

QUYỀN TIẾP CẬN THÔNG TIN TRONG HOẠT ĐỘNG LẬP PHÁP

● LÊ THỊ HỒNG HẠNH

TÓM TẮT:

Trong lĩnh vực xây dựng pháp luật, quyền tiếp cận thông tin được chi tiết hoá tương đối rõ thông qua hệ thống các quy định trong Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành.

Bài viết tập trung phân tích, làm rõ khái niệm quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp và các quy định pháp luật hiện hành nhằm bảo đảm quyền tiếp cận thông tin trong lĩnh vực này.

Từ khoá: Quyền tiếp cận thông tin, lập pháp, xây dựng pháp luật.

1. Đặt vấn đề

Quyền tiếp cận thông tin là quyền cơ bản của công dân thuộc nhóm quyền dân sự - chính trị đã được ghi nhận trên thế giới. Tại Việt Nam, quyền được thông tin của công dân, tổ chức được thể hiện trong nhiều chủ trương, chính sách của Đảng và được hiến định trong Hiến pháp năm 1992, Hiến pháp năm 2013. Quyền này cũng được thể hiện tại nhiều văn bản quy phạm pháp luật của Nhà nước trong các lĩnh vực khác nhau về quy hoạch, xây dựng, đất đai, vệ sinh an toàn thực phẩm, chi tiêu ngân sách... đặc biệt là sự cụ thể hoá trong Luật Tiếp cận thông tin năm 2016.

Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 đã bước đầu có những quy định nhằm đảm bảo quyền tiếp cận thông tin trong xây dựng pháp luật nói chung, cũng như trong hoạt động lập pháp nói riêng.

2. Khái quát chung về quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp

Khái niệm quyền tiếp cận thông tin được hiểu là quyền được tiếp cận các thông tin đang được các

cơ quan công quyền quản lý, kiểm soát để thỏa mãn nhu cầu trong cuộc sống hay để bảo vệ và thực hiện các quyền khác được pháp luật ghi nhận. Thông tin theo cách hiểu trong “*Các nguyên tắc cơ bản của Luật Tự do thông tin*” do tổ chức ARTI-CALE 19 xây dựng, bao gồm tất cả các tài liệu được nắm giữ bởi một số tổ chức, cơ quan nào đó. Thông tin không phân biệt hình thức và cách thức được lưu trữ, nguồn gốc thông tin và ngày sản xuất. Theo đó, quyền tiếp cận thông tin bao gồm: quyền được xem các tác phẩm, tài liệu, hồ sơ, được ghi chép, trích dẫn, sao chụp các tài liệu, hồ sơ đó, được thu thập thông tin dưới dạng các đĩa mềm, thẻ nhớ hoặc bất kỳ dạng thiết bị điện tử nào...¹

Ở Việt Nam, quyền tiếp cận thông tin được hiến định trong nhóm quyền cơ bản của con người, công dân tại Điều 25, Hiến pháp 2013 “Công dân có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tự do tiếp cận thông tin, hội họp, lập hội, biểu tình. Việc thực hiện các quyền này do pháp luật quy định”. Hiện nay cũng không có nhiều tranh luận về khái niệm của quyền tiếp cận thông tin mặc dù về tên gọi

trong pháp luật các nước, văn bản quốc tế không hoàn toàn giống nhau. *“Theo nghĩa hẹp nhất quyền tiếp cận thông tin là quyền của mỗi cá nhân đối với việc xem xét hoặc sao chụp các tài liệu được các cơ quan nhà nước nắm giữ; Quyền tiếp cận thông tin theo nghĩa rộng nhất bao quát cả quyền tự do thể hiện ý kiến và thông tin qua việc tự do tìm kiếm, tiếp nhận và truyền bá thông tin”*².

Trên cơ sở hiến định, quyền tiếp cận thông tin ngày càng được thể hiện rõ nét hơn trên các lĩnh vực khác nhau, thông qua các đạo luật cụ thể. Tại Điều 2, Luật tiếp cận thông tin 2016³ đã giải thích một số từ ngữ: *“Thông tin là tin, dữ liệu được chứa đựng trong văn bản, hồ sơ, tài liệu có sẵn, tồn tại dưới dạng bản viết, bản in, bản điện tử, tranh, ảnh, bản vẽ, băng, đĩa, bản ghi hình, ghi âm hoặc các dạng khác do cơ quan nhà nước tạo ra”*; *“Thông tin do cơ quan nhà nước tạo ra là tin, dữ liệu được tạo ra trong quá trình cơ quan nhà nước thực hiện chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn theo quy định của pháp luật, được người có thẩm quyền của cơ quan nhà nước đó ký, đóng dấu hoặc xác nhận bằng văn bản”* và *“tiếp cận thông tin là việc đọc, xem, nghe, ghi chép, sao chép, chụp thông tin”*.

Như vậy, khái niệm quyền tiếp cận thông tin không phải là khái niệm mới. Tinh thần của quyền tiếp cận thông tin chính là sự công khai hóa các hoạt động, các thông tin do Nhà nước nắm giữ đối với công chúng.

Quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp được hiểu là quyền được tiếp cận với các thông tin về chính sách trong giai đoạn đề nghị xây dựng luật, về dự thảo các quy phạm pháp luật, về văn bản luật được thông qua trong suốt quy trình xây dựng một luật, bộ luật cụ thể. Chủ thể được hưởng quyền chính là mọi công dân, chủ thể có trách nhiệm cung cấp thông tin là các cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm trong các bước của quy trình lập pháp. Theo đó, công dân được quyền tiếp cận và phản hồi với các thông tin từ cơ quan nhà nước trong cả giai đoạn lập đề nghị xây dựng luật, giai đoạn soạn thảo dự án luật và được tiếp cận khi văn bản luật đã được Quốc hội thông qua.

Việc bảo đảm quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp là một nhiệm vụ bắt buộc,

nhằm hiện thực hoá quyền tiếp cận thông tin của công dân đã được hiến định trong Hiến pháp 2013. Bảo đảm quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp có ý nghĩa quan trọng trong sự phát triển đất nước, góp phần thúc đẩy sự công bằng, dân chủ trong xã hội, góp phần củng cố mối quan hệ giữa Nhà nước và xã hội.

Việc bảo đảm quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp cũng làm tăng tính hiệu quả, minh bạch và trách nhiệm giải trình của cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm trong quy trình lập pháp. Từ việc bảo đảm quyền này cũng góp phần nâng cao chất lượng của các luật khi người dân được tiếp cận thông tin, làm tiền đề cho việc đưa ra ý kiến phản biện chính sách. Quyền này cũng có thể mang lại lợi ích cho Chính phủ, qua việc đem lại sự minh bạch và cởi mở trong quá trình xây dựng chính sách pháp luật và cải thiện lòng tin của công chúng đối với các hoạt động của Chính phủ, bởi lẽ Chính phủ là chủ thể chịu trách nhiệm đề xuất, xây dựng hơn 90% luật được Quốc hội thông qua.

3. Quy định pháp luật hiện hành về quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp

Quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp được suy ra từ quy định của Hiến pháp 2013 và chủ yếu được thể chế hoá, chi tiết hoá trong Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 (Luật BHVBQPPL năm 2015). Một số nội dung cũng đã được đề cập tới trong Luật Tiếp cận thông tin năm 2016.

Ngay tại Điều 5, Luật BHVBQPPL 2015 khi xác định các nguyên tắc xây dựng văn bản quy phạm pháp luật đã nêu rõ, phải *“6. Bảo đảm công khai, dân chủ trong việc tiếp nhận, phản hồi ý kiến, kiến nghị của cá nhân, cơ quan, tổ chức trong quá trình xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật”*. Đây được xem là một nguyên tắc thể hiện rõ tinh thần của quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động xây dựng pháp luật nói chung, đó là yếu tố công khai, dân chủ.

Đối với quy trình xây dựng luật theo Luật BHVBQPPL 2015, luật là một trong số các văn bản quy phạm pháp luật phải trải qua quy trình gồm hai giai đoạn độc lập, là: lập đề nghị xây dựng

chính sách và soạn thảo dự án luật. Một trong những điểm mới quan trọng của Luật năm 2015 là bước đầu có sự tách bạch giữa quy trình xây dựng chính sách với quy trình soạn thảo VBQPPL. Điểm nhấn của quy trình xây dựng chính sách trong Luật năm 2015 đó là trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức phải tiến hành đánh giá tác động của từng chính sách trong đề nghị xây dựng VBQPPL.

Theo đó, quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp được cụ thể hoá trong tất cả các giai đoạn từ khi lập đề nghị xây dựng luật cho đến khi dự thảo được thông qua, luật được công bố chính thức.

3.1. Thực trạng quy định pháp luật về quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp

3.1.1. Quyền tiếp cận thông tin trong giai đoạn đề nghị xây dựng luật

Một yêu cầu bắt buộc trong giai đoạn đề nghị xây dựng luật đó là chủ thể chịu trách nhiệm sẽ phải công khai thông tin để mọi người dân được biết và cho ý kiến. Theo quy định hiện nay, Chủ tịch nước, Ủy ban thường vụ Quốc hội, Hội đồng dân tộc, Ủy ban của Quốc hội, Chính phủ, Tòa án nhân dân tối cao, Viện kiểm sát nhân dân tối cao, Kiểm toán nhà nước, Ủy ban trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và cơ quan trung ương của tổ chức thành viên thuộc Mặt trận có quyền trình dự án luật trước Quốc hội thì có quyền đề nghị xây dựng luật (Điều 32 Luật BHVBQPPL 2015). Đối với các dự án luật do Chính phủ đề xuất xây dựng, tùy theo từng lĩnh vực chuyên ngành sẽ do Bộ, ngành chủ quản lĩnh vực đó chịu trách nhiệm chủ trì xây dựng luật.

Tại Điều 36, Luật BHVBQPPL 2015, khi quy định về vấn đề lấy ý kiến đối với đề nghị xây dựng luật đã xác định cụ thể trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, đại biểu Quốc hội lập đề nghị xây dựng luật cũng chính là những chủ thể chịu trách nhiệm cung cấp thông tin. Theo đó, các chủ thể lập đề nghị xây dựng luật phải đăng tải báo cáo tổng kết, báo cáo đánh giá tác động của chính sách trong đề nghị xây dựng luật trên Cổng thông tin điện tử của Quốc hội đối với đề nghị xây dựng luật của Ủy ban thường vụ Quốc hội, Hội đồng dân tộc, Ủy ban của Quốc hội, đại biểu Quốc hội; Cổng thông tin điện tử của

Chính phủ đối với đề nghị xây dựng luật của Chính phủ, Cổng thông tin điện tử của cơ quan, tổ chức có đề nghị xây dựng luật. Thời gian đăng tải ít nhất là 30 ngày.

Sau quá trình lấy ý kiến, các chủ thể đề nghị xây dựng luật phải tổng hợp, nghiên cứu, giải trình, tiếp thu các ý kiến góp ý; tiếp tục đăng tải báo cáo giải trình, tiếp thu trên Cổng thông tin điện tử đã được quy định để mọi người dân đều được biết. Như vậy ngay trong giai đoạn đầu tiên này, công dân đã được tiếp cận thông tin với toàn văn hồ sơ đề nghị xây dựng luật được đăng tải công khai trên Cổng thông tin điện tử.

3.1.2. Quyền tiếp cận thông tin trong giai đoạn soạn thảo dự án luật

Điều 57, Luật BHVBQPPL 2015 quy định về nội dung lấy ý kiến đối với dự thảo luật. Chủ thể chịu trách nhiệm cung cấp thông tin và tổ chức hoạt động lấy ý kiến vẫn là cơ quan, đơn vị chủ trì soạn thảo luật. Riêng đối với dự án, dự thảo do đại biểu Quốc hội soạn thảo, Văn phòng Quốc hội, Văn phòng Đoàn đại biểu Quốc hội, Viện nghiên cứu lập pháp sẽ đảm nhiệm trách nhiệm này.

Sau khi có dự thảo luật, chủ thể xây dựng luật phải đăng tải toàn văn dự thảo văn bản và tờ trình trên Cổng thông tin điện tử quy định tại Điểm a, khoản 1, Điều 36 của Luật này và của cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo trong thời gian ít nhất là 60 ngày, trừ những văn bản được ban hành theo trình tự, thủ tục rút gọn, để các cơ quan, tổ chức, cá nhân góp ý. Trong thời gian 60 ngày, nếu cơ quan chủ trì soạn thảo chỉnh lý lại dự thảo văn bản mà khác với dự thảo đã đăng tải trước đó thì phải đăng lại dự thảo văn bản đã được chỉnh lý. Điều này đảm bảo cho mọi người dân đều có thể tiếp cận với thông tin về dự thảo luật trước khi luật được Quốc hội họp bàn thông qua. Quy định này cũng rất phù hợp với quy định về những thông tin phải được công khai tại Điều 17, Luật Tiếp cận thông tin.

Đồng thời, cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo có trách nhiệm tổng hợp, nghiên cứu, tiếp thu các ý kiến góp ý và đăng tải nội dung giải trình, tiếp thu trên Cổng thông tin điện tử của Chính phủ và Cổng thông tin điện tử của cơ quan, tổ chức mình. Như vậy trong quá trình soạn thảo dự án luật, toàn văn

dự thảo luật và báo cáo giải trình tiếp thu ý kiến của nhân dân đều phải đăng tải công khai để mọi người dân có thể được biết.

3.1.3. Quyền tiếp cận thông tin trong giai đoạn xem xét, thông qua dự án luật và công bố luật

Quốc hội xem xét, thông qua dự án luật, dự thảo nghị quyết tại một hoặc hai kỳ họp Quốc hội; trường hợp dự án luật lớn, nhiều điều, khoản có tính chất phức tạp Quốc hội có thể xem xét, thông qua tại ba kỳ họp (Điều 73, Luật BHVBQPPL năm 2015). Các đại biểu Quốc hội sẽ tiến hành thảo luận tại phiên họp toàn thể trước khi bấm nút thông qua một dự án luật. Việc thảo luận của các đại biểu tại phiên họp toàn thể của Quốc hội là công khai, được đưa tin trên truyền hình, công dân có quyền được vào dự thính tại các phiên họp công khai của Quốc hội, theo đúng quy định của Luật Tổ chức Quốc hội năm 2014.

Sau khi được thông qua tại Kỳ họp của Quốc hội, Chủ tịch nước chịu trách nhiệm công bố luật chậm nhất là 15 ngày kể từ ngày luật, pháp lệnh được thông qua. Đối với luật, pháp lệnh được xây dựng, ban hành theo trình tự, thủ tục rút gọn thì Chủ tịch nước công bố luật, pháp lệnh chậm nhất là 5 ngày kể từ ngày luật được thông qua (Điều 80, Luật BHVBQPPL 2015). Quy định về việc đăng công báo này cũng được nói rõ trong Luật Tiếp cận thông tin 2016 khi xác định văn bản quy phạm pháp luật là loại thông tin phải được công khai rộng rãi (Điểm a, khoản 1, Điều 17).

Việc đăng công báo cũng được quy định chi tiết hơn tại Điều 150, Luật BHVBQPPL 2015, theo đó văn bản luật phải được đăng Công báo nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam, trừ trường hợp văn bản có nội dung thuộc bí mật nhà nước; cơ quan Công báo có trách nhiệm đăng toàn văn bản luật trên Công báo và văn bản luật đăng trên Công báo in và Công báo điện tử là văn bản chính thức, có giá trị như văn bản gốc.

3.2. Đánh giá quy định pháp luật hiện hành về quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp

Nhìn chung, trong các giai đoạn của quy trình xây dựng luật đã tính đến những quy định yêu cầu cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm cung cấp thông tin cho người dân. Chủ thể chịu trách nhiệm công

khai thông tin cũng đã được xác định rõ trong từng giai đoạn, dưới các hình thức cụ thể, như đăng tải trên Trang thông tin điện tử của các cơ quan, trên các phương tiện thông tin đại chúng hoặc niêm yết tại trụ sở cơ quan nhà nước.

Các thông tin này được đăng tải rộng rãi và mọi cơ quan, tổ chức, cá nhân có thể tiếp cận, khai thác, sử dụng theo nhu cầu mà không có bất kỳ sự giới hạn nào. Phương thức cung cấp thông tin cũng được quy định minh bạch, chủ yếu là thông qua hình thức đăng tải trên các trang thông tin điện tử công khai. Về thời hạn, thời gian đăng tải công khai thông tin cũng đã được quy định rõ với từng hoạt động cụ thể.

Những quy định này về cơ bản đã tạo cơ sở pháp lý cho người dân được tiếp cận với những thông tin kể từ khi cơ quan nhà nước có ý định xây dựng luật cho đến khi luật được thông qua và có hiệu lực, bảo đảm phần nào quyền tiếp cận thông tin cho người dân trong suốt quy trình lập pháp.

Điều này cho thấy, Nhà nước ta đã ngày càng mở rộng phạm vi thông tin, bảo đảm tốt hơn quyền tiếp cận thông tin của công dân và nâng cao trách nhiệm của các cơ quan nhà nước trong việc bảo đảm thực hiện quyền được thông tin của công dân. Việc này nhằm để chủ trương “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra” đi vào cuộc sống và nhân dân thực hiện tốt quyền giám sát của mình đối với mọi hoạt động của các cơ quan nhà nước, trong đó có hoạt động lập pháp của Quốc hội.

Tuy nhiên, nhìn nhận những quy định hiện hành có thể thấy vẫn còn một số tồn tại cần bàn luận thêm.

Về phương thức chủ yếu cung cấp thông tin được tiếp cận chỉ là phương thức cơ quan nhà nước công bố công khai, không có quy định về phương thức cung cấp thông tin theo yêu cầu của cá nhân, tổ chức. Theo đó, không hề có cơ chế cho trường hợp người dân hoặc tổ chức muốn yêu cầu cung cấp thông tin trong quy trình lập pháp ngoài những văn bản được công khai trên trang thông tin điện tử như quy định, thì có được hay không? Và nếu được sẽ tiến hành như thế nào? Đây cũng là tình trạng chung đối với các quy định pháp luật về quyền tiếp cận thông tin trong các lĩnh vực khác nhau. Đó là,

chưa chú trọng đến quyền được chủ động yêu cầu cung cấp thông tin của công dân, có rất ít quy định về cơ chế để người dân thực hiện quyền yêu cầu cung cấp thông tin.

Việc cung cấp thông tin trong một số hoạt động rất quan trọng, đó là thẩm định và thẩm tra đối với đề nghị xây dựng luật và dự thảo luật thì lại chưa được đề cập đến. Báo cáo thẩm định và báo cáo thẩm tra của cơ quan chịu trách nhiệm thẩm định, thẩm tra liệu có cần phải đăng tải công khai trên trang thông tin điện tử của những cơ quan này hay không? Theo ý kiến cá nhân tác giả, điều này là cần thiết. Bởi lẽ để cả quá trình làm luật được công khai và minh bạch, kết luận của cơ quan thẩm định, thẩm tra cũng cần được công khai rộng rãi để mọi cơ quan, tổ chức, cá nhân đều được biết. Đây là điểm mà Luật BHVBQPPL 2015 vẫn chưa quy định.

Bên cạnh đó, pháp luật hiện hành mới chỉ đang quy định các điều khoản liên quan tới việc đăng tải công khai thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng để hướng đến mục tiêu lấy ý kiến cho đề nghị xây dựng luật hoặc dự thảo luật chứ chưa thực sự chú trọng đến việc lưu trữ thông tin và công khai thông tin nhằm bảo đảm quyền tiếp cận thông tin cho người dân. Cụ thể là, Luật BHVBQPPL 2015 hầu như chỉ có quy định cơ quan có trách nhiệm cần đăng tải thông tin trên trang điện tử để lấy ý kiến các đối tượng. Quyền tiếp

cận thông tin đối với hoạt động lập pháp cũng là một cơ chế để người dân có thể giám sát hoạt động của cơ quan có thẩm quyền trong suốt quá trình làm ra luật. Do đó, dường như pháp luật hiện hành vẫn còn đang coi nhẹ và chưa thực sự thể chế hoá quyền này trong các quy định pháp luật để tạo điều kiện cho người dân thực hiện quyền của mình.

Xét ở khía cạnh khác, bản thân người dân là những người nắm trong tay quyền tiếp cận thông tin nhưng chính họ cũng chưa thật sự hiểu rõ và sử dụng quyền của mình. Bằng chứng có thể thấy, các cơ quan đăng tải tài liệu trên các trang thông tin công khai nhưng thực tế không nhiều người dân truy cập vào những trang này, cũng không nhiều người dân quan tâm đến việc chúng ta đang đề nghị xây dựng luật gì, hay sắp có đạo luật gì được ra đời... Chính người dân cũng đang còn thờ ơ với quyền của chính mình, điều này thực sự là một bài toán khó để quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp nói riêng và quyền tiếp cận thông tin nói chung thực sự đi vào đời sống.

Xung quanh vấn đề bảo đảm quyền tiếp cận thông tin trong hoạt động lập pháp, và trong mọi lĩnh vực nói chung, từ phía các cơ quan chức năng cần có cái nhìn coi trọng vấn đề này hơn để có thể xây dựng một cơ chế đảm bảo cho người dân được thực hiện quyền của mình. Còn về phía người dân, cần nâng cao ý thức pháp luật để nhận thức và sử dụng đúng quyền chính đáng của mình ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Đình Quỳnh Mây (2014), *Xây dựng cơ chế bảo đảm quyền tiếp cận thông tin ở Việt Nam từ kinh nghiệm ở các nước trên thế giới*, Luận văn thạc sĩ Luật học, Khoa Luật, ĐHQG Hà Nội.

²Viện Khoa học Pháp lý (2011), *Đề tài khoa học cấp Bộ “Cơ sở lý luận và thực tiễn của việc hoàn thiện pháp luật về tiếp cận thông tin phục vụ xây dựng luật tiếp cận thông tin”*, Hà Nội.

³Quốc hội (2016), *Luật Tiếp cận thông tin 2016* được Quốc hội khóa XIII thông qua tại kỳ họp thứ 11 ngày 6 tháng 4 năm 2016, có hiệu lực thi hành từ ngày 1 tháng 7 năm 2018

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2016), Luật Tiếp cận thông tin 2016.
2. Quốc hội (2015), Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015.

3. Đinh Quỳnh Mây (2014), *Xây dựng cơ chế bảo đảm quyền tiếp cận thông tin ở Việt Nam từ kinh nghiệm ở các nước trên thế giới*, Luận văn thạc sĩ Luật học, Khoa Luật, ĐHQG Hà Nội.

4. Viện Khoa học Pháp lý (2011), *Đề tài khoa học cấp Bộ “Cơ sở lý luận và thực tiễn của việc hoàn thiện pháp luật về tiếp cận thông tin phục vụ xây dựng luật tiếp cận thông tin”*, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ THỊ HỒNG HẠNH

Trường Đại học Luật Hà Nội

THE RIGHT TO ACCESS TO INFORMATION IN THE FIELD OF LEGISLATIVE DEVELOPMENT IN VIETNAM

● Master. **LE THI HONG HANH**
Hanoi Law University

ABSTRACT:

In the field of legislative development in Vietnam, the right to access to information is relatively detailed through the system of provisions of the 2015 Law on Promulgation of Legal Documents and its guiding documents. This paper analyses and clarifies the concept of the right to access to information in legislative activities and current laws to ensure the right to access to information in this field.

Keywords: Right to access to information, legislation, legislative development.

PHÁP LUẬT VỀ CHUYỂN NHƯỢNG QUYỀN SỬ DỤNG ĐẤT CỦA TỔ CHỨC KINH TẾ: BẤT CẬP VÀ KHUYẾN NGHỊ

● NGÔ THỊ HỒNG ÁNH

TÓM TẮT:

Hiện nay, quy định pháp luật về chuyển nhượng quyền sử dụng đất (QSDĐ) có sự phân biệt đối xử giữa tổ chức kinh tế có vốn đầu tư trong nước với chủ thể có vốn đầu tư nước ngoài. Không những vậy, điều kiện để thực hiện quyền chuyển nhượng của các tổ chức kinh tế còn khó khăn và vướng mắc đã gián tiếp ảnh hưởng đến môi trường đầu tư, kinh doanh bất động sản ở Việt Nam. Từ đó, làm giảm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Bài viết nghiên cứu quy định pháp luật về chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế, từ đó tác giả đưa ra một số khuyến nghị để kịp thời sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện các quy định pháp luật trong thời gian tới.

Từ khóa: Pháp luật, chuyển nhượng quyền sử dụng đất, tổ chức kinh tế, bất cập.

1. Đặt vấn đề

Hoạt động chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế bản chất là quan hệ mua bán giữa bên chuyển nhượng và bên nhận chuyển nhượng. Tuy nhiên, đối tượng của quan hệ mua bán này là QSDĐ, phát sinh từ quyền sở hữu đặc biệt - quyền sở hữu toàn dân về đất đai. Do vậy, Nhà nước - với vai trò đại diện chủ sở hữu về đất đai - cần thiết có những chính sách, quy định về pháp luật đất đai nói chung và pháp luật về chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế nói riêng để nâng cao hiệu lực, hiệu quả, đáp ứng yêu cầu của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng hiện nay.

2. Mục tiêu và phương pháp nghiên cứu

Mục tiêu:

Phân tích một số bất cập, hạn chế của pháp luật đất đai và các văn bản pháp luật có liên quan hiện nay về chuyển nhượng QSDĐ đối với tổ chức kinh tế. Cùng với đó, là nghiên cứu những rào cản pháp lý gây khó khăn cho tổ chức kinh tế thực hiện quyền chuyển nhượng và nhận chuyển nhượng QSDĐ.

Đưa ra khuyến nghị pháp lý để tháo gỡ những vướng mắc, bất cập, kịp thời sửa đổi, bổ sung quy định pháp luật và các văn bản pháp luật có liên

quan về chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế. Từ đó, nhằm đảm bảo hệ thống pháp luật có hiệu lực, hiệu quả, cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản ở Việt Nam hiện nay.

Phương pháp:

Phương pháp phân tích, so sánh luật học, tổng hợp khoa học pháp lý.

3. Những bất cập của pháp luật về chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế và khuyến nghị

Thứ nhất, pháp luật đất đai hạn chế quyền nhận chuyển nhượng QSDĐ đối với tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài so với tổ chức kinh tế có vốn đầu tư trong nước.

Theo quy định hiện hành, các tổ chức kinh tế không có vốn đầu tư nước ngoài (tổ chức kinh tế trong nước) được chuyển nhượng và nhận chuyển nhượng QSDĐ đối với hầu hết các trường hợp có nguồn gốc do Nhà nước giao đất, có thu tiền sử dụng đất hoặc cho thuê đất mà trả tiền thuê đất bao gồm cả thời gian thuê (trừ trường hợp không được nhận chuyển nhượng QSDĐ trồng lúa, đất rừng phòng hộ, đất rừng đặc dụng của hộ gia đình, cá nhân). Nếu đất trồng lúa, đất rừng phòng hộ, đất rừng đặc dụng của hộ gia đình, cá nhân được chuyển mục đích sử dụng và đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt thì vẫn được chuyển nhượng QSDĐ [2, § 169. 1b].

Trong khi đó, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài không được nhận chuyển nhượng QSDĐ trực tiếp từ các hộ gia đình, cá nhân hoặc các tổ chức kinh tế khác. Họ chỉ có quyền nhận chuyển nhượng vốn đầu tư là giá trị QSDĐ, mà đất đó có nguồn gốc được Nhà nước giao có thu tiền sử dụng đất, cho thuê đất, trả tiền thuê đất cho cả thời gian thuê. Tuy nhiên, giá trị QSDĐ đó đã được vốn hóa vào vốn của doanh nghiệp [2, § 169. 1b].

Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, cần thiết phải tạo ra sân chơi bình đẳng giữa các chủ

thể kinh doanh nói chung và các doanh nghiệp sử dụng đất nói riêng. Vì vậy, các nhà làm luật cần thay đổi tư duy để tạo hành lang pháp lý bình đẳng, an toàn, hiệu quả cho các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế sử dụng đất hoặc kinh doanh bất động sản ở Việt Nam. Cần thiết chuyển dần từ cơ chế hành chính nặng về mệnh lệnh, phục tùng - như cấm, cho phép chuyển nhượng QSDĐ - sang cơ chế hành chính - dịch vụ công, mà vẫn đảm bảo quyền chủ sở hữu đối với đất đai, như công nhận việc chuyển nhượng QSDĐ giữa các chủ thể trong quan hệ chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế.

Thứ hai, điều kiện chuyển nhượng chung về QSDĐ còn chưa chặt chẽ và đầy đủ.

Hiện nay, bên chuyển nhượng QSDĐ được chuyển nhượng khi đáp ứng đủ các điều kiện theo quy định của Luật Đất đai 2013, như: có Giấy chứng nhận QSDĐ; đất không có tranh chấp; QSDĐ không bị kê biên để bảo đảm thi hành án trong thời hạn sử dụng đất,...

Tuy nhiên, với quy định QSDĐ không bị kê biên để đảm bảo thi hành án [2, § 188. 1c] là điều kiện để chuyển nhượng QSDĐ, tác giả cho rằng vẫn chưa chặt chẽ và đầy đủ. Bởi lẽ, thực tế trong kinh doanh, QSDĐ thường được chủ đầu tư dự án thế chấp tại các tổ chức tín dụng để đảm bảo thực hiện nghĩa vụ trả nợ trong hợp đồng vay. Giả sử, chủ đầu tư dự án xây dựng nhà ở thương mại đã thế chấp QSDĐ tại tổ chức tín dụng nhưng vẫn có thể ký kết hợp đồng bán nhà cùng với việc chuyển nhượng QSDĐ cho người mua mà không bị hạn chế bởi pháp luật. Như vậy, bên mua nhà có thể sẽ phải đối diện với rủi ro trong thời gian đã ký hợp đồng mua nhà nhưng chưa nhận QSDĐ, nếu chủ đầu tư không thực hiện nghĩa vụ trả nợ đối với tổ chức tín dụng hoặc không tiếp tục thực hiện hợp đồng chuyển nhượng QSDĐ. Do vậy, đây là một khe hở pháp lý, làm cho người mua (thường là yếu thế vì không nắm đầy đủ thông tin cũng như am hiểu về tình trạng pháp lý của QSDĐ) có thể bị thiệt hại.

Pháp luật cần thiết sửa đổi, bổ sung theo hướng điều kiện để QSDĐ được thực hiện và các giao dịch chuyển QSDĐ (trong đó có việc chuyển nhượng QSDĐ) không phải là đối tượng đảm bảo cho việc thực hiện nghĩa vụ tài sản.

Thứ ba, chuyển nhượng dự án gắn với chuyển nhượng QSDĐ chưa thống nhất giữa Luật Đất đai, Luật Kinh doanh bất động sản, Luật Nhà ở, Luật đầu tư; còn nhiều vướng mắc, bất cập và không phù hợp với thực tiễn

- Về loại dự án được chuyển nhượng:

Luật Đầu tư 2014 quy định, chủ đầu tư có quyền chuyển nhượng toàn bộ hoặc một phần dự án đầu tư cho nhà đầu tư khác khi không thuộc một trong các trường hợp bị chấm dứt hoạt động; tuân thủ các điều kiện theo quy định pháp luật đất đai, pháp luật về kinh doanh bất động sản trong trường hợp chuyển nhượng dự án gắn với việc chuyển nhượng QSDĐ [3, § 45]. Do vậy, quy định này có thể hiểu là các dự án đầu tư đều có thể được chuyển nhượng nếu đáp ứng đủ các điều kiện trên.

Trong khi Luật Nhà ở 2014 chỉ quy định đối với dự án xây dựng nhà ở thương mại được chuyển nhượng một phần hoặc toàn bộ dự án theo quy định của pháp luật về kinh doanh bất động sản [5, § 25. 4].

Luật Kinh doanh Bất động sản 2014 quy định, chủ đầu tư được chuyển nhượng toàn bộ hoặc một phần dự án bất động sản khi dự án đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt, đã có quy hoạch chi tiết 1/500 hoặc quy hoạch tổng mặt bằng được phê duyệt và dự án, phần dự án chuyển nhượng đã hoàn thành xong việc bồi thường, giải phóng mặt bằng. Đối với trường hợp chuyển nhượng toàn bộ dự án đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thì phải xây dựng xong các công trình hạ tầng kỹ thuật tương ứng theo tiến độ ghi trong dự án đã được phê duyệt; Dự án không có tranh chấp về quyền sử dụng đất, không bị kê biên để bảo đảm thi hành án hoặc để chấp hành quyết định hành chính của cơ quan nhà nước có

thẩm quyền; Không có quyết định thu hồi dự án, thu hồi đất của cơ quan nhà nước có thẩm quyền; Trường hợp có vi phạm trong quá trình triển khai dự án thì chủ đầu tư phải chấp hành xong quyết định xử phạt; Chủ đầu tư chuyển nhượng đã có giấy chứng nhận về QSDĐ đối với toàn bộ hoặc một phần dự án chuyển nhượng.

Trong khi đó, Luật Đất đai 2013 mới chỉ quy định việc chuyển nhượng QSDĐ trong thực hiện dự án đầu tư xây dựng kinh doanh nhà ở; dự án đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng để chuyển nhượng hoặc cho thuê [2, § 194]. Theo đó, chủ đầu tư dự án đầu tư xây dựng kinh doanh nhà ở được chuyển nhượng QSDĐ dưới hình thức phân lô, sau khi đã hoàn thành đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng và nghĩa vụ tài chính về đất đai. Chủ đầu tư được chuyển nhượng QSDĐ gắn với việc chuyển nhượng toàn bộ hoặc một phần dự án khi đã có Giấy chứng nhận. Việc chuyển nhượng QSDĐ gắn với chuyển nhượng toàn bộ dự án đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng để chuyển nhượng hoặc cho thuê phải có đủ các điều kiện chung, quy định tại khoản 1, Điều 188, Luật Đất đai 2013. Dự án phải xây dựng xong các công trình hạ tầng kỹ thuật tương ứng theo tiến độ ghi trong dự án đã được phê duyệt.

Như vậy, việc quy định dẫn chiếu của Luật Đầu tư đối với hoạt động chuyển nhượng dự án gắn với việc chuyển nhượng QSDĐ sang Luật Kinh doanh Bất động sản và Luật Đất đai còn nhiều vướng mắc. Trong khi, Luật Kinh doanh Bất động sản chỉ quy định hoạt động chuyển nhượng toàn bộ hoặc một phần dự án bất động sản thì Luật Đất đai lại quy định chuyển nhượng QSDĐ trong thực hiện dự án đầu tư, xây dựng kinh doanh nhà ở.

Đối với dự án đầu tư, xây dựng kết cấu hạ tầng để chuyển nhượng hoặc cho thuê cũng chỉ quy định việc chuyển nhượng QSDĐ gắn với chuyển nhượng toàn bộ dự án mà không quy định việc chuyển nhượng một phần dự án, điều này dẫn đến lúng túng cho các cơ quan chức năng và chủ đầu tư khi thực hiện hoạt động chuyển

nhượng. Ngoài những dự án trên thì các dự án khác hiện chưa có quy định cụ thể về điều kiện, trình tự, thủ tục chuyển nhượng như thế nào cũng gây nhiều khó khăn và vướng mắc trong quá trình chuyển nhượng dự án.

- Về điều kiện chuyển nhượng dự án:

Thông thường trên thực tế, việc chuyển nhượng dự án là do nhiều chủ đầu tư thực sự gặp tình trạng khó khăn hoặc thiếu nguồn vốn nên không thể tiếp tục thực hiện dự án, không thể thực hiện việc bồi thường, giải phóng mặt bằng hoặc triển khai việc xây dựng hạ tầng kỹ thuật.

Cũng có thể, chủ đầu tư chưa được cấp Giấy chứng nhận QSDĐ theo Quy định tại Điều 49, Luật Kinh doanh bất động sản 2014, trong khi đã thực hiện nhiều khoản chi phí cho các thủ tục trong giai đoạn chuẩn bị đầu tư như: thuê tư vấn lập quy hoạch, lập báo cáo kinh tế kỹ thuật, lập dự án chi tiết, phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường, thủ tục phòng cháy, chữa cháy...Do vậy dự án không đáp ứng được đủ điều kiện chuyển nhượng theo quy định đã gây thiệt hại đối với chủ dự án, làm giảm hoặc mất cơ hội cho các chủ thể có năng lực tiếp tục triển khai thực hiện dự án, gây thiệt hại cho địa phương có dự án triển khai, ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của người dân và ảnh hưởng đến môi trường đầu tư nói chung.

Do vậy, cần thiết các nhà làm luật nghiên cứu để sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện Luật Kinh doanh bất động sản theo hướng giảm điều kiện chuyển nhượng dự án, để tăng cơ hội đưa các dự án tiếp tục đi vào giai đoạn triển khai và hoạt động.

Thứ tư, thủ tục hành chính cho phép tổ chức kinh tế nhận chuyển nhượng QSDĐ để đầu tư kinh doanh còn mâu thuẫn.

Trường hợp tổ chức kinh tế là chủ đầu tư nhận chuyển nhượng QSDĐ nông nghiệp để thực hiện dự án đầu tư, sản xuất, kinh doanh phi nông nghiệp như thực hiện dự án nhà ở thương mại, thì trước tiên để được nhận chuyển nhượng QSDĐ

nông nghiệp phải có văn bản chấp thuận của cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với tổ chức kinh tế nhận chuyển nhượng QSDĐ nông nghiệp để thực hiện dự án [2, §193.1]. Trong khi đó, pháp luật lại quy định, chủ đầu tư muốn thực hiện dự án phải thông qua đấu giá QSDĐ hoặc đấu thầu dự án có sử dụng đất. Việc lựa chọn chủ đầu tư chỉ có thể thực hiện được khi đất thực hiện dự án là đất do nhận chuyển nhượng QSDĐ ở theo quy định của pháp luật về đất đai, để xây dựng nhà ở thương mại [5, § 21, 22, 23].

Với các quy định mâu thuẫn như trên, tổ chức kinh tế gặp khó khăn khi đã nhận chuyển nhượng QSDĐ nông nghiệp để thực hiện dự án đầu tư, sản xuất, kinh doanh phi nông nghiệp đối với đất đã nhận chuyển nhượng. Do vậy, cần thiết sửa đổi quy định pháp luật theo hướng xóa bỏ quy định phải thông qua đấu giá đối với trường hợp tổ chức kinh tế đã nhận chuyển nhượng QSDĐ và đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền cũng như có văn bản chấp thuận việc chuyển nhượng đó.

Thứ năm, thời điểm có hiệu lực của hợp đồng chuyển nhượng QSDĐ còn chưa rõ ràng và thống nhất.

Hiện nay, quy định của pháp luật liên quan đến thời điểm có hiệu lực của hợp đồng chuyển nhượng QSDĐ, thời điểm chuyển nhượng QSDĐ, thời điểm công nhận QSDĐ còn chưa rõ ràng và thống nhất dẫn đến nhiều quan điểm tranh cãi.

Về thời điểm có hiệu lực của hợp đồng, các bên có thể thỏa thuận và ghi trong hợp đồng hoặc theo quy định pháp luật dân sự và đất đai.

Về thời điểm chuyển nhượng QSDĐ và thời điểm công nhận QSDĐ: Cụ thể, tại Điều 503, Bộ luật dân sự 2015 quy định việc chuyển nhượng QSDĐ có hiệu lực kể từ thời điểm đăng ký theo quy định của Luật Đất đai. Luật Đất đai 2013 quy định, việc chuyển nhượng QSDĐ phải đăng ký tại cơ quan đăng ký đất đai và có hiệu lực kể từ thời điểm đăng ký vào sổ địa chính [2, §188.3]. Như vậy, giữa Bộ luật Dân sự 2015 và Luật Đất đai

2013 thống nhất quy định thời điểm có hiệu lực của việc chuyển nhượng QSDĐ là bắt đầu kể từ thời điểm đăng ký và vào sổ địa chính.

Tuy vậy, Luật Nhà ở 2014 quy định, trường hợp mua bán nhà ở giữa chủ đầu tư dự án xây dựng với người mua thì thời điểm chuyển quyền sở hữu nhà ở là kể từ thời điểm bên mua nhận bàn giao nhà ở hoặc kể từ thời điểm bên mua thanh toán đủ tiền mua nhà cho chủ đầu tư. Đối với nhà ở thương mại mua của doanh nghiệp kinh doanh bất động sản thì thời điểm chuyển quyền sở hữu được thực hiện theo quy định của pháp luật về kinh doanh bất động sản [5, § 12].

Theo quy định Khoản 3, Điều 17 Luật Kinh doanh bất động sản, đối với hợp đồng kinh doanh bất động sản thì thời điểm có hiệu lực của hợp đồng do các bên thỏa thuận và được ghi trong hợp đồng. Trường hợp hợp đồng có công chứng, chứng thực thì thời điểm có hiệu lực của hợp đồng là thời điểm công chứng, chứng thực. Trường hợp các bên không có thỏa thuận, không có công chứng, chứng thực thì thời điểm có hiệu lực của hợp đồng là thời điểm các bên ký kết hợp đồng [4, § 17. 3].

Cũng tại Điều 40, Luật Kinh doanh bất động sản quy định, bên nhận chuyển nhượng QSDĐ có QSDĐ kể từ thời điểm nhận bàn giao đất từ bên chuyển nhượng [4, § 40. 5].

Việc các quy định pháp luật có quy định khác nhau về thời điểm có hiệu lực của hợp đồng, thời điểm chuyển quyền sở hữu nhà, thời điểm có quyền sử dụng đất, thời điểm chuyển QSDĐ vẫn

còn chưa thống nhất với nhau, dẫn đến có nhiều cách hiểu khác nhau. Thực tế, theo quy định pháp luật, trường hợp tổ chức kinh tế chuyển nhượng QSDĐ và tài sản trên đất (nhà ở) thì thời điểm chuyển giao quyền lại khác nhau: Quyền sở hữu nhà là thời điểm bàn giao nhà, còn QSDĐ là thời điểm đăng ký vào sổ địa chính.

Vậy giả sử trong khoảng thời gian bàn giao nhà đến khi được cấp giấy chứng nhận QSDĐ nếu xảy ra tranh chấp sẽ có nhiều vướng mắc phức tạp và có thể ảnh hưởng đến quyền và lợi ích của các bên trong quan hệ chuyển nhượng, khi mà quyền sở hữu nhà đã chuyển giao còn QSDĐ chưa được chuyển giao.

Do vậy, cần có sự thống nhất về thời điểm có hiệu lực của giao dịch, thời điểm chuyển quyền sở hữu, quyền sử dụng.

4. Kết luận

Trong phạm vi giới hạn của bài viết, tác giả nghiên cứu quy định pháp luật về chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế cũng như phân tích những vướng mắc, bất cập, mâu thuẫn nhằm đưa ra một số khuyến nghị để hoàn thiện pháp luật về chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế.

