

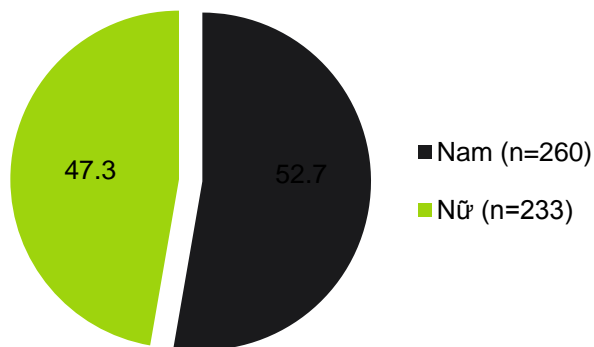
INTERNET VÀ DU LỊCH TRONG NƯỚC

Thời gian khảo sát: 01.05 – 15.05.2013
Dựa trên nhóm đáp viên trực tuyến Vinaresearch

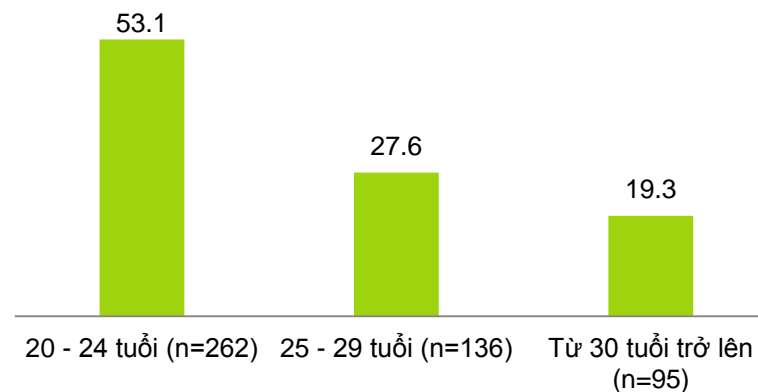
B. Thông tin đáp viên



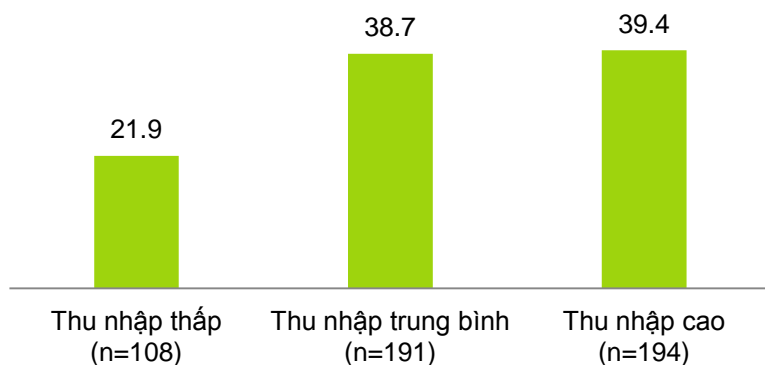
Giới tính



Độ tuổi



Thu nhập gia đình hàng tháng



(*) Các thang thu nhập được quy định như sau:

- Thu nhập thấp: Từ 7.000.000 VNĐ trở xuống
- Thu nhập trung bình: 7.000.001 – 15.000.000 VNĐ
- Thu nhập cao: Trên 15.000.000 VNĐ

ĐVT: %

A. Thông tin nghiên cứu



- ❑ **Phương pháp nghiên cứu** : Nghiên cứu định lượng (phương pháp trực tuyến)
- ❑ **Thời gian thực hiện** : 01.05 – 15.05.2013
- ❑ **Số mẫu khảo sát** : 493
- ❑ **Đối tượng khảo sát** : Nam, nữ trên 20 tuổi, có đi du lịch trong nước trong vòng 1 năm qua
- ❑ **Địa điểm khảo sát** : Toàn quốc
- ❑ **Phương pháp chọn mẫu** : Chọn mẫu nhóm đáp viên trực tuyến
- ❑ **Mục tiêu nghiên cứu** : Khảo sát nhằm tìm hiểu về mức độ sử dụng internet đối với các dịch vụ du lịch khác nhau của du khách trong nước

C. Tóm tắt kết quả nghiên cứu [1]



[1] – Lên kế hoạch du lịch và tham khảo thông tin

- Phần lớn các du khách được hỏi cho biết đã có **[2-3 chuyến]** du lịch trong nước trong vòng 1 năm qua (54.0%). **[1 chuyến]** được lựa chọn nhiều thứ hai với tỷ lệ 25.6% và **[4 – 5 chuyến]** chiếm vị trí tiếp theo với tỷ lệ 15.8 %. Kết quả khảo sát còn cho thấy nhóm trẻ tuổi và nhóm có thu nhập cao có xu hướng đi du lịch trong nước nhiều nhất.
- Nhóm du khách này tham khảo khá nhiều thông tin khi lên kế hoạch du lịch. Trong đó, **[Hỏi ý kiến gia đình và bạn bè]**, **[Các công cụ tìm kiếm trên Internet]**, **[Các website du lịch]**, **[Thông tin từ báo & tạp chí]** và **[Các đại lý / công ty du lịch]** là 5 nguồn thông tin thường được tham khảo nhiều nhất. Tuy nhiên, khi được hỏi về nguồn thông tin đáng tin cậy nhất, hơn một nửa chọn **[Ý kiến gia đình và bạn bè]**, 14.4% chọn **[Các công cụ tìm kiếm trên internet]** và 11.2% chọn **[Các đại lý / Công ty du lịch]**.
- Với mỗi nguồn tham khảo, họ thường tìm kiếm các thông tin khác nhau. Cụ thể, khi hỏi ý kiến gia đình và bạn bè, 84.6% thường hỏi **[Đánh giá của những người có kinh nghiệm]** về các địa điểm du lịch mà họ dự định đến. Trong khi đó, với các công cụ tìm kiếm trên Internet, hơn một nửa sẽ đánh vào các “từ khóa” có liên quan đến **[Nhà hàng & quán bar]** (50.7%). Đối với các website du lịch, **[Điểm tham quan tại điểm đến]** được ưu tiên tìm kiếm nhiều nhất (51.9%).

C. Tóm tắt kết quả nghiên cứu [2]



[2] – Sử dụng các dịch vụ du lịch online

- 92.6% trong tổng số 485 đáp viên sử dụng **[Máy tính ở nhà]** để tham khảo thông tin online. **[Điện thoại thông minh / điện thoại chức năng]** và **[Máy tính ở công ty / Nơi làm việc]** được sử dụng nhiều tiếp theo với tỷ lệ lần lượt là 54.0% và 47.6%.
- Xấp xỉ 6 trên 7 người được hỏi cho biết đã từng sử dụng dịch vụ đặt chỗ online. Trong đó, **[Đặt phòng nghỉ]** là dịch vụ được nhiều người sử dụng nhất trong tất cả các dịch vụ được hỏi, chiếm tỷ lệ 57.2%. **[Đặt tour trọn gói]** và **[Đặt vé máy bay]** là các dịch vụ phổ biến tiếp theo, lần lượt chiếm tỷ lệ 46.7% và 46.2%.

➤ Đối với nhóm đã sử dụng dịch vụ đặt chỗ:

[Tiện lợi 24/7] là lý do hàng đầu, được 69.6% đáp viên trong số 418 người có sử dụng lựa chọn. Bên cạnh lý do tiện lợi thì **[Có sẵn thông tin tham khảo về dịch vụ]** là lý do đứng vị trí thứ hai, chiếm tỷ lệ 66.3%. Ngoài ra, 61.7% người dùng còn cho biết họ lựa chọn dịch vụ đặt chỗ online là vì **[Có thể so sánh giá dễ dàng]**.

[Thanh toán qua thẻ ghi nợ nội địa] là hình thức phổ biến nhất cho các dịch vụ đặt chỗ online (49.0%). Trong đó, chuyển khoản tại Ngân hàng / ATM được lựa chọn nhiều nhất (35.6%) và hình thức Internet Banking kém phổ biến hơn (13.4%). Tiền mặt là hình thức thanh toán phổ biến tiếp theo với tỷ lệ 37.8%. Trong đó, 22% lựa chọn **[Thanh toán tiền mặt khi nhận vé / phiếu đặt chỗ]** và 15.8% **[Thanh toán tiền mặt tại địa điểm đến]**.

C. Tóm tắt kết quả nghiên cứu [3]



[2] – Sử dụng các dịch vụ du lịch online

➤ Đối với nhóm chưa từng sử dụng:

75 trên tổng 493 người tham gia khảo sát chưa từng sử dụng các dịch vụ đặt chỗ trên internet. Gần 60.0% chọn [**Rủi ro với các trang đặt chỗ online lừa đảo**] và 40.0% chọn vì [**Đã quen thuộc với việc đặt chỗ qua các đại lý**] là các lý do hàng đầu khiến họ không muốn sử dụng dịch đặt chỗ online.

Đa phần những người được hỏi cho biết không có ý kiến chắc chắn đối với việc sẽ sử dụng dịch vụ đặt chỗ trên internet trong thời gian sắp tới, chiếm tỷ lệ 66.7% so với 28.0% sẵn sàng sử dụng.

[3] – Online khi đi du lịch

- Hầu hết những người được hỏi có sử dụng dịch vụ internet khi đang đi du lịch (97.4%). Trong đó, [**Sử dụng điểm truy cập Wi-Fi công cộng**], [**Sử dụng điểm truy cập qua điện thoại**] và [**Sử dụng kết nối internet của khách sạn**] là ba cách thức được các du khách sử dụng phổ biến nhất, lần lượt chiếm tỷ lệ 74.4%, 64.0% và 62.5%.
- Đồng thời, phương thức kết nối internet của người dùng có ảnh hưởng đến các mục đích sử dụng. Cụ thể, những người sử dụng Wi-Fi công cộng thường [**Lên mạng xã hội**] nhiều nhất (72.3%), trong khi điện thoại lại được ưu tiên để [**Tìm kiếm bản đồ / đường đi / GPS**] (69.7%). Đối với nhóm truy cập internet của khách sạn, 70.0% thường [**Ghé thăm các trang web giải trí**] và nhóm sử dụng USB 3G thường kết nối internet để [**Kiểm tra, trả lời email**] cũng như [**Sử dụng cho công việc**] nhiều nhất, lần lượt chiếm tỷ lệ 67.5% và 59.6%.

C. Tóm tắt kết quả nghiên cứu [4]



[4] – Online sau các chuyến du lịch

- **[Chia sẻ hình ảnh / video]** là hoạt động được ưa thích nhất sau mỗi chuyến đi (89.2%). **[Chia sẻ kinh nghiệm du lịch trên mạng xã hội]** và **['Like' các địa điểm / nhà hàng đã đến]** là các hoạt động được yêu thích tiếp theo, lần lượt chiếm tỷ lệ 62.5% và 32.7%.
- Nhìn chung, các hoạt động này không khác biệt nhiều giữa hai nhóm nam và nữ. Tuy nhiên, đối với các nhóm tuổi, các hoạt động được ưu tiên có phần khác biệt. 37.8% nhóm từ 20 – 24 tuổi thường **["Thích" địa điểm / nhà hàng đã đến]** trên các trang mạng xã hội, trong khi 39.0% nhóm từ 25 – 29 tuổi và 36.8% nhóm trên 29 tuổi thường **[Chia sẻ kinh nghiệm du lịch trên các web / diễn đàn du lịch]**.



PHẦN 1. LÊN KẾ HOẠCH DU LỊCH VÀ THAM KHẢO THÔNG TIN



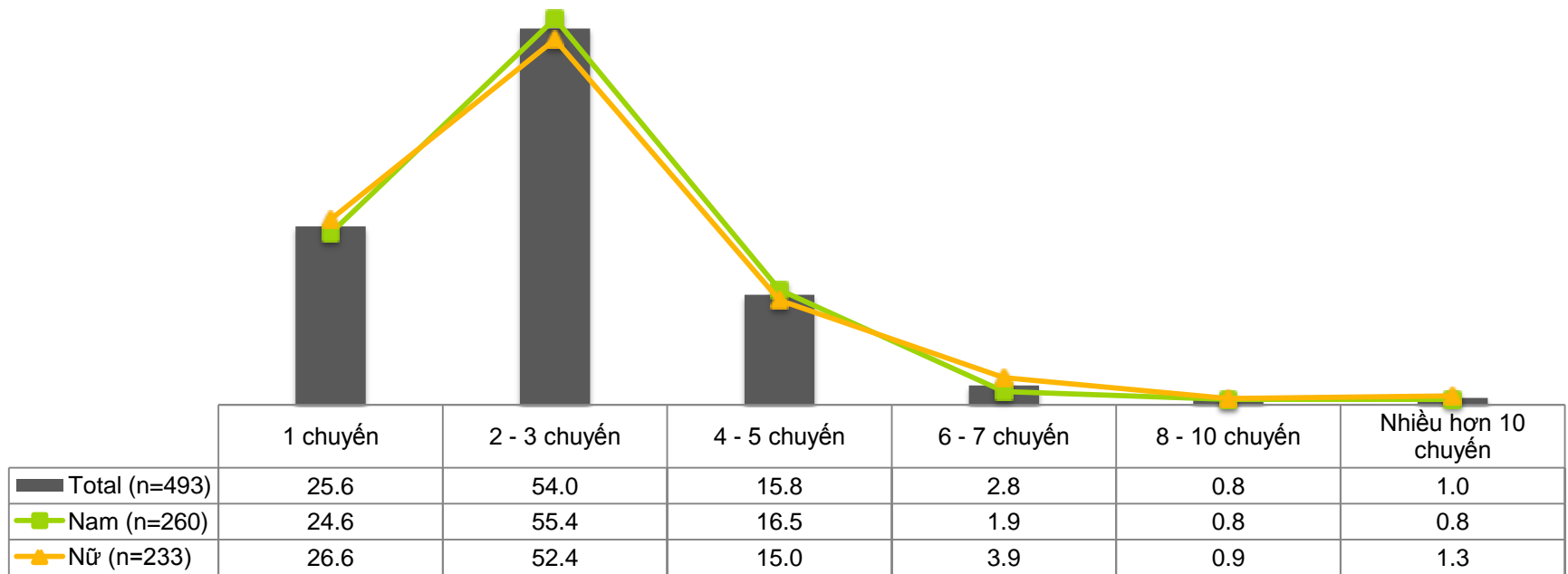
1. Du lịch trong nước



Nhìn chung, số chuyến đi du lịch nội địa trung bình trong năm qua giữa nhóm nam và nữ khá giống nhau

Phần lớn các du khách được hỏi cho biết đã có **[2 - 3 chuyến]** du lịch trong nước trong năm qua (54.0%). **[1 chuyến]** đứng vị trí thứ hai với tỷ lệ 25.6% và **[4 - 5 chuyến]** chiếm vị trí tiếp theo với tỷ lệ 15.8 %.

Hình 1. Giới tính và số chuyến đi du lịch từ 05.2012 đến 05.2013 (n=493)



Q. Trong khoảng thời gian 01.05.2012 – 01.05.2013, bạn đã có bao nhiêu chuyến du lịch trong nước? [SA] n=493

Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



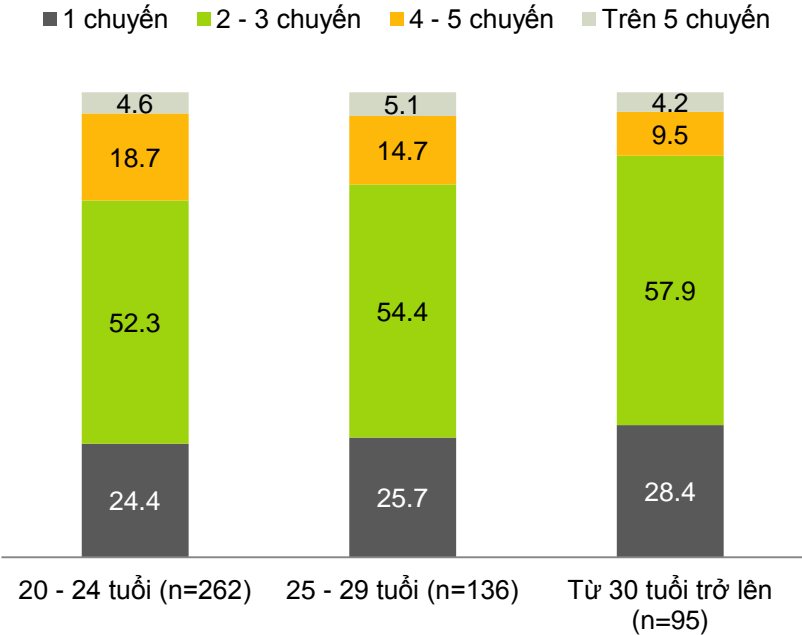
1. Du lịch trong nước

Hơn một nửa du khách ở các nhóm tuổi và thu nhập đi du lịch 2 – 3 lần trong năm qua

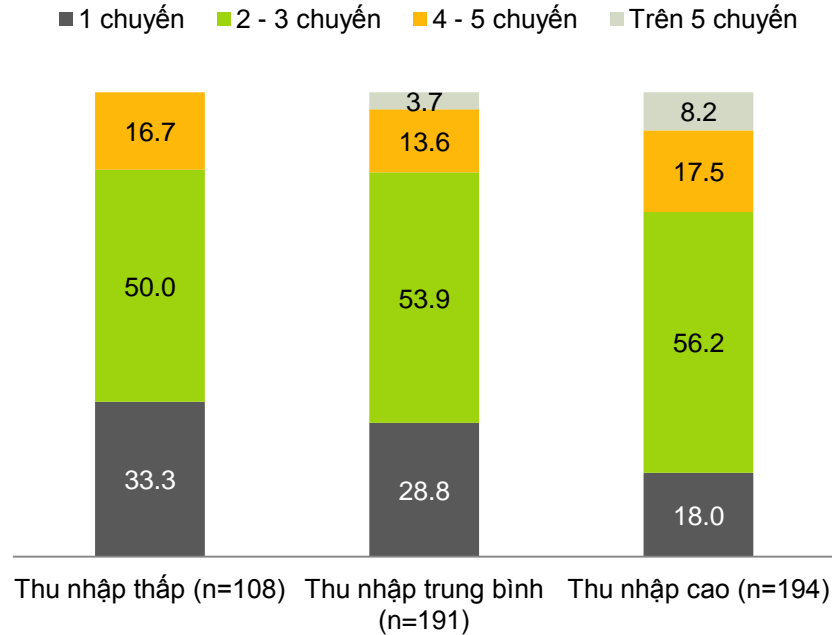
Tỷ lệ phần trăm những người có đi du lịch [2 – 3 chuyến] ở các nhóm tuổi từ 20 đến trên 30 lần lượt là 52.3%, 54.4% và 57.9%. Tương tự, tỷ lệ này ở các nhóm thu nhập là 50.0% (thu nhập thấp), 53.% (thu nhập trung bình) và 56.2% (thu nhập cao).

Nhóm trẻ tuổi và nhóm có thu nhập cao có xu hướng đi du lịch trong nước nhiều nhất theo kết quả khảo sát.

