

Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua đại dịch Covid-19: Kinh nghiệm quốc tế và hàm ý cho Việt Nam

Phí Vĩnh Tường^(*)

Võ Thị Minh Lệ^(**)

Nguyễn Thị Hồng Nga^(***)

Tóm tắt: Đại dịch Covid-19 gây ra sự sụt giảm cầu và đứt gãy chuỗi cung ứng, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs). Để tránh nguy cơ phá sản và hỗ trợ các doanh nghiệp đối phó với đại dịch Covid-19, chính phủ các nước đã đưa ra nhiều chính sách hỗ trợ khác nhau, từ các chính sách hỗ trợ tài chính cho đến các chính sách hỗ trợ nâng cao năng lực của các doanh nghiệp.

Từ khóa: Chính sách hỗ trợ, Doanh nghiệp, Đại dịch Covid-19, Việt Nam

Abstract: The Covid-19 pandemic has caused a decrease in demand and disrupted supply chains, directly affecting almost all businesses, especially SMEs. A variety of government policies around the world, from financial to capacity building ones, has been introduced to back them up to avoid bankruptcy and cope with the Covid-19 pandemic.

Keywords: Supporting Policies, Enterprises, Covid-19 Pandemic, Vietnam

1. Mở đầu

Đại dịch Covid-19 đã và đang có những diễn biến khó lường trên toàn thế giới cũng như ở từng khu vực địa lý, với sự xuất hiện của những biến thể mới. Phản ứng đầu tiên của phần lớn các quốc gia trên thế giới là “đóng cửa” nền kinh tế với thế giới bên ngoài và thực hiện giãn cách xã hội nhằm

ngăn chặn nguy cơ và rủi ro lây nhiễm. Tuy nhiên, việc “đóng cửa” hay thực hiện giãn cách trong một thời gian dài đã tác động sâu đến hoạt động của các doanh nghiệp, đặc biệt là SMEs, biểu hiện là quá trình vận chuyển hàng hóa bị gián đoạn, chuỗi cung ứng bị đứt gãy và sản xuất hàng hóa trong nước cũng như quốc tế bị đình trệ; cùng với đó là nguy cơ mất việc làm của người lao động ngày càng tăng... Hệ lụy thấy rõ là tốc độ tăng trưởng của nhiều nền kinh tế bị sụt giảm và nhiều doanh nghiệp rơi vào tình trạng phá sản.

Trước tình hình đó, chính phủ của nhiều quốc gia trên thế giới đã ban hành

^(*) TS., Viện Kinh tế và Chính trị thế giới, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam;

Email: phivinhthuong@gmail.com

^(**) TS., Viện Kinh tế và Chính trị thế giới, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

^(***) ThS., Viện Kinh tế và Chính trị thế giới, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

nhiều chính sách, giải pháp khác nhau nhằm hỗ trợ doanh nghiệp đối phó và vượt qua khủng hoảng. Nhiều chính sách chủ động và tích cực đã phần nào hỗ trợ và thúc đẩy việc duy trì hoạt động của các doanh nghiệp. Nhiều quốc gia chấp nhận sống chung với Covid-19, vừa kiểm soát dịch bệnh thông qua đẩy nhanh tiến độ tiêm chủng vaccine toàn dân, vừa theo đuổi chính sách phục hồi nền kinh tế thông qua các chính sách hỗ trợ.

Ở Việt Nam, sau những nỗ lực kiểm soát dịch bệnh ở 3 đợt lây nhiễm đầu tiên, Việt Nam tiếp tục phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức trong việc kiểm soát sự lây nhiễm, đặc biệt ở đợt thứ 4 do biến chủng Delta gây ra. Những nỗ lực để đưa nền kinh tế trở về trạng thái “bình thường mới”, đặc biệt trong các ngành du lịch, dịch vụ vận tải, nhà hàng khách sạn, công nghiệp chế biến, chế tạo đang là một thách thức lớn. Niềm tin của thế giới với việc phục hồi hoạt động kinh tế - xã hội một cách bền vững bị lung lay, khi chỉ báo phục hồi Covid-19 của Việt Nam ở mức thấp. Nikkei Asia xếp loại Việt Nam ở vị trí cuối bảng (121/121) về khả năng phục hồi Covid-19 tính đến thời điểm ngày 31/8/2021. Kết quả này dựa trên tình hình kiểm soát dịch bệnh, triển khai tiêm chủng vaccine phòng Covid-19, mức độ thực hiện các biện pháp giãn cách xã hội và cách ly phòng, chống dịch (Li, 2021).

Kinh nghiệm triển khai chính sách của một số nước trên thế giới, đặc biệt là các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp là bài học hữu ích cho Việt Nam trong việc điều chỉnh, củng cố chính sách nhằm phục hồi nền kinh tế trong bối cảnh của đại dịch Covid-19.

2. Tác động của đại dịch Covid-19 đến hoạt động của các doanh nghiệp ở các quốc gia trên thế giới

Đại dịch Covid-19 ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của

nhiều doanh nghiệp trên 3 khía cạnh chính: (i) Đóng cửa hoặc giảm qui mô hoạt động sản xuất kinh doanh; (ii) Giảm mạnh doanh thu; và (iii) Cắt giảm việc làm.

Thứ nhất, doanh nghiệp đóng cửa hoặc giảm qui mô hoạt động sản xuất kinh doanh.

Do tác động của đại dịch Covid-19, tình hình sản xuất kinh doanh của hầu hết các nhóm ngành như du lịch, dịch vụ vận tải, nhà hàng, khách sạn, công nghiệp chế biến, chế tạo... đều bị ảnh hưởng.

Đối với ngành du lịch, khi biên giới đóng cửa, ngành du lịch bị tác động mạnh mẽ và kéo theo sự sụt giảm về doanh thu của một loạt các ngành dịch vụ đi kèm như khách sạn, nhà hàng ăn uống và vận tải. Thế giới đã ghi nhận du khách quốc tế đến giảm 850 triệu đến 1,1 tỷ người, gây thiệt hại từ 910 tỷ USD đến 1,2 nghìn tỷ USD (United Nations, 2020).

