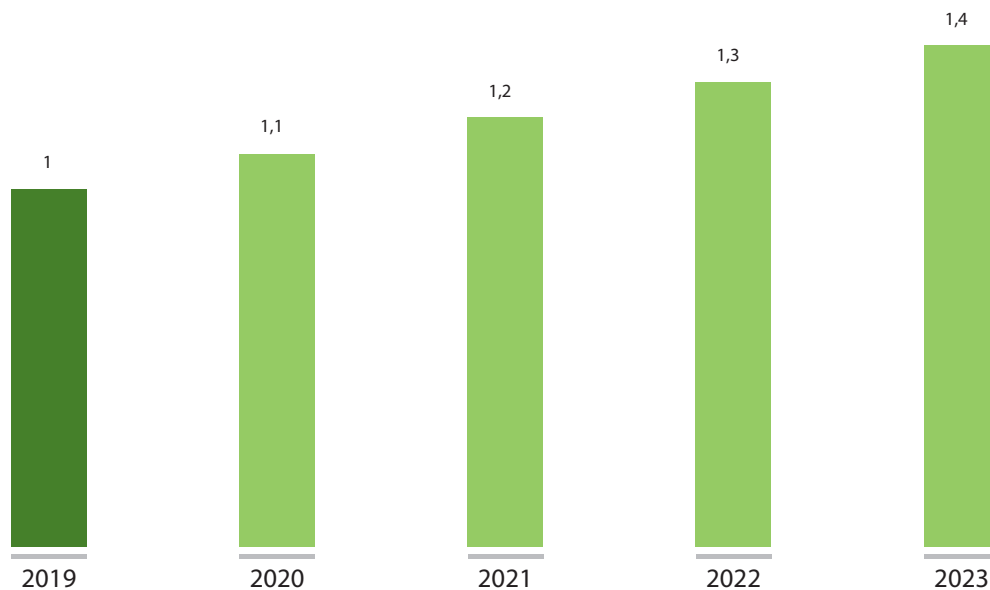
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Thái Lan năm 2019 – 2023

Nguồn: Statista ¹⁸

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

¹⁸ <https://www.statista.com/outlook/243/117/ecommerce/thailand>

7. Philippines



Doanh thu TMĐT B2C Philippines từ năm 2019 – 2023 (tỷ USD) ¹⁹

Nguồn: Statista.com

	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	48,7	50,3	51,9	53,1	54,0
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến một người (USD)	19,5	21,7	23,7	25,1	26,2

Tình hình mua sắm trực tuyến tại Philippines năm 2019 – 2023

Nguồn: Statista ²⁰

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

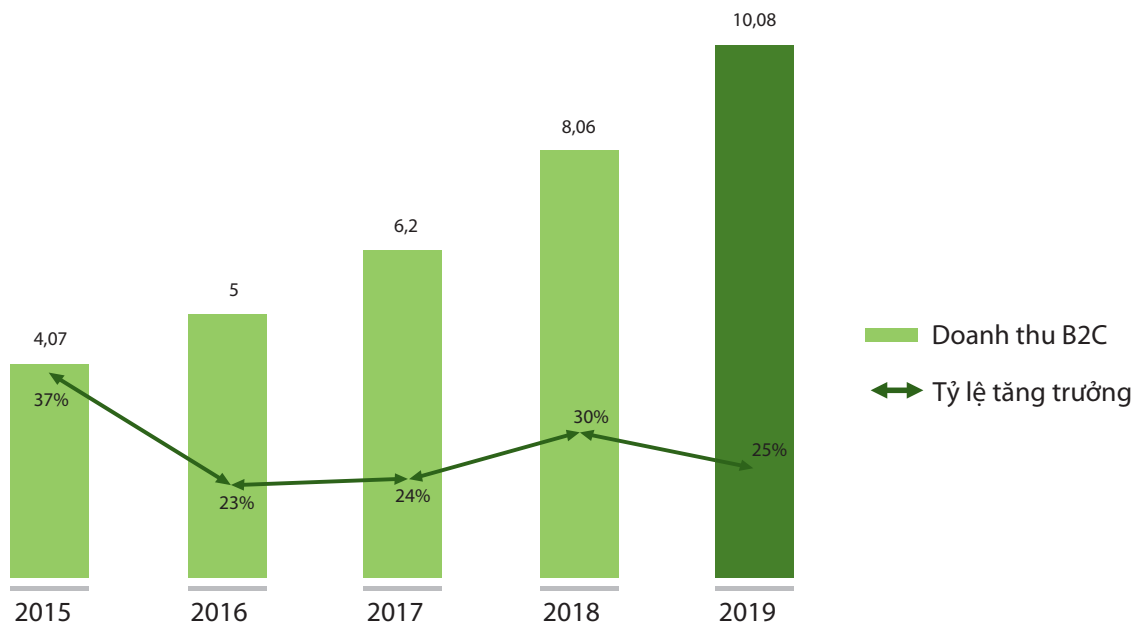
²⁰ <https://www.statista.com/outlook/243/117/ecommerce/philippines>

CHƯƠNG 3

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM



I. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG TMĐT B2C VIỆT NAM



Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam năm 2015 – 2019 (tỷ USD)²¹

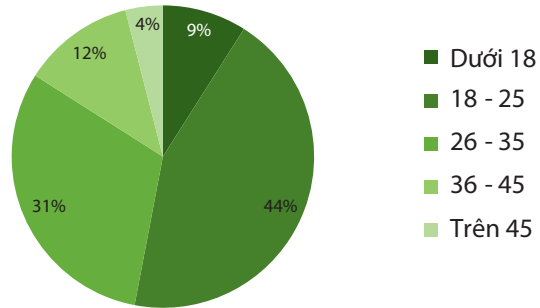
	2015	2016	2017	2018	2019
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	30,3	32,7	33,6	39,9	44,8
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	160	170	186	202	225
Tỷ trọng doanh thu TMĐT B2C so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước	2,8%	3%	3,6%	4,2%	4,9%
Tỷ lệ người dân sử dụng Internet ²²	54%	54,2%	58,1%	60%	66%

²¹ Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam bao gồm doanh thu tất cả hàng hoá, dịch vụ bán qua kênh TMĐT (loại trừ các giao dịch liên quan đến lĩnh vực tài chính, ngân hàng, tín dụng, bảo hiểm, trò chơi trực tuyến).

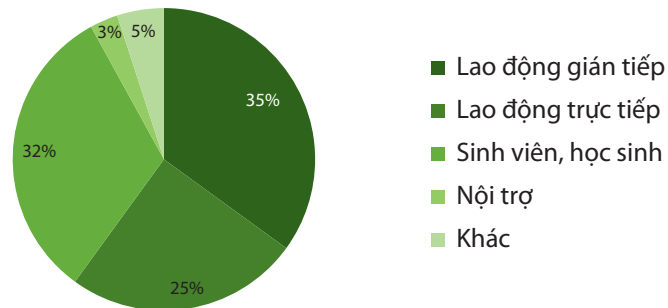
²² Số liệu được công bố trong Ngày Internet Việt Nam 2019.

II. THÔNG TIN CHUNG VỀ KHẢO SÁT CỘNG ĐỒNG ²³

1. Độ tuổi người tham gia khảo sát



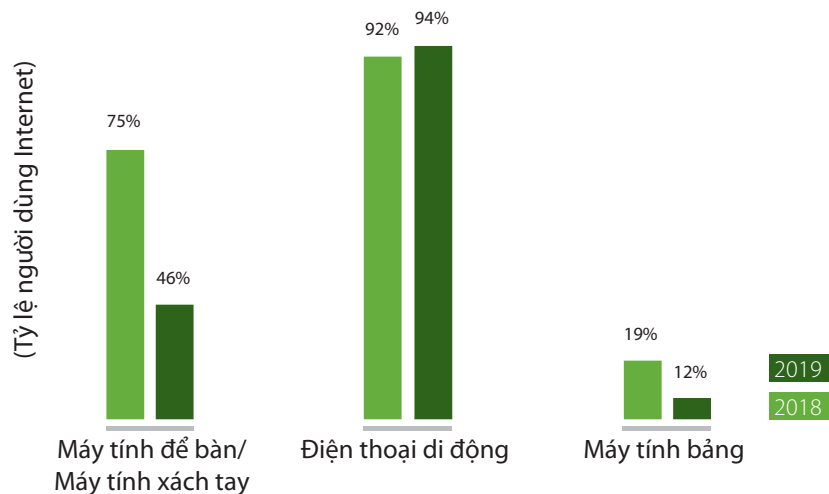
2. Nhóm nghề nghiệp của người tham gia khảo sát



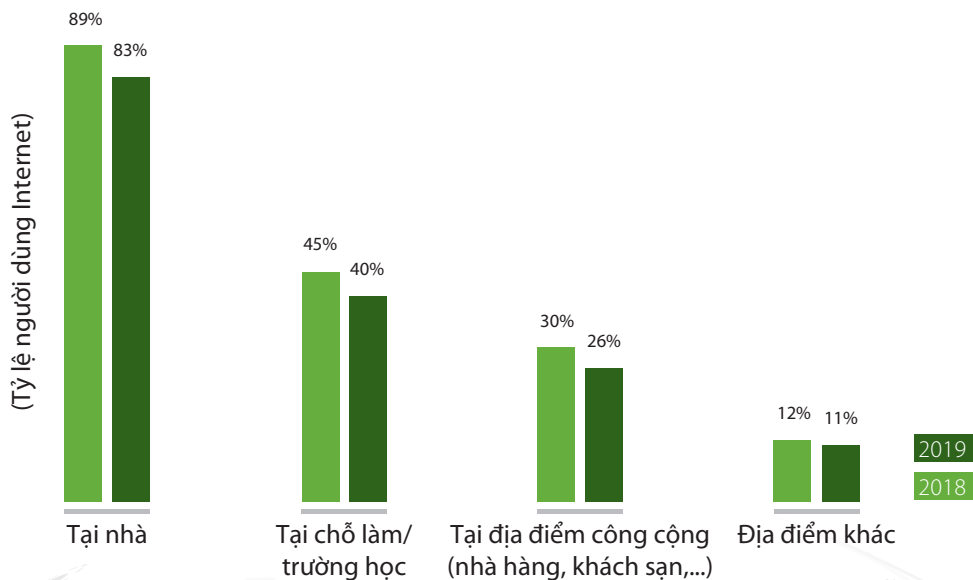
²³ Số liệu chương 3 được tổng hợp từ kết quả khảo sát 1.002 cá nhân trên phạm vi toàn quốc. Hình thức khảo sát là điền phiếu trực tiếp.

III. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG INTERNET CỦA NGƯỜI DÂN

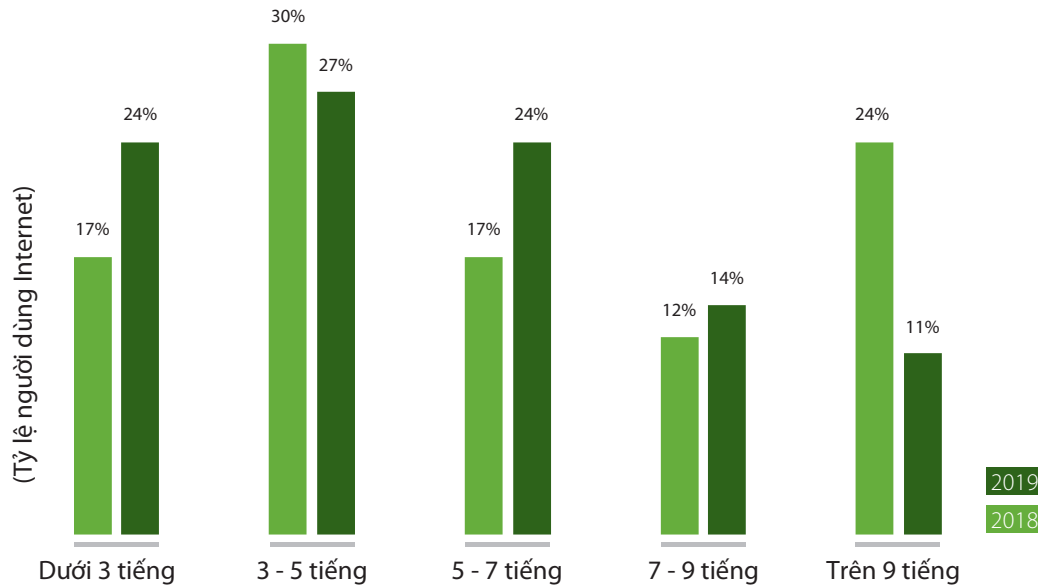
1. Phương tiện truy cập Internet của người dân



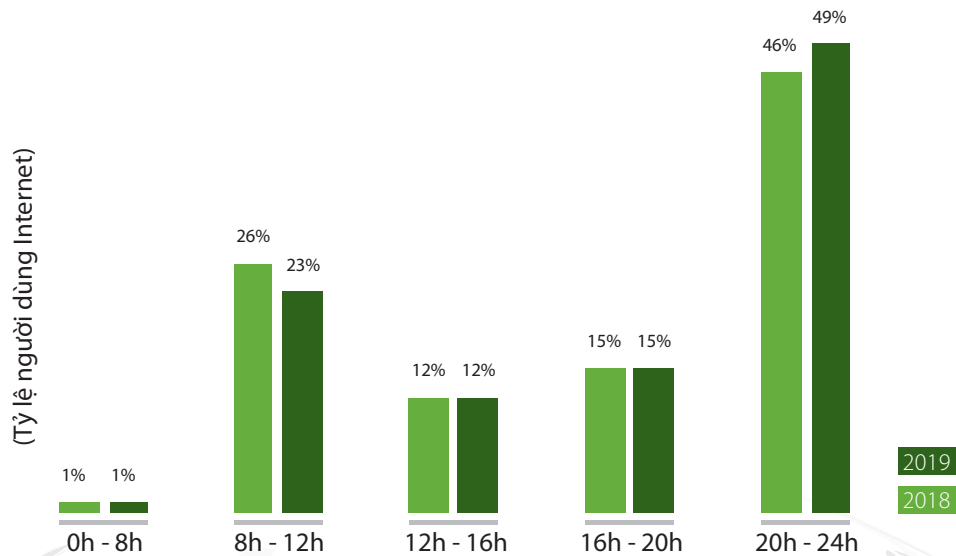
2. Địa điểm truy cập Internet của người dân



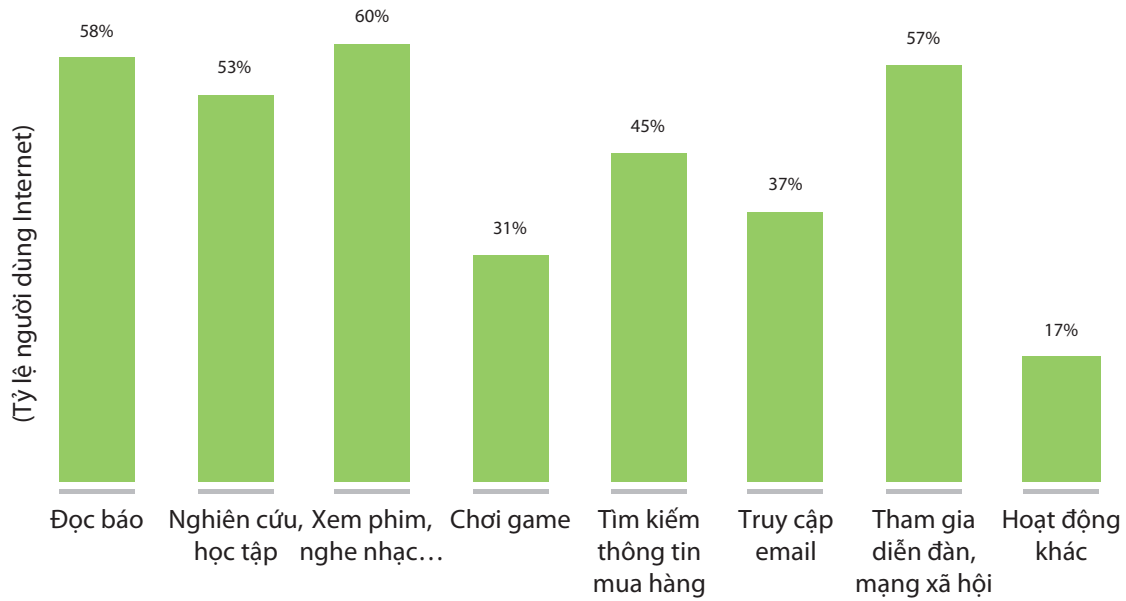
3. Thời lượng truy cập Internet trung bình mỗi ngày



4. Thời điểm truy cập Internet thường xuyên trong ngày

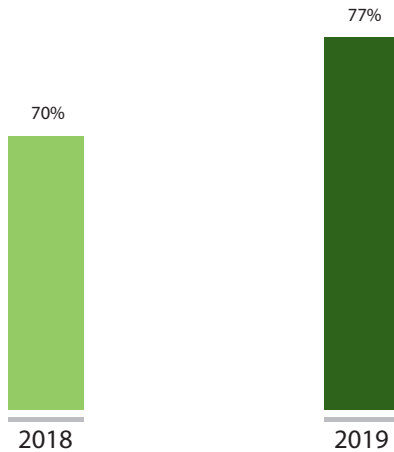


5. Mục đích sử dụng Internet

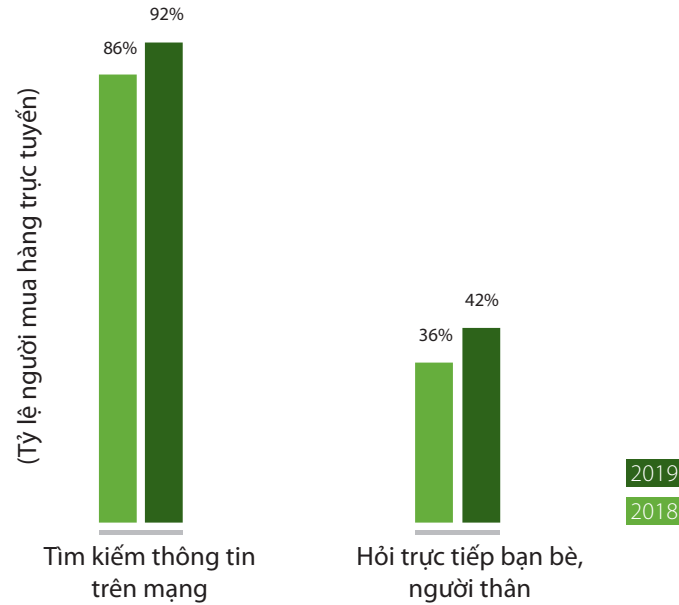


IV. TÌNH HÌNH THAM GIA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG

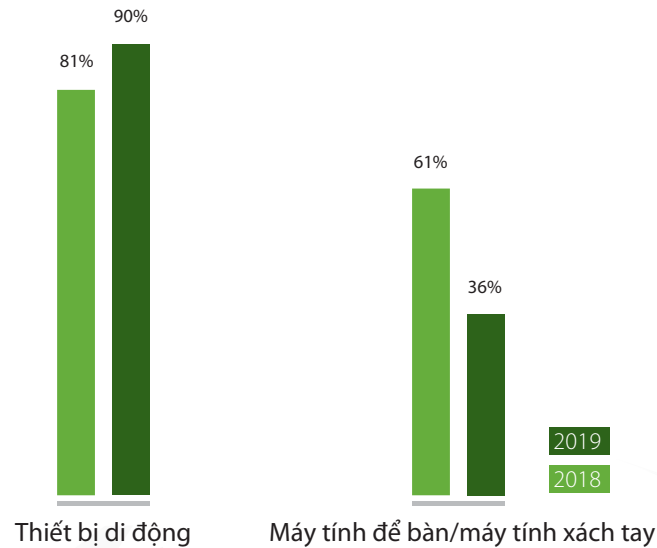
1. Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến ít nhất một lần trong năm



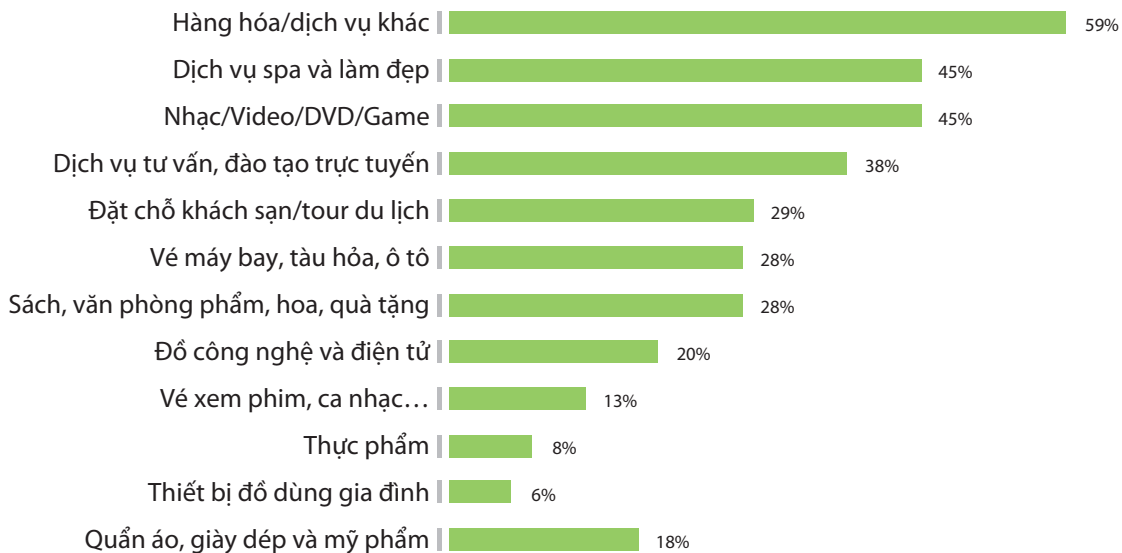
2. Cách thức tìm kiếm thông tin khi mua hàng trực tuyến



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

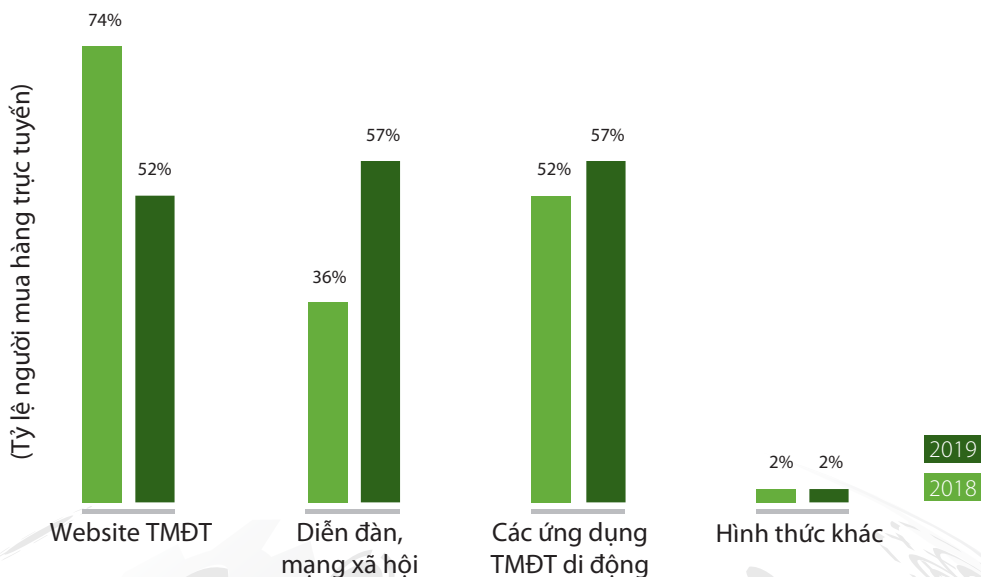


4. Loại hình hàng hóa/dịch vụ thường được mua trên mạng

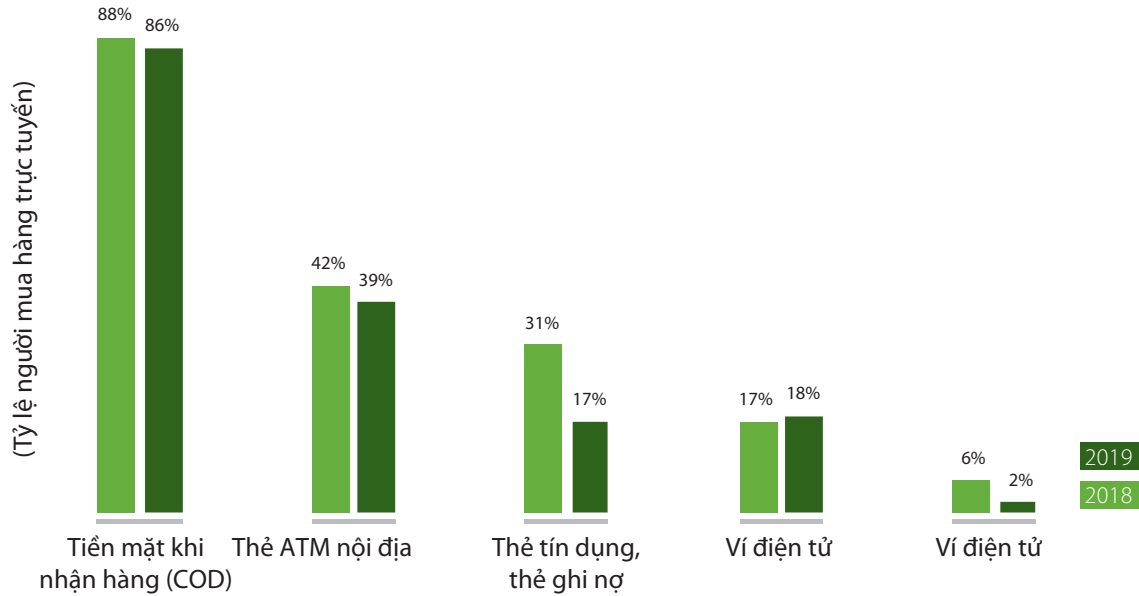


(Tỷ lệ người mua hàng trực tuyến)

