

**THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TÁC ĐỘNG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ
TRONG THỊ TRƯỜNG KINH TẾ SỐ CỦA CÁC QUỐC GIA ĐÔNG NAM Á,
NĂM 2000 - 2020**

*Nguyễn Minh Hùng¹
Nguyễn Thị Ngọc Linh²*

TÓM TẮT

Bài báo này, nhằm mục đích nghiên cứu đánh giá vấn đề “Thương mại điện tử tác động tăng trưởng kinh tế, trong thị trường kinh tế số của các quốc gia Đông Nam Á, 2000 – 2020”. Trong nghiên cứu này, tác giả đã khai thác dữ liệu của Wordbank, Emarket và UCTAD. Bằng phương pháp hồi quy GMM, (Arellano-Bond dynamic panel-data estimation). Thương mại điện tử rõ ràng có một tác động tích cực đối với tăng trưởng kinh tế của các quốc gia Đông Nam Á, trong thời gian nghiên cứu. Thông qua đó, tác giả nhận định để tăng trưởng kinh tế, chính phủ của các quốc gia cần chú tâm đến việc phát triển mạnh công nghệ thông tin và truyền thông (Itcg); Internet; thanh toán giao dịch qua mạng bằng thẻ tín dụng (atm); doanh thu B2C và doanh thu B2B; Vốn (K) và Lao động (Labor) nhưng bên cạnh đó, các chính phủ cần quan tâm và khắc phục các yếu tố có dấu hiệu kiềm hãm sự phát triển kinh tế như thuế (tax) trong thương mại điện tử. Thông qua nghiên cứu tác giả có nhận định Việt Nam cũng là vùng đất đầy tiềm năng, cho việc xây dựng phát triển thương mại điện tử, làm nền tảng cho kinh tế số.

Từ khóa: *Thương mại điện tử, kinh tế số, tăng trưởng kinh tế, Đông Nam Á*

1. Đặt vấn đề

Các nghiên cứu về kinh tế, luôn đưa ra các bằng chứng vững chắc cho tăng trưởng kinh tế thông qua các yếu tố, lao động, đất đai, công nghệ và vốn con người [1]. Bên cạnh đó, các yếu tố về phát triển công nghệ và truyền thông, cũng giúp tăng trưởng kinh tế [2]. Ngày nay, với công nghệ 4.0 vượt bậc và thương mại điện tử (TMĐT) là trọng tâm của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Việc ứng dụng của internet và thương mại điện tử, cũng như những tiến bộ về công nghệ thông tin (CNTT) đã thay đổi hoàn toàn hoạt động kinh tế toàn cầu, khả năng hiệu quả thông qua ứng dụng internet và công nghệ điện tử, vừa trở thành cơ hội lớn cũng là thách thức lớn cho phát triển kinh tế [3].

Những tiến bộ khoa học công nghệ, trong thị trường phát triển thương mại điện tử tại các quốc gia Đông Nam Á đã thúc đẩy nền kinh tế số phát triển. Sự xuất hiện hình thức thương mại xuyên quốc gia theo hướng mới cũng làm cho mô hình kinh doanh và thị trường của các quốc gia Đông Nam Á cũng như trên thế giới được rộng mở hơn. Từ đó, góp phần phát triển nền kinh tế số, thông qua thương mại điện tử trong khu vực.

Báo cáo nền kinh tế số Đông Nam Á năm 2019, do Google, Temasek cùng với đối tác thực hiện, công bố những số liệu cụ thể về nền kinh tế số Đông Nam Á, bao gồm 6 thị trường lớn nhất là “Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam”. Báo

¹Trường Trương Văn Hải

²Trường Đại học Đồng Nai 44
Email: codong28@gmail.com

cáo này cho thấy nền kinh tế số của khu vực, đã vượt 100 tỷ USD lần đầu tiên vào năm nay, tăng 72 tỷ USD so với năm trước.

Thương mại điện tử đã thay đổi thông lệ, thời gian và công nghệ của thương mại giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) và giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C). Những thay đổi đó đã ảnh hưởng đến giá cả, tính sẵn có của sản phẩm, phương thức vận chuyển, hành vi tiêu dùng ở các nền kinh tế số phát triển tại khu vực Đông Nam Á. Người kinh doanh mô hình từ doanh nghiệp tới doanh nghiệp (B2B) và từ doanh nghiệp tới người tiêu dùng (B2C) ở các thị trường đã phát triển như Châu Âu và Hoa Kỳ đều phải trả thuế, cũng như phải tuân thủ các quy tắc chính sách thương mại điện tử [4]. Tuy nhiên, đối với thị trường Đông Nam Á, các quy định tại một số quốc gia vẫn chưa thể theo kịp tốc độ chuyển mình của thương mại điện tử.