Hình 2. Độ tuổi và số chuyến đi du lịch từ 05.2012 đến 05.2013 (n=493)



Hình 3. Thu nhập và số chuyến đi du lịch từ 05.2012 đến 05.2013 (n=493)



Q. Trong khoảng thời gian 30.04.2012 – 30.04.2013, bạn đã có bao nhiêu chuyến du lịch trong nước? [SA] n=493
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



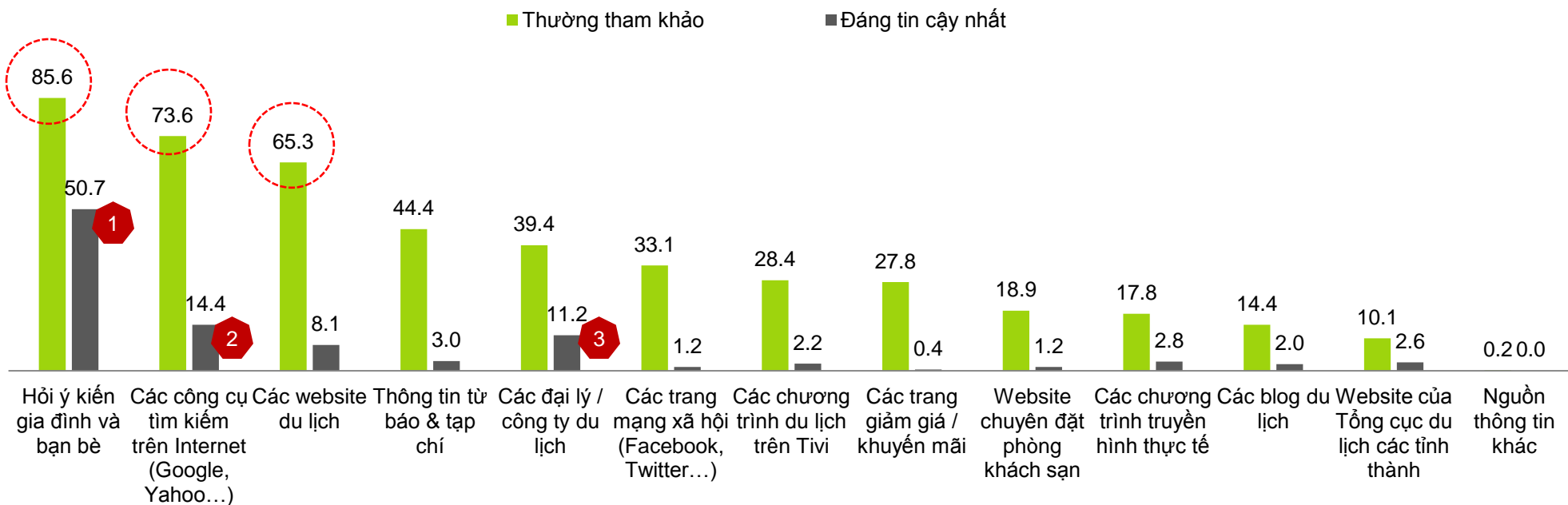
2. Nguồn thông tin thường tham khảo

Nhóm du khách trong nước tham khảo khá nhiều nguồn thông tin khi lên kế hoạch du lịch

5 nguồn thông tin được tham khảo nhiều nhất là [Hỏi ý kiến gia đình và bạn bè], [Các công cụ tìm kiếm trên Internet], [Các website du lịch], [Thông tin từ báo & tạp chí] và [Các đại lý / công ty du lịch].

Tuy nhiên, khi được hỏi về nguồn thông tin đáng tin cậy nhất, hơn một nửa chọn [Ý kiến gia đình và bạn bè], 14.4% chọn [Các công cụ tìm kiếm trên Internet] và 11.2% chọn [Các đại lý / công ty du lịch].

Hình 4 . Nguồn thông tin thường tham khảo (n=493)



Q. Vui lòng cho biết khi lên kế hoạch du lịch trong nước, 5 nguồn bạn thường sử dụng nhất để tham khảo thông tin là gì? [MA] n=493

Q. Trong các nguồn thông tin đã chọn, đâu là nguồn thông tin bạn thấy đáng tin cậy nhất? [SA] n=493

ĐVT: %



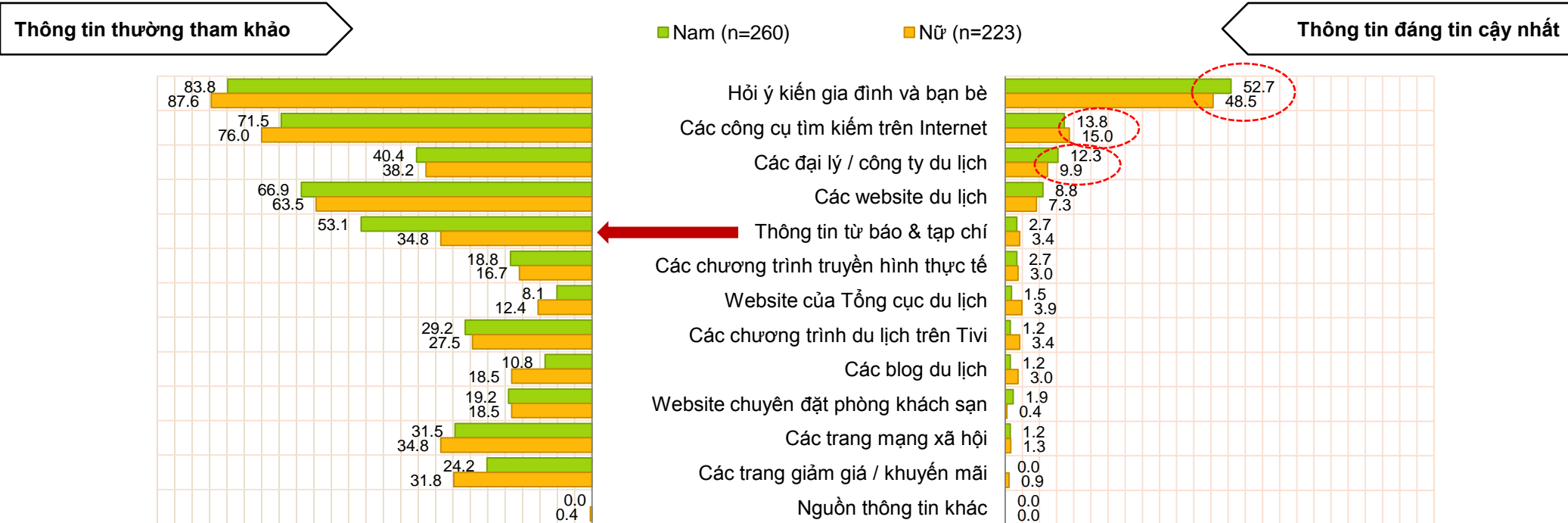
2. Nguồn thông tin thường tham khảo

Việc lựa chọn các nguồn thông tin tham khảo giữa nhóm nam và nữ khá giống nhau

Chỉ riêng với [Thông tin từ báo & tạp chí], mức độ tham khảo của nhóm nam thấp hơn hẳn so với nhóm nữ, 53.1% so với 34.8%.

Đặc biệt, cả hai nhóm khách du lịch nam và nữ đều tin tưởng nhất vào thông tin từ [Hỏi ý kiến gia đình và bạn bè], tiếp theo là [Các công cụ tìm kiếm trên Internet] và [Các đại lý / công ty du lịch], tỷ lệ tương ứng như Hình 5.

Hình 5. Giới tính và nguồn thông tin thường tham khảo (n=493)



Q. Vui lòng cho biết khi lên kế hoạch du lịch trong nước, 5 nguồn bạn thường sử dụng nhất để tham khảo thông tin là gì? [MA] n=493

Q. Trong các nguồn thông tin đã chọn, đâu là nguồn thông tin bạn thấy đáng tin cậy nhất? [SA] n=493

Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

DVT: %



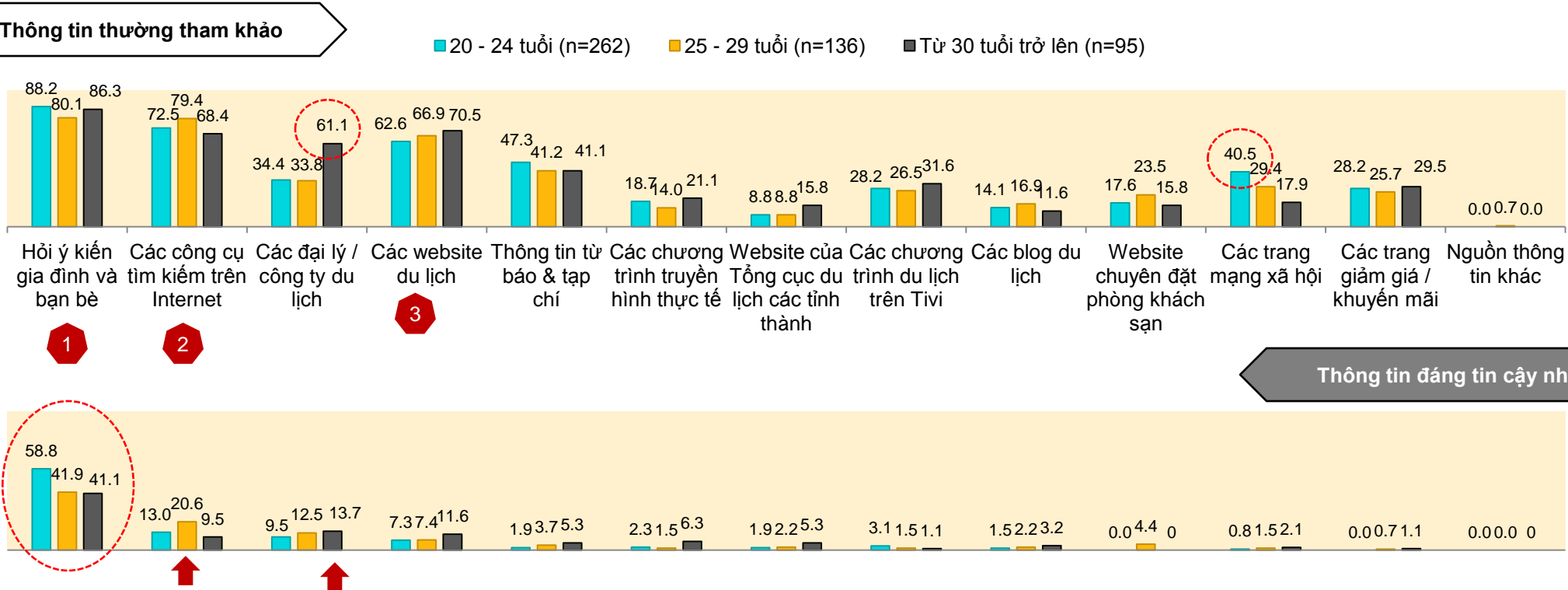
2. Nguồn thông tin thường tham khảo

3 nguồn thông tin thường tham khảo nhất của các nhóm tuổi không khác nhau (Hình 6)

Đối với các nguồn thông tin tiếp theo, nhóm trên 30 tuổi ưu tiên hỏi [Các đại lý / công ty du lịch] và [Thông tin từ báo & tạp chí] trong khi những người trẻ hơn lại tìm kiếm trên [Các trang mạng xã hội].

Phần lớn du khách ở các nhóm tuổi đều đồng ý rằng [Ý kiến gia đình và bạn bè] là nguồn thông tin đáng tin cậy nhất. Đứng ở vị trí thứ hai là [Các công cụ tìm kiếm trên Internet] với nhóm dưới 30 tuổi và [Các đại lý / công ty du lịch] với nhóm từ 30 tuổi trở lên.

Hình 6. Độ tuổi và nguồn thông tin thường tham khảo (n=493)



Q. Vui lòng cho biết khi lên kế hoạch du lịch trong nước, 5 nguồn bạn thường sử dụng nhất để tham khảo thông tin là gì? [MA] n=493

Q. Trong các nguồn thông tin đã chọn, đâu là nguồn thông tin bạn thấy đáng tin cậy nhất? [SA] n=493

Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn? [SA] n=493

DVT: %



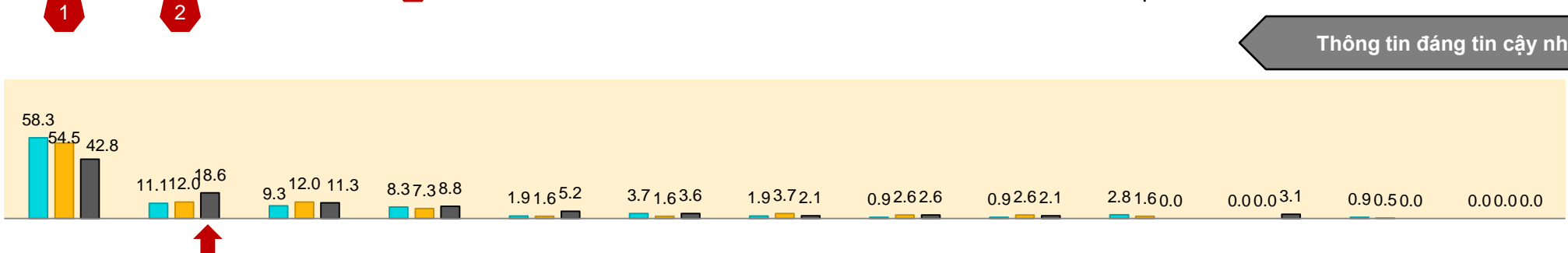
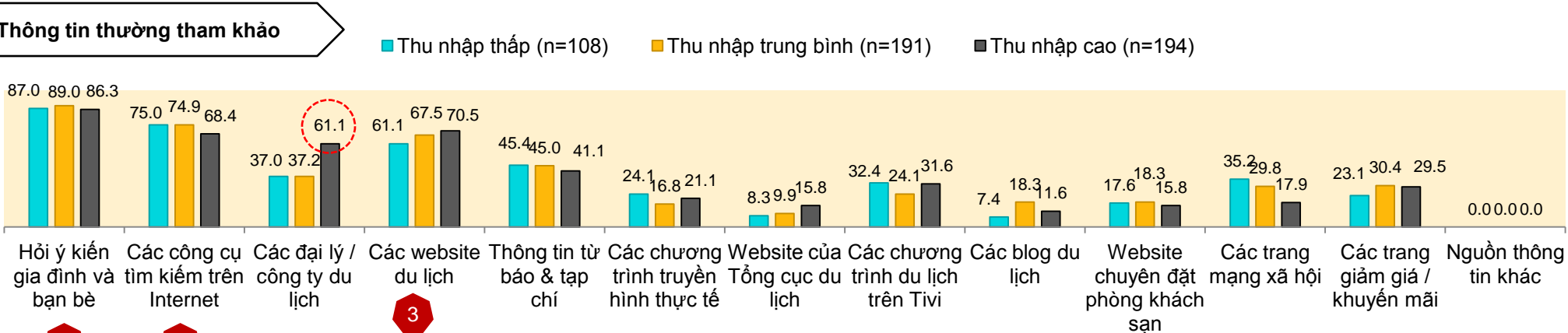
2. Nguồn thông tin thường tham khảo

Việc lựa chọn các nguồn thông tin tham khảo giữa nhóm thu nhập khá tương tự nhau

Tuy nhiên, đối với thông tin từ **[Các đại lý / công ty du lịch]**, nhóm thu nhập cao có mức độ ưu tiên tham khảo cao, xếp vị trí thứ tư.

Nguồn thông tin này cũng đồng thời xếp thứ hai khi nhóm thu nhập cao được hỏi về nguồn thông tin đáng tin cậy nhất, đứng sau **[Hỏi ý kiến gia đình và bạn bè]**.

Hình 7. Thu nhập và nguồn thông tin thường tham khảo (n=493)



Q. Vui lòng cho biết khi lên kế hoạch du lịch trong nước, 5 nguồn bạn thường sử dụng nhất để tham khảo thông tin là gì? [MA] n=493
 Q. Trong các nguồn thông tin đã chọn, đâu là nguồn thông tin bạn thấy đáng tin cậy nhất? [SA] n=493
 Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

DVT: %



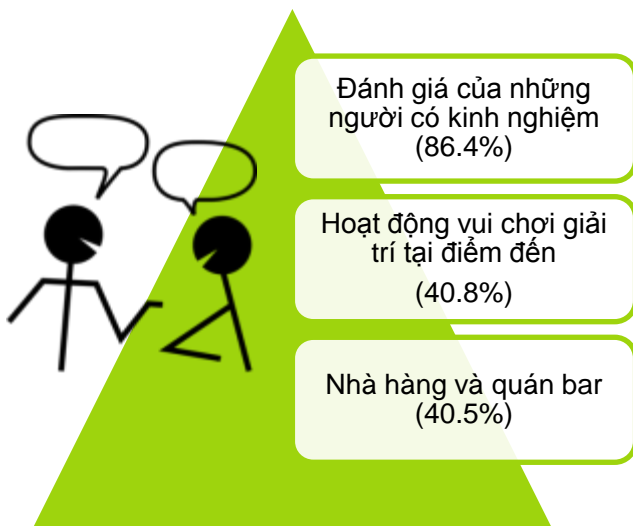
3. Thông tin ưu tiên tìm kiếm

Các du khách cho biết thường tìm kiếm các thông tin khác nhau với mỗi nguồn tham khảo

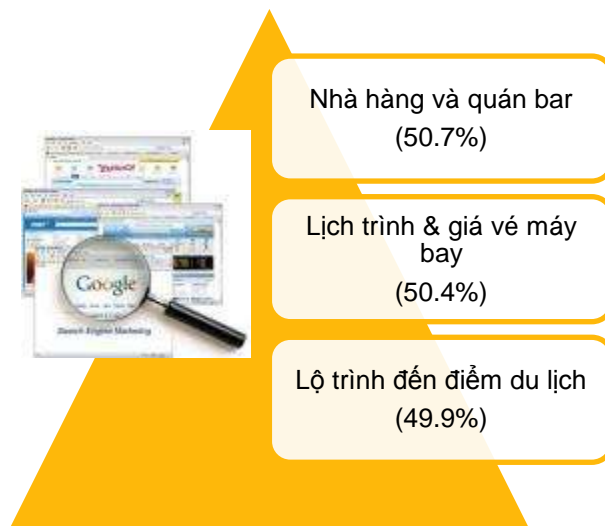
Cụ thể, khi hỏi ý kiến gia đình và bạn bè, 84.6% thường hỏi **[Đánh giá của những người có kinh nghiệm]** về các địa điểm du lịch mà họ dự định đến. Trong khi đó, với các công cụ tìm kiếm trên Internet, hơn một nửa sẽ đánh vào các “từ khóa” có liên quan đến **[Nhà hàng & quán bar]** (50.7%). Và đối với các website du lịch, **[Điểm tham quan tại điểm đến]** được ưu tiên tìm kiếm nhiều nhất (51.9%).