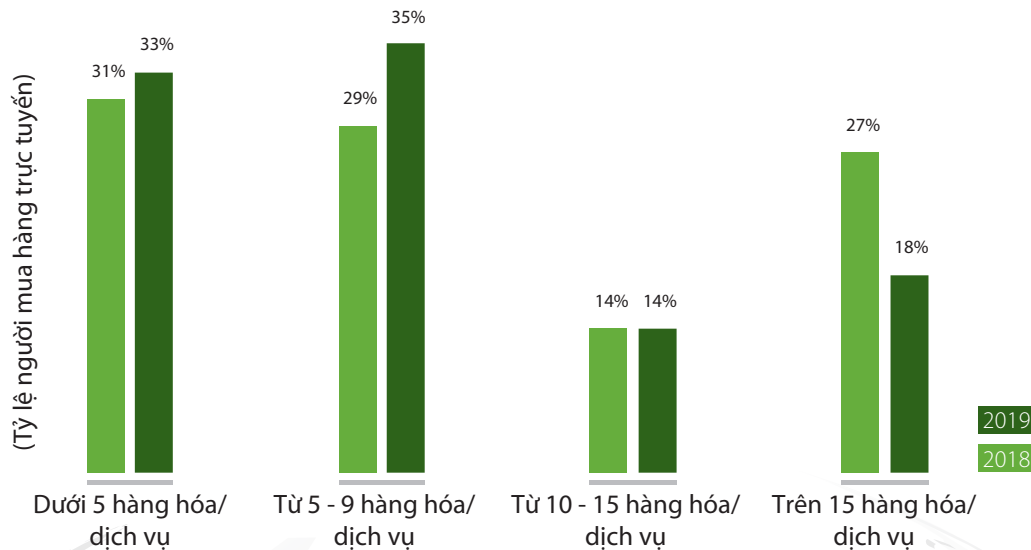
5. Các kênh mua sắm trực tuyến



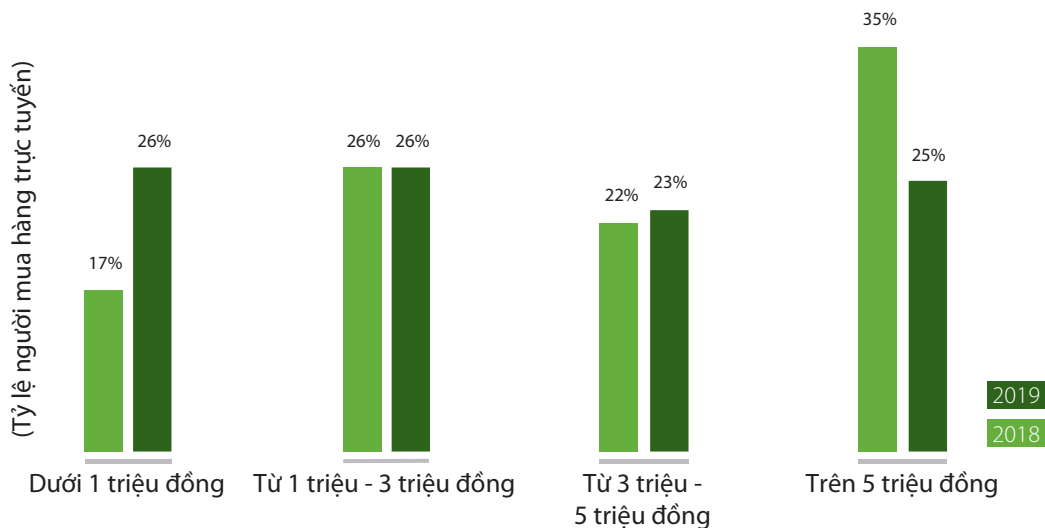
6. Hình thức thanh toán người mua hàng trực tuyến ưu tiên lựa chọn



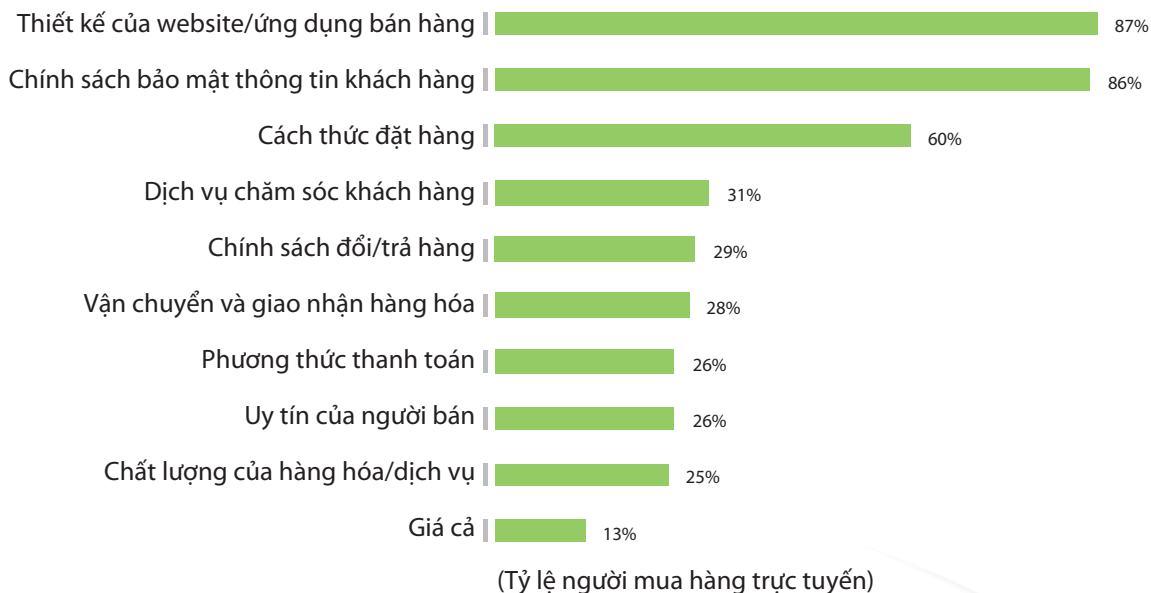
7. Số lượng hàng hóa/dịch vụ mua sắm trực tuyến trung bình của mỗi cá nhân



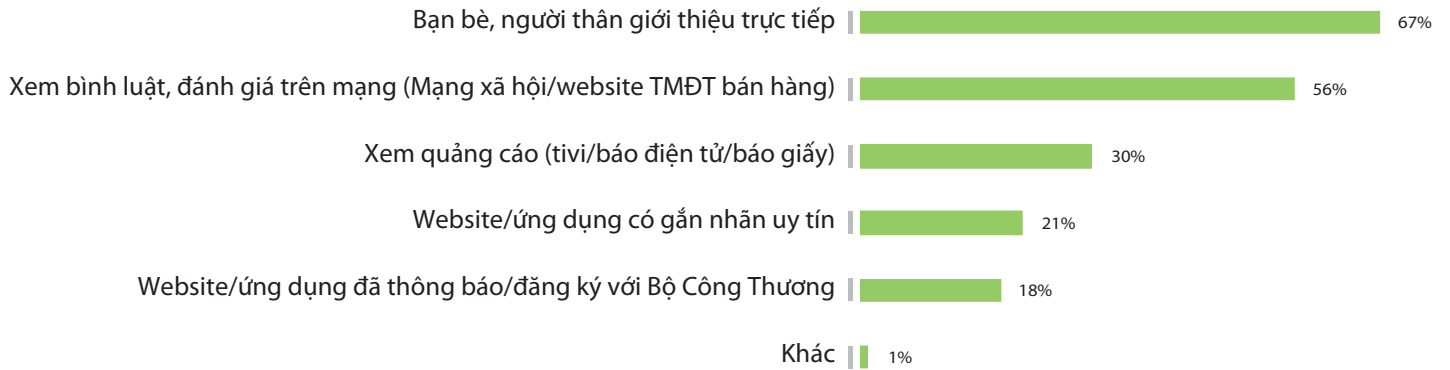
8. Giá trị mua sắm trực tuyến mỗi cá nhân trong năm



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



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



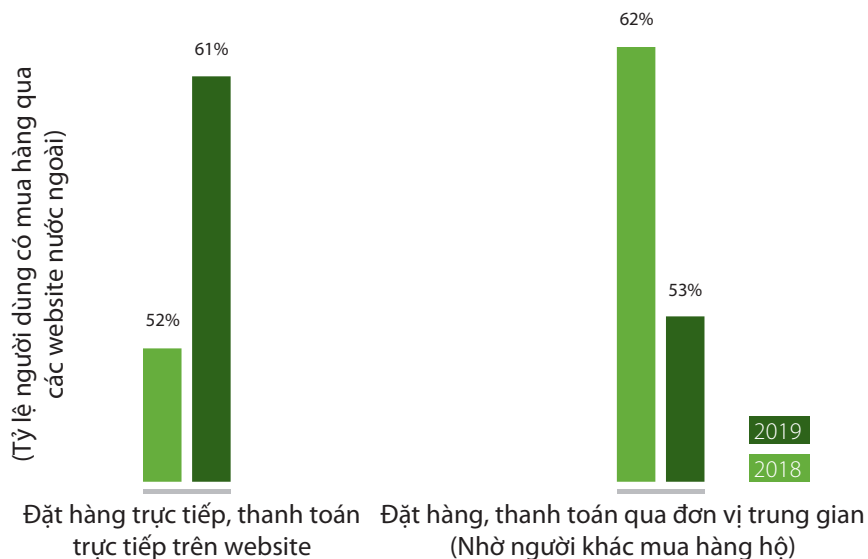
(Tỷ lệ người mua hàng trực tuyến)

11. Tỷ lệ người dùng Internet mua hàng qua các website nước ngoài²⁴



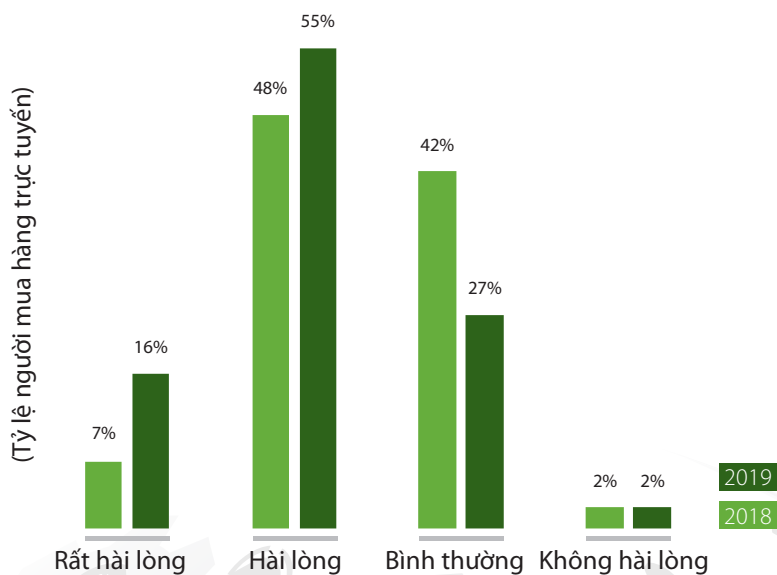
²⁴ Website nước ngoài là website không có hiện diện pháp lý tại Việt Nam

12. Các hình thức mua hàng trên website nước ngoài

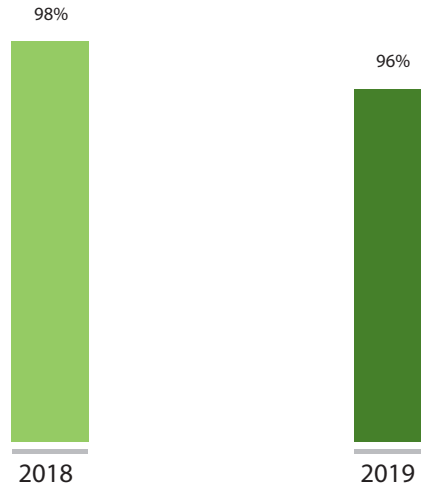


V. ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG KHI MUA SẴM TRỰC TUYẾN

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

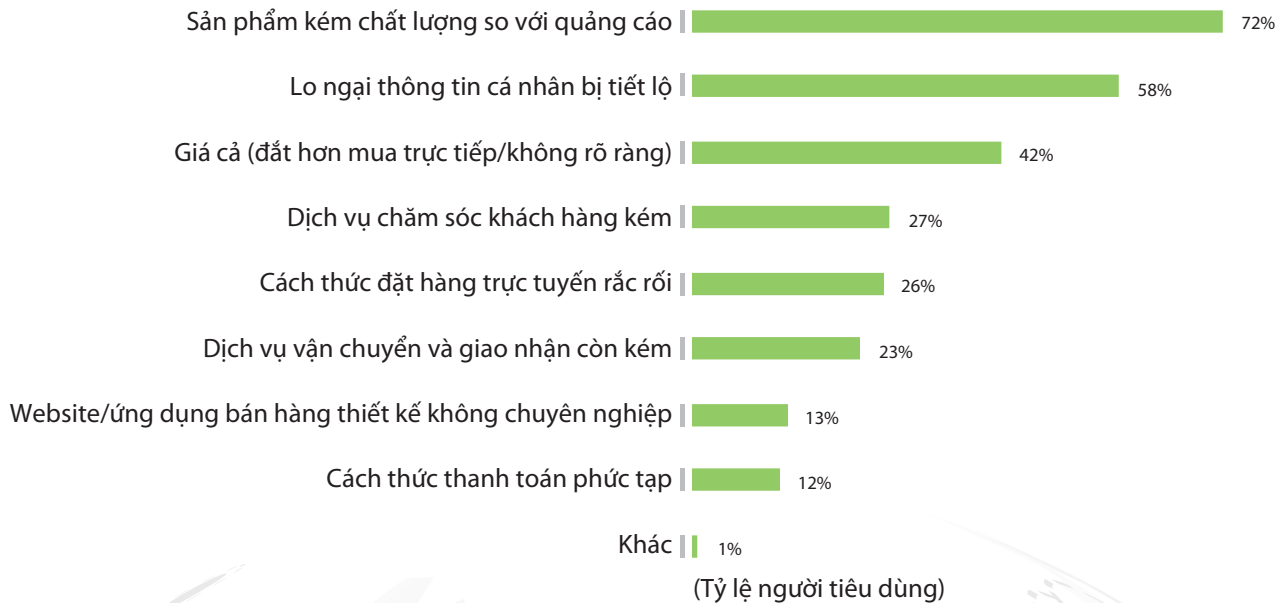


2. Tỷ lệ người tham gia khảo sát trả lời sẽ tiếp tục mua hàng trực tuyến

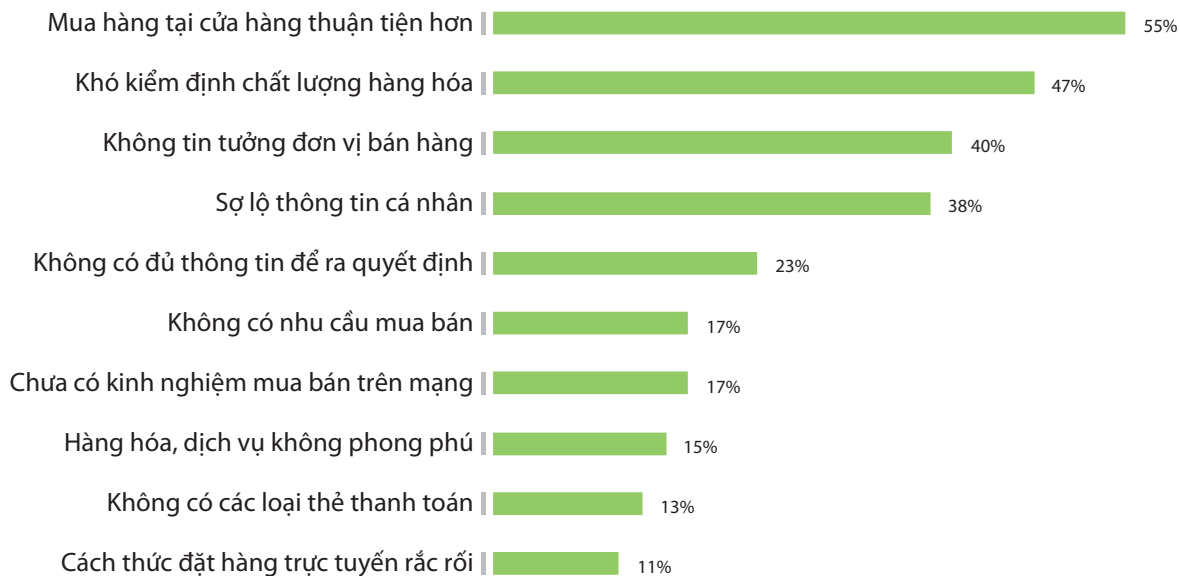


VI. TRỞ NGẠI KHI MUA HÀNG TRỰC TUYẾN

1. Các trở ngại khi mua hàng trực tuyến



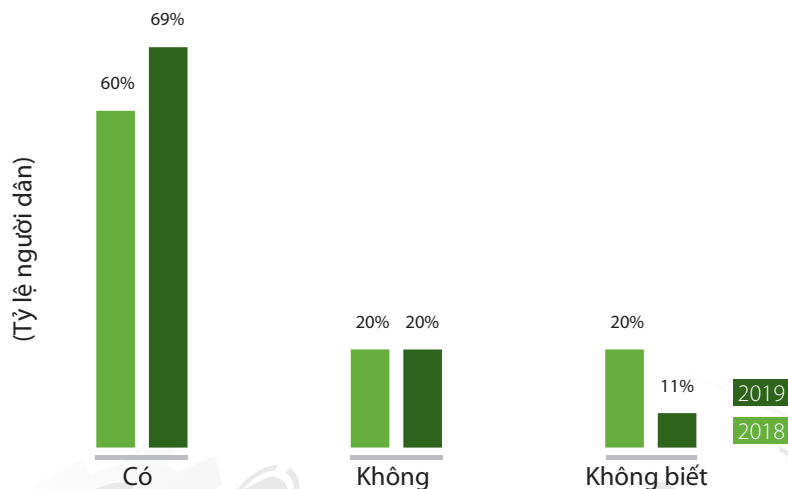
2. Lý do chưa mua sắm trực tuyến



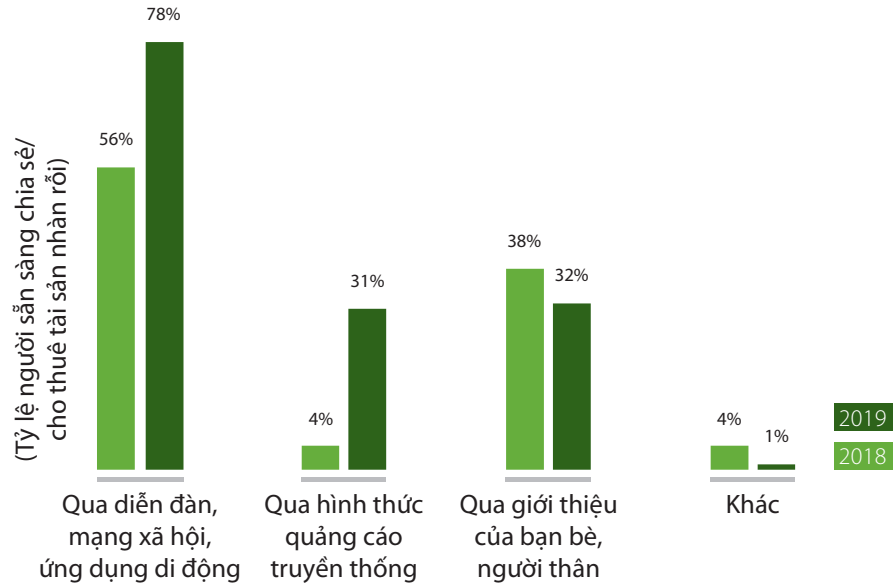
(Tỷ lệ người chưa tham gia mua sắm trực tuyến)

VII. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG CỦA CỘNG ĐỒNG KHI THAM GIA MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ

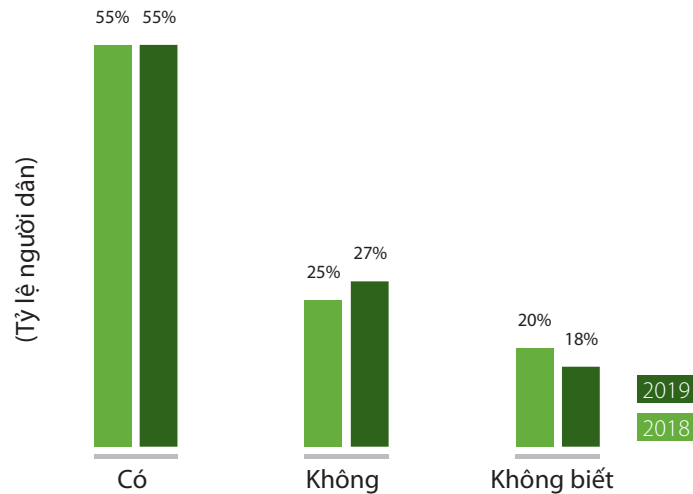
1. Nhu cầu chia sẻ/cho thuê tài sản nhàn rỗi của cộng đồng



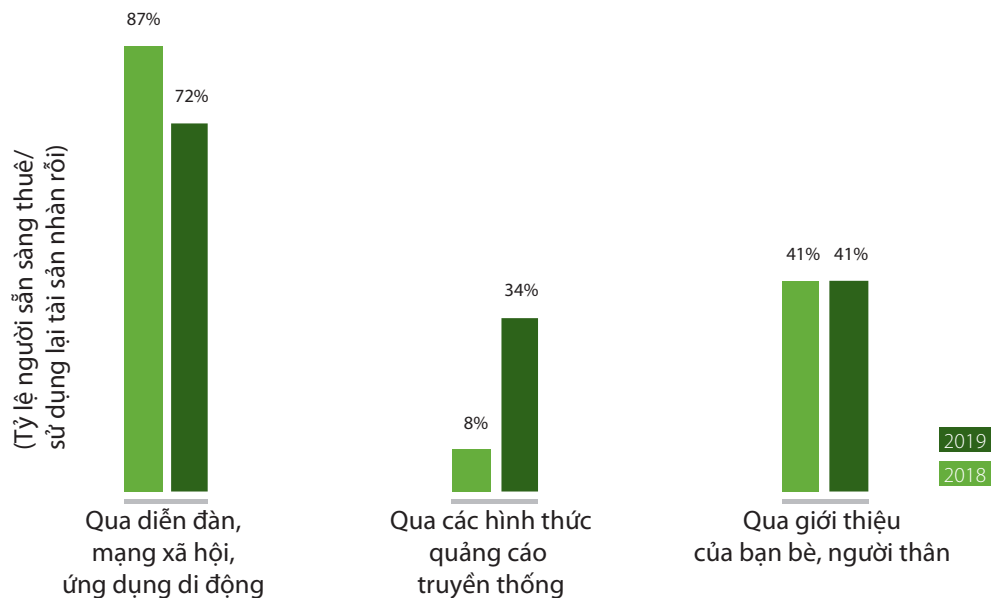
2. Phương thức tìm kiếm người có nhu cầu sử dụng tài sản nhà rỗi



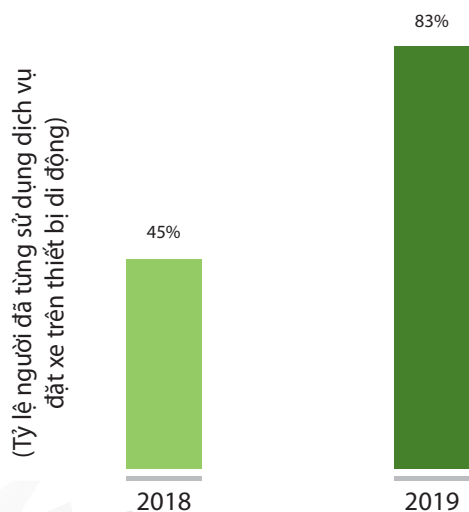
3. Nhu cầu thuê/sử dụng lại các tài sản nhà rỗi, dư thừa của cộng đồng



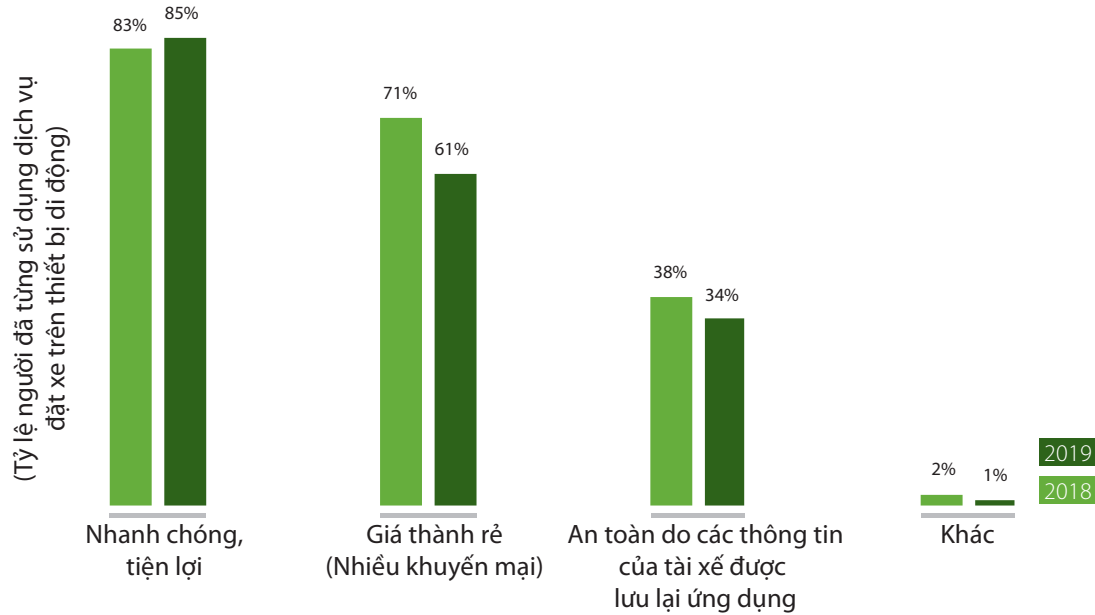
4. Phương thức tìm kiếm thông tin về tài sản nhàn rỗi