Trong phần trên, tác giả khái quát giới thiệu thương mại điện tử góp phần phát triển kinh tế trên thế giới. Trong phần 2 kế tiếp, tác giả hệ thống lại các cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước, để củng cố lý thuyết thương mại điện tử tác động tích cực cho kinh tế. Trong phần 3 tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu, làm nền tảng để đưa ra kết quả ở phần 4, từ đó trong phần 5 tác giả đưa ra kết luận và kiến nghị cho bài báo.

2. Cơ sở lý thuyết

Tăng trưởng kinh tế được định nghĩa, là sự mở rộng bền vững của sản lượng tiềm năng được đo bằng sự gia

tăng tổng sản phẩm quốc nội thực tế (GDP thực tế) trong một khoảng thời gian nhất định.

Nhiều nghiên cứu trước đây đã xác định các yếu tố thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững, nhằm giải thích sự khác biệt về sự giàu có và năng suất giữa các quốc gia. Hầu hết, những nghiên cứu này cho thấy các yếu tố quyết định phổ biến được sử dụng là lao động, đất đai, vốn, công nghệ, kiến thức và đầu tư. Tuy nhiên, ý tưởng cơ bản chính của lý thuyết tăng trưởng thì tăng trưởng được thúc đẩy bởi tiến bộ khoa học công nghệ [5].

Chính phủ các quốc gia, cần mạnh dạn đổi mới và thay đổi khoa học công nghệ phù hợp xu hướng trên thế giới. Đó là quá trình phát triển kinh tế quan trọng nhất, dẫn đến tăng trưởng kinh tế bền vững cho quốc gia. Các hình thức thương mại điện tử như B2B và B2C đã góp phần phát triển mạnh cho tăng trưởng kinh tế và khuyến khích chính phủ cần phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, có những chính sách thuế trong các giao dịch mua bán, thông qua thương mại điện tử [6]. Bên cạnh đó, để tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng, thúc đẩy nhiều người dùng internet, phát triển thói quen mua sắm trực tuyến nhằm nâng cao trình độ phát triển chung của thương mại điện tử và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế quốc dân có hiệu quả thì những chính sách khuyến khích quan tâm đến thương mại điện tử cũng được chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng ở các quốc gia Saudi Arabia thể hiện nhiều hơn [4].

Nhìn nhận theo góc độ việc làm công nghệ cao, tại một số địa phương

trên khắp các địa điểm ở Châu Âu, bên cạnh những tác động tích cực của chuyển đổi kỹ thuật số đối với việc làm và tạo việc làm cũng có một số hậu quả tiêu cực đã xảy ra [7]. Một số ngành, đang trải qua quá trình chuyển đổi kỹ thuật số trong sản xuất, trái ngược với việc tạo ra việc làm, có xu hướng giảm lực lượng lao động do thay thế con người bằng máy công nghệ AI (trí tuệ nhân tạo). Bên cạnh đó, công nghệ kỹ thuật số 4.0 đang lan rộng khắp thế giới, với tốc độ nhanh hơn các làn sóng đổi mới công nghệ trước đây và đang được định hình lại các mô hình và phát triển lĩnh vực kinh doanh thương mại điện tử.

Năm 2004 đến 2015, chỉ số tiêu dùng số hóa tăng 1% dẫn đến tỷ lệ thất nghiệp giảm 0,07% [8]. Sự chuyển đổi này cũng bao gồm sự xuất hiện của nền kinh tế số, được định nghĩa là “một phần của sản lượng kinh tế chỉ bắt nguồn từ công nghệ kỹ thuật số, với mô hình kinh doanh dựa trên hàng hóa hoặc dịch vụ kỹ thuật số” [9]. Nền kinh tế số được ước tính chiếm khoảng 5% GDP toàn cầu và 3% việc làm toàn cầu.

