

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ ĐỊA PHƯƠNG: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TẠI VIỆT NAM

E-commerce and local economic growth: empirical evidence from Vietnam

PHAN TRẦN MINH HƯNG
TẠ HOÀNG VY

Nghiên cứu này đánh giá tác động của thương mại điện tử đến tăng trưởng kinh tế tại các tỉnh, thành phố ở Việt Nam trong giai đoạn 2012 - 2023. Sử dụng dữ liệu thứ cấp được công bố bởi Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, Cục Thống kê và Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam với kỹ thuật ước lượng bình phương tối thiểu tổng quát khả thi, nghiên cứu này cho thấy thương mại điện tử có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Kết quả nghiên cứu này được hỗ trợ bởi lý thuyết chu trình vốn, lý thuyết chi phí giao dịch và lý thuyết mạng lưới.

Từ khóa: tổng sản phẩm nội địa, tổng sản phẩm nội địa bình quân đầu người, thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp (B2B), thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C), tỉnh thành.

This research aims to assess the impact of e-commerce on economic growth across provinces and municipalities in Vietnam from 2012 to 2023. Utilizing secondary data published by the Vietnam E-Commerce Association, the General Statistics Office of Vietnam and Vietnam Chamber of Commerce and Industry, the research employs the feasible generalized least squares estimation technique to analyze the relationship between e-commerce and economic growth. The findings indicate that e-commerce has a positive impact on Vietnam's economic growth. These results are supported by the capital circulation theory, the transaction cost theory, and the network theory.

Keywords: Gross regional domestic product (GRDP), per capita GRDP, B2B, B2C, province.

1. Giới thiệu chung

Các bằng chứng thực nghiệm quốc tế đã đề cập đến tác động của thương mại điện tử. Cụ thể, Hoq và cộng sự (2005) chỉ ra rằng thương mại điện tử giúp giảm chi phí giao dịch, để từ đó nâng cao năng suất. Terzi (2011) phân tích sự dịch chuyển lao động nhờ vào thương mại điện tử. Tại Việt Nam, vấn đề thương mại điện tử cũng đã được quan tâm đến. Dương Thị Dung và Vũ Huyền Trang (2020) đánh giá chất lượng dịch vụ thương mại điện tử dựa trên

nền tảng giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Phùng Thế Hùng và Ngô Quang Trường (2022) phân tích khả năng ứng dụng thương mại điện tử của doanh nghiệp nhỏ và vừa. Đinh Khắc Nhân (2022) nghiên cứu sự phát triển của thương mại điện tử trong đại dịch COVID-19.

Mối quan hệ giữa thương mại điện tử và tăng trưởng kinh tế có thể được lý giải

Phan Trần Minh Hưng, TS.; Tạ Hoàng Vy, ThS.,
Trưởng đại học Hoa Sen.