Trong quá trình phân tích không tránh khỏi những hạn chế, rất mong nhận được sự quan tâm, chia sẻ từ những nhà nghiên cứu khác để tác giả hoàn thiện hơn trong định hướng nghiên cứu về pháp luật chuyển nhượng QSDĐ của tổ chức kinh tế trong thời gian tới ■

*Bài viết là kết quả nghiên cứu của đề tài T2018-B18,
Trường Đại học Kỹ thuật Công nghiệp - Đại học Thái Nguyên.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2015), Bộ luật Dân sự 2015.
2. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013), Luật Đất đai 2013.

3. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2014), Luật Đầu tư 2014.
4. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2014), Luật Kinh doanh bất động sản 2014.
5. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2014), Luật Nhà ở 2014.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGÔ THỊ HỒNG ANH

Trường Đại học Kỹ thuật Công nghiệp - Đại học Thái Nguyên

LAW ON LAND USE RIGHTS TRANSFER OF ECONOMIC ORGANIZATIONS: INADEQUACIES AND RECOMMENDATIONS

● Master. **NGO THI HONG ANH**

Thai Nguyen University of Technology

ABSTRACT:

The current law on land use rights transfer still discriminates between domestic-invested economic organizations and foreign-invested entities. In addition, business entities still face difficulties in exercising their rights to transfer land use rights. These inadequacies affect the real estate investment and business environment of Vietnam, reducing the competitiveness of Vietnamese enterprises in the country's international economic integration process.

This research examines current legal regulations on transferring land use rights of business entities by analyzing practical examples of land use rights transfer of economic organizations, thereby making some recommendations for promptly amending, supplementing and perfecting the legal provisions on land use rights transfer of economic organizations in the near future.

Keywords: Laws, transfer of land use rights, economic organizations, inadequacies.

COVID-19 VÀ VẤN ĐỀ BẢO VỆ QUYỀN THÔNG TIN CÁ NHÂN TRÊN MẠNG XÃ HỘI

● TRƯƠNG THỊ ÁNH NGUYỆT

TÓM TẮT:

Thông tin về đại dịch Covid-19 đã được lan truyền rộng rãi trên các phương tiện thông tin truyền thông và mạng xã hội. Đáng chú ý, một số cá nhân đã cố tình bịa đặt, tung tin sai sự thật trên mạng về người mắc bệnh và những người đang bị cách ly do ảnh hưởng của Covid-19. Thông tin về nhân thân của những người này, mặc dù không được sự cho phép của họ, đã bị truyền đi tràn lan trên mạng. Bài viết trình bày quy định pháp lý về bảo vệ thông tin cá nhân trên mạng xã hội của người nhiễm Covid-19 và người đang bị cách ly do nghi ngờ nhiễm bệnh; thực trạng xâm phạm quyền này và một số giải pháp nhằm bảo vệ thông tin cá nhân.

Từ khóa: Covid-19, quyền thông tin cá nhân, mạng xã hội, thông tin giả.

1. Đặt vấn đề

Với sự bùng nổ của dịch bệnh Covid-19, thông tin cá nhân của người mắc bệnh và người đang bị cách ly do nghi ngờ mắc bệnh được lan truyền nhanh chóng. Mạng xã hội phát triển, cho phép mọi người có quyền đăng thông tin lên mạng. Quyền năng này tác động tiêu cực đến chủ thể thông tin và xã hội, nếu cá nhân lạm dụng mạng xã hội để đăng tin sai sự thật. Tình trạng này diễn ra phổ biến kể từ khi số lượng ca nhiễm Covid-19 gia tăng nhanh chóng trên thế giới và ở Việt Nam.

Ngày 30 tháng 3 năm 2020, Hội đồng Thẩm phán Tòa án nhân dân tối cao ban hành Công văn số 45/TANDTC-PC hướng dẫn xét xử tội phạm liên quan đến phòng, chống dịch bệnh Covid-19.

Hành vi đưa lên mạng thông tin giả mạo, sai sự thật, thông tin xuyên tạc về tình hình Covid-19, để lại dư luận xấu; và hành vi đưa trái phép thông tin cá nhân, bí mật đời tư, xúc phạm nghiêm trọng nhân phẩm, danh dự của nhân viên y tế, người tham gia phòng, chống Covid-19, người mắc bệnh, người nghi ngờ mắc bệnh Covid-19 được quy định trong văn bản này. Nghị định số 15/2020/NĐ-CP về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử đã được ban hành vào ngày 03 tháng 2 năm 2020, có hiệu lực từ ngày 15 tháng 4 năm 2020. Nghị định số 15 quy định về thu thập, sử dụng thông tin cá nhân và bảo đảm an toàn thông tin cá nhân trên mạng được cung cấp, tạo điều kiện cho việc bảo vệ quyền thông tin cá nhân.

2. Quy định pháp lý về thông tin cá nhân

2.1. Nguyên tắc thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân trên môi trường mạng

Nguyên tắc cơ bản nhất trong thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân trên mạng là phải được chủ thể thông tin đồng ý và việc sử dụng thông tin phải phù hợp với mục đích thu thập thông tin như đã thông báo trước với chủ thể đó. Theo Điều 21 Luật Công nghệ thông tin, tổ chức, cá nhân thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân của người khác trên mạng phải được người đó đồng ý, trừ trường hợp thông tin cá nhân được sử dụng cho các mục đích: (i) Ký kết, sửa đổi hoặc thực hiện hợp đồng sử dụng thông tin, sản phẩm, dịch vụ trên mạng; (ii) Tính giá, cước sử dụng thông tin, sản phẩm, dịch vụ trên mạng; (iii) Thực hiện nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật. Chủ thể thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân của người khác phải thông báo cho người đó biết về hình thức, phạm vi, địa điểm, mục đích của việc thu thập, xử lý và sử dụng thông tin.

2.2. Những thông tin cá nhân không được xâm phạm

Quyền được bảo đảm thông tin cá nhân thuộc quyền nhân thân của cá nhân. Thông tin cá nhân phản ánh danh dự, nhân phẩm và uy tín của mỗi người, đây là những thứ bất khả xâm phạm và được pháp luật bảo vệ. Theo Điều 32 Bộ luật Dân sự 2015, cá nhân có quyền đối với hình ảnh của mình; việc sử dụng hình ảnh của cá nhân phải được người đó đồng ý, trừ trường hợp không cần đồng ý theo quy định pháp luật.

Trong môi trường mạng, bảo đảm thông tin cá nhân của người bệnh và người đang bị cách ly là đảm bảo quyền lợi hợp pháp của cá nhân đó, góp phần bảo vệ an ninh mạng. Hành vi lợi dụng không gian mạng xã hội để chia sẻ thông tin cá nhân của những người này với nội dung bịa đặt, sai sự thật, gây hoang mang trong nhân dân, gây khó khăn cho hoạt động của cơ quan nhà nước, xâm phạm quyền lợi hợp pháp của tổ chức, cá nhân khác là hành vi bị nghiêm cấm về an ninh mạng. Theo Khoản 2 Điều 3 và Khoản 5 Điều 37 Luật Khám bệnh, chữa bệnh, đối với việc điều

trị cho người nhiễm Covid-19 và người đang bị cách ly, thông tin về tình trạng sức khỏe và đời tư của họ được ghi trong hồ sơ bệnh án phải được giữ bí mật. Đây là nguyên tắc quan trọng của người hành nghề khám, chữa bệnh và cũng là nghĩa vụ của họ.

3. Thực trạng xâm phạm thông tin cá nhân và hệ lụy của Covid-19 đến bảo vệ thông tin cá nhân trên mạng xã hội

3.1. Vấn nạn tung thông tin sai sự thật

Hành vi xâm phạm quyền thông tin cá nhân xuất phát từ sự thiếu ý thức tuân thủ, chấp hành pháp luật và cũng chịu ảnh hưởng từ yếu tố “tâm lý đám đông” trên mạng xã hội. Chỉ một thời gian ngắn sau khi đăng tin lên mạng, dù độ xác thực của nó có được kiểm chứng hay không, thông tin về nhân thân của công dân như địa chỉ nhà, số điện thoại và nơi làm việc đã được truyền đi nhanh chóng bởi nút “share” (“chia sẻ”) trên facebook. Một số cá nhân dùng mạng xã hội đã tung tin sai sự thật nhằm tăng tương tác và sự chú ý thông qua lượt “view” (xem), “like” (thích) và “comment” (bình luận) từ người khác.

Nhiều hành vi vi phạm đã bị xử lý trong thời gian gần đây. Điển hình là vụ việc liên quan đến bệnh nhân Covid-19 thứ 17. Chị L.T.N. là người bán hàng online, đã đăng lên facebook thông tin thất thiệt về việc bệnh nhân này đã tham dự sự kiện khai trương một cửa hàng thời trang tại Vincom Phạm Ngọc Thạch và đến một quán bar ở Tạ Hiện trước khi đưa vào cơ sở y tế để cách ly bắt buộc. Thông tin này gây tâm lý hoang mang cho một số người đã đến những nơi này trước khi nó được cơ quan chức năng xác nhận đó là thông tin sai sự thật.

3.2. Việc lan truyền thông tin cá nhân khi chưa được sự đồng ý

Sự xâm phạm thông tin còn liên quan đến việc bảo mật thông tin đúng sự thật của cá nhân đó. Thông tin cá nhân đã bị một số tổ chức, cá nhân khác biết được và cung cấp cho bên thứ ba, dù không được sự đồng ý của chủ thể thông tin và không thuộc trường hợp được pháp luật cho phép. Nội dung này được quy định tại Khoản 2 Điều 22 Luật Công nghệ thông tin.

Thông tin về tình trạng sức khỏe và đời tư của người bệnh được ghi trong hồ sơ bệnh án phải được giữ bí mật; và chỉ được phép công bố khi được người bệnh đồng ý, hoặc để chia sẻ thông tin phục vụ chẩn đoán, chăm sóc, điều trị người bệnh giữa những người trực tiếp điều trị cho người bệnh, hoặc trong trường hợp được pháp luật quy định. Quyền tiếp cận thông tin sức khỏe người bệnh phải được người đứng đầu cơ sở khám, chữa bệnh đồng ý. Chủ thể có quyền tiếp cận thông tin gồm: (i) Sinh viên thực tập, nghiên cứu viên, người hành nghề trong cơ sở khám, chữa bệnh được mượn hồ sơ bệnh án tại chỗ để đọc hoặc sao chép phục vụ công tác chuyên môn; (ii) Đại diện cơ quan quản lý nhà nước về y tế trực tiếp quản lý cơ sở khám, chữa bệnh, cơ quan điều tra, viện kiểm sát, tòa án, thanh tra chuyên ngành y tế, cơ quan bảo hiểm, tổ chức giám định pháp y, pháp y tâm thần, luật sư được mượn hồ sơ bệnh án tại chỗ để đọc hoặc sao chép phục vụ nhiệm vụ được giao; (iii) Người đại diện của người bệnh được nhận bản tóm tắt hồ sơ bệnh án. Các chủ thể này phải giữ bí mật thông tin và chỉ được sử dụng đúng mục đích như đã đề nghị với người đứng đầu cơ sở khám bệnh, chữa bệnh.

Quyền giữ bí mật thông tin sức khỏe của người bệnh là một trong những quyền đang bị xâm phạm nhiều. Các vụ việc xảy ra trong thực tế, thông tin được đưa và lan truyền trên mạng là thông tin thật của cá nhân, nhưng không được họ đồng ý và không thuộc trường hợp được pháp luật cho phép. Những vụ việc này xảy ra ở mức độ phân tán, nhỏ lẻ. Dù chưa thể thống kê số lượng, những hành vi vi phạm này chiếm tỉ lệ đáng kể nhưng không được cơ quan chức năng xử lý. Sự lan truyền thông tin còn do tâm lý bất an của người dân về dịch bệnh và sự mong muốn chung tay bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Tuy nhiên, thay vì ẩn đi thông tin về nhân thân của người nhiễm bệnh hoặc đang bị cách ly, nhiều người dùng mạng xã hội lại vô tư chia sẻ những nội dung đó. Là một người dùng facebook, tác giả nhận thấy thông tin về tên, ngày sinh, nơi cư trú, số điện thoại của cá nhân thường được công khai và lan

truyền phổ biến. Việc bị lộ thông tin chỉ được chủ thể biết đến sau khi hành vi xâm phạm xảy ra. Những người đăng tin thậm chí còn không biết chính họ đã thực hiện hành vi vi phạm. Các cơ quan chức năng gặp khó khăn về kiểm soát những trường hợp này và sự thực thi quy định pháp luật còn hạn chế.

3.3. Nguyên nhân và hệ lụy của xâm phạm thông tin cá nhân trên mạng xã hội

Về nguyên nhân, theo giáo sư Alfred Hermida tại Trường Đại học British Columbia (Canada), sự sợ hãi là nguyên nhân chính khiến nhiều người nhạy cảm với các thông tin về Covid-19. Nguyên nhân khác là sự suy giảm khả năng sàng lọc thông tin được gây ra bởi mạng xã hội. Đối với nhiều người, việc phân biệt thông tin đúng, sai trên mạng xã hội là rất khó khăn. Sự thiếu thông tin về vi rút mới SARS-CoV-2, cùng với hiệu ứng “tâm lý đám đông” đã làm thay đổi cách thức thông tin được lan truyền trên mạng. Vì vậy, một số người dễ trở thành nạn nhân của những nguồn tin sai lệch. Thông tin của các cá nhân liên quan đến Covid-19, dù chưa được kiểm chứng về độ xác thực và chưa được sự đồng ý của họ, vẫn được truyền đi dễ dàng mà thiếu sự kiểm duyệt, tôn trọng từ người đăng tin. Việc bảo đảm an toàn xã hội trên không gian mạng và trách nhiệm của tổ chức, cá nhân có liên quan được quy định trong Luật An ninh mạng 2018. Tuy nhiên, sự phổ biến ý thức và văn hóa tôn trọng thông tin cá nhân đến mọi người đang là thách thức lớn.

Về hệ lụy, thông tin cá nhân liên quan đến Covid-19 bị lan truyền rộng đã để lại những hậu quả nghiêm trọng. Đầu tiên là những ảnh hưởng không tốt về tâm lý của người bệnh hoặc người đang bị nghi nhiễm bệnh như sự hoang mang, lo sợ và căng thẳng. Sự phát tán thông tin cá nhân còn ảnh hưởng xấu đến danh dự, nhân phẩm và uy tín của họ, vốn là quyền bất khả xâm phạm và được pháp luật bảo vệ. Việc tung tin sai sự thật còn tạo ra sự hoang mang và mất niềm tin của người dân trong công tác phòng chống dịch bệnh. Thông tin sai sự thật cũng gây khó khăn và lãng phí thời gian cho cơ quan chức năng trong việc

truy tìm đối tượng vi phạm, ảnh hưởng đáng kể đến việc bảo vệ lợi ích cộng đồng.

4. Chế tài xử lý vi phạm pháp luật về xâm phạm thông tin cá nhân

Hành vi tung thông tin cá nhân sai sự thật, hoặc cung cấp thông tin khi chưa được sự đồng ý của họ lên mạng xã hội có thể cấu thành tội phạm mạng theo Khoản 7 Điều 2 Luật An ninh mạng. Hình thức xử lý hình sự đối với người vi phạm được áp dụng theo Điều 155 Bộ luật Hình sự 2015. Người có hành vi xúc phạm nghiêm trọng nhân phẩm, danh dự của người khác thì bị xử lý về tội làm nhục người khác. Mức xử phạt có thể là cảnh cáo, phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 30.000.000 đồng hoặc cải tạo không giam giữ đến 03 năm. Mức phạt tù từ 03 tháng đến 02 năm đối với hành vi dùng mạng máy tính hoặc mạng viễn thông, phương tiện điện tử để xúc phạm nghiêm trọng nhân phẩm, danh dự người khác. Cụ thể tại mục 1.5 Công văn số 45/TANDTC-PC, hành vi xâm phạm được biểu hiện dưới dạng đưa trái phép thông tin cá nhân, bí mật đời tư. Đối tượng được xem là “người khác” gồm nhân viên y tế; người tham gia phòng, chống dịch bệnh Covid-19; người mắc bệnh; người nghi ngờ mắc bệnh Covid-19. Người nghi ngờ mắc Covid-19 là người chưa được xác định là dương tính với Covid-19 nhưng đang bị áp dụng biện pháp cách ly do vừa trở về từ vùng có dịch bệnh Covid-19; hoặc do đã tiếp xúc với người bị nhiễm Covid-19; hoặc đang sống trong khu vực đã có quyết định cách ly.

Nếu không thuộc trường hợp trên, tại Khoản 1 Điều 288 Bộ luật Hình sự, tội đưa lên mạng máy tính, mạng viễn thông thông tin trái với quy định pháp luật; hoặc công khai hóa thông tin riêng hợp pháp của cá nhân trên mạng máy tính mà không được phép của chủ sở hữu thông tin; hoặc hành vi khác sử dụng trái phép thông tin trên mạng máy tính thì có thể bị phạt tiền từ 30.000.000 đồng đến 200.000.000 đồng, cải tạo không giam giữ đến 03 năm hoặc bị phạt tù từ 06 tháng đến 03 năm. Như vậy, nếu thông tin về tình trạng sức khỏe và đời tư của người bệnh được ghi trong hồ sơ bệnh án bị đưa lên mạng xã hội, người vi phạm có thể bị áp

dụng mức phạt cao nhất là 03 năm tù giam. Hành vi xâm phạm bí mật cá nhân dẫn đến hậu quả người bị xâm phạm tự sát có thể bị phạt tiền từ 200.000.000 đồng đến 1.000.000.000 đồng hoặc phạt tù từ 02 năm đến 07 năm.

Về xử phạt hành chính, theo Khoản 1 Điều 84 Nghị định số 15/2010/NĐ-CP, phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng đối với người có hành vi thu thập thông tin cá nhân khi chưa có sự đồng ý của chủ thể thông tin cá nhân về phạm vi, mục đích thu thập và sử dụng thông tin; hoặc cung cấp thông tin cá nhân cho bên thứ ba khi chủ thể thông tin đã yêu cầu ngừng cung cấp. Theo Khoản 2 Điều 84, mức phạt tiền từ 20.000.000 đồng đến 30.000.000 đồng nếu có hành vi sử dụng không đúng mục đích thông tin cá nhân đã thỏa thuận hoặc khi chưa được chủ thể thông tin cá nhân đồng ý; cung cấp, chia sẻ hoặc phát tán thông tin cá nhân đã thu thập, kiểm soát cho bên thứ ba khi chưa có sự đồng ý của chủ thể thông tin; hoặc thu thập, sử dụng, phát tán, trái pháp luật thông tin cá nhân của người khác. Theo Điều 101 Nghị định này, người lợi dụng mạng xã hội để cung cấp, chia sẻ thông tin giả mạo, thông tin sai sự thật, xuyên tạc, vu khống, xúc phạm danh dự, nhân phẩm cá nhân thì bị phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng. Nếu tiết lộ bí mật đời tư của cá nhân và bí mật khác mà chưa đến mức bị truy cứu trách nhiệm hình sự, người vi phạm bị phạt tiền từ 20.000.000 đồng đến 30.000.000 đồng và bị buộc gỡ bỏ thông tin này. Việc xử phạt hành chính đã được cơ quan chức năng áp dụng chủ yếu trong thời gian gần đây. Chẳng hạn, hành vi tung tin thất thiệt về bệnh nhân Covid-19 thứ 17 của chị N như được đề cập đã bị phạt hành chính 12,5 triệu đồng về tội “cung cấp nội dung thông tin sai sự thật, vu khống, xuyên tạc, xúc phạm uy tín của cơ quan, tổ chức và danh dự, nhân phẩm cá nhân”.

5. Một số giải pháp bảo vệ quyền thông tin cá nhân trên môi trường mạng

Việc bảo vệ thông tin cá nhân cần sự chung tay hành động của các cơ quan, tổ chức và ý thức của mỗi công dân. Tuy nhiên, sự phức tạp và

nguy hiểm của Covid-19; và sự khẩn trương trong phòng, chống dịch đã làm mờ nhạt yêu cầu về bảo vệ quyền lợi hợp pháp từ người bị xâm phạm quyền. Người bệnh dành phần lớn sự quan tâm cho việc chữa bệnh, hoặc việc cách ly của mình hơn là việc bảo vệ quyền lợi pháp lý. Vì vậy, mỗi người dùng mạng phải ý thức được vai trò bảo vệ thông tin cá nhân của mình bằng việc kịp thời cung cấp thông tin về bảo vệ an ninh mạng, nguy cơ đe dọa và hành vi xâm phạm an ninh mạng cho cơ quan có thẩm quyền. Đây là trách nhiệm của cá nhân sử dụng không gian mạng, theo Khoản 2 Điều 42 Luật An ninh mạng.

Cá nhân bị xâm phạm có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân lưu trữ thông tin cá nhân của mình trên mạng thực hiện kiểm tra, đình chính hoặc hủy bỏ thông tin đó; hoặc yêu cầu bồi thường thiệt hại do hành vi vi phạm. Người bị xâm phạm có quyền yêu cầu Tòa án bác bỏ thông tin có tác động xấu đó. Nếu không xác định được người đã đưa tin ảnh hưởng xấu đến danh dự, nhân phẩm, uy tín của mình, người bị đưa tin có quyền yêu

cầu Tòa án tuyên bố thông tin đó là không đúng. Tổ chức, cá nhân có quyền yêu cầu xóa bỏ, truy cập xóa bỏ thông tin trái pháp luật hoặc thông tin sai sự thật trên mạng xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp của họ hoặc của tổ chức, cá nhân khác.

Người dùng mạng nên lựa chọn thông tin có nguồn gốc xác thực từ cơ quan chính thống, chẳng hạn trang thông tin điện tử chính thống của ngành Y tế. Người dùng facebook cần cân nhắc, kiểm chứng thông tin trước khi kích nút “like”, “share”, không chia sẻ thông tin chưa được kiểm chứng và không đúng sự thật trên mạng xã hội. Nếu cần thiết phải chia sẻ thông tin, người đăng tin phải nhận được sự đồng ý từ chủ thể thông tin. Trước khi đăng, người đăng tin nên làm ẩn và không được chi tiết hóa các thông tin về nhân thân của người được đăng. Ngoài ra, việc nâng cao ý thức của người dân như tuyên truyền về tác hại của việc xâm phạm quyền và ý thức bảo vệ quyền, hướng đến bảo vệ quyền thông tin cá nhân và bảo đảm an toàn thông tin mạng là điều cần thiết ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2015). *Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13*.
2. Quốc hội (2015). *Bộ luật Hình sự số 100/2015/QH13*.
3. Quốc hội (2018). *Luật An ninh mạng số 24/2018/QH14*.
4. Quốc hội (2009). *Luật Khám bệnh, chữa bệnh số 40/2009/QH12*.
5. Quốc hội (2006). *Luật Công nghệ thông tin số 67/2006/QH11*.
6. Chính phủ (2020). *Nghị định số 15/2010/NĐ-CP ngày 03/02/2020 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử*.
7. Hội đồng Thẩm phán Tòa án nhân dân tối cao (2020). *Công văn số 45/TANDTC-PC ngày 30/03/2020 về việc xét xử tội phạm liên quan đến phòng, chống dịch bệnh Covid-19*.
8. Nguyễn Phương Thảo (2020). Quyền giữ bí mật thông tin sức khỏe của người bệnh. *Tạp chí Tòa án nhân dân điện tử*, <<https://tapchitoaan.vn/bai-viet/nguyen-cuu/quyen-giu-bi-mat-thong-tin-suc-khoe-cua-nguoi-benh>>, xem 18/04/2020.
9. Danh Trọng (2020). Người bán hàng online bị phạt 12,5 triệu vì tung tin sai về bệnh nhân COVID-19 thứ 17, <<https://tuoitre.vn/nguoi-ban-hang-online-bi-phat-12-5-trieu-vi-tung-tin-sai-ve-benh-nhan-covid-19-thu-17-20200318094700181.htm>>, xem 18/04/2020.
10. Vi Trân (2020). Tin giả trên mạng xã hội gieo rắc nỗi sợ về viêm phổi Vũ Hán, <<https://thanhnien.vn/the-gioi/tin-gia-tren-mang-xa-hoi-gieo-rac-noi-so-ve-viem-phoi-vu-han-1175730.html>>, xem 18/04/2020.

Ngày nhận bài: 18/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. TRƯƠNG THỊ ÁNH NGUYỆT

Khoa Luật - Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

THE COVID-19 PANDEMIC AND THE ISSUE OF PROTECTING THE PERSONAL INFORMATION RIGHTS ON SOCIAL NETWORKS

● **LL.M. TRUONG THI ANH NGUYET**

Faculty of Law, University of Economics, University of Da Nang

ABSTRACT:

Information about the Covid-19 pandemic has been widely spread in communication channels and social networks. However, some individuals have created and spread fake news on patients infected with the Covid-19 virus and people who are quarantined due to the Covid-19 outbreak. Personal information of these people is not allowed to disclose but is still spread on the Internet. This article presents the legal provisions on protecting the personal information rights of patients infected with the Covid-19 virus and people who are kept in the quarantine zone on the Internet, the current situation of this issue and some solutions to tackle this issue.

Keywords: Covid-19, personal information rights, social networks, fake news.

SỬ DỤNG ĐIỀU KHOẢN MIỄN TRÁCH TRONG TRƯỜNG HỢP THIÊN TAI, DỊCH BỆNH THEO CÔNG ƯỚC VIÊN 1980

● ĐẶNG THỊ HUYỀN TRANG

TÓM TẮT:

Bài viết luận giải bản chất pháp lý của điều khoản miễn trách theo Công ước Viên 1980, từ đó phân tích điều kiện của việc sử dụng điều khoản này trong hợp đồng thương mại quốc tế khi có tình trạng thiên tai, dịch bệnh. Đồng thời, phân tích một số khía cạnh pháp lý về việc sử dụng điều khoản miễn trách theo Công ước Viên 1980 trong quá trình thực hiện hợp đồng thương mại quốc tế. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra một số kiến nghị để tạo thuận lợi cho việc thực thi điều khoản này.

Từ khóa: Điều khoản miễn trách, thiên tai, dịch bệnh, Công ước Viên 1980.

1. Đặt vấn đề

Sau một quá trình nỗ lực đàm phán, vào ngày 18 tháng 12 năm 2015, Việt Nam chính thức gia nhập Công ước của Liên hợp quốc về Hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế (United Nations Convention On Contracts For The International Sale Of Goods, 1980)¹. Theo thỏa thuận, Công ước Viên bắt đầu ràng buộc Việt Nam từ ngày 01 tháng 01 năm 2017. Công ước Viên 1980 là một nguồn luật quan trọng trong thực tiễn thương mại quốc tế. Vì vậy, việc gia nhập này đã tạo điều kiện thuận lợi cho thương nhân Việt Nam ký kết và thực hiện hợp đồng.

Trên thực tế, không một thương nhân nào mong muốn vi phạm hợp đồng để uy tín của mình bị ảnh hưởng trên thương trường. Hơn nữa, về nguyên tắc, khi một bên vi phạm hợp đồng thì bên đó sẽ phải chịu một (một số) hình thức trách nhiệm pháp lý, như: phạt vi phạm, bồi thường thiệt hại, hủy hợp đồng... Tuy nhiên, vì một số nguyên nhân khách quan đặc biệt - như thiên tai, dịch bệnh, mà một hoặc cả hai bên sẽ buộc phải vi phạm hợp đồng. Trong trường hợp đó, nếu các bên chọn luật áp dụng là Công ước Viên 1980 thì một điều khoản thường được sử dụng để miễn trừ trách nhiệm là điều khoản miễn trách.

Trong bối cảnh diễn biến phức tạp và ngày càng lan rộng của dịch bệnh toàn cầu Covid-19 từ đầu năm 2020 đến nay, khác với các nước đã tham gia Công ước Viên 1980 từ sớm, các thương nhân Việt Nam sẽ gặp không ít khó khăn, lúng túng khi áp dụng điều khoản miễn trách để miễn trừ trách nhiệm.

2. Bản chất pháp lý của điều khoản miễn trách theo Công ước Viên 1980

Trên thực tế, hầu hết các nguồn luật điều chỉnh quyền và nghĩa vụ của các bên trong hợp đồng thương mại quốc tế đều có điều khoản miễn trừ trách nhiệm, nhằm tạo cơ sở cho việc loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng trong một số tình huống, như: xảy ra sự kiện bất khả kháng, xảy ra trường hợp miễn trách nhiệm mà các bên đã thỏa thuận, hành vi vi phạm của một bên là hoàn toàn do lỗi của bên kia hoặc hành vi vi phạm hợp đồng của một bên là do tuân thủ các quyết định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền... Trong các trường hợp miễn trừ trách nhiệm, sự kiện bất khả kháng được hiểu theo nghĩa thông dụng là trường hợp xảy ra sau khi ký kết hợp đồng, do những sự kiện có tính chất bất thường xảy ra mà các bên không thể lường trước được và

không thể khắc phục được². Các trường hợp này có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân mà lý luận pháp lý thường chia thành các nhóm như: thiên tai, chiến tranh, bão công, sự cố trong sản xuất, sự cản trở trong vận tải... Trong đó, theo luật La Mã, thiên tai là những hiện tượng của tự nhiên và được coi là cơ sở miễn trừ trách nhiệm, bao gồm: lũ lụt, bão, động đất, dịch bệnh. Những hiện tượng này được gọi bằng thuật ngữ “Act of God - Hành vi của Chúa”³.

Pháp luật Việt Nam cũng có những quy định tương đồng với luật pháp quốc tế về vấn đề này. Luật Thương mại Việt Nam quy định bên vi phạm hợp đồng được miễn trừ trách nhiệm trong trường hợp xảy ra sự kiện bất khả kháng. Bên cạnh đó, Bộ luật Dân sự Việt Nam hiện hành cũng quy định rõ sự kiện bất khả kháng là sự kiện xảy ra một cách khách quan, không thể lường trước được và không thể khắc phục được, mặc dù đã áp dụng mọi biện pháp cần thiết và khả năng cho phép⁴.

Công ước Viên 1980 không đề cập đến thuật ngữ “bất khả kháng” trong điều khoản miễn trách mà thay vào đó là quy định “một trở ngại nằm ngoài sự kiểm soát”. Cụ thể, khoản 1, Điều 79, Công ước Viên 1980 quy định: “Một bên không chịu trách nhiệm về việc không thực hiện bất kỳ một nghĩa vụ nào đó của họ nếu chứng minh được rằng việc không thực hiện ấy là do một trở ngại nằm ngoài sự kiểm soát của họ và người ta không thể chờ đợi một cách hợp lý rằng họ phải tính tới trở ngại đó vào lúc ký kết hợp đồng hoặc là tránh được hay khắc phục các hậu quả của nó”. Theo đó, có thể hiểu trở ngại nằm ngoài sự kiểm soát chính là sự kiện bất thường, mang tính chất khách quan. Cũng theo quy định, tại khoản 1, Điều 79, Công ước Viên 1980, sự trở ngại đó là không thể lường trước vào thời điểm ký kết hợp đồng cũng như không thể tránh hay khắc phục được hậu quả. Nếu hợp đồng chọn luật áp dụng là Công ước Viên 1980 (cụ thể là điều 79) thì thiên tai, dịch bệnh kéo dài có thể được xem là một trở ngại nằm ngoài sự kiểm soát của các bên. Do đó, bên vi phạm hợp đồng sẽ được miễn trừ trách nhiệm.

Mặc dù cách diễn đạt khác nhau nhưng chúng ta có thể hiểu sự trở ngại nằm ngoài sự kiểm soát hay trường hợp bất khả kháng là trường hợp có các dấu hiệu sau:

Thứ nhất, thiệt hại xảy ra do những trở ngại ngoài khả năng kiểm soát của bên vi phạm hợp đồng.

Thứ hai, những trở ngại này bên vi phạm đã không thể lường trước được trong quá trình giao kết hợp đồng.

Thứ ba, những trở ngại này không thể tránh được và không thể khắc phục được hậu quả khi nó xảy ra⁵.

3. Điều kiện để sử dụng điều khoản miễn trách theo Công ước Viên 1980

Theo Công ước Viên 1980, trở ngại ngoài khả năng kiểm soát như thiên tai, dịch bệnh chưa phải là căn cứ để bên vi phạm hợp đồng được miễn trừ trách nhiệm nếu trở ngại đó không thỏa mãn những điều kiện sau:

Điều kiện thứ nhất, sự miễn trách chỉ có hiệu lực trong thời kỳ tồn tại trở ngại đó. Như vậy, nếu muốn được miễn trừ trách nhiệm do sự trở ngại ngoài khả năng kiểm soát - như thiên tai, dịch bệnh, theo Điều 79 Công ước Viên 1980, bên vi phạm hợp đồng có nghĩa vụ chứng minh thời điểm vi phạm hợp đồng diễn ra trong giai đoạn xảy ra thiên tai, dịch bệnh đó.

Điều kiện thứ hai, bên nào không thực hiện nghĩa vụ của mình thì phải báo cáo cho bên kia biết về trở ngại. Theo đó, tình huống bất khả kháng là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến sự vi phạm hợp đồng của một bên. Thông báo về trở ngại do thiên tai, dịch bệnh là một nội dung của nghĩa vụ thông báo. Nghĩa vụ thông báo là một dạng thức của việc thực hiện nguyên tắc thiện chí, trung thực trong quá trình thực hiện hợp đồng thương mại quốc tế. Nhằm tránh việc bên vi phạm lợi dụng tình trạng trở ngại để loại trừ trách nhiệm, Công ước Viên cũng quy định rõ: nếu thông báo không tới tay bên kia trong một thời hạn hợp lý, từ khi bên không thực hiện nghĩa vụ đã biết hay đáng lẽ phải biết về trở ngại đó, thì họ sẽ phải chịu trách nhiệm về những thiệt hại do việc bên kia không nhận được thông báo.

Điều kiện thứ ba, bên không thực hiện nghĩa vụ của mình còn phải báo cáo cho bên kia biết về sự ảnh hưởng của trở ngại đối với khả năng thực hiện nghĩa vụ. Trong lý luận về miễn trừ trách nhiệm do bất khả kháng, đây là điều kiện về mối quan hệ nhân quả giữa tình huống bất khả kháng và việc không thực hiện nghĩa vụ. Theo đó, nếu bất khả kháng là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến vi phạm hợp đồng của một bên thì bên vi phạm mới được hưởng điều khoản miễn trách.

Ngoài những điều kiện quy định tại Điều 79, Công ước Viên 1980, bên vi phạm hợp đồng muốn được hưởng miễn trừ trách nhiệm trong trường

hợp bất khả kháng còn phải đáp ứng điều kiện tiên quyết. Đó là phải có điều khoản luật áp dụng, trong đó các bên thỏa thuận chọn Công ước Viên 1980 là nguồn luật áp dụng cho hợp đồng thương mại quốc tế.

4. Một số vấn đề đặt ra khi sử dụng điều khoản miễn trách trong trường hợp thiên tai, dịch bệnh theo Công ước Viên 1980 và kiến nghị, đề xuất

4.1. Một số vấn đề đặt ra

Điều khoản miễn trách của Công ước Viên 1980 được xem như “phao cứu sinh” cho doanh nghiệp khi vi phạm hợp đồng do những sự kiện bất khả kháng như thiên tai, dịch bệnh. Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện sẽ gặp một số khó khăn, đặc biệt là đối với doanh nghiệp Việt Nam, do lịch sử tham gia thương mại trên trường quốc tế và kinh nghiệm áp dụng Công ước Viên 1980 chưa nhiều.

Thứ nhất, việc chứng minh sự tồn tại của bất khả kháng tương đối khó khăn do thời điểm diễn ra dịch bệnh ở mỗi địa phương, mỗi đất nước khác nhau.

Theo quy định tại Khoản 3, Điều 79, Công ước Viên 1980, một trong những điều kiện để bên vi phạm được áp dụng điều khoản miễn trách là phải chứng minh được sự vi phạm hợp đồng xảy ra tại một thời điểm trong giai đoạn tồn tại trở ngại đó. Từ đó, có thể thấy, nếu bên vi phạm muốn được miễn trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng thương mại quốc tế trong trường hợp thiên tai, dịch bệnh thì bên vi phạm phải chứng minh được thời điểm vi phạm nằm trong thời gian tồn tại của thiên tai, dịch bệnh đó. Tuy nhiên, việc chứng minh được thời điểm này là không dễ dàng, bởi đặc thù của dịch bệnh là có sự lây lan dần trên diện rộng và đặc biệt đại dịch toàn cầu lại diễn ra qua các giai đoạn mà ban đầu chỉ xuất hiện một vài ca, sau đó lây nhiễm ra một vùng, một quốc gia và phân bố toàn cầu⁶. Trong bối cảnh diễn tiến của dịch bệnh, vấn đề đặt ra là xác định ở mức độ nào, giai đoạn nào của dịch bệnh mà ở đó xảy ra sự vi phạm hợp đồng thì bên vi phạm sẽ được miễn trừ trách nhiệm.

Thứ hai, gánh nặng pháp lý phát sinh do bên vi phạm vẫn phải chịu các hình thức trách nhiệm khác.

Khoản 5, Điều 79, Công ước Viên 1980 quy định các bên chỉ không được áp dụng hình thức trách nhiệm bồi thường thiệt hại do vi phạm hợp đồng trong trường hợp bất khả kháng, mà không cấm áp dụng đối với các hình thức trách nhiệm khác. Điều đó có nghĩa, bên vi phạm hợp đồng do thiên tai, dịch bệnh chỉ được miễn trừ trách nhiệm

đối với hình thức trách nhiệm bồi thường thiệt hại và dĩ nhiên họ vẫn có thể đứng trước nguy cơ bị đối tác áp dụng chế tài phạt vi phạm, hủy hợp đồng. Trong tình hình đình trệ sản xuất, kinh doanh do thiên tai, dịch bệnh và thậm chí là thực hiện lệnh phong tỏa, cách ly, vốn dĩ doanh nghiệp đã gặp khó khăn nhưng nếu còn phải chịu thêm chế tài khác do vi phạm hợp đồng thì rõ ràng đây là gánh nặng pháp lý cũng như gánh nặng kinh tế đối với các doanh nghiệp.

4.2. Kiến nghị, đề xuất

Nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp đang hoạt động thương mại quốc tế bị ảnh hưởng bởi thiên tai, dịch bệnh như hiện nay, các cơ quan nhà nước có thẩm quyền cần xem xét một số giải pháp và nhanh chóng cân nhắc để đưa vào thực tiễn.

Trước hết là sự hỗ trợ của cơ quan tư pháp trong việc hướng dẫn thực thi Khoản 3, Điều 79, Công ước Viên 1980. Cụ thể, nếu Công ước Viên 1980 không quy định rõ mức độ nào, giai đoạn nào của dịch bệnh mà trong giai đoạn đó có sự vi phạm hợp đồng để sử dụng điều khoản miễn trách, thì cần hướng dẫn thực hiện theo thông lệ quốc tế. Trong lý luận chung của Luật Thương mại quốc tế, quy định tại Khoản 3, Điều 79, Công ước Viên 1980 có bản chất pháp lý giống với nghĩa vụ chứng minh sự kiện bất khả kháng là thực tế. Theo thông lệ quốc tế, việc chứng minh này được thực hiện bằng văn bản xác nhận của cơ quan, tổ chức có thẩm quyền - nơi có sự kiện bất khả kháng xảy ra.

Bên cạnh đó, cần nhanh chóng thông tin công khai những cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp giấy xác nhận sự kiện thiên tai, dịch bệnh, đồng thời giảm thiểu sự rườm rà trong thủ tục hành chính để tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp khi liên hệ.

Một giải pháp khác cũng cần được nhắc tới là việc nhanh chóng áp dụng các gói tín dụng hỗ trợ cho doanh nghiệp, cụ thể như: cho doanh nghiệp vay với lãi suất ưu đãi, giảm lãi vay, đẩy nhanh khâu giải ngân để hỗ trợ kịp thời cho doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh.

Cuối cùng, cần sự chuẩn bị các chính sách và lộ trình áp dụng các gói giải pháp kích thích hoạt động ngoại thương khi dịch bệnh từng bước được kiểm soát và chấm dứt. Điều này nhằm giúp hoạt động ngoại thương dần phục hồi, đặc biệt là: các chính sách về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu, về thu hút đầu tư nước ngoài vào Việt Nam và về hoạt động đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Sau đây gọi là Công ước Viên 1980

²Nguyễn Văn Luyện - Lê Thị Bích Thọ, Giáo trình Luật Hợp đồng thương mại quốc tế, tr.109, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, 2009.

³Xem thêm: Nguyễn Văn Luyện – Lê Thị Bích Thọ, Giáo trình Luật Hợp đồng thương mại quốc tế, tr.111-112, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, 2009.

⁴Xem thêm: Điều 294 Luật Thương mại Việt Nam 2005 và khoản 1 Điều 156 Bộ luật Dân sự Việt Nam 2015.

⁵Nông Quốc Bình, Giáo trình Luật Thương mại quốc tế, tr.259, NXB Công an nhân dân, 2013.

⁶Miquel Porta (ngày 3 tháng 7 năm 2008). Miquel Porta, biên tập. Dictionary of Epidemiology. Oxford University Press. tr. 179. ISBN 978-0-19-531449-6 và Current WHO phase of pandemic alert World Health Organization 2009.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Liên Hợp Quốc (1980), *Công ước của Liên Hợp Quốc về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế* (Công ước Viên 1980).
2. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2005), *Luật Thương mại Việt Nam số 36/2005/QH11*.
3. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2015), *Bộ luật Dân sự Việt Nam số 91/2015/QH13*.

Ngày nhận bài: 17/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. ĐẶNG THỊ HUYỀN TRANG

Trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

THE USE OF THE EXEMPTION ARTICLE IN CASE OF NATURAL DISASTERS AND DISEASES UNDER THE UNITED NATIONS CONVENTION ON CONTRACTS FOR THE INTERNATIONAL SALE OF GOODS

● Master. **DANG THI HUYEN TRANG**

Ho Chi Minh City College of Economics

ABSTRACT:

This paper explains the legal nature of the exemption article of the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods which was signed in Vienna in 1980 and analyzes conditions for the use of the exemptions article of international trade contracts in case of natural disasters and diseases. This paper also analyzes some legal aspects of the use of exemption article of the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods when executing international trade contracts, thereby making recommendations to facilitate the enforcement of this article.

Keywords: Exemption article, natural disaster, disease, United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods .

PHÁP LUẬT BẢO ĐẢM QUYỀN ĐƯỢC SỐNG TRONG MÔI TRƯỜNG TRONG LÀNH Ở VIỆT NAM

● ĐẶNG CÔNG CƯỜNG

TÓM TẮT:

Pháp luật Việt Nam quy định tương đối toàn diện về thể chế, thiết chế và các nguồn lực chính yếu, nhằm bảo đảm cho quyền được sống trong môi trường trong lành. Tuy nhiên, thực tiễn việc đảm bảo quyền này cho cá nhân, công dân theo pháp luật ở nước ta còn nhiều hạn chế.

Bài viết phân tích thực trạng, từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao mức bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành theo pháp luật ở Việt Nam.