Hình 8. Thông tin ưu tiên tìm kiếm (n=493)

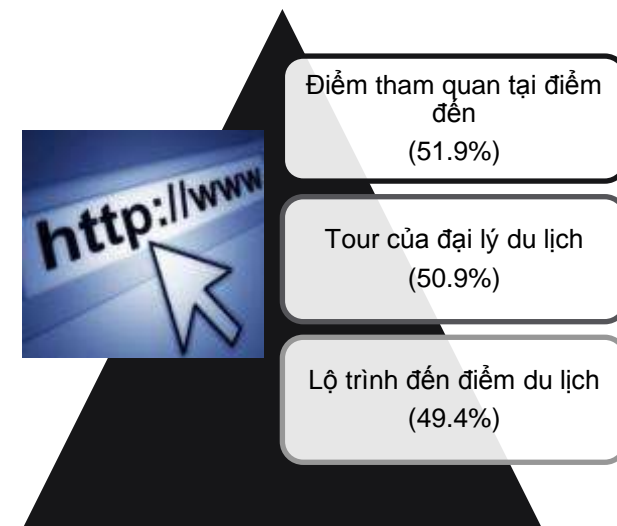
Hỏi ý kiến gia đình và bạn bè (n=422)



Các công cụ tìm kiếm trên internet (n=363)



Các website du lịch (n=322)



Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn ưu tiên tìm kiếm hay tham khảo với từng nguồn sau? [Matrix MA] n=493



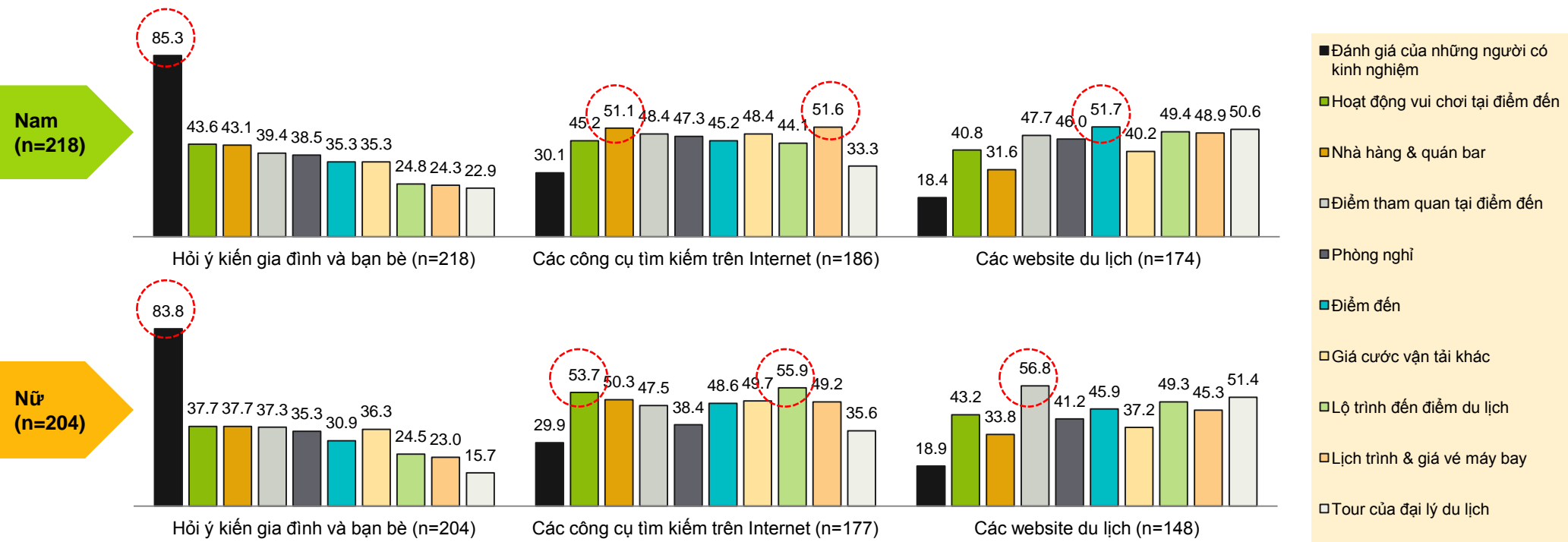
3. Thông tin ưu tiên tìm kiếm

Cả nhóm nam và nữ đều ưu tiên hỏi gia đình & bạn bè [Đánh giá của những người có kinh nghiệm]

Đối với các công cụ tìm kiếm trên Internet, trong khi nhóm nam ưu tiên tìm kiếm [Lịch trình & giá vé máy bay] và [Nhà hàng & Quán bar] thì nhóm nữ quan tâm nhiều hơn đến [Lộ trình điểm du lịch] và [Hoạt động vui chơi tại điểm đến].

Đồng thời, nhóm nữ có xu hướng tìm hiểu cụ thể các [Điểm tham quan tại điểm đến] trong khi nhóm nam quan tâm nhiều hơn về các thông tin chung của [Điểm đến] khi vào các website du lịch.

Hình 9. Giới tính và thông tin ưu tiên tìm kiếm (n=493)



Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn ưu tiên tìm kiếm hay tham khảo với từng nguồn sau? [Matrix MA] n=493
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

3. Thông tin ưu tiên tìm kiếm

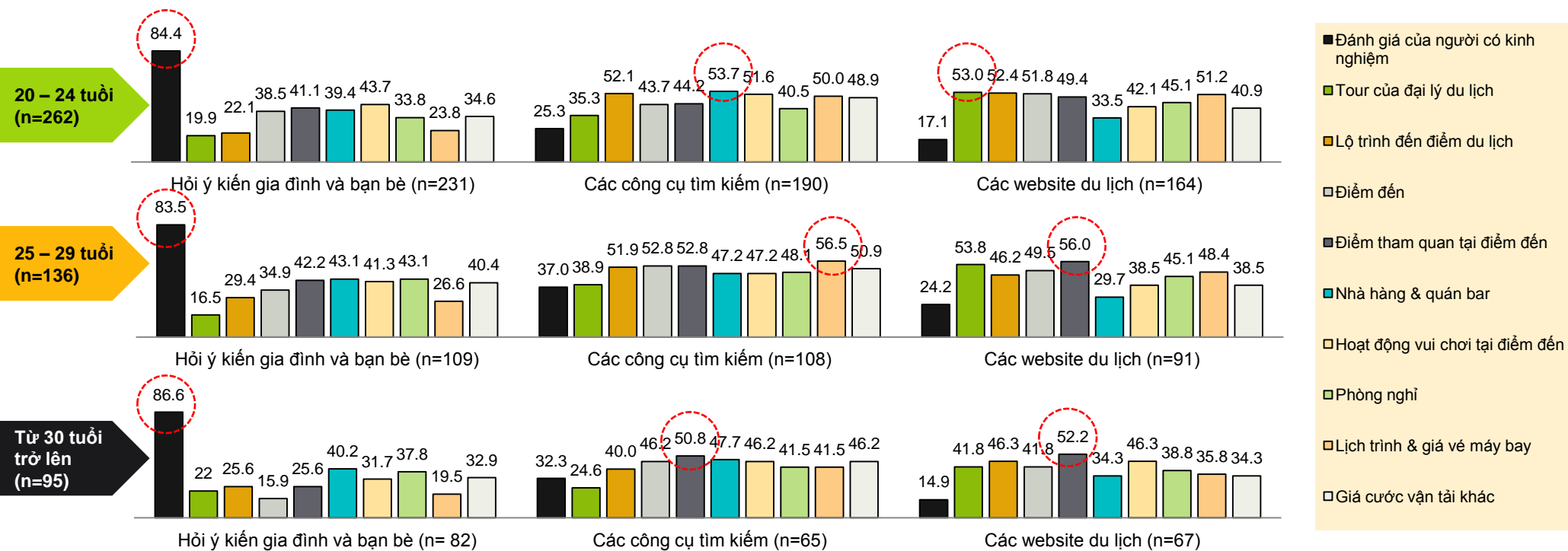


Với kênh thông tin truyền thống, [Đánh giá của những người có kinh nghiệm] vẫn được ưu tiên nhất

Với kênh thông tin mạng, nhóm dưới 24 tuổi cho biết sẽ ưu tiên “search” [Nhà hàng & Quán bar], trong khi nhóm lớn hơn chú trọng đến [Lịch trình & giá vé máy bay] và [Điểm tham quan tại điểm đến]. (Hình 10)

[Điểm tham quan tại điểm đến] cũng được những người trên 25 tuổi ưu tiên nhất khi tham khảo thông tin trên các website du lịch.

Hình 10. Độ tuổi và thông tin ưu tiên tìm kiếm (n=493)



Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn ưu tiên tìm kiếm hay tham khảo với từng nguồn sau? [Matrix MA] n=493
 Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

3. Thông tin ưu tiên tìm kiếm

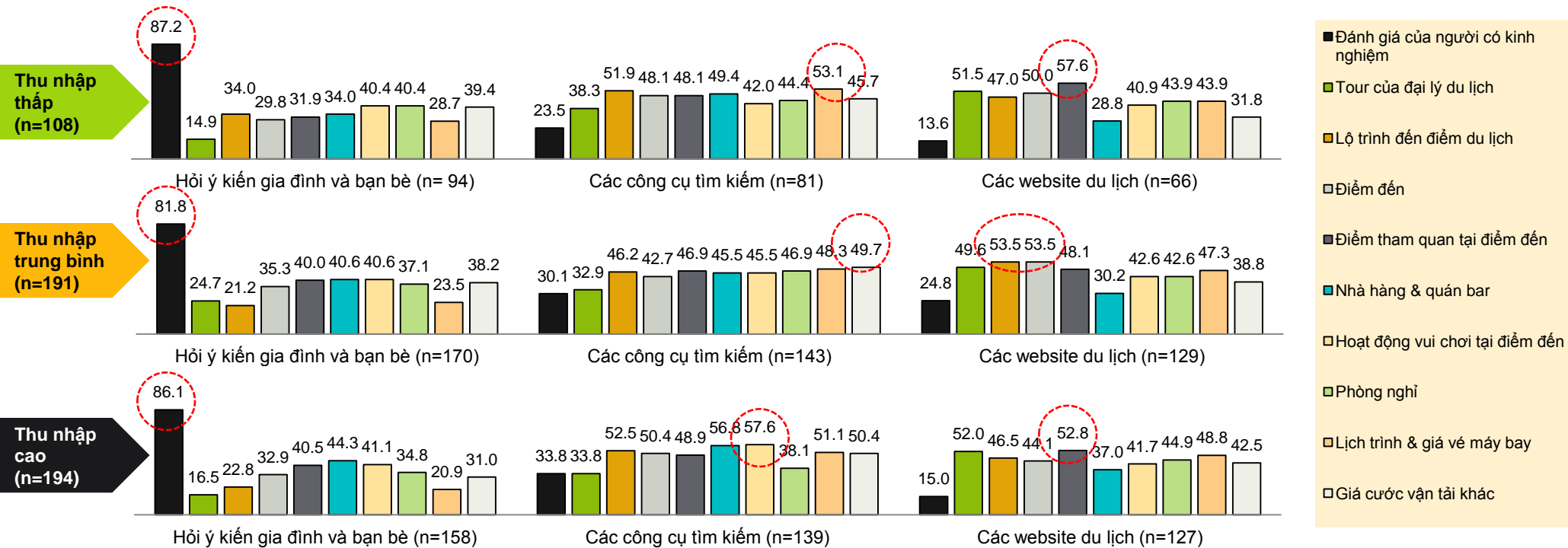


Ngoài gia đình và bạn bè, thông tin được tìm kiếm nhiều nhất ở hai nguồn tham khảo còn lại có phần khác nhau ở các nhóm thu nhập

[Lịch trình & giá vé máy bay], [Giá cước vận tải khác] và [Hoạt động vui chơi tại điểm đến] lần lượt là ba thông tin được ưu tiên tìm kiếm trên các công cụ “search” của ba nhóm thu nhập từ thấp đến cao.

Tuy nhiên, với các website du lịch, thông tin được nhóm thu nhập trung bình tham khảo nhiều là [Lộ trình điểm đến du lịch] và [Điểm đến], khác với hai nhóm còn lại. (Hình 11)

Hình 11. Thu nhập và thông tin ưu tiên tìm kiếm (n=493)

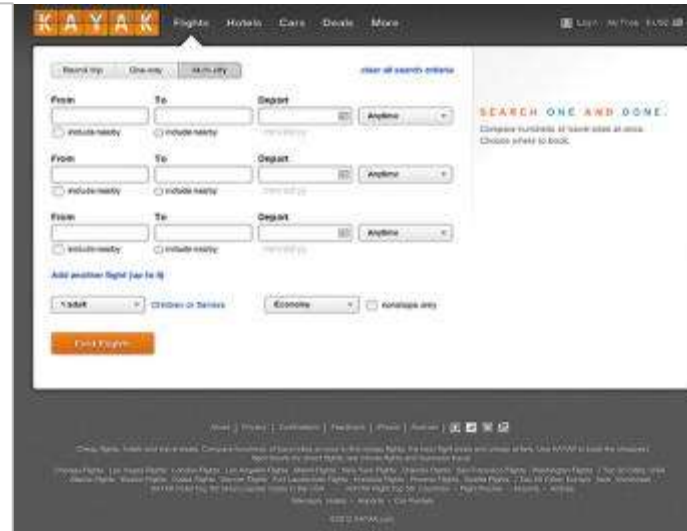


Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn ưu tiên tìm kiếm hay tham khảo với từng nguồn sau? [Matrix MA] n=493
 Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



PHẦN 2. SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ DU LỊCH ONLINE



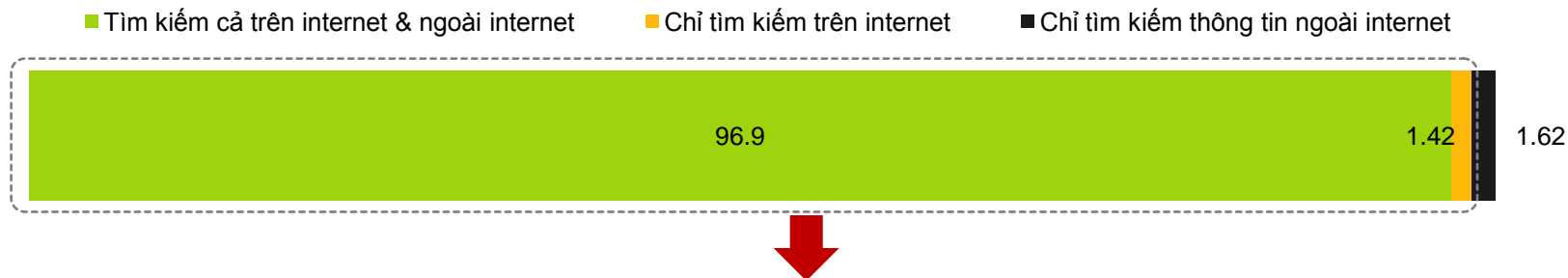


4. Thiết bị thường truy cập để tham khảo thông tin online

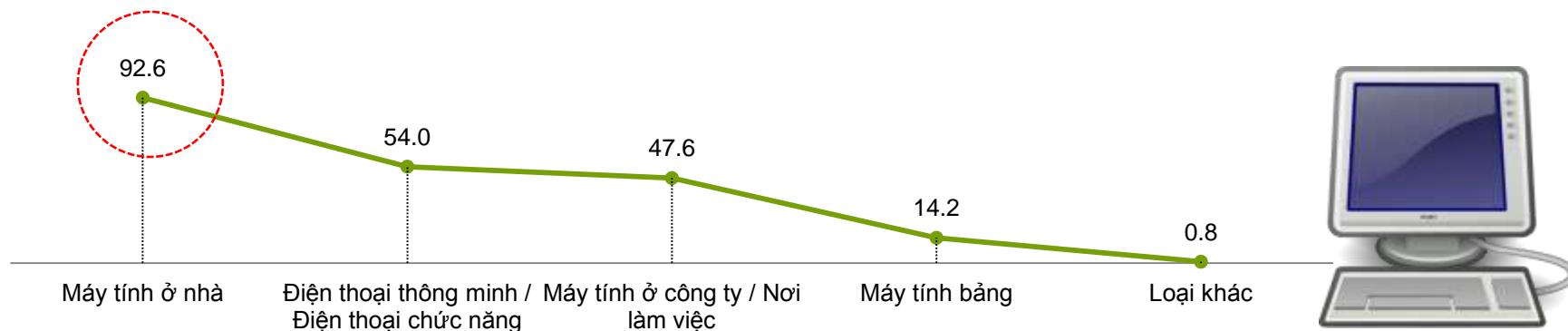
Có đến 92.6% trong tổng 485 đáp viên sử dụng [Máy tính ở nhà] để tham khảo thông tin online

[Điện thoại thông minh / điện thoại chức năng] và [Máy tính ở công ty / Nơi làm việc] được sử dụng nhiều tiếp theo với tỷ lệ lần lượt là 54.0% và 47.6%.

Hình 12. Kênh thông tin thường tham khảo (n=493)



Hình 13. Thiết bị thường truy cập internet (n=485)



Q. Vui lòng cho biết khi đi du lịch trong nước, bạn lựa chọn kênh nào để tham khảo thông tin là chủ yếu? [SA] n=493

Q. Khi lên kế hoạch du lịch trong nước, bạn thường truy cập internet để tìm kiếm / tham khảo từ những thiết bị nào sau đây? [MA] n=485

ĐVT: %

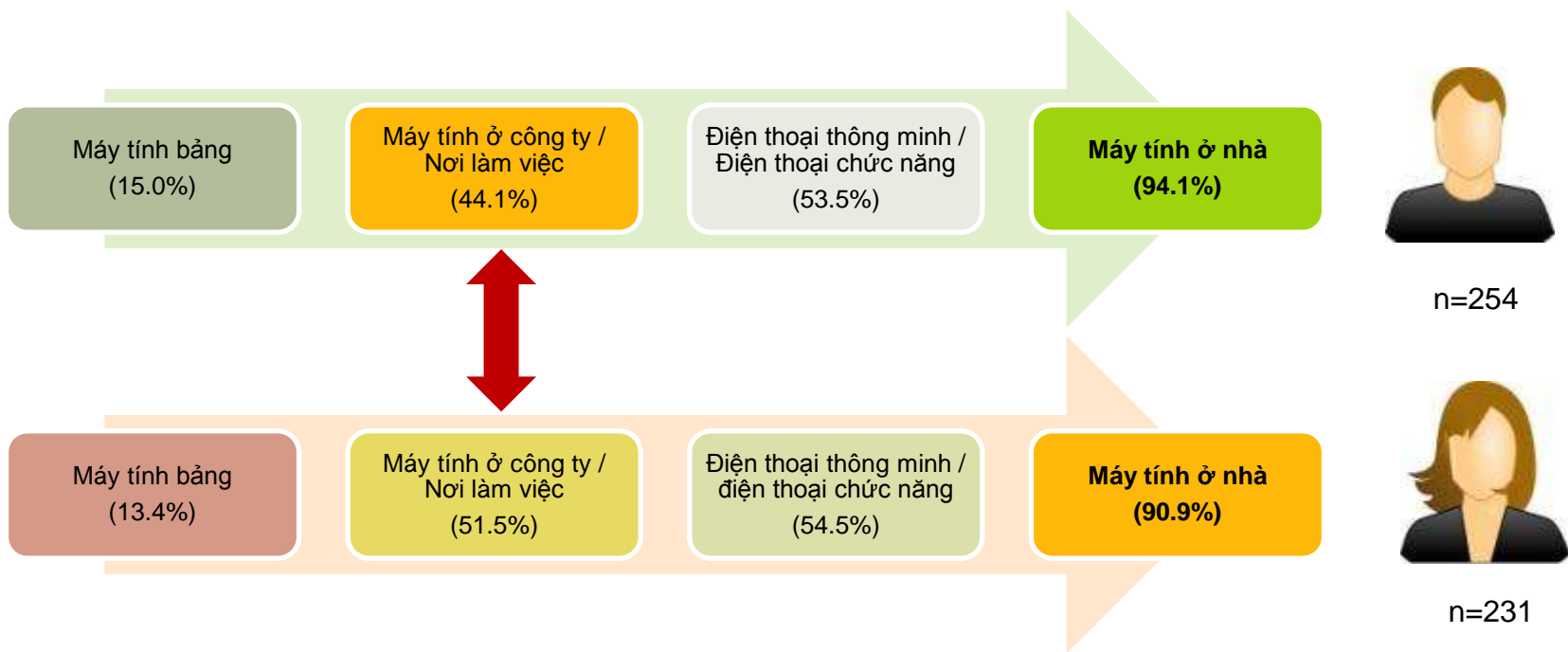


4. Thiết bị thường truy cập để tham khảo thông tin online

Tỷ lệ sử dụng các thiết bị để truy cập internet ở nhóm nam và nữ khá tương tự nhau

Phần lớn truy cập thông qua **[Máy tính ở nhà]**, chiếm tỷ lệ 94.1% nhóm nam và 90.9% nhóm nữ. **[Điện thoại thông minh / Điện thoại chức năng]** là thiết bị phổ biến thứ hai, với hơn 50% nhóm nam nữ sử dụng. Tuy nhiên, với **[Máy tính ở công ty / Nơi làm việc]**, nhóm nữ có phần sử dụng nhiều hơn nam, chiếm tỷ lệ 51.5% so với 44.1%.