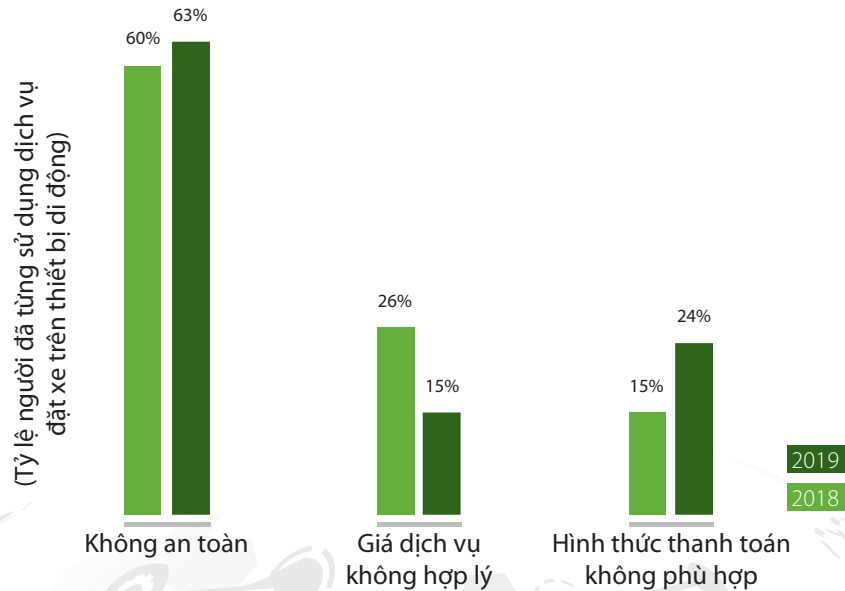
5. Tỷ lệ người tham gia khảo sát đã từng sử dụng ứng dụng đặt xe trên thiết bị di động



6. Đánh giá của người sử dụng dịch vụ đặt xe



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



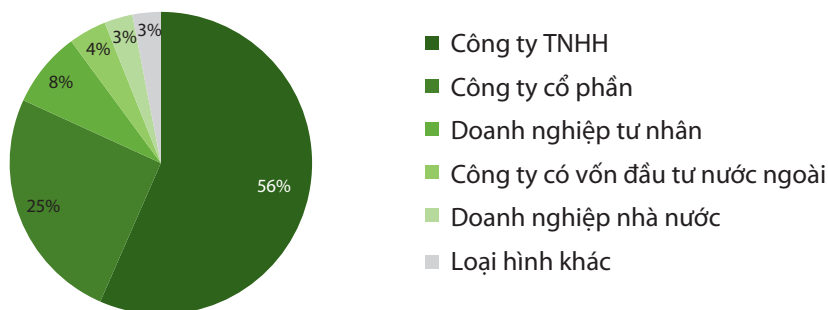
CHƯƠNG 4

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP

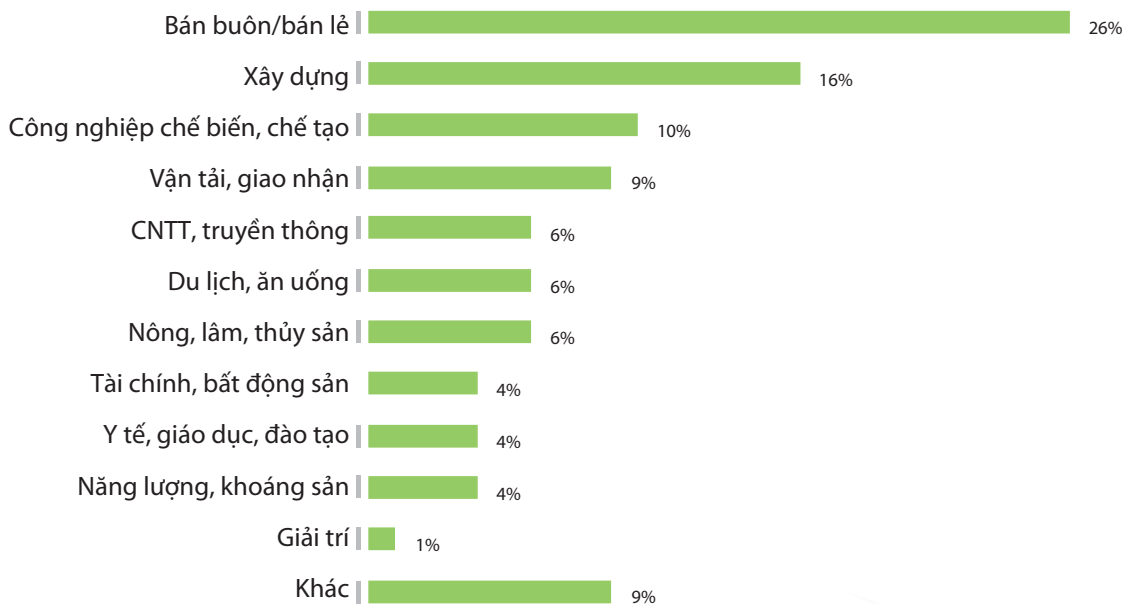


I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP²⁵

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát

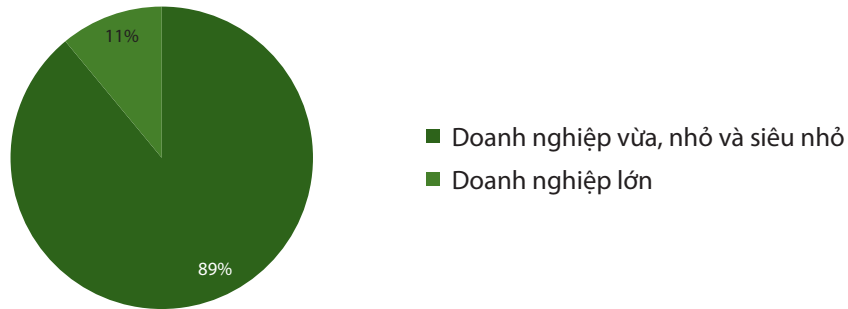


2. Lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp



²⁵ Số liệu trong chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 3,890 doanh nghiệp. Hình thức khảo sát là điền phiếu trực tiếp.

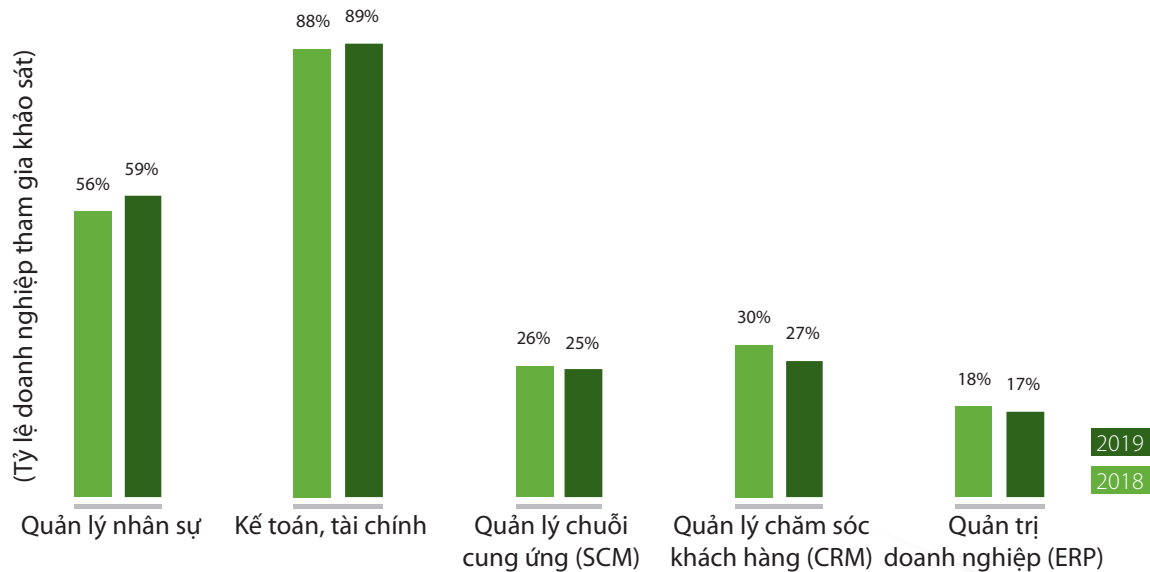
3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát



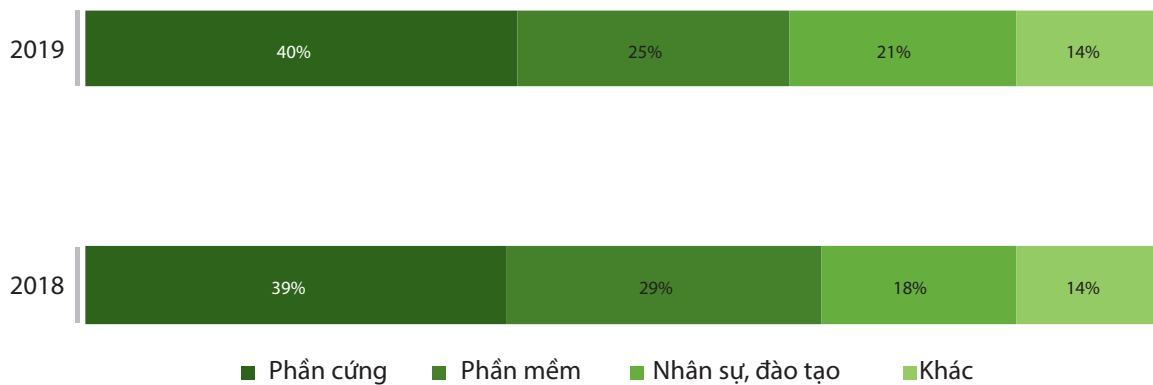
II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG TMĐT CỦA DOANH NGHIỆP

1. Hạ tầng công nghệ thông tin

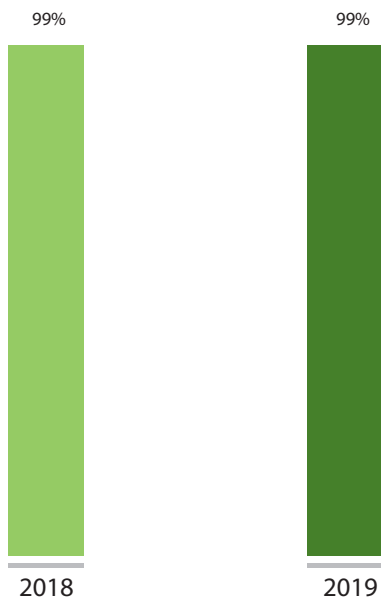
1.1. Các phần mềm phổ biến được doanh nghiệp sử dụng



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

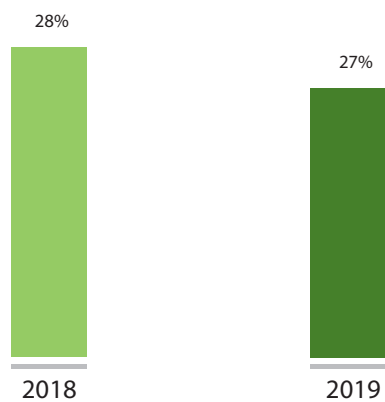


1.3. Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng các công cụ như Viber, Whatsapp, Skype, Facebook Messenger,...

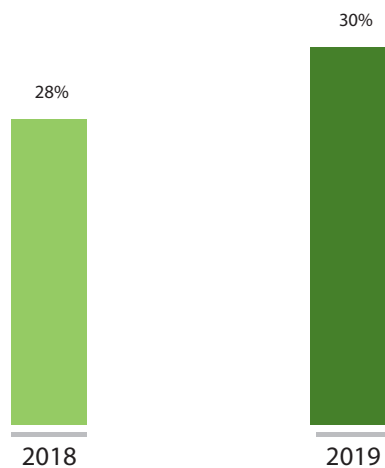


2. Nguồn nhân lực cho TMĐT

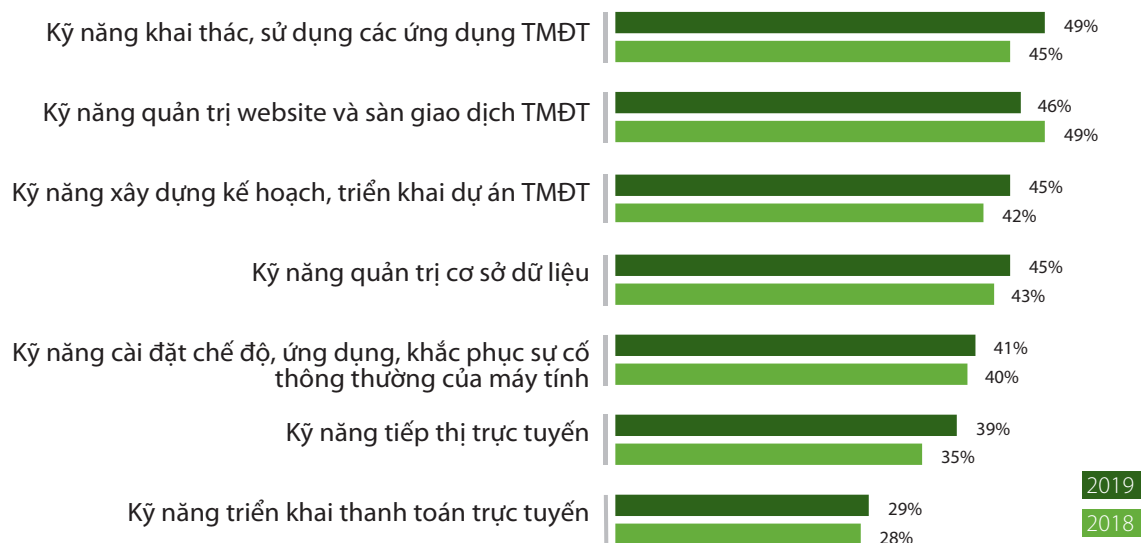
2.1. Tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử



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

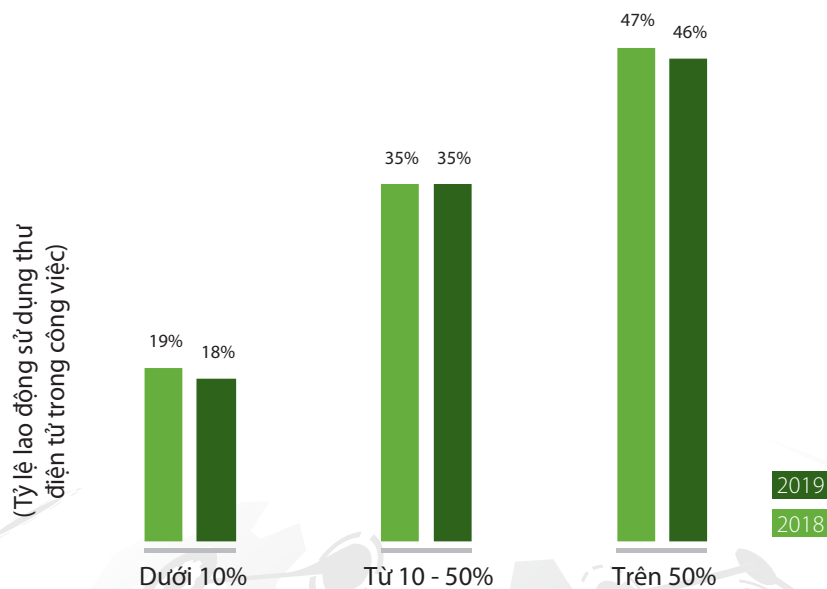


2.3. Các kỹ năng chuyên ngành CNTT-TMĐT khó tuyển dụng hiện nay

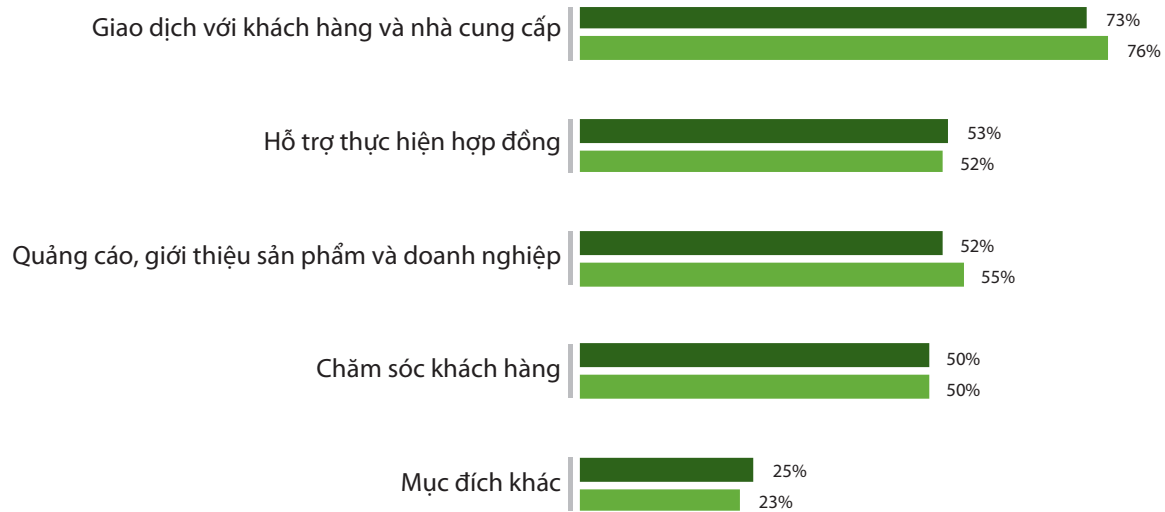


3. Tình hình sử dụng thư điện tử

3.1. Tỷ lệ lao động thường xuyên sử dụng thư điện tử trong công việc



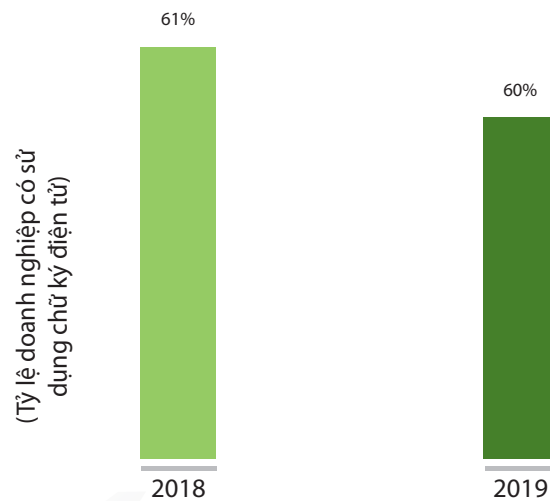
3.2. Mục đích sử dụng thư điện tử của doanh nghiệp



(Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia khảo sát)

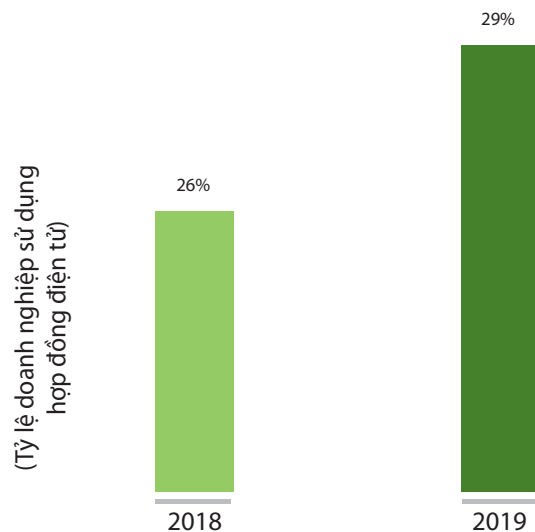
4. Tình hình sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử

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



(Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng chữ ký điện tử)

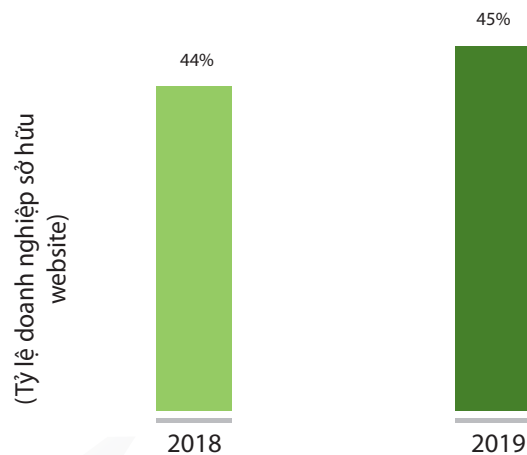
4.2. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng hợp đồng điện tử



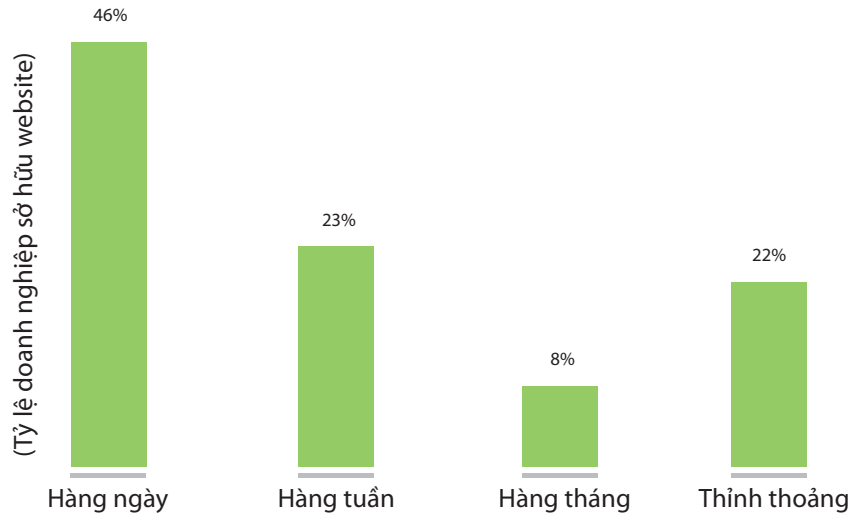
III. CÁC HÌNH THỨC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP

1. Thương mại điện tử trên nền tảng website

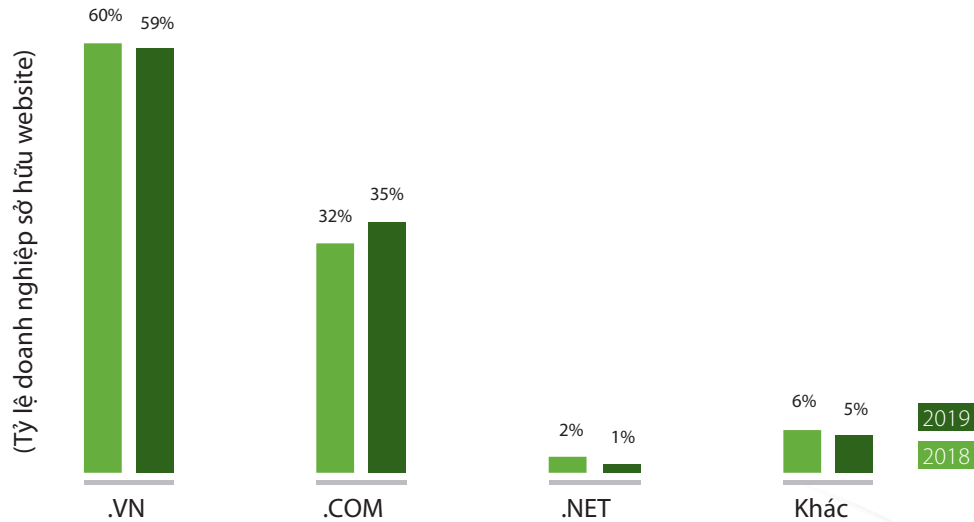
1.1. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website



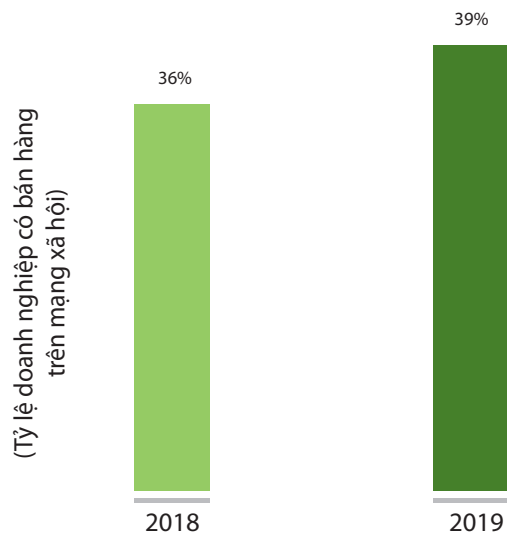
1.2. Tần suất doanh nghiệp cập nhật thông tin trên website



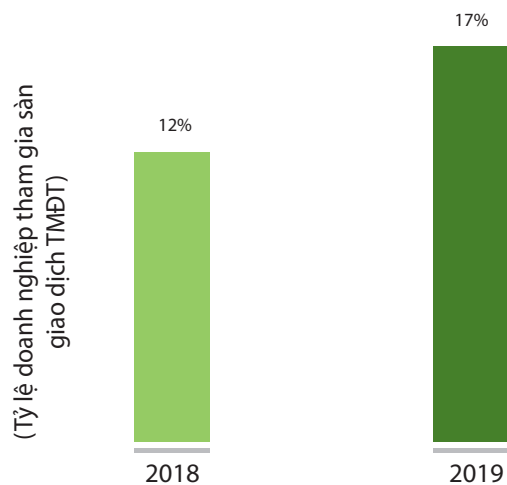
1.3. Tỷ lệ tên miền website được doanh nghiệp sử dụng



