

CHƯƠNG 03

**CHỈ SỐ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
THEO ĐỊA PHƯƠNG**



1. Chỉ số về nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin (NNL&HT) ⁴⁶

Năm 2019, theo khảo sát của VECOM, thương mại điện tử Việt Nam tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ với tốc độ trên 32% và đạt quy mô khoảng 11,5 tỷ USD. Tốc độ tăng trưởng trung bình cho cả giai đoạn bốn năm 2016- 2019 khoảng 30%.

Năm vừa qua cũng ghi nhận nhiều tín hiệu đầu tư sôi động vào thị trường thương mại điện tử của các doanh nghiệp trong và ngoài nước, đặc biệt là đầu tư nước ngoài vào các sàn giao dịch thương mại điện tử.

Xét về mặt ứng dụng và cập nhật các hạ tầng làm tiền đề triển khai thương mại điện tử, bên cạnh thuận lợi về hạ tầng viễn thông với chất lượng ổn định, các doanh nghiệp trong nước cũng đã nhanh nhạy nắm bắt và đưa các công nghệ mới về thị trường Việt Nam. Về tổng thể chung doanh nghiệp có nhiều điều kiện thuận lợi khi tham gia vào môi trường thương mại điện tử đầy hấp dẫn này.

Chỉ số về nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin (NNL&HT) năm vừa qua vẫn được giữ nguyên bộ chỉ tiêu thành phần như các năm trước để đảm bảo tính nhất quán trong thống kê, theo đó nhóm các chỉ tiêu thành phần của chỉ số này bao gồm: khả năng đáp ứng nguồn nhân lực phù hợp trong lĩnh vực thương mại điện tử, tính thuận tiện trong quá trình tuyển dụng nhân sự chuyên trách cũng như cơ cấu trong việc đầu tư nhân sự chuyên trách thương mại điện tử ra sao, mức độ lao động thường xuyên sử dụng e-mail hay các công cụ hỗ trợ khác như Viber, WhatsApp, Skype, Facebook Messenger, Zalo, v.v... trong công việc.

Trong nhiều năm qua, VECOM luôn đánh giá cao tầm quan trọng của tên miền đối với việc phát triển thương mại điện tử, do đó trong bộ chỉ tiêu về nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin luôn được đánh giá kèm với một chỉ số thành phần về tên miền cho doanh nghiệp. Đúng về mặt phát triển lâu dài và bền vững, trong thời gian qua cũng như sắp tới VECOM sẽ tiếp tục đẩy mạnh việc hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao nhận thức về tên miền trong hoạt động kinh doanh với tầm nhìn "mỗi doanh nghiệp một website".

Theo số liệu thống kê của Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC), Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội vẫn là hai thành phố có số lượng tên miền lớn nhất nước trong nhiều năm và cũng đồng thời là hai thành phố có tỷ lệ về số dân/1 tên miền ".vn" thấp nhất, lần lượt là 47 và 46 dân/1 tên miền ".vn". Đà Nẵng là thành phố có số tên miền lớn thứ 3 trong cả nước (9577 tên miền và có tỷ lệ 118 dân/1 tên miền ".vn") nhưng khoảng cách rất xa so với hai thành phố dẫn đầu.

Xét trong nhóm địa phương chậm phát triển thì Lai Châu vẫn là địa phương có số lượng tên miền thấp nhất trong cả nước nhiều năm liền (112 tên miền năm 2019, tăng 21 tên miền so với năm 2018).

⁴⁶ 8 tỉnh không xếp hạng bao gồm Bạc Liêu, Cao Bằng, Điện Biên, Hà Giang, Hậu Giang, Lai Châu, Sóc Trăng, Sơn La.

Bảng 1: Chênh lệch về phân bố tên miền “.vn” theo tỉnh thành và dân số

Nhóm tỉnh thành dẫn đầu về số lượng tên miền				Nhóm tỉnh thành có số lượng tên miền thấp			
STT	Địa phương	Tên miền “.vn”	Số dân / 1 tên miền “.vn”	STT	Địa phương	Tên miền “.vn”	Số dân / 1 tên miền “.vn”
1	Tp. Hồ Chí Minh	189.336	47	1	Hậu Giang	329	2.228
2	Hà Nội	174.171	46	2	Kon Tum	314	1.721
3	Đà Nẵng	9.577	118	3	Bạc Liêu	308	2.946
4	Bình Dương	7.475	325	4	Son La	285	4.380
5	Hải Phòng	6.386	318	5	Đắk Nông	283	2.198
6	Đồng Nai	6.166	502	6	Hà Giang	175	4.884
7	Thanh Hóa	4.311	844	7	Điện Biên	173	3.462
8	Nghệ An	4.161	800	8	Bắc Kạn	132	2.378
9	Khánh Hòa	3.886	317	9	Cao Bằng	124	4.277
10	Nam Định	3.404	523	10	Lai Châu	112	4.109

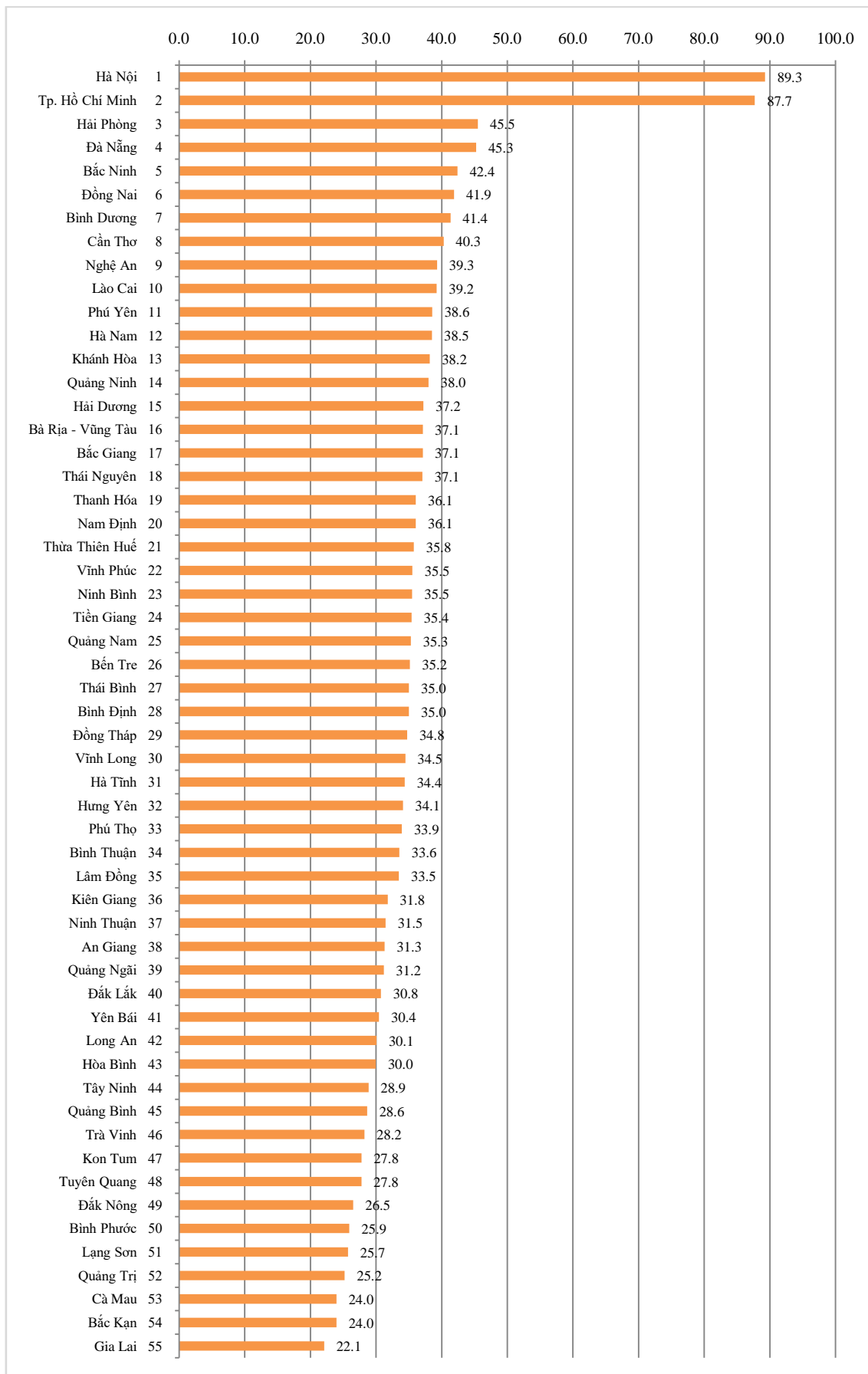
Nguồn: Báo cáo Tài nguyên Internet Việt Nam năm 2019, Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC) và Báo cáo về Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019, Tổng cục Thống kê.