Đại dịch Covid-19 tác động ở các mức độ khác nhau đến ngành du lịch của mỗi nước, mỗi khu vực. Tại Nhật Bản, tổng lượng du khách quốc tế đến nước này năm 2020, giảm 58,3% trong tháng 2, giảm 93% trong tháng 3 so với cùng kỳ năm 2019, và về cơ bản giảm xuống không còn du khách quốc tế từ sau đó. Sự sụt giảm mạnh này phần lớn do số lượng du khách Trung Quốc giảm bởi dịch bùng phát ở Trung Quốc và các quy định hạn chế đi lại sau đó, bắt đầu với lệnh cấm du lịch theo nhóm do Chính phủ Trung Quốc ban hành từ ngày 27/01/2020. Sau đó, khi dịch bệnh lan rộng ra ở quy mô lớn hơn trên toàn cầu, Nhật Bản đã ban hành lệnh cấm nhập cảnh vào nước này, áp dụng các biện pháp giãn cách xã hội nghiêm ngặt (sau Nhật Bản, nhiều quốc gia cũng áp dụng biện pháp này) dẫn đến sự sụt giảm về lượng du khách. Tổng lượng du khách nội địa của Nhật Bản cũng giảm mạnh, giảm 77,4% trong giai đoạn từ tháng 4-6/2020 (lưu trú

qua đêm giảm 80,9% và chuyển đi trong ngày giảm 73,7%) so với cùng kỳ năm 2019. Mức chi tương tự cũng giảm 83,3% (nghỉ qua đêm giảm 85,4% và chuyển đi trong ngày giảm 76,5%) (Toru, 2021).

Đối với Trung Quốc, du khách nội địa của nước này trong năm 2020 cũng giảm 52,1% so với năm 2019. Trong số này, có 2,07 tỷ lượt du khách đến từ khu vực thành thị, giảm 53,8%; và 810 triệu lượt du khách đến từ khu vực nông thôn, giảm 47,0% (National Bureau of Statistics of China, 2021)¹.

Tương tự đối với Thái Lan, kể từ tháng 3/2020 khi Chính phủ Thái Lan ban bố tình trạng khẩn cấp và ban hành lệnh cấm đi lại đối với khách quốc tế đến Thái Lan, Hãng Hàng không quốc gia Thái Lan (Thai Airways International) cũng thông báo dừng tất cả các chuyến bay trong nước và quốc tế đi và đến từ Thái Lan, sau đó các hãng hàng không khác cũng tạm dừng chuyến bay đi và đến Thái Lan, gây tác động nặng nề đến doanh thu của các hãng hàng không ở Thái Lan và ngành du lịch của quốc gia này (Thai Airways International, 2020).

Đối với các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, dịch Covid-19 ảnh hưởng

đến việc thông thương, đi lại, do đó tác động lớn đến nguồn nguyên vật liệu đầu vào của các doanh nghiệp, đặc biệt là nguồn nguyên liệu nhập khẩu. Việc thiếu hụt nguồn nguyên liệu đầu vào ảnh hưởng đến dây chuyền sản xuất kinh doanh cũng như việc hoàn thành đơn hàng đúng hạn của các doanh nghiệp. Ví dụ: trong số 1.000 công ty của Fortune thì có đến 940 công ty bị ảnh hưởng do chuỗi cung ứng bị gián đoạn (Kilpatrick and Barter, 2020). Khi dịch Covid-19 xuất hiện ở thành phố Vũ Hán (Trung Quốc) cuối năm 2019, các doanh nghiệp xuất khẩu của Trung Quốc đã nhanh chóng dừng các hoạt động để tránh lây lan dịch bệnh, điều này đã tác động đến các công ty phụ thuộc vào Trung Quốc, chủ yếu là các nhà cung ứng cấp 1 và cấp 2. Con số tương ứng lần lượt đối với Công ty Fortune là 160 công ty cung ứng cấp 1 và 940 công ty cung ứng cấp 2. Trong giai đoạn đầu của đại dịch, xuất khẩu của Trung Quốc đã giảm khoảng 17% và con số này đã tăng lên 32% năm 2020 (Karmaker và cộng sự, 2021). Việc các nhà máy ở Trung Quốc ngừng hoạt động đã tác động lớn đến hoạt động của các doanh nghiệp tại trụ sở chính. Các nhà máy lắp ráp xe hơi ở Nhật Bản cũng bị gián đoạn sản xuất do thiếu linh kiện từ thị trường Trung Quốc. Gián đoạn chuỗi cung ứng không chỉ tác động đến hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp Nhật Bản, mà còn tác động đến lĩnh vực xây dựng và bất động sản khi nhiều nguyên vật liệu bị ngừng sản xuất tại Trung Quốc, các công trình không thể hoàn thành do thiếu nguyên vật liệu. Điều đó đồng nghĩa với việc không có sản phẩm để bàn giao cho khách hàng (JETRO, 2020).

Thứ hai, doanh thu của các doanh nghiệp giảm. Kết quả điều tra khảo sát 100.000 doanh nghiệp ở 51 quốc gia trên

¹ Chỉ đến năm 2021, ngành du lịch của Trung Quốc mới dần phục hồi nhờ kiểm soát hiệu quả dịch Covid-19. Ngay từ đầu năm, số lượng du khách đến và đi từ các điểm du lịch lớn như Quảng Đông, Hà Nam, Giang Tô, Thượng Hải, Trùng Khánh và Bắc Kinh trong dịp Tết Nguyên Đán (kéo dài từ ngày 11-17/2/2021) đã vượt hoặc gần đạt mức của cùng kỳ năm 2019. Theo số liệu của Bộ Văn hóa và Du lịch Trung Quốc, tính riêng nửa đầu năm 2021, Trung Quốc đã ghi nhận 2,36 tỷ chuyến đi nội địa, tăng 150% so với cùng kỳ năm 2020, phục hồi khoảng 77% mức của cùng kỳ năm 2019 (tức trước khi dịch bệnh diễn ra); dữ liệu cũng cho thấy doanh thu du lịch nội địa đạt 1,95 nghìn tỷ Nhân dân tệ (khoảng 301 tỷ USD), tăng 208% so với cùng kỳ năm 2020 và phục hồi khoảng 70% mức của năm 2019 (National Bureau of Statistics of China, 2021).

thế giới cho thấy, doanh thu của các doanh nghiệp ở Nam Phi giảm nhiều nhất, tiếp theo là Bangladesh, Nepal, Honduras, Ấn Độ và Jordan. Trong số các ngành, du lịch là ngành bị tác động sớm nhất và rõ rệt nhất (Apedo-Amah và cộng sự, 2020). Ví dụ: doanh thu của ngành du lịch Thái Lan giảm mạnh (gần 40%) trong quý đầu năm 2020 so với cùng kỳ năm 2019, doanh thu từ lượng du khách Trung Quốc đến Thái Lan năm 2020 giảm 63,7% so với cùng kỳ năm 2019; ngoài ra du khách từ các thị trường trọng điểm như Nga, Anh, Malaysia, Nhật Bản cũng liên tục giảm (Sanhakot Vithayaporn, 2021). Doanh thu du lịch nội địa của Trung Quốc năm 2020 cũng chỉ đạt 2.228,6 tỷ Nhân dân tệ, giảm 61,1% so với cùng kỳ năm 2019 (National Bureau of Statistics of China, 2021).