Từ khóa: Pháp luật, quyền công dân, môi trường trong lành, thực trạng, giải pháp.

1. Chính sách và pháp luật về môi trường ở Việt Nam

Không khí, nước, đất đai và các yếu tố tự nhiên là những thành phần môi trường thiết yếu để con người có thể tồn tại và phát triển. Vì vậy, bảo đảm môi trường trong lành là một trong những vấn đề cấp bách ở cấp độ toàn cầu, cũng như cấp độ quốc gia. Để ngăn chặn kịp thời những chuyển biến xấu của môi trường sống, các thiết chế toàn cầu đã đưa ra nhiều phương thức, biện pháp. Một trong những phương thức được sử dụng là luật hoá các tiêu chuẩn về môi trường, coi môi trường là khách thể quan trọng của quyền con người trong các văn kiện pháp lý quốc tế.

Quyền được sống trong môi trường trong lành là quyền tự nhiên của con người, cần được luật nhân quyền quốc tế, pháp luật quốc gia ghi nhận

và bảo đảm thực thi. Pháp luật phải tạo ra cơ chế pháp lý hữu hiệu cho con người được sống trong môi trường chất lượng, bảo đảm về mặt vệ sinh môi trường.

Hội nghị Liên hợp quốc về môi trường con người (Stóckhôm - năm 1972) khẳng định, con người được sống trong một môi trường trong lành là một trong những nguyên tắc trọng tâm của quan hệ giữa các quốc gia. Nguyên tắc 1 nêu rõ: “Con người có quyền cơ bản được tự do, bình đẳng và đầy đủ các điều kiện sống, trong một môi trường chất lượng cho phép cuộc sống có phẩm giá và phúc lợi mà con người có trách nhiệm trong bảo vệ và cải thiện cho các thế hệ hôm nay và mai sau”. Nguyên tắc 1 trong Tuyên bố của Hội nghị Liên hợp quốc về Môi trường và phát triển (Rio de Janeiro - 1992) cũng khẳng

định: “Con người là trung tâm của những mối quan tâm về sự phát triển lâu dài. Con người có quyền được hưởng một cuộc sống hữu ích, lành mạnh và hài hòa với thiên nhiên”.

Việc khẳng định “con người là trung tâm của những mối quan tâm về sự phát triển lâu dài” và “con người được sống trong môi trường trong lành là một trong những nguyên tắc trọng tâm của các quan hệ giữa các quốc gia” cho thấy, cộng đồng quốc tế mong muốn các quốc gia phải đặt vấn đề “bảo đảm cho con người được sống trong môi trường trong lành” trong chính sách đối nội, cũng như đối ngoại của mình và nó cũng cần phải được lồng ghép trong quá trình quản trị quốc gia, quản trị toàn cầu.

Các nhà lập pháp và cộng đồng quốc tế xem quyền được sống trong môi trường trong lành, hay quyền môi trường, là quyền con người cơ bản thuộc nhóm thế hệ quyền mới; vừa là quyền cá nhân vừa là quyền của tập thể (collective right) (Boyle, 2010). Quyền môi trường có nội hàm rộng, bao gồm: quyền được sống trong môi trường trong lành, không bị ô nhiễm; quyền được tiếp cận với thông tin về môi trường và quyền được có tiêu chuẩn sức khỏe ở mức cao nhất có thể về môi trường sống; quyền được sử dụng các biện pháp để khắc phục, bồi thường trong những trường hợp quyền này bị vi phạm. Đồng thời, quyền này không chỉ là các quyền nội dung mà còn bao hàm cả các quyền thủ tục thực thi quyền nội dung.

Không như các quyền con người khác, quyền môi trường có chủ thể, không chỉ là các cá nhân mà còn bao gồm các nhóm xã hội, cộng đồng, quốc gia, và cả toàn thể nhân loại. Sự đa dạng và đặc thù của chủ thể quyền khiến cho việc xác định nghĩa vụ cũng như bảo đảm quyền tương đối phức tạp. Chủ thể quyền đồng thời là chủ thể có trách nhiệm bảo đảm quyền dẫn đến việc truy phân định trách nhiệm trở nên thiếu rõ ràng.

Ở phương diện pháp luật quốc tế, chủ thể nghĩa vụ thực thi quyền môi trường - hay chủ thể chịu trách nhiệm chính trong bảo đảm quyền môi trường, là Nhà nước. Nhà nước có trách nhiệm và

nghĩa vụ chính trong tôn trọng, bảo vệ và thực thi quyền môi trường. Trách nhiệm, nghĩa vụ của Nhà nước với tư cách là quốc gia thành viên của các Công ước quốc tế cơ bản về quyền con người, bao gồm: Công ước quốc tế về các quyền dân sự - chính trị; Công ước quốc tế về quyền kinh tế - xã hội và văn hóa năm 1966,...

Trong trường hợp xảy ra các sai phạm, vi phạm hay xâm phạm quyền về môi trường của người dân, các cơ quan nhà nước (đặc biệt là cơ quan quản lý nhà nước có trách nhiệm liên đới) cần thực thi tất cả các biện pháp - bao gồm lập pháp, hành pháp, tư pháp và các biện pháp khác (như giáo dục, phổ biến, tuyên truyền...) - để bảo đảm quyền về môi trường cho tất cả mọi cá nhân và nhóm xã hội.

Trong pháp luật Việt Nam, quyền môi trường được ghi nhận trong Hiến pháp năm 2013, tại Điều 43 “Mọi người đều có quyền sống trong môi trường trong lành và có nghĩa vụ bảo vệ môi trường”. Cũng như pháp luật quốc tế, quyền môi trường, trong pháp luật Việt Nam, có mối liên hệ mật thiết với các quyền con người cơ bản khác, như: Quyền sống (được quy định tại điều 19 của Hiến pháp 2013), quyền tiếp cận thông tin (Điều 25, Hiến pháp 2013), quyền về sức khỏe (Điều 20, 38; Hiến pháp 2013), quyền an sinh xã hội (Điều 34, Hiến pháp 2013)...

Cụ thể hoá Điều 43 của Hiến pháp 2013, Luật Bảo vệ môi trường năm 2014 quy định về: hoạt động bảo vệ môi trường; chính sách, biện pháp và nguồn lực để bảo vệ môi trường; quyền và nghĩa vụ của tổ chức, hộ gia đình, cá nhân trong bảo vệ môi trường. Các tiêu chuẩn, đánh giá tác động, bảo vệ môi trường trong các hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ; Bảo vệ môi trường biển, nước sông và các nguồn nước; Quản lý chất thải, phòng ngừa, ứng phó sự cố môi trường, khắc phục ô nhiễm, phục hồi môi trường... và các quyền con người liên quan tới tiếp cận thông tin về môi trường - như quyền khiếu nại, tố cáo, bồi thường thiệt hại về môi trường - cũng đã được quy định trong Luật này.

Tuy nhiên, hiện các biện pháp chế tài chưa đủ

mạnh để thực thi quyền môi trường, cũng như còn thiếu các quy định cụ thể liên quan đến các quyền thủ tục. Chẳng hạn, hệ thống pháp luật hình sự hiện chưa quy định chế tài cụ thể đối với những hành vi vi phạm môi trường, đồng thời thiếu các quy định chi tiết về các quyền khiếu kiện của cá nhân đối với các tổ chức, cá nhân vi phạm. Việc chưa có Tòa án môi trường cũng làm hạn chế khả năng thực hiện quyền môi trường của người dân và bảo vệ môi trường hiệu quả.

2. Thực trạng pháp luật bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành ở Việt Nam

Pháp luật bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành không chỉ phụ thuộc vào “hệ thống quy phạm” mà còn phụ thuộc vào quá trình thực hiện cũng như các yếu tố bảo đảm cho các quy phạm được vận dụng tối ưu trong đời sống - xã hội. Các phương thức pháp lý này được tạo ra bởi các quy phạm pháp luật và được thực hiện bởi các chủ thể pháp luật mà trước tiên là cơ quan nhà nước, cán bộ, công chức nhà nước và cá nhân, tổ chức trong xã hội tham gia quan hệ pháp luật.

Các chủ thể thực hiện các phương thức bảo đảm quyền như thế nào phụ thuộc vào nhiều yếu tố tâm lý bên trong và môi trường bên ngoài chi phối đến ý thức pháp luật, văn hoá pháp lý của chủ thể, như: Ý thức tôn trọng pháp luật của cá nhân, cộng đồng; Cơ chế kiểm soát quyền lực công; Sự giám sát của cộng đồng; Tính xung đột lợi ích trong quá trình thực hiện; Hiểu biết và trình độ pháp luật của các chủ thể cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành.

Ở Việt Nam, pháp luật và các yếu tố tác động đến hiệu quả của pháp luật bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành đang trong tình trạng vừa thừa, vừa thiếu và có không ít tình huống mâu thuẫn, chông chéo. Những năm qua, nhiều hành vi xâm hại môi trường gây tổn hại nghiêm trọng đến quyền này của cộng đồng dân cư ở hầu khắp các địa phương Việt Nam vẫn diễn ra, điển hình như:

Công ty Vedan "giết" sông Thị Vải: "Thành công" suốt 14 năm¹. Việc Công ty Vedan xả chất độc hại với khối lượng lớn xuống sông Thị Vải trong một thời gian dài, gây ô nhiễm nghiêm trọng dòng sông nhưng không được phát hiện kịp thời và xử lý dứt điểm dẫn đến hậu quả vô cùng nghiêm trọng. Tình trạng này xảy ra do chưa có chế tài nghiêm khắc để răn đe chủ thể kinh doanh, cơ quan thực thi chưa đồng bộ,. Ngoài ra, chủ trương ưu tiên phát triển kinh tế, thu hút đầu tư nước ngoài cũng tác động không nhỏ đến việc coi thường trách nhiệm bảo vệ môi trường của doanh nghiệp, nhà đầu tư.

Vụ gây ô nhiễm đất dẫn đến bệnh lý ung thư ở Thanh Hóa²; Vụ Nhà máy thép gây ô nhiễm ở Đà Nẵng³; Tình trạng xâm nhập mặn, khô hạn nghiêm trọng ở đồng bằng sông Cửu Long⁴.

Vụ xả thải gây ô nhiễm môi trường biển của FORMOSA. FORMOSA xả thải trực tiếp ra biển gây ra thảm họa môi trường biển các tỉnh miền Trung, Việt Nam là sự kiện gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng nhất, gây hậu quả về kinh tế, chính trị và sức khỏe của cộng đồng dân cư ở phạm vi lớn nhất. Ở phương diện pháp lý và thời gian xử lý hành vi vi phạm, sự cố gây ô nhiễm biển của Công ty FORMOSA được xử lý kịp thời và hành vi xả thải gây ô nhiễm được chấm dứt nhanh chóng. Tuy nhiên, vì phạm vi ảnh hưởng rộng, hậu quả gây ra lớn đối với cuộc sống mưu sinh của nhiều cộng đồng dân cư, nên việc xử lý hậu quả trở nên phức tạp và khó bù đắp được thiệt hại thực tế của người dân.

Việc ô nhiễm môi trường diễn ra trên diện rộng đã ảnh hưởng trực tiếp đến các yếu tố cơ bản của quyền được sống trong môi trường trong lành của người dân, cho thấy các quy định của Luật Bảo vệ môi trường chưa được thực thi hiệu quả ở Việt Nam. Mỗi hành vi xâm hại môi trường được thực hiện do nhiều nguyên nhân tác động và thúc đẩy, trong đó, chủ yếu các nguyên nhân sau:

Chính sách ưu tiên phát triển kinh tế cao hơn nhu cầu bảo vệ môi trường nên nhiều địa phương đã phá bỏ quy hoạch, sửa quy hoạch hoặc hạ các

tiêu chuẩn môi trường, các yêu cầu nghiêm ngặt của pháp luật bảo vệ môi trường, để thu hút các nhà đầu tư.

Bên cạnh bị chi phối bởi tư duy đánh đổi ô nhiễm môi trường để phát triển kinh tế, những mâu thuẫn của pháp luật bảo vệ môi trường về giám sát, phát hiện và xử lý hành vi gây hại môi trường cũng diễn ra trên diện rộng, gây hậu quả nghiêm trọng. Thẩm quyền về lĩnh vực này được phân tán cho nhiều cơ quan chuyên môn khác nhau và phân cấp thành nhiều tầng nấc. Trong khi đó, sự phối hợp giữa các cơ quan thiếu sự thống nhất, mức độ phân cấp không rõ ràng gây ra những khó khăn nhất định cho việc phát hiện và xử lý kịp thời, dứt điểm của chính quyền cơ sở, cũng như cơ quan phát hiện hành vi gây hại môi trường.

Trong nhiều trường hợp, cơ quan giám sát môi trường, mặc dù có cơ sở để nghi ngờ hành vi xâm hại môi trường đã xảy ra hoặc sẽ xảy ra nhưng không được pháp luật cho phép kiểm tra trực tiếp nên khó có cơ sở để xử lý kịp thời hành vi xâm hại môi trường hoặc có kiến nghị đến cơ quan có thẩm quyền cao hơn xử lý.

Môi trường trong lành là khách thể trực tiếp của quyền môi trường, nhưng pháp luật vẫn thiếu các cơ chế pháp lý để người dân tự bảo vệ trước các hành vi đe dọa, xâm hại đến môi trường trong lành nơi họ sinh sống. Pháp luật chưa cung cấp đầy đủ các phương tiện pháp lý giúp người dân nắm bắt được kịp thời, đầy đủ thông tin để xác định được nguy cơ tiềm ẩn hành vi xâm hại môi trường nhằm chủ động phòng, chống loại hành vi này.

Bên cạnh thiếu thông tin, người dân chưa được hỗ trợ pháp lý, tinh thần kịp thời của các tổ chức, chính trị xã hội, cũng như của truyền thông, báo chí nên đa số không thể sử dụng các phương thức pháp lý đấu tranh triệt để với hành vi xâm hại môi trường. Một vấn đề khá phổ biến ở Việt Nam là sự mâu thuẫn gay gắt giữa chính quyền với người dân xảy ra bởi hành vi gây ô nhiễm môi trường của một chủ thể thứ ba thực hiện - là doanh nghiệp. Trong khi đó, theo pháp luật bảo

vệ môi trường, các bên trong quan hệ pháp luật môi trường nếu có hành vi xâm hại lẫn nhau về quyền, lợi ích, ngoài con đường tự hoà giải, thương lượng, các bên có quyền yêu cầu Nhà nước (cơ quan nhà nước) làm trọng tài để phán quyết tính đúng, sai và buộc bồi hoàn thiệt hại gây ra.

Hành vi xâm hại môi trường không chỉ xuất phát từ các chủ thể kinh doanh, tổ chức mà còn bởi các cá nhân trong xã hội. Người Việt có nhiều thói quen, tập tục gây hại cho môi trường sống, như: tập tục ma chay; đốt vàng mã; thói quen xả rác ở nơi công cộng - đặc biệt sử dụng và xả thải rác nhựa sử dụng 1 lần; tình trạng sử dụng thuốc trừ sâu, phân bón hóa học, thuốc tăng trọng và các loại phụ gia độc hại,...

Mặc dù, pháp luật đã hệ thống hóa tương đối đầy đủ các phương diện pháp lý, kỹ thuật bảo vệ các yếu tố cơ bản của môi trường sống trong lành nhưng trong thực tiễn còn yếu, thiếu và mâu thuẫn, chồng chéo, nên hiệu quả chưa cao. Tình trạng ô nhiễm đất, nguồn nước, không khí và thực phẩm độc hại cho thấy, mức độ bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành ở Việt Nam còn thấp.

Có nhiều nguyên nhân khác nhau kéo thấp mức độ trong lành của môi trường sống, trong đó chủ yếu là những nguyên nhân chủ quan, như: Ý thức coi thường pháp luật, coi thường môi trường sống của doanh nghiệp, nhà đầu tư và của cả người dân; Pháp luật bảo vệ môi trường trong lành còn mâu thuẫn, chồng chéo; Cơ chế pháp lý xử lý hành vi xâm hại môi trường còn thiếu và chưa đủ sức răn đe; Cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý hành vi xâm hại môi trường chưa thực hiện nghiêm minh pháp luật, áp dụng pháp luật thiếu thống nhất; Tổ chức xã hội và báo chí chưa tích cực hỗ trợ người dân bị thiệt hại do hành vi xâm hại môi trường gây ra.

3. Giải pháp nâng cao mức bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành theo pháp luật ở Việt Nam

Trên cơ sở các trường hợp điển hình được lựa chọn để phân tích và những nguyên nhân được

làm rõ, vấn đề nâng cao mức bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành cần được xác định là ưu tiên hàng đầu trong tất cả các chính sách ở cấp độ quốc gia, cũng như phương châm cổ động của các địa phương từ cấp cơ sở đến hộ gia đình, đơn vị, cơ quan nhà nước và doanh nghiệp.

Thứ nhất, Nhà nước cần đặt mục tiêu bảo đảm người dân sống trong môi trường trong lành là ưu tiên hàng đầu trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia. Phát triển kinh tế là rất cần thiết nhưng những hậu quả về môi trường là không thể bù đắp trong tương lai, nếu tiếp tục thực hiện chính sách phát triển kinh tế mà không chú trọng đến bảo vệ môi trường.

Thứ hai, Pháp luật bảo đảm môi trường sống trong lành vẫn còn nhiều hạn chế, đặc biệt là pháp luật bảo vệ môi trường. Mặc dù, Luật Bảo vệ Môi trường mới được sửa đổi và ban hành năm 2014 nhưng đã bộc lộ những yếu điểm so với yêu cầu thực tiễn, các quy định về quy hoạch môi trường còn chung chung và tính khả thi chưa cao.

a) Các quy định về quy hoạch bảo vệ môi trường chưa liên thông và thống nhất với pháp luật quy hoạch chiến lược tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh, pháp luật quy hoạch sử dụng đất. Quy hoạch bảo vệ môi trường gồm 2 cấp độ, là: Quy hoạch bảo vệ môi trường cấp quốc gia và cấp tỉnh. Chu kỳ Quy hoạch bảo vệ môi trường là 10 năm, tầm nhìn đến 20 năm (khoản 2, 3 - Điều 8). Có thể thấy, Quy hoạch bảo vệ môi trường là cơ sở quan trọng để bảo vệ môi trường được hiệu quả.

Luật Bảo vệ Môi trường năm 2014 quy định cụ thể về nguyên tắc lập Quy hoạch, hệ thống Quy hoạch bảo vệ môi trường; kỳ Quy hoạch bảo vệ môi trường; thẩm quyền, trình tự thủ tục lập, thẩm định, lấy ý kiến, tư vấn, quyết định, phê duyệt Quy hoạch bảo vệ môi trường; điều chỉnh, công bố, tổ chức thực hiện Quy hoạch bảo vệ môi trường,...

Tuy vậy, thực tiễn thực hiện quy hoạch đất đai có nội dung liên quan đến môi trường thời gian qua cho thấy vẫn còn nhiều bất cập, như: Về căn

cứ lập quy hoạch sử dụng đất dựa trên quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, quy hoạch này thường được xây dựng cho 10 năm dẫn tới tư duy nhiệm kỳ. Khi Quy hoạch tổng thể kinh tế - xã hội thay đổi thường xuyên, Quy hoạch sử dụng đất sẽ bị điều chỉnh, thay đổi theo, gây ra xáo trộn, thiếu ổn định trong thực hiện chính sách, pháp luật về bảo vệ môi trường.

Hiện nay, Việt Nam đang tồn tại nhiều loại quy hoạch được xây dựng dựa trên Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, nhưng giữa các quy hoạch lại có sự thiếu thống nhất, thậm chí chồng chéo, mâu thuẫn với nhau.

b) Các quy định về quy trình đánh giá tác động môi trường đối với các dự án đầu tư, sản xuất kinh doanh chưa bảo đảm được tính khách quan, minh bạch.

Vấn đề đánh giá tác động môi trường đã được quy định trong Luật Bảo vệ Môi trường năm 2014. Tuy nhiên, trong thực tiễn, vấn đề này còn nhiều bất cập do chưa có cơ chế giám sát và áp dụng trách nhiệm pháp lý hữu hiệu đối với quá trình lập, thẩm định, phê duyệt cũng như tổ chức thực hiện báo cáo đánh giá. Vì vậy, việc lập báo cáo đánh giá tác động môi trường của các chủ đầu tư dự án vẫn mang tính hình thức.

Việc thẩm định báo cáo đánh giá tác động chủ yếu được thực hiện thông qua hình thức hội đồng thẩm định, nhưng nhiều năm nay, chưa có quy định cụ thể về trách nhiệm pháp lý, nên các kết luận thẩm định thường chưa cao. Các thành viên Hội đồng thẩm định thường do chủ thể có thẩm quyền phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường thành lập, nên có thể chịu sự chi phối mang tính chủ quan của người thành lập Hội đồng.

Hơn nữa, nhiều trường hợp cơ quan có thẩm quyền phê duyệt dự án đầu tư đồng thời cũng là cơ quan có thẩm quyền thẩm định báo cáo đánh giá tác động môi trường, nên dẫn tới hiện tượng “vừa đá bóng, vừa thổi còi”.

c) Pháp luật quy định về chất thải chưa phù hợp với chuẩn mực chung của thế giới và xu thế phát triển của công nghệ, mặc dù đã phân loại

thành nhóm chất thải nguy hại và nhóm chất thải thông thường. Trong bối cảnh tài nguyên thiên nhiên ngày càng cạn kiệt, các quốc gia trên thế giới coi ngành công nghiệp tái chế chất thải là ngành “béo bở” để thu lợi nhuận, hướng tới phát triển bền vững, thì pháp luật và thực tiễn Việt Nam vẫn chưa coi chất thải thông thường là một loại tài nguyên, để từ đó có cơ chế sử dụng hiệu quả.

Chu trình quản lý chất thải từ thu gom, phân loại, lưu giữ, vận chuyển, xử lý, tái chế, tái sử dụng còn bất cập trong thực hiện; quy định về thu hồi, thải bỏ sản phẩm đã qua sử dụng đã có nhưng chưa triển khai hiệu quả trên thực tiễn; quy định về kiểm soát chất thải nhựa còn bất cập; trách nhiệm pháp lý với chủ thể vi phạm chưa nghiêm.

d) Bên cạnh đó, quy định về trách nhiệm bồi thường thiệt hại môi trường còn nhiều hạn chế, như: Chủ thể được quyền khởi kiện, yêu cầu bồi thường thiệt hại về suy giảm chức năng, tính hữu ích của môi trường chỉ là các cơ quan nhà nước (UBND cấp xã, huyện, tỉnh, Bộ Tài nguyên và Môi trường). Thực tế, các chủ thể này chưa từng khởi kiện yêu cầu bồi thường thiệt hại về môi trường, chủ yếu chỉ áp dụng trách nhiệm hành chính. Do vậy, vấn đề đặt ra là có nên mở rộng chủ thể có quyền khởi kiện yêu cầu bồi thường thiệt hại về suy giảm chức năng, tính hữu ích của môi trường hay không?

Pháp luật hiện hành quy định, chủ thể bị thiệt hại phải có trách nhiệm chứng minh bên gây thiệt hại có hành vi vi phạm pháp luật môi trường, có thiệt hại xảy ra, có mối quan hệ nhân - quả giữa hành vi và thiệt hại. Song thực tiễn cho thấy, những người bị thiệt hại do hành vi vi phạm pháp luật môi trường yếu thế hơn bên gây ô nhiễm rất nhiều - từ tiềm lực tài chính, hiểu biết pháp luật, cho đến tiềm lực về khoa học, kỹ thuật... Những chủ thể bị thiệt hại do ô nhiễm môi trường khó có thể chứng minh được các điều kiện trên để được bồi thường thiệt hại. Do đó, cần tính đến việc thay đổi nghĩa vụ, chứng minh từ các chủ thể bị thiệt hại sang chủ thể có hành vi vi phạm pháp luật môi trường.

Về nguyên tắc, tất cả các chủ thể đều có nghĩa vụ phải bảo vệ môi trường. Tuy vậy, cần phải xác định rõ trách nhiệm của các chủ thể trong quá trình này. Trách nhiệm bảo vệ môi trường thuộc về Nhà nước, các chủ nguồn thải, các tổ chức, cá nhân và cộng đồng. Theo đó, Nhà nước cần có trách nhiệm hàng đầu trong bảo vệ môi trường.

Bên cạnh Nhà nước, chủ nguồn thải cũng đóng vai trò rất quan trọng. Pháp luật hiện hành quy định khá cụ thể về nghĩa vụ của các chủ nguồn thải trong bảo vệ môi trường. Vì nhiều lý do, trong đó có yếu tố lợi ích tư, các chủ nguồn thải vẫn sẵn sàng xả thải ra môi trường, nghĩa là sẵn sàng vi phạm pháp luật về môi trường. Đặc biệt, việc xử lý trách nhiệm của các chủ nguồn thải này vẫn chưa được triệt để.

Luật Bảo vệ Môi trường sửa đổi cần nâng cao vai trò của tổ chức xã hội, cộng đồng trong việc phản biện chính sách, quy hoạch, kế hoạch, pháp luật về môi trường; phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn, xử lý ô nhiễm môi trường; trong khởi kiện, yêu cầu bồi thường thiệt hại về môi trường... góp phần bảo đảm quyền được sống trong môi trường trong lành của cộng đồng đã được ghi nhận trong Hiến pháp năm 2013.

Thứ ba, (i) quy định lại khái niệm thông tin môi trường theo nội dung Khoản 1, Điều 128, Luật Bảo vệ Môi trường năm 2014 vì quy định như vậy sẽ chi tiết, rõ ràng và phù hợp với yêu cầu quản lý, bảo vệ môi trường hơn; (ii) Cần có sự sắp xếp, bổ sung các quy định về kiểm soát thông tin môi trường theo một hệ thống logic, thống nhất; (iii) Quy định cụ thể về hoạt động đối thoại trực tiếp của cộng đồng dân cư để được cung cấp thông tin môi trường; (iv) Quy định chi tiết về hình thức, thời gian cung cấp thông tin môi trường cho cơ quan nhà nước của các cơ sở kinh doanh, cũng như cung cấp thông tin môi trường theo yêu cầu của tổ chức, cá nhân, cộng đồng dân cư với cơ quan nhà nước. Đồng thời, nên bỏ quy định ở điểm đ, khoản 1, Điều 128 Luật Tiếp cận thông tin 2016.

Luật Bảo vệ Môi trường năm 2014 và các văn bản hướng dẫn thi hành đã có bước tiến trong quy định về đảm bảo quyền được cung cấp thông tin

của người dân. Song đối với vấn đề thông tin môi trường, cần tiếp tục hoàn thiện cơ sở dữ liệu này để xây dựng cơ sở hạ tầng thống nhất thông tin về ngành tài nguyên - môi trường ở cấp trung ương và địa phương. Điều này vừa đảm bảo việc thống nhất quản lý, vừa tạo điều kiện cho người dân tiếp cận các thông tin môi trường một cách có hệ thống và dễ dàng.

Cùng với đó, pháp luật cần tạo điều kiện để

các tổ chức dân sự, báo chí cùng tham gia vào bảo vệ môi trường. Trong bối cảnh sự tham gia của người dân vào việc thực thi quyền môi trường còn nhiều hạn chế, đặc biệt là ở cơ sở, cần tăng cường thực hành dân chủ và thực hành quyền dân chủ trực tiếp; tăng cường các cơ chế giám sát việc thực thi quyền môi trường - bao gồm việc nâng cao vai trò giám sát của các cơ quan dân cử, các tổ chức chính trị - xã hội và các tổ chức xã hội ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹H. Mi - M. Luận - Q. Thanh (2008). Vụ Vedan "giết" sông Thị Vải: "Thành công" suốt 14 năm, (<https://tuoitre.vn/vu-vedan-giet-song-thi-vai-thanh-cong-suot-14-nam-278743.htm>), xem ngày 22/4/2020.

²Nhìn lại vụ “đầu độc” môi trường của Công ty CP Nicotex Thanh Thái (Thanh Hoá), (<http://dangcongsan.vn/ban-doc/y-kien-ban-doc/nhin-lai-vu-dau-doc-moi-truong-cua-cong-ty-cp-nicotex-thanh-thai-thanh-hoa-207652.html>), xem ngày 22/4/2020.

³Thanh Hải (2018). Vụ Nhà máy thép gây ô nhiễm ở Đà Nẵng: Xung đột vì đưa dân vào khu công nghiệp, (<https://laodong.vn/ban-doc/vu-nha-may-thep-gay-o-nhiem-o-da-nang-xung-dot-vi-dua-dan-vao-khu-cong-nghiep-593339.ldo>), xem ngày 22/4/2020.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội Việt Nam (2013). *Hiến pháp năm 2013*. Hà Nội.
2. Quốc hội Việt Nam (2013). Luật Bảo vệ môi trường 2014. Hà Nội.
3. Nguyễn Đình Đáp, Bùi Thị Phương Thảo, Nguyễn Thị Nhung (2013). Tiếp cận quyền con người trong bảo vệ môi trường. *Tạp chí Môi trường*, số 7.
4. Vũ Thanh Ca (2016). Bảo vệ môi trường biển trong luật pháp quốc tế và một số quốc gia trên thế giới. *Tạp chí Môi trường*, số 4.
5. Hoàng Văn Nghĩa (2015). Quyền môi trường và sự tham gia của người dân trong thực hiện quyền môi trường, <<https://www.thiennhien.net/2015/06/02/quyen-moi-truong-va-su-tham-gia-cua-nguoi-dan-trong-thuc-hien-quyen-moi-truong/>>, xem ngày 22/4/2020.
6. Lê Văn Súa (2018). Luật Quốc tế về môi trường và vấn đề hoàn thiện pháp luật bảo vệ môi trường của nước ta, <<https://moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/nguyen-cuu-trao-doi.aspx?ItemID=2146>>, xem ngày 22/4/2020.
7. Minh Thảo (2019). Quy định của pháp luật về thông tin môi trường và tác động đến việc thực thi pháp luật, <<https://moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/nguyen-cuu-trao-doi.aspx?ItemID=2489>>, xem ngày 22/4/2020.
8. Văn Hào (2019). Những bất cập trong Luật Bảo vệ môi trường, <<https://www.thiennhien.net/2019/12/26/nhung-bat-cap-trong-luat-bao-ve-moi-truong/>>, xem ngày 22/4/2020.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

ĐẶNG CÔNG CƯỜNG

Khoa Luật Hành chính

Trường Đại học Luật, Đại học Huế

LAWS ON ENSURING THE RIGHT OF PEOPLE TO LIVE IN A CLEAN ENVIRONMENT IN VIETNAM

● **DANG CONG CUONG**

Faculty of Administrative Law
University of Law, Hue University

ABSTRACT:

Vietnamese law provides a quite comprehensive set of institutions, regulations and key resources to ensure the right of people to live in a clean environment. However, the enforcement of laws to ensure this right in Vietnam is still limited. This paper analyzes the status quo of Vietnam's laws to ensure the right of people to live in a clean environment in Vietnam, thereby proposing some solutions to improve the effectiveness of laws on ensuring the right of people to live in a clean environment in Vietnam.

Keywords: Law, civil rights, clean environment, situation, solutions.

KINH NGHIỆM MỘT SỐ NƯỚC CHÂU Á VỀ HỆ THỐNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO QUỐC GIA VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

● NGUYỄN NGỌC MINH

TÓM TẮT:

Hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia là các hoạt động nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, cũng như sự phát triển và tiến bộ xã hội. Nó làm thay đổi phương thức tư duy, hành vi và kích thích sự nhiệt tình sáng tạo của con người. Hoạt động này là nhân tố trực tiếp thúc đẩy sự phát triển xã hội, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, tăng năng lực cạnh tranh của một quốc gia.

Nhà nước có thể trực tiếp tiến hành hoặc tạo ra môi trường thể chế và điều kiện thuận lợi để thực hiện hoạt động đổi mới sáng tạo. Bài viết nghiên cứu kinh nghiệm một số nước châu Á về hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia, từ đó rút ra bài học cho Việt Nam.

Từ khóa: Đổi mới sáng tạo, chính sách, hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia.

1. Kinh nghiệm của một số quốc gia châu Á về hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia.

1.1. Kinh nghiệm của Thái Lan

Hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia của Thái Lan dựa trên 3 chủ thể là các doanh nghiệp tư nhân, Chính phủ và các trường đại học. Ở Thái Lan chủ yếu là các công ty xuyên quốc gia (TNCs) nghiên cứu hay sản xuất cùng một lĩnh vực có công nghệ thấp. Phần lớn các khoản đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), các nguồn lực công cộng và tư nhân thường hướng đến các trung tâm công nghệ và khoa học định hướng xuất khẩu ở khu vực Bangkok. Doanh nghiệp tư nhân đầu tư vào máy móc và thiết bị chiếm 83% và hầu hết đầu tư vào các ngành công nghiệp định hướng xuất khẩu (NESDB, 2018). Tuy nhiên, Thái Lan lại thiếu các chuyên gia để hiện đại hóa ngành công nghiệp, đặc biệt là trong công nghệ cao (Phoonphongphiphat & Apornrath, 2017). Các doanh nghiệp Thái Lan phải đối mặt với ngưỡng công nghệ như đồng hóa và thích ứng công nghệ, thiết kế và kỹ nghệ.

Với hệ thống trường đại học tập trung chủ yếu ở các lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn nên năng lực nghiên cứu và triển khai công nghệ đổi

với các ngành công nghiệp của Thái Lan là khá thấp. Các chính sách và chương trình cụ thể, như: Chính sách phát triển lực lượng lao động và giáo dục STEM, Giáo dục kép Chương trình, Chương trình học tập tích hợp công việc, Chương trình phát triển kỹ năng, Chương trình Talent Mobility, được Chính phủ đưa ra nhằm cải thiện nguồn nhân lực và kỹ năng tổng thể. Bộ Khoa học và Công nghệ thành lập Cơ quan Đổi mới Quốc gia (NIA) phát triển các chương trình của Trường Quản lý Đổi mới (IMS) nhằm thúc đẩy văn hóa đổi mới quốc gia, tăng nhận thức về tầm quan trọng của đổi mới trong xã hội Thái Lan. Trong Kế hoạch NESD mới, Chính phủ đã đặt ra các mục tiêu chi tiêu R&D đầy tham vọng, lần lượt là 1% và 1,5% GDP vào năm 2018 và 2021.

1.2. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia của Trung Quốc bao gồm: các viện nghiên cứu nhà nước, khu vực giáo dục bậc cao và các doanh nghiệp. Trong đó, các viện nghiên cứu nhà nước giữ một vai trò chính trong việc hỗ trợ, phát triển công nghệ và nghiên cứu liên quan tới việc dự báo các hàng hoá công cộng.

Khu vực doanh nghiệp đã trở thành một thành phần thực hiện nghiên cứu và phát triển (R&D) lớn nhất về khía cạnh đầu vào và đầu ra của khoa học - công nghệ (KH&CN), giữ vai trò nổi bật trong quá trình phát triển KH&CN của Trung Quốc. Các doanh nghiệp tăng mạnh về chi tiêu R&D bằng nguồn vốn tự có, các doanh nghiệp nước ngoài và liên doanh thực hiện các hoạt động R&D cùng với các công ty của Hồng Kông (Trung Quốc), Macao (Trung Quốc) và Đài Loan (Trung Quốc) trong lĩnh vực công nghiệp điện và điện tử.

10 lĩnh vực công nghiệp chính được hỗ trợ, bao gồm: công nghệ thông tin, robot, nông nghiệp, hàng không vũ trụ, hàng hải, thiết bị đường sắt, năng lượng sạch, vật liệu mới, thuốc sinh học và các thiết bị y tế, phát triển các nhà máy thông minh, cải thiện đồng bộ hóa các chuỗi sản xuất. Tuy nhiên, hiệu quả và năng lực đổi mới của khu vực kinh doanh vẫn chưa được phát huy tối đa, mức độ quốc tế hoá cao với các doanh nghiệp nước ngoài và liên doanh chiếm tỷ trọng lớn trong một số khu vực chuyên về công nghệ cao, tỷ trọng của R&D tương đối thấp đối với khu vực dịch vụ và công nghệ cao.

Sự mở rộng của khu vực giáo dục ở cấp đại học có ý nghĩa quan trọng đối với hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia (NIS) ở Trung Quốc trong chiến lược phát triển kinh tế. Mức tăng tài trợ, chi tiêu R&D cho khu vực giáo dục bậc cao tăng nhanh, thúc đẩy sự tiến bộ của các trường đại học chuyên biệt, có năng lực nghiên cứu mạnh trong một số lĩnh vực chủ chốt về khoa học - tự nhiên và kỹ thuật, nhằm tạo ra một hiệu suất và môi trường nghiên cứu tầm cỡ thế giới. Giáo dục bậc cao được định hướng rõ rệt theo hướng nghiên cứu cơ bản và ứng dụng, các kết quả đầu ra KH&CN dưới dạng các xuất bản phẩm khoa học và các đơn xin cấp bằng sáng chế.

Theo Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới, văn phòng Sở hữu Trí tuệ quốc gia Trung Quốc (SIPO) đã nhận được 1,3 triệu đơn xin cấp bằng sáng chế trong năm 2016, nhiều hơn tổng số đơn xin cấp bằng ở các nước Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc và châu Âu. Khu vực giáo dục bậc cao giữ một vai trò quan trọng trong việc truyền bá khoa học, tạo liên kết giữa khu vực hàn lâm với khu vực công nghiệp.

Với mục tiêu tăng cường cạnh tranh và thiết lập các trường đại học cấp đầu vào các tổ chức toàn cầu tới năm 2020, Trung Quốc đứng thứ 7 Bảng xếp hạng các trường đại học đến từ các quốc gia có nền kinh tế mới nổi (Times Higher Education (THE), 2018), đứng vị trí 17 về chỉ số đổi mới sáng

tạo toàn cầu (GII, 2018). Mặc dù Trung Quốc có nguồn nhân lực lớn nhất thế giới về KH&CN, nhưng nguồn nhân lực mang tính đột phá trong KH&CN còn tương đối thiếu, người có trình độ đại học tỷ lệ dân số vẫn còn thấp, ít nhà nghiên cứu đạt tầm cỡ thế giới (WB, 2016).

Các viện nghiên cứu của Nhà nước được tập trung chủ yếu vào lĩnh vực khoa học - tự nhiên và các ngành công nghệ cao. Các viện nghiên cứu công PRI trở thành các tổ chức doanh nghiệp của Trung Quốc và được định hướng mạnh mẽ về R&D thử nghiệm và ứng dụng (Zhang Cheng-fu, 2014). Tổng chi của Trung Quốc cho R&D khoảng 279 tỷ USD trong năm 2017, tăng 14% so với năm trước. Các cơ quan giáo dục bậc cao và doanh nghiệp công nghiệp cũng tham gia vào một loạt các chương trình KH&CN quốc gia được Chính phủ tài trợ.

Các công viên KH&CN của các trường đại học quốc gia đã được thành lập, các khu công nghệ cao và vườn ươm công nghệ tập trung phát triển những công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), người máy (robot) và dữ liệu lớn (big data). Chương trình đánh giá các Trung tâm Công nghệ Kỹ thuật Quốc gia đã được thiết kế bằng cách sử dụng một bộ chỉ số mới, tuy nhiên hầu hết các báo cáo đánh giá chỉ dành cho sử dụng nội bộ và không được công bố công khai. Các hệ thống khoa học và đổi mới của Trung Quốc được liên kết yếu với các mạng toàn cầu, dưới mức trung bình của OECD.

2. Bài học kinh nghiệm về hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia cho Việt Nam

Mô hình hệ thống đổi mới sáng tạo của Thái Lan có những đặc điểm phù hợp

với Việt Nam, như: đẩy mạnh xuất khẩu, tăng nhanh nội địa hóa sản phẩm, phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ. Chính sách nhằm hạn chế sự tập trung địa lý về tài chính và nhân lực đã giúp phát huy thế mạnh ở từng vùng miền. Đó là, phát triển các Công viên Khoa học Khu vực theo các khu vực như: các ngành công nghiệp điện tử ở phía Bắc đất nước; Công nghiệp thực phẩm và ô tô ở trung tâm; Công nghiệp hóa dầu ở phía Đông; và công nghiệp cao su/nông nghiệp ở phía Nam đất nước.

Hành lang đổi mới kinh tế phía đông (EECi) là trung tâm đầu tư của các công nghệ thông minh, bao gồm các phòng thí nghiệm, thử nghiệm. Hệ thống quản lý chuỗi cung ứng thông minh đầu cuối được sử dụng để kết nối và tích hợp ngành công nghiệp Thái Lan với thị trường thế giới (UNCTAD, 2015), giúp

Thái Lan là nhà sản xuất ô tô lớn thứ 12 thế giới và lớn nhất tại Đông Nam Á.

Tuy nhiên, do chính trị bất ổn nên việc triển khai chính sách phát triển kinh tế của Thái Lan sẽ bị tác động tiêu cực.

Trung Quốc cũng giống như mô hình của Hàn Quốc là tập trung chuyên môn hóa một số lĩnh vực lựa chọn và các ngành công nghiệp tăng trưởng nhanh. Đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu, mở rộng các thành phần công nghệ về xuất khẩu, thúc đẩy các tác nhân đổi mới, đầu tư mạnh vào R&D và bảo hộ các nhà sản xuất trong nước.

Trung Quốc vươn lên mạnh mẽ trong các lĩnh vực công nghiệp công nghệ cao, trở thành một trung tâm sáng tạo của thế giới. KH&CN đã được Chính phủ Trung Quốc xem là yếu tố quan trọng để có thể hỗ trợ cho sản xuất cùng với nguồn lao động và vốn, nhờ đó, Trung Quốc trở thành quốc gia có sự phát triển vượt bậc về KH&CN.

Qua đây, Việt Nam cần hoạch định chính sách thúc đẩy đổi mới mô hình tăng trưởng, tăng năng suất lao động thông qua đổi mới sáng tạo dựa vào kinh nghiệm của các quốc gia.

Hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia của Việt Nam bao gồm: các tổ chức giáo dục và đào tạo, các tổ chức nghiên cứu khoa học, các doanh nghiệp, nhà nước và các tổ chức dịch vụ KH&CN trung gian. Trong đó, các tổ chức giáo dục và đào tạo, các tổ chức nghiên cứu khoa học vẫn là những tổ chức thực hiện chủ yếu các hoạt động KH&CN (Nguyễn Trọng Bình, 2018). Vai trò của doanh nghiệp nhà nước giữ vị trí then chốt và là một lực lượng vật chất quan trọng của kinh tế nhà nước, thực hiện vai trò dẫn dắt phát triển các doanh nghiệp thuộc thành phần kinh tế khác (Nghị quyết số 12-NQ/TW (khóa XII)).

Thế mạnh của Việt Nam là các lĩnh vực y học lâm sàng, khoa học máy tính, kỹ thuật nông nghiệp. Năm 2018, Việt Nam có tổng số 235 trường đại học, học viện (bao gồm 170 trường công lập, 60 trường tư thục và dân lập, 5 trường có 100% vốn nước ngoài), 37 viện nghiên cứu khoa học, khoảng 2.200 tổ chức đăng ký hoạt động KH&CN. Đặc điểm các tổ chức nghiên cứu khoa học và công nghệ của Việt Nam có trên 1.000 là tổ chức R&D (với tên gọi, cấp trực thuộc và sở hữu khác nhau).