Năm 2019 vừa qua, Hà Nội tiếp tục là thành phố có chỉ số về hạ tầng và nguồn nhân lực cao nhất trong cả nước với 89,3 điểm, tiếp sau đó là thành phố Hồ Chí Minh với 87,7 điểm. Đứng ở hai vị trí tiếp theo là Hải Phòng với 45,5 điểm và Đà Nẵng với 45,3 điểm, tuy nhiên điểm số về hạ tầng và nguồn nhân lực của hai thành phố này mới bằng một nửa so với điểm số của hai thành phố dẫn đầu, mức cách biệt này không có nhiều thay đổi so với năm trước.

Điểm trung bình của chỉ số này đối với 55 địa phương khảo sát xếp hạng rất thấp ở mức 35,8 điểm (hầu như không có sự thay đổi so với điểm trung bình của năm 2018 là 35,6). Khoảng cách giữa điểm trung bình của nhóm 5 tỉnh thành đứng đầu (62 điểm) so với nhóm 5 tỉnh thành thấp nhất (24,2 điểm) cũng khá cao lên tới hơn 37,8 điểm. Những tỉnh thấp nhất này bao gồm Lạng Sơn (25,7 điểm), Quảng Trị (25,2 điểm), Cà Mau (24,0 điểm), Bắc Kạn (24,0 điểm) và Gia Lai (22,1 điểm).

Có thể thấy khoảng cách giữa Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh với các địa phương khác về nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin là vô cùng lớn, đây cũng là một trong những vướng mắc cần được chú trọng hơn nữa để kéo gần khoảng cách phát triển giữa hai thành phố này với các địa phương còn lại trong giai đoạn 2021-2025.

Hình 35: Chỉ số Nguồn nhân lực và Hạ tầng công nghệ thông tin (NNL&HT)



2. Chỉ số về giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C)⁴⁷

Giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng cho thấy được nhận thức và kỹ năng cũng như hiện trạng của việc mua sắm trực tuyến đang phát triển ra sao, chỉ số này đóng một vai trò quan trọng trong quá trình phát triển thương mại điện tử.

Năm 2019, nhóm các chỉ tiêu thành phần của chỉ số B2C tiếp tục được giữ nguyên để đảm bảo tính thống nhất cho việc so sánh qua các năm, nhóm chỉ tiêu này bao gồm: 1) xây dựng website doanh nghiệp; 2) tần suất cập nhật thông tin trên website; 3) ứng dụng bán hàng qua mạng xã hội; 4) tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử; 5) website phiên bản di động; 6) ứng dụng bán hàng trên thiết bị di động; 7) cho phép người mua thực hiện toàn bộ quá trình mua sắm trên thiết bị di động; 8) tình hình nhận đơn đặt hàng; 9) quảng cáo website/ứng dụng di động; 10) doanh thu từ kênh trực tuyến và 11) thu nhập bình quân trên đầu người.

Thương mại điện tử Việt Nam năm 2019 vừa qua có sự tăng trưởng mạnh, chúng ta có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển, có sự đầu tư lớn từ các doanh nghiệp, tập đoàn trong và ngoài nước. Tuy nhiên chúng ta vẫn còn nhiều tiềm năng để thúc đẩy tốc độ phát triển chung của ngành cả về phạm vi và quy mô thị trường. Một trong những yếu tố tác động lớn nhất tới quy mô thị trường thương mại điện tử trong nước có thể đề cập tới đó là thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam vẫn ở mức trung bình dẫn đến giá trị mua sắm trực tuyến còn chưa được cao, với những sản phẩm có giá trị cao hoặc đơn hàng lớn người tiêu dùng vẫn ưu tiên mua sắm theo phương thức truyền thống.

Có thể thấy vai trò của nền kinh tế nói chung cũng như thu nhập của người tiêu dùng tác động lớn tới tốc độ phát triển của thương mại điện tử, do đó từ năm 2016 tới nay, để đảm bảo tính khách quan của Chỉ số Thương mại điện tử, VECOM vẫn bổ sung thêm tiêu chí về thu nhập bình quân trên đầu người vào nhóm tiêu chí B2C.

Theo Niên giám thống kê năm 2018 của Tổng cục Thống kê, 5 tỉnh thành có mức thu nhập bình quân đầu người một tháng năm 2017 cao nhất là: Bình Dương (6.823.000 VNĐ), Tp. Hồ Chí Minh (6.177.000 VNĐ), Hà Nội (6.054.000 VNĐ), Đà Nẵng (5.506.000 VNĐ) và Bắc Ninh (5.446.000 VNĐ).

Năm địa phương có mức thu nhập bình quân đầu người một tháng năm 2017 thấp nhất là Cao Bằng (1.856.000 VNĐ), Hà Giang (1.725.000 VNĐ), Lai Châu (1.493.000 VNĐ), Sơn La (1.483.000 VNĐ) và Điện Biên (1.477.000 VNĐ). Bình quân mức thu nhập của địa phương cao nhất (Bình Dương) gấp tới gần 5 lần so với mức thu nhập bình quân của địa phương thấp nhất (Điện Biên).