Thứ ba, cắt giảm việc làm. Trong khi nhiều doanh nghiệp cho phép lao động nghỉ việc tạm thời, giảm giờ làm, giảm tiền lương thì cũng có một số doanh nghiệp đã phải sa thải người lao động. Các doanh nghiệp có doanh thu giảm sâu thường là các doanh nghiệp cắt giảm lao động nhiều nhất, số này thường rơi vào SMEs ở các nước đang phát triển và các nền kinh tế chuyển đổi.

Đại dịch Covid-19 tác động đến hoạt động của các công ty lữ hành. Việc các công ty dừng hoạt động đã tác động đến sinh kế của người lao động. Ở đảo Madeira của Bồ Đào Nha, 45% người dân bị rơi vào cảnh thất nghiệp hoặc mất việc tạm thời. Ở Hungary, người lao động trong lĩnh vực ăn uống và lưu trú cũng bị mất việc làm (41.500 lao động). Trong khi đó, ở Jamaica tác động dây chuyền của ngành du lịch lên các ngành khác cũng khiến 30.000 lao động mất việc làm (United Nations, 2020). Hãng Hàng không quốc gia Thái Lan khi dừng các chuyến bay cũng đối mặt với

rất nhiều khó khăn và phải kêu gọi nhân viên nghỉ việc không lương (Thai Airways International, 2020).

3. Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua đại dịch Covid 19 ở một số quốc gia

Đại dịch Covid-19 là một cú sốc chưa từng có đối với nền kinh tế thế giới. Chính phủ các nước đã có hàng loạt biện pháp bao gồm các gói kích thích tài chính và tài khóa nhằm hỗ trợ doanh nghiệp, cụ thể:

Thứ nhất, đối với nhóm giải pháp chung. Các biện pháp chung được nhiều quốc gia áp dụng là: (i) *Giãn nợ*: Chính phủ, các cơ quan và các ngân hàng thương mại đã ban hành các biện pháp để cứu trợ tạm thời các doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng, bao gồm đóng băng hoặc hoãn các nghĩa vụ tài chính, chẳng hạn như trả nợ vay, kéo dài thời hạn cho vay...; (ii) *Giảm lãi suất*: Cắt giảm lãi suất đối với các khoản vay của doanh nghiệp nhằm hỗ trợ các hoạt động kinh doanh; (iii) *Cho vay và bảo lãnh khoản vay*: Nhiều chính phủ đã ban hành và mở rộng các biện pháp thúc đẩy cho vay đối với SMEs bao gồm tín dụng trực tiếp do các ngân hàng trung ương cung cấp và các ưu đãi cho các ngân hàng thương mại, ví dụ như cung cấp bảo lãnh cho các khoản vay hoặc dỡ bỏ yêu cầu dự trữ bắt buộc cho các ngân hàng. Một số chính phủ cung cấp bảo lãnh một phần lên tới 80% cho các ngân hàng để tránh thiệt hại đối với các khoản vay đủ điều kiện và việc đánh giá rủi ro tín dụng cũng ít nghiêm ngặt; (iv) *Giảm thuế*: Các chính sách phổ biến là cắt giảm thuế, miễn trừ, hoãn thời hạn kê khai và nộp thuế hàng năm, miễn lãi và phạt đối với việc chậm nộp thuế, hoãn đóng góp an sinh xã hội và lương hưu, cho phép thay đổi các kế hoạch thanh toán để người sử dụng lao động có thể thanh toán các khoản

đóng góp trước đây theo từng đợt; (v) *Hỗ trợ tiện ích, tiền thuê nhà và các chi phí cố định thiết yếu*: Nhiều nước đã đưa ra các chính sách và hướng dẫn để tạm thời giúp đỡ các doanh nghiệp trong giai đoạn khó khăn như: tiền thuê nhà, tiền thế chấp và các khoản chi phí khác, hoàn lại tiền đặt cọc, cấm đuổi khỏi nhà đang cho thuê, và gia hạn thời hạn nộp thuế bất động sản; (vi) *Hoãn điều chỉnh lương tối thiểu*: Một số chính phủ đã cân nhắc việc hoãn điều chỉnh lương tối thiểu để các doanh nghiệp có thêm thời gian phục hồi sau thời gian đóng cửa kéo dài dẫn tới những thiệt hại kinh tế đáng kể; (vii) *Thiết lập trung tâm thông tin (tài nguyên thông tin) liên quan đến đại dịch Covid-19 cho doanh nghiệp*: Một trong những thách thức đối với các doanh nghiệp là phải bám sát những thay đổi của các biện pháp, chính sách ứng phó với Covid-19 và thông tin về các nguồn lực sẵn có. Một số quốc gia đã thiết lập trung tâm thông tin để cung cấp và cập nhật các thông tin chính sách và các thông tin liên quan đến hoạt động kinh doanh trong bối cảnh Covid-19, liên kết đến các cơ quan, tổ chức khác nhau (Intarakumnerd and Korwatanasakul, 2020; ILO, 2021).