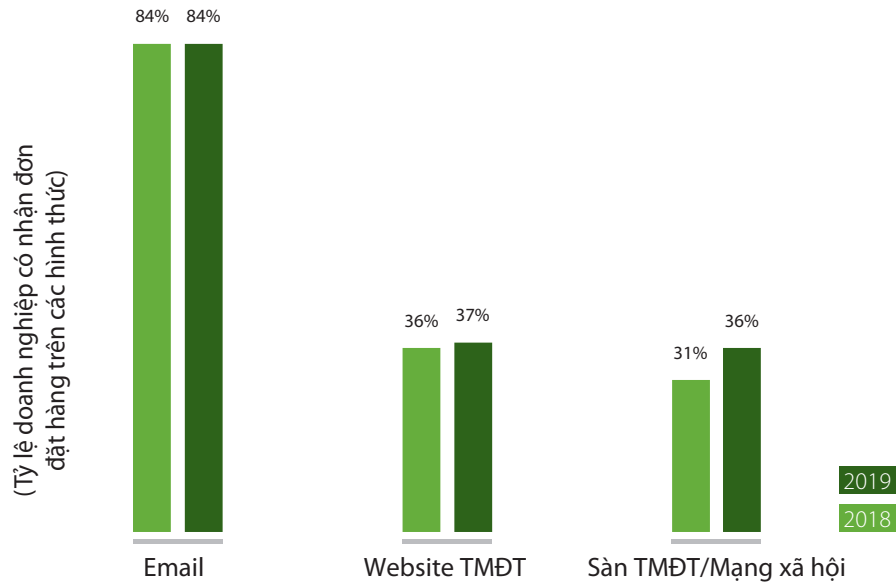
1.4. Tỷ lệ doanh nghiệp có bán hàng trên mạng xã hội



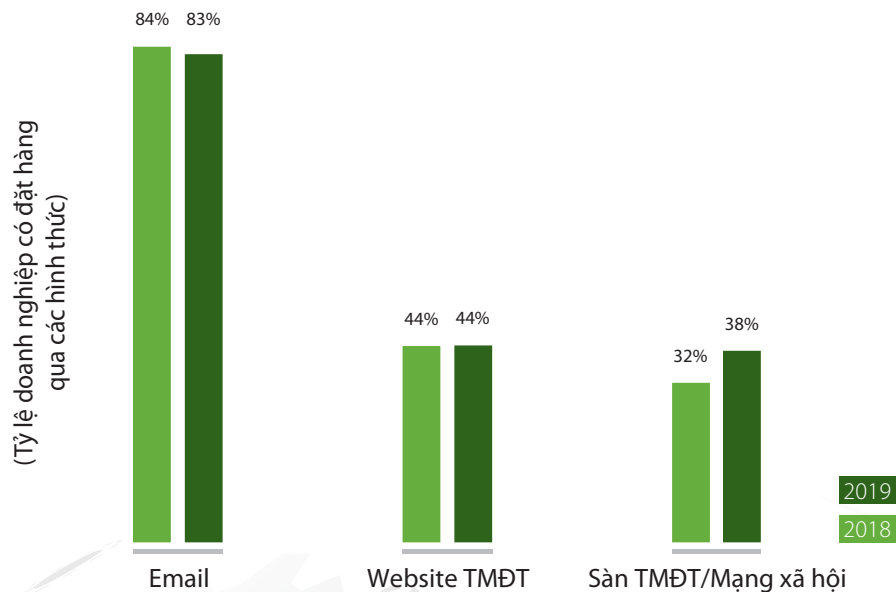
1.5. Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch TMĐT



1.6. Tỷ lệ doanh nghiệp có nhận đơn đặt hàng trên các hình thức

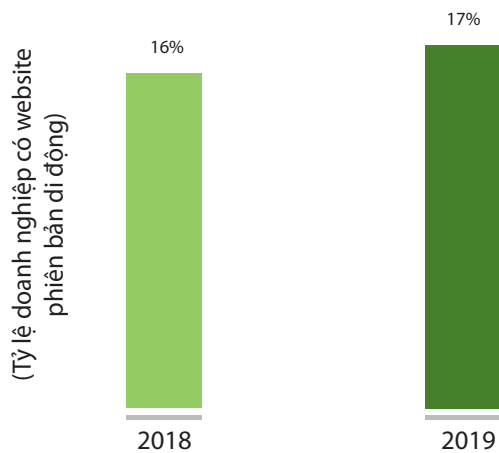


1.7. Tỷ lệ doanh nghiệp có đặt hàng qua các hình thức

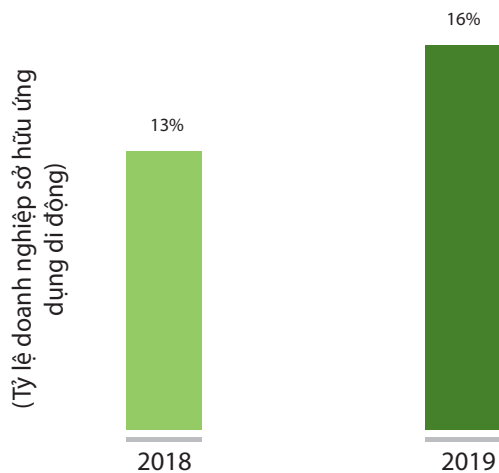


2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động

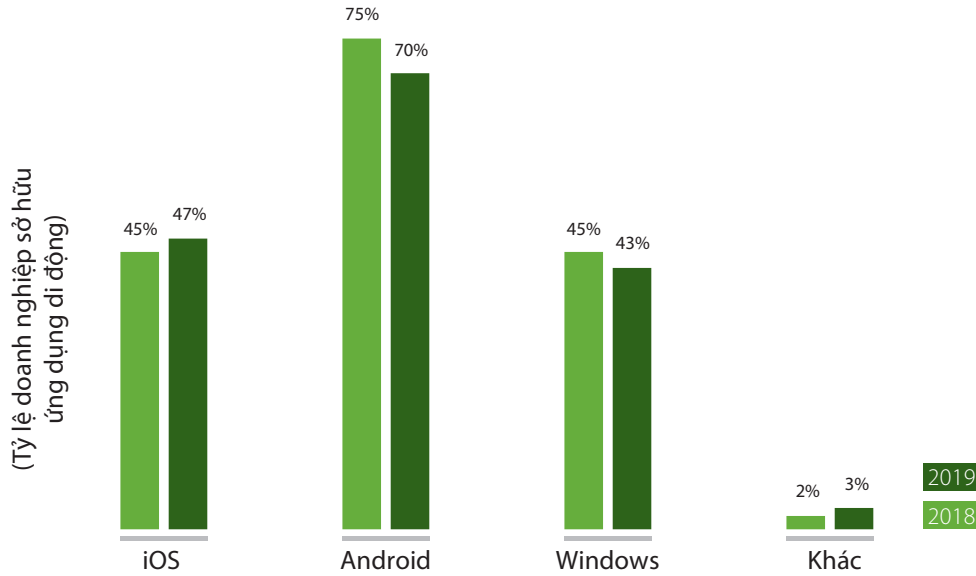
2.1. Tỷ lệ doanh nghiệp có website phiên bản di động



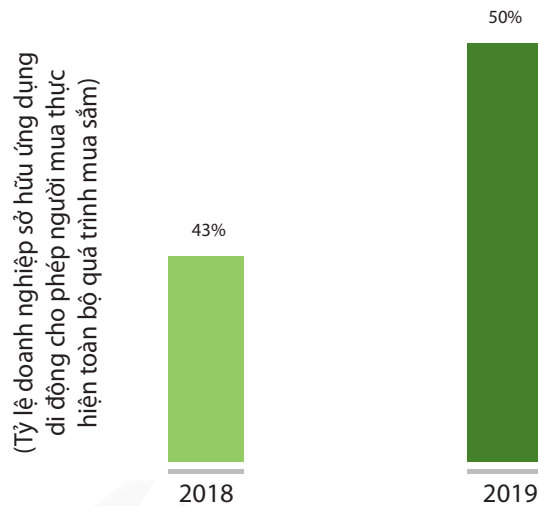
2.2. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động



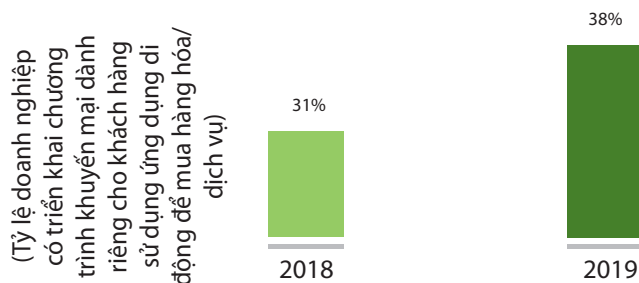
2.2.1. Các hệ điều hành doanh nghiệp ưu tiên lựa chọn cho ứng dụng di động



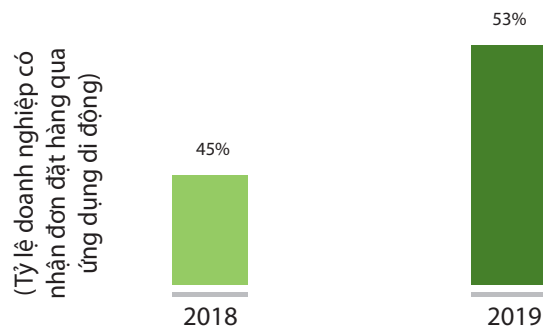
2.2.2. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động cho phép người mua thực hiện toàn bộ quá trình mua sắm trực tuyến (bao gồm thanh toán trực tuyến)



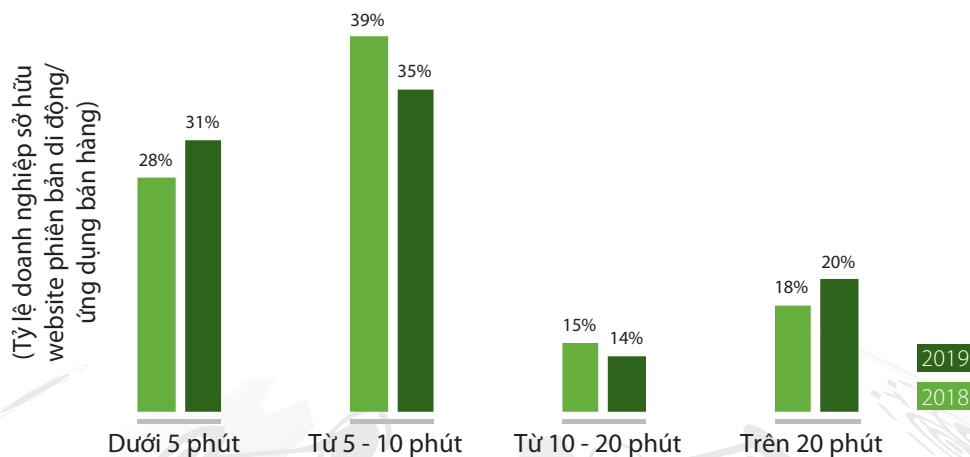
2.2.3. Tỷ lệ doanh nghiệp có triển khai chương trình khuyến mại dành riêng cho khách hàng sử dụng ứng dụng di động để mua hàng hóa/dịch vụ



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



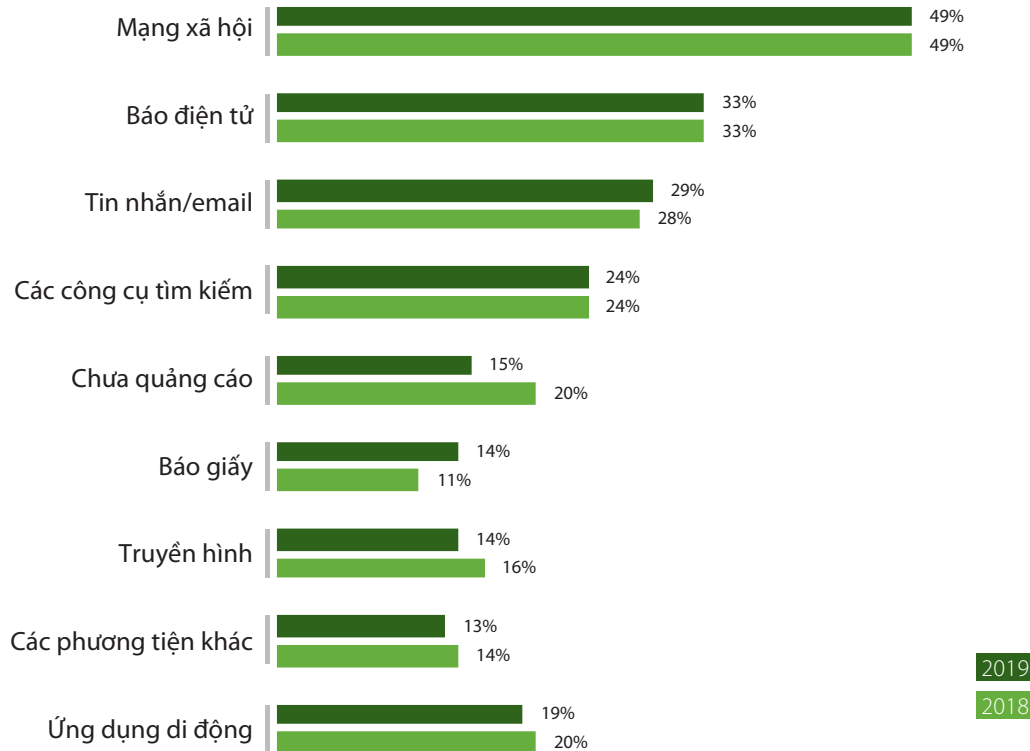
2.3. Thời gian lưu lại trung bình của khách hàng khi truy cập vào website TMĐT phiên bản di động/ ứng dụng di động của doanh nghiệp



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

1. Quảng cáo website/ứng dụng di động TMĐT

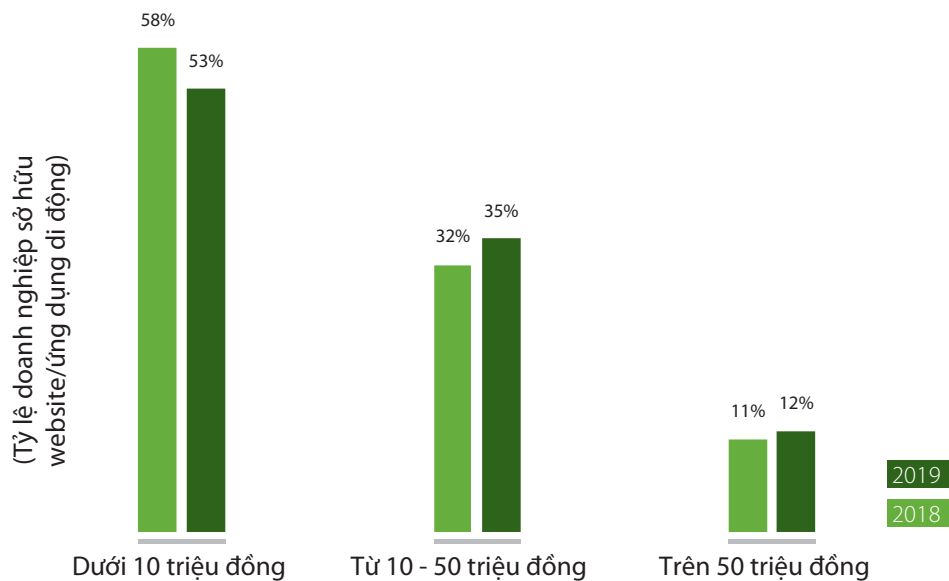
1.1. Các hình thức quảng cáo cho website/ứng dụng di động của doanh nghiệp



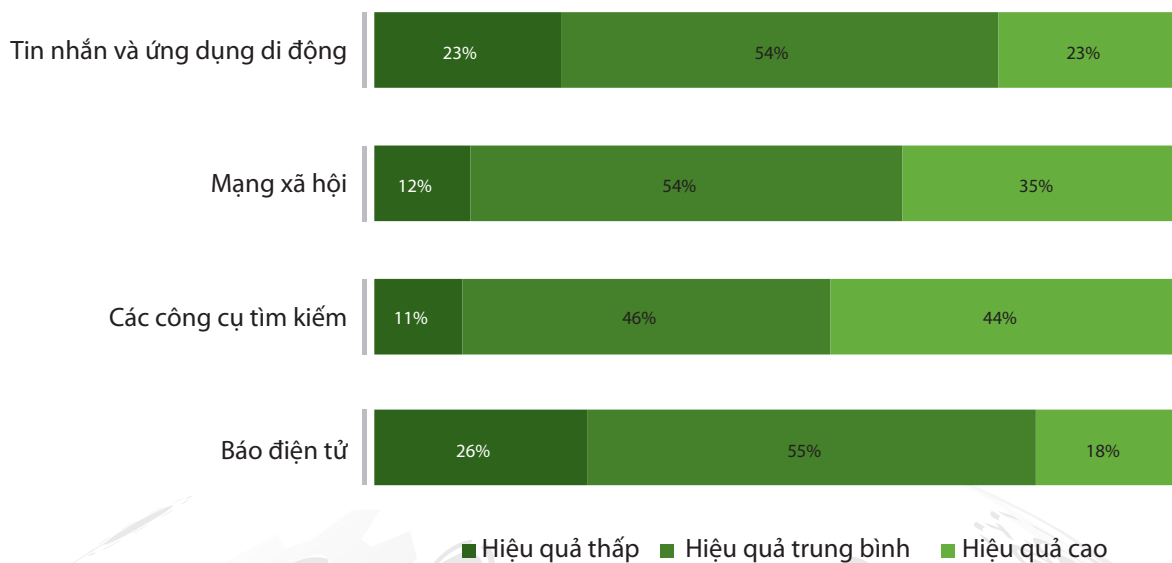
(Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website/ứng dụng di động)



1.2. Ước tính chi phí quảng cáo cho website/ứng dụng di động

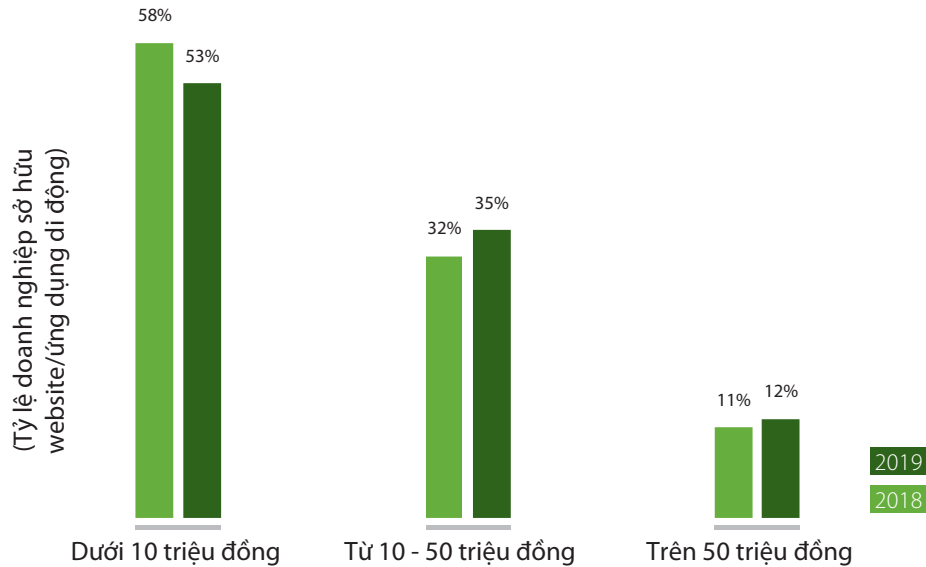


1.3. Đánh giá của doanh nghiệp về hiệu quả của các hình thức quảng cáo website/ứng dụng di động

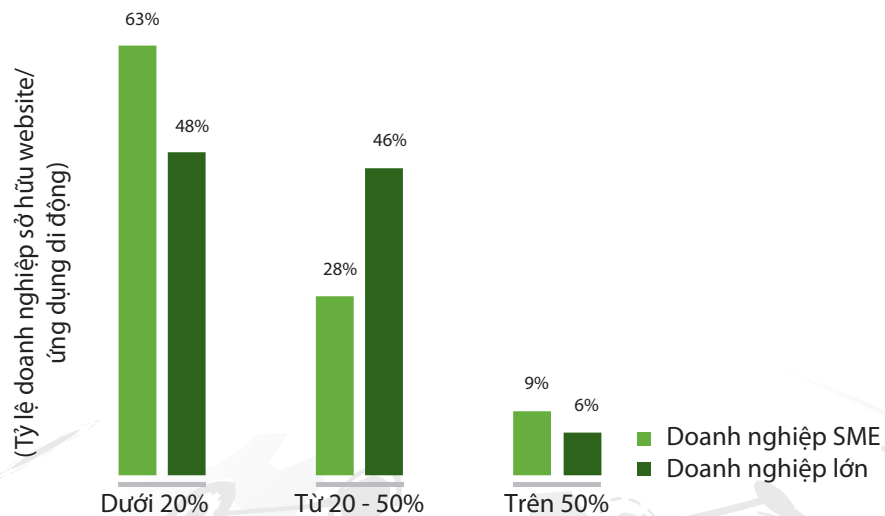


2. Tình hình vận hành website/ứng dụng di động

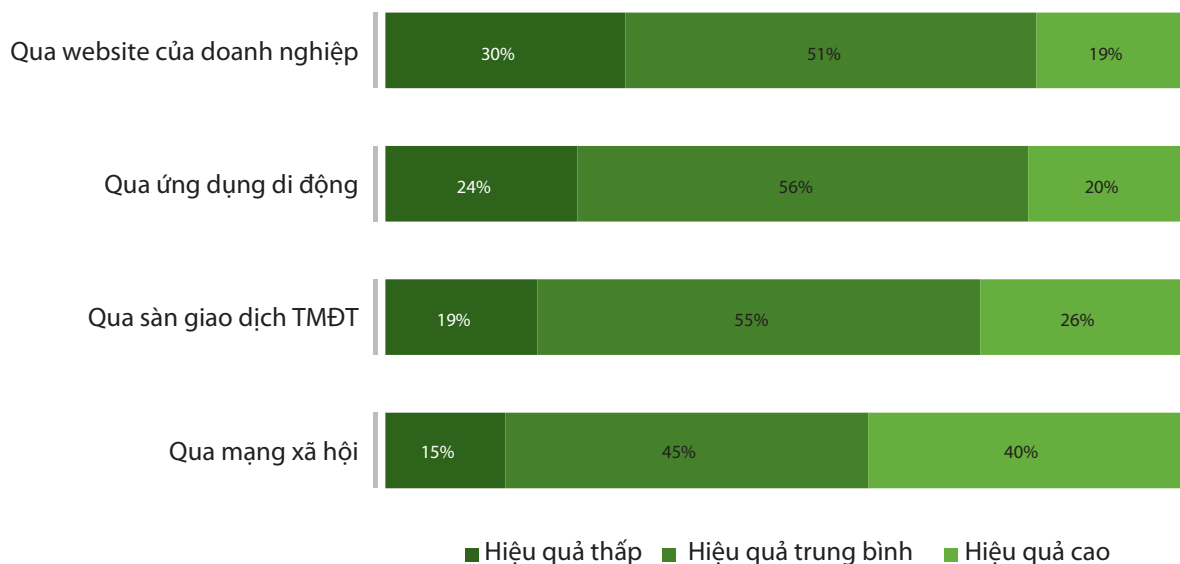
2.1. Tỷ lệ đầu tư, xây dựng và vận hành website/ứng dụng di động trên tổng vốn đầu tư TMĐT của doanh nghiệp