⁴⁷ 8 tỉnh không xếp hạng bao gồm Bạc Liêu, Cao Bằng, Điện Biên, Hà Giang, Hậu Giang, Lai Châu, Sóc Trăng, Sơn La.

Bảng 2: Thu nhập bình quân đầu người một tháng năm 2017

Nhóm tỉnh thành có thu nhập bình quân đầu người một tháng năm 2017 ở mức cao nhất			Nhóm tỉnh thành có thu nhập bình quân đầu người một tháng năm 2017 ở mức thấp nhất		
STT	Địa phương	Thu nhập bình quân đầu người một tháng năm 2017 (nghìn đồng)	STT	Địa phương	Thu nhập bình quân đầu người một tháng năm 2017 (nghìn đồng)
1	Bình Dương	6.823	1	Yên Bái	2.290
2	Tp. Hồ Chí Minh	6.177	2	Tuyên Quang	2.262
3	Hà Nội	6.054	3	Lạng Sơn	2.047
4	Đà Nẵng	5.506	4	Kon Tum	2.007
5	Bắc Ninh	5.446	5	Bắc Kạn	1.945
6	Đồng Nai	5.300	6	Cao Bằng	1.856
7	Hải Phòng	5.116	7	Hà Giang	1.725
8	Bà Rịa - Vũng Tàu	4.881	8	Lai Châu	1.493
9	Quảng Ninh	4.777	9	Sơn La	1.483
10	Cần Thơ	4.371	10	Điện Biên	1.477

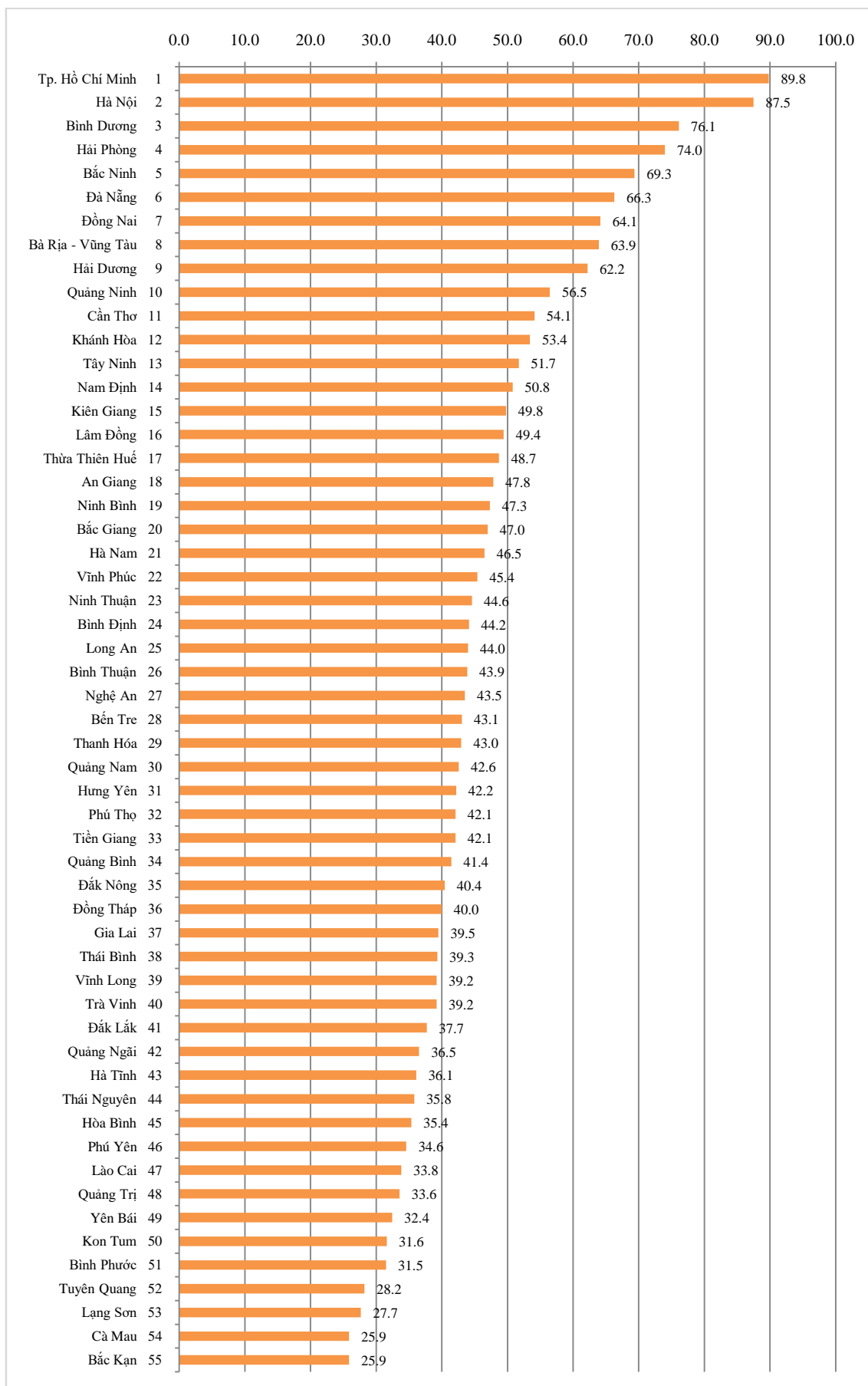
Nguồn: Niên giám thống kê năm 2018, Tổng cục Thống kê

Xét về nhóm chỉ số thành phần giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng, thành phố Hồ Chí Minh dẫn đầu (89,8 điểm), tiếp đó là Hà Nội (87,5 điểm), Bình Dương (76,1 điểm), Hải Phòng (74,0 điểm) và Bắc Ninh (69,3 điểm).

Đặc biệt khác với chỉ số về hạ tầng và nguồn nhân lực, chỉ số B2C không có nhiều sự chênh lệch lớn giữa nhóm các tỉnh thành dẫn đầu so với nhóm các tỉnh thành liền kề sau đó, điển hình là khoảng cách giữa Tp. Hồ Chí Minh (xếp thứ nhất) với Bắc Ninh (xếp thứ 5) mới chỉ chênh nhau gần 20,5 điểm. Qua đó có thể thấy mức độ phát triển B2C giữa nhóm các thành phố lân cận nhau là tương đối đồng đều. Điều này phản ánh được sức mua trực tuyến của nhóm những tỉnh thành nằm trong top đầu chưa có khoảng cách quá xa.

