****

**PHIẾU HỎI DOANH NGHIỆP**

*(Phục vụ Bảng xếp hạng Top 10 Công ty bán lẻ uy tín năm 2021)*

Vietnam Report cam kết phiếu điều tra chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu, không công bố những thông tin công ty cung cấp theo đúng quy chế bảo mật thông tin.

Kính đề nghị Quý Doanh nghiệp điền đầy đủ thông tin và gửi về cho Vietnam Report **trước 17h ngày 31/8/2021.**

Trân trọng cảm ơn!

**THÔNG TIN NGƯỜI ĐIỀN PHIẾU**

Họ và tên: ………………………………………………………………………………………….…………

Bộ phận làm việc: ……………………………………………………………………………………………

Số điện thoại liên lạc: ……………………………………………………………………………………….

Email:………………………………………………………………………………….…………………….

|  |
| --- |
| PHẦN I: THÔNG TIN DOANH NGHIỆP |

1. **Tên Công ty:** …………………………………………………………………………………………….
2. **Mã số thuế:** …………………………………………………………………………………………........
3. **Năm thành lập:** ……………………………………………………………………………………........
4. **Loại hình hoạt động của Công ty:**

Nhà nước

Tư nhân trong nước

Có vốn đầu tư nước ngoài chiếm trên 50%

1. **Lĩnh vực kinh doanh chính của Công ty:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Lĩnh vực kinh doanh** | **Tỷ trọng % trong cơ cấu Doanh thu** |
|  | Bán lẻ hàng tiêu dùng, siêu thị |  |
|  | Bán lẻ hàng lâu bền: điện tử, điện lạnh, vàng bạc… |  |
|  | Khác (ghi rõ…………………………………….) |  |

1. **Quy mô lao động:** Số lượng nhân viên của Công ty hiện nay (người) ……………………………
2. **Quy mô thị trường:** Công ty hiện có ……………………. siêu thị/ cửa hàng tại Việt Nam.
3. **Tổng diện tích mặt bằng kinh doanh:** …………………………m2

**Thị phần hiện nay (%) của một số dòng sản phẩm chính trong cơ cấu doanh thu của doanh nghiệp:**

Sản phẩm 1. ……………………………………………………………………………………………

Sản phẩm 2. ……………………………………………………………………………………………

Sản phẩm 3. ……………………………………………………………………………………………

1. **Thông tin tài chính của Công ty (đơn vị: triệu đồng)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Chỉ tiêu** | **Năm 2020** | **Kế hoạch 2021** | **Thực hiện 6 tháng đầu năm 2021** |
| Tổng tài sản |  |  |  |
| Vốn chủ sở hữu |  |  |  |
| Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ |  |  |  |
| Tổng doanh thu (\*) |  |  |  |
| Giá vốn hàng bán |  |  |  |
| Lợi nhuận trước thuế |  |  |  |
| Lợi nhuận sau thuế |  |  |  |

*(\*) Tổng doanh thu được tính bằng tổng các khoản doanh thu thu về của Công ty (không bao gồm các khoản giảm trừ)*

1. **Doanh thu bán hàng chủ yếu của Quý Công ty đến từ kênh bán hàng nào?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Kênh bán hàng** | **Tỷ lệ % trong năm 2020** | **Tỷ lệ % trong 6 tháng năm 2021** |
|  | Bán hàng trực tiếp tại siêu thị/ cửa hàng chính hãng |  |  |
|  | Bán hàng trực tuyến qua website |  |  |
|  | Bán hàng qua điện thoại |  |  |
|  | Ứng dụng công nghệ (app, thương mại điện tử …) |  |  |
|  | Khác (ghi rõ…………………………………) |  |  |

|  |
| --- |
| PHẦN II: TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐẾN HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT - KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP |

1. **Tác động của dịch Covid-19 đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thế nào trong năm 2021?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **DN thuộc nhóm Bán lẻ hàng tiêu dùng, siêu thị** | **DN thuộc nhóm Bán lẻ hàng lâu bền: điện tử, điện lạnh, vàng bạc…** |
| Tác động nghiêm trọng |  |  |
| Tác động nghiêm trọng vừa phải |  |  |
| Tác động ít, không đáng kể |  |  |
| Không chịu tác động |  |  |

