

CƠ HỘI PHÁT TRIỂN KINH TẾ KHÔNG TIẾP XÚC CỦA VIỆT NAM THỜI KỲ ĐẠI DỊCH COVID-19

VŨ VĂN HÙNG* -
TỔNG THẾ SƠN**

Covid-19 đã khiến cho các loại hình kinh tế truyền thống bị ảnh hưởng nghiêm trọng và “kinh tế không tiếp xúc” được nhắc đến nhiều hơn bao giờ hết. Kinh tế không tiếp xúc là một trong những hướng đi giúp Việt Nam thực hiện “mục tiêu kép” nhằm ổn định kinh tế và kiểm soát dịch bệnh. Bài viết tóm lược một số quan niệm về kinh tế không tiếp xúc, phân tích ngắn gọn những điều kiện thuận lợi của kinh tế không tiếp xúc tại Việt Nam trong thời kỳ dịch bệnh Covid-19 và đề xuất một số kiến nghị nhằm phát triển kinh tế không tiếp xúc của Việt Nam trong tương lai.

Từ khóa: Kinh tế không tiếp xúc; đại dịch Covid-19; cơ hội; phát triển.

Covid-19 has severely affected traditional economic types and a “contactless economy” is mentioned more than ever. Contactless economy is one of the directions to help Viet Nam realize the “dual goal” of stabilizing the economy and controlling the epidemic. The paper summarized conceptions about the contactless economy, briefly analyzed the favorable conditions for a contactless economy in Viet Nam during the Covid-19 epidemic, and proposed some recommendations to develop a contactless economy in Viet Nam in the future.

Keywords: Contactless economy; Covid-19 pandemic; opportunities; development.

NGÀY NHẬN: 18/02/2022

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 19/3/2022

NGÀY DUYỆT: 15/4/2022

1. Đặt vấn đề

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang tác động trực tiếp đến các hoạt động kinh tế và làm xuất hiện các loại hình kinh tế mới. Kinh tế không tiếp xúc (KTKTX) đã xuất hiện từ lâu nhưng chỉ thực sự được nhắc đến nhiều trước sự bùng phát của đại dịch Covid-19.

Để có thể thực hiện được “mục tiêu kép” vừa ổn định và tăng trưởng kinh tế, vừa kiểm soát dịch bệnh, KTKTX là một trong những giải pháp hiệu quả của kinh tế Việt

Nam trong bối cảnh đại dịch hiện nay.

2. Kinh tế không tiếp xúc

Theo Deloitte (Công ty cung cấp dịch vụ kiểm toán và tư vấn tài chính thành lập tại nước Anh), KTKTX được thúc đẩy bởi các nền tảng công nghệ kỹ thuật số và các yếu tố từ nhu cầu con người¹. Do vậy, động lực thúc đẩy của sự phát triển KTKTX được chỉ ra là: nhận thức về sức khỏe và an toàn ngày

* TS, Trường Đại học Thương mại

** ThS, Trường Đại học Thương mại

càng được tăng cao; kỹ thuật số giúp mọi người duy trì cảm giác ổn định; 5G gia tăng theo cấp số nhân; sự bùng nổ của các nền tảng phục vụ trải nghiệm cho con người; sự phát triển của công nghệ mới.

Theo Ignasi Sayol, KTKTX phát triển mạnh là do nhu cầu thích ứng nhanh chóng để tạo ra một giải pháp thay thế kinh doanh thích ứng với các rủi ro sức khỏe hiện tại trong bối cảnh đại dịch Covid-19².

Tác giả nhận định, KTKTX hiểu đơn giản là một kiểu kinh tế mà các hoạt động trao đổi mua bán giữa các chủ thể tham gia thị trường được thực hiện hoàn toàn thông qua các nền tảng số, không cần gặp mặt trực tiếp.