Nguồn lực KH&CN và kết quả hoạt động KH&CN ở Việt Nam cũng chủ yếu từ trường đại học và viện nghiên cứu. Các viện, trường được coi là chủ thể của công nghệ chứ không phải là các

doanh nghiệp. Do đó, các kết quả nghiên cứu phục vụ trực tiếp sản xuất và phù hợp với điều kiện của Việt Nam chỉ được xếp vào dạng sáng kiến cải tiến kỹ thuật, rất

ít được chú trọng và không được coi là nghiên cứu khoa học. Các chính sách về công nghệ cho doanh nghiệp chủ yếu do Bộ KH&CN chịu trách nhiệm, các viện nghiên cứu công thực hiện các hoạt động phát triển công nghệ phục vụ công nghiệp, ít tập trung hỗ trợ phát triển công nghệ cho doanh nghiệp.

Từ việc nhận diện hệ thống NIS của Việt Nam, để xây dựng thành công hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia cần dựa trên 4 nền tảng: Coi doanh nghiệp là trung tâm đổi mới sáng tạo; Nâng cao năng lực để doanh nghiệp tiếp thu công nghệ; Đáp ứng nhu cầu về kỹ năng và kiến thức phù hợp; Liên tục cải thiện để đảm bảo chất lượng và kỹ năng phù hợp. Cần xác định phát triển khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo và nhân lực chất lượng cao là ba đột phá chiến lược cùng với cải cách thể chế và hạ tầng.

Nghiên cứu chức năng của Nhà nước trong xây dựng hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia ở một số nước, có thể vận dụng hệ thống đổi mới quốc gia trong hoạch định chính sách thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới sáng tạo ở Việt Nam như sau:

Thứ nhất, về xây dựng các chính sách khuyến khích, hỗ trợ đổi mới sáng tạo. Hoàn thiện cơ chế, chính sách để tạo thuận lợi và thúc đẩy hoạt động đổi mới của doanh nghiệp, trường đại học, cơ quan nghiên cứu và tổ chức dịch vụ KH&CN; trao nhiều quyền tự chủ hơn cho đại học và cơ quan nghiên cứu công lập. Tiếp tục sửa đổi một số Luật hiện có, ban hành một số văn bản pháp luật mới nhằm thúc đẩy hoạt động đổi mới của doanh nghiệp.

Thứ hai, hỗ trợ việc thực thi chính sách khuyến khích, tăng cường phối hợp giữa các bộ, ngành, các doanh nghiệp vào quá trình hoạch định chiến lược và chính sách. Có tầm nhìn chiến lược rõ ràng về phân công lao động giữa các trường đại học, cơ quan nghiên cứu nhà nước và các doanh nghiệp, đảm bảo cân đối chức năng giữa các cơ quan nghiên cứu nhà nước với các doanh nghiệp. Thông qua quy hoạch, kế hoạch, tài chính và đầu tư để thúc đẩy hoạt động đổi mới của doanh nghiệp và xã hội, sự đầu tư trực tiếp của Nhà nước, chính sách miễn, giảm thuế là những biện pháp chủ yếu để kích lệ hoạt động cũng như điều chỉnh hệ thống đổi mới sáng tạo theo hướng tập trung hơn vào các doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Axel Johne & Patrica Snelson (1988), *Managing regular product change in manufacturing firms: Evidence from British and American businesses*, 4th International Marketing and Purchasing Conference on Research Developments in International Marketing.
2. B.A. Lundvall, K.J. Joseph, C. Chaminade, J. Vang (2009), *Handbook of innovation systems and developing countries*, Edward Elgar Publishing.
3. Freeman (1987), *Technology and Economic Performance: Lessons from Japan*, Pinter, London.
4. Hoàng Văn Tuyên (2007), Chính sách đổi mới: Một số vấn đề cơ bản, *Tạp chí Hoạt động khoa học*, 10, tr.18-19
5. Metcalf (1995), *The Economic Foundations of Technology Policy: Equilibrium and Evolutionary Perspectives*, in P. Stoneman (ed.), *Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change*, Blackwell Publishers, Oxford (UK)/Cambridge (US).

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả

TS. NGUYỄN NGỌC MINH

Khoa Kinh tế cơ sở, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**EXPERIENCES IN DEVELOPING THE NATIONAL
INNOVATION SYSTEM OF SOME ASIAN COUNTRIES
AND LESSONS FOR VIETNAM**

● Ph.D **NGUYEN NGOC MINH**

Faculty of Fundamental Economics

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

The national innovation system contains activities promoting socio-economic growth, changing the way of thinking and behavior of people and stimulating enthusiasm and creation of people. The national innovation system directly promotes social development, develops high-quality human resources and increase the competitiveness of a country.

The government can directly conduct innovation activities or create an institutional environment, favorable conditions to carry out innovation activities. This paper analyzes experiences in developing the national innovation system of some Asian countries and draws lessons for Vietnam.

Keywords: Innovation, policies, national innovation system.

MỘT SỐ YÊU CẦU ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRƯỚC NHỮNG TÁC ĐỘNG CỦA EVFTA

● TRẦN THANH PHÚC

TÓM TẮT:

Nghị viện châu Âu vừa chính thức phê chuẩn Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA), dự kiến khi có hiệu lực (tháng 7/2020), hiệp định sẽ mở ra những cơ hội lớn cho xuất khẩu hàng hóa của nước ta. Theo các chuyên gia kinh tế, EVFTA được kỳ vọng góp phần làm GDP Việt Nam tăng thêm ở mức bình quân từ 2,18% - 3,25% (giai đoạn 2019-2023); từ 4,57% - 5,30% (giai đoạn 2024-2028) và 7,07% - 7,72% (giai đoạn 2029-2033).

Mặc dù EVFTA sẽ mang lại cho các doanh nghiệp Việt Nam nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt ra không ít thách thức. Bài viết tập trung phân tích một số yêu cầu đối với doanh nghiệp Việt Nam trước những tác động của Hiệp định EVFTA.

Từ khóa: Liên minh châu Âu, hiệp định thương mại tự do, EVFTA, kim ngạch xuất nhập khẩu, thị trường EU.

1. Khái quát về Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA)

Ngày 30 tháng 6 năm 2019, Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam và Liên minh châu Âu - EU (EVFTA) đã được ký kết chính thức. Việc ký kết thành công của hiệp định này đánh dấu một mốc mới trên chặng đường gần 30 năm hợp tác và phát triển giữa Việt Nam và EU.

Cam kết mở cửa thị trường mạnh mẽ trong Hiệp định EVFTA chắc chắn sẽ thúc đẩy quan hệ thương mại Việt Nam - EU, giúp mở rộng hơn nữa thị trường cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Với cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới gần 100% biểu thuế và giá trị thương mại mà hai bên đã thống nhất, cơ hội gia tăng xuất khẩu cho những mặt hàng Việt Nam có lợi thế như dệt may, da giày, nông thủy sản (kể cả gạo, đường, mật ong, rau củ quả), đồ gỗ, v.v... là rất đáng kể. Hiệp định cũng giúp người tiêu dùng Việt Nam được tiếp cận

nguồn cung các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao từ EU trong các lĩnh vực như: dược phẩm, chăm sóc sức khỏe, xây dựng hạ tầng, giao thông công cộng...

2. Thực trạng những tác động tích cực của Hiệp định EVFTA đối với nền kinh tế Việt Nam

➤ Kích thích xuất khẩu

Các chuyên gia kinh tế đều đưa ra nhận định, cam kết mở cửa thị trường mạnh mẽ trong Hiệp định EVFTA chắc chắn sẽ thúc đẩy quan hệ thương mại Việt Nam - EU, giúp mở rộng hơn nữa thị trường cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Với cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu lên tới gần 100% biểu thuế và giá trị thương mại mà hai bên đã thống nhất, cơ hội gia tăng xuất khẩu cho những mặt hàng Việt Nam có lợi thế như dệt may, da giày, nông thủy sản (kể cả gạo, đường, mật ong, rau củ quả), đồ gỗ... là rất đáng kể. Mức cam kết trong EVFTA có thể coi là mức

cam kết cao nhất mà Việt Nam đạt được trong các FTA đã được ký kết cho tới nay. Điều này càng có ý nghĩa khi hiện nay, mới chỉ hơn 42% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU được hưởng mức thuế 0% theo Chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP).

Hiệp định EVFTA sẽ giúp kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng thêm khoảng 42,7% vào năm 2025 và 44,37% vào năm 2030 so với không có hiệp định. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ EU cũng sẽ tăng nhưng với tốc độ thấp hơn xuất khẩu, cụ thể là khoảng 33,06% vào năm 2025 và 36,7% vào năm 2030.

Theo tính toán, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng nông sản sang EU: Gạo khoảng 65% vào năm 2025; đường 8%; thịt lợn 4%; lâm sản 3%; thịt gia súc, gia cầm 4%. Trong khi đó, với nhóm ngành chế biến, chế tạo: May mặc dự tính tăng 81%, da giày tăng 99%, dệt tăng 67%. Nhóm ngành dịch vụ cũng ước tính: Vận tải thủy tăng 100%, vận tải hàng không 141%, tài chính và bảo hiểm 21%, các dịch vụ phục vụ kinh doanh khác là 80%.

➤ Thu hút FDI từ EU

Đối với tác động của Hiệp định tới đầu tư trực tiếp nước ngoài, mặc dù chưa tính toán được con số chính xác, tuy nhiên kỳ vọng về đổi mới thể chế, cải thiện môi trường đầu tư do thực hiện hiệp định sẽ tạo ra sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Cụ thể, các cam kết về thuận lợi hóa đầu tư cùng với tốc độ tự do hóa các ngành dịch vụ của Việt Nam dành cho các nhà cung cấp dịch vụ của EU tăng lên, đặc biệt là dịch vụ kinh doanh, môi trường, bưu chính, ngân hàng bảo hiểm và vận tải biển. Điều này sẽ thúc đẩy dòng vốn FDI từ EU vào Việt Nam tăng trong thời gian tới.

Cùng với đó, cơ cấu lĩnh vực đầu tư cũng có thể có thay đổi khi Việt Nam thu hút được các đối tác mới và lĩnh vực đầu tư mở rộng. Với EVFTA, cơ cấu dòng vốn FDI vào những lĩnh vực đầu tư còn dư địa lớn tại Việt Nam và EU cũng có thể mạnh như năng lượng sạch, năng lượng tái tạo.

3. Những thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam sau hiệp định EVFTA

Với EVFTA, cơ hội mở ra rất lớn nhưng các doanh nghiệp Việt Nam cũng sẽ gặp phải không ít thách thức trong thiết lập, vận hành và thực thi các cam kết trong tương lai, cả từ góc độ bảo đảm các nghĩa vụ theo cam kết được triển khai đồng bộ, đầy

đủ lẫn từ góc độ bảo đảm tận dụng hiệu quả các quyền theo cam kết này.

➤ Các yêu cầu về quy tắc xuất xứ có thể khó đáp ứng

Một trong những thách thức lớn nhất đối với Việt Nam khi gia nhập Hiệp định EVFTA chính là quy trình sản xuất, nguồn gốc, xuất xứ và kiểm định chất lượng trong một loạt các ngành để đáp ứng được những yêu cầu nghiêm ngặt về nhập khẩu vào thị trường EU, cũng như các điều kiện để được hưởng ưu đãi loại bỏ thuế quan của EVFTA. Thông thường, hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan theo FTA thì nguyên liệu phải đáp ứng được một tỷ lệ về hàm lượng nội khối nhất định (nguyên liệu có xuất xứ tại EU và/hoặc Việt Nam). Đây là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp Việt Nam bởi nguồn nguyên liệu cho sản xuất hàng xuất khẩu hiện nay chủ yếu được nhập khẩu từ Trung Quốc hoặc ASEAN và các nước không thuộc khối, không thuộc các đối tác có FTA với Việt Nam.

➤ Các rào cản TBT, SPS và yêu cầu của khách hàng

EU là một thị trường khó tính. Khách hàng có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm. Các yêu cầu bắt buộc về vệ sinh an toàn thực phẩm, dán nhãn, môi trường... của EU rất khắt khe và không dễ đáp ứng. Vì vậy, dù có được hưởng lợi về thuế quan thì hàng hóa của Việt Nam cũng phải hoàn thiện rất nhiều về chất lượng để có thể vượt qua được các rào cản này. EVFTA có các quy định chi tiết, đặc biệt là thanh kiểm tra, công nhận tương đương, tương thích với điều kiện khu vực. Việc giải quyết các vấn đề SPS phải đối mặt với một phạm vi lớn các quy định pháp lý của quốc gia trong kiểm soát nhập khẩu liên quan đến nhiều cơ quan chuyên môn, sự khác biệt về trình độ phát triển, quy định khác biệt về SPS và thực tiễn áp dụng tại mỗi quốc gia, các biện pháp phi thuế quan đóng vai trò quan trọng trong đàm phán thương mại mở cửa thị trường và chủ nghĩa bảo hộ vẫn còn tồn tại.

➤ Nguy cơ về các biện pháp phòng vệ thương mại

Khi tham gia vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, các quốc gia cam kết cắt giảm những rào cản thương mại để hàng hóa có thể lưu thông một cách tối đa qua biên giới các nước. Tuy nhiên, Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) cho phép, áp dụng một số biện pháp phòng vệ thương mại

(PVTM) trong những trường hợp hàng hóa nhập khẩu cạnh tranh không công bằng, gây thiệt hại đáng kể để bảo vệ ngành sản xuất của nước nhập khẩu. Thông thường, khi rào cản thuế quan không còn là công cụ hữu hiệu để bảo vệ nữa, doanh nghiệp ở thị trường nhập khẩu có xu hướng sử dụng nhiều hơn các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp hay tự vệ để bảo vệ ngành sản xuất nội địa. Và EU cũng là một trong những thị trường có "truyền thống" sử dụng các công cụ này, cho nên doanh nghiệp Việt Nam có thể bị lúng túng về mặt pháp lý.

➤ **Sức ép cạnh tranh từ hàng hóa và dịch vụ của EU**

Mở cửa thị trường Việt Nam cho hàng hóa, dịch vụ từ EU vào, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải cạnh tranh khó khăn hơn ngay tại thị trường nội địa. Trên thực tế, đây là một thách thức rất lớn, bởi các doanh nghiệp EU có lợi thế hơn hẳn các doanh nghiệp trong nước về năng lực cạnh tranh, kinh nghiệm thị trường, cũng như khả năng tận dụng các FTA. Tuy nhiên, cam kết mở cửa của Việt Nam là có lộ trình, đặc biệt là đối với những nhóm sản phẩm nhạy cảm. Do đó, EVFTA là cơ hội, nhưng cũng tạo sức ép hợp lý để các doanh nghiệp Việt Nam điều chỉnh, thay đổi phương thức kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh.

➤ **Thương hiệu sản phẩm vẫn còn yếu**

Hàng hóa Việt Nam vẫn chưa được thị trường EU biết đến, hiệu quả của công tác quảng bá và thúc đẩy các sản phẩm chưa cao. Việt Nam cũng chưa phải là quốc gia có nguồn hàng hóa chất lượng cao.

Kinh nghiệm thực thi các cam kết WTO và các FTA trước đây của Việt Nam cho thấy, các lợi ích suy đoán từ một hiệp định sẽ không đương nhiên trở thành hiện thực. Cũng như vậy, các quyền và nghĩa vụ theo các cam kết không tự nhiên phát huy tác dụng. Vì vậy, cần những nỗ lực lớn để thực thi các cam kết, hiện thực hóa các lợi ích và xử lý thách thức liên quan.

Với tính chất là một FTA thế hệ mới, EVFTA đặt ra những thách thức lớn cho Việt Nam không chỉ trong đàm phán mà cả trong quá trình thực thi. Việc chuẩn bị các yếu tố cần thiết cũng như xây dựng các tiêu chí, dự liệu các giải pháp để vượt qua các thách thức này cần phải được quan tâm

hàng đầu. Bởi thực thi tốt EVFTA là điều kiện tiên quyết để Việt Nam có thể đạt được những lợi ích kì vọng từ FTA quan trọng này.

4. Một số yêu cầu đối với doanh nghiệp Việt Nam trước những tác động của EVFTA

Mục tiêu và danh mục đàm phán EVFTA không dừng lại ở các lĩnh vực truyền thống như: thương mại hàng hóa, dịch vụ,... mà còn mở rộng thêm nhiều lĩnh vực khác, gồm: sở hữu trí tuệ, mua sắm công, phát triển bền vững,... Do vậy, cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động cập nhật thông tin về các cơ hội thị trường mà EVFTA mang lại, đặc biệt là thông tin về ưu đãi thuế liên quan đến hàm lượng giá trị gia tăng nội địa của các hàng hóa, dịch vụ và các hàng rào kỹ thuật khác.

- EU là thị trường có mức thu nhập cao song lại có chính sách bảo vệ người tiêu dùng chặt chẽ. Có thể nói, đây là một thị trường khó tính nên doanh nghiệp Việt Nam muốn xuất khẩu hàng hóa vào thị trường này phải vượt qua hàng loạt hàng rào kỹ thuật. Bên cạnh đó, sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam cũng cần phải có chất lượng và bảo đảm yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc,... Vì vậy, chiến lược dài hạn của các doanh nghiệp Việt Nam là cần bảo đảm chất lượng hàng hóa, đáp ứng những tiêu chuẩn đặt ra; xây dựng và phát triển thương hiệu,... mới có thể tạo nên sức cạnh tranh cho hàng Việt. Ngoài ra, các nhà xuất khẩu cũng cần tận dụng những cam kết, ưu đãi từ các hiệp định đã kí kết để tiếp tục khai thác thị trường này.

- Doanh nghiệp phải nỗ lực đổi mới thiết bị công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm... để khẳng định vị trí trên sân nhà và tận dụng các cơ hội vươn ra thị trường EU. Nên tập trung phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ mũi nhọn mà mình có khả năng, như: dệt may, giày dép... và lắp ráp (như ô tô, xe máy, thiết bị điện và điện tử).

Nói tóm lại, EVFTA cũng giống như các FTA khác, sẽ đem lại cả lợi ích, cơ hội và khó khăn, thách thức. Việt Nam cần cân nhắc lợi ích tổng thể của EVFTA và không nên quá lo lắng đến những tác động từ gia tăng cạnh tranh. Cạnh tranh sẽ gia tăng với mức độ khác nhau giữa các nhóm ngành, nhưng bù vào đó là lợi ích từ đẩy mạnh xuất khẩu, lợi ích người tiêu dùng gia tăng, phúc lợi xã hội gia tăng và những lợi ích khác từ FTA, đảm bảo phát triển kinh tế bền vững trong dài hạn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Huy Khôi (2019). Tác động của các FTA thế hệ mới tới tăng trưởng kinh tế - xã hội Việt Nam, *Tạp chí Tài chính*, kỳ 1 tháng 9/2019.
2. Phương Thanh (2020). Lợi thế và khó khăn từ EVFTA dưới góc nhìn doanh nghiệp, <http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/loi-the-va-kho-khan-tu-evfta-duoi-goc-nhin-doanh-nghiep-318438.html>
3. Nguyễn Thành Công, Phạm Hồng Nhung (2019). *Tác động của hiệp định EVFTA đối với nền kinh tế Việt Nam*, Viện nghiên cứu phát triển kinh tế- xã hội Hà Nội;
- [4]. Bộ Công Thương, về hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam- Liên minh Châu Âu: <https://evfta.moit.gov.vn>.
- [5]. Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, Trung tâm WHO và hội nhập, <https://www.trungtamwho.vn/>.

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả

ThS. TRẦN THANH PHÚC

Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

SOME REQUIREMENTS FOR VIETNAM ENTERPRISES TO OVERCOME CHALLENGES POSING BY THE EVFTA

● Master. **TRAN THANH PHUC**

Faculty of Finance and Banking

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

The European Parliament has officially passed the EU – Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA). This free trade agreement is expected to bring great opportunities to Vietnam's exporters when it comes into force in July, 2020. According to economists, the EVFTA is forecasted to contribute to Vietnam's GDP growth by an average of 2.18 - 3.25% (from 2019 to 2023); 4.57% - 5.30% (from 2024 to 2028) and 7.07% - 7.72% (from 2029 to 2033). Besides opportunities that the EVFTA bring, it also poses challenges to Vietnamese enterprises. This article analyses the impacts of the EVFTA on Vietnamese businesses.

Keywords: European Union, free trade agreements, EVFTA, import and export turnover, EU market.

TƯƠNG LAI CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM SAU ĐẠI DỊCH COVID-19

● ĐỖ HIỀN HÒA

TÓM TẮT:

Dịch viêm đường hô hấp cấp do chủng mới của virus corona gây ra không chỉ gây thiệt hại to lớn cho nền kinh tế, mà còn trực tiếp làm suy giảm tốc độ tăng trưởng của nhiều ngành, trong đó phải kể đến ngành Du lịch - Việt Nam.

Bằng phương pháp thu thập, tổng hợp và phân tích thông tin, tại bài viết này, tác giả trình bày những tác động của dịch bệnh Covid-19 đối với ngành Du lịch và đưa ra những nhận định của mình về tương lai của ngành Du lịch Việt Nam.

Từ khóa: Covid-19, ảnh hưởng, ngành Du lịch Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Cuối tháng 12 năm 2019, bệnh viêm đường hô hấp cấp do một chủng mới của virus corona (2019-nCoV) được phát hiện đầu tiên tại thành phố Vũ Hán (Trung Quốc), đã và đang lây lan nhanh sang các nước lân cận cũng như các châu lục khác. Triệu chứng lâm sàng điển hình của bệnh, bao gồm: sốt cao 39 - 40 độ kéo dài liên tục 1 - 2 ngày, ho liên tục, ho khan, khó thở, cơ thể ớn lạnh, đau nhức toàn thân, mệt mỏi, suy hô hấp dẫn đến tử vong. Những triệu chứng này phát triển nhanh thành viêm phổi cấp và có khả năng gây tử vong nếu như không được can thiệp điều trị kịp thời.

Theo thông tin từ Bộ Y tế của nước ta, tại thời điểm này, chưa có loại thuốc đặc hiệu nào để phòng và điều trị bệnh viêm đường hô hấp cấp do một chủng mới của virus corona (nCoV) gây ra. Những người bệnh hiện nay được điều trị giảm các triệu chứng, các trường hợp bệnh nặng sẽ được áp dụng các phương pháp điều trị hỗ trợ tối ưu nhất. Một số phương pháp điều trị đặc hiệu đang được nghiên cứu, thực hiện trong điều trị lâm sàng cho các bệnh nhân. [1]

Ngày 11/3/2020, Tổ chức Y tế thế giới (WHO)

chính thức tuyên bố dịch viêm đường hô hấp cấp do virus corona chủng mới (nCoV) là đại dịch toàn cầu, bởi dịch đã lây lan sang hơn 100 quốc gia và vùng lãnh thổ với hàng trăm nghìn ca nhiễm, hàng nghìn ca tử vong. Tính đến cuối tháng 03/2020, đã có hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ với khoảng 1.000.000 người mắc covid-19.

Ban chỉ đạo quốc gia phòng, chống dịch Covid-19 đã đưa ra hàng loạt các biện pháp nhằm hạn chế, ngăn chặn sự lây lan của dịch bệnh và đề nghị người dân thực hiện tốt thông điệp gồm có 5 điểm sau: [1]

1- Hạn chế tối đa ra ngoài, chỉ ra ngoài khi thực sự cần thiết.

2- Nếu buộc phải ra ngoài luôn luôn đeo khẩu trang, hãy giữ khoảng cách tiếp xúc, tốt nhất là 2m.

3- Thường xuyên rửa tay bằng xà phòng hoặc dung dịch sát khuẩn.

4- Thường xuyên vệ sinh và để thông thoáng nhà cửa, lau rửa các bề mặt hay tiếp xúc, sinh hoạt lành mạnh.

5- Thực hiện khai báo y tế, cập nhật tình hình sức khỏe hàng ngày, giữ liên hệ thường xuyên với cán bộ y tế, cơ sở y tế.

Dịch Covid-19 xảy ra đúng mùa cao điểm đón khách du lịch quốc tế vào Việt Nam và mùa du lịch lễ hội, điều này đã tác động tiêu cực đến ngành Du lịch trong nước. Lượng khách quốc tế và nội địa giảm mạnh do du khách hủy dịch vụ và tâm lý e ngại khi đi du lịch.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp thu số liệu, tài liệu

Số liệu thứ cấp được thu thập dựa trên cơ sở kế thừa các báo cáo, tài liệu có liên quan, bao gồm: thông tin về tình hình dịch bệnh Covid-19 của Bộ Y tế, báo cáo của Tổng cục Du lịch về số lượng khách quốc tế đến Việt Nam theo tháng và qua các năm, công văn của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch đề xuất với Chính phủ về các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phục hồi, báo cáo về thiệt hại của các doanh nghiệp du lịch do dịch bệnh Covid-19 gây ra.

Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua điều tra và phỏng vấn 50 doanh nghiệp du lịch - khách sạn trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh về các khó khăn do dịch bệnh Covid-19 gây ra và các giải pháp khắc phục của doanh nghiệp.

2.2. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

- Phương pháp thống kê so sánh: Phương pháp này dùng để so sánh các chỉ số về khách du lịch qua các thời kỳ.

- Phương pháp phân tích SWOT: Phương pháp này giúp ta có thể hiểu một cách tổng hợp các kết quả nghiên cứu để chỉ ra được điểm mạnh (Strength), điểm yếu (Weaknesses), cơ hội (Opportunities) và thách thức (Threats) của các doanh nghiệp du lịch ở Việt Nam trong thời gian diễn ra dịch bệnh.

3. Kết quả nghiên cứu

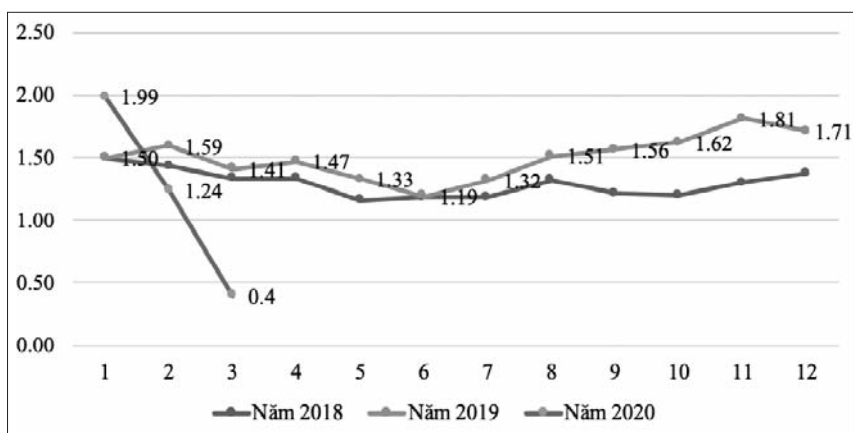
3.1. Ảnh hưởng của covid-19 tới ngành Du lịch Việt Nam

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Du lịch, khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 3/2020 đạt gần 450 nghìn lượt, giảm 68,1% so với cùng kỳ năm 2019 và giảm 63,8% so với tháng trước. Trong đó, lượng khách đến bằng đường hàng

không đạt hơn 375 nghìn lượt, chiếm 83,4% tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam (giảm 65,7% so với tháng 03/2019); khách đến bằng đường biển đạt 9.024 lượt - chiếm 2% (giảm 55,2%); khách đến bằng đường bộ đạt 65.762 lượt khách - chiếm 14,6% (giảm 77,9%). Theo dự báo, trong 3 tháng tới, ngành Du lịch Việt Nam có khả năng chịu thiệt hại lên đến 7 tỷ USD do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 và khó có thể hoàn thành mục tiêu đón 20,5 triệu lượt khách quốc tế đến trong năm 2020. [2] (Biểu đồ 1)

Biểu đồ 1: Lượng khách quốc tế đến Việt Nam theo tháng

(Đơn vị: Triệu lượt)



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Dịch bệnh là yếu tố khách quan, dù không mong muốn nhưng chắc chắn sẽ bị ảnh hưởng nên buộc phải chấp nhận và khắc phục. Trong đó, việc một lượng lớn khách quốc tế e ngại đi du lịch vì dịch bệnh lây lan, đặc biệt là du lịch đến châu Á, trong đó có Việt Nam, được cho là khu vực có khả năng lây nhiễm nCoV cao hơn so với các điểm đến du lịch khác - đây là tác động đầu tiên. Đồng thời, tác động thứ hai là do nguồn cầu du lịch trong nước cũng có những lo sợ tương tự như phân tích ở trên nên có xu hướng hạn chế đi đến những địa điểm tập trung đông người, như: sân bay, trạm xe buýt, ga tàu, điểm tham quan du lịch, khách sạn, nhà hàng, nơi vui chơi giải trí,...

Thực hiện nghiêm các chỉ đạo của Thủ tướng về phòng, chống dịch Covid-19 để đảm bảo an toàn cho khách du lịch, người lao động; ngành Du lịch đã thực hiện nhiều biện pháp từ hạn chế khách đến các điểm tham quan đến quyết định đóng cửa các điểm tham quan, hủy tour đến các vùng dịch và

không đón khách từ vùng dịch vào Việt Nam,... đã khiến lượng khách tham quan ngày càng giảm; cộng thêm việc khách đồng loạt hủy dịch vụ nên doanh thu du lịch giảm mạnh. Bên cạnh đó, nhiều đối tác, khách đoàn, khách công tác cũng thông báo hoãn hoặc hủy bỏ các cuộc họp, hội nghị diễn ra tại những thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh vì lo sợ lây nhiễm dịch bệnh, dẫn đến lượng khách doanh nghiệp và khách MICE cũng bị giảm đáng kể. Chưa bao giờ ngành Du lịch - Khách sạn tại Việt Nam chịu ảnh hưởng nặng nề và bị trì trệ như hiện nay - giữa dịch viêm đường hô hấp cấp do virus chủng mới nCoV. Từ hàng không, vận chuyển, lễ hành cho đến lưu trú, ăn uống, vui chơi,... tất cả đều cùng chung số phận bị hủy dịch vụ và vắng khách du lịch.

Hàng loạt tập đoàn, chuỗi khách sạn thông báo tạm ngưng hoạt động nhiều cơ sở kinh doanh thuộc hệ thống để duy tu - bảo dưỡng và một phần hạn chế tác động từ dịch nCoV. Cụ thể là:

- Vinpearl đóng cửa 7 khách sạn, trong đó: 2 khách sạn ở Nha Trang; 5 cơ sở tại Đà Nẵng, Hội An, Phú Quốc tạm đóng cửa cho đến khi có thông báo mới. [3]

- Sun Group cũng thông báo đóng cửa công viên Châu Á - Sunworld Danang Wonders đến 30/4 để bảo trì, cải tạo cảnh quan. Các công viên, cáp treo đều đã đóng cửa bảo trì hoặc giảm giờ chạy. [4]

Theo khảo sát của tác giả, cắt giảm ngày công, cho nhân viên nghỉ luân phiên, nghỉ không lương dài hạn, cắt giảm nhân sự, tạm đóng cửa, thông báo ngừng hoạt động, thậm chí phá sản... là cách các doanh nghiệp du lịch - khách sạn đang làm vì không có nguồn thu, hàng triệu nhân sự đều rơi vào tình cảnh mất việc làm.

Từ khi thực hiện “giãn cách xã hội”, tất cả các doanh nghiệp lễ hành đều đã tạm dừng hoạt động, các doanh nghiệp khách sạn tạm đóng cửa hoặc một số cơ sở lưu trú du lịch chuyển qua phục vụ việc cách ly người Việt Nam và người nước ngoài từ các nước có dịch nhập cảnh vào Việt Nam lưu trú theo hình thức có trả phí, các nhà hàng đều tạm dừng hoạt động hoặc chỉ phục vụ khách mua đồ mang về.

Các doanh nghiệp du lịch phải gồng mình vừa phòng chống dịch, vừa phục vụ, giải quyết các tình huống phát sinh. Ước tính thiệt hại đối với ngành Du lịch là hàng chục ngàn tỉ đồng. Dịch bệnh theo dự báo có thể sẽ kéo dài và khó có thể khắc phục

trong vòng vài tháng. Đây thực sự là giai đoạn khó khăn chưa biết khi nào mới khởi sắc.

3.2. Các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phục hồi sau Covid-19

Để hạn chế ảnh hưởng tiêu cực do dịch Covid-19, khôi phục thị trường khách du lịch trong nước và quốc tế, hỗ trợ doanh nghiệp du lịch trong thời kỳ khó khăn, duy trì đà tăng trưởng của ngành Du lịch và các ngành liên quan như giao thông vận tải, thương mại,... nhiều giải pháp đã được đề xuất.

Hỗ trợ của Chính phủ

Đứng trước cuộc khủng hoảng với những thiệt hại nặng nề do dịch Covid-19 gây ra cho ngành Du lịch, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch đã có văn bản số 1156/BVHTTDL- TCDL đề xuất Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương có chính sách hỗ trợ kịp thời và đồng bộ để doanh nghiệp du lịch giảm thiểu khó khăn, thiệt hại, phục hồi; góp phần đưa ngành du lịch dần trở lại với hoạt động bình thường. [5]

Cụ thể, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề nghị miễn thuế giá trị gia tăng (VAT) cho tiêu dùng du lịch và các doanh nghiệp du lịch trong quý 1, quý 2 và quý 3 năm 2020; giảm 50% thuế VAT cho tiêu dùng du lịch và các doanh nghiệp du lịch trong quý 4 năm 2020 và quý 1 năm 2021; giảm chi phí môi trường cho các doanh nghiệp du lịch, giảm thuế khoán đối với các hộ kinh doanh du lịch cá thể trong năm 2020,...

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cũng đề nghị triển khai gói hỗ trợ tín dụng cho các doanh nghiệp đầu tư kinh doanh dịch vụ du lịch (nhà hàng, khách sạn, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lễ hành, vận tải du lịch, khu du lịch, vui chơi giải trí): Giảm lãi suất vay từ 3%/năm đồng thời kéo dài thời gian ân hạn, chậm trả lãi vay, có các khoản vay ưu đãi mới,... Bộ cũng đề nghị Chính phủ nghiên cứu miễn phí cấp thị thực nhập cảnh cho khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, thời gian áp dụng: 12 tháng từ ngày Việt Nam công bố hết dịch; nghiên cứu pháp lý hóa danh mục 80 nước, vùng lãnh thổ có tiềm năng gửi khách du lịch đến Việt Nam được xét cấp thị thực điện tử (hiện nay đang thí điểm); xem xét miễn thị thực đơn phương có thời hạn (12 tháng) cho các nước Ấn Độ, Australia, New Zealand, EU, Mỹ, Canada (khi được xác định không phải là vùng dịch).

Đồng thời, Chính phủ cần tiến hành áp dụng chính sách thuận lợi nhận thị thực tại cửa khẩu, không thông qua thủ tục phê duyệt công văn đối với

khách du lịch trọn gói theo đoàn do công ty kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế đón và phục vụ.

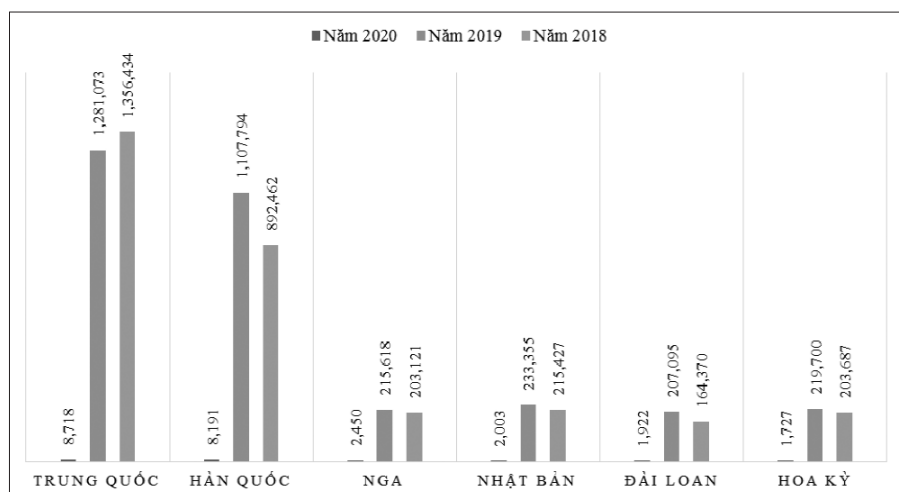
Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xây dựng bộ tiêu chí “Du lịch Việt Nam an toàn”, đề nghị Chính phủ chỉ đạo Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp cùng các Bộ, ngành, địa phương để triển khai có hiệu quả chương trình truyền thông.

Bộ cũng kiến nghị Chính phủ chỉ đạo các hãng Hàng không Việt Nam phối hợp với các doanh nghiệp du lịch nghiên cứu tăng tần suất, mở thêm đường bay đến các thị trường quốc tế tiềm năng, như: Philippines, Indonesia, Malaysia, Ấn Độ, New Zealand, Mỹ, Đông Âu; tích cực tham gia chương trình kích cầu du lịch nội địa, quốc tế với các địa phương và doanh nghiệp sau khi hết dịch.

Đa dạng hóa thị trường

Việt Nam quá phụ thuộc vào thị trường khách Trung Quốc, tiếp đến là Hàn Quốc, Nhật Bản nên khi dịch bệnh bùng phát và lây lan, lượng khách quốc tế đến nước ta giảm mạnh, kéo theo các nguồn doanh thu của ngành Du lịch nói riêng sụt giảm, kinh doanh khó khăn, ế ẩm. Chính vì vậy, cần đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến tại các thị trường không bị ảnh hưởng của dịch, các thị trường có khả năng tăng trưởng cao và có kết nối đường bay trực tiếp. Việc cơ cấu lại thị trường là rất quan trọng, chúng ta nên tập trung hoạt động xúc tiến tại các thị trường có nhiều tiềm năng như Mỹ, Canada, Úc, Ấn Độ. (Biểu đồ 2)

Biểu đồ 2: Số lượng khách từ các thị trường hàng đầu 3 tháng đầu năm



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Tây Âu, Bắc Mỹ sẽ là những thị trường quan trọng cần tập trung công tác xúc tiến quảng bá, đồng thời cần đẩy mạnh các hoạt động quảng bá qua website, mạng xã hội,... với ứng dụng công nghệ hiện đại, thu hút người xem.

Đẩy mạnh xúc tiến thị trường khách nội địa

Đây là thị trường vốn sẽ hồi phục nhanh hơn thị trường quốc tế. Cần sớm triển khai các chương trình kích cầu du lịch nội địa sau khi Việt Nam công bố hết dịch, khuyến khích nhân dân hưởng ứng chương trình kích cầu du lịch “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” để khôi phục thị trường với các chương trình giảm giá phong phú, hấp dẫn du khách với các điểm đến phù hợp.

Có thể xem xét lựa chọn các điểm đến mới, nơi không bị dịch hoặc không có khả năng tái phát dịch để thu hút khách du lịch nội địa phù hợp với điều kiện, năng lực, sở trường của công ty. Cần đầu tư các tuyến du lịch nội địa mới, chú trọng khai thác du lịch sinh thái cộng đồng, du lịch gắn với bảo vệ môi trường.

Doanh nghiệp tự cứu mình

Ngoài mong chờ những gói hỗ trợ, kích cầu du lịch từ Chính phủ và cơ quan ban ngành, nhiều doanh nghiệp cũng tự “cứu” mình bằng cách:

- Tái cơ cấu bộ máy nhân sự của doanh nghiệp, sắp xếp, bố trí lại công việc của tổ chức, cho một số vị trí nhân viên nghỉ luân phiên đến không lương có kỳ hạn nhưng cũng cần có kế hoạch giữ gìn lực lượng nhân sự của doanh nghiệp trong giai đoạn khủng hoảng vì dịch bệnh thông qua các hoạt động: đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng chuyên môn.

- Nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật, đổi mới công tác quản lý và kinh doanh của doanh nghiệp trên cơ sở áp dụng công nghệ 4.0.

- Thiết lập thêm các mối quan hệ đối tác để xây dựng và triển khai các tour mới, chia sẻ, giới thiệu nguồn khách cho nhau.

- Nghiêm túc hợp tác với tổ chức y tế trong khai báo và phòng chống lây nhiễm dịch bệnh.

3.3. Tương lai của ngành Du lịch Việt Nam sau covid-19

Du lịch được thúc đẩy bởi nhu cầu của con người. Theo Abraham Maslow, một nhà tâm lý học người Mỹ, nhu cầu này được chia thành 3 nhóm như sau: nhu cầu cơ bản (thực phẩm, nước, sự ấm áp, nghỉ ngơi, an ninh và an toàn); nhu cầu sinh lý (mối quan hệ mật thiết, bạn bè, uy tín, cảm giác thành tựu); nhu cầu tự hoàn thiện (bao gồm các hoạt động sáng tạo). Covid-19 bùng nổ trên toàn cầu dẫn đến việc thay đổi thói quen hàng ngày của tất cả mọi người trên thế giới. Trong thời gian đại dịch, nhu cầu của khách hàng là được thụ hưởng tại nhà hoặc các khu vực cách ly. Phần lớn các hoạt động diễn ra online. Công nghệ giúp kết nối mọi người. Từ đó, du lịch cũng hình thành những xu hướng mới.

Thứ nhất, du lịch chăm sóc sức khỏe lên ngôi.

Xã hội phát triển, nhu cầu sống hưởng thụ của con người ngày càng cao, thay vì nghỉ dưỡng đơn thuần, nhiều người lựa chọn hình thức du lịch kết hợp cùng các hoạt động chăm sóc sức khỏe.

Sau cơn ác mộng dài của các mối đe dọa từ virus corona, con người thực sự thức tỉnh về lối sống của họ với môi trường xung quanh. Các giá trị tinh thần tích cực của cuộc sống được quan tâm mạnh mẽ. Con người biết cách yêu thương nhau và yêu thương bản thân mình hơn. Theo đó, thời gian này, ngành Du lịch cần chuẩn bị để cung cấp những dịch vụ chăm sóc sức khỏe tiên tiến cho du khách.

Dịch vụ y tế, chăm sóc sức khỏe sẽ được phục vụ tại cơ sở lưu trú, hay ngay cả trong hành trình dài trên các phương tiện giao thông, không chỉ giúp du khách trải nghiệm chăm sóc sức khỏe, mà còn cân bằng cảm xúc, tâm hồn.

Thứ hai, du lịch thông minh phát triển.

Các sự kiện và số liệu của virus corona là cơ hội cho các doanh nghiệp nghĩ về du lịch thông minh bền vững. Kế hoạch trải nghiệm thông minh cho khách du lịch bằng công nghệ, đưa khách du lịch ra khỏi nhà để tận hưởng giá trị cuộc sống sau đại dịch cũng là những thách thức không nhỏ. Khi khách hàng đã quen với các hoạt động online thì

những công nghệ số giúp con người tham gia du lịch ảo cũng cần được các doanh nghiệp quan tâm phát triển.