1. **Năng lực hoạt động kinh doanh của Quý Doanh nghiệp hiện ước bằng bao nhiêu phần trăm trong làn sóng đại dịch Covid-19 lần thứ tư (Ước tính một cách tương đối về doanh thu, lợi nhuận)?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Doanh thu** | **Lợi nhuận** | **Công suất hoạt động** | **Hiệu suất hoạt động nói chung** |
| Dưới 20% |  |  |  |  |
| Từ 20% đến dưới 40% |  |  |  |  |
| Từ 40% đến dưới 60% |  |  |  |  |
| Từ 60% đến dưới 80% |  |  |  |  |
| Từ 80% đến dưới 100% |  |  |  |  |
| Từ 100% đến dưới 120% |  |  |  |  |
| Trên 120% |  |  |  |  |

1. **Theo Quý Doanh nghiệp, dự kiến mất khoảng bao lâu thì hoạt động kinh doanh của ngành bán lẻ có thể phục hồi được như trước khi dịch bùng phát? (Lợi nhuận, doanh thu, năng suất lao động)?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Doanh thu** | **Lợi nhuận** | **Công suất hoạt động** | **Hiệu suất hoạt động nói chung** |
| Không rõ |  |  |  |  |
| Nhiều hơn 18 tháng |  |  |  |  |
| Từ 13 đến 18 tháng |  |  |  |  |
| Từ 7 đến 12 tháng |  |  |  |  |
| Khoảng 6 tháng |  |  |  |  |
| Từ 3 đến 6 tháng |  |  |  |  |
| Từ 1 đến 3 tháng |  |  |  |  |
| Dưới 1 tháng |  |  |  |  |

1. **Quý Doanh nghiệp vui lòng cho biết top 5 khó khăn của doanh nghiệp dưới tác động từ làn sóng đại dịch Covid-19 lần thứ tư?**

Thiếu hụt nguồn vốn để kinh doanh

Đứt gãy chuỗi cung ứng trong kinh doanh

Sức mua hàng giảm do người dân thắt chặt chi tiêu

Đảm bảo an toàn cho nhân viên và khách hàng

Hành vi của khách hàng thay đổi, chuyển sang mua sắm các kênh thương mại điện tử

Chưa kịp chuẩn bị các kịch bản ứng phó với dịch bệnh

Chưa xây dựng được hệ thống công nghệ quản lý và điều hành công việc

Khâu kiểm tra tại các chốt liên tỉnh mất khá nhiều thời gian, ảnh hưởng đến thời gian vận chuyển hàng hoá kéo dài hơn so với kế hoạch.

Đơn hàng online quá tải, nền tảng kỹ thuật còn hạn chế không đáp ứng kịp thời

Lực lượng nhân viên không đủ để triển khai thêm mặt hàng

Sự thiếu hụt lực lượng shipper công nghệ

Điều chỉnh khung giờ hoạt động theo quy định của Chính phủ

Khác (ghi rõ………………………………………………………………………………………)

1. **Quý DN vui lòng cho biết 4 chiến lược hàng đầu mà doanh nghiệp đã sử dụng để ứng phó trong thời gian Covid-19 bùng phát mạnh?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **DN thuộc nhóm Bán lẻ hàng tiêu dùng, siêu thị** | **DN thuộc nhóm Bán lẻ hàng lâu bền: điện tử, điện lạnh, vàng bạc…** |
| Đảm bảo an toàn: Khử trùng xe đẩy hàng và đóng gói sản phẩm riêng lẻ để ngăn ngừa nhiễm khuẩn, tiêm phòng cho nhân viên … |  |  |
| Tổ chức các mô hình bán lẻ lưu động |  |  |
| Đẩy mạnh bán hàng trực tuyến kết hợp giao hàng tại nhà |  |  |
| Tăng cường số hóa và làm việc từ xa |  |  |
| Tăng cường chuẩn bị các kịch bản, dự đoán nhu cầu và tích trữ hàng cho 3-6 tháng |  |  |
| Tăng cường số lượng nhân viên hỗ trợ để đảm bảo hàng hoá luôn đầy ắp, giúp khách hàng mua sắm đầy đủ nhu cầu |  |  |
| Giữ vững bình ổn giá, không tăng giá |  |  |
| Làm việc chặt chẽ với các nhà cung cấp đảm bảo đầy đủ nguồn hàng |  |  |
| Linh động vận chuyển hàng hóa nơi khác vào tăng cường cho thành phố |  |  |
| Tạm ngưng phục vụ tại một số trung tâm, siêu thị, cửa hàng tại các vùng có dịch |  |  |
| Khác (ghi rõ ………………………………………………) |  |  |