2. Tính tất yếu của sự phát triển kinh tế không tiếp xúc trong bối cảnh đại dịch Covid-19

Theo Bhaskar Chakravorti and Ravi Shankar Chartuvedi (hai chuyên gia kinh tế thuộc Đại học Tufts, Hoa Kỳ), Việt Nam đứng ở vị trí 48/60 quốc gia có tốc độ chuyển đổi số nhanh nhất thế giới³, đồng thời, đứng ở vị trí 22 về phát triển số hóa⁴.

Khi đại dịch Covid-19 diễn ra tại Việt Nam và ảnh hưởng trực tiếp tới các hành vi kinh tế của các chủ thể tham gia thị trường, Deloitte đã có cuộc khảo sát về người tiêu dùng và thực hiện trên 10 quốc gia cho thấy, chỉ một nửa số người tiêu dùng cảm thấy an toàn đi đến một cửa hàng hoặc giao tiếp giữa người với người trong các loại hình dịch vụ⁵.

Có thể thấy, ngay khi đại dịch Covid-19 có nguy cơ bùng phát tại Việt Nam cho tới nay, Việt Nam đã có những phản ứng chính sách cụ thể và một trong những điểm nổi bật đó là “giãn cách xã hội”.

Giãn cách xã hội đã vô tình thúc đẩy KTKTX bùng nổ mạnh mẽ do nhu cầu tiêu dùng của người dân trong thời điểm giãn

cách là không thể mua hàng trực tiếp. Đại dịch Covid-19 đã khiến người tiêu dùng Việt Nam tiếp nhận các sản phẩm thương mại điện tử (TMĐT), kênh mua hàng trực tuyến nhanh hơn, đặc biệt khi mua một số các sản phẩm nhất định⁶.

Báo cáo từ Bộ Công Thương, năm 2021 là năm đầu tiên triển khai Quyết định số 645/2020/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021 - 2025; theo đó, các giải pháp hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp (DN), tăng cường năng lực các hệ thống hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho TMĐT để các DN có khả năng chống chọi với dịch bệnh Covid-19 đang là nhóm giải pháp được ưu tiên triển khai từ quý IV/2020.

Thống kê tại Việt Nam năm 2020, trong tổng số người sử dụng dịch vụ kỹ thuật số, người dùng mới chiếm 41%; cứ 10 người dùng thì có tới 8 người cho rằng công nghệ là công cụ rất hữu ích trong thời gian diễn ra đại dịch, công nghệ đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của mọi người⁷.

Theo iPrice (công cụ tìm kiếm sản phẩm và so sánh giá), lượt tìm kiếm trên Google liên quan đến từ khóa cửa hàng tạp hóa trực tuyến tăng 223% trong quý II/2021. Số lượt tìm kiếm tăng 11 lần trong tháng 7 so với tháng 5 và 3,6 lần so với tháng 6 khi lệnh giãn cách xã hội theo Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 31/3/2020 của Thủ tướng Chính phủ về thực hiện các biện pháp cấp bách phòng, chống Covid-19 được triển khai tại một số tỉnh, thành phố⁸.

Như vậy, hoạt động giãn cách xã hội có thể là một trong những cú hích làm bùng nổ nhu cầu tìm kiếm cửa hàng bách hóa online, siêu thị online...

3. Một số cơ hội phát triển kinh tế không tiếp xúc ở Việt Nam từ thời kỳ đại dịch Covid-19

a. Về thể chế - chính sách

Theo Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, Việt Nam sẽ trở thành quốc gia số trên nền tảng các công nghệ và mô hình mới khi quản trị quốc gia, sản xuất - kinh doanh của DN và người dân được đổi mới căn bản theo hướng số hóa, để đến năm 2025, kinh tế số chiếm 20% GDP, trong đó tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 10%; trên 50% dân số có tài khoản thanh toán điện tử và đến năm 2030, kinh tế số chiếm 30% GDP, tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 20%, trên 80% dân số có tài khoản thanh toán điện tử...⁹.