2.2. Tỷ lệ đầu tư, xây dựng và vận hành website/ứng dụng di động trên tổng vốn đầu tư TMĐT phân theo quy mô doanh nghiệp

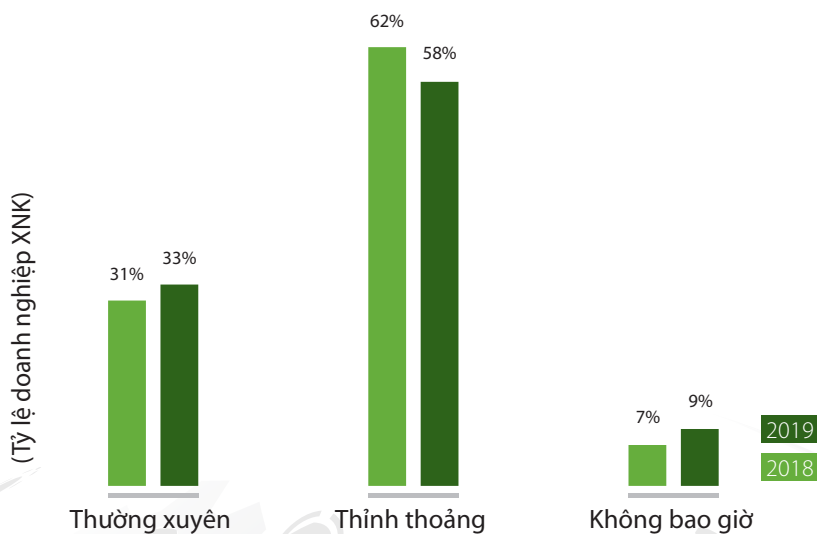


2.3. Đánh giá của doanh nghiệp về hiệu quả của hoạt động TMĐT qua các hình thức

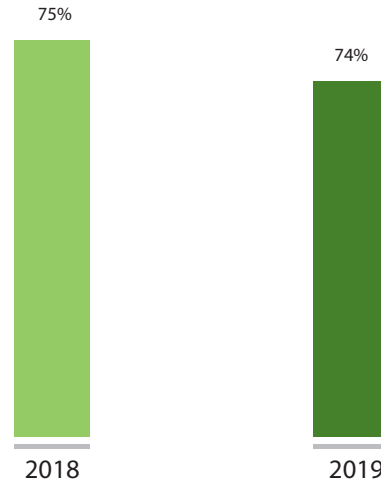


V. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP

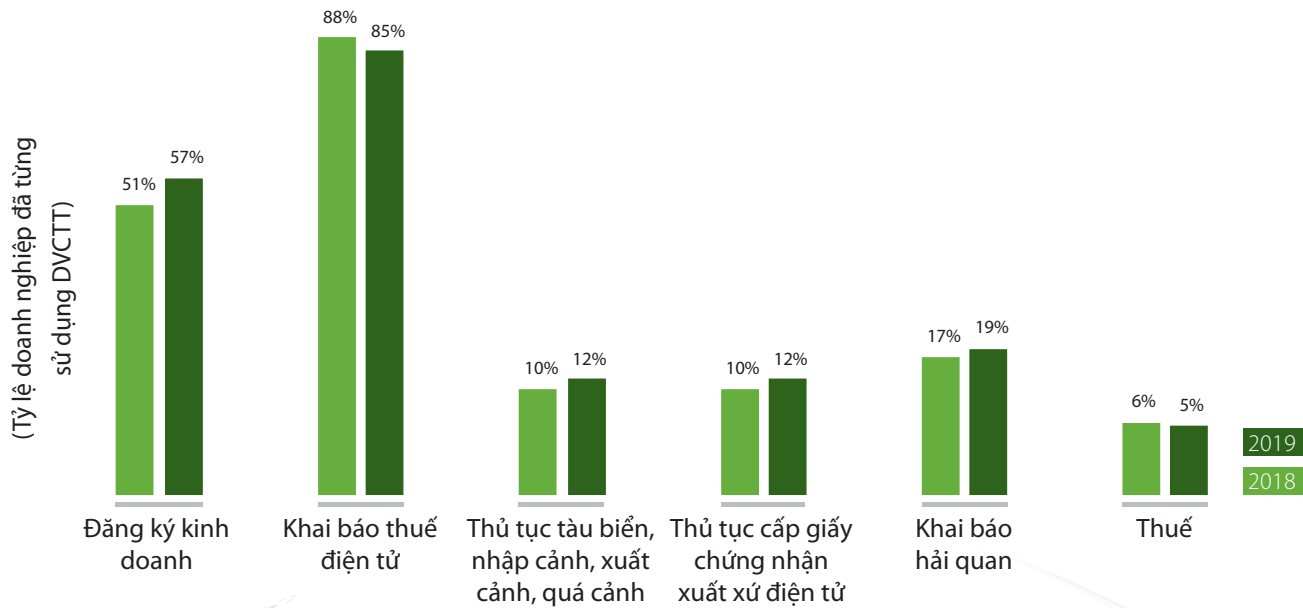
1. Tỷ lệ doanh nghiệp có tra cứu thông tin trên website của cơ quan nhà nước



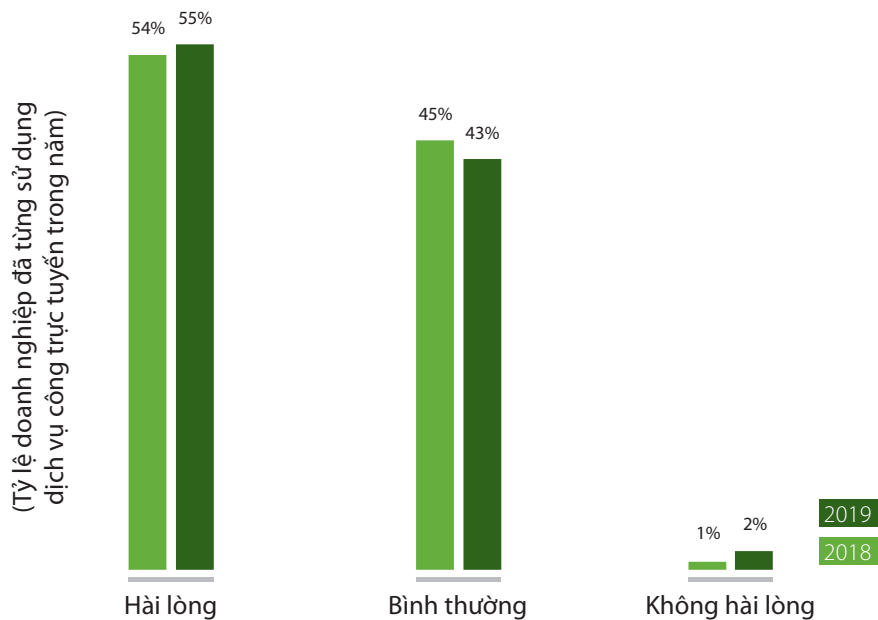
2. Tỷ lệ doanh nghiệp đã từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất một lần/năm



3. Loại hình dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp đã sử dụng



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



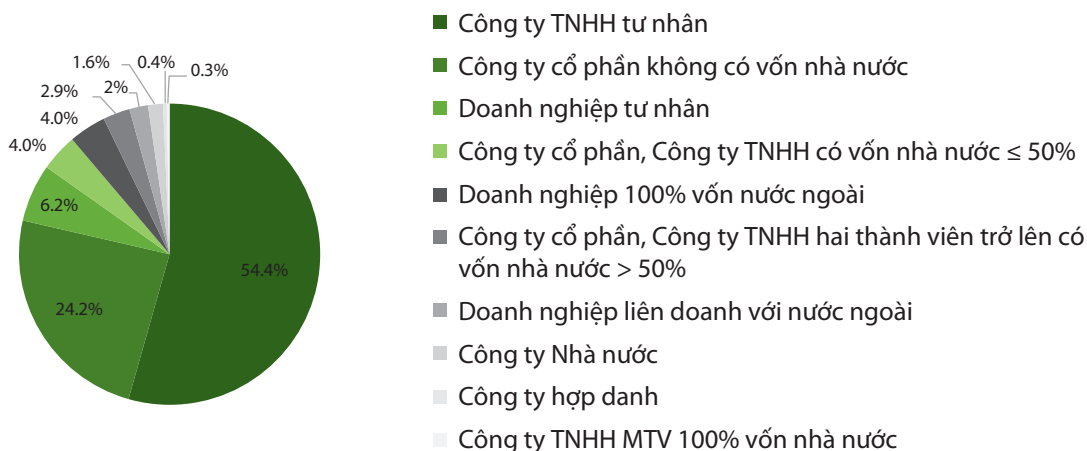
CHƯƠNG 5

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU

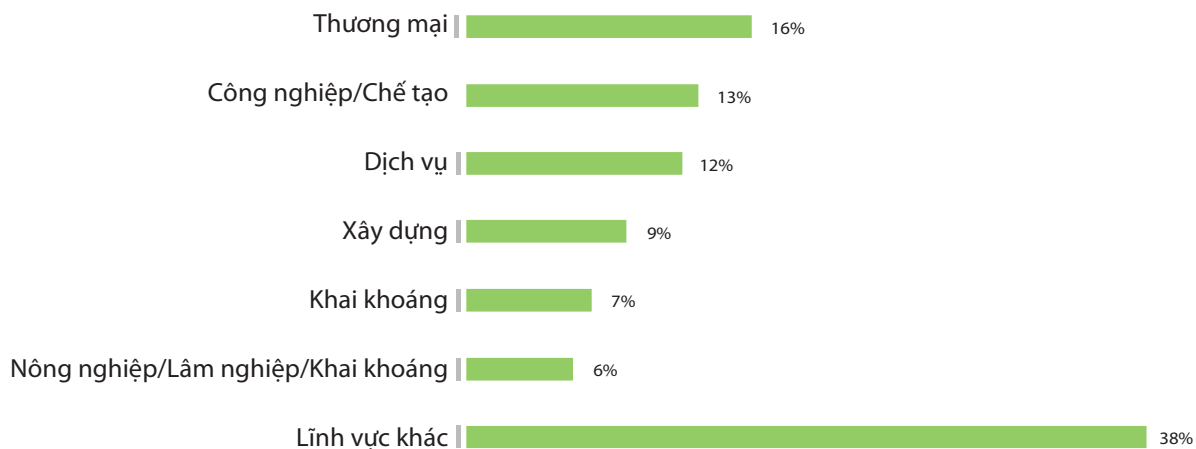


I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP²⁶

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát



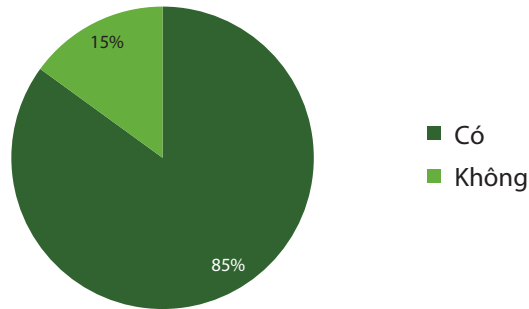
2. Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp



(Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia khảo sát)

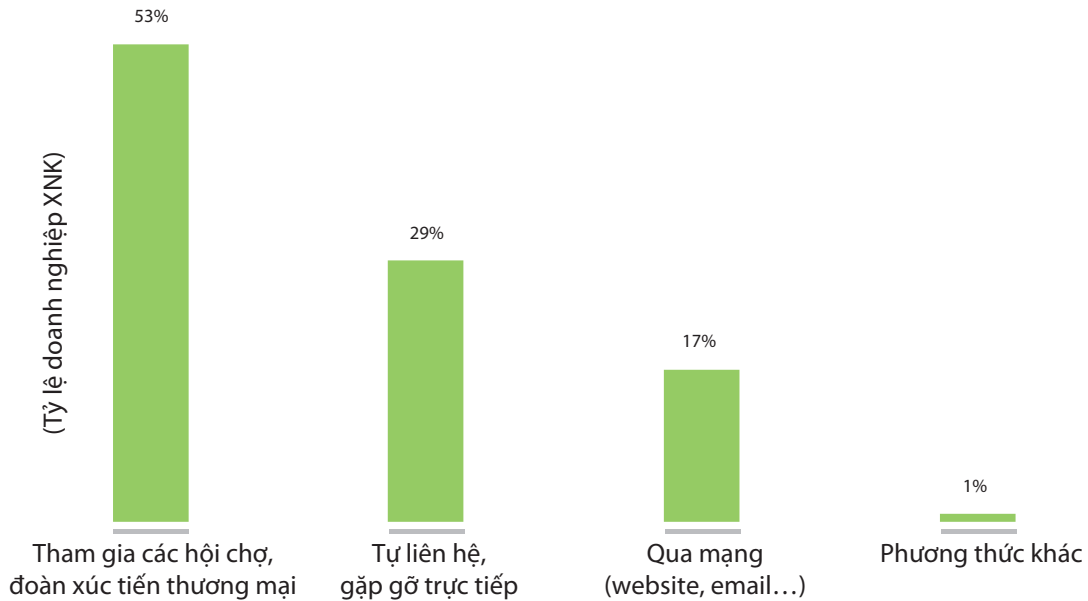
²⁶ Số liệu trong chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 755 doanh nghiệp XNK. Hình thức khảo sát là điển phiếu trực tiếp.

3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát

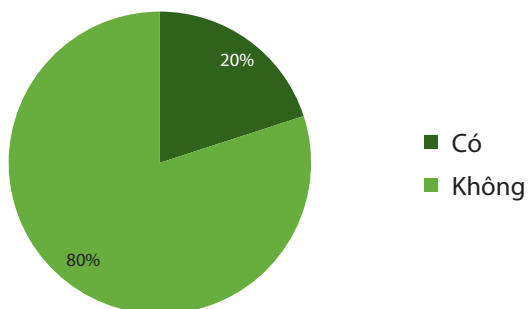


II. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP

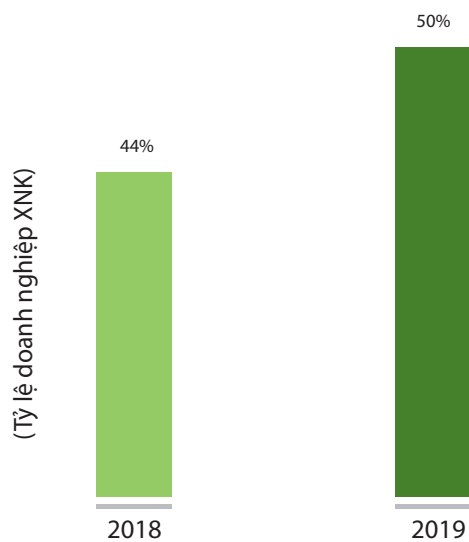
1. Phương thức thiết lập quan hệ với đối tác xuất nhập khẩu mới của doanh nghiệp



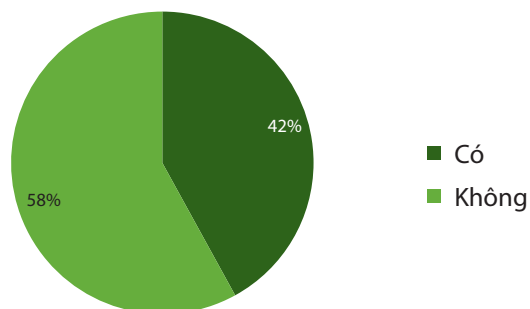
2. Tỷ lệ doanh nghiệp có tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử



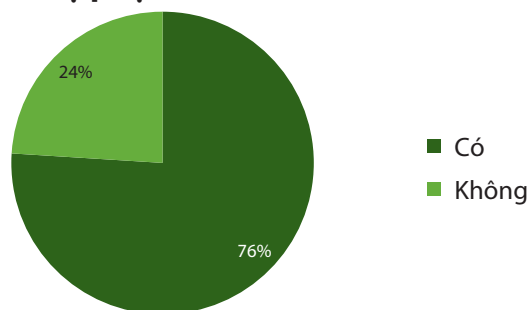
3. Tỷ lệ doanh nghiệp xây dựng website riêng



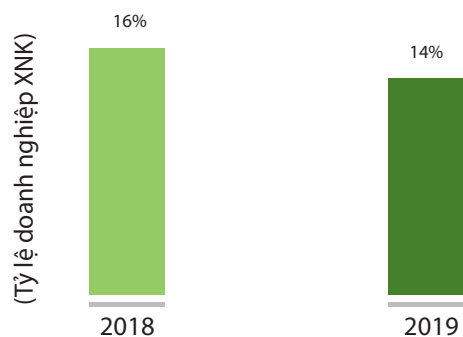
4. Tỷ lệ doanh nghiệp xây dựng website phiên bản tiếng nước ngoài



5. Tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ phụ trách website²⁷

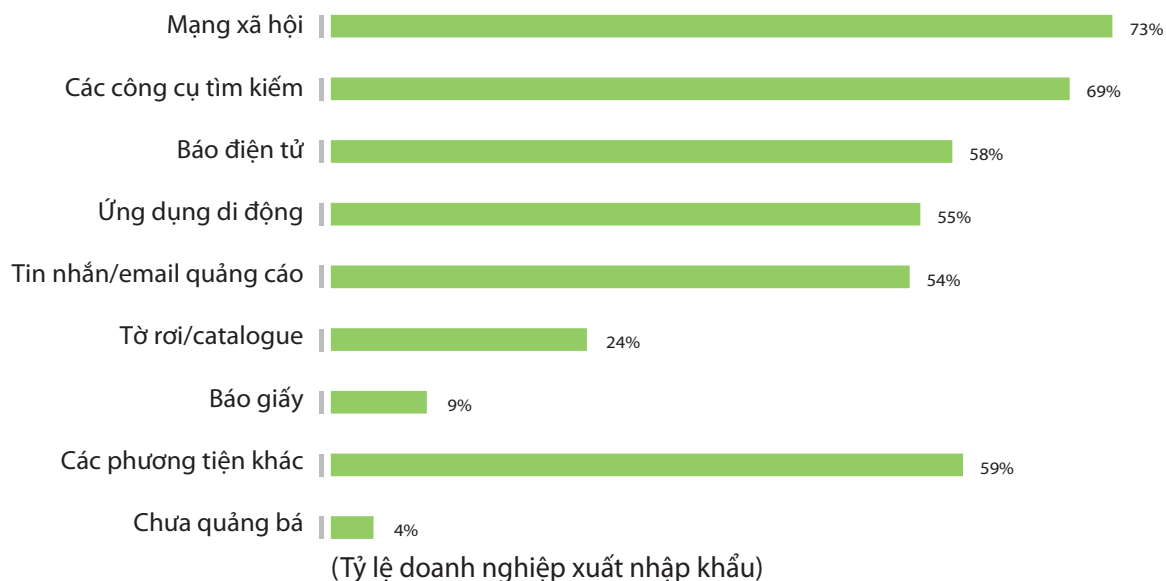


6. Tỷ lệ doanh nghiệp xây dựng website phiên bản di động

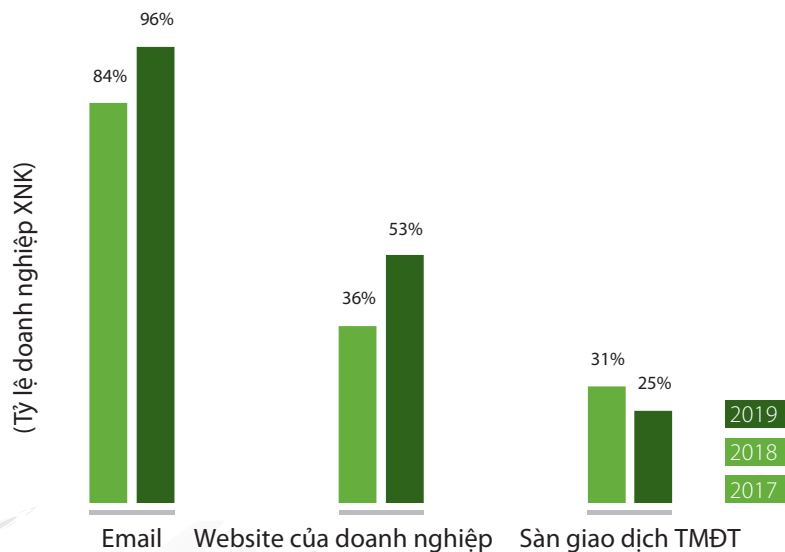


²⁷ Cán bộ phụ trách website bao gồm: cán bộ kỹ thuật, quản trị thông tin, kinh doanh.

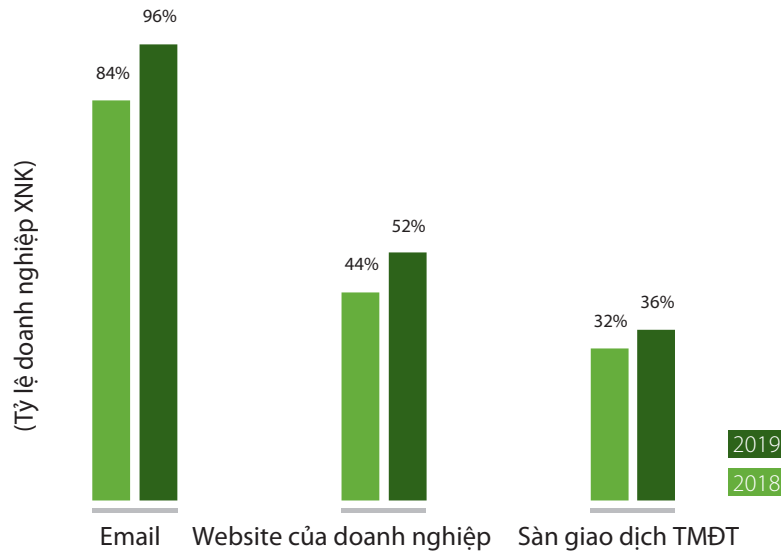
7. Các hình thức quảng bá cho website của doanh nghiệp



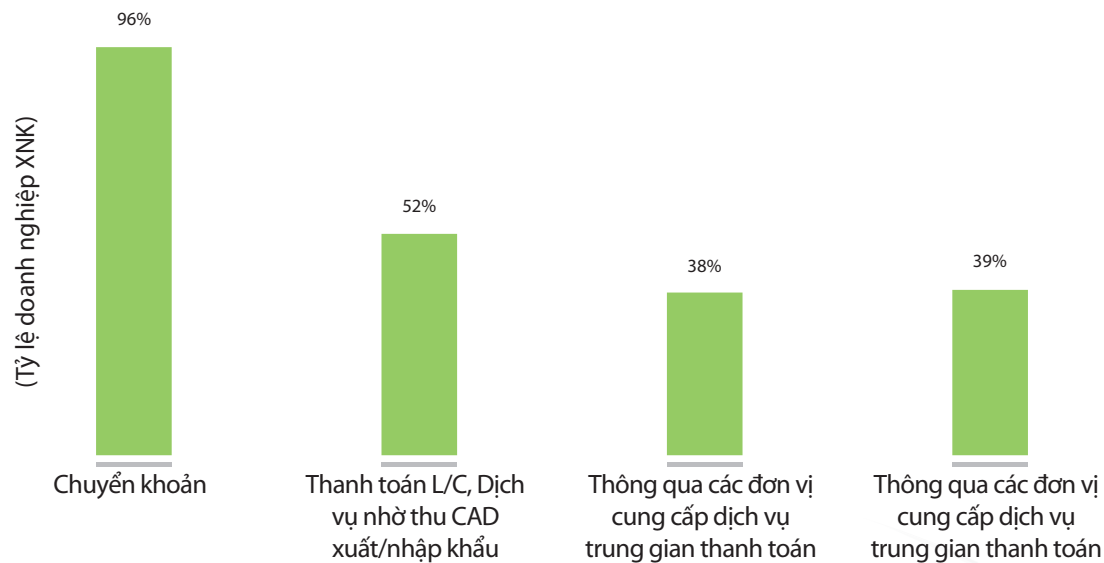
8. Tỷ lệ doanh nghiệp nhận đơn đặt hàng qua các hình thức



9. Tỷ lệ doanh nghiệp có đặt hàng qua các hình thức

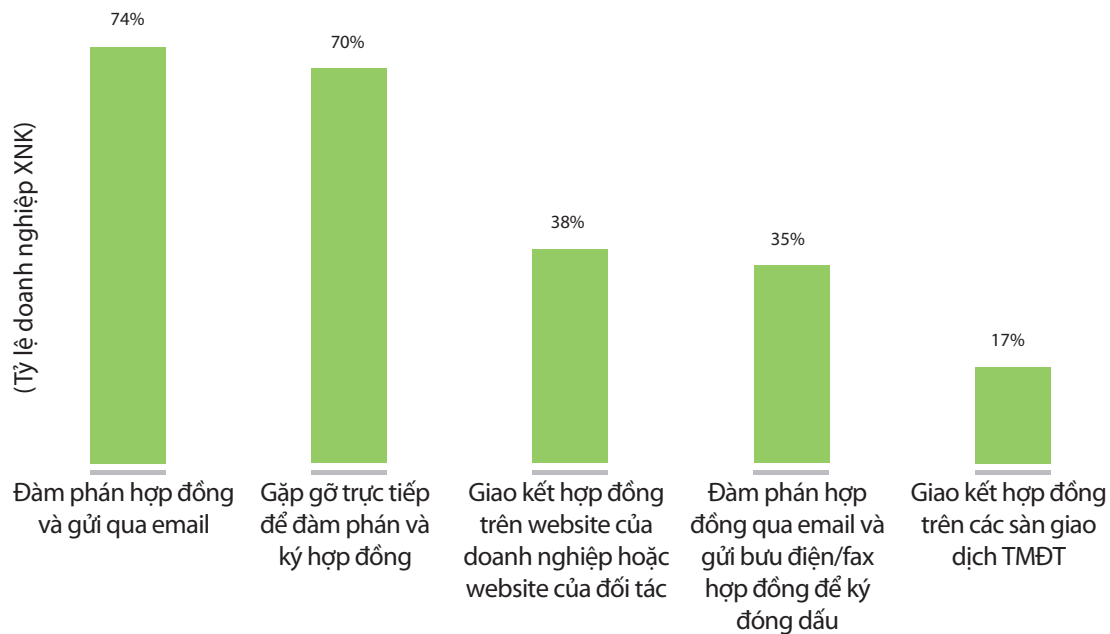


10. Các loại hình thanh toán được doanh nghiệp xuất nhập khẩu sử dụng

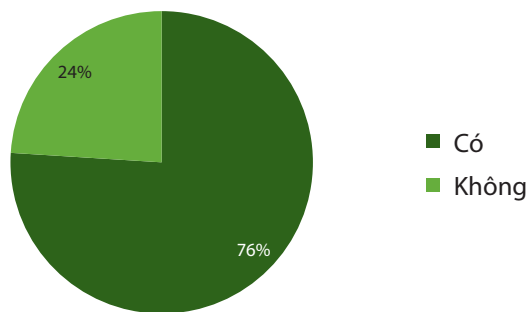


III. THỰC TRẠNG SỬ DỤNG HỢP ĐỒNG ĐIỆN TỬ TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU

1. Phương thức giao kết hợp đồng với đối tác



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

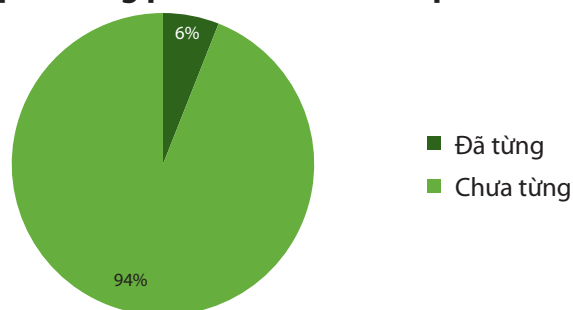


3. Đánh giá của doanh nghiệp về tính hiệu quả và an toàn của các phương thức giao kết hợp đồng

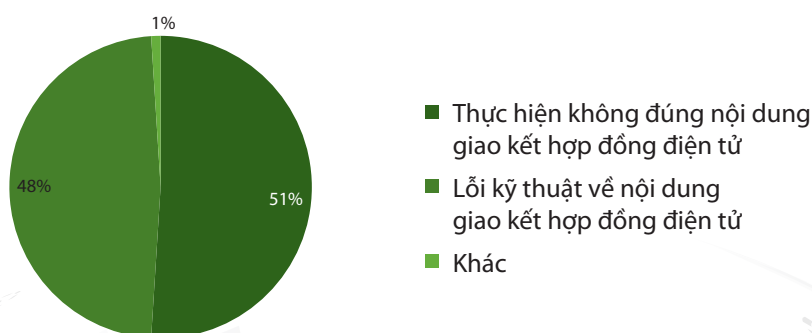
Doanh nghiệp đánh giá về tính hiệu quả và an toàn của các phương thức giao kết hợp đồng trên thang điểm 5, điểm cao nhất là 5.

