

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ - TÌNH HÌNH MUA SẮM QUA INTERNET CỦA CÁC HỘ GIA ĐÌNH CANADA NĂM 2002

Các hộ gia đình Canada giành khoảng 2,4 tỉ đô la mua sắm qua Internet, từ vé máy bay đến sách báo. Theo Điều tra sử dụng Internet của hộ gia đình, tình hình mua sắm qua Internet tăng 35%, từ 1,8 tỷ đô la trong năm 2001, một tỷ lệ vượt xa mức 4% tăng lên về số hộ gia đình truy cập Internet ở bất kỳ địa điểm nào trong năm 2002.

Ước tính có 2,8 triệu hộ gia đình Canada tham gia thương mại điện tử năm 2002, tăng từ 2,1 triệu hộ năm 2001. Các hộ gia đình tiếp cận Internet từ các địa điểm khác nhau, không phải chỉ ở nhà. Tổng số đơn đặt hàng qua Internet lên tới 16,6 triệu.

Có thể so sánh trực tiếp với số liệu điều tra thương mại điện tử năm 2001, nhưng không so sánh với những năm trước đó. Phần nội dung hỏi về thương mại điện tử năm 2001 của Điều tra sử dụng Internet của hộ gia đình đã được thiết kế lại để nắm bắt tình hình mua sắm qua Internet của các hộ gia đình thường xuyên sử dụng Internet từ các địa điểm truy cập khác nhau, về các mục tiêu sử dụng Internet của hộ gia đình. Phần hỏi về sử dụng Internet của hộ gia đình, các cuộc điều tra trước năm 2001 chỉ thu thập số liệu thương mại điện tử của hộ khi việc mua sắm qua Internet được thực hiện qua truy cập tại nhà. Sự thay đổi này gián đoạn dãy số liệu.

Mua sắm trên Internet chỉ chiếm phần nhỏ trong tổng số chi tiêu cá nhân

Trị giá 2,4 tỷ đô la đặt hàng qua Internet chỉ chiếm 0,36% trong tổng số 656 tỷ đô la chi cho tiêu dùng cá nhân ở Canada trong

năm trước. Tuy nhiên, số liệu mới đã khẳng định rằng các hộ gia đình sử dụng Internet làm phương tiện mua sắm hàng hoá của Canada và các hãng nước ngoài đang tăng lên. Cứ 10 đô la các hộ gia đình chi trả cho việc mua sắm qua Internet trong năm 2002, thì có 6,36 đô la chi trả cho các Website của Canada .

Qua điều tra về thương mại điện tử, ước tính có 4,5 triệu hộ gia đình, hoặc 37% tổng số hộ có mua sắm qua Internet. Đó là các hộ gia đình có ít nhất một thành viên sử dụng Internet để có các quyết định mua sắm, thông qua việc mua ở các cửa hàng hoặc đặt hàng trực tuyến qua Internet.

Trong số 4,5 triệu hộ gia đình, ước tính có 2,8 triệu hộ hoặc 62% mua sắm ở cửa hàng và đặt hàng trực tuyến qua Internet, tỷ lệ xấp xỉ năm 2001.

Khoảng 1,7 triệu hộ gia đình trả lời là họ đã sử dụng Internet để xem mẫu hàng hoá, về cơ bản không thay đổi so với năm 2001. Nhóm hộ gia đình này xem mẫu hàng trực tuyến qua catalog để chọn hàng, tuy nhiên họ không đặt hàng hoặc mua hàng trực tuyến. Số hộ gia đình này chiếm 14% tổng số hộ gia đình ở Canada.

Trong số những người mua hàng qua Internet, khoảng một nửa số người cho biết rằng họ đã mua trực tiếp ở cửa hàng sau khi xem hàng trên Internet, điều này cho thấy việc xem mẫu hàng qua catalog trực tuyến là một phương tiện hiệu quả để có được việc mua sắm hoặc đặt hàng qua điện thoại.