Ngày 09/3/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 316/2021/QĐ-TTg về phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile Money). Bên cạnh đó, ngày 07/10/2020, hạ tầng pháp luật điều chỉnh trực tiếp hoạt động TMĐT được bổ sung, hoàn thiện thêm khi Chính phủ thông qua đề nghị xây dựng Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về TMĐT tại Nghị quyết số 144/NQ-CP ngày 07/10/2020 của Chính phủ.

b. Về phía người tiêu dùng

Tỷ lệ người dùng internet tham gia mua sắm trực tuyến ở Việt Nam đã tăng từ 77% lên 88% từ năm 2019 - 2020¹⁰. Người tiêu dùng đã chú ý nhiều các sản phẩm của TMĐT, như: sản phẩm làm đẹp, hàng tạp hóa, đồ điện, hàng may mặc..., đặc biệt là dịch vụ giao đồ ăn trong thời kỳ dịch Covid-19.

Có thể thấy, các chỉ số đã và đang gia tăng từ năm 2018 - 2020. Đặc biệt, kể từ khi dịch Covid-19 bùng phát vào cuối năm 2019 đầu năm 2020, các hình thức thanh toán trực tuyến của người dân cũng có sự dịch chuyển mặc dù hình thức tiền mặt khi nhận hàng (COD) vẫn còn cao (*xem hình 1 cuối bài*).

Hình thức thanh toán tiền mặt khi mua hàng mặc dù còn cao nhưng đã giảm xuống trong năm 2020 do một số các quy định về hạn chế tiếp xúc trong bối cảnh dịch Covid-19. Do vậy, các hình thức thanh toán khác như: thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, ví điện tử, thẻ cào đã đều tăng trong năm 2020. Nhìn chung, đánh giá về mức độ hài lòng của người tiêu dùng trực tuyến thời gian qua được coi là hiệu quả. Tuy nhiên, người tiêu dùng vẫn gặp phải một số khó khăn, trở ngại khi mua sắm trên mạng do sản phẩm không đúng mẫu mã quảng cáo, chất lượng kém.

c. Về phía doanh nghiệp

Trong năm 2020, đã có 50% tỷ lệ DN sở hữu ứng dụng di động cho phép người mua thực hiện toàn bộ quá trình mua sắm trực tuyến (bao gồm thanh toán trực tuyến), 35% tỷ lệ DN sở hữu ứng dụng di động triển khai chương trình khuyến mại dành riêng cho khách hàng qua ứng dụng và 53% tỷ lệ DN có nhận đơn đặt hàng qua ứng dụng di động¹¹.

Bên cạnh đó, hiệu quả kinh doanh trực tuyến của DN trong bối cảnh của đại dịch Covid-19 cũng khá cao. Các hình thức quảng cáo cho website/ứng dụng di động của DN cũng ngày càng đa dạng trên các nền tảng như: mạng xã hội, các công cụ tìm kiếm, tin nhắn/email, báo điện tử... Đặc biệt công cụ mạng xã hội được sử dụng khá phổ biến nhằm tiếp cận hiệu quả đối với người tiêu dùng (*xem hình 2 cuối bài*).

Tuy nhiên, để có thể thực hiện việc vận hành các hình thức kinh doanh thông qua

nền tảng TMĐT, các DN còn khá khó khăn trong việc tuyển dụng nhân lực có đủ các kỹ năng. Các kỹ năng công nghệ thông tin, TMĐT của các DN đang gặp phải có thể kể đến như: tiếp thị trực tuyến, xây dựng kế hoạch, triển khai dự án TMĐT, triển khai thanh toán trực tuyến...

4. Một số kiến nghị, đề xuất nhằm tăng hiệu quả hoạt động kinh tế không tiếp xúc của Việt Nam

a. Kiến nghị với Nhà nước

Thứ nhất, trong bối cảnh đại dịch Covid-19, phát triển KTKTX là một trong những cách để duy trì và ổn định nền kinh tế, bảo đảm cuộc sống của người dân trong những đợt giãn cách xã hội hoặc phong tỏa vùng dịch bệnh. Do vậy, Nhà nước cần hoàn thiện các thể chế, khung pháp lý, tạo cơ sở để KTKTX phát triển một cách đúng hướng, tránh tình trạng các văn bản hiện không theo kịp với thực tiễn. Sẵn sàng cho thí điểm một số mô hình KTKTX mới tại một số địa phương có đủ điều kiện.