Để được lựa chọn bởi khách hàng thông minh trong thời gian tới, các doanh nghiệp du lịch và các nhà đầu tư phải liên tục suy nghĩ để xem xét tất cả các hoạt động và hành động cũng như chính sách nào cần thiết để đổi mới. Ưu tiên cho tất cả các nhân viên được đào tạo thêm về tư duy mới, triết lý kinh doanh mới; tái thiết dịch vụ để tiếp cận làn sóng lối sống mới của khách hàng; thiết lập lại hoạt động kinh doanh, chăm sóc tốt các đối tác truyền thống, xác định lại thị trường mục tiêu cho quan hệ đối tác mới,... Đây cũng là những lợi thế cạnh tranh năng lực của mỗi doanh nghiệp.

Thứ ba, hình thành mô hình du lịch khép kín.

Bên cạnh việc mở rộng thị trường khách nước ngoài, tái cơ cấu doanh nghiệp, cách thức đầu tư vào mô hình hệ sinh thái du lịch liên kết hàng không - điểm đến - khu nghỉ dưỡng với các dịch vụ khép kín vừa giúp tăng thời gian lưu trú và chi tiêu của du khách, vừa giúp nâng tầm hình ảnh du lịch Việt Nam.

Việc đầu tư hệ sinh thái du lịch khép kín mang lại sản phẩm du lịch trọn gói và đa dạng cho khách hàng, qua đó thu hút được dòng khách có thu nhập cao cũng như đối tượng khách gia đình với nhiều nhu cầu nghỉ dưỡng khác nhau. Với tiêu chí an toàn, đây sẽ là sự lựa chọn của nhiều đối tượng khách hàng sau mùa dịch này.

4. Kết luận

Dịch bệnh xảy đến là không ai mong muốn và nó đang ảnh hưởng tiêu cực đến ngành Du lịch - Khách sạn trên toàn cầu, bao gồm cả Việt Nam. Mặc dù sự ảnh hưởng của dịch covid-19 chưa đến mức kiệt quệ, nhưng rõ ràng, những ảnh hưởng trực tiếp của nó đang đẩy ngành Du lịch - Khách sạn Việt Nam phải đối mặt với “cuộc khủng hoảng” chưa từng thấy. Chính phủ, các doanh nghiệp và các ngành liên quan đã và đang triển khai nhiều giải pháp hỗ trợ, kích cầu phù hợp nhằm biến những khó khăn thành thuận lợi để phục hồi lại các hoạt động của ngành Du lịch trong tương lai ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh, Ban chỉ đạo thành phố về phòng, chống dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp do chủng mới vi rút Corona (2019-nCoV) (2020), *Cẩm nang hỏi đáp về phòng, chống dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp do chủng vi rút Corona mới (2019-nCoV)*, Trung tâm Kiểm soát bệnh tật thành phố.
2. Tổng cục Thống kê (2020), Số liệu thống kê khách du lịch quốc tế đến Việt Nam : <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/cat/12>.
3. Vinpearl - Tập đoàn Vingroup (2020), Thông báo quy định đón tiếp khách đặt phòng tại Vinpearl trong giai đoạn dịch Covid19: <https://www.vinpearl.com/news/thong-bao-quy-dinh-don-tiep-khach-dat-phong-tai-vinpearl-trong-giai-doan-dich-covid-19.html>.
4. Tập đoàn Sun Group (2020), Một số khu vui chơi giải trí của Sun Group tạm ngừng hoạt động trong thời gian chống dịch COVID-19: <https://www.sungroup.com.vn/news/chong-dich-covid-19-sun-group-tam-ngung-hoat-dong-mot-so-khu-nghi-duong-va-vui-choi-giai-tri/>.
5. Bộ Văn hóa Thể thao và du lịch (2020), *Văn bản số 1156/BVHTTDL- TCDL của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch gửi Thủ tướng Chính phủ, đề xuất những các giải pháp cấp bách nhằm hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phục hồi*.

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. ĐỖ HIỀN HÒA

Khoa Thương mại và Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

FUTURE PREDICTION FOR VIETNAM'S TOURISM INDUSTRY AFTER THE COVID-19 PANDEMIC

● Master. **DO HIEN HOA**

Faculty of Trade and Tourism,
Industrial University of Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

The global pandemic of acute respiratory disease caused by a novel coronavirus (Covid-19) has not only greatly hindered the economic growth but also severely affected Vietnam's tourism industry. By collecting, reviewing and analyzing information, this paper briefly presents the impacts of the Covid-19 pandemic on Vietnam's tourism industry and some recommendations about the future of Vietnam's tourism sector.

Keywords: Covid-19, impact, Vietnam's tourism industry.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH VĨNH PHÚC GIAI ĐOẠN 2017- 2019

● ĐỖ HUYỀN HƯƠNG - NGUYỄN THU HÀNG

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu về thực trạng phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ (CNHT) trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc, giai đoạn 2017 – 2019. Đồng thời, tác giả cũng đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển ngành công nghiệp này đến năm 2025.

Từ khóa: Thực trạng, ngành công nghiệp hỗ trợ, tỉnh Vĩnh Phúc.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, phát triển CNHT được xem là một trong những chính sách ưu tiên hàng đầu của Chính phủ, nhằm thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp, góp phần đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Nhận thức rõ vai trò quan trọng của CNHT, Vĩnh Phúc đã và đang thực hiện nhiều giải pháp nhằm phát triển ngành công nghiệp quan trọng này.

Giai đoạn 2017 - 2019, ngành CNHT của tỉnh Vĩnh Phúc đã bước đầu đạt được những thành tựu nhất định, song vẫn tồn tại nhiều hạn chế. Chính vì vậy, tác giả đã tìm hiểu thực trạng phát triển của ngành CNHT giai đoạn này của tỉnh Vĩnh Phúc để từ đó đưa ra một số giải pháp phù hợp với mong muốn giúp tỉnh đạt được nhiều bước tiến hơn nữa.

2. Thực trạng phát triển ngành Công nghiệp hỗ trợ trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc

2.1. Thực trạng phát triển và đóng góp của ngành Công nghiệp hỗ trợ vào GDP của tỉnh Vĩnh Phúc

Tính đến năm 2019, toàn tỉnh Vĩnh Phúc có 189

doanh nghiệp (DN) hoạt động trong lĩnh vực CNHT, với tổng vốn đăng ký 2,3 tỷ USD - trong đó có 159 DN đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và 30 DN trong nước. Các DN CNHT đầu tư tại Vĩnh Phúc tập trung vào CNHT cho 5 nhóm ngành công nghiệp lớn, bao gồm: công nghiệp cơ khí; công nghiệp điện tử-tin học; công nghiệp ô tô, xe máy; công nghiệp dệt may, giày dép; công nghiệp vật liệu xây dựng.

Giai đoạn 2017 - 2020, giá trị sản xuất công nghiệp ngành CNHT đạt khoảng 67,4 nghìn tỷ đồng - chiếm 38,9% trong tổng giá trị sản xuất công nghiệp trên địa bàn tỉnh - thu hút 30 - 35 dự án đầu tư lĩnh vực sản xuất sản phẩm CNHT thuộc danh mục ưu tiên. Riêng đối với các mặt hàng xuất khẩu - chủ lực là linh kiện điện tử, dệt may - thì doanh thu, sản phẩm liên tục tăng cao.

Lĩnh vực CNHT (phụ tùng) ô tô, xe máy năm 2018 đạt doanh thu 287,78 triệu USD, tăng 6% so với cùng kỳ; giá trị xuất khẩu đạt 72,57 triệu USD, tăng 25% so với cùng kỳ; nộp ngân sách nhà nước đạt 723,78 tỷ đồng, bằng 98% so với cùng kỳ năm

2017. Năm 2019, tổng doanh thu của lĩnh vực này trong 9 tháng đầu năm tăng 22% so với cùng kỳ, giá trị xuất khẩu tăng 54%, nộp ngân sách nhà nước tăng 8% so với cùng kỳ năm 2018. Điều này đã giúp tạo việc làm ổn định cho 8.302 lao động, tăng thêm 809 người so với thời điểm 31/12/2018.

Lĩnh vực CNHT điện, điện tử, gia công linh kiện điện tử doanh thu 2018 đạt 2.720,08 triệu USD, tăng 18% so với cùng kỳ; giá trị xuất khẩu đạt 2.686,45 triệu USD, tăng 24% so với cùng kỳ; nộp ngân sách nhà nước đạt 1.101,31 tỷ đồng, tăng 111% so với cùng kỳ năm 2017. Năm 2019, tổng doanh thu của lĩnh vực này trong 9 tháng đầu năm tăng 8%, giá trị xuất khẩu tăng 5%, nộp ngân sách nhà nước tăng 10% so với cùng kỳ năm 2018, tạo việc làm ổn định cho 49.889 lao động, tăng thêm 809 người so với thời điểm 31/12/2018.

Ngoài ra, năm 2019, ngành linh kiện điện tử đã đóng góp vào tăng trưởng chung tới 3,97 điểm % trong tổng số tăng chung của tỉnh là 8,05 điểm %. Như vậy, với tỷ trọng trong giá trị tăng thêm chiếm tới 35,56%, dẫn đầu toàn ngành công nghiệp của tỉnh, sự phát triển của ngành sản xuất linh kiện điện tử góp phần giúp duy trì sự tăng trưởng của ngành công nghiệp cũng như sự tăng trưởng chung của toàn tỉnh. Lĩnh vực điện tử đã trở thành mặt hàng công nghiệp chủ lực, thúc đẩy tăng trưởng chung của ngành công nghiệp.

2.2. Các chính sách của tỉnh Vĩnh Phúc nhằm phát triển ngành Công nghiệp hỗ trợ

2.2.1. Thu hút đầu tư

Để thu hút đầu tư, Vĩnh Phúc đã xây dựng các chương trình xúc tiến đầu tư, hỗ trợ DN và các dự án đầu tư hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội phục vụ phát triển công nghiệp hỗ trợ trên địa bàn tỉnh. Đồng thời, quan tâm đến các dự án xây dựng kết cấu hạ tầng khu, cụm công nghiệp đạt tiêu chuẩn hiện đại, đáp ứng nhu cầu của các nhà đầu tư.

Năm 2019, hệ thống hạ tầng trong và ngoài khu công nghiệp (KCN) tại Vĩnh Phúc tương đối hoàn thiện. Vĩnh Phúc đã quy hoạch được 19 KCN với quy mô gần 6.000 ha, trong đó có 10 khu đã được thành lập và cấp giấy chứng nhận đầu tư với tổng diện tích quy hoạch gần 4.000 ha, tạo điều kiện thuận lợi về mặt hạ tầng phát triển công nghiệp

tập trung. Tỉnh cũng quy hoạch được 32 cụm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp với tổng diện tích 625 ha, trong đó 16 cụm được hình thành với tổng diện tích 334 ha.

Tỉnh cũng đầu tư vào việc tạo mối liên kết giữa các DN với các công ty, tập đoàn lớn, bao gồm các nhà lắp ráp, các nhà cung ứng lớp trên trong và ngoài nước với các DN trong nước để trở thành nhà cung ứng. Tư vấn chuyển giao công nghệ, vườn ươm doanh nghiệp, đồng thời hỗ trợ về kỹ thuật, chuyên gia; hỗ trợ nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp; xây dựng nguồn nhân lực kỹ thuật phục vụ phát triển CNHT.

Bên cạnh đó, chất lượng lao động cũng đã được cải thiện nhằm cung cấp cho các DN CNHT. Thiết lập các loại hình hỗ trợ, cải thiện triệt để hạ tầng các KCN, cụm công nghiệp để thực hiện mục tiêu khuyến khích phát triển CNHT trên địa bàn tỉnh. Đẩy mạnh xúc tiến đầu tư, phát triển thị trường, tăng cường sự liên kết giữa các DN; đầu tư xây dựng Trung tâm kết nối phát triển CNHT tại TP. Vĩnh Yên nhằm tư vấn, hỗ trợ DN đầu tư vào lĩnh vực này.

Những nỗ lực trong cải thiện môi trường đầu tư của tỉnh đã phát huy hiệu quả và niềm tin cho các nhà đầu tư không chỉ ở thị trường các nước tiềm năng, truyền thống mà cả ở các nước có thế mạnh về vốn, công nghệ như Hoa Kỳ, Pháp, Đức, Hà Lan... Nhờ vậy, trong khi nhiều tỉnh, thành trong cả nước đang chạy nước rút, hoàn thành chỉ tiêu thu hút đầu tư thì Vĩnh Phúc đã “cán đích”, vượt chỉ tiêu thu hút vốn DDI cả năm 2019 ngay từ quý I và vượt 25% chỉ tiêu thu hút vốn FDI từ tháng 9, xếp thứ 18/63 tỉnh, thành cả nước về đầu tư nước ngoài.

Tính đến năm 2019, Vĩnh Phúc có trên 230 dự án đầu tư nước ngoài còn hiệu lực, với tổng vốn đăng ký trên 3,5 tỷ USD. Trong đó, 202 dự án đầu tư trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp, tập trung chủ yếu vào các ngành CNHT, dệt may, chiếm 80% về giá trị sản xuất công nghiệp và gần 90% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn tỉnh.

2.2.2. Chính sách tài chính

Ủy ban Nhân dân tỉnh đã chỉ đạo xây dựng dự thảo Nghị quyết hỗ trợ DN sản xuất sản phẩm CNHT trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2019-2025. Theo

đó, tỉnh sẽ hỗ trợ lãi suất vay vốn thực hiện đầu tư dự án mới hoặc mở rộng quy mô từ 20% trở lên; hỗ trợ 50% chi phí, lãi suất vay vốn đầu tư ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.

Các DN sản xuất sản phẩm CNHT có trong danh mục thuộc các ngành được ưu tiên như: Điện tử, sản xuất lắp ráp ô tô, cơ khí chế tạo và công nghiệp công nghệ cao, được hỗ trợ lãi suất vay vốn thực hiện đầu tư dự án mới hoặc mở rộng quy mô dự án từ 20% trở lên...

Ngoài ra, để hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu tín dụng vào các lĩnh vực ưu tiên, ngay từ đầu năm 2019, Ngân hàng Nhà nước chi nhánh tỉnh Vĩnh Phúc đã chỉ đạo các ngân hàng thương mại, tổ chức tín dụng chủ động thực hiện tốt chính sách tiền tệ theo hướng chặt chẽ, thận trọng, linh hoạt, có sự cân bằng giữa huy động vốn và cho vay theo chỉ đạo của Chính phủ và của tỉnh. Nhờ đó, năm 2019, lãi suất huy động giữ ổn định phổ biến ở mức 4,6 - 7,3%/năm theo từng kỳ hạn, lãi suất cho vay bằng VNĐ được áp dụng ở mức từ 6 - 11%/năm, riêng đối với một số lĩnh vực, ngành kinh tế ưu tiên phổ biến ở mức 6 - 6,5%/năm.

2.2.3. Chính sách hỗ trợ đầu tư

Hỗ trợ DN sản xuất sản phẩm CNHT, thuộc danh mục ưu tiên phát triển trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc, được thực hiện với nội dung tương ứng với các mức hỗ trợ như:

- Hỗ trợ 100% chi phí - nhưng không quá 300 triệu đồng/1 hệ thống DN trong nước - xây dựng, đánh giá và công nhận hệ thống quản lý đáp ứng yêu cầu của các chuỗi sản xuất toàn cầu (hệ thống quản lý chất lượng ISO và tương đương);

- Hỗ trợ 100% chi phí - nhưng không quá 200 triệu đồng/1 DN - lập hồ sơ và cấp giấy chứng nhận DN sản xuất sản phẩm CNHT công nghệ cao;

- Hỗ trợ 50% chi phí - nhưng không quá 1 tỷ đồng/1 DN - lãi suất vay vốn khi thực hiện dự án đầu tư mới hoặc mở rộng dự án từ 20% quy mô trở lên;

- Hỗ trợ 80% chi phí - nhưng không quá 300 triệu đồng/1 DN - tham gia hội chợ triển lãm trong và ngoài nước, nhằm quảng bá giới thiệu sản phẩm CNHT;

- Hỗ trợ 50% chi phí - nhưng không quá 500 triệu đồng/1 DN - đầu tư ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất sản phẩm CNHT;

- Hỗ trợ 100% chi phí - nhưng không quá 200 triệu đồng/1 tiêu chuẩn - cho DN đánh giá công nhận đạt các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật theo khu vực cho sản phẩm CNHT thuộc danh mục ưu tiên phát triển của tỉnh...;

2.2.4. Chính sách ưu đãi thuế và các chi phí đầu tư khác

Vĩnh Phúc đã áp dụng thuế suất thuế thu nhập DN (TNDN), với mức 10% trong thời hạn 15 năm, đối với các DN công nghệ cao và với những khoản thuế TNDN từ thực hiện dự án đầu tư mới thuộc các lĩnh vực nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ; sản xuất sản phẩm phần mềm; sản xuất vật liệu composit, các loại vật liệu xây dựng nhẹ; sản xuất năng lượng tái tạo, năng lượng sạch...

Nhằm thúc đẩy việc xuất - nhập khẩu hàng hóa của các DN trong các KCN, Vĩnh Phúc áp dụng hình thức miễn thuế nhập khẩu đối với hàng hóa nhập khẩu để tạo tài sản cố định của dự án đầu tư (từ thiết bị, máy móc, linh kiện, phụ kiện, nguyên liệu trong nước chưa sản xuất được...).

Ngoài việc được ưu đãi về thuế như trên, tỉnh Vĩnh Phúc cũng áp dụng một số ưu đãi khác, như: Miễn, giảm tiền thuê đất, thuê mặt nước. Cụ thể, tỉnh miễn tiền thuê đất, thuê mặt nước cho cả thời hạn thuê đối với đất xây dựng kết cấu hạ tầng sử dụng chung trong KCN theo quy hoạch, được cấp có thẩm quyền phê duyệt theo quy định của pháp luật. Miễn tiền thuê đất, thuê mặt nước trong thời gian xây dựng cơ bản theo dự án được cấp có thẩm quyền phê duyệt (không quá 3 năm kể từ ngày có quyết định cho thuê đất, thuê mặt nước theo quy định của pháp luật). Miễn tiền thuê đất, thuê mặt nước 11 năm sau thời gian được miễn tiền thuê đất, thuê mặt nước của thời gian xây dựng cơ bản nêu trên.

Tuy các khoản phí dịch vụ mà các DN trong các KCN phải chi trả không lớn bằng các khoản chi khác nhưng cũng là khoản mục mà Vĩnh Phúc quan tâm, bởi nó không chỉ tác động tới chi phí, mà còn liên quan tới việc tận dụng các cơ hội kinh doanh. Tỉnh đã liên tục cải tiến toàn bộ các quy trình cấp

giấy chứng nhận đầu tư, khắc con dấu, cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, phí cấp phép xây dựng, phí cấp phép cho người lao động nước ngoài, đồng thời giảm các khoản như phí tư vấn, phí dịch vụ từ các tổ chức cung cấp dịch vụ.

Tỉnh cũng hỗ trợ chi phí lập hồ sơ đề xuất dự án đầu tư trực tiếp, thuộc lĩnh vực khuyến khích đầu tư trên địa bàn, như: CNHT cho các ngành sản xuất ô tô, xe máy, điện tử, viễn thông,...

Mặc dù nhu cầu thực tế lớn và ngân sách không đủ sức đáp ứng, nhưng Vĩnh Phúc đã dành ngân sách hỗ trợ hoặc hỗ trợ một phần để xây dựng một số hạng mục đầu tư trong các KCN, đặc biệt là chi phí giải phóng mặt bằng trong việc xây dựng các KCN. Không những vậy, tỉnh cũng đã hỗ trợ các KCN giải quyết nhà ở cho công nhân, góp phần giải quyết một trong những thách thức lớn đối với các chủ đầu tư hạ tầng và các công ty thứ cấp hiện nay.

2.3. Những vấn đề đặt ra

Định hướng phát triển CNHT đã giúp ngành công nghiệp tỉnh Vĩnh Phúc những năm qua được ghi nhận có tốc độ tăng trưởng tốt, góp phần thúc đẩy các ngành công nghiệp chủ lực của địa phương phát triển, điển hình như: ngành cơ khí chế tạo, lắp ráp ô tô, xe máy.

Tuy đạt được những kết quả tích cực, nhưng ngành CNHT tại Vĩnh Phúc vẫn còn những hạn chế, phát triển chưa tương xứng với tiềm năng. Hầu hết các sản phẩm CNHT có hàm lượng công nghệ chế tạo thấp, chủ yếu là gia công, lắp ráp cụm linh kiện, sản xuất sản phẩm đơn giản, giá trị gia tăng không cao và còn sử dụng nhiều lao động. Các dự án CNHT đầu tư vào sản xuất linh kiện ô tô, xe máy còn chưa nhiều, mang tính nhỏ lẻ, sản phẩm làm ra ít về chủng loại và sản lượng, chưa tạo được sức cạnh tranh.

Do đó, để phục vụ nhu cầu sản xuất trong nước, hàng năm ngành ô tô vẫn phải nhập khẩu một lượng lớn linh kiện, phụ tùng. Các DN sản xuất linh kiện điện tử cũng gặp khó khăn tương tự trong việc sản xuất do thị trường trong nước chưa thể cung ứng được các sản phẩm linh kiện, phụ tùng của ngành hàng này nên nhà sản xuất gần như phụ thuộc phần nhiều vào nguyên phụ liệu nhập khẩu.

Bên cạnh các cơ chế, chính sách ưu đãi về thuế, nguồn lao động, Vĩnh Phúc cần quan tâm thu hút các nhà đầu tư sản xuất CNHT nhằm tăng tỷ lệ nội địa hóa trong ngành sản xuất linh kiện điện tử nói riêng và các ngành sản xuất, chế tạo sản phẩm công nghiệp nói chung.

Cùng với đó, cũng cần có những giải pháp về cơ chế, chính sách để giải quyết hài hòa được lợi ích của 3 bên: Nhà nước - Doanh nghiệp và Người tiêu dùng. Có như vậy, các DN hoạt động trong các lĩnh vực CNHT của tỉnh mới có cơ hội phát triển, mở rộng thị trường.

3. Đề xuất giải pháp phát triển ngành CNHT trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc

3.1. Giải pháp về tài chính:

Một là, chủ động xây dựng, đề nghị Chính phủ cho phép và áp dụng chính sách ưu đãi tài chính phù hợp với đặc thù và định hướng phát triển của tỉnh đối với việc hỗ trợ phát triển các ngành CNHT trọng điểm của tỉnh.

Hai là, đa dạng hóa các nguồn vốn trong đầu tư hỗ trợ các DN. Muốn vậy, tỉnh cần phân tích quan hệ giữa lợi ích - chi phí đối với từng nguồn vốn tiềm năng và thực hiện những chính sách đảm bảo lợi ích hợp lý cho các chủ thể liên quan, trên cơ sở bám sát mục tiêu và định hướng phát triển chung của tỉnh. Từ đó, xây dựng và thực hiện ưu đãi tín dụng một cách thỏa đáng hơn đối với các dự án đầu tư vào các ngành CNHT.

3.2. Giải pháp về công nghệ:

Hiện nay, Vĩnh Phúc đang thu hút các dự án đầu tư sản xuất sản phẩm CNHT có quy mô lớn, trình độ công nghệ tiên tiến và ít gây ô nhiễm môi trường. Ngược lại, đối với các dự án đầu tư sản xuất sản phẩm CNHT hoạt động gây ô nhiễm môi trường do công nghệ lạc hậu sẽ phải đầu tư đổi mới để khắc phục ô nhiễm hoặc ngừng hoạt động – áp dụng theo chính sách khuyến khích đổi mới công nghệ được quy định tại Quyết định số 12/2011/QĐ-TTg ngày 24/2/2011 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách phát triển một số ngành CNHT.

Hơn nữa, tỉnh cần tăng cường tư vấn, tìm kiếm, giới thiệu và hỗ trợ chuyển giao các công nghệ sản xuất hiện đại; hỗ trợ xây dựng, áp dụng các hệ thống quản lý, công cụ cải tiến năng suất chất lượng tiên tiến cho các DN sản xuất sản phẩm

CNHT. Điều này sẽ giúp góp phần nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, hiệu quả sản xuất kinh doanh của DN CNHT.

Xây dựng các chương trình hợp tác dài hạn với các đối tác quốc tế, các tập đoàn đa quốc gia, các trường đại học, viện nghiên cứu nhằm nghiên cứu chuyên sâu về các sản phẩm và công đoạn hỗ trợ cho ngành điện tử, sản xuất lắp ráp ô tô, xe máy phù hợp với năng lực của tỉnh Vĩnh Phúc.

3.3. Giải pháp thu hút đầu tư:

Thu hút đầu tư thông qua chủ đầu tư của các KCN. Chủ đầu tư các KCN sau khi quán triệt chủ trương khuyến khích phát triển của tỉnh, sẽ xúc tiến mời gọi các dự án đầu tư sản xuất sản phẩm CNHT. Các DN hoạt động trong các KCN đóng vai trò cầu nối, bởi họ có khả năng mời gọi các nhà đầu tư - là các đối tác hoặc bạn bè hoạt động trong cùng một lĩnh vực, đến đầu tư các dự án sản xuất sản phẩm CNHT ở các KCN. Đồng thời, tỉnh cũng cần tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến thông tin về chính sách phát triển để thu hút đầu tư nguồn lực xã hội vào phát triển CNHT.

3.4. Giải pháp liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ sản phẩm CNHT

Hình thành các pháp nhân mới dưới hình thức công ty cổ phần, công ty TNHH mà các cổ đông, các thành viên góp vốn là những pháp nhân hoạt động trong lĩnh vực sản xuất sản phẩm, tiêu thụ sản phẩm CNHT và các nhà phân phối. Liên kết

tiêu thụ sản phẩm giữa các DN trong Hiệp hội ngành nghề sẽ giúp tiêu thụ sản phẩm hỗ trợ một cách ổn định và hiệu quả. Không những vậy, cần triển khai hiệu quả các chương trình kết nối kinh doanh, liên kết giữa DN trong tỉnh với các DN trong các KCN của cả nước, các DN đa quốc gia, các công ty sản xuất, lắp ráp trong và nước ngoài. Xúc tiến kết nối đầu tư tại thị trường các nước mà Việt Nam đã ký kết hiệp định thương mại tự do nhằm đa dạng hoá và mở rộng thị trường xuất khẩu, tạo cơ hội cho các sản phẩm CNHT.

4. Kết luận

CNHT không chỉ là động lực trực tiếp tạo ra giá trị gia tăng cho ngành công nghiệp, giúp tăng sức cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp chính và đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa mà còn là nền tảng, cơ sở để sản xuất công nghiệp phát triển mạnh hơn.

Tỉnh Vĩnh Phúc cần thực hiện tốt các chính sách đã đưa ra để tạo ra một môi trường đầu tư thân thiện, thuận lợi với các nhà đầu tư. Qua đó, tạo động lực thúc đẩy các ngành công nghiệp chủ lực của tỉnh bứt phá và đóng góp đáng kể vào tăng trưởng giá trị xuất khẩu, nâng cao tỷ lệ nội địa hóa. Tỉnh Vĩnh Phúc phấn đấu đến năm 2025, CNHT sẽ trở thành mắt xích cung cấp sản phẩm công nghệ hỗ trợ có hàm lượng giá trị cao trong dây chuyền của các tập đoàn lớn trong nước và quốc tế ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ban Quản lý các khu công nghiệp tỉnh Vĩnh Phúc (2017), *Quyết định số 317/BC-BQLKCN, ngày 15/3/2017, Tình hình quy hoạch và đầu tư xây dựng, phát triển các khu công nghiệp trên địa bàn.*
2. Hội đồng nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc (2016), *Nghị quyết số 57/2016/NQ-HĐND ngày 12/12/2016 về một số biện pháp đặc thù thu hút đầu tư và hỗ trợ phát triển DN trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc.*
3. Ủy ban nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc (2017), *Quyết định số 39/2017/QĐ- UBND ngày 13/10/2017 quy định về hỗ trợ DN sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ thuộc danh mục ưu tiên phát triển trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc.*
4. Ủy ban Nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc (2017), *Văn bản số 142/UBND-THI ngày 10/3/2017 về tình hình đầu tư xây dựng, phát triển các khu công nghiệp trên địa bàn và phương án đầu tư xây dựng hạ tầng khu công nghiệp, Vĩnh Phúc.*

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

1. ĐỖ HUYỀN HƯƠNG

Khoa Kinh tế vận tải

Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải, Cơ sở Vĩnh Phúc

2. NGUYỄN THU HẰNG

Khoa Kinh tế vận tải

Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải, Cơ sở Vĩnh Phúc

**A STUDY ON THE DEVELOPMENT
OF SUPPORTING INDUSTRY IN VINH PHUC PROVINCE
FROM 2017 TO 2019**

● **DO HUYEN HUONG**

Faculty of Transport Economics,
University of Transport Technology, Vinh Phuc Campus

● **NGUYEN THU HANG**

Faculty of Transport Economics,
University of Transport Technology, Vinh Phuc Campus

ABSTRACT:

This study analyses the current development situation of Vinh Phuc Province's supporting industry from 2017 to 2019. This study also proposes practical and strategic solutions to promote the development of Vinh Phuc Province's supporting industry in the future.

Keywords: Current situation, supporting industry, Vinh Phuc Province.

XUNG ĐỘT THƯƠNG MẠI MỸ - TRUNG VÀ CÁC KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM

● NGUYỄN THANH HÒA BÌNH

TÓM TẮT:

Mỹ và Trung Quốc là 2 đối tác thương mại trọng yếu của nhiều nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Bài viết tổng kết các nguyên nhân gây xung đột thương mại Mỹ - Trung từ góc nhìn cả hai bên tranh chấp. Sử dụng phương pháp phân tích số liệu xuất nhập khẩu từ 2010-2019 của Tổng cục Hải quan Việt Nam và Trung tâm Thương mại Quốc tế, tác giả đã phân tích dữ liệu thương mại giữa các nước Mỹ, Trung Quốc và Việt Nam. Đồng thời chỉ ra những thay đổi lớn trong năm 2019 được xem là kết quả trực tiếp của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung đối với kinh tế Việt Nam.

Tác giả đã đưa ra khuyến nghị cần thiết cho Việt Nam trong tận dụng cơ hội từ việc các công ty dời chuyển khỏi Trung Quốc và hạn chế những tác động tiêu cực từ các chuyển hướng thương mại khi xung đột giữa các nước lớn còn nhiều diễn tiến phức tạp.

Từ khóa: Xung đột thương mại, cán cân thương mại, chiến tranh thương mại Mỹ - Trung.

1. Đặt vấn đề

Mỹ và Trung Quốc là hai đối tác thương mại lớn và quan trọng của nhiều nước trên thế giới. Đặc biệt đối với Việt Nam, Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất và Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất.

Nếu Mỹ áp thuế quan cao cho một quốc gia, không có nghĩa là thương mại giảm, nó chỉ làm dịch chuyển thị trường. Trung Quốc sẽ chứng kiến sự sụt giảm mạnh trong đầu tư trực tiếp nước ngoài khi các công ty đa quốc gia chuyển hoạt động sang các nước khác, cũng như sự suy giảm tốc độ tăng trưởng kinh tế tiềm năng của nước này. Mặt khác, Mỹ sẽ không chỉ mất thị phần trên thị trường Trung Quốc, mà còn phải nhập từ các nguồn đắt hơn. Như vậy, cả thị trường Trung Quốc và Mỹ đều có quá trình điều chỉnh hình thành quan hệ đối tác thương mại mới.

Về lâu dài, nền kinh tế thế giới sẽ đối mặt với nguy cơ phân cực thành hai khối kinh tế tập trung vào hai cường quốc. Việt Nam với vị trí địa lý giáp biên giới với Trung Quốc và các đặc thù mối quan hệ Việt - Trung, chắc chắn sẽ gặp nhiều tác động.

Vì vậy, việc đánh giá bản chất xung đột Mỹ - Trung, lượng định thời gian và những tác động đến các ngành sản xuất, xuất nhập khẩu của Việt Nam là rất cần thiết. Trên cơ sở đó, Việt Nam cần chủ động và có chiến lược phù hợp để tận dụng cơ hội tham gia chuỗi cung ứng mới sẽ được hình thành, hạn chế những tác động tiêu cực từ các chuyển hướng thương mại khi xung đột giữa các nước lớn còn nhiều diễn tiến phức tạp.

2. Đánh giá xung đột thương mại Mỹ - Trung

2.1. Thực trạng cán cân thương mại Mỹ - Trung

Cán cân thương mại trong các năm gần đây giữa Mỹ - Trung Quốc luôn ở cùng vị thế: Mỹ nhập siêu từ Trung Quốc con số rất lớn nhiều năm liền. Tỷ trọng thâm hụt thương mại đối với Trung Quốc luôn chiếm trên 40% trong tổng số thâm hụt của Mỹ đối với toàn thế giới trong suốt thời gian 2012-2018 (Bảng 1).

Số liệu năm 2019 sụt giảm cho thấy các biện pháp áp thuế đã phát huy tác dụng, lần đầu tiên thâm hụt thương mại từ Trung Quốc của Mỹ dưới 40%.

Bảng 1. Thâm hụt thương mại Mỹ - Trung Quốc

Năm	Mỹ NK từ TQ (1)	Mỹ XK sang TQ (2)	Thâm hụt với TQ (3) = (2)-(1)	Tổng Thâm hụt của Mỹ (4)	Tỷ trọng thâm hụt thương mại Mỹ - Trung (3)/(4)
2012	444,39	110,52	(333,87)	(789,75)	42,3%
2013	459,11	121,72	(337,39)	(749,00)	45,0%
2014	486,30	123,68	(362,62)	(791,11)	45,8%
2015	504,03	116,07	(387,96)	(811,58)	47,8%
2016	481,37	115,59	(365,78)	(797,65)	45,9%
2017	525,80	129,80	(396,00)	(859,90)	46,1%
2018	563,23	120,15	(443,09)	(946,39)	46,8%
2019	472,47	106,63	(365,85)	(923,22)	39,6%

Nguồn: ITC, UN Comtrade USA

2.2. Nguyên nhân xung đột thương mại Mỹ và Trung Quốc

Có nhiều nghiên cứu về nguyên nhân xung đột thương mại và vì sao Mỹ tiếp tục leo thang cuộc thương chiến kể từ năm 2018 đến nay. Nhìn chung có thể phân thành nhóm nghiên cứu đứng ở góc nhìn Trung Quốc và nhóm ở góc nhìn Mỹ.

Đứng về quan điểm Mỹ, các nghiên cứu tập trung vào nguyên nhân xung đột do Trung Quốc thực hiện thương mại không công bằng, tìm cách chiếm lĩnh thị trường trong nước và dẫn đầu toàn cầu. Kwan (2020) cho rằng i) Trung Quốc đã triển khai các khoản trợ cấp và các hình thức hỗ trợ tài chính khác cho các ngành công nghiệp trong nước. ii) Trung Quốc sử dụng các hạn chế sở hữu nước ngoài, bao gồm hạn chế về vốn chủ sở hữu, hạn chế đầu tư khác, các thủ tục xem xét và cấp phép hành chính, để yêu cầu hoặc gây áp lực chuyển giao công nghệ từ các công ty Mỹ sang các thực thể Trung Quốc. iii) Trung Quốc chỉ đạo và tạo điều kiện cho các công ty nhà nước đầu tư và mua lại các công ty và tài sản của Mỹ để có được các công nghệ tiên tiến và sở hữu trí tuệ.

Đứng về quan điểm Trung Quốc, một số nghiên cứu chỉ ra động lực của Hoa Kỳ trong việc tiến hành một cuộc chiến thương mại không chỉ đơn thuần là làm giảm thâm hụt thương mại mà còn kìm hãm sự phát triển của Trung Quốc, được xem như một thách thức quyền bá chủ của Mỹ. Cáo buộc Trung Quốc thương mại không công bằng là không có căn cứ và không có gì hơn là một cái cớ (Ren, 2018).

Chính sách đối ngoại của Hoa Kỳ tuân theo quy tắc 60% của nước Anh, quy định rằng bất cứ khi nào một quốc gia nước ngoài đạt mức GDP 60%

của Hoa Kỳ về quy mô kinh tế và tiếp tục tăng trưởng nhanh, đe dọa sẽ vượt qua nền kinh tế Hoa Kỳ, Hoa Kỳ nên xem đó là một đối thủ và đánh bại nó bằng mọi cách.

Đối với Hoa Kỳ, Trung Quốc là một đối thủ chưa từng có đang đạt được tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh hơn và có tiềm năng phong phú hơn so với các đối thủ trước đây như Liên Xô hoặc Nhật Bản, trở thành mối đe dọa đối với nguyên tắc “American first” của Mỹ. (Kwan, 2020).

2.3. Đánh giá diễn tiến xung đột Mỹ và Trung Quốc

Xung đột giữa Mỹ và Trung Quốc sẽ không đơn thuần là kinh tế thương mại. Theo thời gian xung đột bao gồm các khía cạnh chính trị, văn hóa và quân sự. Vì những lý do này, diễn tiến xung đột là phức tạp, không thể đoán trước được và khó có thể chấm dứt trong ngắn hạn. Rủi ro lớn nhất trong dài hạn là Mỹ và Trung Quốc chia thành hai phạm vi ảnh hưởng, một là nhóm các nước xoay quanh trục Mỹ và tuân thủ các tiêu chuẩn từ công nghệ đến quản trị của Mỹ và một trung tâm khác xoay quanh Trung Quốc.

Nhật Bản và Liên minh châu Âu cho biết họ đã chia sẻ quan điểm của Hoa Kỳ về nhu cầu bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ mạnh mẽ hơn và họ cũng lo ngại về các yêu cầu cấp phép công nghệ của Trung Quốc.

Tại thị trường Mỹ, hàng hóa chế tạo được sản xuất và cung cấp từ các nguồn (1) Nhóm các nước châu Á có chi phí sản xuất thấp, gọi tắt là ASEAN LLCs (Low cost countries) bao gồm: Trung Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Hồng Kông (Trung Quốc), Ấn Độ, Srilanka, Pakistan và 7 nước thuộc

khối Asean (Việt Nam, Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philipines, Singapores, Campodia); và (2) các nhà sản xuất nội địa Mỹ (Kearney, 2020).

Theo Viện Nghiên cứu Toàn cầu Kearney (2020), việc Mỹ dịch chuyển thương mại nhập khẩu hàng hóa chế tạo từ Trung Quốc sang các nước khác trong nhóm LLCs đã diễn ra trong suốt 5 năm gần đây và gia tăng đột biến trong năm 2019 do ảnh hưởng cuộc chiến thương mại với Trung Quốc. Trong số các nước LLCs hưởng lợi từ sự dịch chuyển này, số liệu cho thấy Việt Nam chiếm gần phân nửa kim ngạch. (Kearney, 2020).

3. Tình hình thương mại của Việt Nam với Trung Quốc và Mỹ

3.1. Thực trạng cán cân thương mại Việt Nam và Trung Quốc

Trong hơn 200 quốc gia, vùng lãnh thổ có hoạt động xuất nhập khẩu với Việt Nam, Trung Quốc tiếp tục là thị trường lớn nhất và năm 2019 là năm thứ hai liên tiếp kim ngạch giữa 2 nước đạt trên 100 tỷ USD.

Việt Nam đang là thị trường chủ lực, thuộc Top các nước nhập khẩu hàng Trung Quốc xếp sau Mỹ, EU, Hồng Kong, Nhật Bản và Hàn Quốc. Đặc biệt trong năm 2019, Trung Quốc ghi nhận 3 chỉ tiêu kỷ lục đối với Việt Nam: thị phần cao nhất, tăng trưởng cao nhất, nhập siêu cao nhất, 34 tỷ USD tăng 47% so với năm 2018; chiếm 29,8% tổng lượng hàng hóa Việt Nam nhập khẩu, có tốc độ tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu cao nhất 15,2% so với cùng kỳ năm 2018 (Bảng 2).

Riêng mức nhập siêu tăng 47% so với năm 2018 là cao bất thường so với các năm trước.

3.2. Thực trạng cán cân thương mại Việt Nam và Mỹ

Kể từ năm 2016, Mỹ liên tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam và Việt Nam luôn ở trong trạng thái xuất siêu với Mỹ.

Sau 25 năm bình thường hóa quan hệ, mức thuế nhập khẩu hiện nay giữa Việt Nam và Mỹ là mức thuế ưu đãi MFN (Most Favored Nation) dành cho các nước cùng là thành viên WTO. Mức thuế này luôn cao hơn mức thuế ưu đãi đặc biệt Việt Nam và Trung Quốc trong trường hợp đủ điều kiện hưởng ưu đãi theo biểu thuế ACFTA (Asean China Free trade Agreement).

Số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam cho thấy kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2019 vào thị trường Mỹ đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất 29,1% so với cùng kỳ năm 2018 (Bảng 2).

Năm 2019, Việt Nam đã gia tăng thị phần đáng kể, từ 0,92% năm 2012 đã lên đến 2,7% thị phần hàng hóa nhập khẩu của Mỹ, xếp thứ 7 sau Nhật Bản, EU, Trung Quốc, Mexico, Canada, Hàn Quốc. Có thể thấy Việt Nam là đại diện mới nổi ở Châu Á đang vượt lên trong vai trò cung ứng mặt hàng chế tạo cho thị trường Mỹ (Hình 2).