Thứ hai, nhóm giải pháp đối với các ngành, ví dụ ngành du lịch - một trong những ngành chịu tác động mạnh nhất. Một số chính sách được triển khai ở một số quốc gia như sau:

- Nhật Bản

Để kích thích du lịch trong nước sau khi dỡ bỏ tình trạng khẩn cấp, Chính phủ và các địa phương đã thực hiện một số trợ cấp du lịch. Tháng 7/2020, Chính phủ Nhật Bản đã thực hiện chiến dịch “Go To Travel” (Go to Travel Campaign - GTC), trợ cấp của Chính phủ cho du lịch nội địa). Đây là một phần của chiến dịch “Go To”, với

ngân sách lên tới 1,7 nghìn tỷ Yên (15.490 tỷ USD). Chiến dịch “Go To Travel” giảm giá cho các chuyến du lịch trong nước, không bao gồm du lịch đến và đi từ Tokyo trong khoảng thời gian từ tháng 7-9/2020. Cụ thể: Giảm 35% chi phí đi lại và lưu trú; Trợ cấp cho du khách trong nước lên đến 10.000 Yên (khoảng 100 USD) cho các chuyến đi trong ngày và 20.000 Yên (khoảng 200 USD) cho các chuyến đi qua đêm. Du khách không bị giới hạn về số đêm liên tục hoặc tần suất du lịch cho đến hết tháng 10; có thể sử dụng thẻ giảm giá nhiều lần trong suốt thời gian diễn ra chiến dịch. Từ tháng 10/2020, áp dụng giảm giá 15% cho chi phí đi lại, dưới dạng phiếu giảm giá cho việc tiêu dùng tại điểm đến. Các địa phương cũng có các chương trình trợ cấp từ 2.000-15.000 Yên (trung bình: 5.000 Yên) cho mỗi người dân đi du lịch trong tỉnh (23 tỉnh), hoặc từ các tỉnh lân cận (17 tỉnh), hoặc cho du khách trong nước (5 tỉnh). Nagano là tỉnh đầu tiên ở Nhật Bản thực hiện trợ cấp du lịch vào cuối tháng 5/2020, tiếp theo là các tỉnh khác vào tháng 6 hoặc tháng 7, nhưng với các mức trung bình và tỷ lệ khác nhau. Mức trợ cấp là 5.000 Yên cho mỗi người dân đi du lịch trong tỉnh.

Cả GTC và trợ cấp đi lại của chính quyền địa phương đều làm tăng số lượng khách lưu trú qua đêm, nhưng theo những cách khác nhau. GTC là loại trợ cấp theo giá trị, trong khi trợ cấp du lịch địa phương mang tính cụ thể theo đối tượng. Do đó, GTC có thể khuyến khích du khách đến ở những nơi sang trọng hơn do khách được giảm 35% chi phí đi lại và lưu trú. Ngược lại, do được du lịch địa phương hỗ trợ một khoản tiền cụ thể nên du khách sẽ ưu tiên chọn những nơi có chi phí thấp hơn. Tuy nhiên, chưa rõ cơ chế kết hợp giữa hai loại trợ cấp này.

Kết quả ban đầu cho thấy, chiến dịch “Go To Travel” giúp làm tăng lượng khách nội địa lưu trú tại khách sạn từ các địa phương khác lên khoảng 10%, riêng lượng khách qua đêm tăng 55% (Funashima and Hiraga, 2020; Matsuura and Saito, 2021). Số lượng khách sạn ở Tokyo có ít dấu hiệu phục hồi sau tháng 7/2020. Ngược lại, số lượng khách lưu trú tại khách sạn ở các thành phố khác nhìn chung đều tăng trong các giai đoạn dỡ bỏ tình trạng khẩn cấp.

- Trung Quốc

Chính phủ Trung Quốc đã áp dụng các biện pháp chủ yếu như cắt giảm thuế và hỗ trợ tài chính nhằm giúp các doanh nghiệp du lịch trên khắp đất nước vượt qua đại dịch. Cụ thể, Chính phủ thực hiện hoàn trả 80% các khoản đặt cọc về chất lượng dịch vụ cho khoảng 29.000 công ty du lịch để giúp họ giảm bớt gánh nặng tài chính (Dou Shicong, 2020). Bên cạnh đó, Chính phủ cũng thực hiện ưu đãi về thuế cho các doanh nghiệp chịu ảnh hưởng nặng nề của dịch Covid-19 (hoạt động trong các lĩnh vực dịch vụ vận tải/ăn uống/lưu trú/du lịch). Theo đó, những doanh nghiệp này được phép chuyển khoản lỗ thuế thu nhập doanh nghiệp phát sinh trong năm 2020 sang 8 năm tiếp theo, thay vì mức chuẩn trước đó là 5 năm (PWC, 2020). Ngoài ra, do du lịch quốc tế còn hạn chế nên Chính phủ Trung Quốc theo đuổi chiến lược thúc đẩy du lịch nội địa. Chính quyền ở các tỉnh phụ thuộc phần lớn vào du lịch đang nỗ lực hết sức để phục hồi ngành du lịch. Ví dụ, tỉnh Hải Nam lên kế hoạch tổ chức lễ hội du lịch quốc tế ngay sau khi dịch Covid-19 được kiểm soát, và hỗ trợ các công ty du lịch trong việc cắt giảm tiền thuê và phí. Tại Thượng Hải, vào ngày lễ du lịch hội tháng 5/2021, 69 danh lam thắng cảnh được giảm một nửa phí vào cửa. Còn ở

phía Đông tỉnh An Huy, các điểm du lịch hạng A thậm chí còn mở cửa miễn phí cho du khách.

Ở cấp độ vi mô, các doanh nghiệp du lịch ở Trung Quốc đối phó với đại dịch thông qua 3 chiến lược chính sau: (i) *Đảm bảo khoảng cách và tăng cường vệ sinh*. Các địa điểm du lịch giảm bớt tập trung đông người bằng cách giới hạn số lượng người vào cửa, chỉ bằng 30-50% so với mức trước đó. Khi vào cửa, du khách phải xuất trình mã QR màu xanh lá cây do Chính phủ cấp (có thông tin về lịch trình di chuyển trước đó cũng như khả năng tiếp xúc với virus SARS-CoV-2). Các khách sạn ngừng cung cấp các bữa ăn buffet, đồng thời tăng khoảng cách giữa các bàn trong nhà hàng. Nhiều khách sạn cũng đã tắt máy lạnh và đóng cửa các phòng tập thể dục và bể bơi trong nhà; (ii) *Tích cực khuyến mại về giá*. Các hãng hàng không, khách sạn, điểm du lịch và đại lý du lịch trực tuyến (OTA) tích cực quảng bá và giảm giá dịch vụ để kích cầu. Chẳng hạn như, trên Fliggy (một trong những nền tảng đặt vé du lịch trực tuyến hàng đầu của Trung Quốc), giá vé máy bay vào Ngày Quốc tế Lao động năm 2020 - mùa cao điểm truyền thống - thấp hơn 30% so với năm 2019; (iii) *Thu hút khách hàng thông qua mạng xã hội và các phương tiện truyền thông mới nhất, nhắm vào phân khúc trẻ*. WeChat và Weibo (tương đương với Twitter của Trung Quốc) không còn là những kênh mới nổi nữa mà trở thành những kênh “cần có” đối với các doanh nghiệp du lịch. Sau đại dịch, những người trẻ tuổi quan tâm đến du lịch nhiều hơn những người lớn tuổi, vì vậy các doanh nghiệp du lịch hàng đầu bắt đầu thu hút những khách hàng này thông qua các kênh mới như TaobaoLive và TikTok (McKinsey&Company, 2020).