Từ thực nghiệm cho thấy, đổi mới sản phẩm có tác động tích cực đến việc làm. Việc chuyển đổi kỹ thuật số đồng loạt, đang ảnh hưởng đến nền kinh tế của các quốc gia và mang lại cho họ nhiều thành quả tốt cũng như nhiều thách thức phải đối mặt [9]. Ngoài ra kết quả thực nghiệm cũng cho thấy, mối quan hệ tích cực giữa chỉ số chuyển đổi số và phát triển kinh tế; năng suất lao động và việc làm cũng giúp phụ nữ có thể thu được nhiều kinh tế hơn từ chuyển đổi kỹ thuật số so với nam giới. Đối với các nước đang phát triển, nền

kinh tế kỹ thuật số - một phần của sản lượng kinh tế chỉ bắt nguồn từ công nghệ kỹ thuật số, với mô hình kinh doanh dựa trên thương mại điện tử, càng ngày càng có tầm quan trọng [10].

Tuy nhiên, thực tế nền kinh tế kỹ thuật số đang khai thác tiềm năng của nó ở các quốc gia này cũng có một loạt thách thức như cơ sở hạ tầng kỹ thuật số một phần chưa hoàn thiện, tốn kém và hoạt động kém; Hệ sinh thái kỹ thuật số rộng lớn hơn, bị thiếu hụt về nhân lực; tài chính yếu và quản trị kém. Đồng thời, tăng trưởng trong nền kinh tế kỹ thuật số cũng đang làm trầm trọng thêm tình trạng loại trừ kỹ thuật số, bất bình đẳng, kết hợp bất lợi và các tác hại kỹ thuật số khác [7].

Trong phần 2 này, tác giả đã trình bày các lý thuyết và củng cố các bằng chứng thương mại điện tử tác động tích cực cho phát triển kinh tế, để làm nền tảng đề xuất mô hình nghiên cứu trong phần 3 tiếp theo.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được tác giả trích lục từ WordBank, UCTDA và Emarket, trong khoảng thời gian (2000 - 2020), các báo cáo của Hiệp Hội Thương Mại Điện Tử Đông Nam Á. Trong nghiên cứu này, tác giả áp dụng kinh tế lượng theo dữ liệu bảng và dùng phương pháp GMM (Arellano-Bond dynamic panel-data estimation), để ước tính tỷ lệ giữa thương mại điện tử và GDP thực tế trong nền kinh tế (2000 - 2020) của 6 gia Đông Nam Á gồm, “Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam”.

Tác giả dùng kiểm định Sargan/Hansen để kiểm định tính hữu dụng của mô hình. Mô hình kinh tế lượng nghiên cứu với giả thuyết tăng trưởng dựa vào các yếu tố công nghệ [6]. Ngoài ra, tác giả còn dựa vào tầm quan trọng của

điều kiện thương mại điện tử ở các quốc gia Đông Nam Á đang phát triển và bổ sung thêm các biến vĩ mô, vào mô hình như một yếu tố quyết định tăng trưởng kinh tế trong nền tảng kinh tế số [10].

Mô hình nghiên cứu theo công thức như sau:

$$Y_{gdp} = \beta_0 + \beta_1 mobi + \beta_2 labor + \beta_3 tax + \beta_4 itcg + \beta_5 k + \beta_6 Ds + \beta_7 \text{ internet} + \beta_8 atm + \beta_9 b2c + \beta_{10} b2b + \beta_{11-16} QG_i + \mu_i \quad (1)$$

Sau khi lấy ln cho cả hai vế tác giả thu được mô hình :

$$\ln Y_{gdp} = \beta_0 + \ln \beta_1 mobi + n\beta_2 labor + \ln \beta_3 tax + \ln \beta_4 itcg + \ln \beta_5 k + \ln \beta_6 Ds + \ln \beta_7 \text{ internet} + \ln \beta_8 atm + \ln \beta_9 b2c + \ln \beta_{10} b2b + \ln \beta_{11-16} QG_i + \mu_i \quad (2)$$

Trong đó các biến số trong mô hình, được diễn giải và thể hiện nguồn khai thác qua bảng 1.

Bảng 1: Diễn giải các biến trong mô hình nghiên cứu.