Nhóm 5 tỉnh thành có chỉ số giao dịch B2C thấp nhất là Bình Phước (31,5 điểm), Tuyên Quang (28,2 điểm), Lạng Sơn (27,7 điểm), Cà Mau (25,9 điểm) và Bắc Kạn (25,9 điểm). Khoảng cách giữa tỉnh thành dẫn đầu (Tp. Hồ Chí Minh) và tỉnh thành thấp nhất (Bắc Kạn) là 63,9 điểm.

Điểm trung bình của chỉ số giao dịch B2C trong cả nước là 46,2 điểm (tăng hơn một chút so với điểm số 45,7 điểm năm 2018 và 42,4 điểm năm 2017), còn nhóm 5 tỉnh thành dẫn đầu có điểm trung bình (79,3 điểm) cao hơn tới 51,5 điểm so với điểm trung bình của nhóm 5 tỉnh thành thấp nhất (27,8 điểm).

Hình 36: Chỉ số về giao dịch B2C


3. Chỉ số về giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B)⁴⁸

Chỉ số về giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) phản ánh mức độ năng động của doanh nghiệp trong các hoạt động điều hành hệ thống nội bộ cũng như quá trình kết nối làm việc với đối tác và khách hàng. Cho tới nay quy mô giao dịch B2B luôn đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong hoạt động thương mại điện tử.

Năm 2019 chỉ số thành phần giao dịch B2B vẫn tiếp tục giữ nguyên như các năm trước và bao gồm các tiêu chí: 1) sử dụng các phần mềm trong doanh nghiệp; 2) sử dụng chữ ký điện tử; 3) sử dụng hợp đồng điện tử; 4) nhận đơn đặt hàng qua các công cụ trực tuyến; 5) đặt hàng qua các công cụ trực tuyến; 6) tỷ lệ đầu tư, xây dựng và vận hành website/ứng dụng di động của doanh nghiệp và 7) tỷ lệ trung bình số dân trên mỗi doanh nghiệp.

Trong đó tiêu chí liên quan tới số lượng doanh nghiệp và dân số của từng địa phương được tổng hợp từ nguồn của Niên giám thống kê 2018 để có tỷ lệ trung bình số dân trên mỗi doanh nghiệp, chỉ tiêu này sẽ hỗ trợ phản ánh mức độ hoạt động kinh tế và thương mại của địa phương một cách chính xác hơn.

Cũng theo Niên giám thống kê 2018 của Tổng cục Thống kê thì thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội và Đà Nẵng là ba địa phương có tỷ lệ số dân/1 doanh nghiệp thấp nhất.

Bảng 3: Tỷ lệ số dân/1 doanh nghiệp

Nhóm địa phương có số dân/1 doanh nghiệp thấp nhất				Nhóm địa phương có số dân/1 doanh nghiệp cao nhất			
STT	Địa phương	Số doanh nghiệp 2018	Số dân/1 doanh nghiệp	STT	Địa phương	Số doanh nghiệp 2018	Số dân/1 doanh nghiệp
1	Tp. Hồ Chí Minh	228.267	39	1	Đồng Tháp	3.266	490
2	Hà Nội	143.119	56	2	Bạc Liêu	1.779	510
3	Đà Nẵng	20.375	56	3	Sóc Trăng	2.324	516
4	Bình Dương	27.566	88	4	Cao Bằng	998	531
5	Hải Phòng	21.613	94	5	Trà Vinh	1.878	537
6	Khánh Hòa	10.401	118	6	Yên Bái	1.513	543
7	Bà Rịa - Vũng Tàu	9.611	119	7	Điện Biên	1.026	584
8	Bắc Ninh	9.915	138	8	Tuyên Quang	1.275	616
9	Đồng Nai	21.183	146	9	Sơn La	1.728	722
10	Quảng Ninh	8.455	156	10	Hà Giang	1.138	751

Nguồn: Niên giám thống kê năm 2018, Tổng cục Thống kê

⁴⁸ 8 tỉnh không xếp hạng bao gồm Bạc Liêu, Cao Bằng, Điện Biên, Hà Giang, Hậu Giang, Lai Châu, Sóc Trăng, Sơn La.

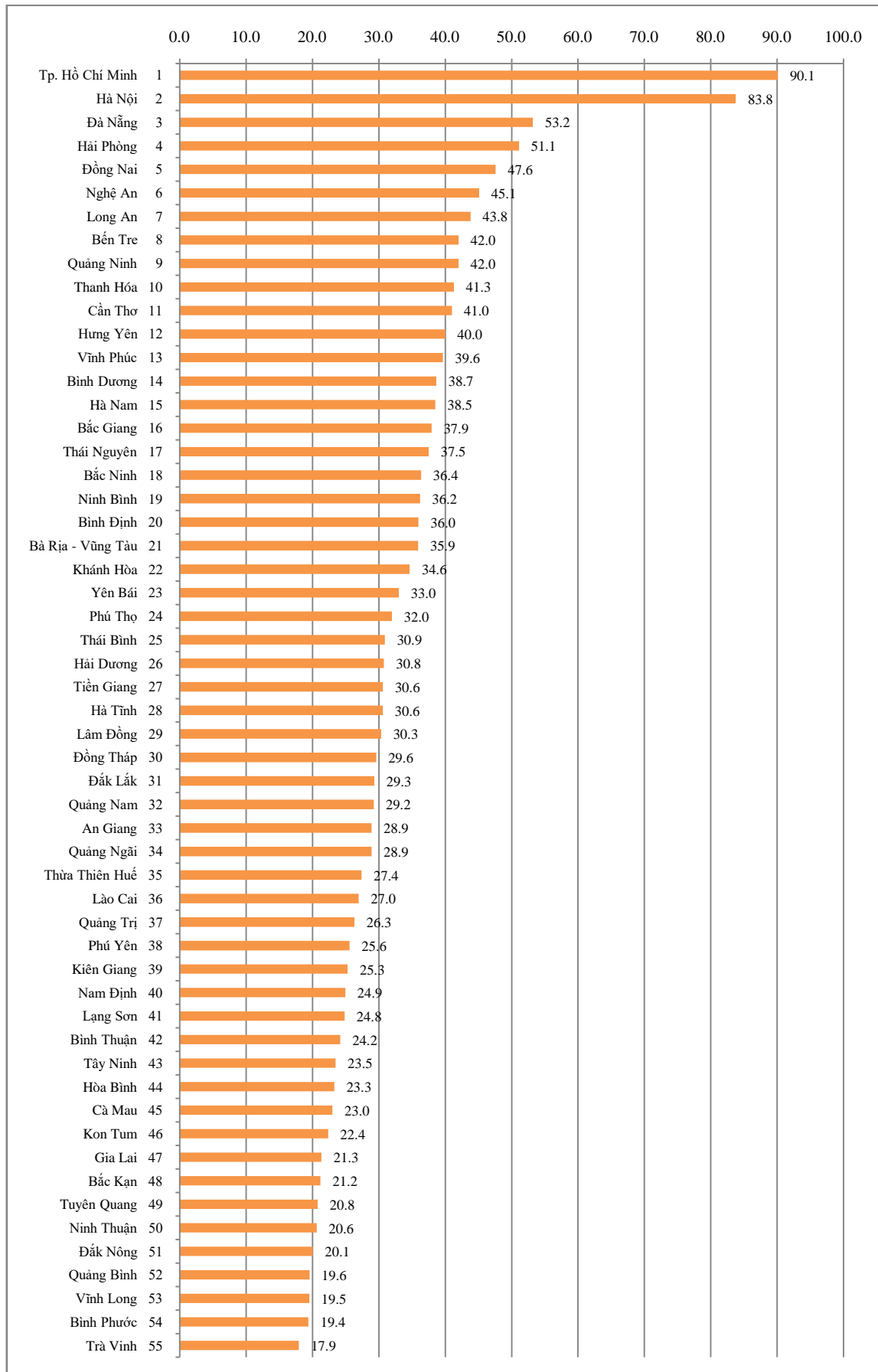
Đối với nhóm chỉ tiêu B2B thì thành phố Hồ Chí Minh lại tiếp tục là địa phương dẫn đầu với 90,1 điểm, tiếp sau đó là Hà Nội với 83,8 điểm. Tuy nhiên sang tới địa phương xếp thứ 3 là Đà Nẵng (53,2 điểm) lại thấp hơn rất nhiều so với Hà Nội. Khoảng cách này cũng tương đồng với xếp hạng của các năm trước đó.