Hình 14. Giới tính và thiết bị thường truy cập internet (n=485)



Q. Khi lên kế hoạch du lịch trong nước, bạn thường truy cập internet để tìm kiếm / tham khảo từ những thiết bị nào sau đây? [MA] n=485

Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

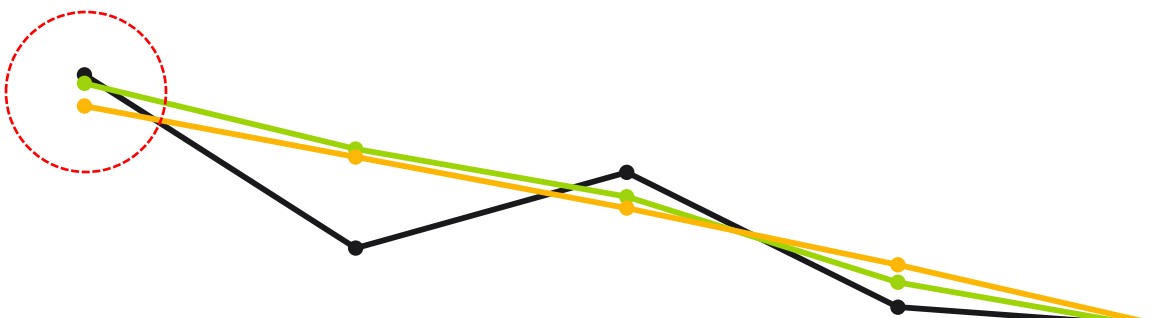


4. Thiết bị thường truy cập để tham khảo thông tin online

Thiết bị truy cập internet để tìm kiếm thông tin phổ biến nhất không khác biệt giữa các nhóm tuổi

Với thiết bị đứng ở vị trí thứ hai, kết quả khảo sát cho thấy có sự ảnh hưởng bởi đặc tính nghề nghiệp cũng như mức độ tiếp xúc công nghệ. Cụ thể, **[Máy tính công ty / Nơi làm việc]** được lựa chọn bởi hơn 60% nhóm tuổi từ 25 trở lên, trong khi nhóm tuổi trẻ hơn có xu hướng sử dụng **[Điện thoại thông minh / Điện thoại chức năng]** để truy cập internet (59.1%).

Hình 15. Độ tuổi và thiết bị thường truy cập internet (n=485)



	Máy tính ở nhà	Máy tính ở công ty / Nơi làm việc	Điện thoại thông minh / Điện thoại chức năng	Máy tính bảng	Loại khác
● 20 - 24 tuổi (n=257)	95.7	30.7	➔ 59.1	8.6	1.2
● 25 - 29 tuổi (n=134)	92.5	➔ 67.9	50.0	17.9	0.0
● Từ 30 tuổi trở lên (n=94)	84.0	➔ 64.9	45.7	24.5	1.1

Q. Khi lên kế hoạch du lịch trong nước, bạn thường truy cập internet để tìm kiếm / tham khảo từ những thiết bị nào sau đây? [MA] n=485
Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



4. Thiết bị thường truy cập để tham khảo thông tin online

Thu nhập không có ảnh hưởng rõ rệt đến xu hướng truy cập internet thông qua các thiết bị

Nhìn chung, **[Máy tính ở nhà]** vẫn là thiết bị thường được sử dụng nhiều nhất để tham khảo thông tin khi lên kế hoạch đi du lịch ở tất cả các nhóm thu nhập.

Hình 16. Thu nhập và thiết bị thường truy cập internet (n=485)



	Máy tính ở nhà	Điện thoại thông minh / Điện thoại chức năng	Máy tính ở công ty / Nơi làm việc	Máy tính bảng	Loại khác
● Thu nhập thấp (n=105)	92.4	49.5	40.0	9.5	0.0
● Thu nhập trung bình (n=187)	95.2	57.2	49.2	13.9	0.5
● Thu nhập cao (n=193)	90.2	53.4	50.3	17.1	1.6

Q. Khi lên kế hoạch du lịch trong nước, bạn thường truy cập internet để tìm kiếm / tham khảo từ những thiết bị nào sau đây? [MA] n=485
 Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

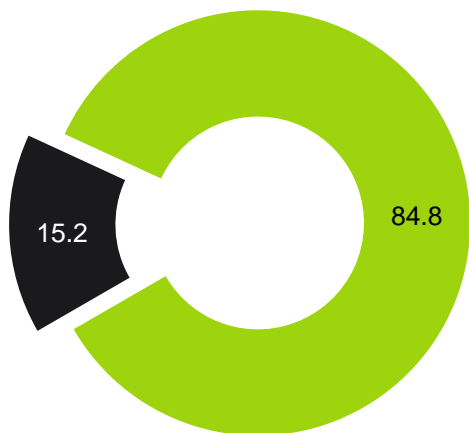


5. Các dịch vụ đặt chỗ online

Xấp xỉ 6 trên 7 người được hỏi cho biết đã từng sử dụng dịch vụ đặt chỗ online

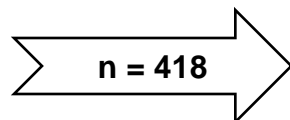
Trong đó, [Đặt phòng nghỉ] là dịch vụ được nhiều người sử dụng nhất trong tất cả các dịch vụ được hỏi, chiếm tỷ lệ 57.2%. [Đặt tour trọn gói] và [Đặt vé máy bay] là các dịch vụ phổ biến tiếp theo, lần lượt chiếm tỷ lệ 46.7% và 46.2%.

Hình 14. Sử dụng dịch vụ đặt chỗ online (n=493)

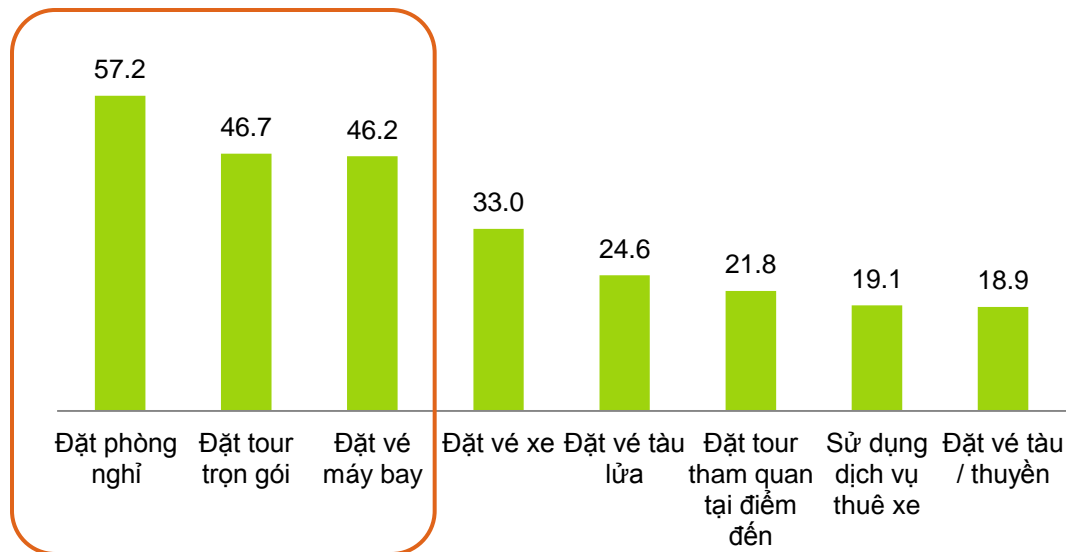


■ Chưa từng sử dụng dịch vụ đặt chỗ du lịch online

■ Đã từng sử dụng dịch vụ du lịch đặt chỗ online



Hình 15. Các dịch vụ đặt chỗ online đã sử dụng (n=418)



Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn đã từng sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online nào sau đây cho các chuyến du lịch trong nước? [MA] n=493

ĐVT: %



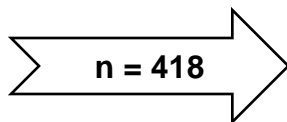
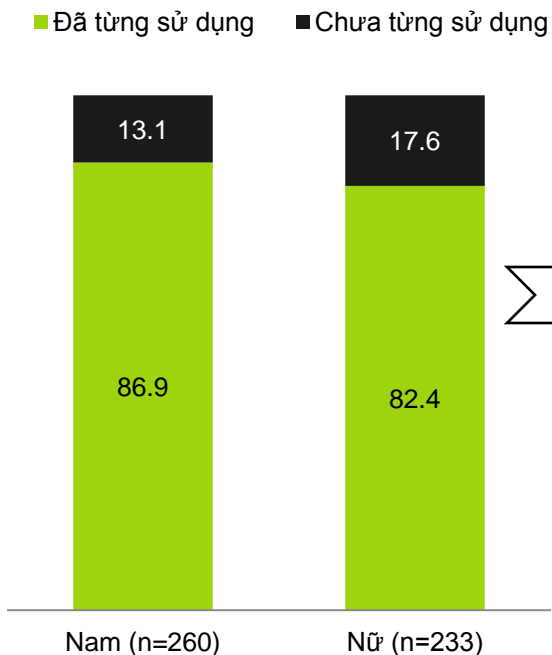
5. Các dịch vụ đặt chỗ online

86.9% nam giới đã từng sử dụng dịch vụ đặt chỗ online so với tỷ lệ 82.4% ở nữ giới

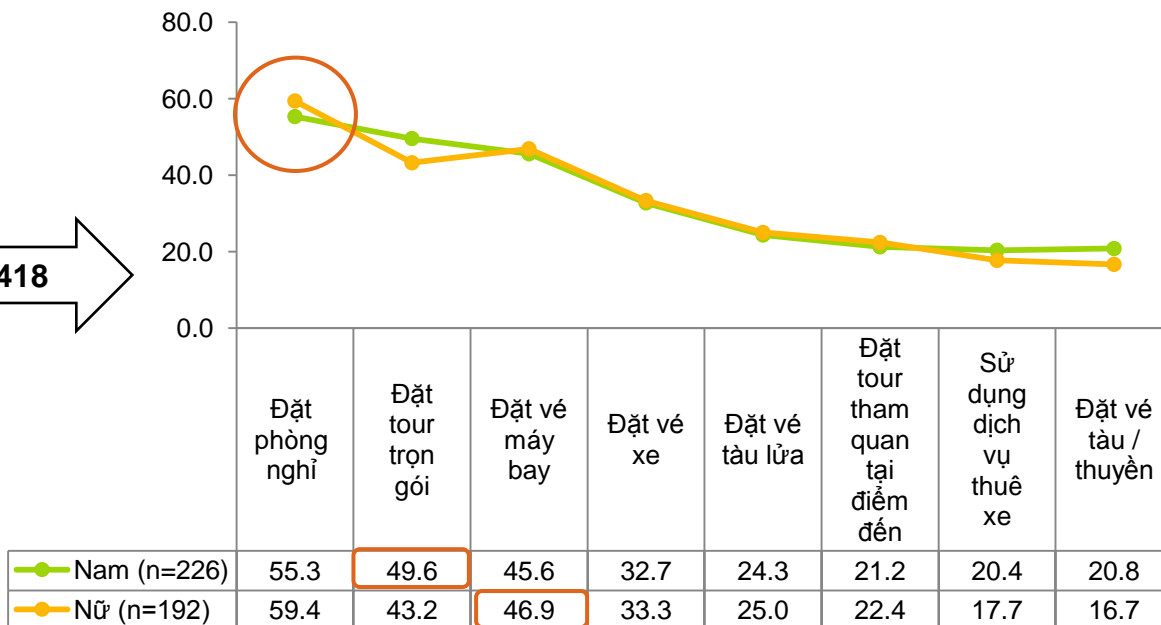
Các dịch vụ được sử dụng nhiều nhất vẫn là [Đặt phòng nghỉ], [Đặt tour trọn gói] và [Đặt vé máy bay].

Ở nhóm nam, dịch vụ [Đặt tour trọn gói] được sử dụng nhiều thứ hai sau [Đặt phòng nghỉ], chiếm 49.6%, trong khi ở nhóm nữ là dịch vụ [Đặt vé máy bay], chiếm 46.9%.

Hình 16. Giới tính và sử dụng dịch vụ đặt chỗ (n=493)



Hình 17. Giới tính và các dịch vụ đặt chỗ online đã sử dụng (n=418)



Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn đã từng sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online nào sau đây cho các chuyến du lịch trong nước? [MA] n=493
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



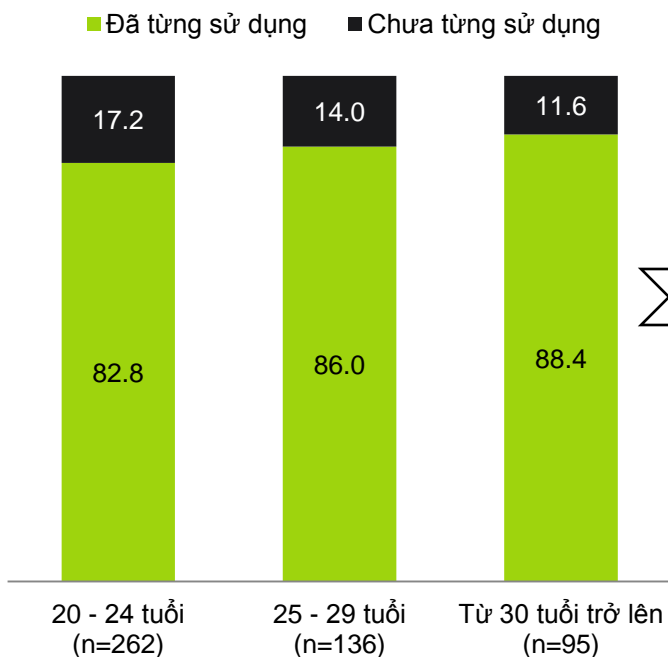
5. Các dịch vụ đặt chỗ online

Hơn 82.0% đáp viên ở cả 3 nhóm tuổi cho biết đã từng sử dụng dịch vụ đặt chỗ online

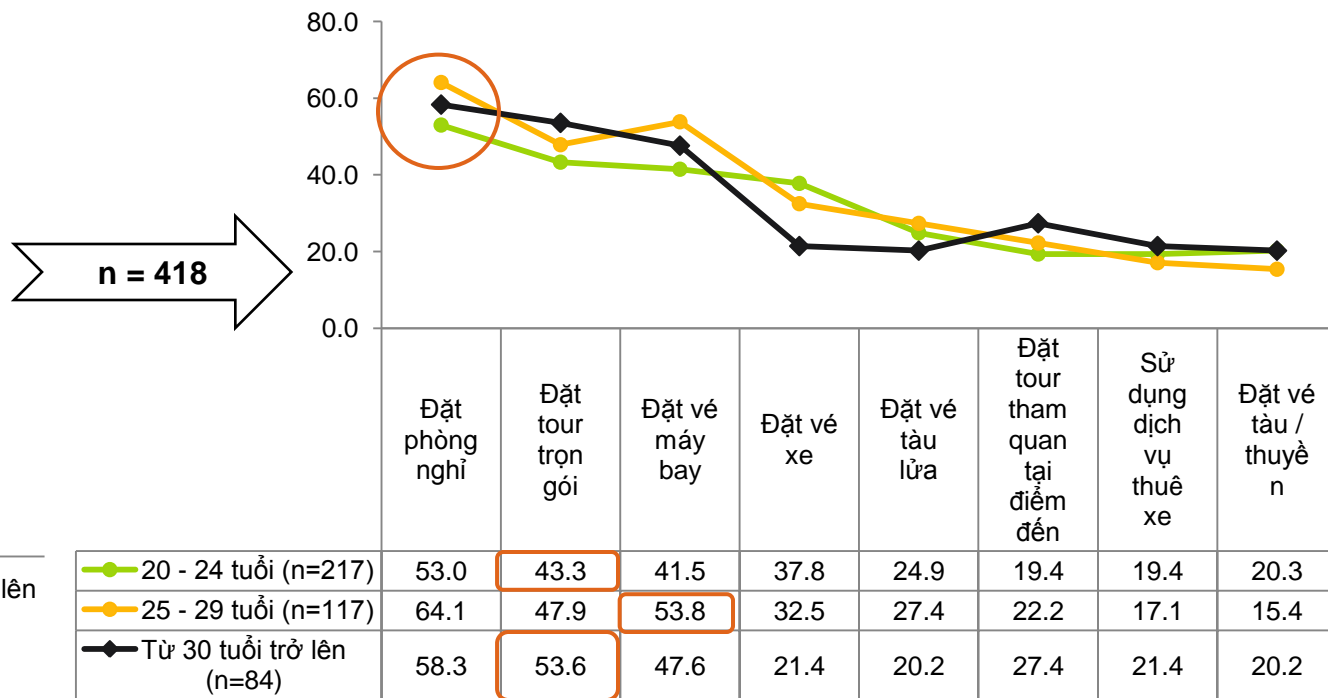
Cụ thể, tỷ lệ này ở nhóm từ 20 – 24 tuổi là 82.8%, nhóm từ 25 – 29 là 86.0% và nhóm từ 30 tuổi trở lên là 88.4%.

[Đặt phòng nghỉ] vẫn là dịch vụ được sử dụng nhiều nhất ở cả ba nhóm tuổi. **[Đặt vé máy bay]** là dịch vụ được nhiều người sử dụng thứ hai ở nhóm tuổi 25 – 29, trong khi ở hai nhóm tuổi còn lại là dịch vụ **[Đặt tour trọn gói]**.

Hình 18. Độ tuổi và sử dụng dịch vụ đặt chỗ (n=493)



Hình 19. Độ tuổi và các dịch vụ đặt chỗ online đã sử dụng (n=418)



Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn đã từng sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online nào sau đây cho các chuyến du lịch trong nước? [MA] n=493

Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



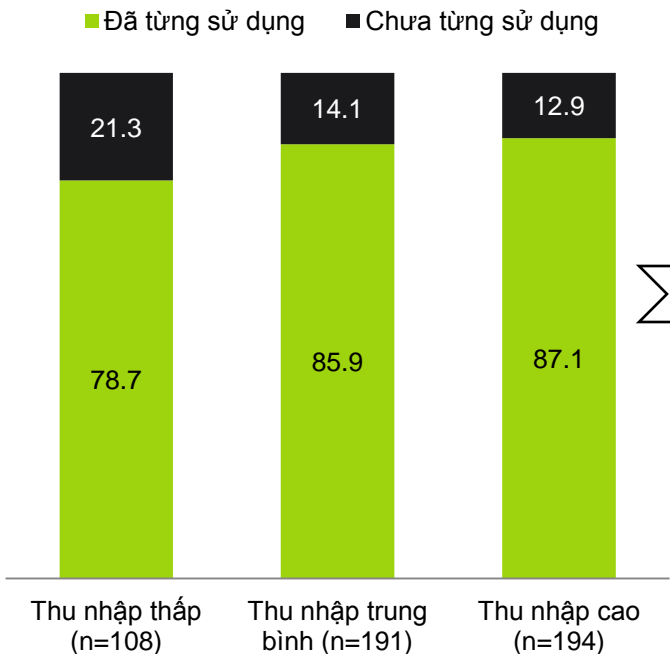
5. Các dịch vụ đặt chỗ online

Tỷ lệ sử dụng dịch vụ đặt chỗ online trong các nhóm thu nhập có phần khác biệt

Tỷ lệ đặt chỗ online ở nhóm thu nhập thấp chiếm 78.7%, trong khi ở các nhóm thu nhập cao hơn lần lượt chiếm 85.7% và 87.1%.