Ký hiệu tên biến	Tên biến nghiên cứu	Đơn vị tính	Tác giả	Nguồn
GDP	GDP	Tỷ lệ %		Wordbank
Mobil	Lượng người sử dụng điện thoại di động thông minh.	triệu thuê bao/năm	Heidi Aly, 2019	Wordbank
Labor	Lực lượng lao động	triệu người	Bukht, 2018	Wordbank
Itcg	Công nghệ thông tin và truyền thông	Tỷ USD	Heidi Aly, 2019	UCTAD
K (Vốn)	Lượng vốn đầu tư	Tỷ USD	Bukht, 2018	Wordbank
Ds	Dân số của quốc gia	Triệu người	Hawk S, 2004	Wordbank
Internet	Truy cập web	triệu lượt/năm		UCTAD
atm	Lượng thanh toán giao dịch qua mạng bằng thẻ tín dụng.	Số lượng thẻ tín dụng/ triệu người	Hawk S, 2004	Wordbank
tax	Lượng thuế thu từ thương mại điện tử	Tỷ USD	Mohamed, 2014	Wordbank
B2C	Doanh thu b2c	Tỷ USD	Mohamed, 2014	Emarke

B2B	Doanh thu b2c	Tỷ USD	Mohamed, 2014	Emarke
QG	Các quốc gia trong nghiên cứu	Việt Nam; Thái Lan; Singapore; Philippines và Indonexia	Hawk S, 2004	Wordbank
μ_i	Phần dư của mô hình			

(Nguồn tác giả tổng hợp từ Wordbank.com; Emarket.com; UCTAD.com)

4. Thảo luận kết quả

Thông kê mô tả các biến trong nghiên cứu, trong bảng 2.

Bảng 2: *Diễn giải các biến trong mô hình nghiên cứu*

Ký hiệu tên biến	Số quan sát	Giá trị Trung bình	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
GDP	126	8,356	5,966	11,144
Mobil	126	13,850	17,560	174,600
Labor (lao động)	126	45,261	10,010	80,875
Itecg	126	39,415	56,225	122,812
K (vốn)	126	24,223	2,662	54,974
Ds	126	17,597	15,208	19,413
Internet	126	36,387	0,254	100,658
atm	126	38,528	1,065	122,487
tax	126	7,040	0,788	13,900
B2B	126	83.294	80.070	153.106
B2C	126	59,011	17,662	92,211
QG	126	3,500	1	6

(Nguồn tác giả tổng hợp từ phần mềm Stata 14)

Thông qua bảng 2, tác giả có nhận định sự phát triển thương mại điện tử trong nền kinh tế số của các quốc gia Đông Nam Á: GDP có giá trị trung bình là 8,356, giá trị lớn nhất là 11,144 và nhỏ nhất 5,966; Mobil: lượng số thuê bao có giá trị trung bình là 13,85 (triệu thuê bao/ năm); Doanh thu B2B, doanh thu B2C và Itecg luôn có chiều hướng gia tăng theo hằng năm tại các quốc gia

Đông Nam Á với hệ số lớn nhất lần lượt là (153,106; 92,211; 122,812/ tỷ USD). Lượng vốn chảy vào khu vực này luôn tăng và có giá trị trung bình theo hằng năm là 24,223 tỷ USD. Lực lượng lao động tại khu vực Đông Nam Á vẫn luôn từng ngày phát triển mạnh, trung bình lượng lao động hằng năm là 45,261 triệu người.

Sau khi kiểm tra số liệu không bị khuyết tật, không có sự tự tương quan các biến trong mô hình, tiếp theo tác giả sử dụng phương ước lượng GMM (Arellano-Bond dynamic panel-

data estimation) với độ trễ mặc định theo thời gian là 1 năm, kế tiếp tác giả kiểm định tính hữu dụng của mô hình thông qua kiểm định Sargan. Tác giả thu được các bằng chứng như sau

Bảng 3: Kết quả ước lượng hồi quy theo phương pháp GMM

Ký hiệu tên biến	Số quan sát	Coef Hằng số	z	$p > z $
L.1		0,531***	4,90	0,000
Mobil	120	0,008***	3,37	0,001
Labor	120	0,007***	4,62	0,000
tax	120	- 0,005**	- 2,77	0,007
Ds	120	0,116***	6,17	0,000
Itcg	120	0,100***	3,83	0,000
K (vốn)	120	0,013***	3,39	0,001
Internet	120	0,030***	5,21	0,000
atm	120	0,040***	3,57	0,000
B2B	120	0,110***	5,45	0,000
B2C	120	0,012***	4,43	0,000
Quốc gia				
Indonesia	120	0,058***	3,40	0,000
Malaysia	120	0,025**	2,71	0,008
Singapore	120	0,028**	2,83	0,006
Việt Nam	120	0,073***	4,37	0,000
Const		0,734***		
Wald chi2(5)	1.598,82			
Prob > chi2	0,0000			

*** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$

(Nguồn tác giả tổng hợp từ phần mềm Stata 14)

Sự hữu dụng của mô hình nghiên cứu có độ trễ là 1 năm, cùng với

kiểm định của Sargan/ Hansen với hệ số chi2 (92) = 109,1931, Prob > chi2 =

0,1066, chứng tỏ mô hình này tiếp tục cũng có sự hữu dụng cho mô hình nghiên cứu.

Điện thoại di động thông minh (Mobil): Có cặp hệ số $z = 3,37$ và $\beta_1 = 0,008$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình này. Khi tăng 1% lượng người sử dụng Mobil thì nó sẽ tác động và làm tăng 8% giá trị GDP. Ngày nay việc sử dụng Mobil của con người không chỉ liên lạc nhưng truyền thông mà người ta còn sử dụng để có thể tìm và mua hàng hóa ngay trên Mobil.

Lực lượng lao động (Labor): Có cặp hệ số $z = 4,62$ và $\beta_2 = 0,007$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình này. Khi các yếu tố khác không đổi thì tăng 1% lực lượng lao động thì nó truyền dẫn làm tác động tăng 7% GDP tại các Đông Nam Á. Nơi đây, vẫn nóng về lực lượng lao động luôn là điểm chọn lý tưởng cho các nhà đầu tư nước ngoài, bên cạnh đó lao động tại những quốc gia này luôn đang chạy theo xu hướng của các nhà đầu tư, người lao động luôn nâng cao thay nghề và luôn tiếp cận các công nghệ cao để nâng cao chuyên môn.

Thuế (Tax): Có cặp hệ số $z = 2,77$ và $\beta_3 = -0,005$, biến số này có dấu hiệu tiêu cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi lượng thuế bị thất thu 1% thì nó làm giảm 5% giá trị GDP. Đối với các thị trường đã phát triển như Châu Âu và Hoa Kỳ, người kinh doanh mô hình từ doanh

nghiệp tới doanh nghiệp (B2B) và từ doanh nghiệp tới người tiêu dùng (B2C) đều phải trả thuế và tuân thủ các quy tắc chính sách thương mại điện tử. Tuy nhiên, đối với Đông Nam Á, các quy định tại một số quốc gia vẫn chưa thể theo kịp tốc độ chuyển mình của thương mại điện tử, vì những nhà đầu tư chính đều đến từ nước ngoài. Các nhà đầu tư nước ngoài này, không chịu bất kỳ mức thuế bắt buộc nào. Đây chính là một khoản lỗ lớn cho doanh thu thuế cho các quốc gia Đông Nam Á.

Dân số (Ds): Có cặp hệ số $z = 6,17$ và $\beta_4 = 0,116$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi tăng 1% dân số thì có sẽ làm cho giá trị GDP tăng 11,6%. Dân số ở khu vực ĐNA vẫn luôn tăng trưởng theo hàng năm và là nguồn lao động tốt cho các quốc gia phát triển luôn chú tâm đến.

Công nghệ thông tin và truyền thông (Itcg): Có cặp hệ số $z = 3,83$ và $\beta_5 = 0,10$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi tăng 1% công nghệ thông tin và truyền thông thì có sẽ làm cho giá trị GDP tăng 10%. Ngày nay các quốc gia Đông Nam Á đã chứng minh được vị thế của mình trên thương trường trên khu vực Châu Á và Thế giới và luôn đón nhận các khoản đầu tư lớn về công nghệ thông tin từ các tập đoàn đa quốc gia.

Vốn (k): Có cặp hệ số $z = 3,39$ và $\beta_6 = 0,013$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi lượng vốn tăng 1% thì nó tác động tích cực và làm cho GDP tăng 1,3%. Vốn đầu tư vào khu vực Đông Nam Á vẫn đang có sự gia tăng theo từng năm, Chính Phủ của các quốc gia ở khu vực này luôn chào đón các chủ đầu tư lớn ở trên khắp thế giới. Đông Nam Á đang trở thành điểm nóng hút vốn hơn bao giờ hết, làn sóng đầu tư mạnh mẽ này được hưởng ứng từ một thực tế là dân số Đông Nam Á đang ở thời kỳ vàng.