4. Kết luận và các khuyến nghị đối với Việt Nam

Chính phủ cần điều tra số liệu chi tiết để nắm bắt doanh nghiệp, ngành hàng, sản phẩm đã gia tăng lượng xuất khẩu từ Việt Nam sang thị trường Mỹ cũng như đã gia tăng lượng nhập khẩu từ Trung Quốc vào Việt Nam trong năm 2019. Từ đó, Chính phủ sẽ có các quyết sách kịp thời đảm bảo quản lý được xuất xứ nguồn hàng xuất khẩu. Cần có chính

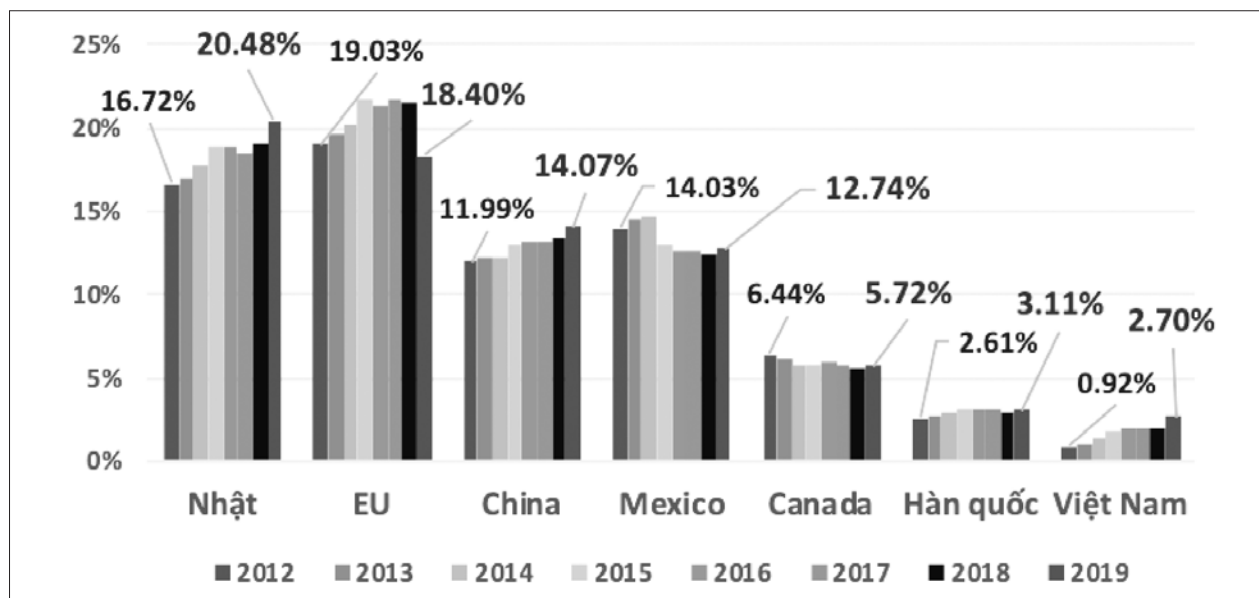
Bảng 2. Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với thị trường chủ lực năm 2019

DVT: tỷ USD

Thị trường	Kim ngạch XK	S/v Năm 2018 (%)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch NK	S/v Năm 2018 (%)	Tỷ trọng (%)
Trung Quốc	41,41	0,1%	15,7%	75,45	15,2	29,8%
Mỹ	61,35	29,1%	23,2%	14,37	12,7	5,7%
Hàn Quốc	19,72	8,1%	7,5%	46,93	-1,4	18,5%
ASEAN	24,96	1,3%	9,4%	32,09	0,9	12,7%
EU(28)	41,48	-1,0%	15,7%	14,91	7,4	5,9%
Nhật Bản	20,41	8,4%	7,7%	19,53	2,5	7,7%
Các nước khác	54,86		20,8%	49,79	0	19,7%
Tổng cộng	264,19		100,0%	253,07		100,0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Hình 2. Các nước xuất khẩu chủ lực vào Mỹ 2012-2019



Nguồn: ITC, UN Comtrade USA

sách đảm bảo sản xuất thực sự tại Việt Nam, không đơn thuần là điểm chuyển tải của các doanh nghiệp Trung Quốc tránh thuế cao.

Cơ hội duy trì và phát triển mối quan hệ đối tác với thị trường Mỹ và EU, hai thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay còn rất lớn. Với quy mô GDP và xuất khẩu của Việt Nam, thặng dư thương mại từ Việt Nam đối với hai thị trường lớn này là không đáng kể. Từ cơ sở đánh giá xu hướng xung đột Mỹ và Trung Quốc còn kéo dài, cùng với xu hướng các công ty Mỹ và châu Âu đang định hình lại mạng lưới cung ứng của mình, Việt Nam đang được nhìn nhận là điểm lựa chọn quan trọng đầu tiên trong khu vực ASEAN.

Ngay cả trước cuộc chiến thương mại, các công ty Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan đã bắt đầu đa dạng hóa đầu tư sản xuất ra nước ngoài, trong đó có đầu tư vào Việt Nam và các quốc gia Đông Nam Á khác. Một số trường hợp đầu tư còn vượt quy mô tại Trung Quốc, như với sản phẩm điện thoại di động của Samsung Electronics vào Việt Nam. Hiện nay, các công ty Mỹ đang rời khỏi Trung Quốc ngày càng nhiều hơn vì tác động kép của cuộc chiến thương mại và đại dịch COVID-19; đồng thời thêm các công ty Nhật Bản - nhà cung ứng hàng nhập khẩu lớn nhất cho Mỹ - tham gia vào cuộc di chuyển này.

Trên thế giới, tại Mỹ và các nước châu Âu, các tiêu chuẩn lựa chọn nhà cung ứng nước ngoài đã

được cân nhắc thay đổi, chi phí sản xuất thấp không còn yêu cầu quan trọng nhất mà là sự cân bằng giữa các yếu tố chi phí sản xuất - rủi ro (thuế quan) - khả năng hồi phục sau những sự cố không lường trước (Kearney, 2020).

Tuy nhiên, một vấn đề tồn tại từ nhiều năm là các nền kinh tế Đông Nam Á đang phụ thuộc rất nhiều vào Trung Quốc về nguyên liệu đầu vào sản xuất. Do đó, chiến lược chuyển chuỗi giá trị từ Trung Quốc sang Đông Nam Á với Việt Nam là ứng cử viên hàng đầu sẽ có hạn chế và mất thời gian lâu hơn.

Vấn đề thứ hai, cùng chung tình hình suy trầm kinh tế thế giới từ dịch bệnh COVID-19, nhiều doanh nghiệp Việt Nam nếu không tháo gỡ khó khăn kịp thời, phù hợp, sẽ khó trụ vững, dẫn đến nguy cơ cao được chào mời sát nhập, thôn tính. Đã có một số bằng chứng sơ bộ cho thấy các nhà xuất khẩu Trung Quốc để tiếp tục xuất khẩu sang Mỹ có thể đã bắt đầu chịu một phần chi phí thuế quan dưới dạng giá xuất khẩu thấp hơn (Alessandro Nicita, 2019) hoặc tái định vị nơi đầu tư nhà máy.

Chính phủ cần hết sức lưu tâm về vấn đề dịch chuyển thay đổi vốn đầu tư, mua bán và sáp nhập trong thời điểm này từ các nhà đầu tư Trung Quốc vào Việt Nam. Từ đó, có những hỗ trợ nhanh cho các doanh nghiệp nhỏ Việt Nam thuộc ngành nghề thiết yếu cho sự phát triển kinh tế bền vững của một quốc gia ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Alessandro Nicita. (2019). *Trade and trade diversion effects of United States tariffs on China* (SER.RP/2019/9 No. 37; p. 17). UNCTAD.
2. ITC, I., (2020). *Trade Map - List of importing markets for the product exported by China*.
3. ITC, I., (2020). *Trade Map - List of supplying markets for a product imported by Viet Nam*.
4. ITC, I., (2020). *Trade Map - List of supplying markets for a product imported by United States of America*.
5. Kearney, K. (2020). *Trade war spurs sharp reversal in 2019 Reshoring Index, foreshadowing COVID-19 test of supply chain resilience* (p. 19). Kearney.
6. Kwan, C. H. (2020). The China-US Trade War: Deep#Rooted Causes, Shifting Focus and Uncertain Prospects. *Asian Economic Policy Review*, 15(1), 55–72. <https://doi.org/10.1111/aep.12284>
7. Ren P. (2018). The fundamental reason why the U.S. waged a trade war. *The People's Daily*, 9 August.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THANH HÒA BÌNH

Giảng viên Trường Đại học Lạc Hồng

**THE CHINA - UNITED STATES TRADE WAR
AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM**

Master. **NGUYEN THANH HOA BINH**

Lecturer, Lac Hong University

ABSTRACT:

The United States and China are two important trading partners of many countries in the world, especially for Vietnam. This article summarizes the causes of China – United States trade war from the perspective of both sides. This article analyzes trade data between the United States, China and Vietnam by using import and export data from 2010-2019 of the Vietnam General Department of Customs and The International Trade Centre (ITC) to point out major changes in trade between Vietnam, China and the United States in 2019 which are considered direct outcomes of the China – United States trade war for Vietnam's economy. This article presents some necessary recommendations which help Vietnam take advantage of opportunities when companies are moving their productions out of China and limit negative impacts of the China – United States trade war.

Keywords: Trade disputes, trade balance, China – United States trade war.

PHÂN TÍCH HIỆN TRẠNG VÀ THIẾT LẬP MỤC TIÊU MARKETING ĐỊA PHƯƠNG NHẪM THU HÚT FDI VÀO TỈNH QUẢNG NAM GIAI ĐOẠN 2020 - 2025

● NGUYỄN NGỌC THUYỀN - LÊ ĐỨC TOÀN

TÓM TẮT:

Marketing địa phương xuất hiện vào những năm 1980 của thế kỷ trước ở châu Âu và đã được một số địa phương tại Việt Nam áp dụng trong những năm gần đây. Quá trình Marketing địa phương gồm nhiều bước như phân tích hiện trạng, thiết lập mục tiêu, xây dựng chương trình, thực hiện hoạt động Marketing... Bài viết tập trung phân tích hiện trạng và thiết lập mục tiêu marketing nhằm thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Nam giai đoạn 2020 - 2025 và đề xuất một số giải pháp.

Từ khóa: Marketing địa phương, phân tích hiện trạng, thiết lập mục tiêu

1. Giới thiệu

Theo Kotler và cộng sự (1993): “Marketing địa phương là thiết kế một nơi để đáp ứng nhu cầu của thị trường mục tiêu. Marketing địa phương được xem là thành công khi công dân và các doanh nghiệp hài lòng với cộng đồng của họ và các kỳ vọng của du khách và nhà đầu tư được đáp ứng”. Lý thuyết về marketing địa phương đã được nhiều quốc gia thực hiện và trong những năm gần đây, đã có nhiều địa phương quan tâm, sử dụng marketing địa phương nhằm thu hút FDI vào phát triển kinh tế - xã hội.

Có nhiều mô hình lý thuyết tiêu biểu về marketing địa phương như sau:

Mô hình của Kotler & cộng sự (1993): Xuất phát từ cách tiếp cận của marketing đối với hàng hóa, dịch vụ, Kotler & cộng sự (1993) đã xây dựng quy trình marketing địa phương gồm 5 bước như sau: (1) đánh giá địa phương, (2) tầm nhìn và mục tiêu, (3) xây dựng chiến lược; (4) kế hoạch hành động và (5) thực hiện và kiểm soát.

Mô hình các nhân tố thu hút FDI của Lall (1997): Lall (1997) phát triển mô hình các nhân tố để thu hút FDI bao gồm 3 nhóm nhân tố: Điều kiện kinh tế của quốc gia sở tại; Khung chính sách của quốc gia sở tại; Chiến lược của các công ty đa quốc gia.

Mô hình marketing địa phương để thu hút FDI của Metaxas (2010): Metaxas (2010) cho rằng sự hấp dẫn của một quốc gia hay địa phương đối với nguồn vốn FDI phụ thuộc vào 3 nhóm nhân tố là môi trường, phía cung và phía cầu. Từ đó, Metaxas (2010) phát triển 3 nhóm giả thuyết tương ứng để xây dựng mô hình marketing địa phương thu hút FDI bao gồm: Giả thuyết chung - bối cảnh thị trường toàn cầu; Giả thuyết về phía cung - địa phương (quốc gia, vùng, thành phố) và Giả thuyết về phía cầu - nguồn vốn FDI.

Ở Việt Nam, cũng đã có các nghiên cứu về marketing địa phương của các tác giả như Phạm Công Toàn (2010), Nguyễn Đức Hải (2013)...

Các lý thuyết về marketing địa phương có điểm

chung nhất là nhấn mạnh các bước phân tích hiện trạng, xác định mục tiêu marketing, xây dựng chiến lược marketing, thực hiện hoạt động marketing và kiểm tra, đánh giá. Bài viết tập trung nghiên cứu 2 giai đoạn của quá trình marketing địa phương nhằm thu hút FDI vào tỉnh Quảng Nam thời kỳ 2015 - 2018, đó là giai đoạn phân tích hiện trạng và xác định mục tiêu marketing.

2. Thực trạng việc phân tích hiện trạng và thiết lập mục tiêu Marketing địa phương thời kỳ 2015 - 2018

Tính đến tháng 12/2018, tỉnh Quảng Nam đã thu hút được dự án FDI từ hơn 20 quốc gia và vùng lãnh thổ, một số dự án được đầu tư bởi liên doanh giữa các doanh nghiệp nước ngoài hoặc giữa doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp nước ngoài. Trong đó, nhiều quốc gia có nhiều dự án đầu tư vào tỉnh Quảng Nam như Hàn Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Nhật Bản, Anh Quốc v.v...

Chương trình marketing địa phương được phản

ánh trong các chương trình xúc tiến đầu tư hàng năm với kinh phí và danh mục thu hút đầu tư cụ thể. Về thực hiện chương trình marketing địa phương, đơn vị làm đầu mối chủ yếu cho hoạt động xúc tiến đầu tư hiện nay là Trung tâm Hành chính công và Xúc tiến đầu tư (TTHC Công & XTĐT) và cũng là đơn vị chịu trách nhiệm kiểm tra, đánh giá, và báo cáo hàng năm cho lãnh đạo UBND tỉnh.

2.1. Về phân tích hiện trạng

Các dự án FDI đã góp phần giải quyết tình trạng thiếu vốn đầu tư (từ 15 - 20% tổng vốn đầu tư thực hiện), tạo ra việc làm mới, tăng giá trị hàng hóa xuất khẩu và có những đóng góp cho ngân sách địa phương. Tuy nhiên, hoạt động thu hút FDI trên địa bàn tỉnh thời kỳ 2015 - 2018 vẫn còn một số hạn chế, như:

- Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện mới chỉ chiếm khoảng 17,27% tổng vốn đầu tư thực hiện trên địa bàn tỉnh (Bảng 1).

Bảng 1. Đóng góp của thành phần FDI vào sự phát triển kinh tế - xã hội Quảng Nam thời kỳ 2010 - 2018

Chỉ tiêu	2010	2015	2016	2017	2018
I. Tổng vốn đầu tư thực hiện (triệu đồng - giá hiện hành)	11.477.739	20.789.016	22.460.181	24.055.527	28.163.586
<i>a. Phân theo nguồn vốn (triệu đồng)</i>					
- Vốn khu vực nhà nước	7.957.529	11.834.318	10.023.041	9.359.390	8.215.000
- Vốn khu vực ngoài nhà nước	2.250.210	7.652.164	7.848.288	9.493.800	14.545.973
- Vốn khu vực đầu tư trực tiếp nước ngoài	1.270.000	1.302.534	4.588.852	5.202.337	5.402.593
<i>b. Phân theo khoản mục đầu tư (triệu đồng)</i>					
- Vốn đầu tư XDCB	9.645.643	16.375.845	16.671.188	17.981.068	17.460.412
- Vốn mua sắm TSCĐ (không qua XDCB)	365.384	2.090.325	4.683.838	4.887.662	8.936.298
- Vốn đầu tư nâng cấp TSCĐ	180.533	1.320.693	604.374	683.997	1.032.317
- Vốn đầu tư bổ sung vốn lưu động	4.933	961.052	471.359	462.316	619.700
- Vốn đầu tư khác	1.281.246	41.101	29.422	40.484	114.859
II. Tổng số lao động ở các DN thuộc các thành phần kinh tế (người), trong đó:	85.070	114.800	124.360	147.620	150.950
- Doanh nghiệp nhà nước	10.910	10.350	9.720	10.160	8.270
- Doanh nghiệp ngoài nhà nước	58.100	73.660	80.970	99.550	99.190
- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	16.060	30.790	33.670	37.910	43.510

Chỉ tiêu	2010	2015	2016	2017	2018
III. GDP theo cơ cấu ngành (%), trong đó:	100	100	100	100	100
- Nông lâm và thủy sản	17,41	14,66	12,38	11,63	12,02
- Công nghiệp và xây dựng	33,57	36,28	36,59	35,80	36,78
- Dịch vụ	37,47	31,40	32,51	33,68	31,90
- Thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm	11,55	17,88	18,52	18,88	19,30
IV. GDP theo thành phần kinh tế (%), trong đó:	100	100	100	100	100
- Kinh tế nhà nước	20,81	17,27	17,58	17,33	17,08
- Kinh tế ngoài nhà nước	62,44	60,06	59,75	59,30	59,10
- Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài	5,20	5,00	4,15	4,48	4,52

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Nam

- Bình quân tỷ lệ % vốn thực hiện trên vốn đăng ký giai đoạn 2010 - 2018 là 9,86%, đây là mức độ rất hạn chế (Bảng 2).

- Đóng góp của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chỉ đạt từ 4 - 5,2% GDP của địa phương.

- Quy mô các dự án còn nhỏ, bình quân 33,50 triệu/dự án. Chưa thu hút được các tập đoàn quốc tế có công nghệ cao vào đầu tư trên địa bàn. Mặt khác, mới chủ yếu thu hút được các dự án ở lĩnh vực khách sạn, gia công lắp ráp, vì vậy không có nhiều cơ hội tiếp nhận được các công nghệ sản xuất tiên tiến và nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm (Bảng 3).

- Lao động làm việc trong các DN có vốn đầu tư nước ngoài chỉ chiếm 27,12% so với tổng số lao động làm việc ở các DN.

2.2. Về thiết lập mục tiêu marketing

Các sở, ban, ngành đã tham mưu UBND tỉnh xây dựng các mục tiêu marketing địa phương trong thu hút FDI vào phát triển kinh tế - xã hội tỉnh giai đoạn 2020 - 2025 như sau:

- Xác định lĩnh vực ưu tiên thu hút đầu tư, đó là “công nghiệp hỗ trợ; công nghiệp chế biến nông lâm thủy sản, vật liệu xây dựng; lĩnh vực nông nghiệp kỹ thuật cao như trồng và chế biến hoa quả, cây nông nghiệp; chăn nuôi và chế biến các sản

Bảng 2. Tỷ lệ % vốn FDI thực hiện so với vốn đăng ký

Năm	Số dự án được cấp phép	Vốn đăng ký (Triệu USD)	Vốn thực hiện (Triệu USD)	Tỷ lệ % Vốn thực hiện so với Vốn đăng ký
2010	11	4.211,82	343,05	8,14
2011	9	42,30	34,30	81,08
2012	7	9,55	5,42	56,75
2013	7	41,80	8,91	21,31
2014	10	78,06	16,34	20,93
2015	16	212,09	31,94	15,05
2016	16	121,86	10,85	8,90
2017	19	93,63	12,57	13,42
2018	28	320,30	42,82	13,36

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Nam

Bảng 3. Các dự án FDI theo lĩnh vực còn hiệu lực tại Quảng Nam tính đến ngày 31/12/2018

Lĩnh vực đầu tư	Số dự án còn hiệu lực được cấp phép	Vốn đăng ký (Triệu USD)
1. Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	2	43,59
2. Công nghiệp chế biến, chế tạo	114	1.258,63
3. Xây dựng	1	25
4. Bán buôn, bán lẻ	1	6
5. Dịch vụ lưu trú và ăn uống	52	4.507,76
6. Hoạt động tài chính, ngân hàng	1	15
7. Hoạt động chuyên môn, khoa học - công nghệ	1	2,20
8. Giáo dục & đào tạo	3	4,78
Tổng cộng	175	5862,96

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Nam

phẩm từ gia súc, gia cầm; lĩnh vực đầu tư xây dựng và kinh doanh kết cấu hạ tầng các khu công nghiệp (KCN), cụm công nghiệp (CCN). Đặc biệt là các KCN, CCN dành cho các đối tác Hàn Quốc, Nhật Bản, hạ tầng sân bay, cảng biển, hạ tầng giao thông đô thị và một số lĩnh vực dịch vụ”.

- Các quốc gia trọng tâm để thu hút FDI là Hàn Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Singapore.

- Xây dựng danh mục các dự án kêu gọi đầu tư giai đoạn 2015 - 2019:

+ Ban hành Danh mục kêu gọi đầu tư gồm 45 dự án ở 6 lĩnh vực. Trong đó các lĩnh vực liên quan đến KCN, CCN là 16 dự án, lĩnh vực thương mại - dịch vụ là 18 dự án, lĩnh vực nông nghiệp là 7 dự án.

+ Ban hành Danh mục các dự án ưu tiên thu hút đầu tư giai đoạn 2017 - 2020, trong đó tập trung vào 10 nhóm động lực được xác định gắn liền với thế mạnh của tỉnh về tài nguyên thiên nhiên (cây được liệu, tài nguyên rừng); tài nguyên văn hóa - lịch sử (Phố cổ Hội An, Di tích Mỹ Sơn); các ngành đang phát triển (công nghiệp ô tô, công nghiệp dệt may, công nghiệp phụ trợ).

3. Các giải pháp tạo lập môi trường thuận lợi để thu hút FDI giai đoạn 2020 - 2025

Để mục tiêu tăng trưởng GRDP hàng năm đạt 12,7% trong giai đoạn 2021 - 2025, tỉnh Quảng Nam cần nguồn vốn đầu tư khoảng 160.000 tỷ đồng. Trong đó, vốn ngân sách chỉ có thể đảm bảo

khoảng 30% tổng vốn đầu tư, phần còn lại phải thu hút từ các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Vì vậy, Quảng Nam cần thực hiện các giải pháp về marketing địa phương để cải thiện môi trường đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi kinh doanh cho nhà đầu tư, cần nhiều giải pháp đồng bộ để thu hút nhiều dự án FDI đáp ứng được mục tiêu marketing trong giai đoạn 2020 - 2025.

3.1. Phân tích hiện trạng marketing địa phương, định vị sản phẩm địa phương

Cần phân tích, đánh giá hiện trạng marketing địa phương có hệ thống, khoa học và định vị sản phẩm địa phương được một cách rõ ràng để khẳng định sự khác biệt, lợi thế cạnh tranh của tỉnh trong thu hút đầu tư. Vì vậy cần tiếp tục nghiên cứu, định vị sản phẩm địa phương với các bước cụ thể sau:

Bước 1 - Nghiên cứu hiện trạng: Rà soát và đánh giá các điểm mạnh, điểm yếu của tỉnh trong mối tương quan với các tỉnh, thành phố trong vùng và cả nước.

Bước 2 - Nghiên cứu xu hướng đầu tư: Nghiên cứu về xu hướng đầu tư trên thế giới, xu hướng chuyển dịch vốn đầu tư của các tập đoàn đa quốc gia, doanh nghiệp ở châu Á, trong khu vực Đông Nam Á và môi trường thể chế thu hút đầu tư tại Việt Nam, từ đó xác định cơ hội, thách thức trong hoạt động thu hút FDI của tỉnh trong thời gian tới.

Bước 3 - Xác định vị thế sản phẩm địa phương: Kết quả của quá trình định vị này cần trả lời được

câu hỏi: Tỉnh Quảng Nam nổi bật, khác biệt với đặc điểm gì trong nhận thức của nhà đầu tư?

Bước 4 - Phổ biến thông tin: Liên hệ với các tỉnh, thành phố tại miền Trung để thiết lập bản đồ đầu tư chung cho cả vùng, phổ biến thông tin về định vị sản phẩm địa phương cho các cấp chính quyền, các nhà đầu tư.

Trong giai đoạn 2017 - 2020, UBND tỉnh kêu gọi 262 dự án đầu tư ở nhiều lĩnh vực, nhiều khu vực kinh tế khác nhau, nhưng chưa thể hiện được dự án đặc thù cần thu hút FDI. Bởi vậy, công tác định vị các sản phẩm đầu tư cần phải chủ động làm rõ và tạo ra cơ hội đầu tư để nhà đầu tư lựa chọn:

- Cần rà soát lại và thu hẹp lại thành 1 danh mục dự án kêu gọi đầu tư chỉ dành riêng cho nhà đầu tư nước ngoài.

- Bổ sung thông tin chi tiết, cụ thể đối với từng dự án trong danh mục dự án đầu tư dành cho nhà đầu tư nước ngoài. Để các thông tin được cung cấp đầy đủ, TTHC Công & XTĐT có thể phỏng vấn một số nhà đầu tư nước ngoài đang có dự án hoặc đang tìm hiểu cơ hội đầu tư tại Quảng Nam để nắm bắt nhu cầu về thông tin của nhà đầu tư.

- Phổ biến, quảng bá danh mục dự án đầu tư dành riêng cho nhà đầu tư nước ngoài lên website của TTHC Công & XTĐT và các ấn phẩm quảng bá phù hợp với từng đối tượng nhà đầu tư tiềm năng.

3.2. Cải cách thủ tục hành chính về đầu tư

Tiếp tục thực hiện nghiêm túc các quy định cải cách thủ tục hành chính về đầu tư. Đặc biệt là Quyết định số 3766/QĐ-UBND ngày 04/12/2013 của UBND tỉnh Quảng Nam về thực hiện cơ chế “một cửa liên thông” trong việc giải quyết thủ tục đầu tư trên địa bàn tỉnh Quảng Nam (trừ các dự án đầu tư vào Khu kinh tế mở Chu Lai, các KCN và Khu đô thị mới Điện Nam - Điện Ngọc). Theo Quyết định nêu trên, toàn bộ thời gian tối đa để thực hiện thủ tục thông báo thỏa thuận, giới thiệu địa điểm, lập thủ tục đăng ký thành lập doanh nghiệp và cấp Giấy chứng nhận đầu tư được giải quyết trong 29 ngày làm việc nếu dự án thuộc danh mục đăng ký đầu tư.

3.3. Quy hoạch đất đai, tạo quỹ đất sạch cho nhà đầu tư

Trong những năm qua, công tác quy hoạch, giải phóng mặt bằng và đầu tư cơ sở hạ tầng nhằm thu hút các dự án FDI đã được UBND tỉnh thực hiện khá mạnh mẽ, quyết liệt. UBND tỉnh đã đầu tư 10

KCN chủ đạo với tổng diện tích mặt bằng 2.690 ha, và tỷ lệ lấp đầy các KCN vào khoảng 60% diện tích. Tuy nhiên, nhiều nhà đầu tư nước ngoài và trong nước thường có nhu cầu quỹ đất mới. Vì vậy, việc thực hiện thủ tục thông báo thỏa thuận, giới thiệu địa điểm, thủ tục đăng ký thành lập doanh nghiệp làm chủ đầu tư dự án và thẩm tra cấp Giấy chứng nhận đầu tư cần phải được thực hiện đúng thời gian quy định.

Vướng mắc, kéo dài thời gian thực hiện dự án do từ khâu giải tỏa, đền bù để bàn giao mặt bằng cho nhà đầu tư. Ban Quản lý dự án và chính quyền các địa phương cần làm tốt công tác tuyên truyền, giá cả đền bù hợp lý và bố trí nơi tái định cư các hộ giải tỏa phù hợp để người dân yên tâm và hợp tác trong việc thực hiện các chủ trương di dời của Nhà nước.

4. Các chính sách, ưu đãi đối với các dự án đầu tư trọng điểm, có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển kinh tế - xã hội địa phương

UBND tỉnh Quảng Nam đã thực hiện các chính sách ưu đãi tiền thuê đất; tiền sử dụng đất được miễn, giảm, tiền thuế thu nhập doanh nghiệp; ưu đãi tín dụng đầu tư và tín dụng xuất khẩu; hỗ trợ tìm kiếm và mở rộng thị trường theo đúng các quy định của Chính phủ.

Riêng các dự án đầu tư vào Khu kinh tế mở Chu Lai được ưu đãi theo Quyết định 24/2010/QĐ-TTg ngày 03/3/2010 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Quy chế hoạt động của Khu kinh tế mở Chu Lai, tỉnh Quảng Nam và Quyết định 08/2014/QĐ-UBND ngày 21/4/2014 của UBND tỉnh Quảng Nam.

Tuy nhiên, đến nay vẫn chưa có các quy định cụ thể về ưu đãi đầu tư đối với các dự án quy mô đầu tư từ 500 triệu USD trở lên và có vai trò quan trọng đối với phát triển ngành, lĩnh vực và có vai trò động lực trong phát triển kinh tế địa phương. Vì vậy, cần xây dựng và đề xuất các chính sách ưu đãi để có thể thu hút các dự án FDI có tầm quan trọng này.

3.5. Đầu tư hạ tầng giao thông, điện, nước và xử lý chất thải

Mỗi năm chính quyền tỉnh dành khoản kinh phí khoảng 400 tỷ đồng để đầu tư nâng cấp, cải thiện hệ thống 130 km đường cấp tỉnh. Hiện nay hệ thống đường bộ trên địa bàn tỉnh cơ bản đã hoàn chỉnh với hơn 7.000km và phân bố đều theo trục Bắc - Nam và Đông - Tây. UBND tỉnh Quảng Nam

đã tập trung huy động các nguồn lực của địa phương và sự hỗ trợ từ trung ương để đầu tư xây dựng, cải thiện hệ thống giao thông trên toàn tỉnh và tạo ra các tiện ích cho các nhà đầu tư. Riêng trong năm 2017, UBND tỉnh Quảng Nam đã đầu tư hơn 550 tỷ đồng từ nguồn vốn ODA của Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) và ngân sách địa phương để xây dựng kết nối đường vành đai ven biển với đường cao tốc Đà Nẵng - Quảng Ngãi và quốc lộ 40B.

Nhờ vậy, hạ tầng giao thông đường bộ đi các tỉnh và nối liền với Cảng Chu Lai, Cảng Đà Nẵng và Cảng Quy Nhơn đã được nâng cấp, cơ bản đáp ứng nhu cầu vận chuyển nguyên vật liệu, máy móc nhập khẩu và xuất khẩu hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, hiện trạng cơ sở hạ tầng tại địa phương vẫn chưa đáp ứng được kỳ vọng của nhà đầu tư, đặc biệt là các nhà đầu tư đang có dự án tại các KKT, KCN trên địa bàn tỉnh. UBND tỉnh cần thực hiện một số giải pháp như:

- Ưu tiên nguồn vốn ngân sách đầu tư để hoàn thành dứt điểm cơ sở hạ tầng, bao gồm cả hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội cho KCN vẫn đang ở

tình trạng đầu tư dang dở trên cơ sở rà soát và cắt giảm các khoản chi tiêu công không thực sự cần thiết. Đồng thời, cần tăng cường công tác thanh tra, giám sát hoạt động sử dụng nguồn vốn ngân sách chặt chẽ để đảm bảo tối đa hóa hiệu quả sử dụng vốn ngân sách cho hoạt động này.

- Tranh thủ nguồn vốn ODA để bố trí cho phát triển cơ sở hạ tầng và tìm kiếm các đối tác tiềm năng để thực hiện hợp tác công tư để tiếp tục đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông trên địa bàn tỉnh.

- Chủ động hỗ trợ các chủ đầu tư cơ sở hạ tầng ở các KCN gặp khó khăn về tài chính tìm kiếm, kêu gọi các đối tác tiềm năng để chuyển nhượng lại dự án và tạo điều kiện các thủ tục về hành chính để việc chuyển diễn ra nhanh chóng, đúng pháp luật. Từ đó, hỗ trợ chặt chẽ cho chủ đầu tư mới tiếp tục hoàn thiện cơ sở hạ tầng đồng bộ.

- Tích cực giao lưu, học hỏi kinh nghiệm huy động vốn và đầu tư cơ sở hạ tầng từ các tỉnh, thành phố đã thành công để áp dụng phù hợp với tình hình thực tế của địa phương nếu các hạ tầng này có chất lượng tốt và đồng bộ, ngược lại, chi phí của doanh nghiệp sẽ là rất lớn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Đức Hải (2013). *Marketing lãnh thổ nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài trên địa bàn thành phố Hà Nội*. Luận án Tiến sĩ.
2. Cục Thống kê tỉnh Quảng Nam, *Niên giám thống kê tỉnh Quảng Nam các năm 2015, 2016, 2017, 2018*.
3. Phạm Công Toàn (2010). *Marketing lãnh thổ với việc thu hút đầu tư phát triển ở tỉnh Thái Nguyên*. Luận án Tiến sĩ.
4. Thủ tướng Chính phủ (2010), *Quyết định 24/2010/QĐ-TTg ngày 03/3/2010 về ban hành Quy chế hoạt động của Khu kinh tế mở Chu Lai, tỉnh Quảng Nam*
5. UBND tỉnh Quảng Nam (2014), *Quyết định số 08/2014/QĐ-UBND ngày 21/4/2014 ban hành chính sách ưu đãi và hỗ trợ đầu tư trên địa bàn Khu kinh tế Mở Chu Lai, tỉnh Quảng Nam*.
6. Ashworth, G. J., & Voogd, H. (1990). *Selling the city*. London: Belhaven.
7. Fretter, A. D. (1993). *Place marketing: a local authority perspective*. *Selling Places: the city as cultural capital, past and present*, 163-174.
8. Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. J. (1993). *Marketing Places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states and nations*: Free Press.
9. Lall, S. (1997). *Attracting foreign investment: new trends, sources and policies* (Vol. 31): Commonwealth Secretariat.
10. Metaxas, T. (2010). *Place marketing, place branding and foreign direct investments: Defining their relationship in the frame of local economic development process*. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(3), 228-243.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

1. NCS NGUYỄN NGỌC THUYÊN

Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Quảng Nam

2. PGS.TS. LÊ ĐỨC TOÀN

Trường Đại học Duy Tân

**ANALYZING THE STATUS QUO
AND SETTING PLACE MARKETING GOALS
TO ATTRACT FDI INTO QUANG NAM PROVINCE
IN THE PERIOD OF 2020 - 2025**

● Ph.D student **NGUYEN NGOC THUYEN**

Department of Planning and Investment of Quang Nam Province

● Assoc. Prof. Ph.D **LE DUC TOAN**

Vice Provost, Duy Tan University

ABSTRACT:

Place marketing appeared in the 1980s in Europe and it has been applied by some localities in Vietnam in recent years. The place marketing process consists of many steps such as analyzing the status quo, setting goals, developing programs, implementing marketing activities, etc. This article focuses on analyzing the status quo and setting marketing goals to attract foreign direct investment (FDI) in socio-economic development of Quang Nam Province in the period of 2020 - 2025 and proposes some solutions to improve the efficiency of the provincial place marketing activities.

Keywords: Place marketing, situation analysis, goal setting.

TỔNG QUAN VỀ LOGISTICS NGƯỢC

● NGUYỄN HUY TUÂN - LÊ TẤN BỬU

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu tổng quan về logistics ngược trên cơ sở chọn lọc một cách có hệ thống các tài liệu đã công bố, trong đó chú trọng phân tích các đặc điểm của các bài đánh giá tổng quan về logistics ngược, phân tích các nội dung chính trong các nghiên cứu trước đây. Đồng thời, bài viết đã đề xuất một số hàm ý về khoảng trống cũng như định hướng nghiên cứu tiếp theo về logistics ngược.

Kết quả nghiên cứu cho thấy logistics ngược được khai thác không chỉ đáp ứng yêu cầu về vấn đề bảo vệ môi trường mà qua đó doanh nghiệp có thể tìm kiếm lợi ích kinh tế từ hoạt động này. Logistics ngược sẽ phát huy được hiệu quả tốt hơn trong sự xem xét cùng với chuỗi cung ứng khép kín, chuỗi cung ứng xanh và chuỗi cung ứng bền vững.

Từ khóa: Logistics ngược, huỗi cung ứng bền vững, chuỗi cung ứng khép kín, chuỗi cung ứng xanh.

1. Giới thiệu

Nghiên cứu tập trung xem xét tổng quan về logistics ngược trong những năm gần đây, bởi logistics ngược ngày càng thể hiện vai trò quan trọng không chỉ trong chuỗi cung ứng khép kín, mà còn là một trong những khía cạnh đáng chú ý trong quản lý chuỗi cung ứng xanh và bền vững (Govindan và cộng sự, 2015).

Ở thế kỷ XX, vào những năm 1970 đã xuất hiện những thuật ngữ như kênh ngược, dòng ngược trong các tài liệu khoa học và phần lớn liên quan đến vấn đề tái chế (Guilinan & Nwokoye, 1975). Trong thập niên 80, định nghĩa logistics ngược được đưa ra trong bối cảnh xuất hiện các luồng dịch chuyển sản phẩm đi theo hướng ngược so với các luồng truyền thống trong chuỗi cung ứng, lúc này logistics ngược được hiểu là đi theo đường sản phẩm hỏng (Lambert & Stock, 1981). Vào cuối những năm 1990, Rogers và Tibben-Lembke (1999) cũng đã đưa ra định nghĩa và nhận được nhiều sự quan tâm,

đó là "Logistics ngược là quá trình lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát một cách có hiệu quả và mang lại lợi nhuận các dòng nguyên vật liệu, sản phẩm dở dang, thành phẩm và những thông tin liên quan từ điểm tiêu thụ tới điểm xuất xứ nhằm mục đích thu lại giá trị hoặc xử lý một cách hợp lý".

Nhìn chung, lý thuyết logistics ngược có một quá trình phát triển theo thời gian gắn liền với sự phát triển của nền kinh tế hội nhập mang tính toàn cầu. Nhận thức được vai trò quan trọng của logistics ngược trên phương diện lý luận và thực tiễn trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Nghiên cứu này cho thấy việc xem xét có hệ thống về logistics ngược lúc này là cần thiết, vì qua đó góp phần làm rõ hiện trạng những vấn đề của logistics ngược đã được giải quyết và kịp thời, khám phá những cơ hội mới cho nghiên cứu tiếp theo, bắt kịp với nhu cầu phát triển không ngừng trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh thương mại theo hướng hội nhập kinh tế quốc tế.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Thu thập tài liệu sơ bộ

Thời gian thu thập tài liệu: Tháng 9/2018 đến tháng 12/2019.

Nguồn dữ liệu: Các bài báo đã được công bố (cả tiếng Việt và tiếng Anh) về logistic ngược trong thời gian từ tháng 01/2018 đến 12/2019 trên các website, Tạp chí khoa học trong và ngoài nước, Google Scholar. Việc tìm kiếm cũng được cập nhật định kỳ vì sự xuất hiện ấn phẩm công bố mới.

Quá trình tìm kiếm tài liệu sơ bộ cho thấy phần lớn các tài liệu được thu thập là các công trình khoa học từ nước ngoài và ngôn ngữ bằng tiếng Anh là phổ biến. Điều này chứng tỏ chủ đề logistics ngược và các vấn đề liên quan (chuỗi cung ứng xanh, chuỗi cung ứng bền vững) vẫn còn nhiều cơ hội để tiếp tục phát triển nghiên cứu trên phương diện khoa học và thực tiễn tại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Kết quả thu thập tài liệu tại bước này gồm 325 tài liệu nước ngoài và 21 tài liệu trong nước có liên quan đến logistics ngược.

2.2. Chọn lọc tài liệu

Tiêu chí chọn lọc tài liệu:

Bước 1 - Chọn theo từ khóa: Tài liệu phải có ít nhất một trong các từ khóa: reverse logistics, close-loop supply chain, green supply chain, sustainable supply chain xuất hiện trong tiêu đề, tóm tắt hoặc từ khóa. Kết quả cuối cùng còn 189 tài liệu được giữ lại (trong đó có 178 tài liệu ngoài nước và 11 tài liệu trong nước). Nội dung toàn văn của các tài liệu giữ lại này được tìm kiếm để tải xuống.

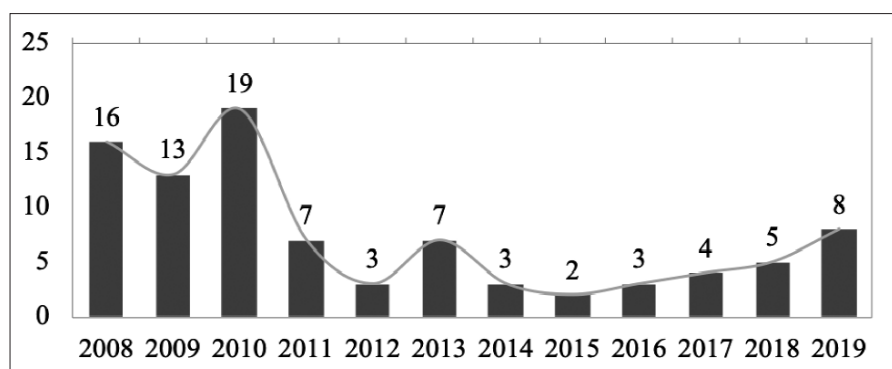
Bước 2 - Chọn lọc các bài báo xuất bản được công bố trên các tạp chí khoa học uy tín được phát hành định kỳ. Kết quả còn 157 tài liệu dưới dạng bài viết toàn văn (trong đó có 146 bài viết ngoài nước và 11 bài viết trong nước) được sử dụng cho bước đánh giá tài liệu ở nội dung tiếp theo.

2.3. Đánh giá tài liệu

Kiểm tra chéo các tài liệu còn lại để đảm bảo độ

tin cậy của quá trình tìm kiếm và lựa chọn tài liệu nghiên cứu, đồng thời kiểm tra với hệ thống Tạp chí thuộc danh mục SCOPUS, ISI để bổ sung vài tài liệu còn thiếu. Các tài liệu phù hợp là các tài liệu có liên quan với chủ đề logistics ngược, chuỗi cung ứng khép kín, chuỗi cung ứng xanh, chuỗi cung ứng bền vững. Cuối cùng cho ra kết quả còn 90 tài liệu (trong đó có 83 bài viết ngoài nước và 7 bài viết trong nước) được lựa chọn sử dụng cho các bước phân tích tiếp theo.

Hình 1: Phân bố tài liệu được lựa chọn qua các năm



Kết quả Hình 1 cho thấy 90 tài liệu liên quan đến logistics ngược được công bố nhiều trong giai đoạn từ năm 2008 đến năm 2013, giai đoạn 2014 - 2018 ít được nghiên cứu và tăng trở lại ở năm 2019. Trước xu hướng đó, việc kế thừa và bổ sung thêm các công trình nghiên cứu liên quan đến logistics ngược lúc này là cần thiết để bắt kịp với những thay đổi kinh tế trong thời đại cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

3. Kết quả nghiên cứu tổng quan

3.1. Phân tích đặc điểm của các bài đánh giá tổng quan về logistics ngược

Giai đoạn 2008 - 2019, có 15 nghiên cứu tiến hành đánh giá tổng quan các chủ đề liên quan đến logistics ngược, tuy nhiên không có nhiều nghiên cứu đánh giá toàn diện và đồng thời về logistics ngược, chuỗi cung ứng khép kín, chuỗi cung ứng bền vững, chuỗi cung ứng xanh.