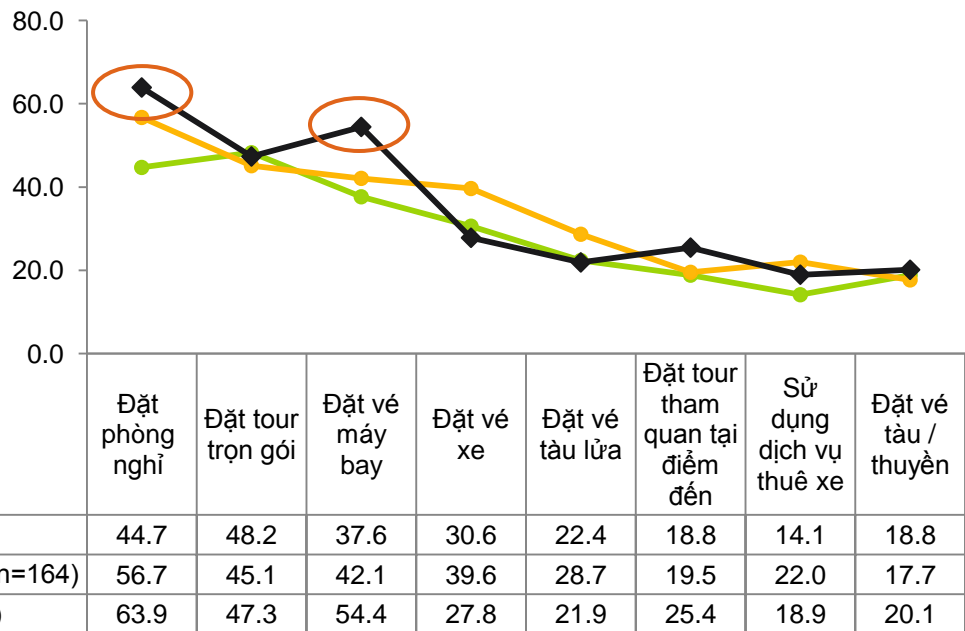
Kết quả khảo sát cho thấy rằng: dịch vụ **[Đặt phòng nghỉ]** và **[Đặt vé máy bay]** đã khá phổ biến ở nhóm thu nhập cao.

Hình 20. Thu nhập và sử dụng dịch vụ đặt chỗ (n=493)



➔ n = 418

Hình 21. Thu nhập và các dịch vụ đặt chỗ online đã sử dụng (n=418)



Q. Vui lòng cho biết các thông tin bạn đã từng sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online nào sau đây cho các chuyến du lịch trong nước? [MA] n=493
 Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

DVT: %



PHẦN 2.

SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ DU LỊCH ONLINE

Nhóm đã từng sử dụng



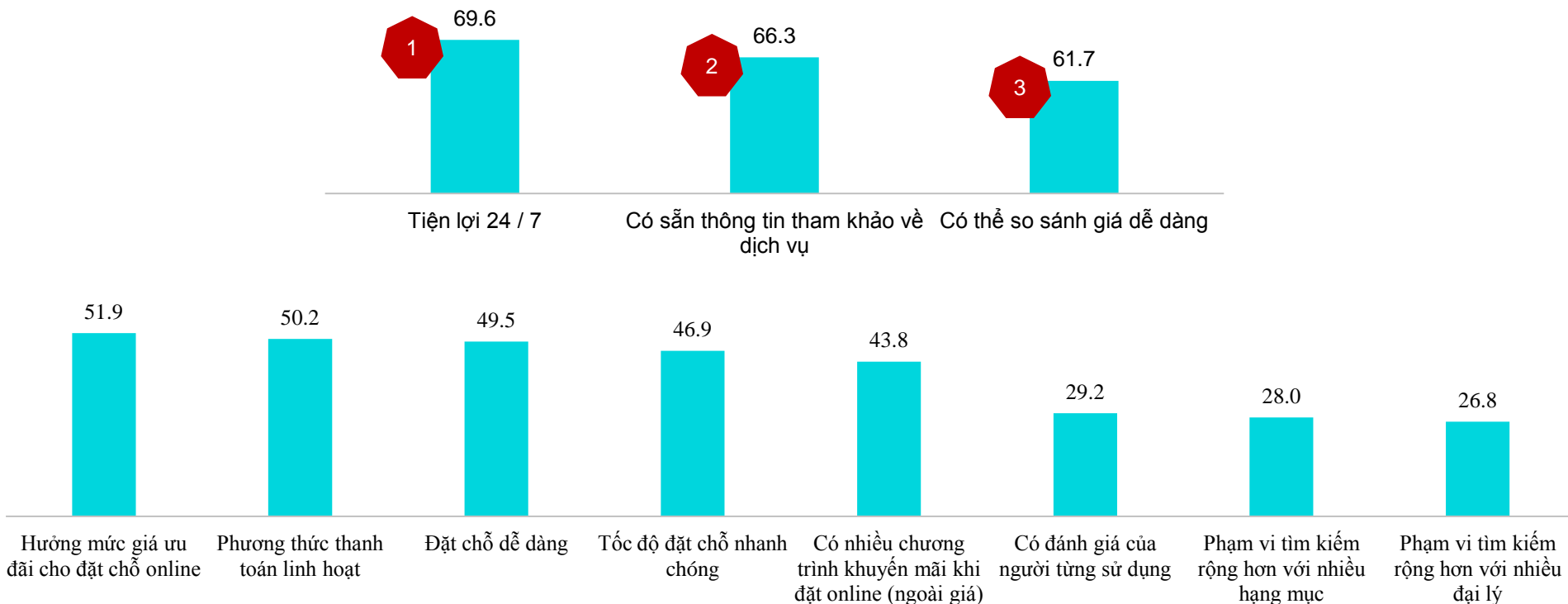


6. Lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online

[Tiện lợi 24/7] là lý do hàng đầu, được 69.6% đáp viên trong số 418 người có sử dụng lựa chọn

Bên cạnh lý do tiện lợi thì **[Có sẵn thông tin tham khảo về dịch vụ]** là lý do đứng vị trí thứ hai, chiếm tỷ lệ 66.3%. 61.7% người dùng còn cho biết họ lựa chọn dịch vụ đặt chỗ online là vì **[Có thể so sánh giá dễ dàng]**.

Hình 22. Lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)



Q. Vui lòng cho biết tại sao bạn sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [MA] n=418

ĐVT: %



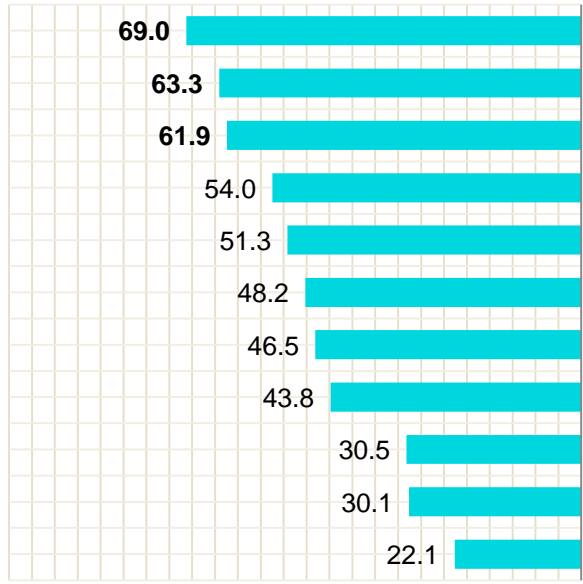
6. Lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online

Không có quá nhiều sự khác biệt giữa nam và nữ

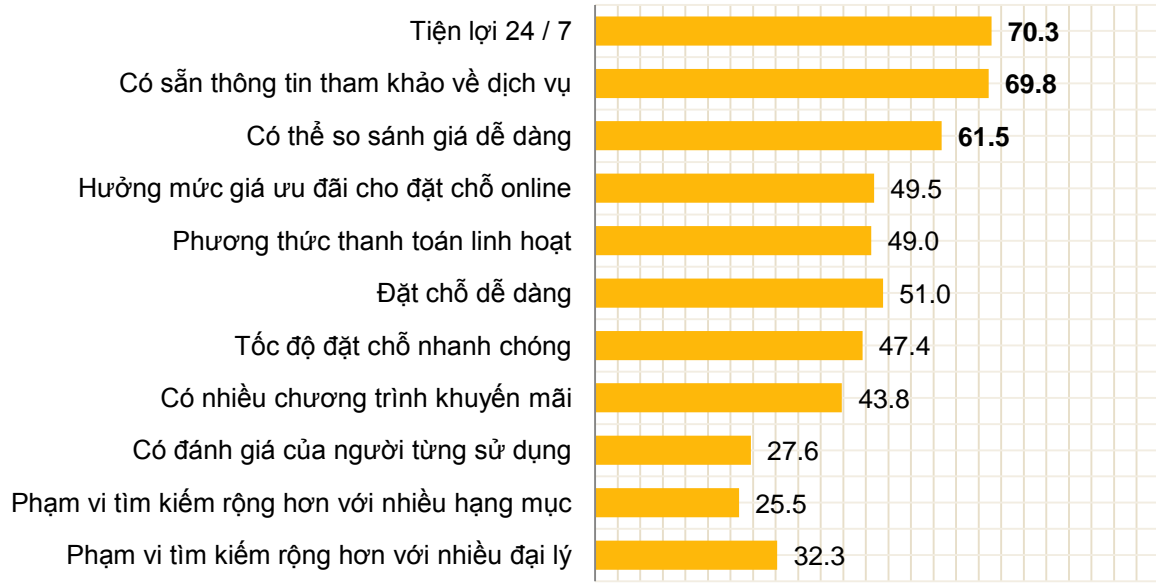
Nhìn chung, lý do mà phần lớn nhóm người dùng nam và nữ sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online vì họ mong muốn có được sự tiện lợi, có thể tham khảo các thông tin trực tiếp cũng như so sánh giá giữa các dịch vụ cũng như các nhà cung cấp khác nhau.

Hình 23. Giới tính và lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)

Nam (n=226)



Nữ (n=192)



Q. Vui lòng cho biết tại sao bạn sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [MA] n=418
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



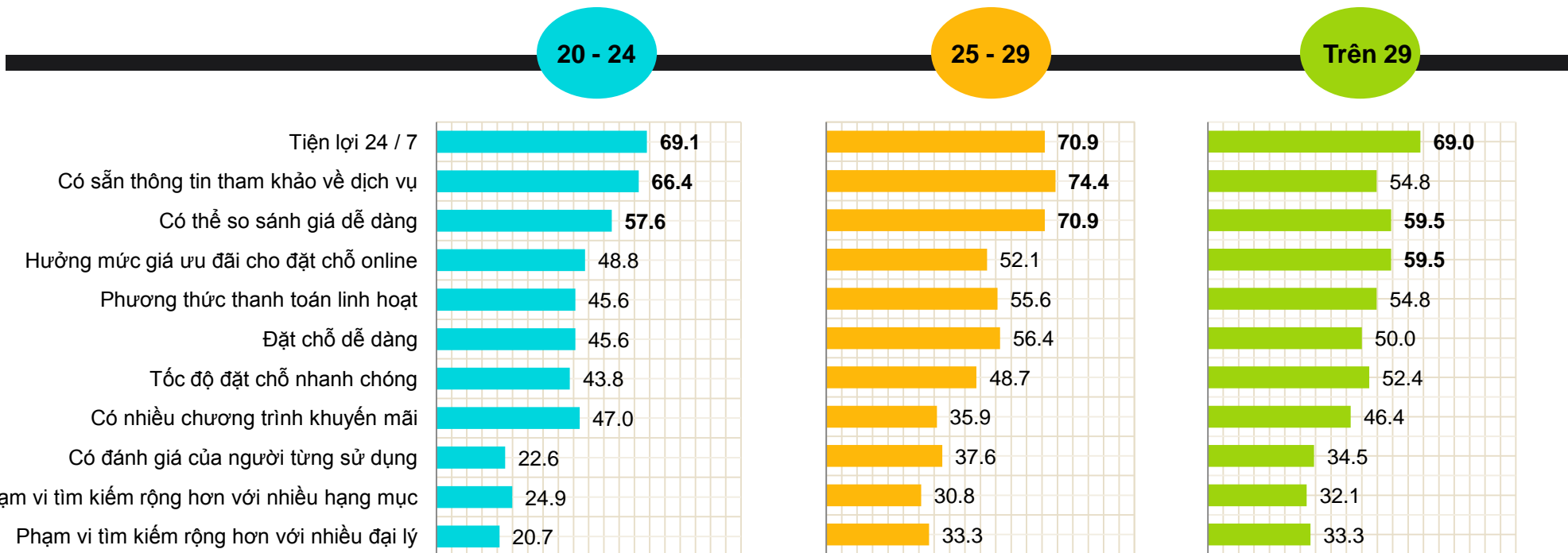
6. Lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online

Top 3 lý do lựa chọn dịch vụ đặt chỗ online giữa các nhóm tuổi hơi khác biệt

[Tiện lợi 24 / 7] là lý do hàng đầu mà nhóm 20 – 24 và trên 29 tuổi ưa chuộng các dịch vụ đặt chỗ online. Trong khi đó, đây chỉ là lý do đứng ở vị trí thứ hai sau việc [Có sẵn thông tin tham khảo về dịch vụ] đối với nhóm 25 – 29 tuổi.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy rằng nhóm tuổi lớn nhất chú trọng nhiều đến giá khi lựa chọn dịch vụ online. Cụ thể, [Có thể so sánh giá dễ dàng] và [Hưởng mức giá ưu đãi cho đặt chỗ online] cùng nằm trong top 3 lý do và chiếm 59.5%.

Hình 24. Độ tuổi và lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)



Q. Vui lòng cho biết tại sao bạn sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [MA] n=418
Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

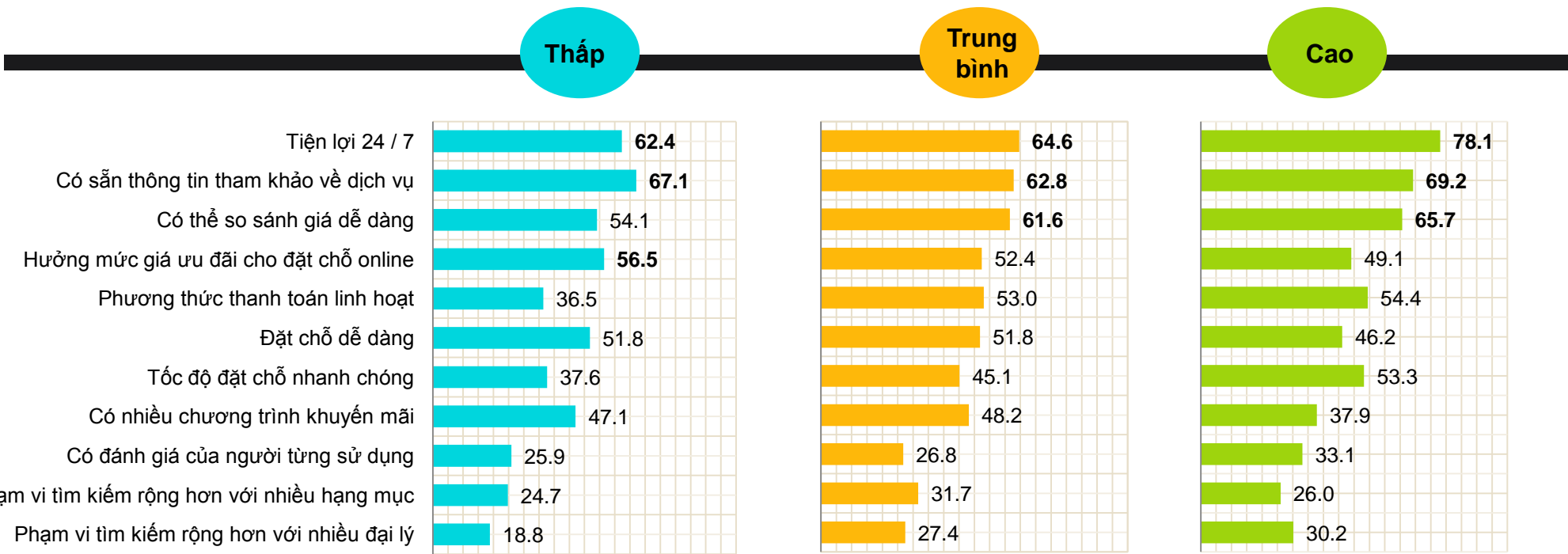


6. Lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online

Thu nhập có ảnh hưởng đến lý do sử dụng dịch vụ đặt chỗ online

[Tiện lợi 24 / 7] và [Có sẵn thông tin tham khảo về dịch vụ] vẫn là hai lý do hàng đầu. Tuy nhiên, với lý do kế tiếp liên quan đến giá, nhóm có thu nhập thấp quan tâm đến việc [Hưởng mức giá ưu đãi cho đặt chỗ online] trong khi các nhóm có thu nhập khá hơn quan tâm đến việc [Có thể so sánh giá dễ dàng].

Hình 25. Thu nhập và lý do lựa chọn các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)



Q. Vui lòng cho biết tại sao bạn sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [MA] n=418
Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



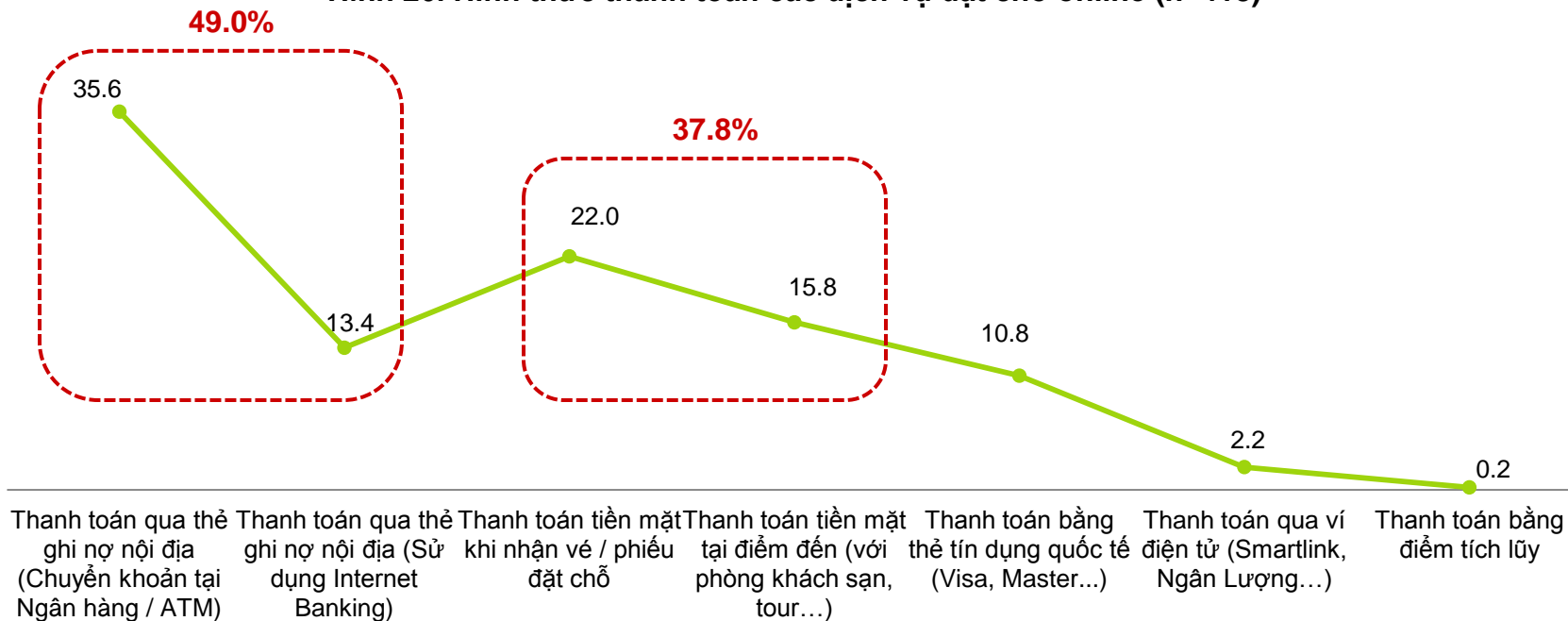
7. Hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online

[Thanh toán qua thẻ ghi nợ nội địa] là hình thức phổ biến nhất cho các dịch vụ đặt chỗ online (49.0%)

Trong đó, chuyển khoản tại Ngân hàng / ATM được lựa chọn nhiều nhất (35.6%) và hình thức Internet Banking kém phổ biến hơn (13.4%).