Một lần nữa trong nhóm chỉ số B2B lại có sự phân cực lớn giữa hai thành phố Trung ương (Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh) so với nhóm các tỉnh thành khác bao gồm Đà Nẵng và Hải Phòng.

Tỉnh có chỉ số giao dịch B2B thấp nhất năm 2018 là Trà Vinh với 17,9 điểm và kém địa phương dẫn đầu là Tp. Hồ Chí Minh tới 72,2 điểm, cao hơn một chút có Bình Phước (19,4 điểm) và Vĩnh Long (19,5 điểm).

Điểm trung bình trong cả nước của chỉ số này là 33,4 điểm và là điểm chỉ số thành phần thấp nhất trong nhóm bốn chỉ số cơ bản xây dựng Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử (Hạ tầng và nguồn nhân lực, B2C, B2B, G2B). Nhóm 5 tỉnh thành dẫn đầu về điểm B2B có điểm trung bình là 65,2 điểm và cao hơn nhiều so với điểm trung bình của nhóm 5 tỉnh thành thấp nhất (19,3 điểm).

Hình 37: Chỉ số về giao dịch B2B



4. Chỉ số về giao dịch chính phủ với doanh nghiệp (G2B)⁴⁹

Chỉ số về giao dịch giữa các cơ quan quản lý nhà nước với doanh nghiệp (G2B) là một trong bốn chỉ số thành phần của chỉ số thương mại điện tử. Chỉ số thành phần này phản ánh tính minh bạch thông tin của các địa phương đối với doanh nghiệp thông qua hệ thống cổng thông tin của địa phương cũng như mức độ hoàn thiện của các dịch vụ công trực tuyến như thủ tục khai báo thuế, đăng ký kinh doanh, cấp giấy chứng nhận, v.v...

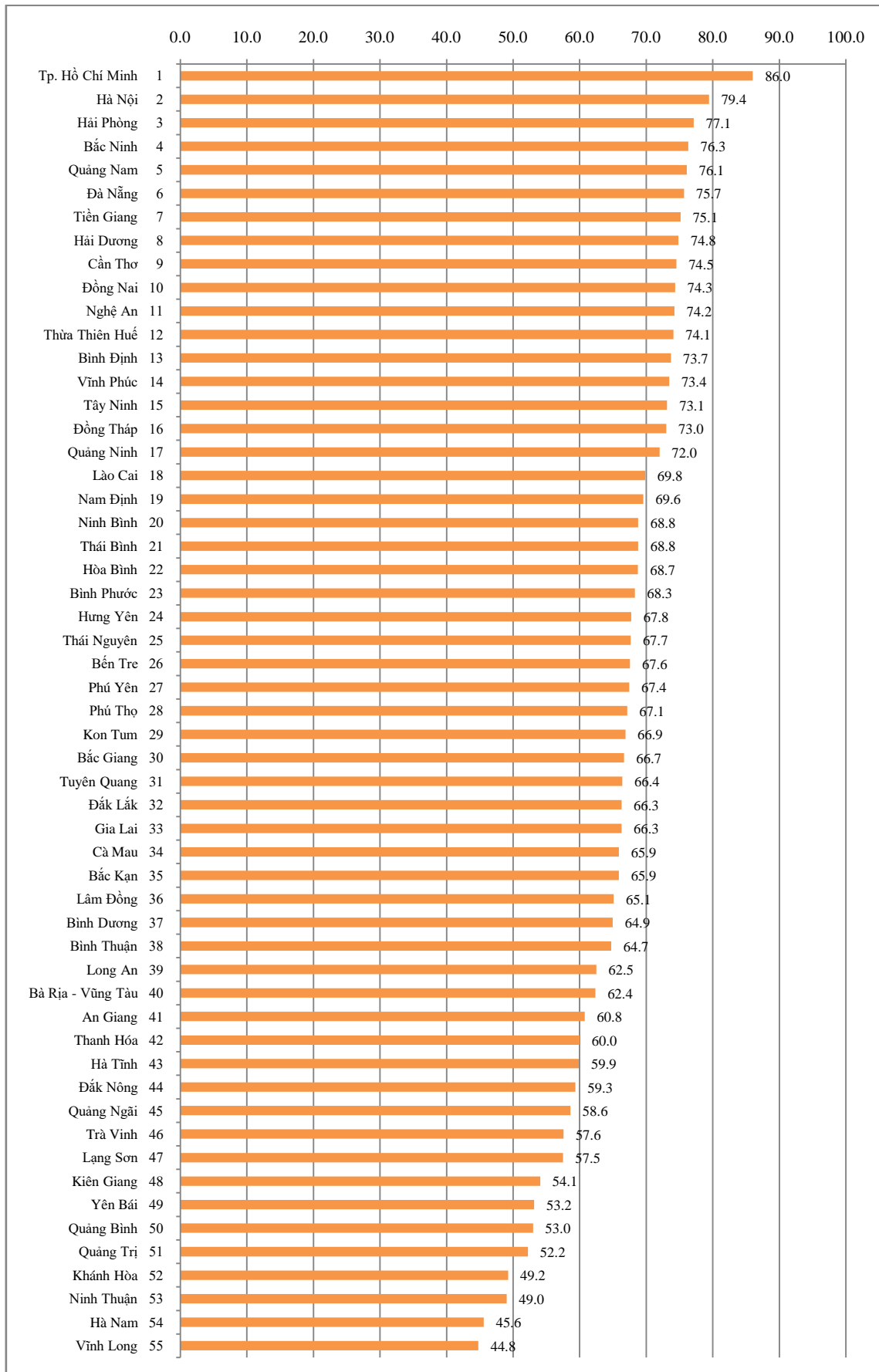
Tương tự như các chỉ số khác, các chỉ tiêu con trong chỉ số thành phần về giao dịch G2B năm nay hầu như không có sự thay đổi. Việc tính toán chỉ số G2B tiếp tục dựa vào 4 tiêu chí: 1) mức độ tra cứu thông tin trên website các cơ quan nhà nước của doanh nghiệp; 2) mức độ sử dụng dịch vụ công trực tuyến liên quan tới các thủ tục đăng ký, cấp phép, khai báo, v.v... được cung cấp trên website của các cơ quan nhà nước; 3) tỷ lệ sử dụng các loại dịch vụ công trực tuyến và 4) đánh giá của doanh nghiệp về lợi ích của dịch vụ công trực tuyến tại địa phương.