|  |
| --- |
| PHẦN III: TRIỂN VỌNG VÀ CHIẾN LƯỢC CỦA DOANH NGHIỆP TRONG  THỜI KỲ “BÌNH THƯỜNG TIẾP THEO” |

1. **Theo Quý Doanh nghiệp, triển vọng ngành Bán lẻ trong 6 tháng cuối năm 2021 so cùng kỳ năm trước sẽ như thế nào?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **DN thuộc nhóm Bán lẻ hàng tiêu dùng, siêu thị** | **DN thuộc nhóm Bán lẻ hàng lâu bền: điện tử, điện lạnh, vàng bạc…** |
| Khó khăn hơn rất nhiều |  |  |
| Khó khăn hơn một chút |  |  |
| Không thay đổi |  |  |
| Khả quan hơn một chút |  |  |
| Khả quan hơn rất nhiều |  |  |

1. **Quý Doanh nghiệp dự báo thế nào về thay đổi trong nhu cầu khách hàng và lợi nhuận công ty trong ít nhất 6 tháng tới đây?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Không rõ** | **Giảm đi** | **Không thay đổi** | **Tăng lên** |
| Doanh thu |  |  |  |  |
| Lợi nhuận |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm kinh doanh của DN nói chung |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm thực phẩm – đồ uống |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm Quần áo – Giầy dép |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm Thiết bị, đồ dùng gia đình |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm Sách báo, tạp chí, văn phòng phẩm |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với điện thoại, thiết bị điện tử và phụ kiện |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm Dược – Y tế |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm Mỹ phẩm |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm khác  (ghi rõ…………………………….) |  |  |  |  |

1. **Quý Công ty đánh giá thế nào về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau đến việc thiết lập định hướng chiến lược tương lai trong thời kỳ bình thường mới?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1**  **(Ít ảnh hưởng)** | **2** | **3** | **4** | **5**  **(Ảnh hưởng rất nhiều)** |
| **Yếu tố bên ngoài** | | | |  |  |
| Khả năng kiểm soát dịch bệnh |  |  |  |  |  |
| Cạnh tranh thị phần giữa các doanh nghiệp trong nước |  |  |  |  |  |
| Hoạt động M&A/ Sự gia nhập của các công ty nước ngoài |  |  |  |  |  |
| Sự thay đổi hành vi tiêu dùng và các phương pháp tiếp cận người tiêu dùng |  |  |  |  |  |
| Mức thu nhập và chi tiêu của người tiêu dùng |  |  |  |  |  |
| Sự phát triển của thương mại điện tử và xu hướng mua hàng trực tuyến |  |  |  |  |  |
| Sự phát triển của tầng lớp trung lưu |  |  |  |  |  |
| Sự gia tăng trong nhận thức về bảo vệ môi trường |  |  |  |  |  |
| **Yếu tố bên trong** | | | |  |  |
| Hoạt động thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng |  |  |  |  |  |
| Sự đa dạng và ổn định nguồn cung hàng hóa |  |  |  |  |  |
| Tiềm lực tài chính của doanh nghiệp |  |  |  |  |  |
| Triển khai bền vững các mô hình kinh doanh mới |  |  |  |  |  |
| Chất lượng nguồn nhân lực và quản trị doanh nghiệp |  |  |  |  |  |
| Khả năng quản lý rủi ro trong doanh nghiệp |  |  |  |  |  |
| Sự tăng cường đầu tư đổi mới công nghệ và cải tiến quy trình vận hành |  |  |  |  |  |
| Chiến lược Marketing của DN |  |  |  |  |  |