Tiền mặt là hình thức thanh toán phổ biến tiếp theo với tỷ lệ 37.8%. Trong đó, 22% lựa chọn **[Thanh toán tiền mặt khi nhận vé / phiếu đặt chỗ]** và 15.8% **[Thanh toán tiền mặt tại địa điểm đến]**.

Hình 26. Hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)



Q. Vui lòng cho biết loại hình thanh toán bạn thường sử dụng nhất khi sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [SA] n=418

ĐVT: %

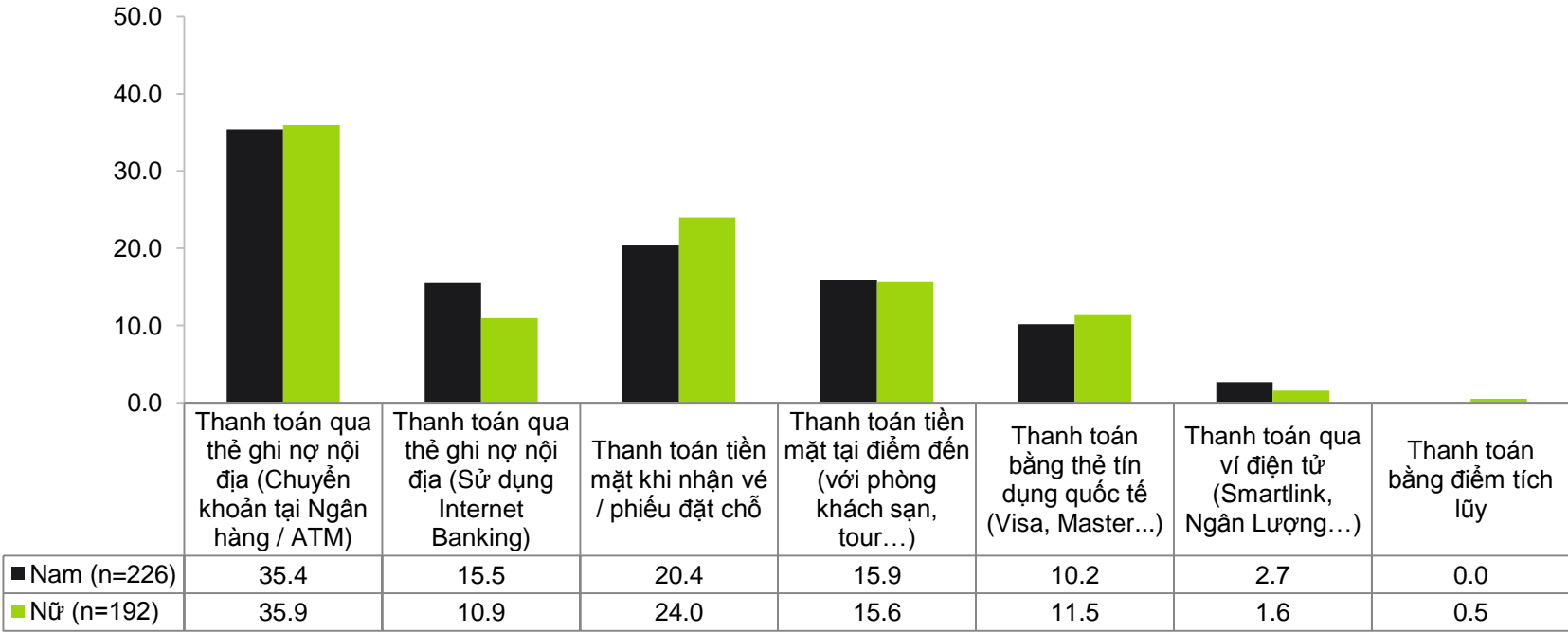


7. Hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online

Giới tính không ảnh hưởng đến các loại hình thanh toán thường sử dụng

Hơn 1/3 nhóm nam và nữ thường xuyên sử dụng loại hình [Thanh toán qua thẻ ghi nợ nội địa (Chuyển khoản tại Ngân hàng / ATM)] sau khi đặt chỗ online, lần lượt chiếm tỷ lệ 35.4% và 35.9%. [Thanh toán bằng tiền mặt khi nhận vé / phiếu đặt chỗ] đứng ở vị trí thứ hai với 20.4%(nhóm nam) và 24.0% (nhóm nữ).

Hình 27. Giới tính và hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)



Q. Vui lòng cho biết loại hình thanh toán bạn thường sử dụng nhất khi sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [SA] n=418
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn [SA] n=493



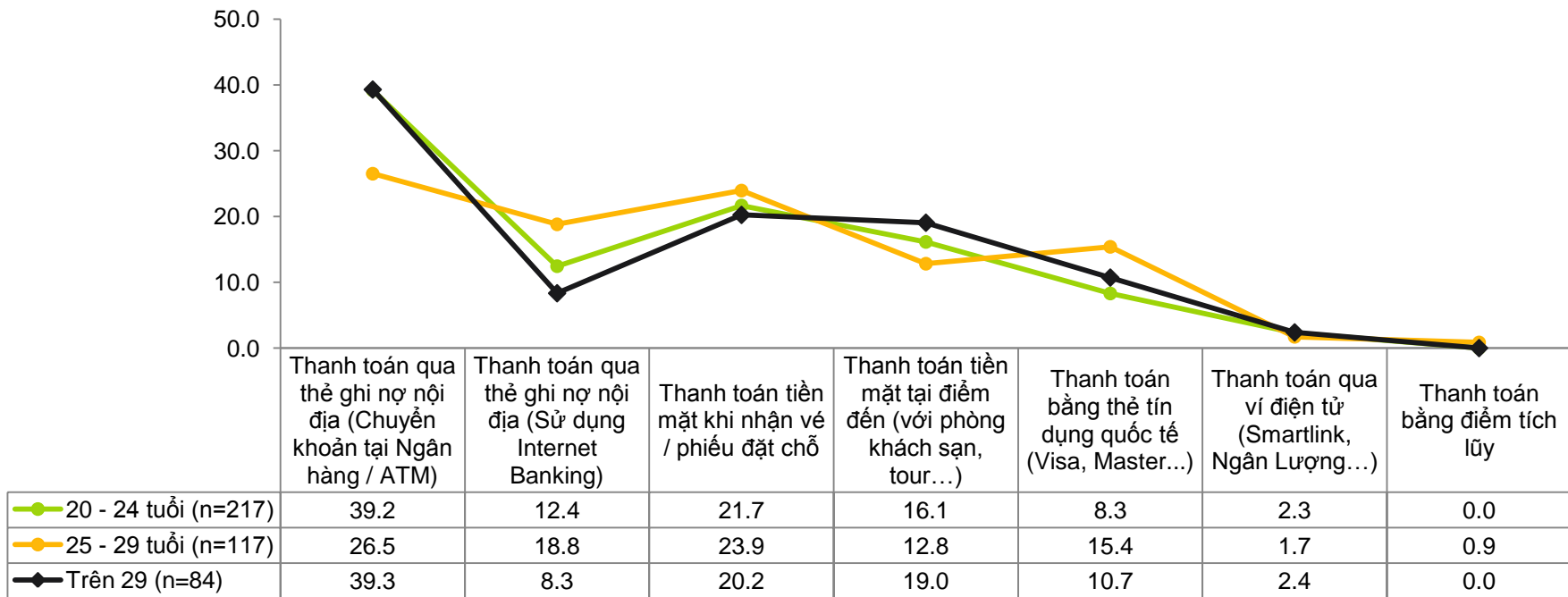
7. Hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online

Tỷ lệ [Thanh toán qua thẻ ghi nợ nội địa] vẫn chiếm đa số ở các nhóm tuổi

Giữa hai nhóm tuổi 20 – 24 và trên 29, tỷ lệ sử dụng các loại hình thanh toán gần giống nhau.

Riêng với nhóm tuổi từ 25 – 29, ngoài hình thức thanh toán bằng thẻ ghi nợ nội địa và tiền mặt, thanh toán qua [Thẻ tín dụng quốc tế (Visa, Master...)] cũng khá phổ biến.

Hình 28. Độ tuổi và hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)



Q. Vui lòng cho biết loại hình thanh toán bạn thường sử dụng nhất khi sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [SA] n=418
Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn [SA] n=493

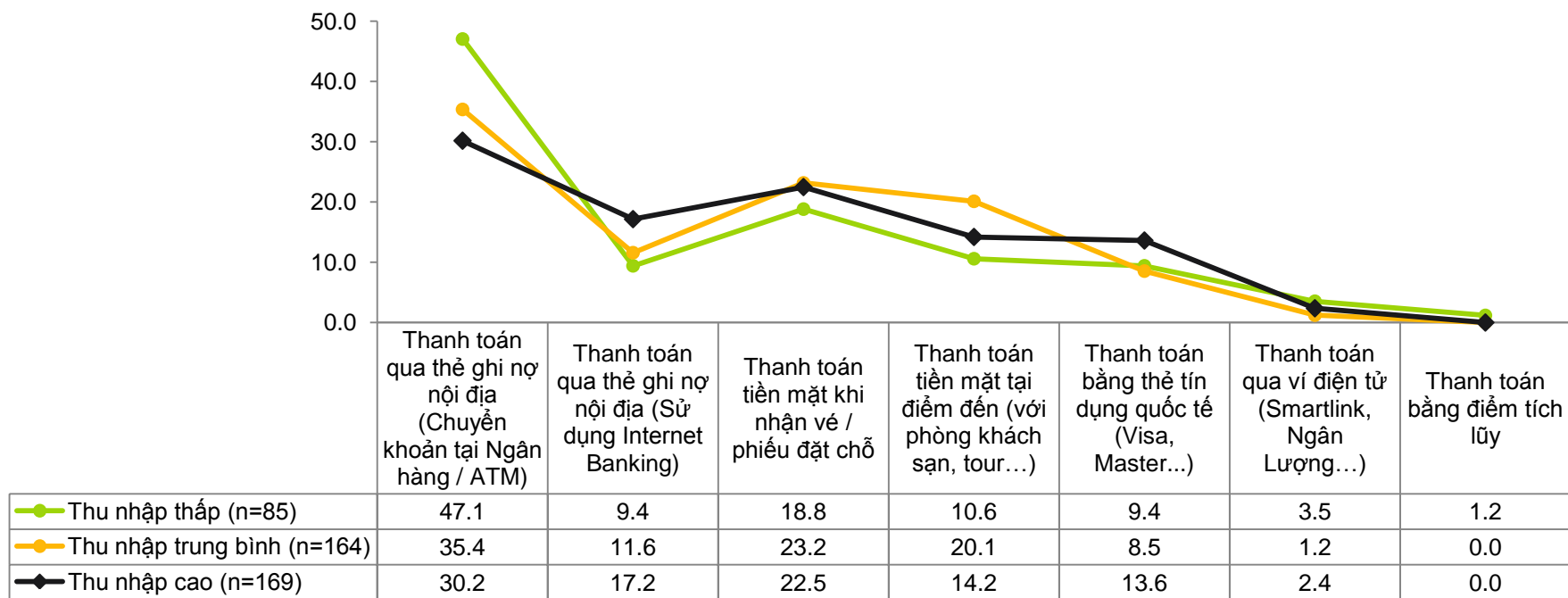


7. Hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online

Với các nhóm thu nhập khác nhau [Thanh toán qua thẻ ghi nợ nội địa] vẫn phổ biến nhất

47.1% nhóm thu nhập thấp, 35.4% nhóm thu nhập trung bình và 30.2% nhóm thu nhập cao cho biết thường xuyên [Thanh toán qua thẻ ghi nợ nội địa (Chuyển khoản tại Ngân hàng / ATM)] khi đặt chỗ online các dịch vụ du lịch như đặt tour, khách sạn hay vé máy bay...

Hình 29. Thu nhập và hình thức thanh toán các dịch vụ đặt chỗ online (n=418)



Q. Vui lòng cho biết loại hình thanh toán bạn thường sử dụng nhất khi sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [SA] n=418
Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



PHẦN 2.

SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ DU LỊCH ONLINE

Nhóm chưa từng
sử dụng



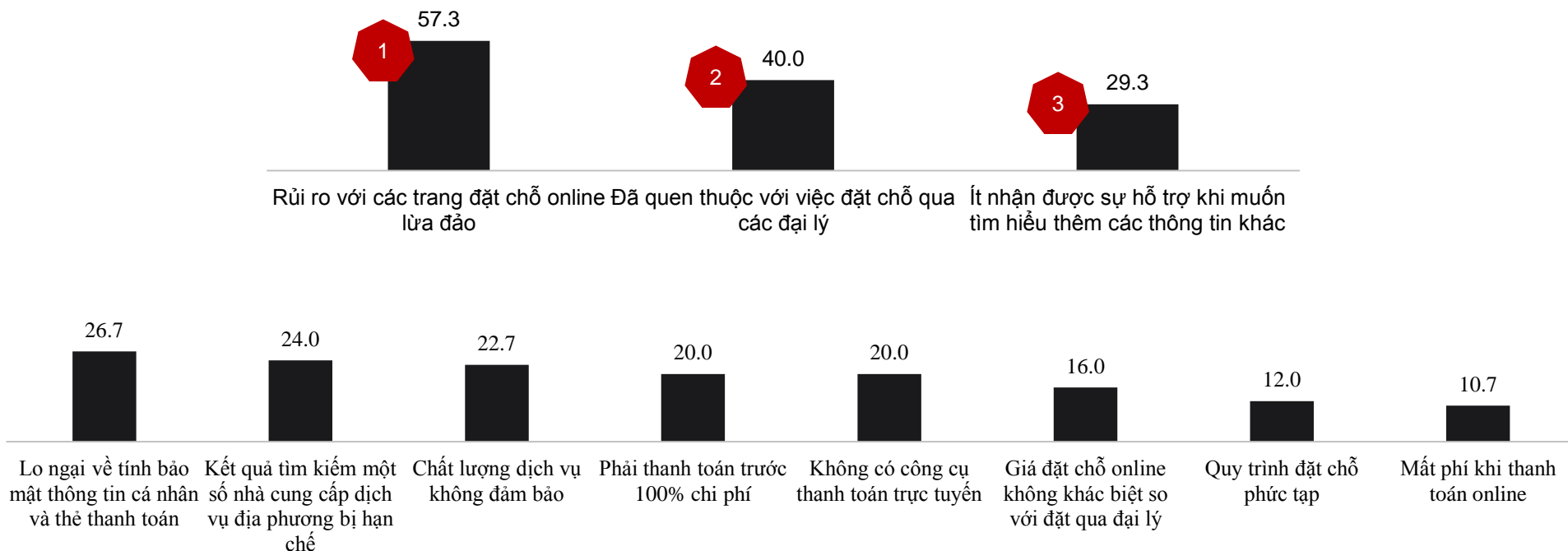


8. Lý do không sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online

75 trên tổng 493 người tham gia khảo sát chưa từng sử dụng các dịch vụ đặt chỗ trên internet

Gần 3/5 cho biết [**Rủi ro với các trang đặt chỗ online lừa đảo**] là lý do khiến họ không muốn sử dụng dịch đặt chỗ online. Lý do thứ hai là vì [**Đã quen thuộc với việc đặt chỗ qua các đại lý**], chiếm 40.0% tổng lựa chọn.

Hình 30. Lý do không sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online (n=75)



Q. Vui lòng cho biết tại sao bạn không sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [MA] n=75

ĐVT: %



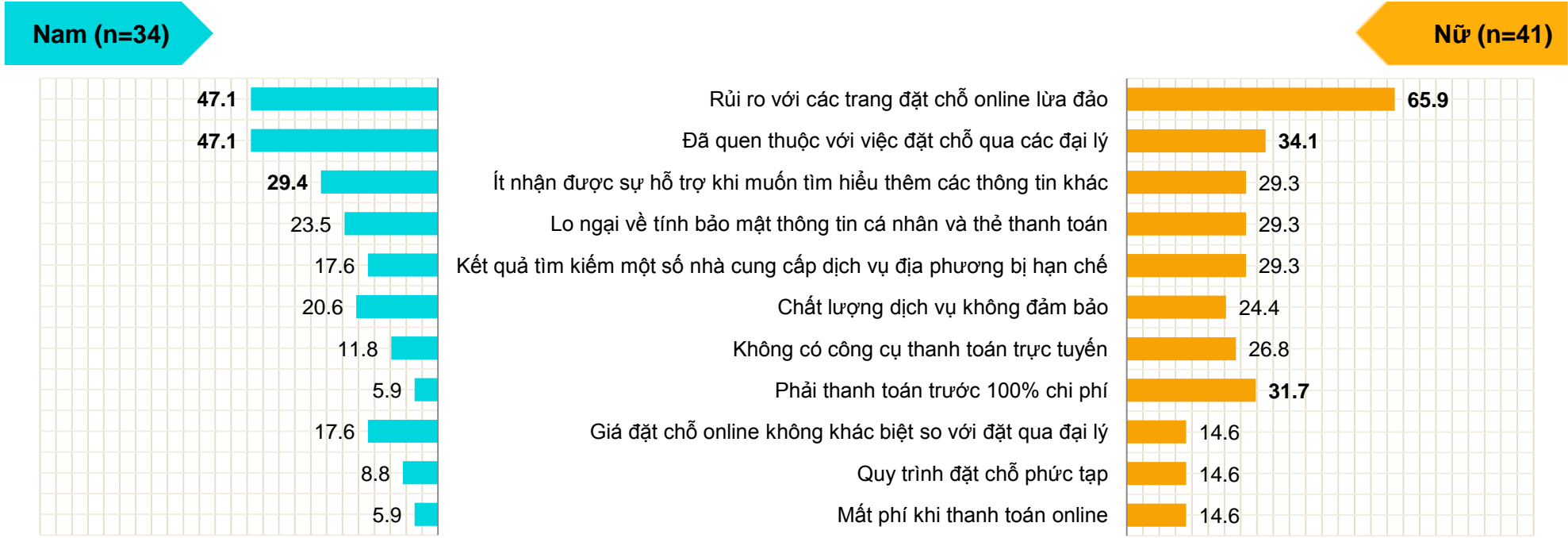
7. Lý do chưa không sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online

Lý do không sử dụng dịch vụ đặt chỗ online khác nhau giữa nam và nữ

Phần lớn đều lo ngại [Rủi ro với các trang đặt chỗ online lừa đảo] và một phần không sử dụng các dịch vụ này vì [Đã quen thuộc với việc đặt chỗ qua các đại lý], lần lượt chiếm tỷ lệ 47.1% - 47.1% nhóm nam và 65.9% - 34.1% nhóm nữ.

Ngoài ra, nhóm nữ không cảm thấy thoải mái với việc [Phải thanh toán trước 100% chi phí] khi đặt chỗ online, với tỷ lệ lên đến 31.7% so với 5.9% ở nhóm nam.