- Thái Lan

(i) Chính phủ Thái Lan hỗ trợ tài chính cũng như ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp nước này, đặc biệt là SMEs. Ngân hàng Thái Lan đã hỗ trợ SMEs vay khoản vay trị giá 15,9 tỷ USD, trong đó có 317,5 triệu USD cho các doanh nghiệp liên quan đến du lịch. Chính phủ cũng dành 12,7 tỷ USD cho các dự án phục hồi kinh tế và xã hội, bao gồm các dự án có liên quan đến ngành công nghiệp du lịch, nâng cao chất lượng và phục hồi các điểm đến du lịch, tăng cường an ninh và y tế cho du khách, dịch vụ công nghệ cao, nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp;

(ii) Chính phủ Thái Lan đã thúc đẩy phục hồi ngành du lịch trong nước thông qua các gói ưu đãi sau khi những hạn chế về đi lại được dỡ bỏ. Ngày 16/3/2020, Chính phủ đã thông qua 3 gói hỗ trợ với tổng số tiền lên đến 711,1 triệu USD để thúc đẩy ngành du lịch trong nước. *Gói hỗ trợ đầu tiên* trị giá 76,2 triệu USD dành cho các tình nguyện viên và nhân viên y tế thuộc tuyến huyện trên cả nước để trả chi phí đi lại trong dịp lễ, thời gian 2 ngày 1 đêm với chi phí 2.000 Baht/người (tương đương 64 USD), chuyến đi này do các công ty du lịch địa phương sắp xếp. Gói hỗ trợ này dự kiến sẽ mang lại lợi ích cho 13.000 công ty du lịch và tạo ra ít nhất 206,3 triệu USD cho nền kinh tế. *Gói hỗ trợ thứ hai* trị giá 571,4 triệu USD, cung cấp phiếu mua hàng điện tử cho du khách đến Thái Lan (tối đa 3.000 Baht/người/đêm cho tối đa 5 đêm đối với chỗ ở và tối đa 600 Baht/phòng/đêm cho tối đa 5 đêm cho các hoạt động liên quan đến lễ hành). Gói hỗ trợ này được kỳ vọng mang lại lợi ích cho 24.700 khách sạn, nhà nghỉ và 36.755 nhà hàng. *Gói hỗ trợ thứ ba* với tổng trị giá 63,5 triệu USD, dùng để hỗ trợ 2 triệu vé máy bay nội địa cho du khách

với tỷ lệ chiết khấu 2.000 Baht (64 USD/người). Tiêu chí bắt buộc là khách du lịch phải thanh toán tiền vé trước, sau đó Chính phủ sẽ hoàn lại 40% giá vé. Đối với vé khứ hồi, khách du lịch được hỗ trợ 1.000 Baht (32 USD) mỗi vé (Ayman, 2020);

(iii) Chủ động triển khai chương trình đón khách quốc tế Phuket-Sandbox. Mặc dù số ca nhiễm Covid-19 vẫn tăng, nhưng từ ngày 01/7/2021 Thái Lan đã mở cửa lại hòn đảo Phuket cho du khách đã tiêm vaccine phòng Covid-19. Việc mở cửa này là động thái đầu tiên của Thái Lan trong việc phục hồi ngành du lịch. Để được đến Phuket, tất cả các khách du lịch phải được tiêm phòng Covid-19 đầy đủ trước khi đến Thái Lan, kèm theo giấy chứng nhận đã tiêm phòng. Vaccine tiêm phòng phải trong danh mục vaccine được Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) chấp thuận (gồm: Pfizer-BioNTech; Oxford-Astra Zeneca; Johnson and Johnson; Moderna và Sinova). Ngoài ra, du khách quốc tế còn phải đáp ứng một số yêu cầu khác như: có giấy chứng nhận nhập cảnh (COE) tại Đại sứ quán Thái Lan ở điểm đi của họ; giấy xét nghiệm Covid-19 âm tính trong vòng 72 giờ trước khi bay đến Thái Lan; bảo hiểm y tế Covid-19 với mức tối thiểu 100.000 USD cho các chi phí chăm sóc sức khỏe và điều trị liên quan đến Covid-19 khi họ ở lại Thái Lan. Khi đến Phuket, du khách sẽ xét nghiệm Covid-19 bằng PCR, được thực hiện tại khách sạn mà du khách lưu trú. Khi có kết quả âm tính, du khách được phép di chuyển tự do trên đảo. Ngoài ra, du khách cũng được yêu cầu cài đặt một số ứng dụng trên điện thoại di động để cơ quan chức năng theo dõi trong thời gian lưu trú (Sam Roberts, 2021).

Sau hòn đảo Phuket, Chính phủ Thái Lan tiếp tục mở cửa đón du khách cho 3 hòn đảo khác là Samui, Tao và Phangan

từ ngày 15/7/2021, bắt chấp sự gia tăng số ca nhiễm Covid-19. Theo quy định mới về việc mở cửa, du khách đến đảo Samui (Koh Samui) phải ở lại một khách sạn đã được chỉ định trước trong vòng 1 tuần, và có thể ra khỏi khách sạn sau ngày lưu trú thứ 4. Bên cạnh đó, họ sẽ phải xuất trình kết quả xét nghiệm âm tính với Covid-19 trước khi được phép đặt chân lên các đảo Tao hoặc Phangan sau 1 tuần lưu trú tại Samui. Động thái mở cửa đón du khách quốc tế trở lại của Thái Lan đã cho thấy ý chí của Chính phủ nước này trong việc quyết tâm theo đuổi mục tiêu phục hồi kinh tế của quốc gia, chủ động sống chung với Covid-19 (Sam Roberts, 2021).