Lượng sử dụng internet (Internet): Có cặp hệ số $z = 5,21$ và $\beta_7 = 0,030$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi tăng 1% lượng người truy cập vào internet tìm kiếm và mua sắm hàng hóa, sẽ tác động tăng 3% giá trị GDP, việc này cho ta thấy việc sử dụng internet trong việc ứng dụng kinh doanh hay phát triển kinh tế số là có hướng tích cực. Những chiến dịch dồn dập để thúc đẩy mua sắm trực tuyến của các công ty thương mại điện tử, kết hợp với tỷ lệ thâm nhập internet cao và dân số trẻ, am hiểu công nghệ đã góp phần thay đổi hành vi và mức chi tiêu trực tuyến của người tiêu dùng. Trước cuộc cách mạng thương mại điện tử, mua sắm trực tuyến được sử dụng chủ yếu cho các mặt hàng đắt tiền. Ngày nay, lượng tiêu thụ các mặt hàng thời trang, làm đẹp và đồ gia dụng đang tăng vì

người tiêu dùng đang dần coi mua sắm trực tuyến như một thói quen hàng ngày. Việt Nam cũng là một trong hai nước (cùng với Indonesia) có sự tăng trưởng về lượng truy cập website TMĐT, trong khi bốn quốc gia còn lại là Thái Lan, Malaysia, Singapore và Philippines đều cho thấy sự sụt giảm rõ rệt về mảng này.

Lượng thanh toán giao dịch qua mạng bằng thẻ tín dụng, (atm): Có cặp hệ số $z = 3,57$ và $\beta_8 = 0,02$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi tăng 1% lượng người sử dụng atm thì nó sẽ làm cho giá trị GDP tăng 2%. Trong đó, Malaysia và Singapore là những quốc gia đầu tiên chuyển đổi hệ thống thanh toán thẻ sang chuẩn EMV từ năm 2005, tiếp sau đó là Thái Lan, Indonesia, Philipines và Việt Nam. Như vậy, dịch vụ ngân hàng điện tử đã và đang ngày càng thu hút nhiều khách hàng, doanh nghiệp sử dụng do tính tiện dụng, nhanh chóng, khả năng phục vụ mọi lúc, mọi nơi, ngày càng đa dạng và làm tăng tính tích cực cho nền kinh tế số trong tương lai [8].

Doanh thu B2C (B2C): Có cặp hệ số $z = 4,43$ và $\beta_9 = 0,012$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi tăng 1% doanh thu B2C thì nó sẽ làm cho GDP tăng 1,2%. Nghiên cứu này của tác giả cũng đồng quan điểm với [4], trong khi xu hướng người mua

trong mô hình B2C đang chuyển dần sang những quy trình hiện đại để người tiêu dùng có trải nghiệm tốt hơn.

Doanh thu B2B (B2B): Có cặp hệ số $z = 5,45$ và $\beta_{10} = 0,110$, biến số này có dấu hiệu tích cực trong mô hình. Khi các yếu tố khác không đổi thì khi tăng 1% doanh thu B2B thì nó sẽ làm cho GDP tăng 11%, kênh thương mại điện tử B2B vẫn đang nóng tại các quốc gia ĐNA. Các nhà đầu tư lớn trên thế giới luôn mở rộng kênh này, tại khu vực Đông Nam Á.

Xem xét cấp độ 6 quốc gia trong nghiên cứu, lấy quốc gia Thái lan làm mốc nghiên cứu tác giả có bằng chứng như sau: Indonesia; Malaysia; Singapore và Việt Nam có ý nghĩa thống kê 1% và 5% trong mô hình nghiên cứu này và có hệ số tác động tích cực lần lượt là 0,058; 0,025; 0,028 và 0,073. Với kết quả thu được từ các quốc gia, tác giả nhận thấy Việt Nam vẫn đang có sự phát triển vượt bậc so với các quốc gia khác trong khu vực bên cạnh đó Indonexia cũng có sự phát triển mạnh trong thời kỳ thương mại điện tử, còn Malaysia và Singapore có sự phát triển thương mại điện tử nhưng có dấu hiệu chậm lại trong những năm gần đây. Quốc gia còn lại Philippines, chưa có đủ bằng chứng thương mại điện tử tác động đến giá trị tăng trưởng GDP, trong nghiên cứu này của tác giả.