	Điểm trung bình
Gặp gỡ trực tiếp để đàm phán và ký hợp đồng	4,1
Đàm phán hợp đồng qua email và gửi bưu điện/fax hợp đồng để ký/đóng dấu	3,7
Đàm phán hợp đồng và gửi qua email	3,7
Giao kết hợp đồng trên website của doanh nghiệp hoặc website đối tác	3,3
Giao kết hợp đồng trên các sàn giao dịch TMĐT	3,2

4. Doanh nghiệp đã từng phát sinh tranh chấp với đối tác về hợp đồng điện tử

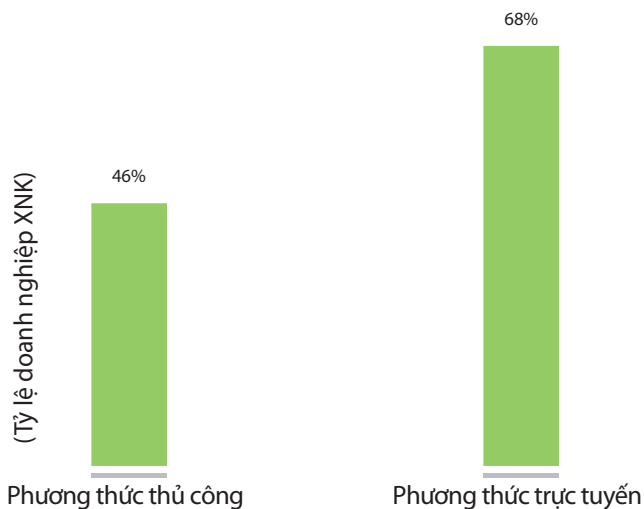


5. Các vấn đề tranh chấp với đối tác về hợp đồng điện tử

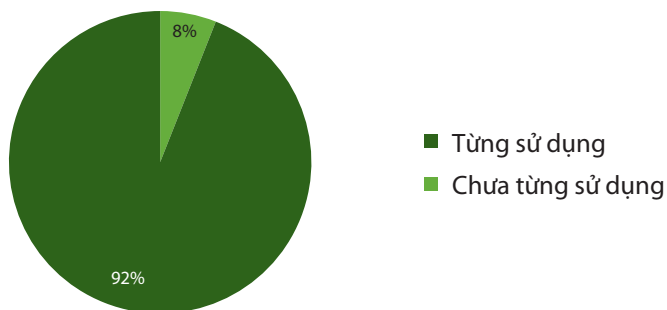


IV. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU

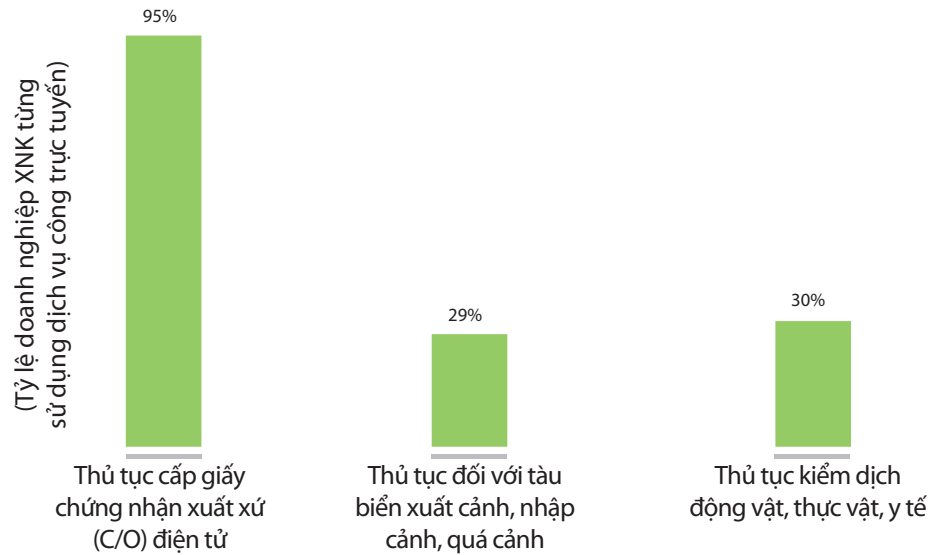
1. Phương thức thực hiện thủ tục hải quan đối với hàng hóa xuất nhập khẩu



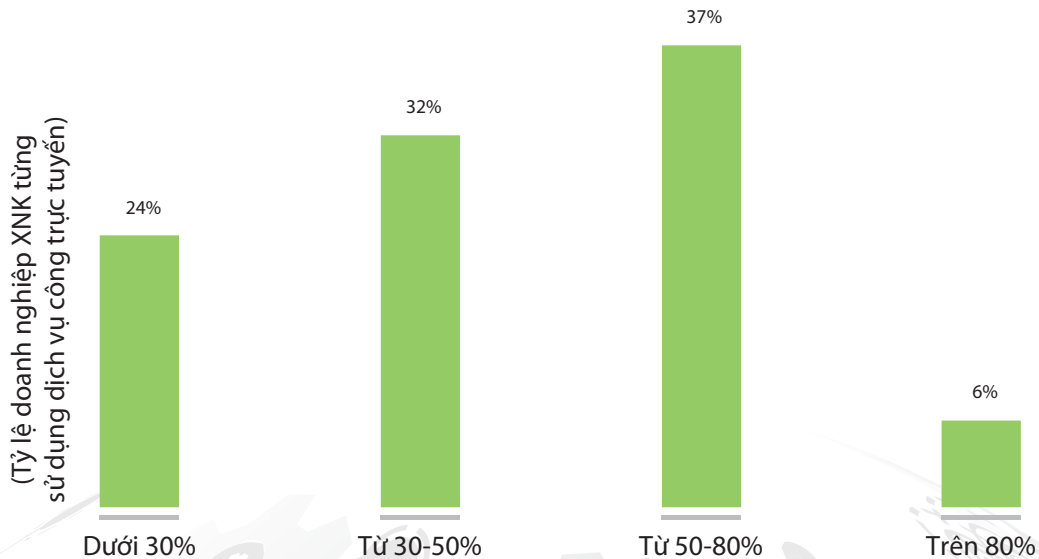
2. Tỷ lệ doanh nghiệp từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến



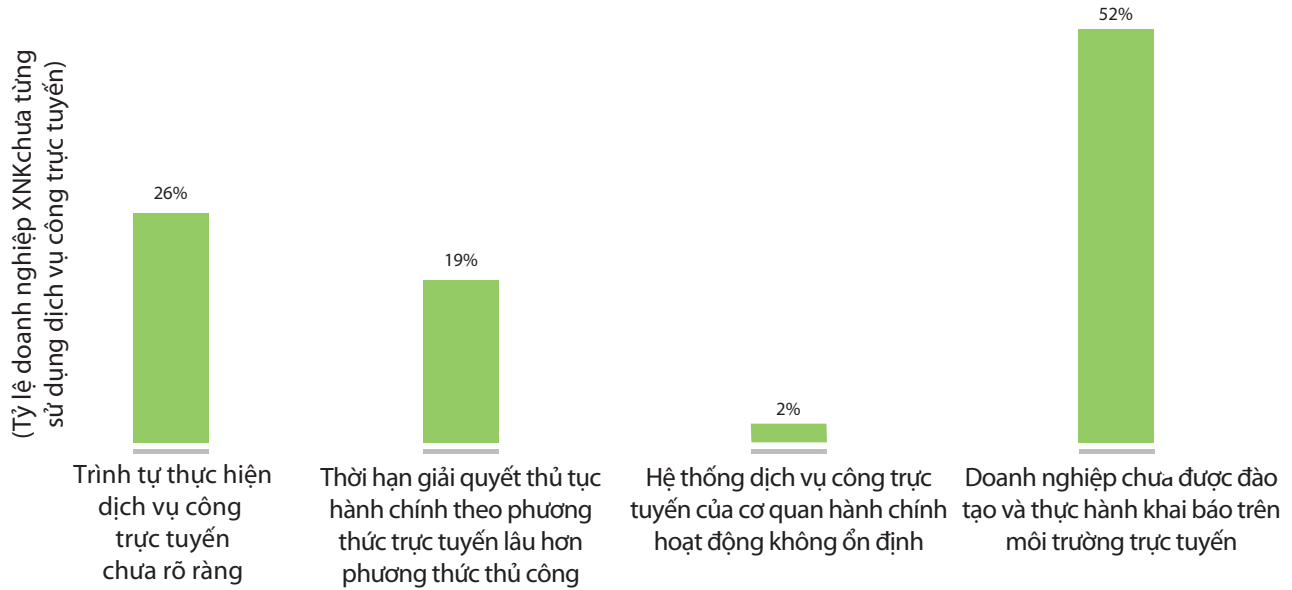
3. Tỷ lệ dịch vụ công trực tuyến liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu doanh nghiệp sử dụng



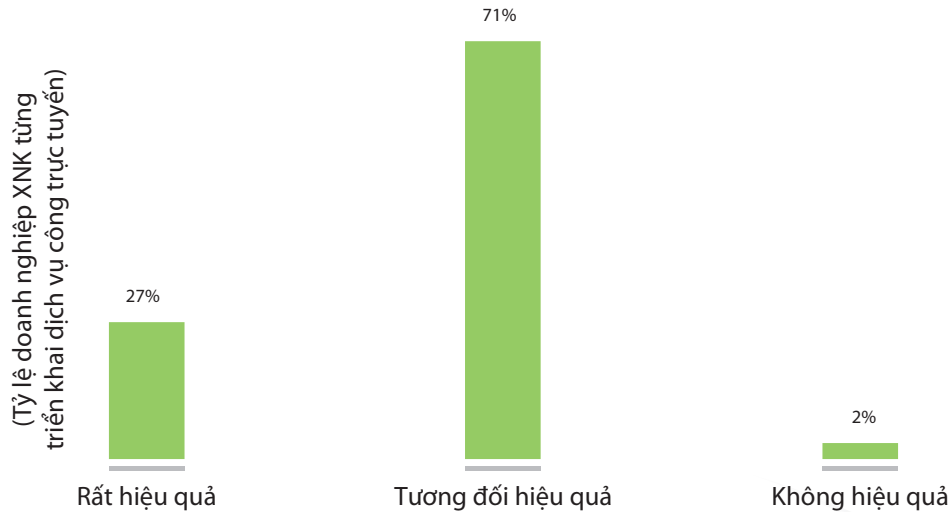
4. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng dịch vụ công trực tuyến liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu



5. Lý do doanh nghiệp chưa sử dụng dịch vụ công trực tuyến trong xuất nhập khẩu



6. Đánh giá tính hiệu quả của các dịch vụ công trực tuyến đối với hoạt động xuất nhập khẩu



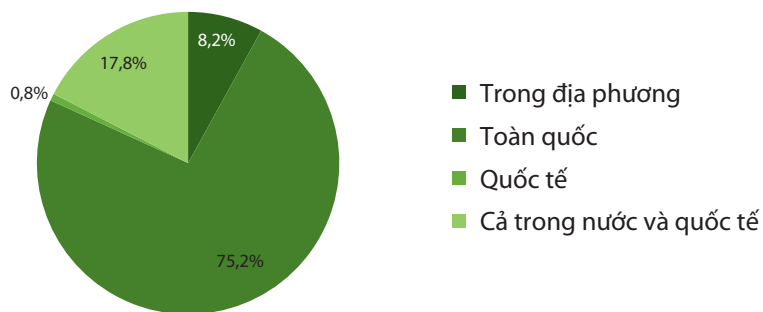
CHƯƠNG 6

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

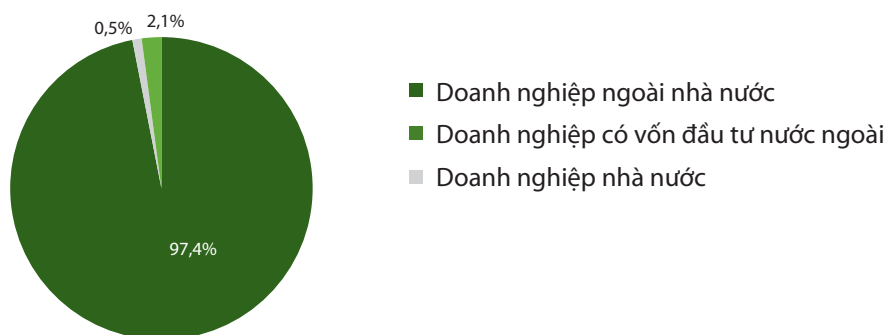


I. THÔNG TIN CHUNG²⁸

1. Phạm vi hoạt động của website, ứng dụng TMĐT

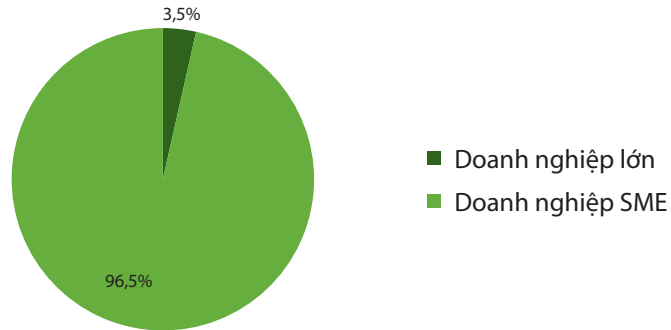


2. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát



²⁸ Số liệu trong chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 5.690 thương nhân, tổ chức sở hữu website, ứng dụng TMĐT trên phạm vi cả nước. Hình thức khảo sát là điển phiếu trực tiếp.

3. Quy mô doanh nghiệp tham gia khảo sát



4. Mô hình hoạt động của website, ứng dụng TMĐT



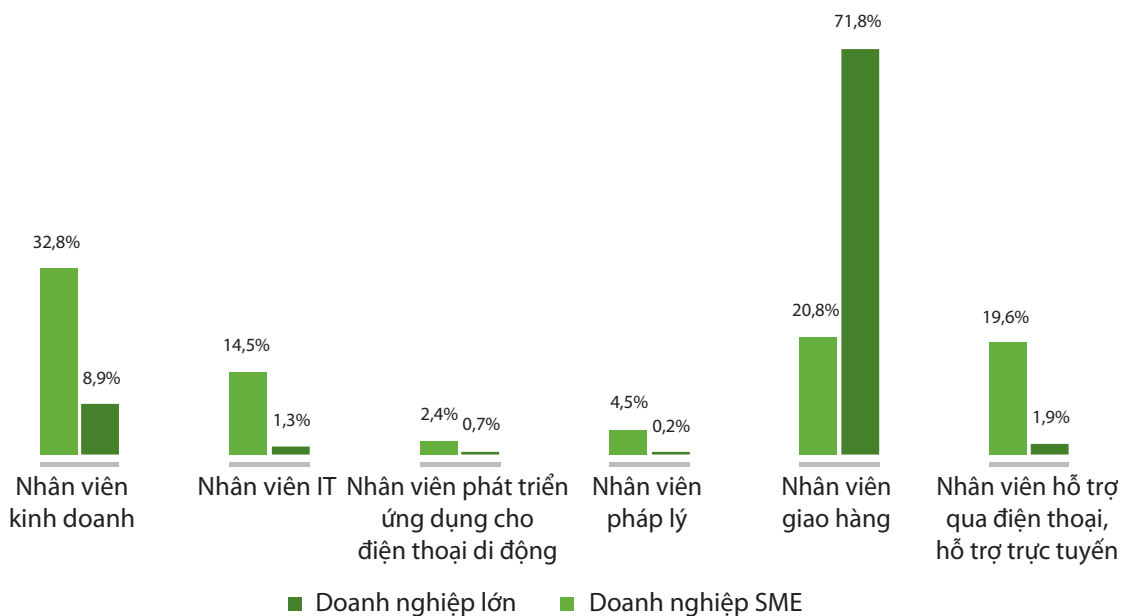
4.1. Website, ứng dụng TMĐT bán hàng



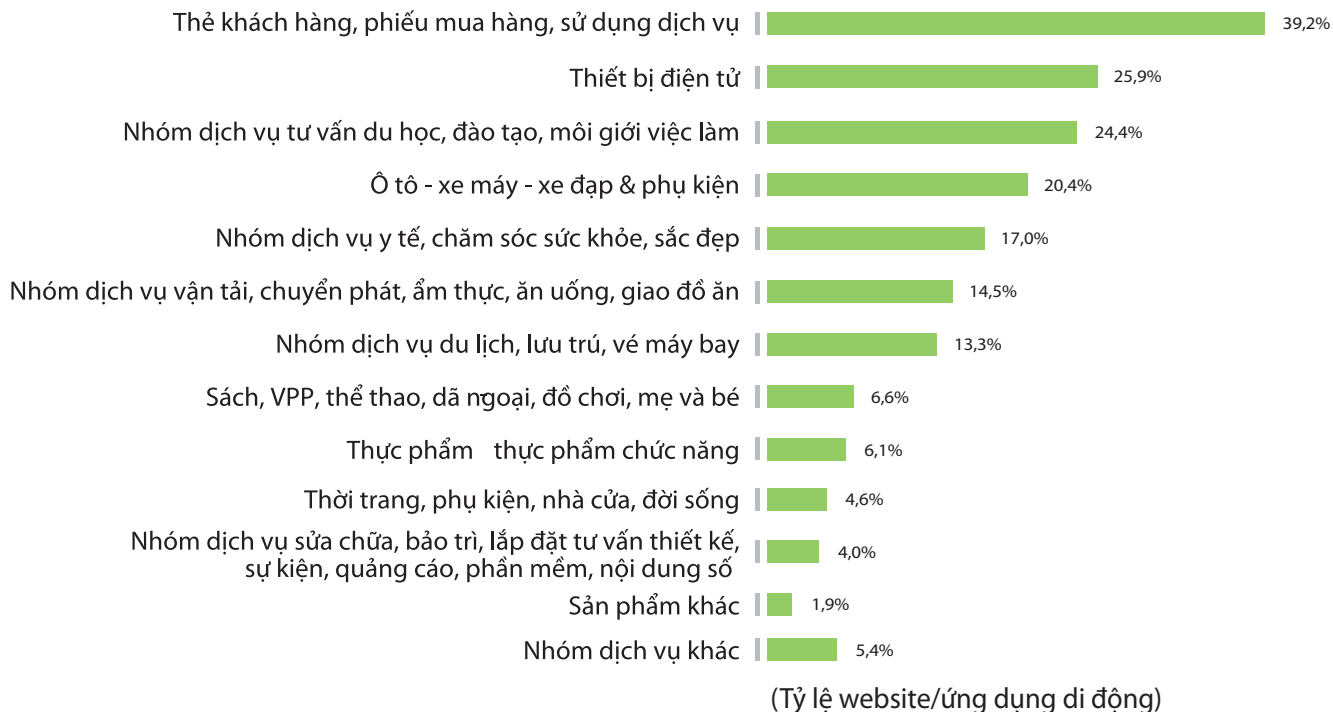
4.2. Website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



5. Cơ cấu nhân lực trong doanh nghiệp



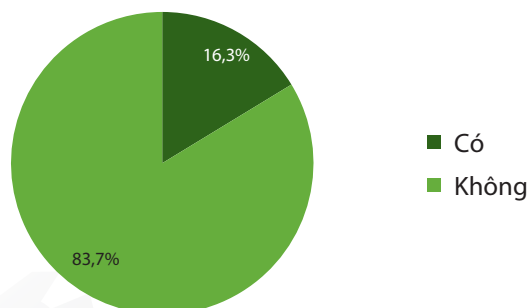
6. Nhóm sản phẩm, dịch vụ được giao dịch trên website/ ứng dụng di động



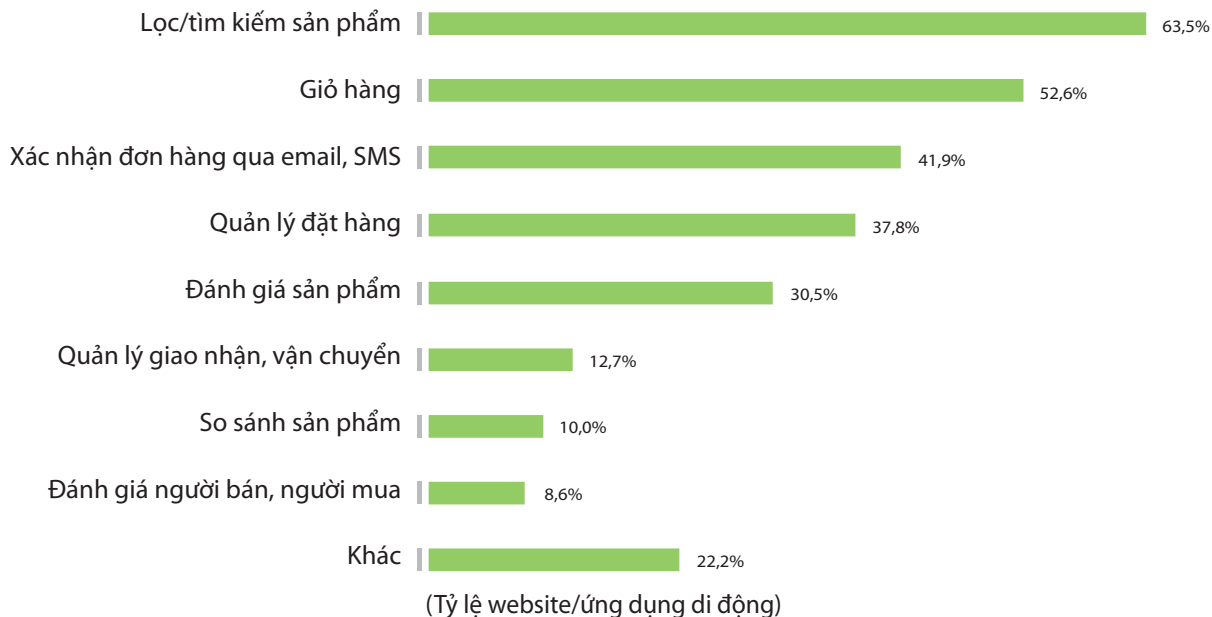
II. TIỆN ÍCH, CÔNG CỤ HỖ TRỢ WEBSITE/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG

1. Các tiện ích và công cụ hỗ trợ

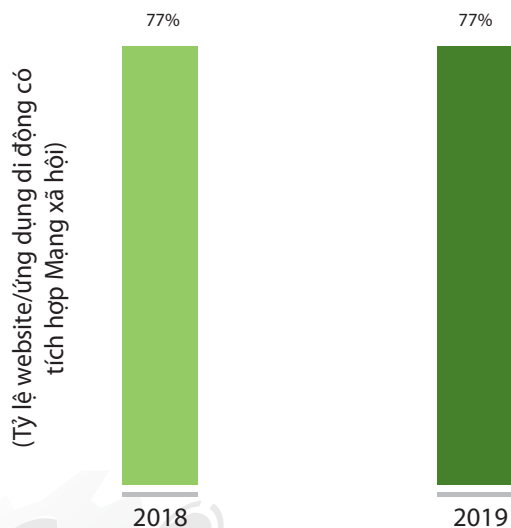
1.1. Tỷ lệ website/ứng dụng có yêu cầu đăng ký thành viên khi mua hàng



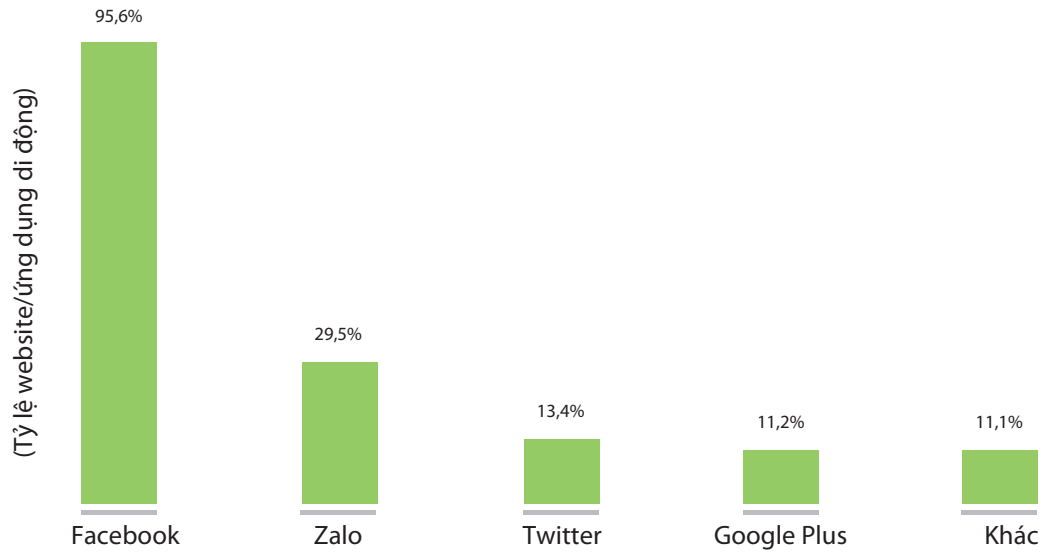
1.2. Tiện ích được cung cấp trên website/ứng dụng di động