Thứ ba, nền tảng số đã trở thành động lực để hỗ trợ các doanh nghiệp phục hồi và phát triển. Chính phủ các nước đã triển khai các biện pháp cụ thể như:

(i) *Xây dựng hạ tầng cho thanh toán điện tử không sử dụng tiền mặt.* Nhật Bản là quốc gia có thể mạnh về công nghệ, do đó thương mại điện tử không còn xa lạ đối với người dân nước này, tuy nhiên thói quen sử dụng tiền mặt trong các giao dịch vẫn còn khá phổ biến. Đây cũng là vấn đề tồn tại ở nhiều quốc gia, nhất là những quốc gia đang và chậm phát triển. Trong điều kiện dịch bệnh đòi hỏi tính “ít chạm” và “không tiếp xúc”, Chính phủ Nhật Bản đã thực hiện một loạt các biện pháp để khuyến khích người dân và doanh nghiệp tăng cường giao dịch điện tử, không sử dụng tiền mặt, cụ thể: a) Miễn, giảm phí giao dịch ngân hàng, giảm phí thanh toán hàng hóa qua thẻ tín dụng, tặng điểm tiêu dùng đối với chủ thẻ ngân hàng cá nhân để kích thích giao dịch thông qua các sàn thương mại điện tử; b) Ban hành Luật về Bảo vệ thông tin cá nhân, theo đó, yêu cầu trách nhiệm của ngân hàng và các sàn giao dịch trong việc bảo vệ thông tin cá

nhân, nghiêm cấm chia sẻ thông tin cá nhân của người sử dụng cho bên thứ ba¹. Nhật Bản còn cho ra đời Luật Thúc đẩy minh bạch và công bằng thương mại trên các nền tảng số, đảm bảo tính minh bạch trong giao dịch giữa người sử dụng và doanh nghiệp vận hành trên những nền tảng này (các ứng dụng di động và sàn thương mại điện tử quy mô lớn); c) Doanh nghiệp phát triển các ví điện tử thanh toán (ví điện tử FamiPay sử dụng thanh toán bằng điện thoại di động ở các chuỗi Family Mart); d) Phủ sóng mạng 5G toàn quốc và thúc đẩy phát triển mạng 6G, trong đó, đặc biệt chú trọng xây dựng hạ tầng thông tin và truyền thông 5G bảo mật, an toàn ở các doanh nghiệp và trên cả nước, đảm bảo an ninh mạng (Prime Minister's Office, 2020).

Tương tự như Nhật Bản, Thái Lan cũng chú trọng phát triển hệ sinh thái phục vụ các hoạt động thanh toán điện tử, đặc biệt là các dịch vụ thanh toán bằng ứng dụng trên điện thoại di động, các loại ví thanh toán (e-wallet). Mặc dù số lượng người sử dụng các loại hình thanh toán này ở Thái Lan đã tương đối cao ngay cả trước đại dịch, song dịch Covid-19 đã khiến nền tảng này có thêm hàng triệu người sử dụng mới. Không chỉ tăng về số lượng người sử dụng, mà giá trị giao dịch điện tử năm 2020 của Thái Lan đã tăng thêm 25% so với năm 2019 (yStats GmbH & Co. KG, 2020). Trong điều kiện giãn cách xã hội, các nền tảng thương mại điện tử cũng không ngừng mở rộng hợp tác với các tổ chức tài chính và doanh nghiệp bán hàng nhằm kích cầu bằng cách tung ra các chiến dịch khuyến mại như “hoàn tiền” để thu hút người tiêu dùng thanh toán trực tuyến. Đi đầu và đóng vai trò quan trọng quyết định thành công của tiến trình chuyển

¹ Thái Lan cũng đã thông qua Luật Bảo vệ thông tin cá nhân.

đổi số là nỗ lực từ phía các ngân hàng. Hệ thống các ngân hàng của Thái Lan gia tăng đầu tư mạnh mẽ trong tiến trình chuyển đổi số. Ngân hàng Thương mại Siam, Ngân hàng Kasikorn và Ngân hàng Krungsri đã đầu tư hàng tỷ Baht để phát triển các chiến lược số hóa của mình, trong đó Ngân hàng Thương mại Siam dành tới hơn 40 tỷ Baht cho hoạt động này. Ngoài ra, các ngân hàng của Thái Lan cũng đã đơn giản hóa tối đa quy trình thanh toán, giảm thủ tục mở tài khoản, gửi hóa đơn thẻ tín dụng qua ví điện tử, cắt giảm các bước rút/chuyển tiền... Ngân hàng Thương mại Siam còn chủ động kết hợp với Tập đoàn Toyota phát triển ví điện tử Toyota Wallet (Toyota Motor Thailand, 2020).

(ii) *Các giải pháp tài chính số.* Trở ngại đối với SMEs là khả năng tiếp cận với nguồn vốn và dịch Covid-19 càng làm cho thách thức này trở nên khó khăn hơn. Trong giai đoạn dịch bệnh, SMEs, các doanh nghiệp khởi nghiệp hầu như không thể tiếp cận được với vốn vay từ các ngân hàng truyền thống cũng như các nhà đầu tư. Vì vậy, sự ra đời của các doanh nghiệp tài chính số (fintech) đã giúp SMEs giải quyết bài toán về nguồn vốn khi mở ra cơ hội tiếp cận với các khoản vay thông qua các nền tảng fintech (Mỹ với Lendio, Unqork, hay Uganda với Xente,...).

Ở Nhật Bản, các doanh nghiệp fintech đã trở thành lựa chọn bổ sung đầy hiệu quả giúp SMEs tiếp cận với nguồn vốn vay online khi gói hỗ trợ trị giá 414 tỷ USD của Chính phủ tỏ ra chưa đủ để “cứu cánh” doanh nghiệp. Quy trình đăng ký và xét duyệt của các công ty fintech diễn ra nhanh chóng đã giúp các doanh nghiệp Nhật Bản có thể nhận vốn ngay trong ngày, đơn giản hơn nhiều lần so với tiếp cận nguồn vốn từ các ngân hàng truyền thống, mức phí cũng thấp hơn (5% so với 17% ở các ngân hàng) (Sato và cộng

sự, 2020). Các doanh nghiệp fintech ở Nhật Bản cũng hợp tác với các ngân hàng lớn để tăng cường hiệu quả hoạt động như Olta hợp tác với Ngân hàng Shinsei, Grab Pay hợp tác với Ngân hàng Sumitomo,... Tại Thái Lan, Ngân hàng Kasikorn (KBank) được coi là ngân hàng tiên phong trong việc phát triển tài chính số khi thành lập Tập đoàn Công nghệ - Kinh doanh Kasikorn (KBTG) tập trung phát triển công nghệ và hạ tầng thông tin cho Kbank vào năm 2017. KBTG đã hợp tác với các doanh nghiệp khởi nghiệp và các gã khổng lồ về công nghệ như LINE, hay Grab để phát triển những ứng dụng thanh toán di động, chatbot, hay các nền tảng giao dịch tài sản số,... Ngân hàng Trung ương Thái Lan thiết lập những “hộp cát” (sandbox) cho phép các nhà cung cấp dịch vụ tài chính thử nghiệm những dịch vụ mới ứng dụng công nghệ mới và các giải pháp đổi mới tài chính số. Ngoài ra, những “hộp cát” này còn là môi trường lý tưởng để các nhà cung cấp dịch vụ tài chính hợp tác cùng nghiên cứu, phát triển công nghệ và đổi mới sáng tạo trong ngành tài chính (Khajangson và cộng sự, 2021).