Thành phố Hồ Chí Minh là địa phương dẫn đầu về chỉ số thành phần G2B với 86 điểm, tiếp theo đó là Hà Nội (79,4 điểm), Hải Phòng (77,1 điểm), Bắc Ninh (76,3 điểm), và Quảng Nam (76,1 điểm).

Điểm trung bình của chỉ số G2B năm nay là 66,1 điểm (tăng một chút so với điểm số 64,6 của năm trước) và được đánh giá là chỉ số có điểm trung bình cao nhất trong nhóm 4 chỉ số thành phần cơ bản. Điểm trung bình của nhóm 5 địa phương dẫn đầu là 79 điểm và cao hơn gần 30,8 điểm so với điểm trung bình của nhóm 5 địa phương thấp nhất (48,2 điểm).

⁴⁹ 8 tỉnh không xếp hạng bao gồm Bạc Liêu, Cao Bằng, Điện Biên, Hà Giang, Hậu Giang, Lai Châu, Sóc Trăng, Sơn La.

Hình 38: Chỉ số về giao dịch G2B



5. Chỉ số thương mại điện tử các địa phương⁵⁰

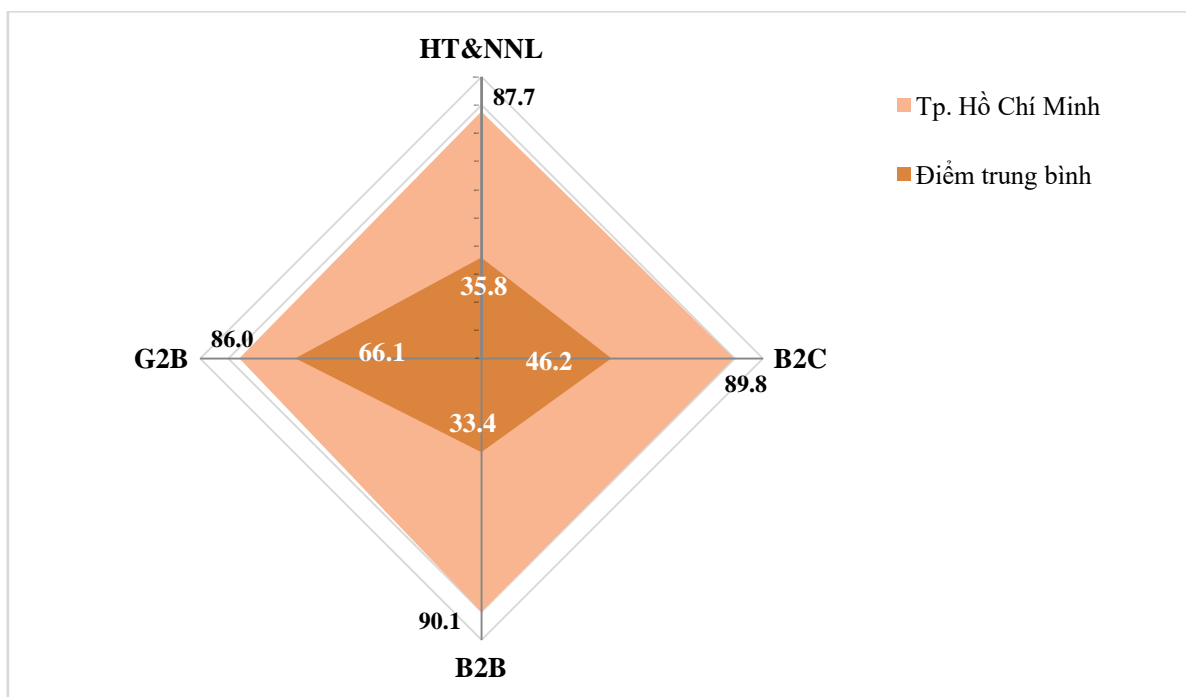
Chỉ số thương mại điện tử hàng năm được tổng hợp từ bốn nhóm chỉ số thành phần với các trọng số khác nhau.

Trọng số điểm cho bốn chỉ số thành phần năm nay vẫn giữ nguyên lần lượt là: hạ tầng nguồn nhân lực và CNTT (chiếm 20%), giao dịch trực tuyến giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng B2C (chiếm 35%), giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp B2B (chiếm 35%) và chỉ số thành phần giao dịch giữa chính phủ với doanh nghiệp (chiếm 10%).

Trọng số điểm của hai chỉ số thành phần là B2C và B2B năm nay vẫn chiếm tỷ lệ cao do tầm quan trọng của giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp và giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng vẫn đóng một vai trò lớn trong việc thúc đẩy tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử.

Việc bổ sung một số tiêu chí liên quan từ các yếu tố khác như tên miền, dân số, thu nhập sẽ góp phần phản ánh tốt hơn thực trạng phát triển thương mại điện tử tại các địa phương.

Hình 39: Biểu đồ các chỉ số thành phần của Tp. Hồ Chí Minh



Năm 2020 Chỉ số thương mại điện tử của thành phố Hồ Chí Minh tiếp tục dẫn đầu với điểm tổng hợp là 89,1 điểm và tăng 2,3 điểm so với năm 2019.