Đông Nam Á vẫn là nơi đang diễn ra những cuộc tranh đua ráo riết

giữa những công ty thương mại điện tử nội địa, công ty trong khu vực và công ty trên quốc tế. Một luồng đầu tư chưa từng thấy đã đổ vào vùng này từ năm 2014, và đến năm 2018 đã trở thành địa điểm sôi động nhất tại các quốc gia Đông Nam Á. Theo tác giả thương mại điện tử hiện là một kênh quan trọng cho nền tảng kinh tế số ngày nay. Việc gia nhập những nền tảng thương mại điện tử như; B2C và B2B giúp doanh nghiệp khu vực Đông Nam Á tiếp cận trực tiếp với khách hàng trên thế giới, giảm chi phí liên quan đến việc xúc tiến thương mại truyền thống như tham gia hội chợ, triển lãm, thiết lập văn phòng tại các thị trường mục tiêu.

5. Kết luận và kiến nghị

Đổi mới là động lực chính cho tăng trưởng kinh tế. Thương mại điện tử là một điển hình của sự đổi mới để nó là một yếu tố quan trọng quyết định để nâng cao tăng trưởng kinh tế. Nghiên cứu này, đã tìm ra các bằng chứng tích cực của thương mại điện tử ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế. Các bằng chứng trong nghiên cứu bao gồm, truyền thông (Itcg), Internet (truy cập web), thanh toán giao dịch qua mạng bằng thẻ tín dụng (atm), doanh thu B2C và doanh thu B2B, Vốn (K) và Lao động (Labor). Và có một yếu tố tiêu cực, đó chính là việc quản lý thuế thương mại điện tử của các quốc gia Đông Nam Á chưa được tốt. Thông qua nghiên cứu, mô hình thực nghiệm, trong vấn đề

“Thương mại điện tử tác động tăng trưởng kinh tế trong thị trường kinh tế số của các quốc gia Đông Nam Á, 2000 – 2020”. Thương mại điện tử rõ ràng có một tác động tích cực đối với tăng trưởng kinh tế của các quốc gia trong khu vực nghiên cứu. Tác giả nhận định để tăng trưởng kinh tế, chính phủ của các quốc gia cần có những chính sách phát triển mạnh các yếu tố vĩ mô và các nhân tố thương mại điện tử, nhưng bên cạnh đó, các chính phủ cần khắc phục yếu tố có dấu hiệu kiềm hãm sự phát triển kinh tế như Thuế (tax) trong thương mại điện tử. Và tác giả đưa ra những kiến nghị, cho các chính phủ của khu vực Đông Nam Á như sau:

- Chính phủ cần nâng cao hình thức thương mại hóa B2B, B2C để xóa đi các hình thức kinh doanh cổ điển, để làm nền tảng kinh tế số thương mại hóa xuyên quốc gia.

- Chính phủ cần tập trung nguồn nhân lực theo xu hướng công nghệ cao để đáp ứng cho các tập đoàn lớn đang có chiều hướng tìm nguồn nhân lực tăng cao và dồn vốn công nghệ tại nơi đây.

- Chính phủ cần thiết kế và xây dựng chính sách thuế phù hợp cho thương mại điện tử để tránh sự thoát thuế trong thương mại điện tử gây tổn hại cho nền kinh tế số tại các quốc gia Đông Nam Á, và chính phủ cần theo dõi chặt chẽ sự phát triển của thương mại điện tử bằng cách đo lường các chỉ số phát triển của nó.

- Chính phủ nên khuyến khích thành lập một số dịch vụ thanh toán cho khách hàng điện tử.