Nhiều hộ gia đình vẫn còn thờ ơ với mua hàng trực tuyến

Năm 2002, nhiều hộ gia đình Canada đã mua hàng trực tuyến và sử dụng dịch vụ trực tuyến. Tuy nhiên số liệu điều tra cho biết nhiều người trong số hộ vẫn thờ ơ với việc mua hàng trực tuyến đó.

Hơn 3/4 của 2,3 triệu hộ gia đình thanh toán trực tuyến cho thấy rằng họ đã quan tâm hoặc rất quan tâm đến việc giao dịch tài chính qua Internet. Số hộ gia đình trả tiền cho việc đặt hàng trực tuyến qua Internet đã tăng lên gần nửa triệu hộ (28%) so với năm 2001.

Thực tế, tỷ trọng các hộ gia đình trả tiền cho việc đặt hàng trực tuyến qua Internet tăng từ 15% năm 2001, lên 19% năm 2002.

Sách báo, tạp chí vẫn là những mặt hàng đặt mua nhiều nhất

Các tài liệu để đọc như sách, báo, tạp chí vẫn là những mặt hàng được đặt mua trực tuyến nhiều nhất trong năm 2002. Khoảng 27% hộ gia đình trả lời đã đặt mua các loại sách báo này, về cơ bản không thay đổi so với năm 2001.

Tuy nhiên, số người sử dụng Internet để thực hiện việc đi du lịch đang tăng lên. Năm 2002, việc thu xếp các chuyến du lịch xếp thứ hai về đặt hàng trực tuyến qua Internet, quần áo, đồ trang sức và đồ dùng của phụ nữ là các loại hàng hoá xếp vị trí thứ ba.

Năm 2002, 18% hộ gia đình trả lời có sắp xếp các chuyến du lịch qua Internet, tăng từ 16% năm 2001. Hơn nửa triệu hộ gia đình đã sắp xếp các chuyến du lịch trong năm 2002, tăng 39% so với năm 2001.

Quần áo, đồ trang sức và đồ dùng của phụ nữ chỉ đạt mức 18% thương mại điện tử

của hộ, sau đó là phần cứng máy tính, đạt mức 14%.

Số hộ gia đình đặt mua đĩa nhạc trực tuyến không thay đổi so với năm 2001.

Ontario - khu vực chiếm phần lớn sự tăng lên về sử dụng thương mại điện tử

Bình quân hộ gia đình thực hiện thương mại điện tử chi 876 đô la để mua hàng trực tuyến, năm 2002 mức trung bình một đơn đặt hàng là 146 đô la. Ở tất cả các tỉnh miền tây Quebec, mức chi cho thương mại điện tử của hộ và giá trị một đơn đặt hàng đều cao hơn mức bình quân chung của cả nước.

Các hộ gia đình ở Ontario chiếm phần lớn nhất của sự tăng lên về chi cho thương mại điện tử trong năm 2002, lên tới gần nửa (49%) trong tổng số 2,4 tỷ chi cho thương mại điện tử trong năm 2002, tăng từ 47% trong năm 2001. Các hộ gia đình ở khu vực này cũng chiếm gần nửa tổng số đơn đặt hàng trực tuyến.

Các hộ gia đình ở British Columbia khu vực có thị trường thương mại điện tử lớn thứ hai ở Canada. Các hộ gia đình ở đây chi trả qua Internet tới khoảng 424 triệu đô la, chiếm khoảng 18% tổng số chi trả của cả nước.

Một số điểm cần lưu ý là số liệu trong báo cáo này từ Điều tra sử dụng Internet của hộ gia đình năm 2002, trên cơ sở đó những số liệu ước tính về sử dụng Internet đã được công bố vào ngày 18 tháng 9 năm 2003. Cuộc Điều tra về sử dụng Internet của hộ gia đình đã lấy mẫu con về hộ gia đình trong cuộc Điều tra lực lượng lao động.