Ở một số quốc gia trên thế giới, chẳng hạn như tại Mỹ, các ứng dụng fintech (như Venmo, PayPal, Square, Finix, Plaid, Marqeta,...) còn là các kênh hiệu quả để Chính phủ chuyển các gói cứu trợ trong thời kỳ dịch bệnh tới tay người dân (Deloitte, 2020).

(iii) *Khuyến khích doanh nghiệp chủ động chuyển đổi số.* Nhật Bản đã triển khai các chương trình hỗ trợ cho các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo như cắt giảm 25% thuế doanh nghiệp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp nhỏ và vừa, hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp mới... Đặc biệt, nhằm thúc đẩy tiến trình chuyển đổi số và tái cấu trúc ở những tập đoàn kinh

tế lớn, Nhật Bản cũng khuyến khích những tập đoàn này hợp tác với các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ trẻ, năng động. Ở Thái Lan, mặc dù Chính phủ và các doanh nghiệp đã tích cực tiến hành chuyển đổi số, nhưng nhiều doanh nghiệp vẫn chưa xây dựng được một chiến lược phát triển cụ thể, đặt ra những mục tiêu thực tế và triển khai thử nghiệm các hệ thống. Một số doanh nghiệp mới tiến hành chuyển đổi một phần hoặc ở một khâu, dẫn tới hiệu quả hạn chế và lãng phí cơ hội. Ví dụ, Công ty viễn thông TRUE khi phát triển ví điện tử chỉ giới hạn sử dụng với các sản phẩm của TRUE mà chưa phát triển cho các sản phẩm của Tập đoàn Charoen Pokphand (tập đoàn đứng sau TRUE) để có thể thu hút nhóm khách hàng của các công ty con của Charoen Pokphand như 7-Eleven, hay các cửa hàng thực phẩm và nước uống khác (ABeam Consulting, 2020). Ngoài ra, Nhật Bản và Thái Lan cũng nỗ lực thúc đẩy tự động hóa trong tất cả các ngành nghề, tất cả các khâu sản xuất (đặc biệt chú trọng tới tự động hóa trong ngành sản xuất ô tô, điện tử,...).

(iv) *Đẩy mạnh hợp tác công - tư* trong việc ứng dụng công nghệ mới vào tất cả các hoạt động kinh tế và chăm sóc sức khỏe. Nhật Bản, Thái Lan hay một số quốc gia như Ấn Độ, Israel,... đã tăng cường phối hợp giữa chính phủ và các doanh nghiệp công nghệ trong việc triển khai những ứng dụng tự chẩn đoán bệnh, hoặc các đường dây điện thoại tư vấn về thuốc men và chăm sóc sức khỏe cho người dân, cung cấp thông tin qua tin nhắn SMS và các cổng thông tin điện tử.

4. Một số hàm ý cho Việt Nam

Thứ nhất, đối với hoạt động chung của các doanh nghiệp

(i) Cần có chính sách hỗ trợ riêng cho nhóm SMEs (nhiều bằng chứng chỉ ra

nhóm SMEs là nhóm dễ bị tổn thương nhất trong đại dịch). Các chính sách đưa ra cần bám sát các giai đoạn và diễn biến của đại dịch. Trong ngắn hạn, các chính sách hỗ trợ khẩn cấp là cần thiết nhằm tránh làn sóng vỡ nợ dây chuyền, tuy nhiên trong dài hạn cần có chiến lược cân bằng nhằm xóa bỏ dần các hỗ trợ khẩn cấp, bởi vì việc duy trì hỗ trợ khẩn cấp gây ra các gánh nặng tài chính, và tác động tiêu cực đến tái phân bổ nguồn lực.

(ii) Nâng cấp hạ tầng Internet, tăng cường ứng dụng các thiết bị IoT, AI, và công nghệ 5G, 6G, bởi thực tế cho thấy chuyển đổi số sẽ tiếp tục len lỏi vào tất cả các hoạt động kinh tế, trong đó ngân hàng và khối doanh nghiệp sẽ là các chủ thể tiên phong đẩy nhanh quá trình hấp thụ công nghệ số để tận dụng cơ hội và vượt qua khó khăn.

(iii) Thúc đẩy phổ biến công nghệ và kiến thức, đảm bảo rằng lợi ích của chuyển đổi kỹ thuật số được chia sẻ giữa các doanh nghiệp và người lao động. Những ưu tiên này có thể đạt được bằng cách nâng cao nhận thức về các công nghệ phù hợp, nâng cao năng lực hấp thụ của các doanh nghiệp (ví dụ: thông qua hỗ trợ nghiên cứu và phát triển, thúc đẩy dịch chuyển lao động) và đảm bảo các điều kiện để sử dụng hiệu quả các công cụ kỹ thuật số, đặc biệt là tập trung vào việc cải thiện các kỹ năng có liên quan cho tất cả người lao động, nâng cao năng lực quản lý.

(iv) Hỗ trợ chuyển đổi việc làm, đặc biệt cho nhóm yếu thế. Các chính sách không chỉ nhằm mục đích khôi phục nền kinh tế mà còn chuẩn bị nguồn lao động cho tương lai, thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực và hỗ trợ chuyển đổi hiệu quả giữa các ngành nghề.

Thứ hai, phục hồi các ngành bị tác động nhiều nhất và rõ rệt nhất do đại dịch

Covid-19, cụ thể là ngành dịch vụ du lịch và các ngành có liên quan đến du lịch. Kích cầu du lịch được xem là các giải pháp chính để phục hồi ngành này. Việt Nam cần tham khảo một số quốc gia đã mở cửa dần nền kinh tế để đón du khách quốc tế trong chiến lược sống chung với Covid-19, ví dụ như Thái Lan, Nhật Bản...