Theo thống kê tại Bảng 1, bài báo của Pokharel & Mutha (2009) và Sasikumar & Kannan (2009) đề cập phân tích khá đầy đủ về lĩnh vực logistics ngược, tuy nhiên đều có phạm vi thời gian tổng quan trước năm 2008. Pokharel và Mutha (2009) chỉ cố gắng đưa ra lựa chọn các bài báo tốt nhất

Bảng 1. Đặc điểm của các bài tổng quan

TT	Tác giả, năm công bố	Lĩnh vực tổng quan	Phạm vi tổng quan	Thời gian tổng quan	Số TLTK
1	Sasikumar và Kannan (2008a)	Logistics ngược	Phục hồi sản phẩm hết vòng đời và quản lý tồn kho	Đến năm 2008	229
2	Sasikumar và Kannan (2008b)	Logistics ngược	Phân phối ngược	Đến năm 2009	170
3	Rubio, Chamorro, và Miranda (2008)	Logistics ngược	Quản trị hoạt động sản xuất	1995 - 2005	186
4	Pokharel và Mutha, (2009)	Logistics ngược	Toàn bộ lĩnh vực logistics ngược	1971 - 2008	151
5	Akçalý, Çetinkaya, và #ster (2009)	Logistics ngược và chuỗi cung ứng khép kín	Mô hình thiết kế mạng lưới	Đến năm 2008	22
6	Sasikumar và Kannan (2009)	Logistics ngược	Toàn bộ lĩnh vực logistics ngược	1967 - 2008	506
7	Chanintrakul và cộng sự (2009)	Logistics ngược	Thiết kế mạng lưới	2000 - 2008	42
8	Ilgin và Gupta (2010)	Logistics ngược và chuỗi cung ứng khép kín	Sản xuất có ý thức đến môi trường và phục hồi sản phẩm	1998 - 2009	540
9	Chan, Yin, và Chan (2010)	Logistics ngược	Sản xuất đúng thời hạn và logistics ngược	Đến năm 2009	125
10	Akçalý và Çetinkaya (2011)	Logistics ngược và chuỗi cung ứng khép kín	Mô hình định lượng cho hoạch định tồn kho và hoạch định sản xuất	Đến năm 2009	111
11	Jayant và cộng sự (2012)	Logistics ngược	Hầu hết các lĩnh vực logistics ngược	1990 - 2009	113
12	Carrasco-Gallego và cộng sự (2012)	Logistics ngược và chuỗi cung ứng khép kín	Nghiên cứu tình huống	Đến năm 2010	10
13	Agrawal, Singh, và Murtaza (2015)	Logistics ngược	Các khía cạnh về logistics ngược	1986 - 2015	242

Nguồn: Tổng hợp thống kê từ tài liệu lựa chọn

trong số tất cả các ấn phẩm được công bố, do đó số lượng các tài liệu được tham chiếu trong bài báo này khá thấp.

Govindan và cộng sự (2015) nghiên cứu khá đầy đủ với việc thu thập phân tích 382 bài báo đã công bố trước đây liên quan đến lĩnh vực logistics ngược và chuỗi cung ứng khép kín, từ đó khám phá và đưa ra những định hướng nghiên cứu trong tương lai trên nhiều khía cạnh như phương pháp nghiên cứu, giải pháp, mô hình và các biến quyết định mới trong logistics ngược và chuỗi cung ứng khép kín. Dias và cộng sự (2016) đã nghiên cứu tổng quan về logistics ngược trong ngành bán lẻ với 10 tài liệu được chọn lọc một cách có hệ thống.

Mặc dù từ năm 2016 trở về sau vẫn tiếp tục có nhiều công bố trong lĩnh vực logistics ngược, nhưng để có cái nhìn tổng thể và qua đó có thể xác định được khoảng trống về các hướng nghiên cứu tiếp theo, cần thiết để tái tạo một nghiên cứu đánh giá tài liệu mới dựa trên các công bố gần đây trong lĩnh vực logistics ngược.

3.2. Phân loại và nội dung chính trong các công bố liên quan đến logistics ngược

Do logistics ngược không chỉ có vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng khép kín nói chung (Govindan và cộng sự, 2015) mà còn được xem là khía cạnh liên quan chặt chẽ đến chuỗi cung ứng bền vững (Gupta và Palsule-Desai, 2011) và chuỗi cung ứng xanh (Srivastava, 2007). Hình 2 mô tả phân phối các bài báo theo các phân loại chính này.

Như đã đề cập ban đầu, tác giả tập trung tìm hiểu các vấn đề liên quan đến logistics ngược gồm 4 lĩnh vực chính: (1) Logistics ngược, (2) chuỗi cung

ứng khép kín, (3) chuỗi cung ứng xanh, và (4) chuỗi cung ứng bền vững. Kết quả cho thấy chủ đề logistics ngược nhận được sự quan tâm khá lớn với 49 tài liệu được thu thập. Tiếp theo là chuỗi cung ứng khép kín với 24 tài liệu, chuỗi cung ứng xanh là 10 tài liệu và chuỗi cung ứng bền vững là 7 tài liệu.

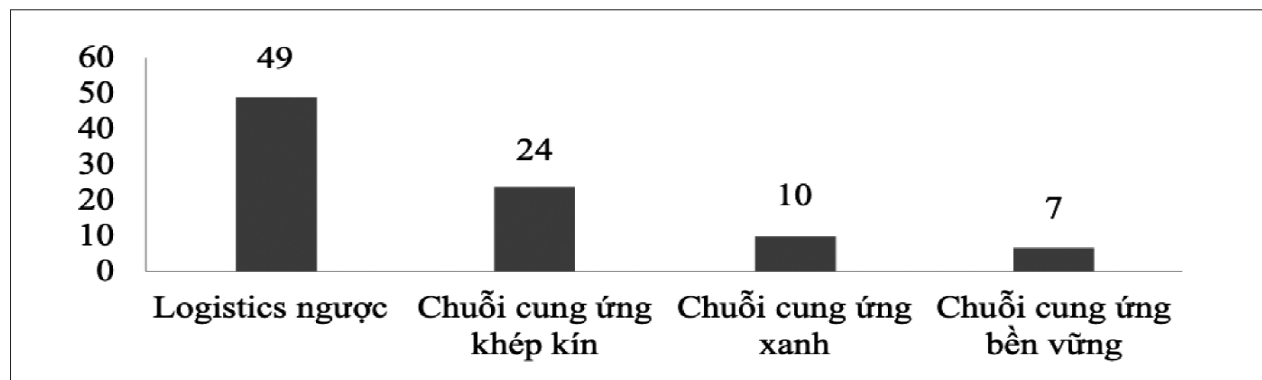
Mặc dù có thể phân định các tài liệu nghiên cứu theo các lĩnh vực khác nhau, tuy nhiên logistics ngược lại có mối quan hệ chặt chẽ với chuỗi cung ứng khép kín, chuỗi cung ứng xanh và chuỗi cung ứng bền vững. Bởi thực chất logistics ngược là một phần của chuỗi cung ứng khép kín, do đó việc phát huy hiệu quả logistics ngược sẽ góp phần đạt được mục tiêu của chuỗi cung ứng khép kín, đáp ứng được các yêu cầu của chuỗi cung ứng xanh vì góp phần bảo vệ môi trường, giải quyết được các vấn đề xã hội để đạt được một chuỗi cung ứng bền vững.

3.3. Các khía cạnh lợi ích của logistics ngược

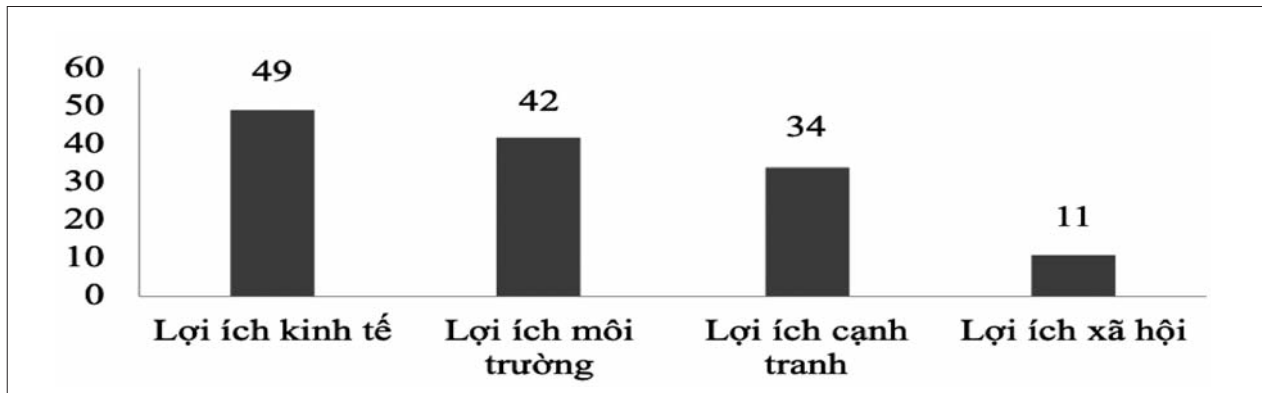
Dựa vào nội dung các tài liệu công bố về logistics ngược cho thấy các tác giả đã tiếp cận logistics ngược theo nhiều khía cạnh lợi ích khác nhau (Hình 3). Theo đó, với 49 tài liệu đề cập trực tiếp đến lĩnh vực logistics ngược được công bố thì có 11 tài liệu đề cập đồng thời đến lợi ích kinh tế, môi trường, cạnh tranh và xã hội, 34 tài liệu đề cập đến lợi ích kinh tế, môi trường, cạnh tranh, 42 tài liệu đề cập đến lợi ích kinh tế, môi trường, và cả 49 tài liệu đề cập đến lợi ích kinh tế của logistics ngược.

Khía cạnh lợi ích kinh tế và môi trường được các tác giả quan tâm nhiều nhất, trong đó khía cạnh lợi ích kinh tế đề cập đến việc tăng lợi nhuận hoặc doanh thu và giảm chi phí thông qua việc quản lý logistics ngược. Khía cạnh lợi ích môi trường đề cập

Hình 2: Phân phối tài liệu theo lĩnh vực



Hình 3: Các khía cạnh lợi ích của logistics ngược



đến việc giảm tác động môi trường, giảm lượng chất thải do xử lý không phù hợp.

Một khía cạnh lợi ích khác liên quan đến phạm vi xã hội bao gồm tạo ra việc làm và tăng thu nhập cho người dân từ các hoạt động của logistics ngược. Cuối cùng là khía cạnh cạnh tranh liên quan đến sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh thông qua thực thi logistics ngược để cải thiện hình ảnh và danh tiếng của doanh nghiệp. Về những lợi ích được nhận thức thông qua việc áp dụng các hoạt động logistics ngược, các nghiên cứu chỉ ra rằng hoạt động logistics ngược có thể kết tinh trong các khía cạnh kinh tế, môi trường, xã hội và cạnh tranh.

Điều này chứng tỏ nhận thức lợi ích của logistics ngược được các tác giả đưa ra tương ứng với những gì mà tác giả Tibben-Lembke (1998) đề cập đến trong nghiên cứu của mình. Sự vượt trội của phương pháp tiếp cận với những lợi ích của logistics ngược trong các khía cạnh kinh tế và môi trường được thể hiện qua các hoạt động tìm kiếm lợi nhuận và đảm bảo yêu cầu pháp lý liên quan đến các vấn đề môi

trường của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, khía cạnh kinh tế có sự phức tạp hơn bởi liên quan đến các chi phí phát sinh từ hoạt động logistics ngược trong việc so sánh với sự cải thiện doanh thu do thực thi logistics ngược của doanh nghiệp.

Các chi phí phát sinh từ hoạt động logistics ngược có thể kể đến bao gồm lao động, kho chứa hàng trả lại, máy móc và thiết bị, nước, năng lượng và các chi phí khác phát sinh trong quá trình xử lý các sản phẩm trả lại từ khách hàng. Do đó, phần lớn các tác giả nghiên cứu đều nhận định cần thiết phải thực hiện các nghiên cứu chuyên sâu trong phạm vi tài chính của logistics ngược của các doanh nghiệp bán lẻ mới có thể xác định được khả năng tạo ra lợi ích kinh tế của logistics ngược.

3.4. Logistics ngược theo các giai đoạn trong chuỗi cung ứng

Dựa trên tài liệu được công bố, logistics ngược theo các giai đoạn tiếp cận được thể hiện tại Bảng 2. Kết quả cho thấy phần lớn các nghiên cứu tập trung tiếp cận nhiều hơn đối với logistics ngược

Bảng 2. Logistics ngược theo các giai đoạn tiếp cận

TT	Giai đoạn tiếp cận	Số lượng tài liệu
1	Logistics ngược trong một chuỗi tổng thể nói chung	21
2	Logistics ngược từ khách hàng tiêu dùng đến nhà bán lẻ	16
3	Logistics ngược từ nhà sản xuất đến nhà cung ứng cấp đầu vào	3
4	Logistics ngược từ nhà bán lẻ đến nhà bán sỉ/nhà sản xuất	2
5	Logistics ngược từ nhà bán sỉ đến nhà cung cấp/nhà sản xuất	0

Nguồn: Tổng hợp từ tài liệu nghiên cứu

trong một chuỗi tổng thể xuất từ khách hàng tiêu dùng ngược dần về nhà cung cấp. Trong khi đó, có ít nghiên cứu chuyên sâu theo từng giai đoạn trong chuỗi logistics ngược, chẳng hạn như logistics ngược trong giai đoạn từ khách hàng tiêu dùng đến nhà bán lẻ; Giai đoạn từ nhà bán lẻ đến nhà bán sỉ/nhà cung cấp/nhà sản xuất; Giai đoạn từ nhà bán sỉ đến nhà cung cấp/nhà sản xuất; Giai đoạn từ nhà sản xuất đến nhà cung ứng nguyên vật liệu đầu vào. Nghiên cứu này cho thấy việc xem xét riêng hoạt động logistics ngược trong mỗi giai đoạn sẽ cho phép giải quyết vấn đề logistics ngược một cách cụ thể, chi tiết và điều này sẽ làm cho khả năng thực thi tốt hơn.

4. Hàm ý nghiên cứu

Thông qua việc nghiên cứu tổng quan cho thấy logistics ngược đã được đề cập và giải quyết từ nhiều tác giả trên thế giới về mặt lý luận và thực tiễn. Bên cạnh đó, các khía cạnh liên quan đến logistics ngược cũng được nghiên cứu, đó là chuỗi cung ứng khép kín (bao hàm cả logistics xuôi và logistics ngược trong một chu trình khép kín), chuỗi cung ứng xanh và chuỗi cung ứng bền vững. Qua quá trình nghiên cứu tổng quan này, tác giả cho thấy đây là một vấn đề rộng thu hút nhiều sự chú ý của các nhà nghiên cứu trong suốt nhiều năm qua. Tuy nhiên vẫn còn những khoảng trống cần được nghiên cứu giải quyết trong logistics ngược, đây cũng chính là cơ hội cho hướng nghiên cứu tiếp theo trong lĩnh vực này bao gồm:

Thứ nhất, hoạt động logistics ngược có điểm xuất phát từ khách hàng tiêu dùng cuối cùng với nhiều lý do trả lại sản phẩm cho nhà bán lẻ, điều này dẫn tới nhà bán lẻ thường xuyên phải đối mặt với các quyết định trong logistics ngược. Gắn liền với nhà bán lẻ trong chuỗi ngược đó là các đối tượng liên quan trực tiếp và gián tiếp bao gồm nhà bán sỉ, nhà cung cấp, nhà sản xuất. Các đối tượng này tác động lẫn nhau trong quá trình giải quyết các vấn đề liên quan đến logistics ngược.

Do đó, việc xem xét hoạt động logistics ngược cho từng đối tượng nghiên cứu là nhà bán sỉ, nhà cung cấp, nhà sản xuất cũng được xem là những hướng nghiên cứu có thể thực hiện để làm sáng tỏ các câu hỏi đặt ra như: Hoạt động logistics ngược bao gồm những hoạt động cụ thể nào? Làm thế nào để đánh giá khả năng thực thi logistics ngược của

nhà bán lẻ, nhà bán sỉ, nhà cung cấp, hoặc nhà sản xuất trong quá trình hoạt động.

Thứ hai, kết quả nghiên cứu tổng quan cũng cho thấy chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm đề cập đồng thời cả môi trường bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến hoạt động logistics ngược của doanh nghiệp. Theo đó, câu hỏi đặt ra là các nhân tố thuộc môi trường bên trong và môi trường bên ngoài, gồm những nhân tố gì và chúng có mối quan hệ như thế nào với thực thi logistics ngược và kết quả kinh tế của doanh nghiệp. Điều này cũng mở ra một hướng nghiên cứu tiếp theo trong lĩnh vực này.

Thứ ba, các nghiên cứu đã được công bố trước đây liên quan đến logistics ngược đã giải quyết nhiều vấn đề rộng lớn đứng trên quan điểm của hoạt động sản xuất như hoạt động sản xuất xanh, sản xuất thân thiện với môi trường và sản xuất bền vững. Tuy nhiên, vẫn còn ít nghiên cứu logistics ngược tiếp cận cụ thể dưới quan điểm marketing.

Tác giả cho rằng thực chất của hoạt động logistics ngược là hướng tới đáp ứng, thỏa mãn các yêu cầu ràng buộc của các bên hữu quan như cơ quan chính phủ, nhà cung cấp, khách hàng và đối thủ cạnh tranh. Suy cho cùng cũng là làm cho khách hàng tin tưởng, hài lòng đối với hoạt động logistics ngược của doanh nghiệp, từ đó thu hút khách hàng mua hàng nhiều hơn, làm cho khách hàng trung thành với các sản phẩm mà doanh nghiệp cung cấp. Do đó, câu hỏi mà tác giả đặt ra ở đây là: Dưới quan điểm marketing thì nhân tố cụ thể nào có khả năng ảnh hưởng đến thực thi logistics ngược các doanh nghiệp.

Cuối cùng, các nghiên cứu về logistics ngược được tìm thấy nhiều ở các quốc gia nước ngoài, nhưng ít được thực hiện tại thị trường Việt Nam. Nghiên cứu này cho thấy trong xu thế hội nhập sâu rộng với thế giới, với thị trường có sức hút nhiều đối tác kinh doanh trong và ngoài nước, hoạt động kinh doanh ngày càng trở nên sôi động, đặc biệt là trong lĩnh vực kinh doanh bán lẻ hàng điện tử, như: Điện thoại di động, máy ảnh, máy vi tính, ti vi, tủ lạnh, máy giặt, và nhiều các loại mặt hàng điện tử khác.

Do đó, hoạt động logistics ngược tại Việt Nam cần được quan tâm để phát triển hơn nữa trong môi trường cạnh tranh mang tính toàn cầu. Đây là một hướng mở cho việc nghiên cứu chuyên sâu về lĩnh

vực logistics ngược tại thị trường Việt Nam trong thời gian tới, đặc biệt với doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng điện tử đang trong xu hướng ngày càng phát triển và hội nhập quốc tế.

5. Kết luận

Vậy, thông qua việc tập hợp, đánh giá một cách có hệ thống, nghiên cứu này đã sử dụng 90 các tài liệu trong giai đoạn từ năm 2008 đến năm 2019 để đưa vào phân tích nhằm làm rõ tổng quan về logistics ngược. Kết quả cho thấy logistics ngược đã nhận được sự quan tâm của nhiều tác giả trên thế giới, do đó nhiều vấn đề về logistics ngược đã được giải quyết trong suốt thời gian qua. Sự lớn mạnh của logistics ngược gắn liền với sự phát triển của chuỗi cung ứng khép kín, chuỗi cung ứng xanh và chuỗi cung ứng bền vững.

Logistics ngược được khai thác không chỉ đáp ứng yêu cầu về vấn đề bảo vệ môi trường, mà qua đó doanh nghiệp đã có sự thay đổi rõ nét về mặt nhận thức trong việc tìm kiếm lợi ích kinh tế thông qua thực thi logistics ngược. Nhiều tác giả đã chỉ ra rằng, việc triển khai logistics ngược một cách có hiệu quả cần có các giải pháp cụ thể trong các hoạt động thu gom, tái chế, tái sản xuất, cũng như xử lý phế thải. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao được lợi nhuận, giảm chi phí quản lý cũng như chi phí tồn kho, cải thiện được sự hài lòng của khách hàng cũng như gia tăng hình ảnh của doanh nghiệp trên thị trường.

Logistics ngược được xem là một nội dung quan trọng trong chuỗi cung ứng khép kín, do đó doanh nghiệp muốn thực thi logistics ngược đạt kết quả cao đòi hỏi phải xem xét logistics ngược trong một chuỗi cung ứng khép kín. Bên cạnh đó,

doanh nghiệp cũng cần quan tâm đến chuỗi cung ứng xanh vì hướng tới mục tiêu về môi trường. Ngoài ra, logistics ngược sẽ phát huy được hiệu quả tốt hơn trong sự xem xét với chuỗi cung ứng bền vững.

Nghiên cứu kỳ vọng góp phần giúp các doanh nghiệp nhận thức sâu sắc hơn vai trò của logistics ngược trong hoạt động kinh doanh của mình, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp bán lẻ. Bởi các doanh nghiệp này thường xuyên đối mặt với các quyết định logistics ngược do nhu cầu trả lại sản phẩm ngày càng tăng của người tiêu dùng với nhiều lý do khác nhau. Nghiên cứu cũng mạnh dạn đề xuất một số hướng nghiên cứu tiếp theo.

Các nhà nghiên cứu có thể tiếp cận, khám phá logistics ngược của mỗi giai đoạn trong chuỗi tổng thể xuất từ khách hàng tiêu dùng ngược dần về nhà cung cấp. Chẳng hạn như logistics ngược trong giai đoạn từ khách hàng tiêu dùng đến nhà bán lẻ, giai đoạn từ nhà bán lẻ đến nhà bán sỉ/ nhà cung cấp/ nhà sản xuất, giai đoạn từ nhà bán sỉ đến nhà cung cấp/nhà sản xuất, giai đoạn từ nhà sản xuất đến nhà cung ứng nguyên vật liệu đầu vào.

Bên cạnh đó, các nhà nghiên cứu có thể tìm hiểu chuyên sâu hoạt động logistics ngược của nhà bán lẻ, nhà bán sỉ, nhà sản xuất, hoặc nhà cung cấp các yếu tố đầu vào. Ngoài ra, có thể tiếp cận các quan điểm marketing trong việc phát triển nghiên cứu logistics ngược. Nhóm tác giả thực hiện bài viết này cũng kỳ vọng ngày càng có nhiều công trình nghiên cứu về logistics ngược tại thị trường quốc gia Việt Nam vì điều này là cần thiết trong xu thế hội nhập sâu rộng với nền kinh tế toàn cầu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Agrawal, S., Singh, R. K., & Murtaza, Q. (2015). A literature review and perspectives in reverse logistics. *Resources, Conservation and Recycling*, 97, 76-92.
2. Akçalý, E., & Çetinkaya, S. (2011). Quantitative models for inventory and production planning in closed-loop supply chains. *International Journal of Production Research*, 49(8), 2373-2407.
3. Akçalý, E., Çetinkaya, S., & Çster, H. (2009). Network design for reverse and closed-loop supply chains: An annotated bibliography of models and solution approaches. *Networks*, 53(3), 231-248, <https://doi.org/10.1002/net.20267>

4. Carrasco-Gallego, R., Ponce-Cueto, E., & Dekker, R. (2012). Closed-loop supply chains of reusable articles: a typology grounded on case studies. *International Journal of Production Research*, 50(19):1-15.
5. Chan, H. K., Yin, S., & Chan, F. T. S. (2010). Implementing just-in-time philosophy to reverse logistics systems: A review. *International Journal of Production Research*, 48(21), 6293-6313.
6. Chanintrakul, P., Coronado Mondragon, A. E., Lalwani, C., & Wong, C. Y. (2009). Reverse logistics network design: A state-of-the-art literature review. *International Journal of Business Performance and Supply Chain Modelling*, 1(1), 61-81.
7. Dias, K. T. S., Braga, S. S., Silva, D., & Satolo, E. G. (2016). Reverse Logistics for Return Management in Retail: A Systematic Literature Review from 2007 to 2016. In J. Mula, R. Barbastefano, M. Díaz-Madroño, & R. Poler (Eds.), *New Global Perspectives on Industrial Engineering and Management* (pp. 145-153). https://doi.org/10.1007/978-3-319-93488-4_17
8. Govindan, K., Soleimani, H., & Kannan, D. (2015). Reverse logistics and closed-loop supply chain: A comprehensive review to explore the future. *European Journal of Operational Research*, 240(3), 603-626.
9. Guiltinan, J. P., & Nwokoye, N. G. (1975). Developing Distribution Channels and Systems in the Emerging Recycling Industries. *International Journal of Physical Distribution*, 6(1), 28-38.
10. Gupta, S., & Palsule-Desai, O. D. (2011). Sustainable supply chain management: Review and research opportunities. *IIMB Management Review*, 23(4), 234-245. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2011.09.002>
11. Ilgin, M. A., & Gupta, S. M. (2010). Environmentally conscious manufacturing and product recovery (ECMPRO): A review of the state of the art. *Journal of Environmental Management*, 91(3), 563-591.
12. Jayant, A., Gupta, P., & Garg, S. K. (2012). Perspectives in reverse supply chain management (R-SCM): A state of the art literature review. *Jordan Journal of Mechanical & Industrial Engineering*, 6(1), 87-102.
13. Kubota, F. I., Ferenhof, H. A., Ferreira, M. G. G., Forcellini, F. A., & Miguel, P. A. C. (2013). Desenvolvimento de Plataforma de Produto e Modularidade: Uma análise bibliométrica. *TPA - Teoria e Prática em Administração*, 3(2), 44-69.
14. Lambert, D. M., & Stock, J. R. (1981). *Strategic Physical Distribution Management*. Hollywood: Irwin.
15. Pokharel, S., & Mutha, A. (2009). Perspectives in reverse logistics: A review. *Resources, Conservation and Recycling*, 53(4), 175-182.
16. Rogers, D. S., & Tibben-Lembke, R. S. (1999). *Going backwards: Reverse Logistics trends and practices*. RLEC Press, Pittsburgh, PA.
17. Rubio, S., Chamorro, A., & Miranda, F. J. (2008). Characteristics of the research on reverse logistics (1995-2005). *International Journal of Production Research*, 46(4), 1099-1120.
18. Sasikumar, P., & Kannan, G. (2008a). Issues in reverse supply chains, part I: End-of-life product recovery and inventory management - an overview. *International Journal of Sustainable Engineering*, 1(3), 154-172.
19. Sasikumar, P., & Kannan, G. (2008b). Issues in reverse supply chains, part II: Reverse distribution issues - an overview. *International Journal of Sustainable Engineering*, 1(4), 234-249.
20. Sasikumar, P., & Kannan, G. (2009). Issues in reverse supply chain, part III: Classification and simple analysis. *International Journal of Sustainable Engineering*, 2(1), 2-27.
21. Srivastava, S. K. (2007). Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 53-80.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN HUY TUÂN

Trường Đại học Duy Tân

2. LÊ TẤN BỬU

Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

AN OVERVIEW ON REVERSE LOGISTICS

● **NGUYEN HUY TUAN**

Duy Tan University

● **LE TAN BUU**

University of Economics Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This literature review is to study reverse logistics by systematically reviewing published documents, focusing on analyzing the characteristics of reviews and the main contents of previous studies on the reverse logistics. This literature reviews also proposes some implications for the gap as well as directions for further researches on the reverse logistics.

This literature review finds that the implementation of the reverse logistics is not only help businesses meet requirements of environmental protection but also gain other economic benefits. The reverse logistics would bring greater benefits when it is exploited along with closed supply chains, green supply chains and sustainable supply chains.

Keywords: Reverse logistics, sustainable supply chain, closed supply chain, green supply chain.

BÁN HÀNG RONG TẠI THÀNH PHỐ TRÀ VINH: VÀI NÉT ĐẶC TRƯNG VỀ NHÓM KINH TẾ - XÃ HỘI PHI CHÍNH THỨC

● TRẦN THẠCH THẢO

TÓM TẮT:

Những người bán hàng rong từ nông thôn di cư theo sự phát triển của đô thị hóa đã góp phần tạo nên một thị trường lao động phi chính thức đầy sôi động tại TP. Trà Vinh. Một mặt, bán hàng rong giúp việc mua bán hàng hóa của người dân thành thị trở nên dễ dàng và thuận tiện hơn. Mặt khác, đây cũng là nguồn mưu sinh của một bộ phận người dân nông thôn, dân nghèo trên địa bàn thành phố.

Bài viết nhằm làm sáng tỏ các đặc điểm tâm lý - xã hội, công tác quản lý, cũng như nguyện vọng của những người hàng bán rong về vấn đề cấm bán hàng rong, nhìn từ khía cạnh văn hóa, pháp lý.

Từ khóa: Bán hàng rong, đô thị hóa, di cư, đặc điểm tâm lý - xã hội, nguyện vọng.

1. Giới thiệu

Trên thế giới, các nước châu Á nói chung và tại Việt Nam nói riêng, hiện tượng bán hàng rong được Chính phủ các nước đưa vào quy hoạch từ những năm cuối thế kỷ XX và được đánh giá cao đối với sự đóng góp vào nền kinh tế của đất nước. Tuy nhiên, loại hình kinh tế này đã để lại không ít những khó khăn về tình hình kinh tế - xã hội của chính quốc gia đó. (Hội thảo quốc tế 1000 năm Thăng Long - Hà Nội, 2010, tr.739).

Ở Việt Nam, trong 10 năm đầu của thế kỷ XXI, cùng tiến trình công nghiệp hóa đất nước, hiện tượng người dân từ nông thôn ra đô thị tìm việc làm không hề giảm. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê (2019), tỷ lệ thiếu việc làm của lao động trong độ tuổi ở khu vực thành thị là 0,60%, ở khu vực

nông thôn là 1,53%. Di cư lao động từ nông thôn ra thành phố là một thực tế khó tránh khỏi, khi công việc thuần nông không còn đảm bảo được cuộc sống. Trong khi đó, ở các đô thị lớn, sự phát triển đa dạng ngành nghề và nhu cầu về dịch vụ xã hội đã không ngừng thu hút lao động ngoài tỉnh.

Bán hàng rong đã giải quyết việc làm cũng như đảm bảo nguồn mưu sinh cho nhiều gia đình. Song, công việc này cũng gây không ít khó khăn cho việc quản lý đô thị, an ninh - xã hội trên địa bàn, như: lấn chiếm lòng, lề đường; ô nhiễm môi trường và mất mỹ quan đô thị. TP. Trà Vinh là trung tâm kinh tế phát triển nhất của tỉnh Trà Vinh, có sức hút lớn đối với người lao động từ nông thôn lên thành thị mưu sinh, trong đó, một lượng khá lớn làm công việc bán hàng rong.

. Chỉ thị số 15-CT/TU ngày 21/12/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về việc kiểm tra giải tỏa, chỉnh trang lập lại trật tự vỉa hè, với tổng số lượt bán hàng rong là 1.843 trường hợp. Trong đó, địa điểm tập trung chủ yếu tại các cổng trường học, cổng bệnh viện, các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, các tuyến đường đông dân cư, khu chung cư.

Ngày 12/3/2019, Ủy ban Nhân dân TP. Trà Vinh tiếp tục ban hành Thông báo số 26/TB-UBND ngày 20/3/2019 về việc di dời các hộ bán vé số trên tuyến đường Phạm Thái Bường, khu vực xung quanh Hội Liên hiệp hữu nghị, khu vực cổng công viên Phường 1. Không những vậy, TP. Trà Vinh cũng đẩy mạnh công tác giải tỏa, chỉnh trang lập lại trật tự vỉa hè, trật tự an toàn giao thông, vệ sinh môi trường, trên các tuyến đường trong nội ô thành phố. Tuy nhiên, báo cáo giữa nhiệm kỳ năm 2019, kết quả đã phát hiện 3.127 lượt vi phạm trật tự vỉa hè, tăng 1.284 lượt. Đây là một thực trạng cần có sự quan tâm nghiên cứu để đưa ra các giải pháp quản lý, đồng thời cần có cách tiếp cận đặc trưng, cũng như nắm bắt được nguyện vọng của những người bán hàng rong.

2. Vài nét đặc trưng về nhóm kinh tế - xã hội phi chính thức

Bán hàng rong bao gồm: những người bán hàng trên vỉa hè và những người bán hàng lưu động. Họ có thể bán hàng từ những nơi cố định hoặc di chuyển xung quanh thành phố. Một số sử dụng xe đẩy hoặc xe đạp như là phương tiện vận tải, còn những người khác chỉ đơn giản là bố trí hàng hóa của họ trên vỉa hè. Bán hàng rong có thể là bán cả ngày, bán theo buổi, hoặc theo mùa. Đa phần những người bán hàng rong là những lao động nghèo, muốn kiếm thêm thu nhập, theo xu hướng bán hàng tiện lợi hoặc muốn làm việc tự do, không cần đóng thuế.

Kết quả khảo sát cho thấy, những người bán hàng rong vừa không có giấy phép, vừa phải đương đầu với việc hạn chế chuyển lên một vị trí xã hội cao hơn và có ít khả năng mở rộng kinh doanh. Điều quan trọng cần lưu ý là nhiều học giả coi việc bán hàng rong như một hiện tượng sẽ biến mất trong quá trình hiện đại hóa, khi có sự xuất hiện của các siêu thị và trung tâm mua sắm.

Bán hàng rong được giải nghĩa trong phạm vi “phi chính thức” ở nghiên cứu của Sharit K

Bhowmik (2005), Emil Shrestha (2019) và nhiều học giả khác. Thuật ngữ này đã nhanh chóng được thông qua bởi các ngành khác nhau, đặc biệt là khu vực phát triển và được mô tả như “một nghề quan trọng đối với dân nghèo đô thị ở các nước đang phát triển” (Kusakabe, 2006). Tuy nhiên, vấn đề chính của thuật ngữ “phi chính thức” là thiếu một định nghĩa rõ ràng.

“Phi chính thức” đồng nghĩa với “không chính thức”. Khái niệm “không chính thức” đó là việc bỏ qua sự chính thức, thiếu dạng thức hành chính. Các nhà nghiên cứu về khái niệm cho rằng, nền kinh tế không chính thức không tồn tại trong bất kỳ ý nghĩa thực nghiệm nào, mà tồn tại là việc làm không được đăng ký chính thức. Ví dụ, ở TP. Trà Vinh, những người bán hàng rong tự tổ chức bằng cách thiết lập các mối quan hệ xã hội lâu dài và phát triển các công việc hằng ngày, như họ biết chỗ nào có thể nghỉ ngơi ăn trưa được, chỗ nào có nhà vệ sinh, khi nào an toàn để có thể bán hàng tại một địa điểm nhất định.

3. Tình hình thực tế của những người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh

Nghiên cứu của chúng tôi (Bộ môn Quản lý nhà nước, Khoa Quản lý nhà nước - Quản trị văn phòng và Du lịch, Trường Đại học Trà Vinh) trên 328 khách thể - là người bán hàng rong, được khảo sát ngẫu nhiên tại các khu vực chủ yếu, như: cổng các trường học, cổng các bệnh viện, các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại và trên các tuyến đường đông dân cư, chung cư.

Khi được hỏi, họ phản ứng như thế nào khi quản lý đô thị nhắc nhở, có nhiều đáp án khác nhau nhưng chủ yếu là “chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó vẫn bày bán bình thường” (64,1%), “chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó di dời sang địa điểm khác” (18,7%), “chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị và ngưng bán” (14,1%), có 3,1% những người sẵn sàng phản ứng và chống đối.

Từ khảo sát, có thể nhận định rằng, những người bán hàng rong cũng thường phải ứng biến và thay đổi cung cách làm ăn nếu cần thiết (Bảng 1).

Thời điểm bán hàng của những người bán hàng rong bao gồm: buổi sáng, chiều, tối và cả ngày.

Bảng 1. Phản ứng của người bán hàng rong với quản lý đô thị

Anh/chị thường phản ứng như thế nào khi quản lý đô thị nhắc nhở?	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
a. Phản ứng và chống đối	09	7.8
b. Chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị và ngưng bán	12	10.3
c. Chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó vẫn bày bán bình thường	85	73.3
d. Chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó di dời sang địa điểm khác trên địa bàn thành phố	10	8.6

Nguồn: Câu hỏi khảo sát số 11, 2019

Buổi sáng, họ tập trung đông nhất tại khu vực các chợ, các tuyến đường, trường học, lần lượt với 77 phiếu (chiếm 66,4 %/khu vực chợ), 29 phiếu (chiếm 54,3 %/ khu vực tuyến đường) và 30 phiếu (chiếm 56,6%/ khu vực trường học). Buổi chiều, tập trung đông nhất là khu vực trước cổng các bệnh viện, với 25 phiếu (chiếm 51%/khu vực bệnh viện) và đông nhất vào buổi tối là khu vực siêu thị, trung tâm thương mại, với 29 phiếu (chiếm 69%/khu vực). Tỷ lệ trung bình của các khu vực cho thấy, người bán hàng rong tập trung đông nhất là buổi sáng với tỷ lệ 45,1%, tiếp đến là buổi chiều chiếm 30,5 %, còn lại là buổi tối 13,1%. Tỷ lệ người bán hàng rong cả ngày ở các khu vực rất thấp, chiếm 13,1%. Từ đó cho thấy, họ dựa vào từng thời điểm để có thể bán hàng thuận lợi nhất (Bảng 2).

Ở Bảng 3, có sự phân bố đa dạng về thâm niên bán hàng. Trong đó, thâm niên từ 2 - 3 năm có số phiếu nhiều nhất - với 116 phiếu (chiếm 35,4 %), thâm niên từ 3 - 5 năm là 86 phiếu - chiếm tỷ lệ 26,2 %. Còn lại, với 69 phiếu - chiếm 21%, có thâm niên trên 5 năm.

Những người bán hàng rong là giới tính nữ, chiếm tỷ lệ vượt trội hơn so với nam (tỷ lệ 90,9 % so với 9,1%). Từ đây, có thể thấy bán hàng rong là công việc được nhiều phụ nữ lựa chọn vì dễ kiếm thu nhập cho gia đình (Bảng 4).

Bảng 3. Phân bố về thâm niên bán hàng của người bán hàng rong

Nhóm thâm niên	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
Dưới 1 năm	57	17,4
Từ 2 đến 3 năm	116	35,4
Từ 3 đến 5 năm	86	26,2
Trên 5 năm	69	21,0

Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

Bảng 4. Cơ cấu giới tính của người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh

Giới tính	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
Nữ	298	90,9
Nam	30	9,1
Tổng cộng	328	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

Khi được hỏi tại sao lựa chọn công việc này, kết quả gồm 4 nhóm lý do: Đây là nghề chính của gia đình, Theo xu hướng bán hàng tiện lợi, Muốn kiếm thêm thu nhập và Công việc tự do, không cần đóng thuế.

Bảng 2. Phân bố thời điểm của những người bán hàng rong tại các khu vực

Thời điểm	Trường học	Bệnh viện	Các chợ	Siêu thị	Tuyến đường	Tỷ lệ (%)
Buổi sáng	30	09	77	03	29	45,1
Buổi chiều	21	25	24	09	21	30,5
Buổi tối	01	07	03	29	03	13,1
Cả ngày	01	10	13	01	12	11,3

Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

Từ số liệu tại 328 phiếu, lý do nghề chính của gia đình chiếm tỷ lệ cao nhất với 125 phiếu (38,1%), cao thứ hai là theo xu hướng bán hàng tiện lợi với 118 phiếu (chiếm 36,0%). Lý do muốn kiếm thêm thu nhập chiếm tỷ lệ tương đối với 69 phiếu (chiếm 21,0%) và lý do là công việc tự do, không cần đóng thuế có tỷ lệ thấp nhất, với 16 phiếu (chiếm 4,9 %) (Bảng 5).

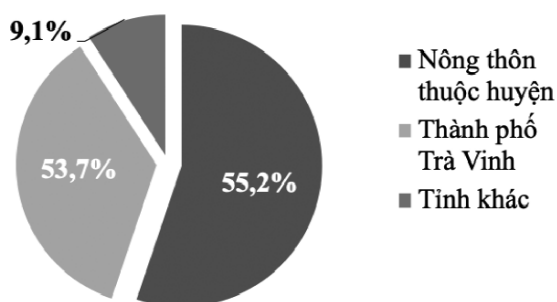
Bảng 5. Lý do của những người bán hàng rong khi chọn công việc

Nhóm lý do	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
Nghề chính của gia đình	125	38,1
Theo xu hướng bán hàng tiện lợi	118	36,0
Muốn kiếm thêm thu nhập	69	21,0
Là công việc tự do, không cần đóng thuế	16	4,9

Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

Tỷ lệ người bán hàng từ nông thôn thuộc huyện trong tỉnh chiếm tỷ lệ cao nhất với 181 khách thể (chiếm 55,2%). Một bộ phận người bán hàng rong đã di cư từ tỉnh khác đến, tuy nhiên tỷ lệ không cao với 30 khách thể (chiếm 9,1%). Còn lại, 35,7% là những người có quê quán tại TP. Trà Vinh. (Biểu đồ 1)

Biểu đồ 1: Quê quán người bán hàng rong



Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

Tùy từng khu vực, những người bán hàng rong có thể có mức thu nhập khác nhau. Chẳng hạn, khu vực chợ đem lại mức thu nhập chiếm tỷ lệ cao nhất. Cụ thể: trong khoảng từ 500 nghìn - dưới 1 triệu/tháng (chiếm 56,9%), từ 1 triệu - 1,5 triệu/tháng - chiếm 35,3%. Chỉ có 5,2% số người bán hàng kiếm được ở mức dưới 500.000

đồng/tháng và 3,4% mức lợi nhuận từ con số khác.

4. Khuyến nghị cho công tác quản lý đối với người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh

Thực tế nghiên cứu cho thấy, bán hàng rong đã trở thành vấn đề cần được đặc biệt quan tâm không chỉ riêng đối với công tác quản lý đô thị. Đã có nhiều đề xuất liên quan đến công tác quản lý đối với người bán hàng rong, nhưng các đề xuất tổng hợp về quản lý và hỗ trợ nguyện vọng của họ thì chưa được quan tâm sâu sắc. Qua khảo sát 13 khách thể - là các chuyên gia trong lĩnh vực quản lý nhà nước về vấn đề này, các ý kiến cho rằng:

Một là, thừa nhận bán hàng rong là một nghề mang lại lợi ích cho người tham gia và cho xã hội. Do đó, chính quyền địa phương cần phải có những chủ trương, chính sách, quy định phù hợp để định hướng phát triển nghề.

Hai là, Nhà nước và chính quyền địa phương cần ban hành văn bản pháp luật rõ ràng, cụ thể để hướng dẫn đối với hoạt động bán hàng rong phi chính thức nhưng vẫn duy trì đời sống người dân.

Ba là, hình thành các khu mua bán hàng rong để tạo điều kiện thuận lợi cho người bán hàng cũng như cơ quan quản lý dễ dàng hơn.

Bốn là, tổ chức lại hoạt động bán hàng rong một cách trật tự, văn minh và lịch sự, bằng cách đăng ký ngành nghề, quản lý có hệ thống.

Trên đây là những đề xuất góp phần tạo nền tảng nghiên cứu cho công tác quản lý và hỗ trợ đối với người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh nói chung và các đô thị tại Việt Nam nói riêng, có điểm khởi đầu hữu ích để phân tích sâu hơn.

5. Kết luận

Nhìn chung, những người bán hàng rong ở TP. Trà Vinh nói riêng và tại các đô thị khác trong cả nước nói chung, không chỉ cần được mô tả như những người lao động ở khu vực phi chính thức hay những người từ nông thôn hoặc di cư từ tỉnh khác ra thành thị. Họ đã trở thành một bộ phận không thể thiếu của nền kinh tế đô thị ở khắp mọi nơi trên toàn cầu. Bài viết mô tả cơ bản những đặc điểm, đặt họ vào vị trí trung tâm và nghiên cứu thêm nguyện vọng của họ.