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

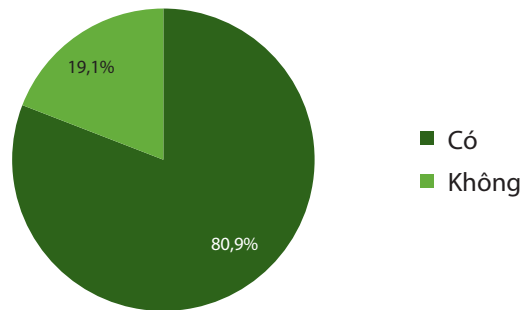


1.4. Mạng xã hội được tích hợp trong website/ứng dụng di động

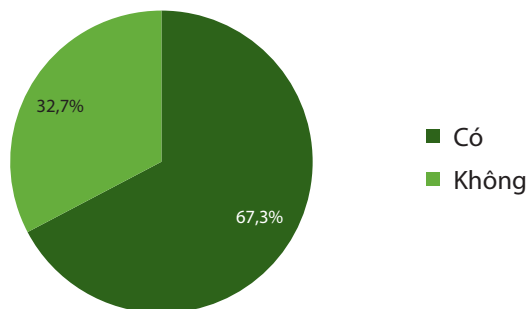


2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động

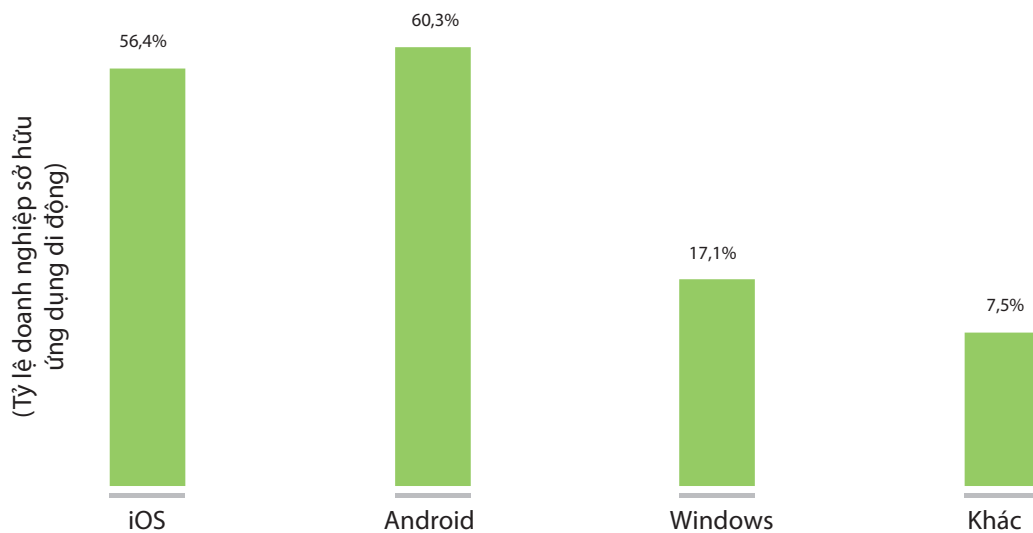
2.1. Tỷ lệ website có phiên bản tương thích với thiết bị di động



2.2. Tỷ lệ ứng dụng di động có nội dung đồng nhất với website

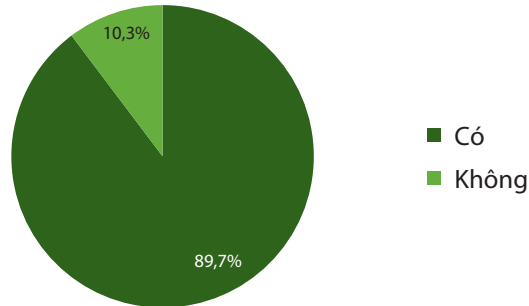


2.3. Hệ điều hành của ứng dụng di động được doanh nghiệp ưu tiên sử dụng

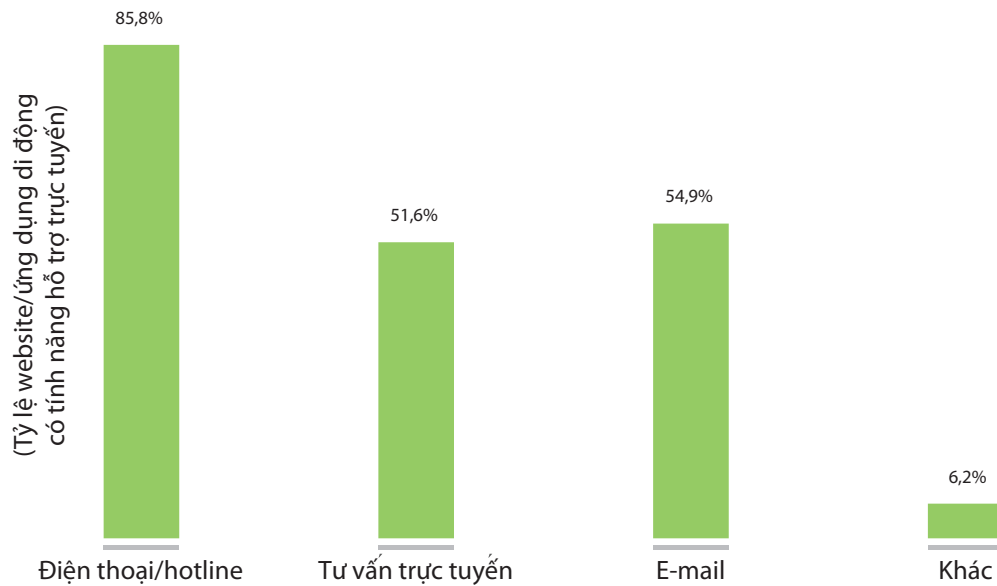


3. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ

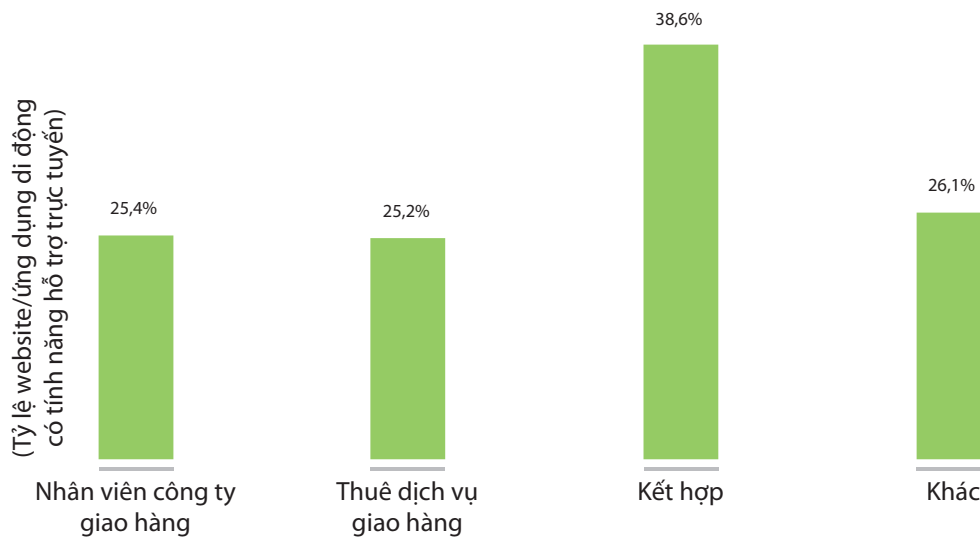
3.1. Tỷ lệ website/ứng dụng di động có tính năng hỗ trợ trực tuyến



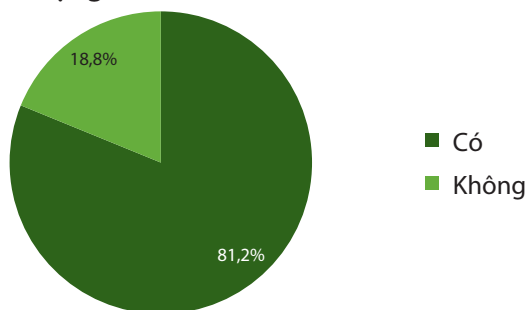
3.2. Công cụ hỗ trợ trực tuyến của website/ứng dụng di động



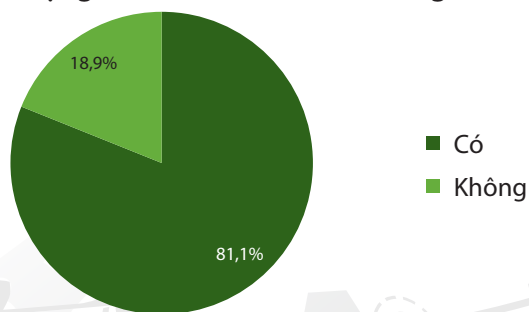
3.3. Phương thức giao hàng của website/ứng dụng di động



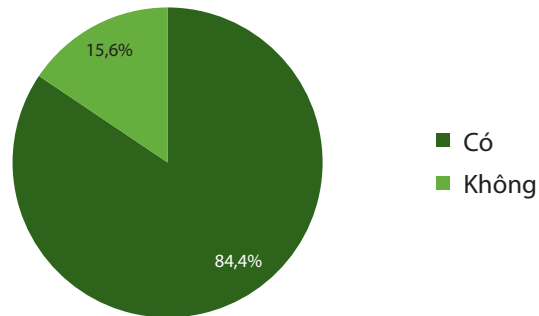
3.4. Tỷ lệ website/ứng dụng di động có chính sách bảo hành, bảo trì sản phẩm, dịch vụ



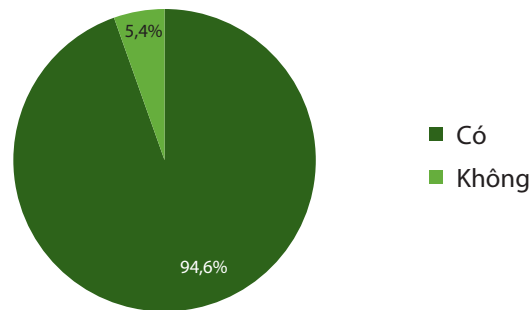
3.5. Tỷ lệ website/ứng dụng di động có chính sách đổi trả hàng và hoàn tiền



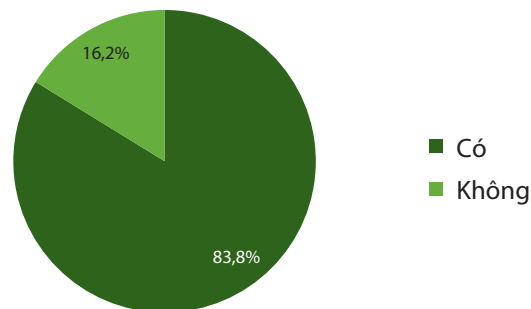
3.6. Tỷ lệ website/ứng dụng di động có chính sách giải quyết tranh chấp, khiếu nại



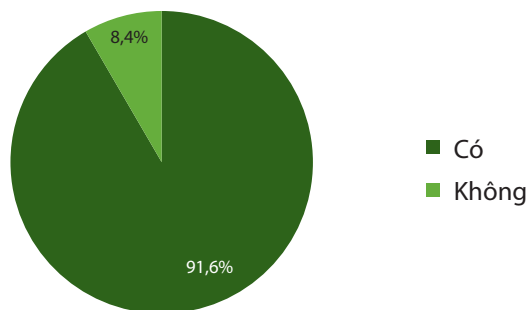
3.7. Tỷ lệ website/ứng dụng di động có chính sách bảo vệ thông tin cá nhân



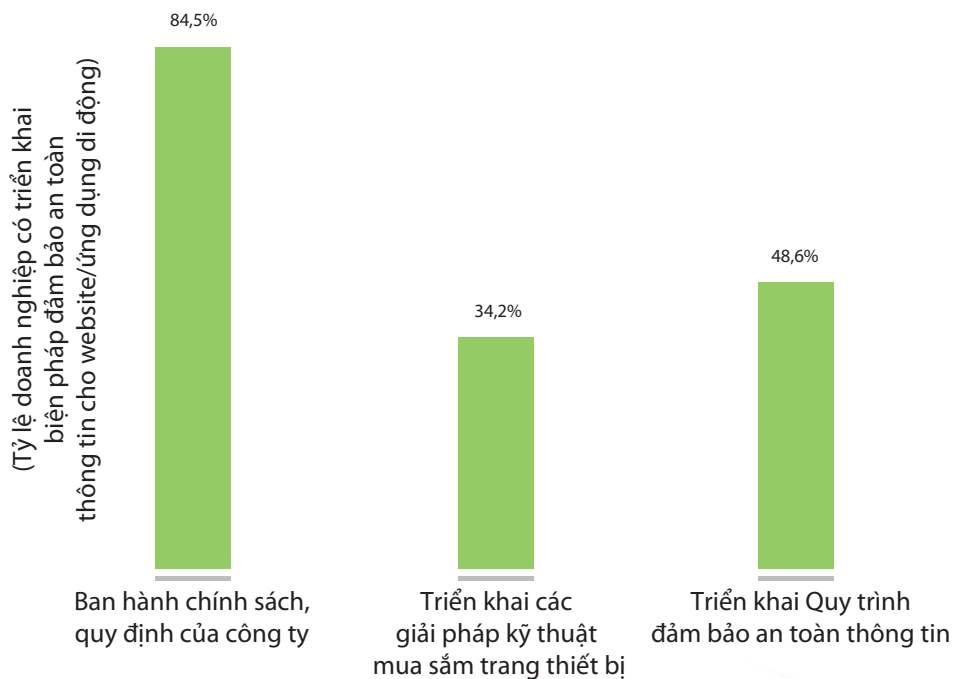
3.8. Tỷ lệ website/ứng dụng di động có cơ chế và quy trình rà soát và kiểm duyệt thông tin



3.9. Tỷ lệ doanh nghiệp có triển khai các biện pháp đảm bảo an toàn thông tin cho website/ứng dụng di động

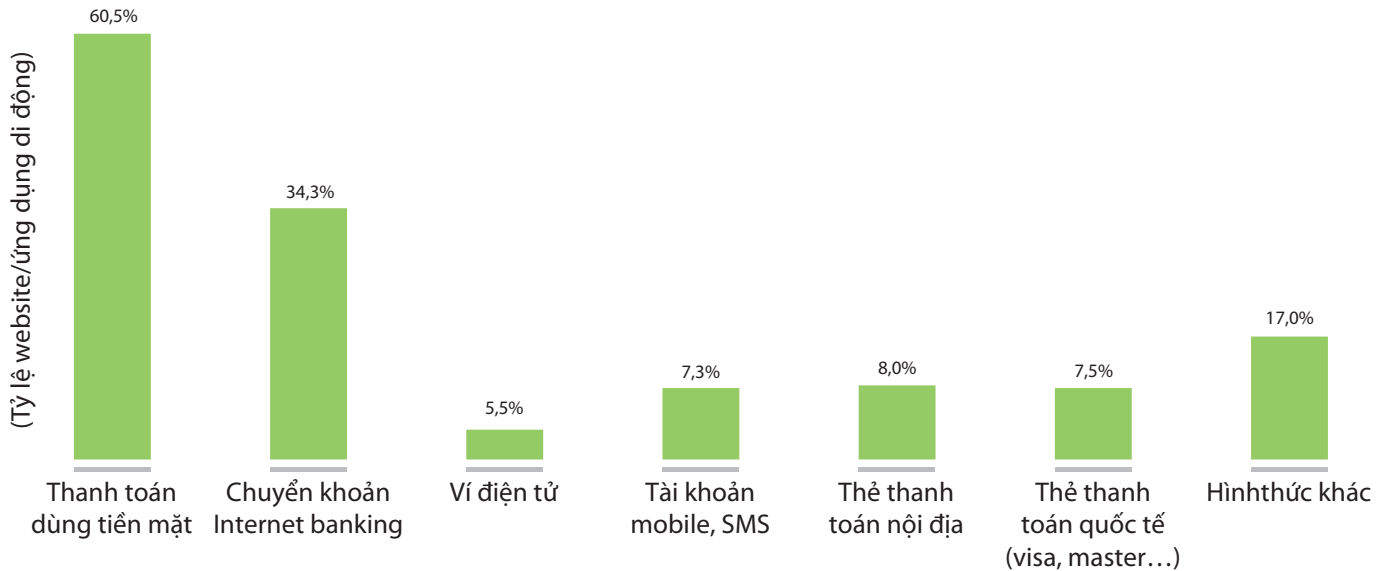


3.10. Biện pháp đảm bảo an toàn thông tin cho website/ứng dụng di động doanh nghiệp sử dụng

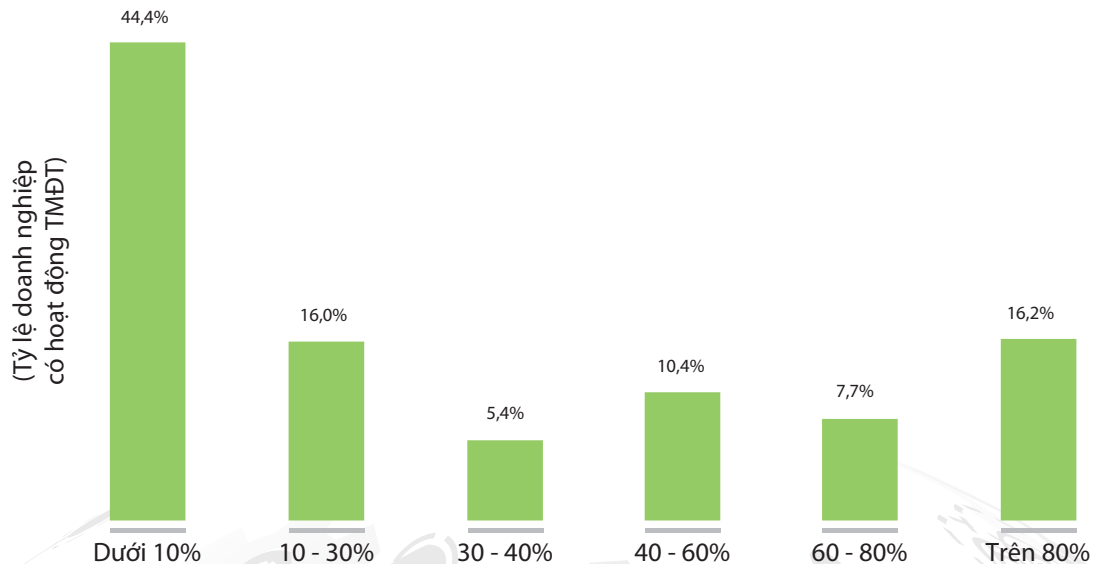


4. Các hình thức thanh toán của website/ứng dụng di động

4.1. Hình thức thanh toán phổ biến của website/ứng dụng di động



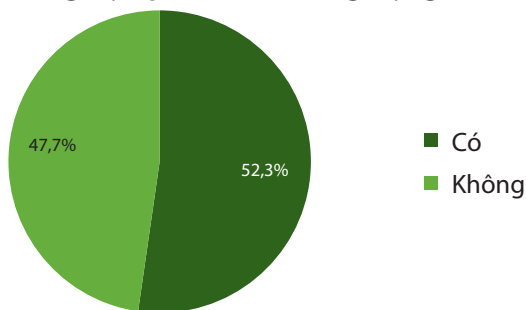
4.2. Tỷ lệ doanh thu từ thanh toán không dùng tiền mặt so với tổng doanh thu của doanh nghiệp



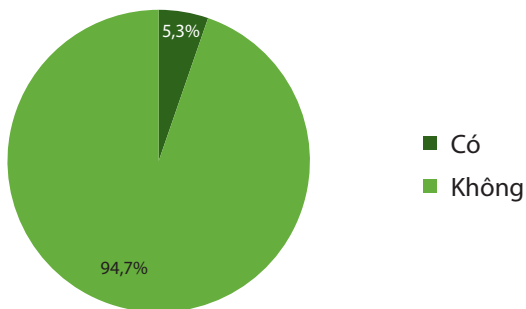
III. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN WEBSITE/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG

1. Đối với website/ứng dụng di động bán hàng

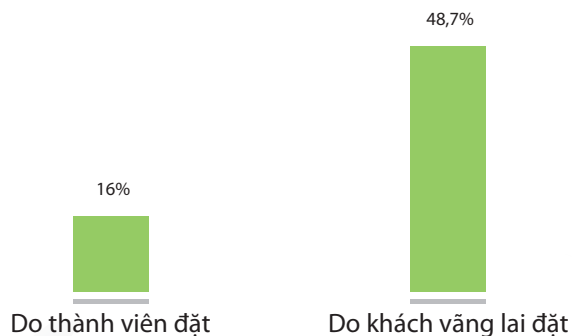
1.1. Tỷ lệ doanh nghiệp có đơn hàng đặt qua website/ứng dụng TMĐT bán hàng



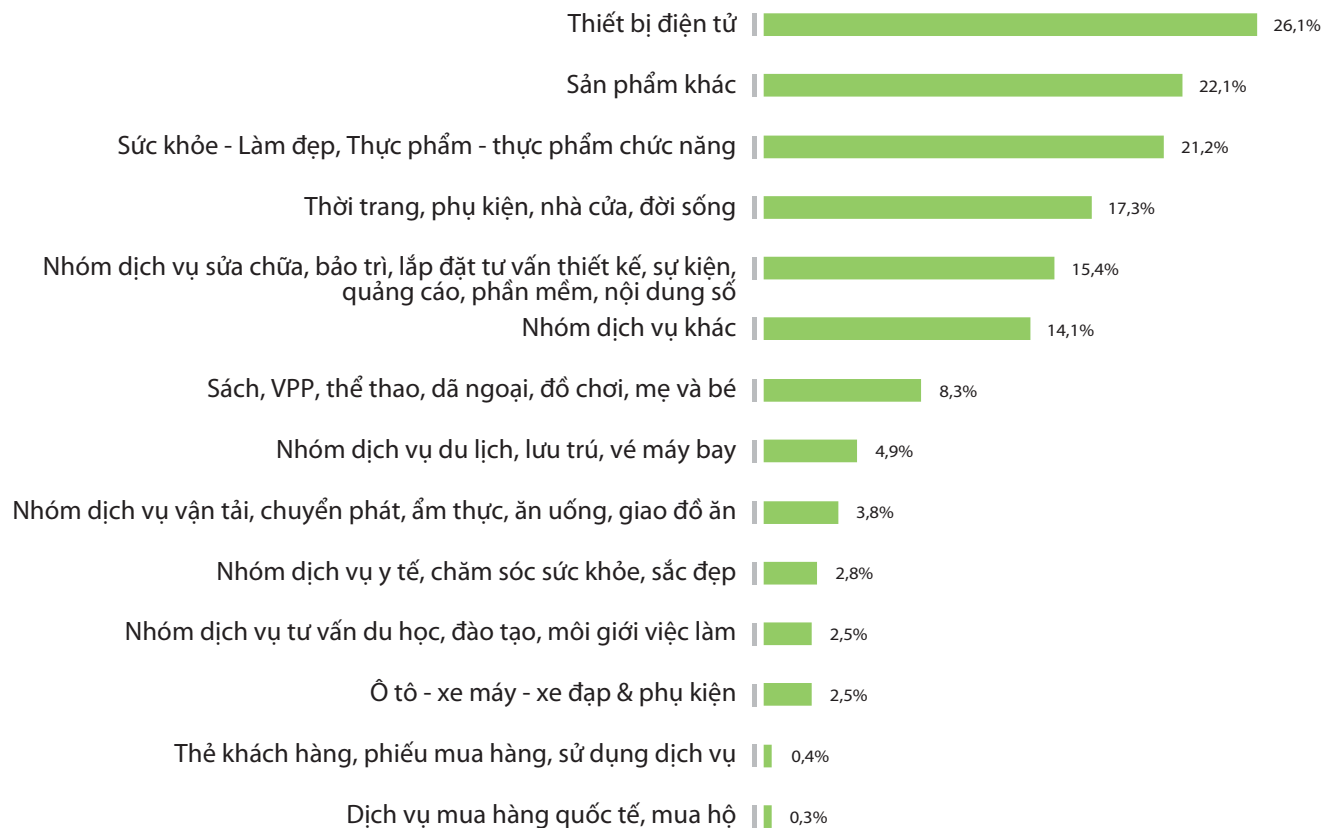
1.2. Tỷ lệ doanh nghiệp đã có đơn đặt hàng qua ứng dụng TMĐT bán hàng



1.3. Tỷ lệ đơn đặt hàng qua website/ứng dụng TMĐT bán hàng

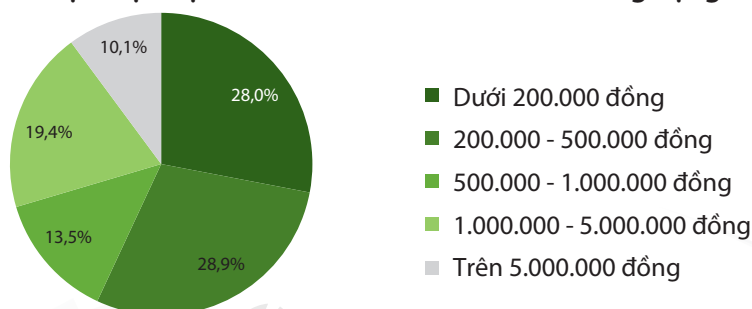


1.4. Nhóm hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website/ứng dụng TMDT bán hàng

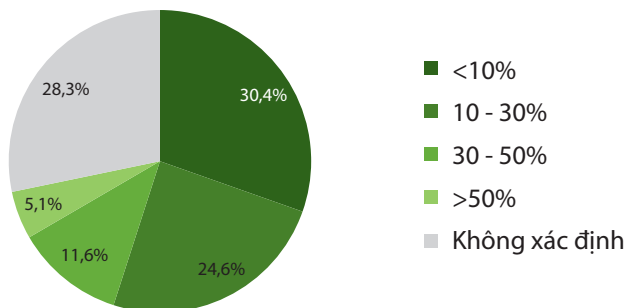


(Tỷ lệ website/ứng dụng TMDT bán hàng)

1.5. Tỷ lệ giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website/ứng dụng TMDT bán hàng

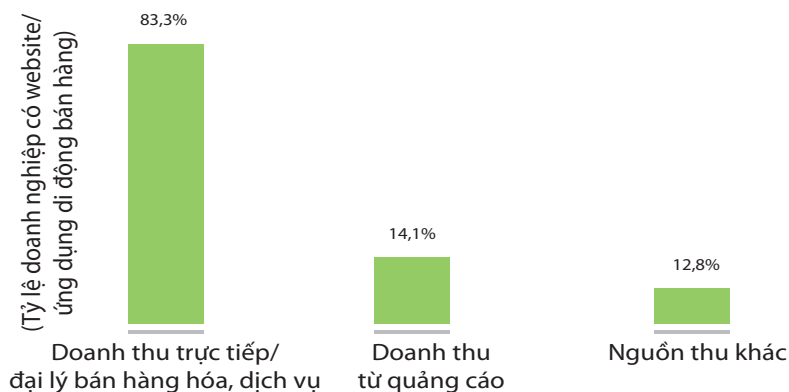


1.6. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần 2 trở lên trên website/ứng dụng TMĐT bán hàng

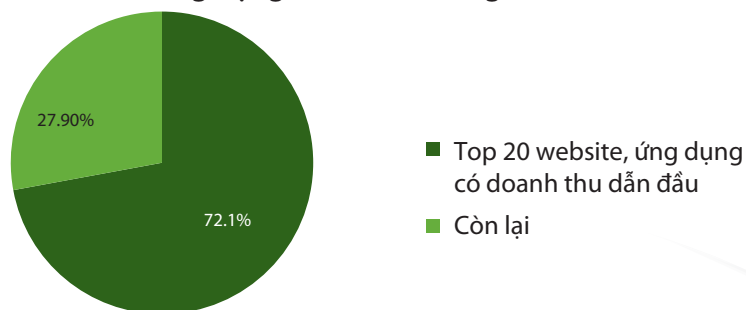


1.7. Tỷ lệ đơn hàng ảo, không thành công trên tổng số giao dịch: 20,26%.

1.8. Nguồn thu chính của website/ứng dụng TMĐT bán hàng



1.9. Tỷ lệ doanh thu của website/ứng dụng TMĐT bán hàng



Thị phần doanh thu của các website/ứng dụng bán hàng²⁹

²⁹ Thị phần doanh thu được tính dựa trên số liệu của 2.553 website, ứng dụng TMĐT bán hàng cung cấp số liệu về doanh thu.