Thứ ba, tăng tỷ lệ tiêm chủng vaccine phòng Covid-19. Tăng tỷ lệ người lao động được tiêm chủng vaccine phòng Covid-19 là điều kiện cần của quá trình phục hồi nền kinh tế. Người lao động cần được đảm bảo tiêm đủ hai mũi vaccine phòng Covid-19 để kế hoạch sản xuất, cung ứng sản phẩm được đảm bảo, giữ vững được thị trường và uy tín của doanh nghiệp. Để đảm bảo nguồn vaccine phòng Covid-19, bên cạnh chiến lược ngoại giao vaccine, Việt Nam cũng cần chủ động thúc đẩy hoạt động nghiên cứu và phát triển, sản xuất vaccine trong nước nhằm đảm bảo việc chủ động kiểm soát hay thích ứng trước diễn biến của dịch bệnh □

Tài liệu tham khảo

1. ABeam Consulting (2020), *Key success factors of digital transformation in Thailand*, White Paper, https://www.abeam.com/th/sites/default/files/field/field_pdf_files/WP005_Key_Success_Factors_of_DX.pdf, truy cập ngày 02/9/2021.
2. Apedo-Amah, M. C., Avdiu, B., Cirera, X., Cruz, M., Davies, E., Grover, A., Iacovone, L., Kilinc, U., Medvedev, D., Maduko, F. O., Poupakis, S., Torres, J., Trang, Tran Thu (2020), *Unmasking the impact of Covid-19 on business: Firm level evidence from across the World*, Policy Research Working Paper 9434, https://www.researchgate.net/publication/346871666_Unmasking_the_Impact_of_COVID-19_on_Businesses

Firm_Level_Evidence_from_across_the_World, truy cập ngày 02/9/2021.

3. Ayman Falak Medina (2020), *Thailand issues stimulus packages to boost domestic tourism*, <https://www.aseanbriefing.com/news/thailand-issues-stimulus-packages-boost-domestic-tourism/KKP>, truy cập ngày 02/9/2021.
4. Deloitte (2020), *Beyond Covid-19: New opportunities for fintech companies*, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/us-beyond-covid-19-new-opportunities-for-fintech-companies.pdf>, truy cập ngày 02/9/2021.
5. Dou Shicong (2020), *China to give deposits back to travel agencies to ease virus crisis*, <https://www.yicaiglobal.com/news/china-to-give-deposits-back-to-travel-agencies-to-ease-virus-crisis>, truy cập ngày 03/9/2021.
6. Funashima, Y. & Hiraga, K. (2020), “Where to go: The Japanese government’s travel subsidy during Covid-19”, Available at SSRN 3746114.
7. JETRO (2020), *Impact of Covid-19 on supply chains in the ASEAN Plus three region, with policy recommendations*, ASEAN Plus Three Joint Study - Sub-report of Japan.
8. Intarakumnerd, P., & Korwatanasakul, U. (2020), “Business impacts and government support for firms’ upgrading and innovation under Covid-19 in Southeast Asia”, *Science and Technology Policy Journal*, Vol. 3, No. 2, 17 pages.
9. ILO (2021), *A quick reference guide to common COVID-19 policy response*, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_754728.pdf, truy cập ngày 05/9/2021.

10. Karmaker, C. L., Ahmed, T., Ahmed, S., Ali, S. M., Moktadir, Md. A., Kabir, G. (2021), "Improving supply chain sustainability in the context of Covid-19 pandemic in an emerging economy: Exploring drivers using an integrated model", *Sustainable Production and Consumption*, Vol. 26, pp. 411-427.
11. Kilpatrick, J., Barter, L., (2020), *COVID-19: Managing supply chain risk and disruption*, Deloitte, 20 pages, https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ca/Documents/finance/Supply-Chain_POV_EN_FINAL-AODA.pdf, truy cập ngày 05/9/2021.
12. Li, G. (2021), *Nikkei Covid-19 Recovery Index*, <https://asia.nikkei.com/Spotlight/The-Big-Story/Nikkei-COVID-19-Recovery-Index>, truy cập ngày 03/9/2021.
13. Matsuura, T. & Saito, H. (2021), *Designing a tourism stimulus during the COVID-19 Pandemic in Japan*, <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/21e012.pdf>, truy cập ngày 05/9/2021.
14. McKinsey&Company (2020), *The way back: What the world can learn from China's travel restart after Covid-19*, <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/the-way-back-what-the-world-can-learn-from-chinas-travel-restart-after-covid-19>, truy cập ngày 05/9/2021.
15. Khajangson, Wongsakrit, Wechsuanarux, N., Rojaunwong, N. and Tanarattananon, K. (2021), *Fintech 2021 Thailand: Trends and developments*, <https://practiceguides.chambers.com/practice-guides/fintech-2021/thailand/trends-and-developments>, truy cập ngày 03/9/2021.
16. National Bureau of Statistics of China (2021), *Statistical communiqué of the people's republic of China on the 2020 national economic and social development*, http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202102/t20210228_1814177.html, truy cập ngày 03/9/2021.
17. Prime Minister's Office (2020), *Action Plan of The Growth Strategy Japan 2020*, June 2020, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/ap2020en.pdf>, truy cập ngày 03/9/2021.
18. PWC (2020), *Striking back against the outbreak of Covid-19: a series of fiscal and taxation policies to preven and control the epidemic were released*, <https://www.pwccn.com/en/china-tax-news/2020q1/chinatax-news-feb2020-6.pdf>, truy cập ngày 03/9/2021.
19. Sanhakot Vithayaporn (2021), "Covid 19 Pandemic - A Testing time for Tourism and Hospitality in Thailand", *ABAC ODI JOURNAL VISION, ACTION. OUTCOME*, Vol. 8, No. 1, January 2021, https://www.researchgate.net/publication/348757926_COVID-19_Pandemic_-A_Testing_Time_for_Tourism_and_Hospitality_in_Thailand, truy cập ngày 04/9/2021.
20. Sam Roberts (2021), *Thailand confirms entry requirements for Phuket Reopening in July*, <https://www.traveloffpath.com/thailand-confirms-entry-requirements-for-phuket-reopening-in-july>, truy cập ngày 04/9/2021.
21. Sato, F., Shikata, M., and Yamada, R. (2020), *Fintech startups fill gap in Japan's coronavirus cash crunch*, Nikkei Asia April 10, 2020, <https://asia.nikkei.com/Business/Finance/Fintech-startups-fill-gap-in-Japan-s-coronavirus-cash-crunch>, truy cập ngày 04/9/2021.

(xem tiếp trang 21)