Hình 31. Giới tính và lý do không sử dụng các dịch vụ đặt chỗ online (n=75)



Q. Vui lòng cho biết tại sao bạn không sử dụng dịch vụ đặt chỗ online? [MA] n=75
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

DVT: %



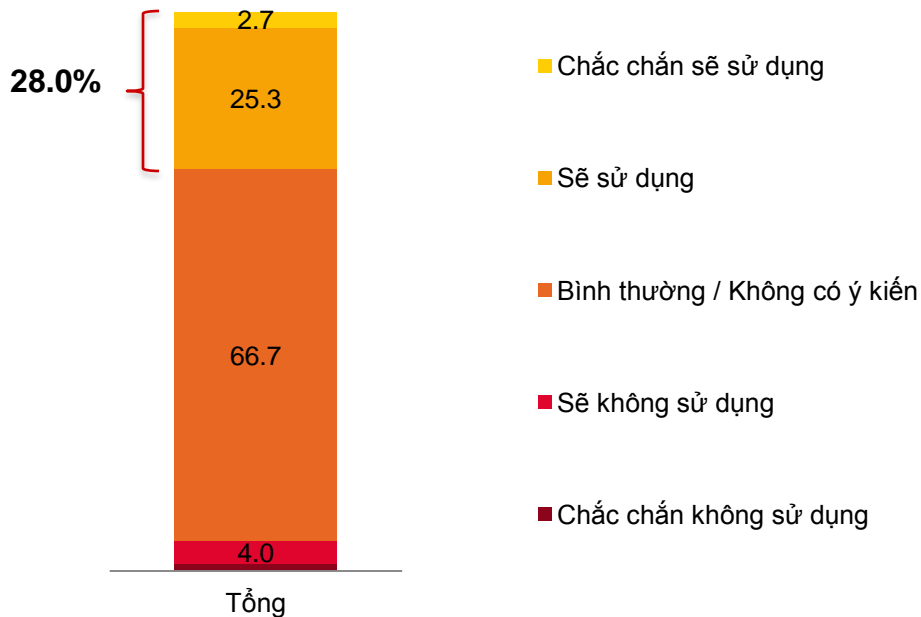
8. Ý định sử dụng trong tương lai

Tỷ lệ sẵn sàng sử dụng dịch vụ đặt chỗ online trong tương lai là 28.0% trên tổng 75 người

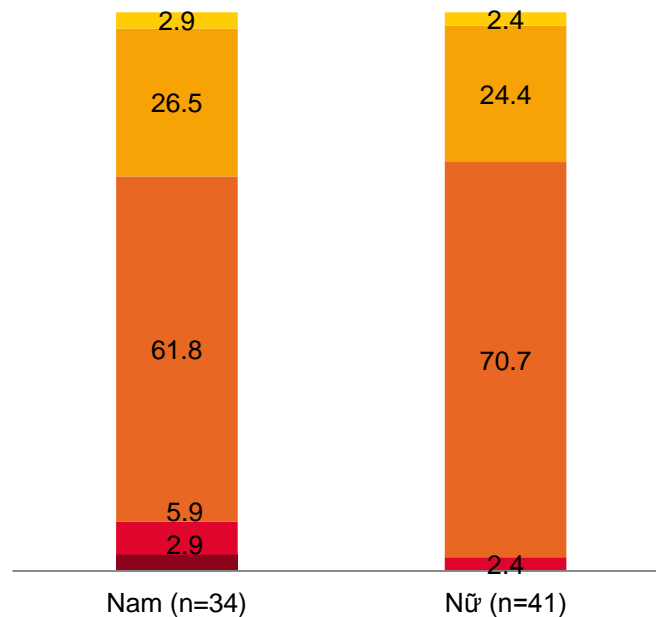
Nhìn chung, đa phần những người được hỏi cho biết không có ý kiến chắc chắn đối với việc sẽ sử dụng dịch vụ đặt chỗ trên internet trong thời gian sắp tới, lần lượt chiếm 61.8% nhóm nam và 70.7% nhóm nữ.

8.8% nam giới quyết định sẽ không sử dụng dịch vụ đặt chỗ online, trong khi đó tỷ lệ này ở nữ chỉ chiếm 2.4%.

Hình 32. Ý định sử dụng trong tương lai (n=75)



Hình 33. Giới tính và ý định sử dụng trong tương lai (n=75)



Q. Vui lòng cho biết ý kiến của bạn với việc sử dụng dịch vụ đặt chỗ online trong thời gian tới? [SA] n=75
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %



PHẦN 3. ONLINE KHI ĐI DU LỊCH



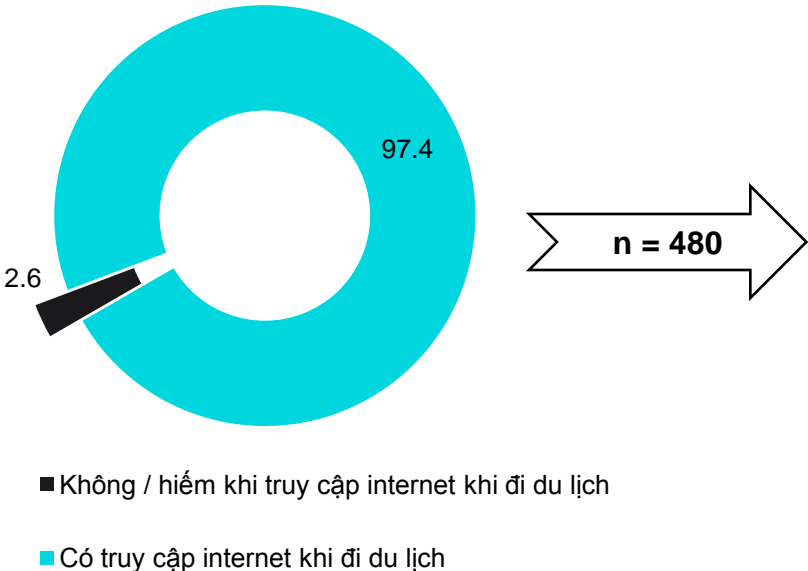


9. Truy cập internet khi đi du lịch

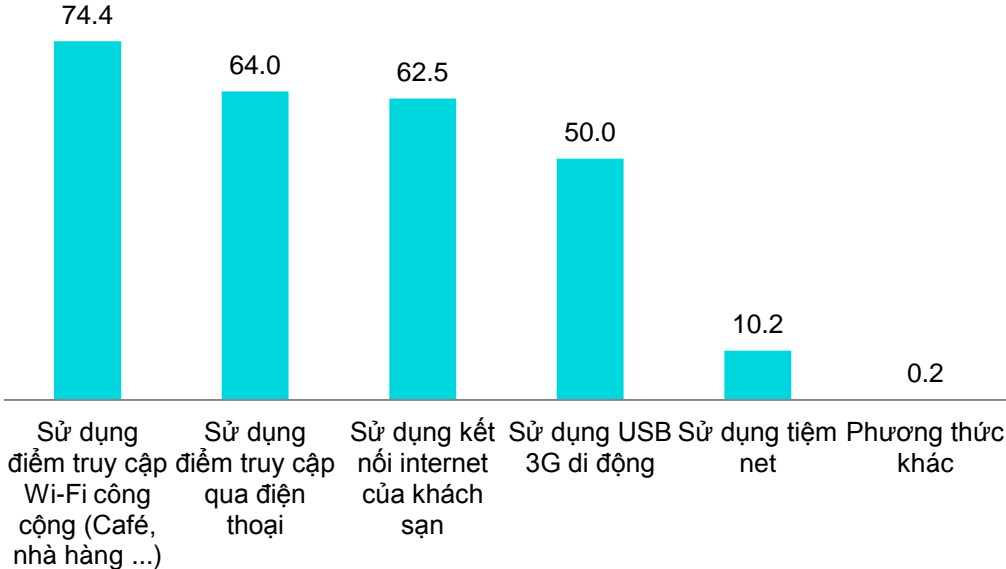
Chỉ có 13 trên tổng số 493 người được hỏi không sử dụng dịch vụ internet khi đi du lịch

Có đến 97.4% sử dụng internet khi đi du lịch. Trong đó, [Sử dụng điểm truy cập Wi-Fi công cộng] là cách thức được các du khách sử dụng phổ biến nhất, chiếm tỷ lệ 74.4%.

Hình 34. Truy cập internet khi đi du lịch (n=493)



Hình 35. Phương thức truy cập internet (n=480)



Q. Vui lòng cho biết bạn thường truy cập internet như thế nào khi đang đi du lịch trong nước? [MA] n=493

ĐVT: %



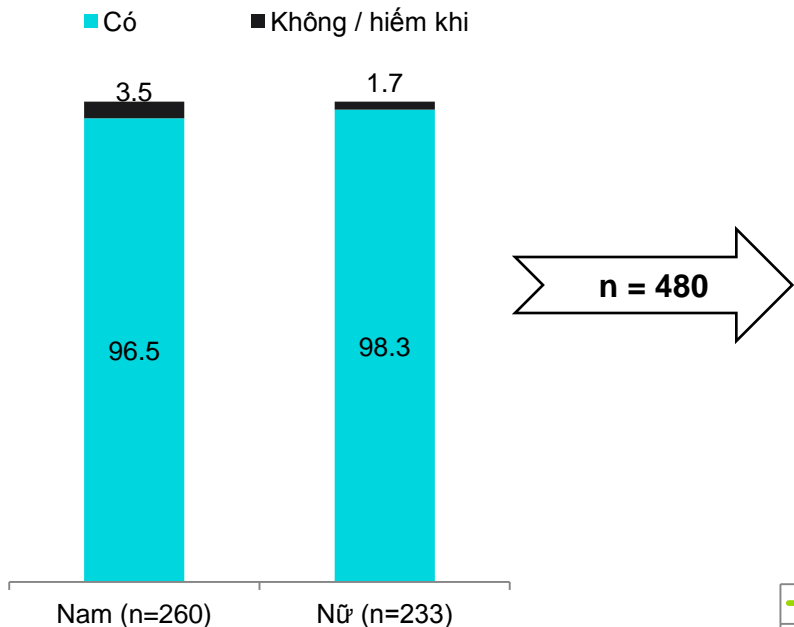
9. Truy cập internet khi đi du lịch

Tỷ lệ có sử dụng internet khi đang đi du lịch không quá khác biệt ở nam giới và nữ giới, trên 96.0%

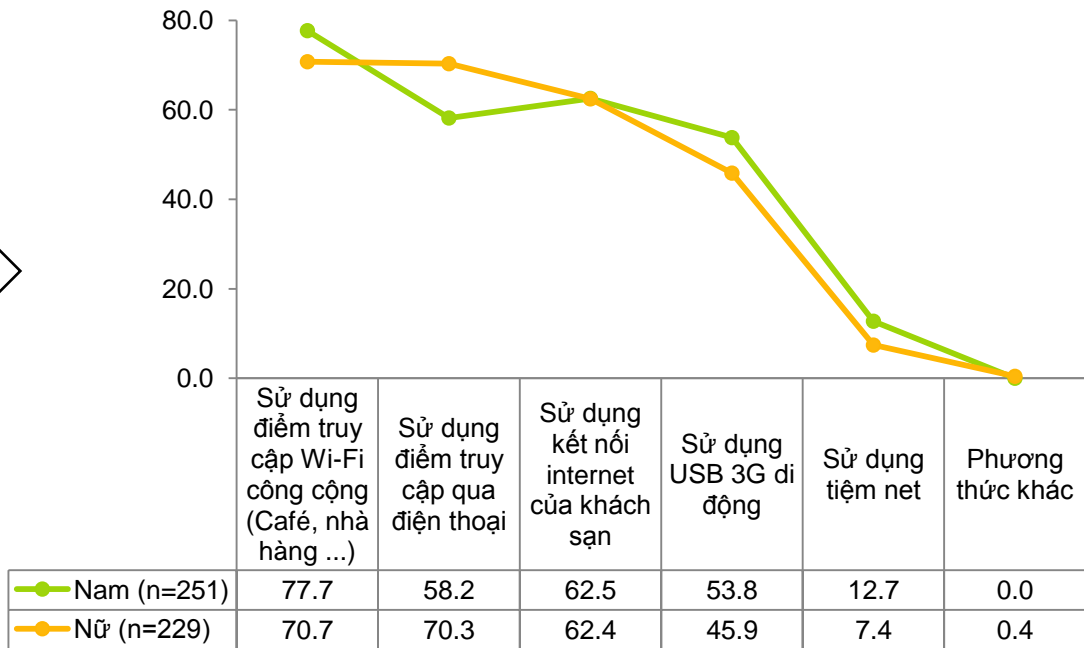
Trong nhóm có truy cập internet, có đến 77.7% nhóm nam và 70.7% nhóm nữ [**Sử dụng điểm truy cập Wi-Fi công cộng**].

Bên cạnh các điểm Wi-Fi công cộng, nhóm nam thường [**Sử dụng kết nối internet của khách sạn**] (chiếm 62.5%) trong khi nhóm nữ có xu hướng sử dụng điện thoại để truy cập internet (chiếm 70.3%).

Hình 36. Giới tính và truy cập internet khi đi du lịch (n=493)



Hình 37. Giới tính và phương thức truy cập internet (n=480)



Q. Vui lòng cho biết bạn thường truy cập internet như thế nào khi đang đi du lịch trong nước? [MA] n=493
Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

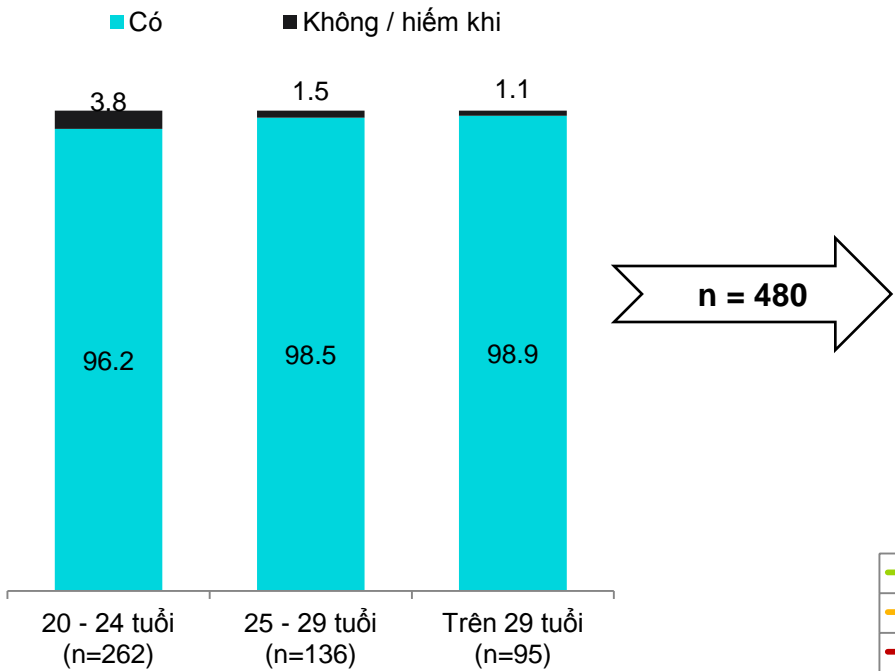


9. Truy cập internet khi đi du lịch

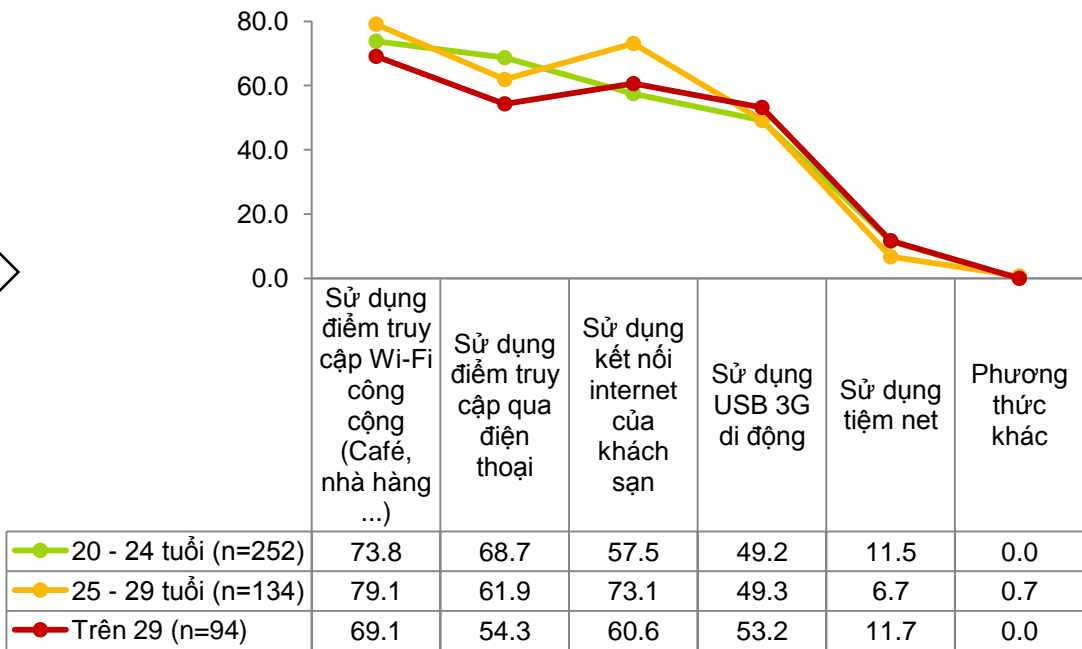
Tỷ lệ sử dụng internet khi đang đi du lịch ở các nhóm tuổi chiếm tỷ lệ khá cao, trên 96.0%

Bên cạnh phương thức thông dụng nhất là **[Sử dụng điểm truy cập Wi-Fi công cộng]** tại các điểm du lịch, nhóm tuổi trẻ có xu hướng sử dụng chức năng truy cập internet qua điện thoại, với tỷ lệ 68.7% và hai nhóm tuổi lớn hơn sẽ **[Sử dụng kết nối internet của khách sạn]**, với tỷ lệ lần lượt là 73.1% và 60.6%.