Thứ hai, Nhà nước cần tiếp tục thực hiện hiệu quả các chương trình hành động, mục tiêu quốc gia về chuyển đổi số, kinh tế số, bắt kịp với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Thứ ba, khuyến khích và tạo điều kiện cho các hoạt động nghiên cứu khoa học, ứng dụng khoa học - công nghệ, phát huy tích cực đổi mới, sáng tạo. Tạo điều kiện và huy động mọi nguồn lực trong xã hội nhằm xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ quốc gia. Trong đó, cần chú trọng đến quy mô thị trường TMĐT bán lẻ ở Việt Nam.

Thứ tư, tuyên truyền, khuyến khích các hoạt động thanh toán điện tử không dùng tiền mặt cho người dân.

b. Về phía các doanh nghiệp

Một là, chú trọng đổi mới, sáng tạo và chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh.

Cần trích kinh phí và sử dụng hiệu quả cho các hoạt động R&D của DN.

Hai là, đẩy mạnh hoạt động đào tạo và tuyển dụng nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng cho vận hành các mô hình sản xuất - kinh doanh mới.

Ba là, nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm tạo niềm tin cho người tiêu dùng khi tham gia quảng cáo sản phẩm trên các nền tảng ứng dụng công nghệ số □

Chú thích:

1, 6. Contactless Economy: *Are you prepared?* <https://www2.deloitte.com>

2. Ignasi Sayol. *Entering the Contactless Economy: Strategies and Drivers*. <https://ignasisayol.com/en/entering-the-contactless-economy-strategies-and-drivers/2020>.

3, 10. *Kinh tế không tiếp xúc: Nhận diện và một số hàm ý chính sách*. <https://tapchicongsan.org.vn>, ngày 26/7/2021.

4, 5. Bhaskar Chakravorti and Ravi Shankar Chartuved. *Digital Planet: How Competitiveness and trust in digital economies vary across the world*, 2017, p. 21, 22.

7. Deloitte. *Khảo sát người tiêu dùng Việt Nam: Kiên cường trước khó khăn*, 2021, p. 5.

8. *Việt Nam bùng nổ số lượng người dùng internet*. <https://thoibaonganhngang.vn>, ngày 13/11/2020.

9. E-commerce Q2 2021: *Vietnamese's Interest in Online Grocery Stores Is Skyrocketing*. <https://a.ipricegroup.com>, ngày 23/3/2021.

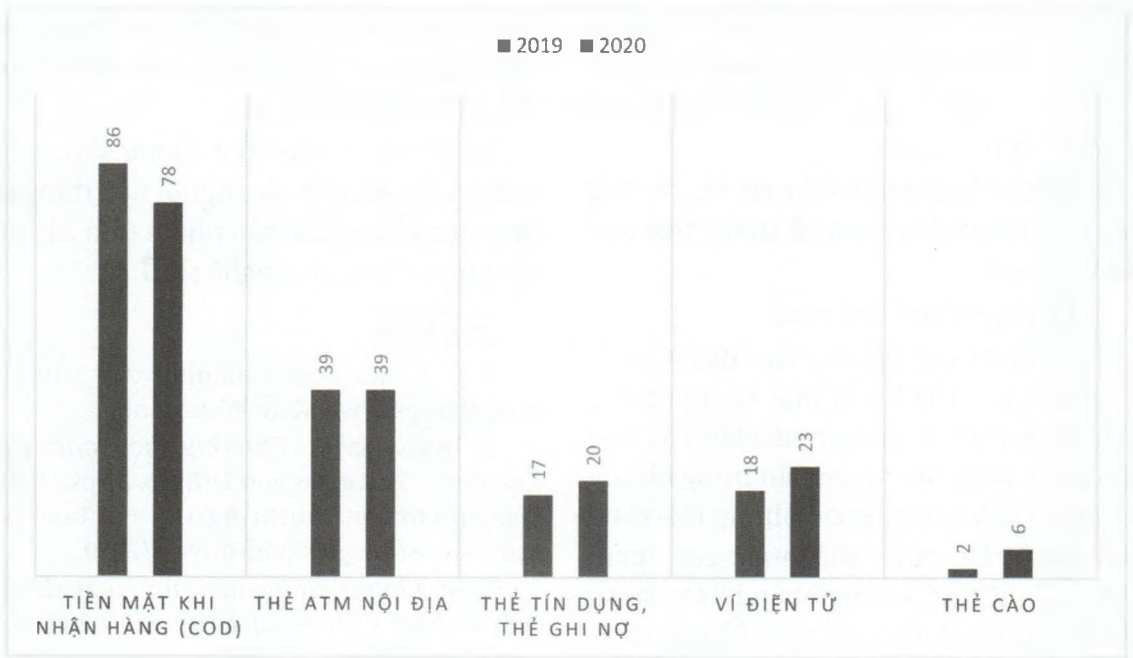
11, 12. Bộ Công Thương. *Thương mại điện tử Việt Nam*, 2021, p. 32, 39.

