

## NỘI DUNG

TỔNG QUAN .....	8
Vượt qua khủng hoảng .....	8
Tăng trưởng vững chắc .....	9
Thông thoáng về chính sách.....	11
Bám đuổi trong pháp luật .....	13
Thử thách khó vượt qua .....	15
Không có phép màu.....	16
CHƯƠNG II – TOÀN CẢNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ 2021 .....	20
1. CÁC DOANH NGHIỆP THAM GIA KHẢO SÁT.....	21
2. HẠ TẦNG VÀ NGUỒN NHÂN LỰC .....	22
a. Sử dụng email và các công cụ hỗ trợ trong công việc.....	22
b. Lao động chuyên trách về thương mại điện tử.....	24
c. Chi phí mua sắm, trang bị và ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử .....	27
3. GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ DN VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG (B2C) .....	28
a. Website doanh nghiệp .....	28
b. Kinh doanh trên mạng xã hội .....	30
c. Tham gia các sàn thương mại điện tử.....	30
d. Kinh doanh trên nền tảng di động .....	31
4. GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ DN VỚI DN (B2B) .....	37
a. Sử dụng các phần mềm quản lý.....	37
b. Sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử .....	38
c. Nhận đơn đặt hàng và đặt hàng qua các công cụ trực tuyến .....	38
d. Tỷ lệ đầu tư, xây dựng và vận hành website/ứng dụng di động.....	40
e. Đánh giá hiệu quả của việc bán hàng qua các công cụ trực tuyến .....	41
f. Hiệu quả kinh doanh năm 2020 .....	41
5. GIAO DỊCH GIỮA CHÍNH PHỦ VỚI DOANH NGHIỆP (G2B).....	42
a. Tra cứu thông tin trên các website cơ quan nhà nước .....	42
b. Sử dụng dịch vụ công trực tuyến.....	43
c. Lợi ích của dịch vụ công trực tuyến .....	44
CHƯƠNG III – CHỈ SỐ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THEO ĐỊA PHƯƠNG .....	45
1. CHỈ SỐ VỀ NGUỒN NHÂN LỰC VÀ HẠ TẦNG CNTT (NNL&HT).....	46
2. CHỈ SỐ VỀ GIAO DỊCH GIỮA DOANH NGHIỆP VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG (B2C)..	48
3. CHỈ SỐ VỀ GIAO DỊCH GIỮA DOANH NGHIỆP VỚI DOANH NGHIỆP (B2B) .....	50
4. CHỈ SỐ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CÁC ĐỊA PHƯƠNG.....	52

PHỤ LỤC.....	54
Phụ lục 1 - Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh.....	55
Phụ lục 2 - Dân số, Doanh nghiệp và Thu nhập.....	58
Phụ lục 3 - Phân bổ tên miền quốc gia “.VN” theo địa phương.....	60
ĐƠN VỊ TÀI TRỢ .....	62
TỔNG CÔNG TY BƯU ĐIỆN VIỆT NAM (Vietnam Post) .....	63
CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ SAPO .....	65
TỔNG CÔNG TY CHUYÊN PHÁT NHANH BƯU ĐIỆN (EMS) .....	67
CÔNG TY TNHH MTV CHUYÊN PHÁT NHANH THUẬN PHONG.....	68
CÔNG TY CỔ PHẦN NAVEE .....	69
CƠ QUAN QUẢN LÝ CITES VIỆT NAM .....	70
CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI VÀ CHUYÊN PHÁT NHANH NỘI BÀI.....	72
CÔNG TY CỔ PHẦN SMARTOSC .....	73
TRUNG TÂM PHÁT TRIỂN KINH DOANH ONLINE IM GROUP .....	74