Hình 38. Độ tuổi và truy cập internet khi đi du lịch (n=493)



Hình 39. Độ tuổi và phương thức truy cập internet (n=480)



Q. Vui lòng cho biết bạn thường truy cập internet như thế nào khi đang đi du lịch trong nước? [MA] n=493
Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

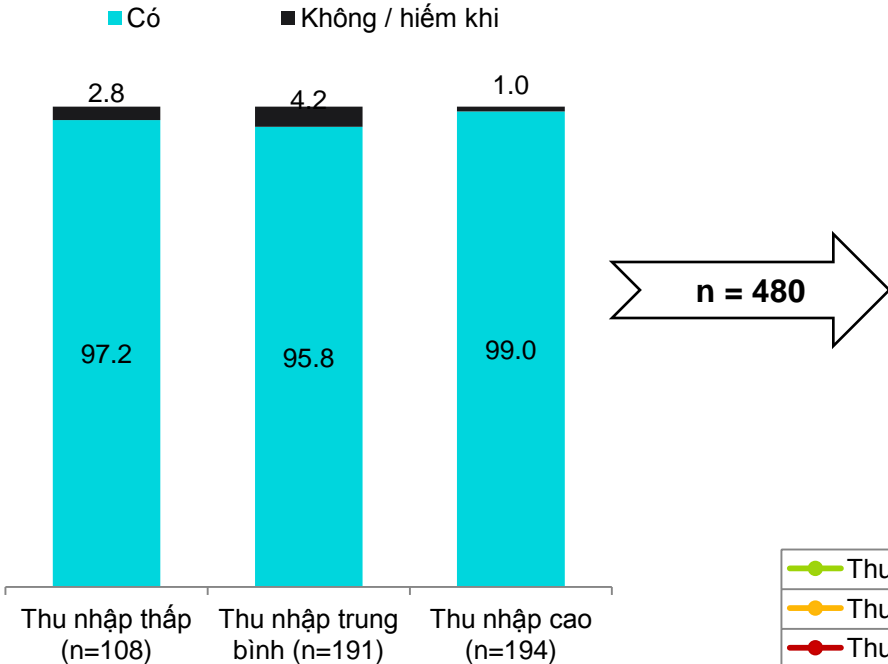


9. Truy cập internet khi đi du lịch

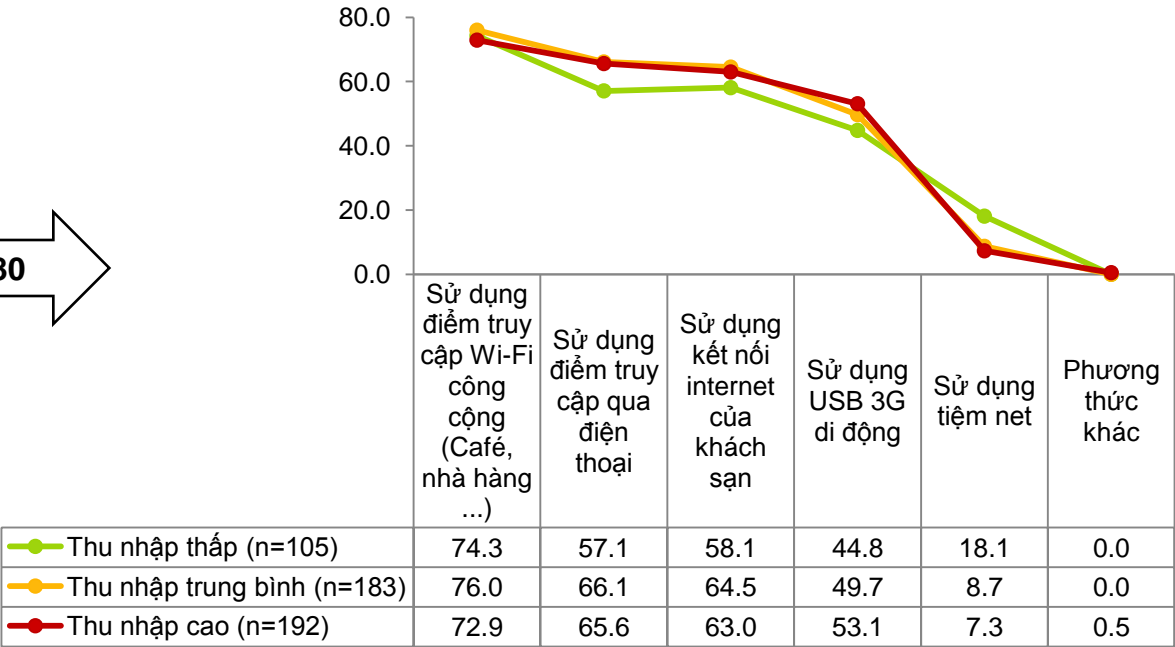
Nhóm thu nhập cao có tỷ lệ truy cập internet gần như tuyệt đối khi đi du lịch (99.0%)

Tỷ lệ này ở nhóm thu nhập thấp là 97.2% và nhóm thu nhập trung bình là 97.2%. Nhìn chung, **[Sử dụng điểm truy cập Wi-Fi công cộng]** vẫn là cách thức truy cập phổ biến nhất của du khách ở các nhóm thu nhập.

Hình 40. Thu nhập và truy cập internet khi đi du lịch (n=493)



Hình 41. Thu nhập và phương thức truy cập internet (n=480)



Q. Vui lòng cho biết bạn thường truy cập internet như thế nào khi đang đi du lịch trong nước? [MA] n=493
Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

10. Mục đích truy cập internet



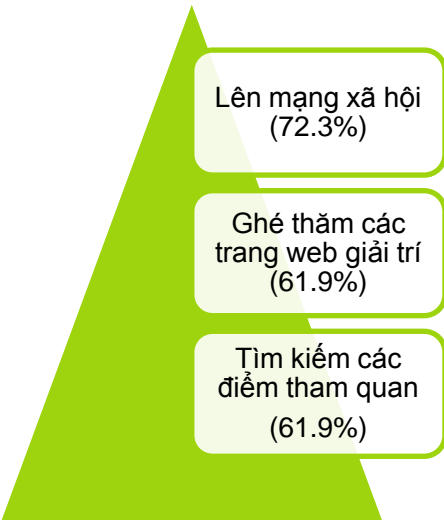
Phương thức kết nối internet của người dùng có ảnh hưởng đến các mục đích sử dụng

Những người sử dụng Wi-Fi công cộng thường [**Lên mạng xã hội**] nhiều nhất (72.3%), trong khi điện thoại tiện dụng được sử dụng nhiều để [**Tìm kiếm bản đồ / đường đi / GPS**] (69.7%).

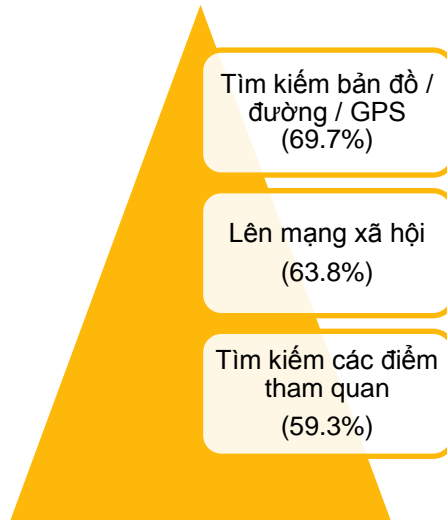
Cùng lúc, hơn 70% nhóm truy cập internet của khách sạn thường [**Ghé thăm các trang web giải trí**] và nhóm sử dụng USB 3G thường kết nối internet để [**Kiểm tra, trả lời email**] (67.5%) cũng như [**Sử dụng cho công việc**] (59.6%).

Hình 42. Mục đích truy cập internet theo các phương thức (n=480)

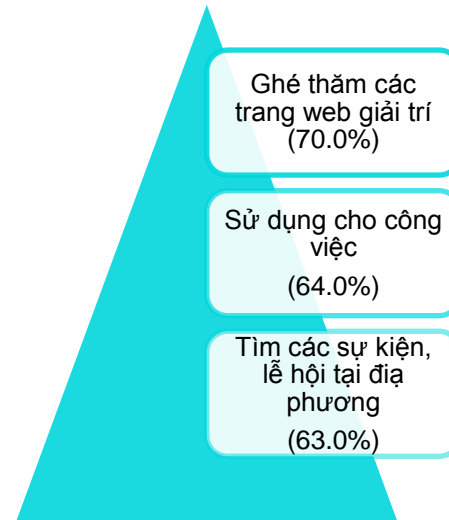
Wi-Fi công cộng (n=357)



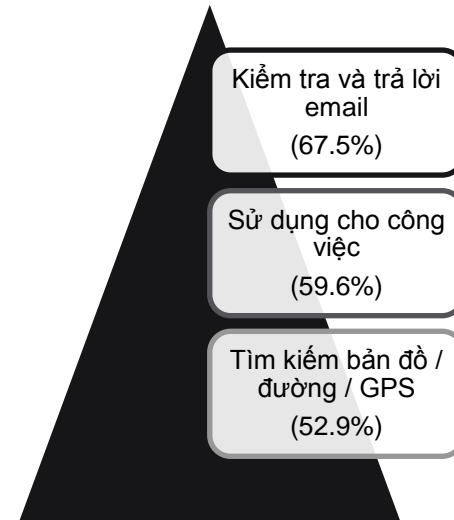
Điện thoại (n=307)



Internet khách sạn (n=300)



USB 3G di động (n=240)



Q. Vui lòng cho biết bạn thường truy cập internet cho mục đích gì trong khi du lịch? [Matrix SA] n=480

DVT: %



PHẦN 4. ONLINE SAU CÁC CHUYẾN DU LỊCH



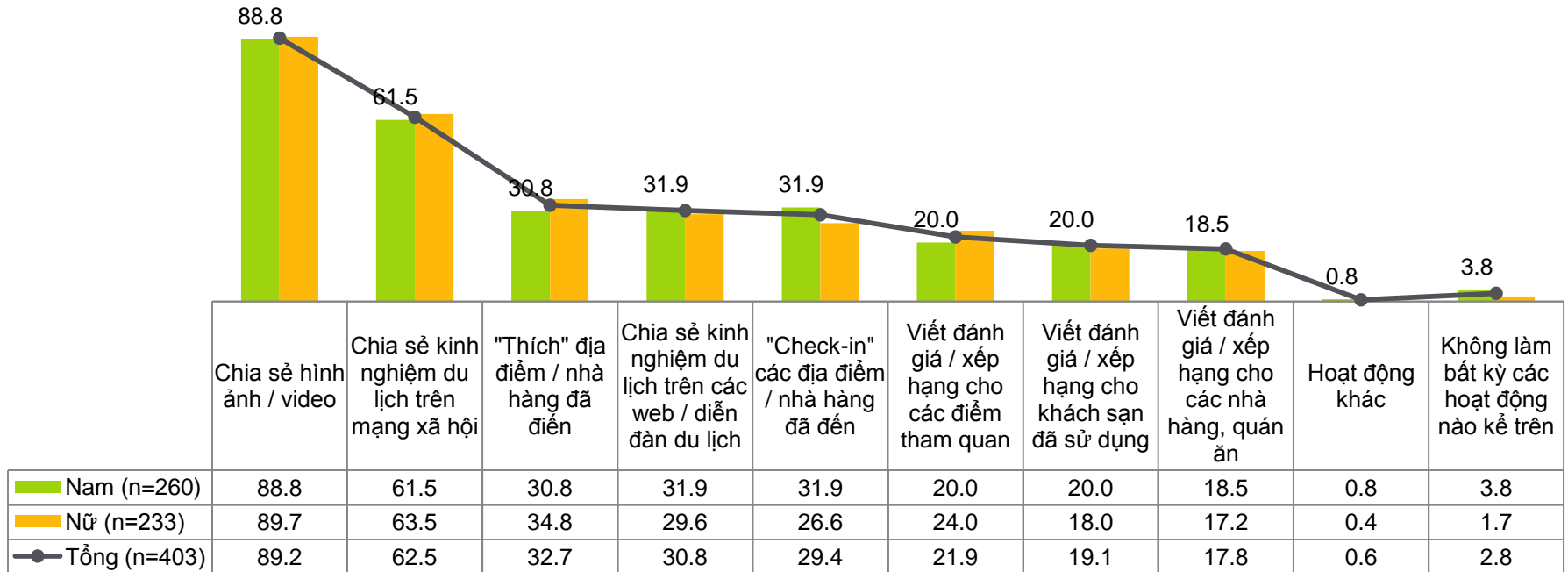
11. Hoạt động phổ biến sau các chuyến du lịch



[Chia sẻ hình ảnh / video] là hoạt động được ưa thích nhất sau mỗi chuyến đi (89.2%)

[Chia sẻ kinh nghiệm du lịch trên mạng xã hội] và ['Like' các địa điểm / nhà hàng đã đến] là một trong các hoạt động được yêu thích tiếp theo, lần lượt chiếm tỷ lệ 62.5% và 32.7%. Các hoạt động này không khác biệt nhiều giữa hai nhóm nam, nữ.

Hình 43. Các hoạt động sau các chuyến du lịch (n=493)



Q. Vui lòng cho biết các hoạt động bạn thường làm sau khi đi du lịch về? [MA] n=493
 Q. Vui lòng cho biết giới tính của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

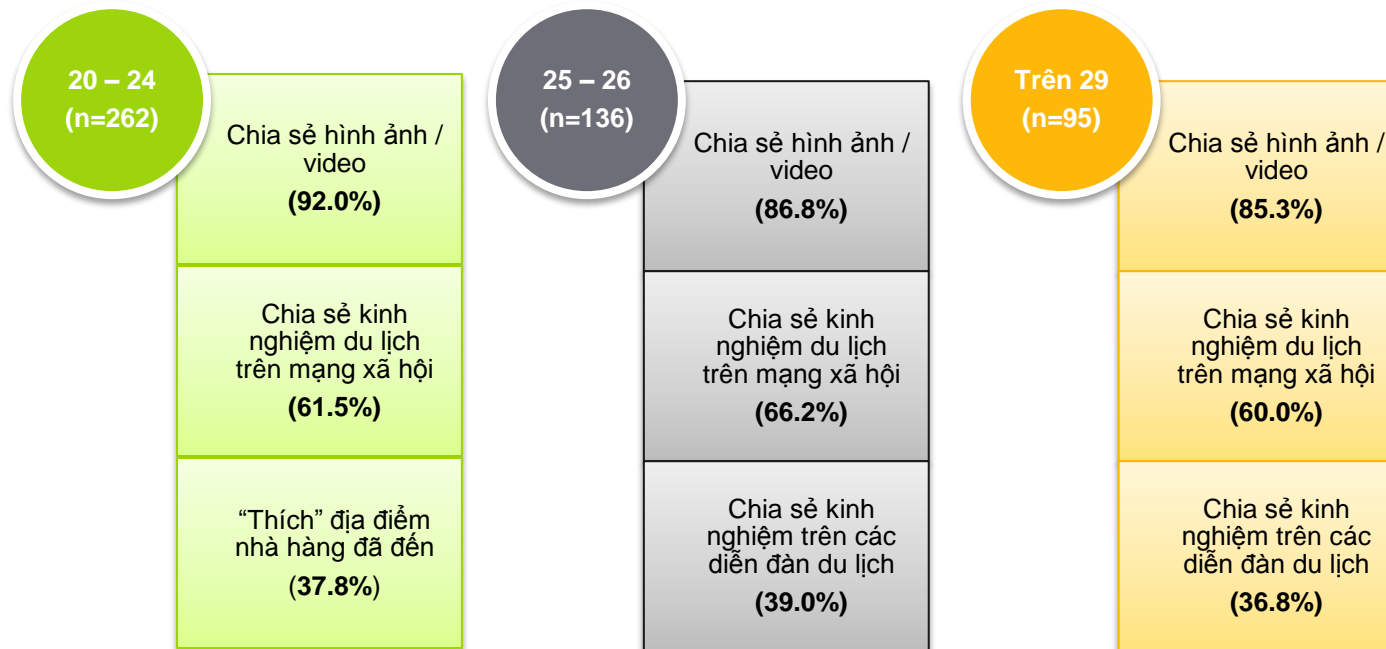
11. Hoạt động phổ biến sau các chuyến du lịch



Các nhóm tuổi đều rất thích [Chia sẻ hình ảnh / video] và [Chia sẻ kinh nghiệm du lịch lên mạng xã hội] sau các chuyến du lịch

Ngoài ra, 37.8% nhóm từ 20 – 24 tuổi thường [“Thích” địa điểm / nhà hàng đã đến] trên các trang mạng xã hội, trong khi 39.0% nhóm từ 25 – 29 tuổi và 36.8% nhóm trên 29 tuổi thường [Chia sẻ kinh nghiệm du lịch trên các web / diễn đàn du lịch].

Hình 44. Độ tuổi và các hoạt động sau các chuyến du lịch (n=493)



Q. Vui lòng cho biết các hoạt động bạn thường làm sau khi đi du lịch về? [MA] n=493

Q. Vui lòng cho biết độ tuổi của bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

11. Hoạt động phổ biến sau các chuyến du lịch

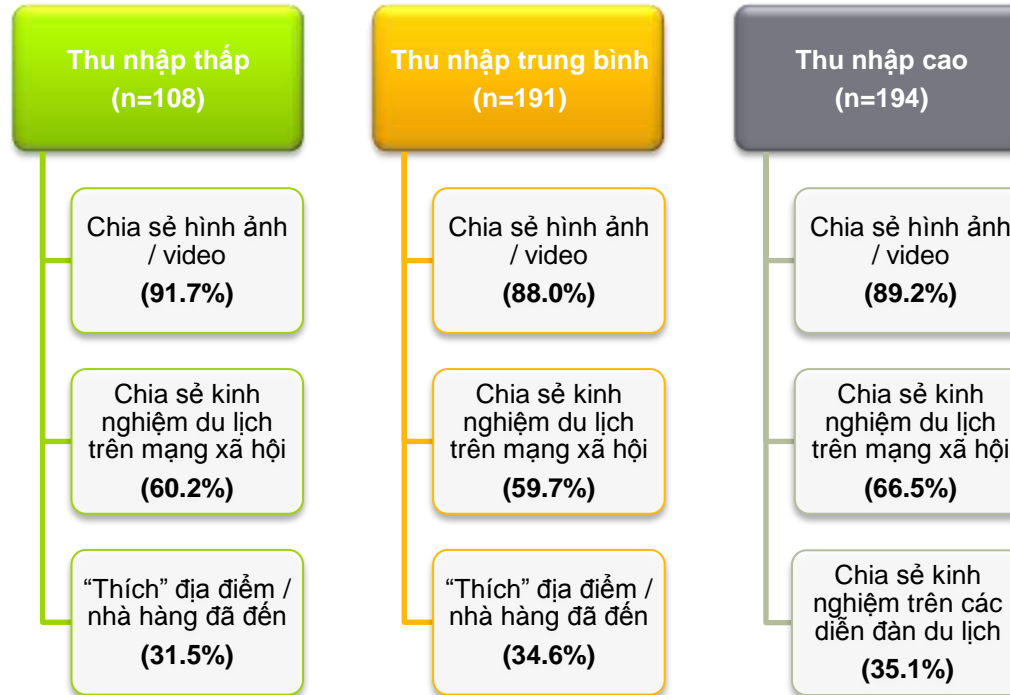


Các hoạt động thường làm nhất sau mỗi chuyến đi giữa hai nhóm thu nhập thấp & trung bình không khác nhau

Họ cho biết hoạt động thường làm nhất sau khi đi du lịch về là **[Chia sẻ hình ảnh / video]** và **[Chia sẻ kinh nghiệm du lịch trên mạng xã hội]** và **[“Thích” địa điểm / nhà hàng đã đến]**.

Riêng đối với nhóm thu nhập cao, ngoài chia sẻ ảnh và kinh nghiệm du lịch trên các trang mạng xã hội, họ còn **[Chia sẻ kinh nghiệm trên các diễn đàn du lịch]** (35.1%).

Hình 45. Thu nhập và các hoạt động sau các chuyến du lịch (n=493)



Q. Vui lòng cho biết các hoạt động bạn thường làm sau khi đi du lịch về? [MA] n=493
Q. Vui lòng cho biết tổng thu nhập hàng tháng (trước thuế) của cả hộ gia đình bạn? [SA] n=493

ĐVT: %

Công ty TNHH W&S được đầu tư 100% vốn của Nhật. Chúng tôi chuyên về ‘Nghiên cứu thị trường trực tuyến’, ‘Thiết kế website’, và ‘Tiếp thị website’. Nghiên cứu thị trường trực tuyến được thực hiện dựa trên trang Vinaresearch.net – trực thuộc quyền quản lý của chúng tôi với hơn 120,000 thành viên khắp cả nước Việt Nam.

MỌI CHI TIẾT, XIN LIÊN HỆ:

Công ty TNHH W&S

- » Địa chỉ: Tầng 10, 40 Phạm Ngọc Thạch, Quận 3, Tp. Hồ Chí Minh
- » Điện thoại: 84 – 8 - 38 223 215 Fax: 84 – 8 – 38 223 216
- » Email: info@vinaresearch.jp
- » Website: <http://vinaresearch.jp>



Bản quyền báo cáo này thuộc quyền sở hữu Công ty TNHH W&S. Tất cả kết quả (phân tích, kết luận, dữ liệu, bảng biểu và biểu đồ) trong báo cáo khảo sát này có thể sử dụng công khai, nhưng phải ghi rõ nguồn trích dẫn từ Công ty TNHH W&S (bao gồm cả website của Công ty: <http://vinaresearch.jp>).