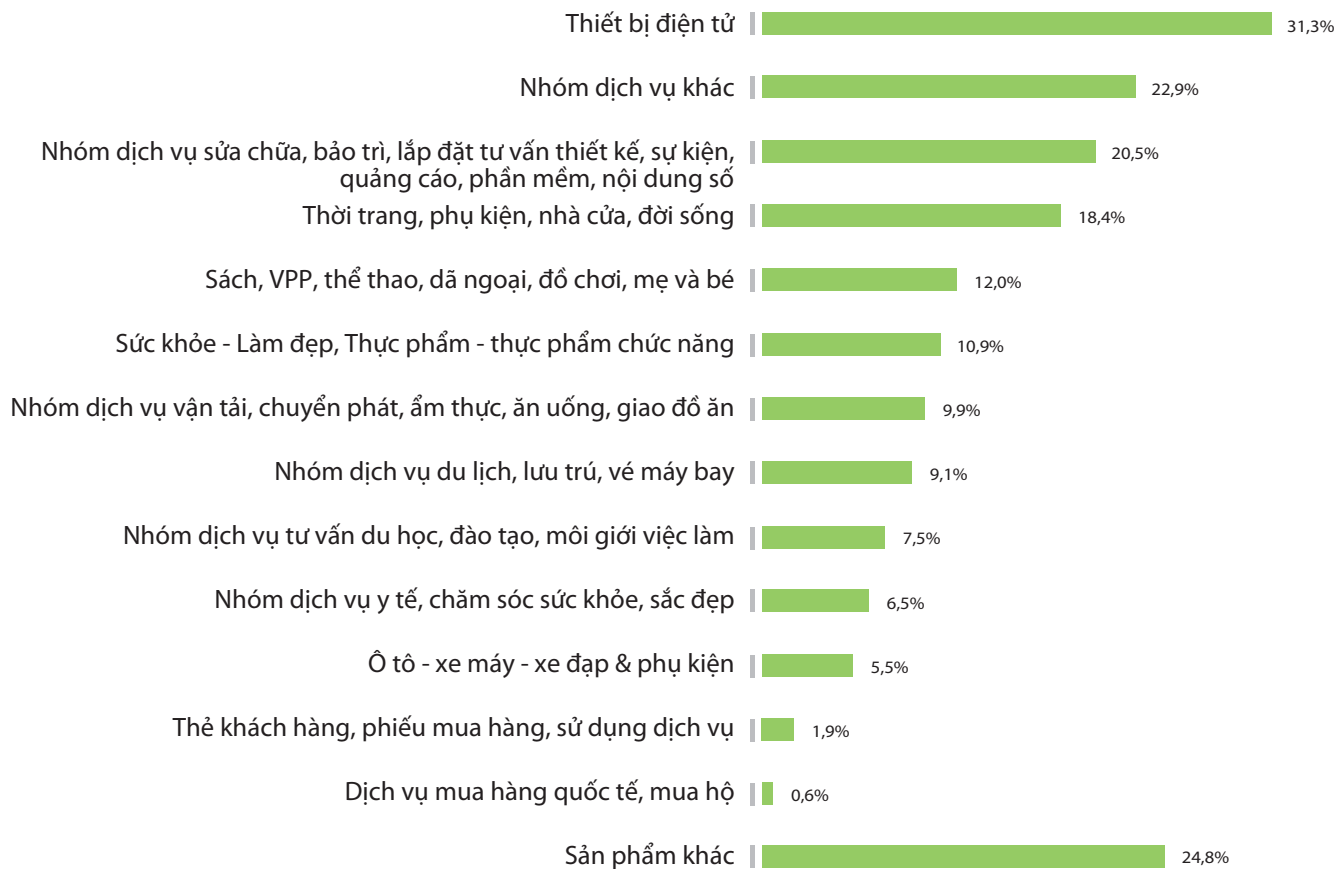
DOANH NGHIỆP	WEBSITE/ỨNG DỤNG
Công ty TNHH AEON Việt Nam	aeon.com.vn
Công ty Cổ Phần Thương Mại Bách Hoá Xanh	bachhoaxanh.com
Công ty Cổ phần Hàng không Tre Viet	bambooirways.com
Công ty cổ phần CareerBuilder	careerbuilder.vn
Công ty TNHH CJ CGV Việt Nam	cgv.vn
Công ty TNHH Cao Phong	dienmaycholon.vn
Công ty Cổ Phần VNG	esale.zing.vn
Công ty Cổ phần Phát hành sách TPHCM-Fahasa	Fahasa
Công ty Cổ Phần Bán Lê Kỹ Thuật Số FPT	fptshop.com.vn
Công ty Cổ phần Dịch vụ Giao Hàng Nhanh	GHN Express - Giao Hàng Nhanh
Công ty Cổ phần Máy tính Hà Nội	hanoicomputer.vn
Công ty TNHH thương mại VHC	hc.com.vn
Công ty Cổ phần mạng trực tuyến META	meta.vn
Công ty Cổ phần Thương mại Nguyễn Kim	nguyenkim.com
Công ty Cổ Phần thương mại - Dịch Vụ Phong Vũ	phongvu.vn
Công ty Cổ phần Trung tâm Thương mại LOTTE Việt Nam	SPEED L
Công ty Cổ phần Thế Giới Di Động	thegioididong.com
Công ty Cổ Phần Du Lịch và Tiếp Thị GTVT Việt Nam-Vietravel	travel.com.vn
Công ty Cổ Phần Hàng không Vietjet	vietjetair.com
Tổng công ty Hàng không Việt Nam	vietnamairlines.com
Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp VinCommerce	vinmart.com

Các website, ứng dụng di động bán hàng tham gia khảo sát có doanh thu cao từ hợp đồng bán hàng³⁰

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

2. Đối với website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT

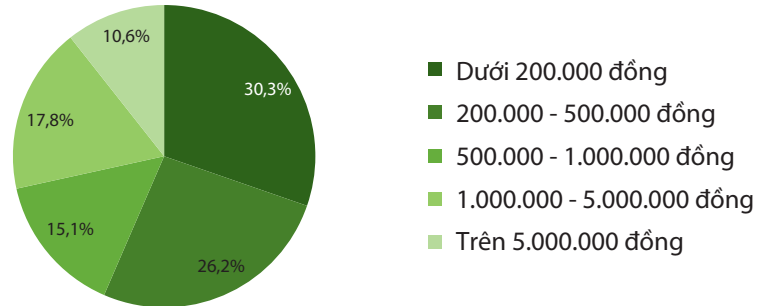
2.1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



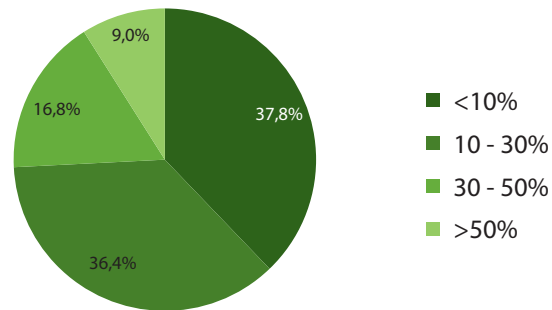
(Tỷ lệ website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT)



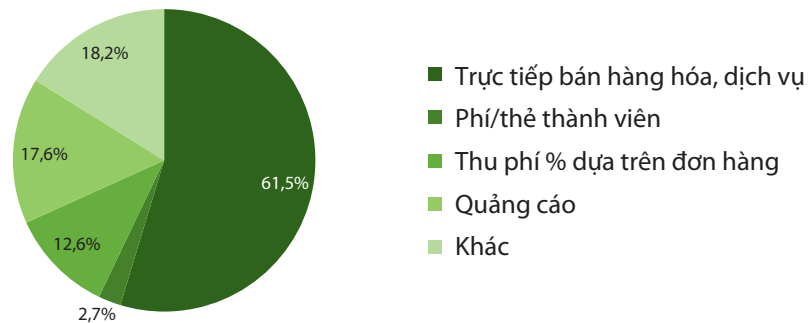
2.2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



2.3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ 2 trở lên trên website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



2.4. Nguồn thu chính của website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT

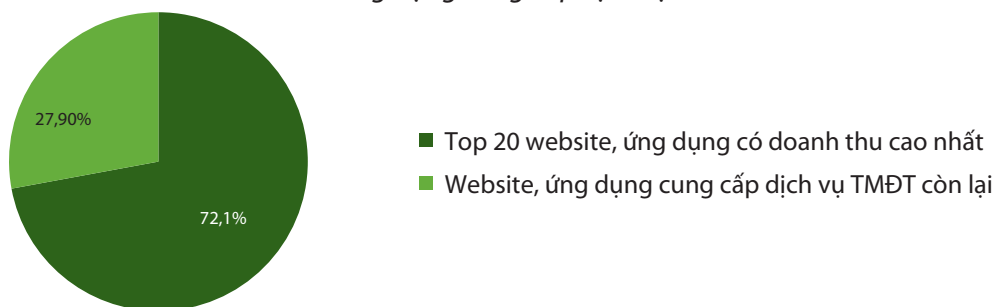


2.5. Chi phí và hiệu quả đầu tư của website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT

2.5.1. Chi phí đầu tư

	Năm 2018	Năm 2019
Tỷ lệ chi phí đầu tư hạ tầng kỹ thuật TMĐT (Nâng cấp, đổi mới công nghệ, máy chủ, đường truyền, thiết kế website, ứng dụng,...)	33,9%	37,2%
Tỷ lệ chi phí cho hoạt động TMĐT (Lương, hoa hồng, thuê văn phòng,...)	37,3%	37,5%
Tỷ lệ chi phí cho hoạt động quảng cáo trực tuyến (Quảng cáo trên Facebook/Google/Youtube, đặt banner/logo,...)	17,3%	18,0%
Tỷ lệ chi phí cho hoạt động quảng cáo ngoài môi trường trực tuyến (In ấn, tổ chức sự kiện, Hội thảo hội nghị,...)	6,6%	7,3%

2.5.2. Thị phần 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 ³¹

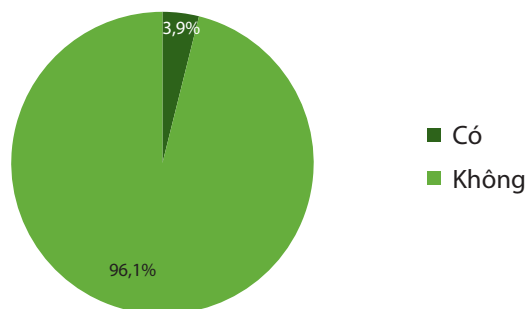
DOANH NGHIỆP	WEBSITE/ỨNG DỤNG
Công ty cổ phần truyền thông Sông Sáng	8trip.vn
Công ty cổ phần đầu tư và công nghệ Đại Việt	batdongsan.com.vn
Công ty TNHH chợ tốt	chotot.com
Công ty cổ phần dịch vụ & thương mại điện tử quốc tế EBIS	dealtoday.vn
Công ty cổ phần công nghệ du lịch GOTADI	gotadi.com
Công ty TNHH GRAB	Grab

³¹ Thị phần doanh thu được tính dựa trên số liệu của 203 website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT có cung cấp doanh thu

DOANH NGHIỆP	WEBSITE/ỨNG DỤNG
Công ty cổ phần GUMAC	gumac.vn
Công ty cổ phần hỗ trợ dịch vụ thanh toán Việt Phú	icarebenefits.vn
Công ty cổ phần IVIVU.COM	ivivu.com
Công ty cổ phần FOODY	now.vn
Công ty Truyền thông Viettel – Chi nhánh Tập đoàn Công nghiệp Viễn thông Quân đội	onbox.vn
Công ty cổ phần PasGo	pasgo.vn
Công ty cổ phần Zion	Sàn giao dịch ZaloPay
Công ty cổ phần công nghệ Sen Đỏ	sendo.vn
Công ty TNHH Shopee	shopee.vn
Công ty TNHH Thương Mại & Phát Triển Công Nghệ Quang Minh	sieuthimayvanphong.com.vn
Công ty cổ phần TS24	store24.com.vn
Công ty cổ phần TI KI	tiki.vn
Công ty TNHH Traveloka Việt Nam	traveloka.com
Công ty TNHH Recess	www.lazada.vn

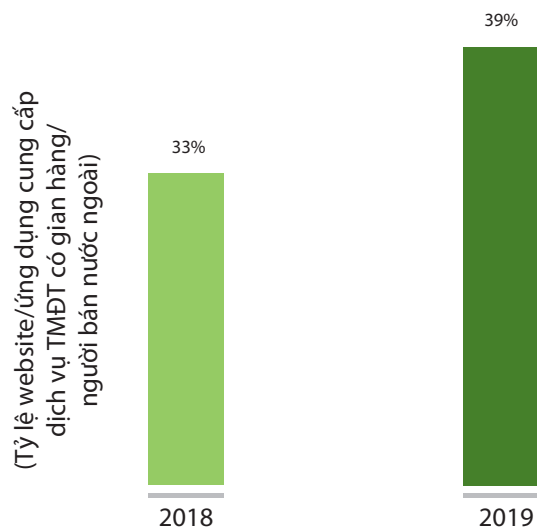
Danh sách các website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT có doanh thu cao ³²

2.5.3. Tỷ lệ doanh nghiệp có gian hàng/người bán/thương nhân nước ngoài trên website/ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



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

2.5.4. Tỷ lệ số lượng gian hàng/người bán nước ngoài trên tổng số gian hàng



IV. CÁC KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI KHI VẬN HÀNH WEBSITE/ỨNG DỤNG DI ĐỘNG

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/ứng dụng TMĐT	Mức độ
Chi phí đầu tư cho logistics	0,81
Chi phí đầu tư thu hút khách hàng (marketing, khuyến mại...)	1,34
Chi phí vận hành website (nguồn nhân lực, an ninh mạng...)	1,06
Chi phí đầu tư cho công nghệ	1,1
Chi phí khác	0,74

PHỤ LỤC



PHỤ LỤC 1: BẢNG CẬP NHẬT KHUNG PHÁP LÝ CƠ BẢN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

Thời gian ban hành	Luật	Trạng thái hiệu lực	
17/6/2020	Luật Doanh nghiệp	01/01/2021	
17/6/2020	Luật Đầu tư	01/01/202	
14/6/2019	Luật Phòng, Chống tác hại của rượu, bia (PCTHRB)		
14/6/2019	Luật Thi hành án hình sự		
13/6/2019	Luật Quản lý Thuế		
12/6/2018	Luật An ninh mạng		
12/6/2018	Luật Cạnh tranh		
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)		
12/6/2017	Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa		
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		
19/11/2015	Luật An toàn thông tin mạng (ATTTM)		
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		
	Nghị định hướng dẫn Luật		Văn bản bên trên
09/4/2020	Nghị định 47/2020/NĐ-CP về quản lý, kết nối và chia sẻ dữ liệu số của cơ quan nhà nước		Luật GDĐT, Luật CNTT
08/4/2020	Nghị định 45/2020/NĐ-CP về thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường điện tử		Luật GDĐT, Luật ATTTM, Luật CNTT
14/02/2020	Nghị định 24/2020/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia		Luật PCTHRB
17/01/2020	Nghị định 10/2020/NĐ-CP quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô		Luật Đầu tư
24/12/2018	Nghị định 165/2018/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính		Luật GDĐT
07/11/2018	Nghị định số 150/2018/NĐ-CP sửa đổi một số nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh và thủ tục hành chính trong lĩnh vực thông tin và truyền thông		Luật CNTT
27/9/2018	Nghị định 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 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 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 09/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý ngoại thương về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam		Luật Thương mại, Luật QLNT
15/01/2018	Nghị định 08/2018/NĐ-CP sửa đổi một số Nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương	Hết hiệu lực một phần	Luật Thương mại
24/4/2017	Nghị định 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 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	
21/11/2016	Nghị định 156/2016/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23/02/2007 của Chính phủ về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính		Luật GDĐT
1/7/2016	Nghị định 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 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 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 154/2013/NĐ-CP quy định về khu công nghệ thông tin tập trung		Luật CNTT
15/7/2013	Nghị định 72/2013/NĐ-CP của Chính phủ về Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng	Hết hiệu lực một phần	Luật CNTT
16/5/2013	Nghị định 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử	Hết hiệu lực một phần	Luật GDĐT
22/11/2012	Nghị định 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 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 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 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 90/2008/NĐ-CP về chống thư rác	Hết hiệu lực một phần	Luật GDĐT
08/3/2007	Nghị định 35/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng		Luật GDĐT
23/02/2007	Nghị định 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính		Luật GDĐT

	Xử lý vi phạm		Văn bản bên trên
03/02/2020	Nghị định 15/2020/NĐ-CP quy định về xử phạt hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử		Luật Viễn thông, Luật CNTT, Luật GDĐT, Luật ATTTM
24/4/2017	Nghị định 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 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 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 127/2015/NĐ-CP về tổ chức và hoạt động thanh tra ngành Công Thương		
07/4/2014	Nghị định 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 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 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 158/2013/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao du lịch và quảng cáo		
	Thông tư hướng dẫn thi hành một số nội dung của Nghị định		

18/12/2019	Thông tư 42/2019/TT-BCT sửa đổi, bổ sung một số quy định về chế độ báo cáo định kỳ tại các Thông tư do Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành hoặc liên tịch ban hành		
30/9/2019	Thông tư 68/2019/TT-BTC hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 119/2018/NĐ-CP ngày 12 tháng 9 năm 2018 của chính phủ quy định về hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ		
20/9/2019	Thông tư 66/2019/TT-BTC sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 110/2015/TT-BTC ngày 28/07/2015 của Bộ Tài chính hướng dẫn về giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế		
19/7/2019	Thông tư 06/2019/TT-BTTTT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 24/2015/TT-BTTTT ngày 18/8/2015 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông quy định về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet		
31/8/2018	Thông tư 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 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 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 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 133/2017/TT-BTC quy định về giao dịch điện tử trong hoạt động nghiệp vụ kho bạc nhà nước		Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
19/12/2017	Thông tư 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
27/4/2017	Thông tư 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 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 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	
30/6/2016	Thông tư 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		
06/6/2016	Thông tư 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	
31/12/2015	Thông tư 59/2015/TT-BCT quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động		Nghị định số 52/2013/NĐ-CP
18/8/2015	Thông tư 24/2015/TT-BTTTT quy định về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet		Nghị định số 72/2013/NĐ-CP
28/7/2015	Thông tư 110/2015/TT-BTC hướng dẫn giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế		Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
27/02/2015	Thông tư 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	
31/12/2014	Thông tư 46/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt		Nghị định số 101/2012/NĐ-CP
05/12/2014	Thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định về quản lý website thương mại điện tử (thay thế Thông tư số 12/2013/TT-BCT quy định thủ tục thông báo, đăng ký và công bố thông tin liên quan đến website thương mại điện tử)		Nghị định số 52/2013/NĐ-CP



25/08/2014	Thông tư 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 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 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 08/2011/TT-BTTTT sửa đổi thông tư 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 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 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 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 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 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 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 2: DANH SÁCH TỈNH/THÀNH PHỐ BAN HÀNH KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN TMĐT TẠI ĐỊA PHƯƠNG

STT	ĐỊA PHƯƠNG	VĂN BẢN BAN HÀNH
1	An Giang	Quyết định số 1402/QĐ-UBND ngày 24/5/2016
2	Bà Rịa Vũng Tàu	Quyết định số 710/QĐ-UBND ngày 28/3/2017
3	Bắc Giang	Quyết định số 988/QĐ-UBND ngày 04/06/2015
4	Bắc Kạn	Quyết định số 1119/QĐ-UBND ngày 30/07/2015
5	Bạc Liêu	Quyết định số 85/KH-UBND ngày 22/11/2016
6	Bến Tre	Quyết định số 248/KH-UBND ngày 19/01/2017
7	Bình Định	Quyết định số 4924/QĐ-UBND ngày 31/12/2015
8	Bình Dương	Quyết định số 304/KH-UBND ngày 25/01/2017
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	Cần Thơ	Quyết định số 3886/QĐ-UBND ngày 14/12/2016
13	Cao Bằng	Quyết định số 2551/QĐ-UBND ngày 30/12/2016
14	Đà Nẵng	Quyết định số 848/QĐ-UBND ngày 16/02/2016
15	Đắk Nông	Quyết định số 1928/QĐ-UBND ngày 04/11/2016
16	Đắk Lắk	Quyết định số 1472/QĐ-UBND ngày 19/6/2017
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	Đồng Tháp	Kế hoạch số 181/KH-UBND ngày 30/6/2017
20	Gia Lai	Quyết định số 782/QĐ-UBND ngày 27/11/2015
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

STT	ĐỊA PHƯƠNG	VĂN BẢN BAN HÀNH
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
29	Hưng Yên	Quyết định số 860/QĐ-UBND ngày 06/05/2016
30	Khánh Hòa	Quyết định số 2088/QĐ-UBND ngày 20/07/2016
31	Kiên Giang	Kế hoạch số 180/KH-UBND ngày 22/12/2017
32	Kon Tum	Quyết định số 1269/QĐ-UBND ngày 26/10/2016
33	Lai Châu	Quyết định số 13/QĐ-UBND ngày 11/01/2017
34	Lâm Đồng	Quyết định số 2630/QĐ-UBND ngày 29/11/2016
35	Lạng Sơn	Quyết định số 229/QĐ-UBND ngày 08/02/2017
36	Lào Cai	Quyết định số 239/KH-UBND ngày 01/09/2016
37	Long An	Quyết định số 3977/QĐ-UBND ngày 28/10/2015
38	Nghệ An	Quyết định số 6407/QĐ-UBND ngày 16/12/2016
39	Ninh Bình	Quyết định số 1377/QĐ-UBND ngày 20/10/2016
40	Ninh Thuận	Quyết định số 5272/KH-UBND ngày 28/12/2016
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

STT	ĐỊA PHƯƠNG	VĂN BẢN BAN HÀNH
47	Sóc Trăng	Kế hoạch số 44/KH-UBND ngày 13/4/2017
48	Sơn La	Quyết định số 2021/QĐ-UBND ngày 07/09/2015
49	Tây Ninh	Quyết định số 1087/QĐ-UBND ngày 16/5/2017
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	Tiền Giang	Kế hoạch số 298/KH-UBND ngày 23/12/2016
55	TP. Hồ Chí Minh	Quyết định số 6485/QĐ-UBND ngày 12/12/2016
56	Trà Vinh	Quyết định số 127/QĐ-UBND ngày 06/02/2017
57	Tuyên Quang	Kế hoạch 41/KH-UBND ngày 19/5/2017
58	Vĩnh Long	Quyết định số 71/QĐ-UBND ngày 15/1/2015
59	Vĩnh Phúc	Quyết định số 4264/QĐ-UBND ngày 28/12/2016
60	Yên Bái	Quyết định số 2116/QĐ-UBND ngày 19/10/2015



THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM NĂM 2020

Chịu trách nhiệm xuất bản

NGUYỄN MINH HUỆ

Chủ biên

ĐẶNG HOÀNG HẢI

Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

Biên soạn nội dung

LẠI VIỆT ANH - LÊ THỊ HÀ

NGUYỄN HỮU TUẤN - 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

In 1.500 cuốn, khổ 20.5 x 20.5 cm tại công ty TNHH in Đại Thành

Quyết định xuất bản số: 3346-2019/CXBIPH/01-131/CT

In xong và nộp lưu chiểu Quý III năm 2020



BỘ CÔNG THƯƠNG

CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ
25 NGÔ QUYẾN, HOÀN KIẾM, HÀ NỘI, VIỆT NAM
WWW.IDEA.GOV.VN