Tài liệu tham khảo:

1. *Nghị quyết số 144/NQ-CP ngày 07/10/2020 của Chính phủ về xây dựng Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử*.

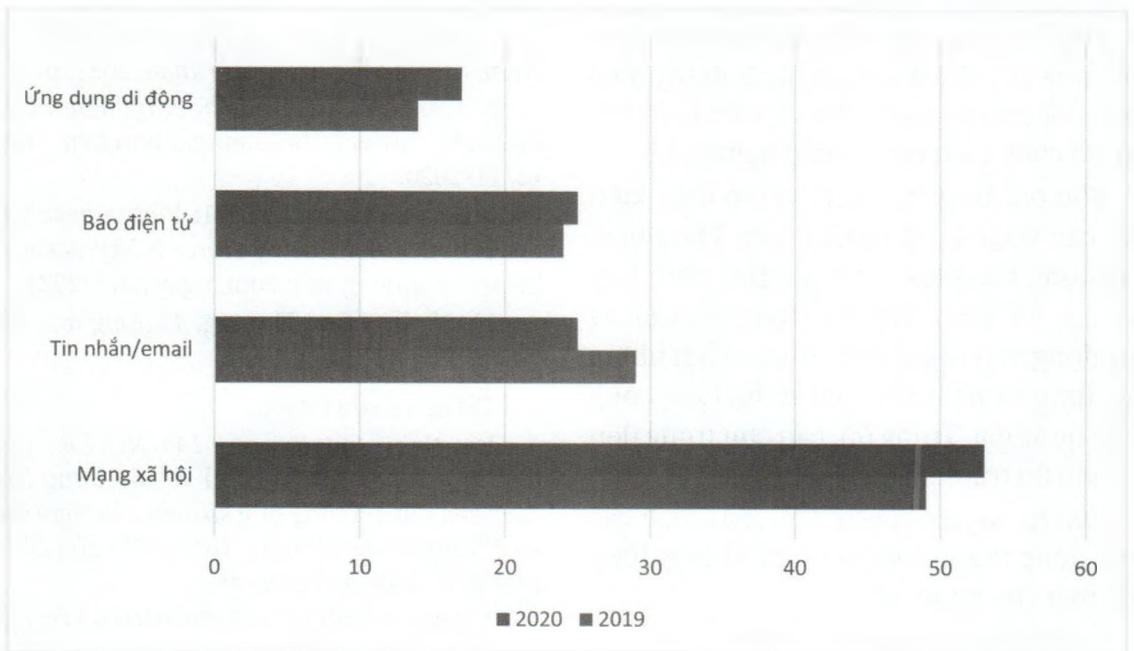
2. *Quyết định số 645/2020/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 - 2025*.

Hình 1: Hình thức thanh toán được ưu tiên lựa chọn



Nguồn: Bộ Công Thương năm 2021.

Hình 2: Các hình thức quảng cáo cho website/ứng dụng di động của DN



Nguồn: Bộ Công Thương năm 2021.