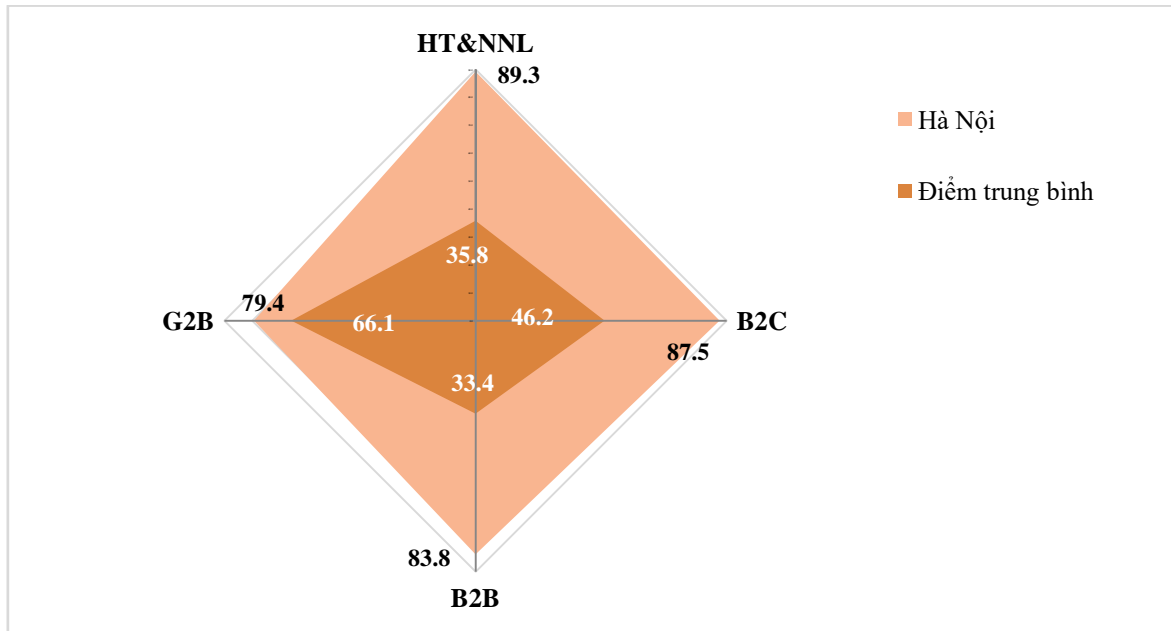
Đặc biệt điểm số này cao hơn rất nhiều so với điểm số trung bình của Chỉ số thương mại điện tử trong cả nước (41,6 điểm) và cao hơn tới 61,2 điểm so với địa phương có điểm xếp hạng thấp nhất

⁵⁰ 8 tỉnh không xếp hạng bao gồm Bạc Liêu, Cao Bằng, Điện Biên, Hà Giang, Hậu Giang, Lai Châu, Sóc Trăng, Sơn La.

là Bắc Kạn (27,9 điểm). Biểu đồ cũng cho thấy khoảng cách rất lớn giữa hai chỉ số thành phần là NNL&HT và giao dịch B2B của Tp. Hồ Chí Minh so với điểm số trung bình trong cả nước.

Đứng thứ hai là Hà Nội với điểm tổng hợp là 85,7 điểm và cao hơn 1,4 điểm so với năm trước.

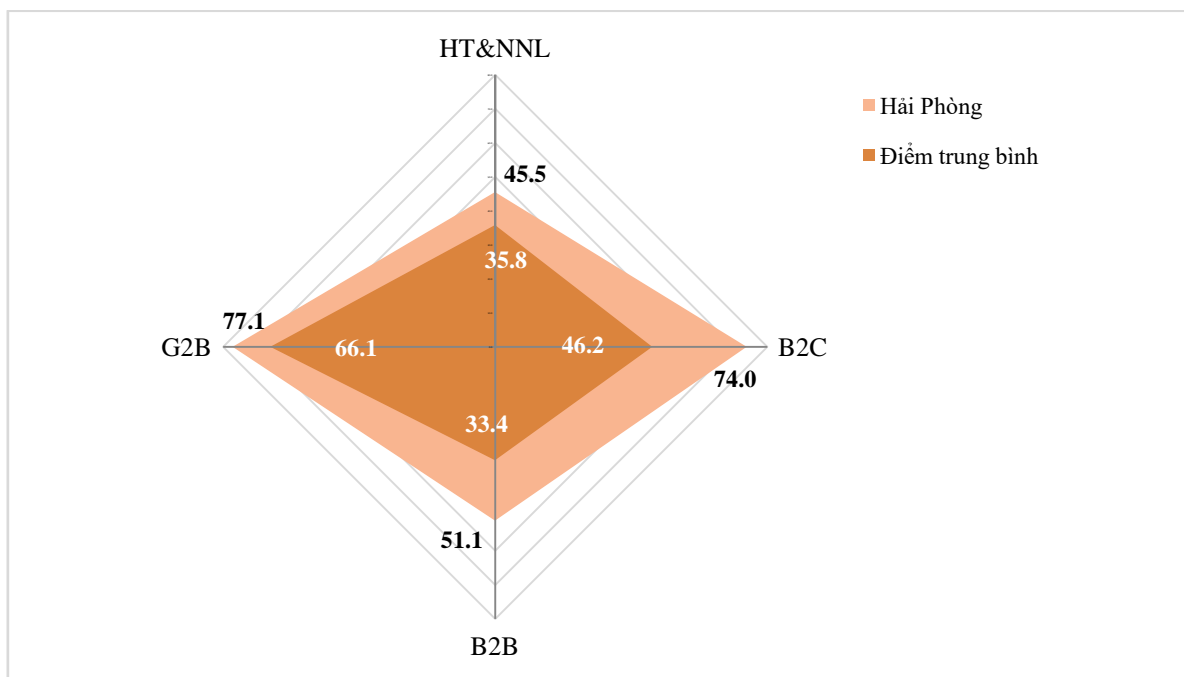
Hình 40: Biểu đồ các chỉ số thành phần của Hà Nội



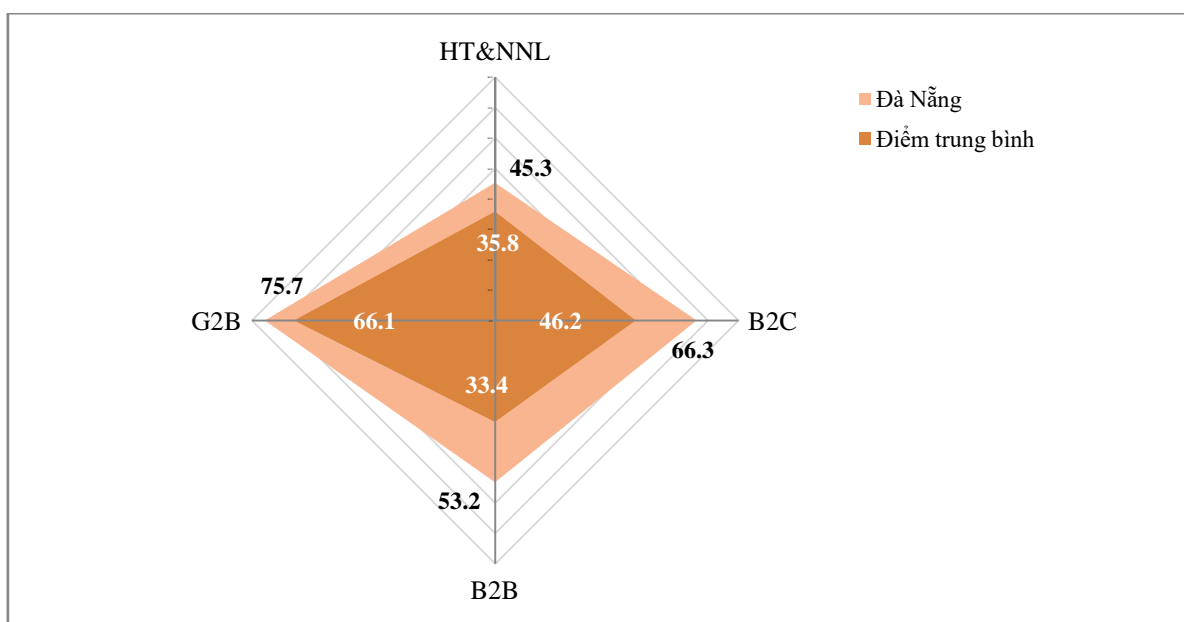
Hải Phòng tiếp tục giữ vị trí thứ 3 trong bảng xếp hạng chỉ số thương mại điện tử Việt Nam năm 2020 với điểm tổng hợp là 60,6 điểm. Đây là năm thứ 3 liên tiếp Hải Phòng đứng ở vị trí trong top 3 cả nước về Chỉ số thương mại điện tử, hai vị trí tiếp sau đó vẫn là Đà Nẵng và Bình Dương. Nhìn chung top 5 tỉnh thành xếp đầu bảng năm 2020 vẫn tiếp tục duy trì không có sự thay đổi nào.