1. **Theo Quý Doanh nghiệp đâu là Top 5 chiến lược trọng tâm của doanh nghiệp trong thời kỳ bình thường mới?**

|  |
| --- |
| Cắt giảm chi phí hoạt động của cửa hàng, siêu thị |
| Tìm kiếm cơ hội từ M&A |
| Tăng cường số hóa các hoạt động vận hành của doanh nghiệp và nâng cao trải nghiệm thực tế của khách hàng bằng công nghệ, tự động hóa các tác vụ trong cửa hàng, siêu thị |
| Phát triển các mô hình bán lẻ mới |
| Triển khai chương trình kích cầu người tiêu dùng |
| Đa dạng hóa sản phẩm, nhà cung cấp và kiểm soát chất lượng đầu vào để đảm bảo hàng hóa cung ứng liên tục |
| Bổ sung hoặc mở rộng các dịch bán hàng trực tuyến và kết hợp giao hàng từ cửa hàng, siêu thị |
| Mở rộng thêm siêu thị, cửa hàng |
| Phát triển những hình thức thanh toán đa dạng, linh hoạt, phù hợp với nhiều đối tượng mục tiêu |
| Đóng cửa và thu hẹp các cửa hàng hoạt động không hiệu quả  Liên tục đánh giá lại các kế hoạch kinh doanh với sự tham gia của các đối tác kinh doanh  Thiết lập các hoạt động của trụ sở để đảm bảo hoạt động kinh doanh sẽ không bị gián đoạn ngay cả trong trường hợp khẩn cấp  Phát triển danh mục nhãn hàng riêng trên cơ sở hợp tác với các nhà cung cấp  Cải tiến không gian mua sắm, nâng cao chất lượng dịch vụ  Thực hiện chiến lược phát triển bền vững, bảo vệ môi trường |
| Khác (ghi rõ…………………………………………………………………………..) |

1. **Đánh giá về áp dụng các mô hình bán lẻ sau đây tại Quý Doanh nghiệp?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mô hình bán lẻ** | **Chưa có ý định triển khai** | **Đang trong giai đoạn lên ý tưởng** | **Mới bắt đầu triển khai** | **Đang triển khai quy mô** |
| Cửa hàng trong cửa hàng (shop in shop) |  |  |  |  |
| Cửa hàng đa thương hiệu (multi-brand store) |  |  |  |  |
| Bán hàng đa kênh (omni-channel) |  |  |  |  |
| Mô hình bán lẻ lưu động |  |  |  |  |
| Hệ thống siêu thị cao cấp áp dụng công nghệ E-label điều chỉnh tự động, có quầy tính tiền cho khách tự thanh toán |  |  |  |  |
| Phát triển siêu thị, cửa hàng thành điểm kết hợp cung cấp dịch vụ tài chính bao gồm dịch vụ ngân hàng truyền thống và cổng thanh toán kỹ thuật số. |  |  |  |  |
| Áp dụng sáng kiến bền vững về môi trường trong ngành bán lẻ (tăng cung cấp các sản phẩm được làm bằng vật liệu tái chế, thay đổi cách đóng gói chọn loại bao bì thân thiện với môi trường hơn …) |  |  |  |  |
| Ứng dụng công nghệ số nói chung |  |  |  |  |
| *a. Ứng dụng IoT* (Internet vạn vật) |  |  |  |  |
| *b. Ứng dụng AR* (Augmented Reality-Công nghệ thực tế ảo tăng cường) |  |  |  |  |
| *c. Ứng dụng Big Data* (Dữ liệu lớn) |  |  |  |  |
| *d. Ứng dụng AI (*Công cụ Trí tuệ nhân tạo-Artificial Intelligence) |  |  |  |  |
| *e. Ứng dụng Machine Learning* (máy học) |  |  |  |  |
| *f. Blockchain* |  |  |  |  |
| *g. RPA* (Tự động hóa quy trình bằng robot (RPA) |  |  |  |  |