- Mạng lưới hậu cần ở các nước cần được cải thiện

Thông qua nghiên cứu, tác giả nhận thấy quốc gia Việt Nam cũng là vùng đất đầy tiềm năng cho việc xây dựng phát triển thương mại điện tử, làm nền tảng cho kinh tế số để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế quốc gia. Tác giả kiến nghị, chính phủ Việt Nam cần có các chính sách (1) Chính phủ cần hoàn thiện chính sách, pháp luật về TMĐT, xây dựng hệ sinh thái cho TMĐT và xây dựng nền kinh tế số là một nội dung quan trọng cần được xác định để định hướng phát triển TMĐT trong thời gian tới. (2) Chính phủ cần đẩy mạnh việc đào tạo nguồn nhân lực cho TMĐT. Các giao dịch TMĐT đòi hỏi phải có một đội ngũ chuyên gia khoa học về tin học giỏi, thường xuyên bắt kịp các thành tựu công nghệ thông tin mới phát sinh, để phục vụ cho TMĐT và có khả năng thiết kế các phần mềm đáp ứng các nhu cầu của kinh tế số hóa. (3) Chính phủ cần đầu tư trực tiếp và có chính sách tiếp tục khuyến khích; thu hút đầu tư của xã hội; đầu tư tư nhân nhằm phát triển hạ tầng kỹ thuật cho thanh toán điện tử. Đẩy mạnh hơn nữa trong việc cung cấp các dịch vụ công. (4) Chính phủ cần đẩy mạnh ứng dụng TMĐT hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hóa nội địa và thúc đẩy phát triển TMĐT tại

các địa phương. Trong đó, Chính phủ cần chọn lựa một số địa phương đại diện cho mỗi vùng kinh tế trọng điểm và triển khai các đề án hỗ trợ phát triển

TMĐT theo ngành hàng, từ đó tạo hiệu ứng lan tỏa ra các địa phương trên toàn quốc gia Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Solow, R.M., (1956), “A Contribution to the Theory of Economic Growth”, *Quarterly Journal of Economics* 70 (1), pp. 65- 94.
2. Dedrick, J., Gurbaxani, V., & Kraemer, L. K. (2003), Information technology and economic performance: A critical review of the empirical evidence, Center for Research on Information Technology and Organization, pp 56 – 81.
3. Kambil, A. (1995), Electronic commerce: implications of the Internet for business practice and strategy, *Business Economics*, 30, pp. 27–33.
4. Mohamed S. A. (2014), “*Electronic Commerce And Economic Growth In Saudi Arabia*”, Sadat Academy for Management Sciences, Cairo Governorate, Egypt, Vol. II, Issue 5, ISSN 2348 0386, , pp. 87–114.
5. Schumpeter, Joseph A. (March 1949), "Science and ideology", *The American Economic Review*. American Economic Association, pp.346–59.
- 6 Hawk S. (2004), A Comparison of B2C E-Commerce in Developing Countries, *Electronic Commerce*, pp.30–52.
7. Goos, M., J. Konings and M. Vandeweyer, (2015), “Employment Growth in Europe: The Roles of Innovation, Local Job Multipliers and Institutions”, *Local Job Multipliers and Institutions*, October, pp.140–162
8. Katz, R. and Callorda, F. (2016), Iniciativas empresariales y políticas publicas para acelerar el desarrollo de un ecosistema digital latinoamericano, Informe al Consejo Iberoamericano de la Productividad y la Competitividad, pp.120–142
- 9 Bukht, R. and Heeks, R. (2017), *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy*, *Development Informatics working paper* 68 - 88.
10. Heidi Aly (2019), Development and productivity in developing countries: is artificial intelligence a curse or a blessing?, *Digital transformation*, pp 34 – 58.
11. E-Conomy SEA is a multi-year research program launched by Google and Temasek in 2016. Bain & Company joined the program as lead research partner in 2019.

E-COMMERCE ECONOMIC GROWTH IMPACT ON THE DIGITAL ECONOMY MARKET OF SOUTHEAST ASIAN COUNTRIES IN THE PERIOD OF 2000 - 2020

ABSTRACT

This paper aims at studying and evaluating the issue of "E-commerce Impacting economic growth in the digital economy market of Southeast Asian countries in 2000 – 2020". In this study the writer has exploited data from Wordbank, Emarket, and UCTAD, by the GMM regression (Arellano-Bond dynamic panel-data estimation method). E-commerce clearly had a positive impact on the economic growth of Southeast Asian countries during the study period. Thereby, the writer believes that in order to grow the economy, governments of countries need to pay attention to strongly developing information and communication technology (Itcg); Internet; payment of commercial transaction online by credit card (atm); B2C revenue and B2B revenue; Capital (K) and Labor, also, governments need to pay attention to and overcome factors that show signs of slowing economic development such as taxes in e-commerce. Through the research, the writer identifies Vietnam as also a fully potential land for building e-commerce development laying a foundation for the digital economy.

Keywords: *E-commerce, digital economy, economic growth, Southeast Asia*

(Received: 05/1/2021, Revised: 20/3/2021, Accepted for publication: 31/5/2021)