Tuy nhiên mặc dù là top 5 tỉnh thành xếp đầu nhưng khoảng cách giữa Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội với 3 tỉnh thành còn lại cũng rất lớn, điển hình là khoảng cách giữa Hà Nội (xếp thứ 2) với Hải Phòng (xếp thứ 3) lên tới 25,1 điểm.

Điểm tổng hợp chung cho chỉ số thương mại điện tử 2020 của Hải Phòng chỉ tăng 1 điểm so với năm trước. Ngoài ra mức độ chênh lệch giữa các điểm chỉ số thành phần của Hải Phòng với các điểm trung bình không cao như Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh.

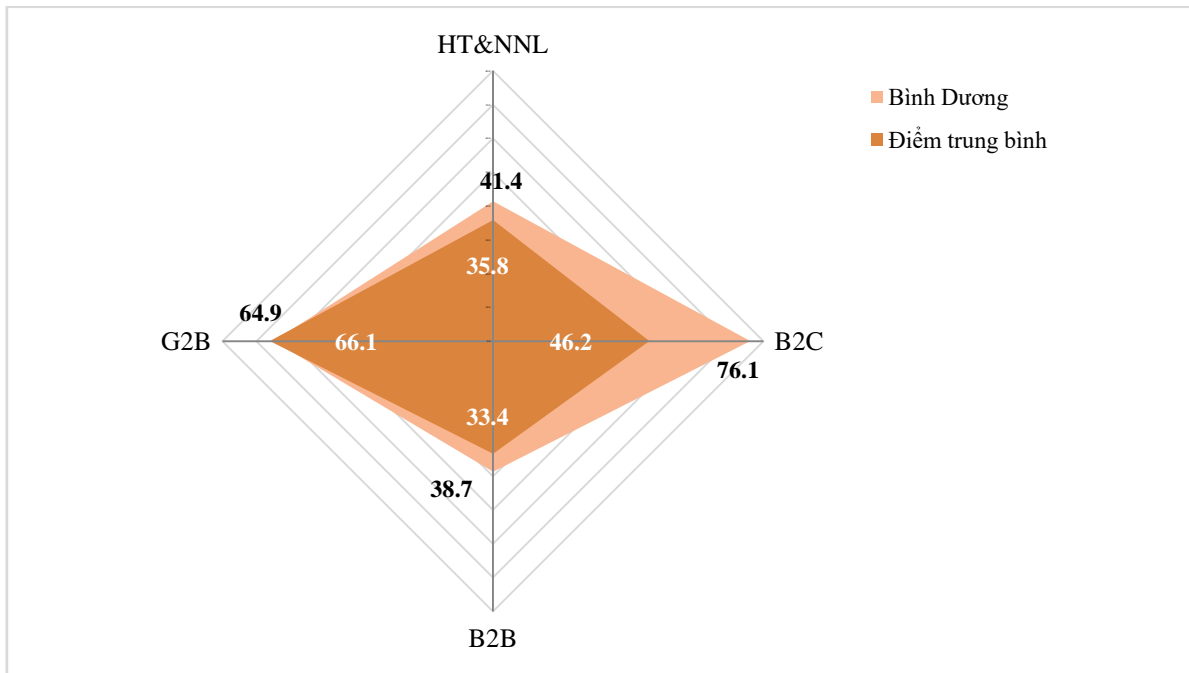
Hình 41: Biểu đồ các chỉ số thành phần của Hải Phòng


Đứng thứ 4 là thành phố Đà Nẵng với 58,4 điểm và tăng 0,9 điểm so với năm trước.

Hình 42: Biểu đồ các chỉ số thành phần của Đà Nẵng


Bình Dương tiếp tục đứng ở vị trí thứ 5 trong Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử 2020 với số điểm bình quân là 54,9 điểm và tăng 0,9 điểm so với năm trước

Hình 43: Biểu đồ các chỉ số thành phần của Bình Dương



Điểm trung bình của Chỉ số thương mại điện tử năm 2020 là 41,6 điểm và tăng 1,3 điểm so với năm 2019. Cách biệt giữa điểm trung bình của nhóm 5 địa phương thấp nhất (29,0 điểm) và điểm trung bình của nhóm 5 địa phương cao nhất (69,8 điểm) lên tới 40,8 điểm, cao hơn khoảng cách 39,4 của năm 2019, 36,7 điểm của năm 2018, 36 điểm của năm 2017, 30,5 điểm của năm 2015, 20,3 điểm năm 2014 và 18,0 điểm năm 2013. Xu hướng chênh lệch về sự phát triển thương mại điện tử giữa nhóm các địa phương phát triển so với nhóm các địa phương chậm phát triển vẫn đang tiếp tục tăng dần lên, tuy nhiên mức độ tăng có giảm đôi chút so với các năm trước.

Có thể thấy quy mô thị trường thương mại điện tử Việt Nam hiện nay vẫn đang tập trung ở hai trung tâm kinh tế lớn nhất là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Thu hẹp khoảng cách số tiếp tục là một thử thách lớn đối với thương mại điện tử Việt Nam và cần sự chung tay của cả cộng đồng. Việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nắm chắc kỹ năng kinh doanh trực tuyến của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại tất cả các tỉnh thành có ý nghĩa quyết định tới sự phát triển của thương mại điện tử nước ta trong giai đoạn tới.

Hình 44: Xếp hạng Chỉ số Thương mại điện tử năm 2020