1. **Theo Quý doanh nghiệp, đâu là Top 4 giải pháp mà Chính phủ nên chú trọng để hỗ trợ tốt nhất cho thị trường bán lẻ trong thời gian tới đây?**

|  |
| --- |
| Đẩy mạnh chương trình đầu tư xây dựng, phát triển hạ tầng thương mại |
| Bổ sung chính sách hỗ trợ đẩy mạnh phát triển kênh bán hàng online, đi chợ hộ, bán hàng qua điện thoại… |
| Hoàn thiện hệ thống hành lang pháp lý, minh bạch hóa thông tin, tạo môi trường cạnh tranh công bằng giữa các doanh nghiệp |
| Bổ sung hỗ trợ thông qua các gói hỗ trợ tín dụng, ưu đãi đầu tư và ưu đãi thuế |
| Hỗ trợ kết nối với các nhà cung cấp |
| Hỗ trợ và tư vấn cho các doanh nghiệp bán lẻ trong quá trình chuyển đổi số  Hỗ trợ kích cầu người tiêu dùng |
| Khác (ghi rõ…………………………………………………………………...................) |

|  |
| --- |
| ĐÁNH GIÁ DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU TRONG NGÀNH |

1. **Theo đánh giá của Quý Công ty, đâu là Công ty bán lẻ tiêu biểu nhất trên thị trường bán lẻ Việt Nam hiện nay?** (Xin vui lòng đánh số từ 1 – 10 doanh nghiệp trong danh sách dưới đây với thứ tự 1 là Công ty bán lẻ Quý Công ty đánh giá tiêu biểu nhất)

**CÁC CÔNG TY BÁN LẺ TIÊU BIỂU NHẤT TẠI VIỆT NAM**

**BẢNG 1: NHÓM NGÀNH HÀNG TIÊU DÙNG NHANH, SIÊU THỊ**

|  |  |
| --- | --- |
| **STT** | **TÊN CÔNG TY** |
|  | TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG SÂN BAY NỘI BÀI |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI TỔNG HỢP VINCOMMERCE |
|  | CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ EB |
|  | CÔNG TY CP BIBOMART |
|  | TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI SÀI GÒN - TNHH MTV |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG SÂN BAY TÂN SƠN NHẤT (SASCO) |
|  | LIÊN HIỆP HỢP TÁC XÃ THƯƠNG MẠI TP. HỒ CHÍ MINH |
|  | CÔNG TY TNHH MM MEGA MARKET (VIỆT NAM) |
|  | CÔNG TY CP TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI LOTTE VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH VÒNG TRÒN ĐỎ |
|  | CÔNG TY TNHH AEON VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG TASECO |
|  | CÔNG TY TNHH XUẤT NHẬP KHẨU LIÊN THÁI BÌNH DƯƠNG (IPPG) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**BẢNG 2: NHÓM HÀNG LÂU BỀN, ĐIỆN MÁY, ĐIỆN LẠNH, VÀNG BẠC…**

|  |  |
| --- | --- |
| **STT** | **TÊN CÔNG TY** |
|  | CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN VÀNG BẠC ĐÁ QUÝ DOJI |
|  | CÔNG TY CP PICO |
|  | CÔNG TY CP MEDIAMART VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VHC |
|  | CÔNG TY CP QUỐC TẾ SAMNEC |
|  | CÔNG TY CP VÀNG BẠC ĐÁ QUÝ PHÚ NHUẬN |
|  | CÔNG TY TNHH MTV VÀNG BẠC ĐÁ QUÝ SÀI GÒN-SJC |
|  | CÔNG TY TNHH CAO PHONG |
|  | CÔNG TY CP PHÁT HÀNH SÁCH TP. HỒ CHÍ MINH - FAHASA |
|  | CÔNG TY CP ĐẦU TƯ THẾ GIỚI DI ĐỘNG |
|  | CÔNG TY CP BÁN LẺ KỸ THUẬT SỐ FPT |
|  | CÔNG TY CP THƯƠNG NGHIỆP CÀ MAU |
|  | CÔNG TY CP THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ PHONG VŨ |
|  | CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VHC |
|  |  |
|  |  |

*Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Công ty!*