Phạm vi điều tra loại trừ: những người sống ở Yukon, biên giới Tây bắc và Nuvavut, những người thuộc lực lượng quân dự bị,

những người phục vụ trong lực lượng quân đội và những người ở trong các trại giam.

Năm 2002 điều tra 44129 hộ gia đình, đã phỏng vấn 31650 hộ, có tỷ trả lời là 72%. Các kết quả được gia quyền để tính cho toàn bộ số hộ điều tra, trừ những người không thuộc phạm vi điều tra đã nêu trên.

Đây là năm thứ 6 Canada thực hiện cuộc Điều tra sử dụng Internet của hộ gia đình và là năm thứ tư các vấn đề về thương mại điện tử được hỏi trong điều tra.

Người sử dụng thường xuyên: là những người trả lời "có" cho câu hỏi "trung bình một tháng, có người nào trong hộ gia đình sử dụng Internet không?"

Khác với Điều tra lực lượng lao động, thông tin được thu thập từ từng cá nhân thuộc đối tượng điều tra, Điều tra Sử dụng Internet của hộ gia đình thu thập thông tin của cả hộ gia đình. Thành viên trả lời phỏng vấn của hộ sẽ liệt kê số lần mua sắm trực tuyến do tất cả các thành viên của hộ gia đình thực hiện trong vòng 12 tháng qua.

TỶ LỆ PHẦN TRĂM HỘ GIA ĐÌNH THƯỜNG XUYẾN SỬ DỤNG INTERNET, CHIA THEO KHU VỰC

	1998	1999	2000	2001	2002
Canada	35,9	41,8	51,3	60,2	61,6
Newfoundland và Labrador	28,8	35,2	45,5	50,2	50,8
Đảo Prince Edward	35,4	40,5	51,1	57,8	54,1
Nova Scotia	37,8	41,1	52,0	57,4	58,1
New Brunswick	31,0	38,0	45,2	52,4	48,6
Quebec	26,2	33,1	43,6	53,7	53,2
Ontario	39,1	44,5	54,2	63,7	67,4
Manitoba	33,3	38,3	49,8	56,7	60,1
Saskatchewan	33,7	39,9	46,9	52,6	57,6
Alberta	45,0	50,8	58,8	65,3	64,3
British Columbia	42,0	48,1	55,9	65,3	65,7

TỶ LỆ PHẦN TRĂM DÂN SỐ SỬ DỤNG INTERNET Ở NHÀ, THEO MỤC ĐÍCH SỬ DỤNG

Mục đích sử dụng	1998	1999	2000	2001	2002
Thư điện tử	19,3	26,3	37,4	46,1	48,9
Ngân hàng điện tử	5,2	8,0	14,7	21,6	26,2
Trả tiền hàng hoá/dịch vụ	2,5	5,5	9,6	12,7	15,7

Mục đích sử dụng	1998	1999	2000	2001	2002
Thông tin y tế/sức khoẻ	9,6	15,6	22,9	30,1	32,8
Giáo dục đào tạo	6,8	9,2	19,0	22,9	24,3
Thông tin chính phủ	8,2	12,7	18,9	25,6	29,2
Tìm việc làm	12,2	16,2	18,0
Thông tin tổng hợp	17,6	24,3	36,2	44,3	46,1
Chơi trò chơi	7,8	12,3	18,2	24,4	25,7
Tán chuyện	5,7	7,5	11,0	13,7	14,0
Ghi/nhạc	..	7,8	17,8	23,3	24,3
Nghe đài	..	5,0	9,3	12,3	12,3
Thông tin thể thao	17,3	22,1	23,8
Thông tin tài chính	18,5	22,8	23,5
Xem tin	20,4	26,2	27,2
Thông tin/đặt chỗ du lịch	21,9	27,4	30,4
Dịch vụ Internet khác	2,6	10,0	17,7	21,1	24,8

Nguyễn Thái Hà (giới thiệu)

Nguồn: Daily Statistics, December 11, 2003 (<http://www.Statcan.ca>)