## DANH SÁCH CÁC HÌNH VẼ

Hình 1: Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	21
Hình 2: Lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của các doanh nghiệp khảo sát .....	22
Hình 3: Tỷ lệ lao động trong doanh nghiệp thường xuyên sử dụng email qua các năm.....	23
Hình 4: Sử dụng email phân theo quy mô doanh nghiệp .....	23
Hình 5: Sử dụng các nền tảng như Facebook Messenger, Zalo, Viber, WhatsApp, Skype.....	24
Hình 6: Tỷ lệ doanh nghiệp có lao động chuyên trách về TMĐT qua các năm .....	25
Hình 7: Tỷ lệ doanh nghiệp có lao động chuyên trách về TMĐT phân theo quy mô.....	25
Hình 8: Lao động chuyên trách về TMĐT phân theo lĩnh vực kinh doanh .....	26
Hình 9: Tỷ lệ DN gặp khó khăn khi tuyển dụng lao động có kỹ năng về TMĐT và CNTT .....	27
Hình 10: Tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn khi tuyển dụng lao động cho các nhóm kỹ năng ...	27
Hình 11: Chi phí mua sắm, trang bị và ứng dụng CNTT và TMĐT qua các năm.....	28
Hình 12: Tỷ lệ doanh nghiệp có website qua các năm.....	28
Hình 13: Tỷ lệ sử dụng các loại tên miền qua nhiều năm .....	29
Hình 14: Tỷ lệ cập nhật thông tin lên website.....	29
Hình 15: Kinh doanh trên mạng xã hội qua các năm .....	30
Hình 16: Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn TMĐT qua các năm .....	30
Hình 17: Tỷ lệ website có phiên bản di động qua các năm.....	31
Hình 18: Tỷ lệ có ứng dụng bán hàng trên thiết bị di động qua các năm .....	31
Hình 19: Tỷ lệ DN phát triển ứng dụng bán hàng trên các nền tảng di động qua các năm .....	32
Hình 20: Thời gian trung bình lưu lại khi truy cập website TMĐT phiên bản di động.....	32
Hình 21: Tỷ lệ DN có website hỗ trợ kinh doanh trên nền tảng di động qua các năm .....	33
Hình 22: Các hình thức quảng cáo website/ứng dụng di động của doanh nghiệp .....	34
Hình 23: Ước tính chi phí quảng bá website/ứng dụng di động của DN qua kênh trực tuyến ...	34
Hình 24: Chi phí quảng cáo phân theo nhóm thành phố trực thuộc Trung ương.....	35
Hình 25: Đánh giá hiệu quả của việc quảng cáo website/ứng dụng di động .....	35
Hình 26: Tỷ lệ DN đánh giá hiệu quả cao các công cụ quảng cáo trực tuyến qua các năm .....	36
Hình 27: Tỷ lệ số đơn đặt sản phẩm thành công so với năm 2019 .....	36
Hình 28: Tình hình sử dụng các phần mềm quản lý qua các năm .....	37
Hình 29: Tình hình sử dụng các phần mềm quản lý theo quy mô doanh nghiệp.....	37
Hình 30: Tình hình sử dụng chữ ký điện tử qua các năm .....	38
Hình 31: Tình hình sử dụng hợp đồng điện tử qua các năm .....	38
Hình 32: Tỷ lệ doanh nghiệp nhận đơn đặt hàng trên các công cụ trực tuyến qua các năm .....	39
Hình 33: Tỷ lệ doanh nghiệp đặt hàng qua các công cụ trực tuyến .....	39
Hình 34: Tỷ lệ đầu tư, xây dựng và vận hành website/ứng dụng di động qua các năm.....	40
Hình 35: Tỷ lệ đầu tư, xây dựng và vận hành website/ứng dụng di động theo quy mô DN.....	40
Hình 36: Đánh giá hiệu quả của việc bán hàng qua các công cụ trực tuyến.....	41
Hình 37: Doanh thu năm 2020 so với năm 2019 .....	41
Hình 38: Xu hướng tra cứu thông tin trên các website cơ quan nhà nước qua các năm.....	42
Hình 39: Tỷ lệ tra cứu thông tin trên các website cơ quan nhà nước phân theo quy mô DN .....	42
Hình 40: Sử dụng dịch vụ công trực tuyến qua các năm .....	43
Hình 41: Tình hình sử dụng một số dịch vụ công trực tuyến.....	43
Hình 42: Lợi ích của dịch vụ công trực tuyến qua các năm.....	44
Hình 43: Chỉ số Nguồn nhân lực và Hạ tầng công nghệ thông tin (NNL&HT) .....	47
Hình 44: Chỉ số về giao dịch B2C.....	49
Hình 45: Chỉ số về giao dịch B2B.....	51
Hình 46: Xếp hạng Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam năm 2021.....	53