Với sự kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu, đặc biệt là khảo sát thực tế, đã giúp nhìn nhận cuộc sống của những người bán hàng rong từ góc nhìn của người trong cuộc và phân tích các hoạt động hàng ngày của họ một cách toàn diện hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ban Thường vụ Tỉnh ủy TP. Trà Vinh (2016), *Chỉ thị 15-CT/TU ngày 21/12/2016 về việc kiểm tra giải tỏa, chỉnh trang lập lại trật tự vỉa hè.*
2. UBND Tp. Hà Nội (2010), *Hội thảo quốc tế 1000 năm Thăng Long - Hà Nội*, tr.739.
3. Lisa Barthelmes (2014), Những người bán hàng rong tại Hà Nội, *Tạp chí Dân tộc học*, số 3, tr.51.
4. Nguyễn Quốc Nghi, Bùi Văn Trịnh (2011), Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của những người dân tộc thiểu số ở đồng bằng sông Cửu Long, *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, 28a, 240 - 250.
5. Sharit K Bhowmik (2005), *Street vendors in Asia: A review*, Economic and Political Weekly May 28-June 4, pp 2256-2264.
6. Rosemary Black (2016), *Sampling Singapore street fare at Whole foods*, Daily News.
7. Ar. Manoj Panwar, Vikas Garg (2015), *Issues and challenges faced by vendors on urban streets: A case of sonipat city, India*, DCR University of Science & Technology.
8. Emil Shrestha (2019), *Street Vendors in Kathmandu*.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN THẠCH THẢO

**Bộ môn Quản lý nhà nước, Khoa Quản lý nhà nước - Quản trị văn phòng và Du lịch,
Đại học Trà Vinh**

**STREET VENDING ACTIVITIES AT TRA VINH CITY:
CHARACTERISTICS OF STREET VENDORS
- AN INFORMAL SOCIO-ECONOMIC GROUP**

● Master. **TRAN THACH THAO**

Department of State Administration

Faculty of State Administration, Office Administration and Tourism

Tra Vinh University

ABSTRACT:

Street vendors who migrate from rural areas to urban areas amid increasing urbanization have contributed to the urban informal labor market of cities including Tra Vinh City. Street vending activities make buying and selling goods of the urban people easy and convenient and these businesses are the income source of the rural people as well as the poor in the city. This article aims to shed light on the psycho-social characteristics of street vendors, street vending management and aspirations of street vendors on the issue of banning street vendors from cultural and legal perspectives.

Keywords: Street vending, urbanization, migration, psycho-social characteristics, aspiration.

TÍNH CẤP BÁCH CỦA CÁC GIẢI PHÁP KINH TẾ HẬU COVID-19 TẠI VIỆT NAM

● TRẦN THỊ BÍCH DUNG - TRẦN BÁ THỌ

TÓM TẮT:

Kinh tế được xem là một trong những lĩnh vực nhạy cảm trước tác động từ những biến cố bên ngoài - như chiến tranh, thiên tai, dịch bệnh... SARS-CoV-2 là đại dịch đang diễn ra khắp các quốc gia trên toàn thế giới, điều này chẳng những làm thiệt hại về nhân mạng, mà còn làm cho nền kinh tế toàn cầu bị đình trệ - công ăn việc làm giảm sút nghiêm trọng, tỷ lệ thất nghiệp tăng cao, thu nhập của người lao động sụt giảm. Vấn đề quan trọng đặt ra cho lãnh đạo các nước lúc này là phải nhanh chóng ngăn chặn và dập tắt dịch bệnh, đồng thời đề ra các giải pháp vĩ mô, vi mô để phục hồi nền kinh tế khi dịch bệnh được đẩy lùi.

Từ khóa: Covid-19, hậu quả Covid, giải pháp kinh tế.

1. Đặt vấn đề

Đại dịch SARS-CoV-2 - còn gọi là đại dịch Covid-19, là một thảm họa của nhân loại. Nó chẳng những gây tổn thất lớn về nhân mạng mà còn làm cho nền kinh tế - xã hội bị đình trệ, đời sống người dân ngày càng thêm khó khăn.

Trước tình hình này, Chính phủ các nước nói chung và Việt Nam nói riêng đang nỗ lực dập dịch bệnh, đồng thời chuẩn bị các phương án kích thích, phục hồi kinh tế khi đại dịch qua đi. Vì vậy, tác giả đã lựa chọn và nghiên cứu đề tài “Tính cấp bách của việc kích thích kinh tế tại Việt Nam do ảnh hưởng đại dịch SARS Cov-2” là hết sức thiết thực. Bài viết dựa vào số liệu thống kê về tình hình tăng trưởng kinh tế của Việt Nam cũng như sử dụng các phương pháp thống kê, tổng hợp, phân tích đánh giá để thực hiện.

2. Tình hình kinh tế thế giới do ảnh hưởng đại dịch SARS-CoV-2

2.1. Trên thế giới

Nhiều tổ chức quốc tế đã có những phân tích, đánh giá tác động của đại dịch Covid-19 và xây dựng các kịch bản tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2020. Theo City Research (công bố 7/4/2020), kinh tế thế giới sẽ suy thoái tăng trưởng -2,3% năm 2020 (so với mức tăng trưởng 2,6% năm 2019, suy thoái hơn mức -1,7% năm 2009). Trong đó, tăng trưởng GDP của Trung Quốc chỉ khoảng 2,4% (so với mức tăng 6,1% năm 2019), của Hoa Kỳ -2,6% (so với mức tăng 2,3% năm 2019), của Nhật Bản -1,9% (so với mức tăng 0,7% năm 2019), còn khu vực đồng tiền chung châu Âu thậm chí suy thoái -8,4% (so với mức tăng 1,2% năm 2019).

Về tình hình lạm phát, tổng cầu, giá dầu và năng lượng giảm mạnh, nên dù nhiều nước tuy đã kích thích kinh tế, giá thực phẩm và dịch vụ y tế tăng, nhưng lạm phát toàn cầu vẫn còn ở mức khá thấp, khoảng 2,2% (so với mức 2,5% năm 2019). Dự báo tăng trưởng này sẽ còn thay đổi tùy thuộc vào 3 yếu tố: Thứ nhất là, khả năng kiểm soát dịch bệnh của mỗi quốc gia; Thứ hai là, hiệu quả của các chính sách kích thích kinh tế; Thứ ba là, hiệu quả hợp tác quốc tế trong công tác phòng chống đại dịch Covid-19.

Về tình trạng thất nghiệp, theo tổ chức Lao động Quốc tế cảnh báo, gần 25 triệu người buộc phải nghỉ việc nếu dịch bệnh Covid-19 không được kiểm soát. Cắt giảm việc làm đã xảy ra khắp các quốc gia từ châu Á đến châu Âu và nặng nề nhất là Hoa Kỳ. Điều này cho thấy, đây là cuộc suy thoái thời bình sâu nhất kể từ những năm 1930, khi các nền kinh tế thế giới bị đóng băng để chiến đấu với đại dịch.

2.2. Tại Việt Nam

Cùng với Chính phủ các nước, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã thực hiện quyết liệt các biện pháp ngăn chặn dịch bệnh, như: cách ly xã hội, đóng cửa biên giới, hạn chế đi lại giữa các địa phương, không tập trung đông người, thu hẹp sản xuất của những ngành không thiết yếu, ... Các biện pháp này đã ảnh hưởng đến một số lĩnh vực và tác động đến nhiều ngành sản xuất.

Có thể kể đến, với lĩnh vực nông, lâm, thủy sản gặp khó khăn trong việc xuất khẩu hàng hóa và nhập khẩu phụ trợ nông nghiệp. Đối với lĩnh vực công nghiệp và xây dựng, các ngành sản xuất với chuỗi cung ứng bị gián đoạn, các ngành xây dựng bị giảm sút do bất động sản gặp khó khăn. Lĩnh vực dịch vụ du lịch bị đóng băng. Lĩnh vực tài chính - ngân hàng - bảo hiểm cũng bị tác động gián tiếp. Lĩnh vực kinh doanh bất động sản bị tác động nặng nề do khách hàng ngưng giao dịch. Lĩnh vực dịch vụ y tế bị tác động hai chiều, nhưng tác động tiêu cực nhiều hơn. Giáo dục đào tạo cũng là lĩnh vực bị tác động lớn từ đại dịch này, vì tất cả các trường đóng cửa, ngừng hoạt động.

Hậu quả của những tác động trên làm cho nền kinh tế bị đình trệ, thu nhập của doanh nghiệp và người lao động bị ảnh hưởng nghiêm trọng, đời sống của người dân khó khăn hơn, tiêu dùng của xã hội bị sụt giảm. Bên cạnh đó, đầu tư của các doanh nghiệp cũng bị tác động đáng kể khi phải thu hẹp quy mô sản xuất hoặc dừng hoạt động, một số doanh nghiệp có nguy cơ phá sản.

Về tình hình xuất nhập khẩu, do dịch Covid-19 lây lan mạnh ở các nước đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam - như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, EU và Hoa Kỳ, đã làm ảnh hưởng không nhỏ đến kim ngạch xuất, nhập khẩu của nhiều mặt hàng. Giá trị kim ngạch xuất, nhập khẩu quý I/2020 giảm 0,7% so với cùng kỳ năm trước. Đó là những nguyên nhân dẫn đến tổng cầu của nền kinh tế sụt giảm, tăng trưởng GDP quý I/2020 chỉ đạt 3,82% so với cùng kỳ năm trước (quý I/2019 đạt 6,79% so với cùng kỳ năm trước) (Hình 1)

3. Các giải pháp kinh tế tại Việt Nam

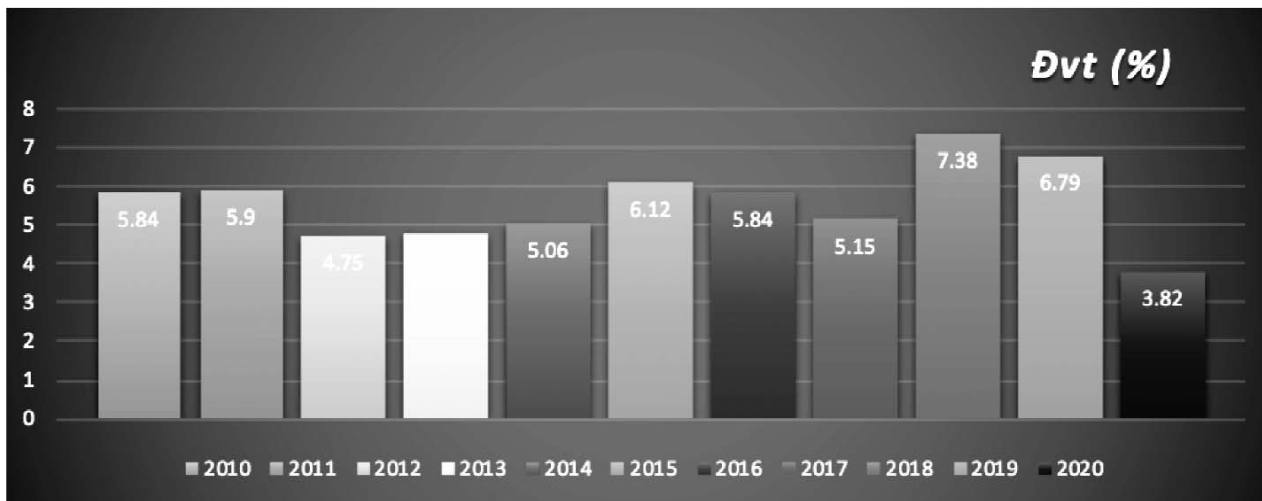
3.1. Cấp độ vĩ mô

Ưu tiên hàng đầu của Việt Nam hiện nay là duy trì sự thành công và có hiệu quả trong công tác ngăn chặn dịch bệnh lây lan trong cộng đồng. Tuy nhiên, Chính phủ cũng cần chú trọng đến việc phục hồi các hoạt động về kinh tế - xã hội. Khi dịch bệnh được kiểm soát chặt chẽ, lãnh đạo chính phủ sẽ từng bước nới lỏng các biện pháp ngăn chặn dịch bệnh, đây là thời điểm chuyển sang giai đoạn mới - sống chung an toàn với Covid-19, nhưng tuyệt đối không chủ quan.

** Về các giải pháp kinh tế ngắn hạn.*

Mục tiêu đặt ra là cần khắc phục khó khăn của các lĩnh vực, các ngành sản xuất kinh doanh, đồng thời vẫn đảm bảo an sinh xã hội, phòng chống dịch Covid-19 nhằm chuẩn bị tốt mọi điều kiện để tạo đà phát triển trong thời gian tới. “Phải biến nguy thành cơ, biến bại thành thắng và chúng ta hiểu rằng như một cái lò xo bị nén, cần chuẩn bị tốt để bật ra mạnh mẽ trong thời gian tới” - Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc nhấn mạnh trong phiên họp thường kỳ tháng 2/2020, ngày 3/3/2020. Trên tinh thần đó, Chính phủ đã ban hành một số gói hỗ trợ có hiệu lực ngay như:

Hình 1: Đồ thị tăng trưởng GDP quý I từ năm 2010-2020



Nguồn: Tổng cục Thống kê

- Gói hỗ trợ tín dụng 250.000 tỷ đồng: Các tổ chức tín dụng sẽ tiết giảm chi phí để dành 250.000 tỷ đồng cho khách hàng vay với lãi suất ưu đãi giảm từ 0,5% - 1,5% /năm. Những doanh nghiệp, hộ kinh doanh bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 được xem xét cho vay mới nhằm khôi phục lại hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- Gói hỗ trợ tài chính được Bộ Tài chính đề xuất với Chính phủ tăng lên 180.000 tỷ đồng với nội dung là: gia hạn nộp thuế, tiền thuê đất cho một số ngành, lĩnh vực chịu ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19.

- Gói hỗ trợ an sinh xã hội 62.000 tỷ đồng: Là biện pháp hỗ trợ cho người dân gặp khó khăn do đại dịch Covid-19. Theo đó, khoảng 20 triệu người - bao gồm 7 nhóm đối tượng bị ảnh hưởng bởi đại dịch, sẽ được thụ hưởng gói hỗ trợ an sinh xã hội với kinh phí hơn 62.000 tỷ đồng.

** Về dài hạn*

Theo Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR), có 3 kịch bản kinh tế có thể xảy ra đối với kinh tế Việt Nam năm 2020.

- Kịch bản 1: Dịch Covid-19 tại Việt Nam được khống chế hoàn toàn vào giữa tháng 5 và hoạt động kinh tế dần trở lại bình thường.

- Kịch bản 2: Dịch Covid-19 trong nước kéo dài và chỉ được khống chế hoàn toàn vào nửa sau quý 3/2020. Trong thời gian này, thế giới tiếp tục

các biện pháp giãn cách xã hội do sự tái phát của bệnh dịch ở nhiều trung tâm kinh tế tài chính quan trọng. Các hoạt động kinh tế trên thế giới chỉ dần trở lại bình thường bắt đầu vào cuối quý 3/2020.

- Kịch bản 3: Dịch Covid-19 trong nước kéo dài và chỉ được khống chế hoàn toàn vào nửa sau quý 4/2020. Trong thời gian này, thế giới tiếp tục các biện pháp giãn cách xã hội do sự tái phát của bệnh dịch ở nhiều trung tâm kinh tế tài chính quan trọng. Các hoạt động kinh tế trên thế giới chỉ dần trở lại bình thường bắt đầu vào cuối quý 4/2020.

Cho dù là kịch bản nào đi chăng nữa, trong thời kỳ hậu Covid-19, ở Việt Nam, sự phục hồi hoàn toàn của nhiều ngành có quan hệ thương mại với nước ngoài - như hàng không, du lịch hay thời trang xuất khẩu - sẽ bị ảnh hưởng nặng nề và kéo dài. Thời gian tới, Việt Nam cần xây dựng các chính sách ứng phó khác nhau đối với các cấp độ về bệnh dịch. Nói chung, phải tạo điều kiện tốt nhất cho các doanh nghiệp, các ngành trở lại hoạt động bình thường như thời kỳ trước khi có dịch. Đứng ở góc độ vĩ mô, Chính phủ có thể sử dụng các công cụ kinh tế - như chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ, chính sách ngoại thương - để khôi phục dần nền kinh tế theo tình hình dịch bệnh trong nước và trên thế giới.

Trong trường hợp trong nước và thế giới khống chế và kiểm soát tốt dịch bệnh, Chính phủ và các cấp, các ngành đẩy nhanh các biện pháp phục hồi kinh tế, tạo đà tăng trưởng kinh tế cao. Ngoài ra, thông qua thực tiễn, Chính phủ cũng cần từng bước xây dựng những vùng đệm chính sách kinh tế vĩ mô - như vùng đệm nguồn vốn, vùng đệm tài khóa - để phòng chống những cú sốc kinh tế giống như đại dịch Covid-19. Không những vậy, cũng cần đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu, tránh phụ thuộc hoàn toàn vào thị trường châu Âu, Mỹ, Nhật Bản hay Trung Quốc.

3.2. Cấp độ vi mô

Ngoài các giải pháp của Chính phủ, bản thân các doanh nghiệp, các ngành cũng cần có tâm thế chủ động khắc phục khó khăn, đa dạng hóa thị trường đầu ra cũng như nguồn cung ứng đầu vào, giảm bớt sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

Một số giải pháp cụ thể của các doanh nghiệp:

- Những doanh nghiệp và tập đoàn lớn không thuộc các ngành bị ảnh hưởng trực tiếp của dịch Covid-19 nên tận dụng thời gian này để cải thiện bộ máy, nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, chờ thị trường khởi sắc trở lại.

- Đối với các doanh nghiệp bị tác động trực tiếp của dịch bệnh phải cắt giảm chi phí, đặc biệt là chi phí tiền lương của nhân viên. Có nhiều phương án được sử dụng như: cắt giảm giờ làm nhưng giữ nguyên số lượng nhân viên, cho nhân viên nghỉ xoay ca, làm việc tại nhà và trao đổi qua online, chỉ bắt đắc dĩ mới cho nghỉ hẳn một số bộ phận.

- Tìm hướng đi mới, sản phẩm mới. Các doanh nghiệp cần uyển chuyển thay đổi mô hình kinh doanh để phục vụ nhu cầu phát sinh trong mùa dịch hoặc tận dụng thời gian này để xây dựng hình ảnh thương hiệu.

- Triển khai các dự án, công việc quan trọng nhưng chưa được thực hiện. Nhiều doanh nghiệp tận dụng thời gian này để xúc tiến những công việc còn tồn đọng hay chưa triển khai vì thiếu thời gian và nguồn lực.

4. Kết luận

Dịch bệnh nói chung và đại dịch Covid-19 nói riêng là một trong những thảm họa đối với loài người. Nó gây tổn thất về nhân mạng, thiệt hại về kinh tế, bất ổn về xã hội, khiến cuộc sống bị đảo lộn,... Việt Nam cũng như các quốc gia trên thế giới đang nỗ lực ngăn chặn sự lây lan cũng như khống chế dịch bệnh.

Bên cạnh đó, Chính phủ các nước cũng không quên nhiệm vụ phục hồi và phát triển kinh tế. Khi tình hình dịch bệnh được kiểm soát chặt chẽ, Chính phủ các nước sẽ từng bước nới lỏng các biện pháp phong tỏa, cách ly xã hội, đồng thời ban hành các giải pháp kinh tế nhằm giảm thiểu những thiệt hại, tháo gỡ những khó khăn cho các đối tượng bị ảnh hưởng trực tiếp bởi dịch bệnh.

Song, việc nghiên cứu ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến kinh tế - xã hội và các giải pháp kinh tế của Chính phủ hậu Covid-19 là một vấn đề lớn mang tính cấp bách, đòi hỏi phải nghiên cứu sâu hơn cho từng vấn đề cụ thể ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020), *Nghị quyết phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 2 năm 2020, 10/3/2020.*
2. Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020), *Nghị quyết phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 3 năm 2020, 9/4/2020.*
3. Chính phủ Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020), *Nghị quyết về các biện pháp hỗ trợ người dân gặp khó khăn do đại dịch Covid-19, 9/4/2020.*
4. Lê Hiệp (2020), Toàn cảnh 3 giai đoạn dịch Covid-19 tại Việt Nam, <https://thanhnien.vn/thoi-su/toan-can-h-3-giai-doan-dich-covid-19-tai-viet-nam-1207707.html>, 8/4/2020.

5. Cấn Văn Lực và Nhóm tác giả Viện Đào tạo và Nghiên cứu BIDV (2020), Đại dịch Covid-19 tác động mạnh đến ngành kinh tế nào của Việt Nam? <http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/15243-dai-dich-covid-19-tac-dong-manh-den-nganh-kinh-te-nao-cua-viet-nam>, 13/4/2020.

6. Gia Thành (2020), Ba kịch bản kinh tế Việt Nam 2020 hậu Covid-19. <https://baoquocte.vn/ba-kich-ban-kinh-te-viet-nam-2020-hau-covid-19-113564.html>, 13/4/2020.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. TRẦN THỊ BÍCH DUNG

Trường Đại học Văn Lang

2. ThS. TRẦN BÁ THỌ

Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh

THE URGENCY OF SOLUTIONS FOR VIETNAM'S ECONOMY AFTER THE COVID-19 PANDEMIC

● Master. **TRAN THI BICH DUNG**

Van Lang University

● Master. **TRAN BA THO TRUONG**

University of Economics Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

The economy is sensitively affected by external events such as wars, natural disasters and pandemics. The ongoing Covid-19 pandemic which is spreading in many countries in the world not only has claimed many lives but has greatly hindered the economic growth of many countries. Due to the Covid-19 pandemic, the unemployment situation has worsened while the income of labourers has fallen. The urgent issue for the leaders of countries is to quickly tackle the Covid-19 pandemic as well as support the economic growth with macro and micro economic solutions.

Keywords: Covid-19, impacts of the Covid-19 pandemic, economic solutions.

TĂNG CƯỜNG THU HÚT FDI VÀO TỈNH NGHỆ AN TRONG THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

● TRẦN THỊ HOÀNG MAI - NGUYỄN HỮU TRƯỜNG

TÓM TẮT:

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế của tỉnh Nghệ An. Bằng những đổi mới trong chính sách thu hút đầu tư, Nghệ An đã có những thành công nhất định trong thu hút và sử dụng nguồn vốn FDI để phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Tuy nhiên, dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tới sự đổi thay mạnh mẽ của nền kinh tế, những bất cập trong thu hút FDI đã ngày càng bộc lộ rõ nét. Bài viết này đề cập tới thực trạng thu hút FDI vào Nghệ An, cùng những giải pháp đề xuất nhằm đẩy mạnh khả năng thu hút nguồn vốn này trong thời gian tới.

Từ khóa: Đầu tư, đầu tư trực tiếp nước ngoài, rào cản, tỉnh Nghệ An.

1. Đặt vấn đề

Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, tạo ra những thay đổi trong xu hướng đầu tư của các quốc gia. Các nước tiếp nhận vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã có những đổi mới trong chính sách thu hút nhằm hướng nguồn vốn FDI vào những lĩnh vực công nghệ cao, thân thiện với môi trường và tiêu thụ ít năng lượng, phát triển và sử dụng năng lượng sạch và năng lượng tái tạo. Đây cũng là hướng đi của Việt Nam nói chung và tỉnh Nghệ An nói riêng, nhằm phát triển nguồn vốn FDI một cách bền vững, đảm bảo về chất lượng và hiệu quả sử dụng vốn, từ đó thúc đẩy kinh tế phát triển ổn định.

Cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) dựa trên nền tảng công nghệ số và tích hợp các công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương thức sản xuất, đem lại những cơ hội và tạo ra

không ít thách thức với việc thu hút FDI của tỉnh Nghệ An. Bên cạnh khả năng thu hút loại hình đầu tư FDI có định hướng xuất khẩu giá trị gia tăng nhiều hơn thì những rào cản trong thu hút FDI thời gian tới cũng dần bộc lộ rõ, nhất là những rào cản về pháp lý, chính sách ưu đãi, thủ tục hành chính, nguồn nhân lực trình độ cao. Việc tìm kiếm các giải pháp tháo gỡ những khó khăn, bất cập này là cần thiết giúp Nghệ An duy trì và nâng cao hiệu quả thu hút, sử dụng nguồn vốn này, phục vụ tốt hơn cho nhu cầu phát triển của địa phương.

2. Thực trạng thu hút nguồn vốn FDI vào tỉnh Nghệ An

Nghệ An là tỉnh nằm ở Bắc miền Trung, phía Đông giáp biển, phía Tây giáp nước Lào với 400 km đường biên giới, phía Nam giáp tỉnh Hà Tĩnh, phía Bắc giáp tỉnh Thanh Hóa. Vị trí địa lý và điều

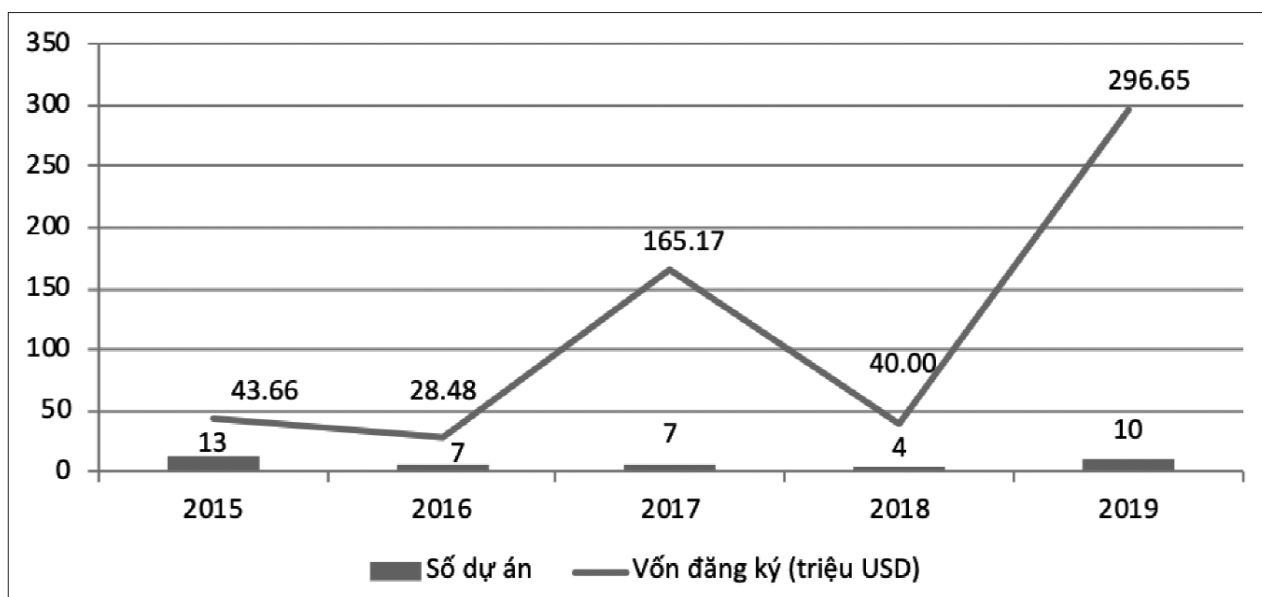
kiện tự nhiên đem lại cho Nghệ An nhiều lợi thế trong thu hút đầu tư FDI vào một số lĩnh vực như phát triển nông nghiệp công nghệ cao, du lịch khám phá, nghỉ dưỡng với nhiều điểm đến hấp dẫn, nhiều di sản văn hóa phi vật thể có giá trị. Bên cạnh đó, Nghệ An cũng có những hạn chế trong thu hút FDI như vị trí địa lý nằm xa các cực tăng trưởng của đất nước, sản xuất nông nghiệp và chế biến nông sản chủ yếu vẫn theo phương thức sản xuất nhỏ, manh mún với kinh tế hộ gia đình; tài nguyên khoáng sản tuy đa dạng nhưng trữ lượng nhỏ, phân tán (ngoại trừ đá xây dựng có trữ lượng lớn), công nghệ lạc hậu. Mặc dù Tỉnh có nguồn lao động dồi dào, giá rẻ, nhưng lao động có trình độ cao còn ít.

Với quan điểm tạo môi trường đầu tư tốt nhất cho các nhà đầu tư nước ngoài vào Nghệ An, tỉnh đã ban hành nhiều chính sách ưu đãi, khuyến khích... nhằm thu hút đầu tư như ưu đãi về phí san lấp mặt bằng, ưu đãi về giá thuê đất và miễn giảm tiền thuê đất, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế xuất, nhập khẩu, hỗ trợ về đào tạo lao động, cải cách mạnh mẽ thủ tục hành chính để tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất cho các dự án triển khai và đi vào hoạt động. Sau 10 kỳ tổ chức hội nghị gặp mặt các nhà đầu tư, từ năm 2009-2019, Nghệ

An đã thu hút được 1.094 dự án với tổng số vốn đăng ký 285.120 tỷ đồng; trong đó có 62 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài. Chỉ tính riêng trong năm 2018, tỉnh Nghệ An đã cấp mới giấy chứng nhận đăng ký đầu tư cho 114 dự án với tổng số vốn đăng ký 9.120 tỷ đồng. Trong đó, có 9 dự án FDI với tổng vốn đăng ký là 73,37 triệu USD¹. Năm 2019, Nghệ An đã cấp mới cho 9 dự án đầu tư nước ngoài FDI với tổng số vốn đầu tư đăng ký là 251,31 triệu USD. Một số dự án FDI lớn hoạt động hiệu quả, như: Liên doanh Mía đường Nghệ An Tate & Lyle (Anh); Nhà máy Sản xuất linh kiện điện tử BSE (Hàn Quốc), Nhà máy Sản xuất loa điện thoại di động Emtech (Hàn Quốc), Nhà máy Chế biến thức ăn thủy sản Royal Food (Thái-Lan), Nhà máy May NAMSUNG VINA - Hàn Quốc (cụm công nghiệp Tháp - Hồng - Kỳ, Diễn Châu), Dự án đầu tư KCN WHA Hemaraj 1 - Nghệ An của WHA Hemaraj Land And Development (SG) PTE.LTD, Thái Lan. (Hình 1)

Các dự án FDI đầu tư trên địa bàn chủ yếu là đầu tư vào lĩnh vực may mặc xuất khẩu, sản xuất linh kiện điện tử, công nghiệp chế biến, cơ khí, chế tạo... Mặc dù số doanh nghiệp FDI đầu tư vào Nghệ An chưa nhiều và thời gian đầu tư chưa lâu, nhưng các doanh nghiệp FDI đã đóng góp quan trọng

Hình 1: Số dự án FDI đầu tư vào tỉnh Nghệ An giai đoạn 2016 - 2019



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Nghệ An

trong thay đổi cơ cấu kinh tế của tỉnh theo hướng công nghiệp, giải quyết việc làm, thúc đẩy xuất khẩu, đóng góp vào ngân sách nhà nước... Trong đó, tổng kim ngạch xuất khẩu hằng năm của các doanh nghiệp FDI đạt trên 300 triệu USD, chiếm 20% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả tỉnh². Năm 2018, các doanh nghiệp FDI trên địa bàn tỉnh đã có khoảng gần 26.560 lao động, đóng góp vào ngân sách nhà nước khoảng 10,0 triệu USD³.

Bên cạnh những kết quả đạt được đó, hoạt động thu hút FDI vào tỉnh Nghệ An vẫn còn những bất cập. Đáng chú ý là các dự án FDI phần lớn tập

trung vào những lĩnh vực sử dụng nhiều lao động nhưng chủ yếu là lao động phổ thông, có trình độ thấp, sử dụng công nghệ trung bình, thiếu các dự án lớn đầu tư với công nghệ sạch, công nghệ cao (Bảng 1). Tính lan tỏa của FDI ở Nghệ An chưa lớn, các dự án còn lợi dụng về tài nguyên, hiệu quả sử dụng đất chưa cao, giá trị gia tăng thấp. Sức thu hút và tính phổ biến của thị trường Nghệ An đối với các nhà đầu tư nước ngoài vẫn còn thấp, nguồn vốn FDI chủ yếu là từ các nước châu Á (khoảng 80% cả về số lượng và số vốn), trong đó Hàn Quốc và Singapore là các đối tác hàng đầu.

Bảng 1. Top 10 dự án FDI có quy mô vốn lớn nhất ở tỉnh Nghệ An, giai đoạn 2016-2019

TT	Tên dự án	Chủ đầu tư	Vốn đầu tư đăng ký (Triệu USD)	Số GCNĐKĐT
1	Dự án Vinhtex	Công ty Royal Pagoda Private Limited (Singapore)	200	6516239144 ngày 22/2/2019
2	Dự án đầu tư KCN WHA Hemaraj 1- Nghệ An	WHA Hemaraj Land And Development (SG) PTE.LTD	92,2	6536650686 ngày 18/2/2017
3	Nhà máy Sản xuất Container nhà ở	Công ty CP Tập đoàn TKV Group (Hàn Quốc)	36,216	834238504 ngày 5/11/2017
4	Nhà máy Xử lý rác thải sinh hoạt và công nghiệp tại Khu liên hợp xử lý chất thải rắn Nghi Yên	Công ty CP Jet (Nhật Bản)	30	6504135563 ngày 16/2/2017
5	Dự án Nhà máy Thức ăn chăn nuôi CP Nghệ An	Công ty CP Chăn nuôi CP Việt Nam	24	3275117031 ngày 27/10/2016
6	Nhà máy Sản xuất viên nén sinh khối Biomass Fuel Việt Nam	Công ty TNHH Biomass Fuel Việt Nam	20	4360474694 ngày 30/01/2018
7	Dự án tiện ích hạ tầng WHAUP Nghệ An	(1) WHAUP (SG) 2 PTE. LTD., (2) Bà Jareeporn Jarukornsakul, (3) Ông Wisate Chungwatana	10	9814336715 ngày 28/02/2018
8	Nhà máy Sản xuất thức ăn cho gia súc, gia cầm và thủy sản	Công ty TNHH ANT (HN) - Chi nhánh nghệ An	8	3215466038 ngày 28/4/2016
9	Nhà máy Great Longview Việt Nam	GLOBAL WINNER INDUSTRIAL LIMITED (Đài Loan)	6,5	1066455580 ngày 17/06/2019
10	Nhà máy May bao bì công nghiệp Intersack Nghệ An	Công ty TNHH Intersack Việt Nam	6,27	6517760188 ngày 21/02/2018

Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Nghệ An

Thêm vào đó, trên địa bàn Nghệ An còn có gần 20 dự án FDI hoặc đã bị hủy bỏ hoặc triển khai chậm, dở dang, hiệu quả thấp. Cụ thể: một số dự án lớn điển hình đã bị thu hồi như Dự án Sản xuất sắt xộp Kobelco, công suất 2 triệu tấn/năm, vốn đăng ký 1 tỷ USD, quy mô 407.273 m²; Nhà máy Chế biến bột đá siêu mịn (Công ty TNHH Freeland Universal) đăng ký 8 triệu USD trên diện tích đất hơn 6,5 ha... Một số dự án đang dừng hoạt động như dự án trồng rừng nguyên liệu giấy Innogreen (60 triệu USD), liên doanh sản xuất và lắp ráp điện thoại di động Cửa Lò (19,8 triệu USD)... Một số dự án khác hoạt động không hiệu quả và sử dụng công nghệ thấp, gây lãng phí đất đai trong các KCN, như: Nhà máy Bột lửa ga Trung lai, Nhà máy Thú nhồi bông, sản xuất đồ chơi Matrix Vinh, Nhà máy Cột điện ly tâm ở khu công nghiệp Bắc Vinh, Dự án trồng chuối Yên Thành của Công ty TNHH Globe Farm Hàn Quốc ở huyện Yên Thành,...

Để hiện thực hóa các chủ trương đầu tư và khắc phục những tồn tại trong thu hút FDI, tỉnh Nghệ An đã chú trọng đẩy mạnh cải cách hành chính, xem đây là giải pháp then chốt để tháo gỡ những “điểm nghẽn” trong việc giải quyết các thủ tục hành chính phục vụ cho công tác xúc tiến đầu tư. Mặc dù vậy, so với yêu cầu của công cuộc đổi mới, phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh hội nhập, cách mạng công nghiệp 4.0 thì cải cách hành chính vẫn còn chậm, hiệu quả chưa cao. Bên cạnh đó, nguyên nhân của những hạn chế còn do trình độ chuyên môn, ngoại ngữ của nguồn nhân lực nói chung, cán bộ làm công tác xúc tiến đầu tư nói riêng, còn hạn chế. Nhận thức của chính quyền và các doanh nghiệp trong nước về vị trí, vai trò của vốn FDI chưa thật sự đầy đủ và thống nhất. Hệ thống kết cấu hạ tầng, quỹ đất sạch, ngành công nghiệp hỗ trợ còn thiếu và yếu. Năng lực đổi mới sáng tạo, trình độ quản lý của doanh nghiệp và kỹ năng lao động chưa đáp ứng yêu cầu của các nhà đầu tư quốc tế, trong khi chính sách và môi trường đầu tư của tỉnh Nghệ An vẫn chưa thật sự hấp dẫn so với các địa phương khác.

4. Một số giải pháp đề xuất

Bối cảnh thế giới, khu vực và trong nước đang đặt ra những cơ hội và thách thức mới đối với việc

thu hút và sử dụng vốn FDI trong giai đoạn tới. Đặc biệt, với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, sự tăng tốc của tự động hóa trong quá trình sản xuất sẽ làm giảm lực lượng lao động trong ngành chế biến, chế tạo và dịch vụ, làm giảm lợi thế về lao động dồi dào và giá rẻ của Tỉnh. Vì vậy, các giải pháp được khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả thu hút FDI vào Nghệ An trong thời gian tới gồm có:

Một là, xây dựng và hoàn thiện môi trường đầu tư 4.0 theo hướng sửa đổi khung chính sách ưu đãi hiện hành, có chính sách cụ thể để tăng cường kết nối DN FDI và hiệu ứng lan tỏa, tăng cường thu hút đầu tư FDI thế hệ mới ở những ngành sử dụng công nghệ cao, công nghệ mới, thân thiện với môi trường. Nghiên cứu xây dựng một chính sách riêng về thuế, tài chính, ngoại hối để thu hút các đối tác đặc biệt là các nhà đầu tư lớn, có uy tín trên thế giới. Bên cạnh đó, đẩy nhanh việc triển khai đánh giá chỉ số năng lực cạnh tranh các sở, ban, ngành và địa phương (DDCI) tỉnh Nghệ An; đồng thời tích cực rà soát, sửa đổi các quy định về trình tự, thủ tục đầu tư vào tỉnh Nghệ An để giúp DN FDI thuận tiện hơn trong đầu tư, sản xuất. Cải cách thủ tục hành chính cần gắn chặt với nâng cao đạo đức công vụ của cán bộ, công chức, kiên quyết xử lý nghiêm những cán bộ, công chức gây khó khăn cho nhà đầu tư. Thường xuyên đôn đốc triển khai và giải quyết những vướng mắc của nhà đầu tư, đặc biệt là các vướng mắc về hồ sơ, thủ tục, giải phóng mặt bằng.

Hai là, hiện đại hóa công tác xúc tiến đầu tư, xác định lĩnh vực ưu tiên để thực hiện xúc tiến chủ động; nâng cấp, kiện toàn cơ quan xúc tiến đầu tư “thế hệ mới” để điều phối thực hiện chiến lược thu hút FDI trong tình hình mới và có chính sách xúc tiến đầu tư chiến lược ra nước ngoài. Ngày 13/4/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 509/QĐ-TTg, quyết định thành lập Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Nghệ An trên cơ sở hợp nhất Trung tâm Hỗ trợ và Phát triển doanh nghiệp trực thuộc Sở Kế hoạch và Đầu tư, Trung tâm Xúc tiến Thương mại trực thuộc Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến Du lịch trực thuộc Sở Du lịch, Trung tâm Xúc tiến và Hỗ trợ đầu tư tỉnh Nghệ

An trực thuộc UBND tỉnh Nghệ An. Đây là cải cách quan trọng nhằm tinh gọn bộ máy quản lý, tuy nhiên để vận hành hiệu quả cần nhanh chóng sắp xếp, bố trí nhân lực phù hợp với chức năng, nhiệm vụ được giao, sớm đi vào hoạt động ổn định. Tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng các kỹ năng mới nhằm nâng cao năng lực xúc tiến đầu tư cho đội ngũ cán bộ.

Ba là, nâng cấp và mở rộng hệ thống kết cấu hạ tầng phát triển kinh tế - xã hội, chú trọng đầu tư kết nối hạ tầng giao thông, logistics. Đặc biệt, tỉnh cần ưu tiên hoàn thiện các hạ tầng thiết yếu tại Khu kinh tế Đông Nam, các khu công nghiệp tập trung, nhằm tạo động lực thu hút đầu tư. Chủ động khai thác tối đa các nguồn lực để đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, nhất là các nguồn vốn ngoài ngân sách bằng các dự án kêu gọi các nhà đầu tư kinh doanh hạ tầng khu công nghiệp. Đẩy mạnh hợp tác một cách hiệu quả với các nhà đầu tư hạ tầng các khu công nghiệp trên địa bàn như Khu công nghiệp WHA Industrial Zone 1, Khu công nghiệp, đô thị và dịch vụ VSIP Nghệ An,... nhằm tăng cường quảng bá cơ hội hợp tác đầu tư.

Bốn là, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Trong bối cảnh mới của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhu cầu về nguồn nhân lực chuyên môn trong các lĩnh vực công nghiệp điện, điện tử bán dẫn, công nghệ thông tin, ô-tô... ngày càng tăng. Do đó, tỉnh Nghệ An cần tăng cường đầu tư, phát triển các hoạt động giáo dục và đào tạo nhằm

phát triển nguồn nhân lực bảo đảm về quy mô, chất lượng và cơ cấu trình độ, ngành nghề cho việc tiếp nhận nguồn vốn FDI và gắn kết với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Tỉnh cần chú trọng khai thác và phát huy có hiệu quả vai trò của các trường đại học trên địa bàn và lân cận như Trường Đại học Vinh, Trường Đại học Hà Tĩnh, Đại học Huế,... để đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu của các nhà đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, cần tiếp tục đổi mới, nâng cao chất lượng đào tạo của các trường dạy nghề trên địa bàn nhằm hỗ trợ tốt cho việc nâng cao tay nghề của người lao động làm việc tại các khu công nghiệp, khu kinh tế. Phát triển các kênh hỗ trợ và giới thiệu việc làm, tạo lập môi trường làm việc ổn định, có cơ chế, chính sách đãi ngộ hợp lý để thu hút và sử dụng hiệu quả nguồn lực chất lượng cao.

5. Kết luận

Trên cơ sở phân tích những kết quả đạt được và những hạn chế trong thu hút nguồn vốn FDI vào tỉnh Nghệ An thời gian qua, bài viết cung cấp một số giải pháp nhằm khắc phục những hạn chế, bất cập để hoạt động thu hút FDI của tỉnh có hiệu quả cao hơn, tương xứng với tiềm năng, năng lực của địa phương. Việc tăng cường thu hút và nâng cao hiệu quả nguồn vốn FDI trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 đang đặt ra những áp lực lớn cho chính quyền và doanh nghiệp trong tỉnh, đòi hỏi những đổi thay quyết liệt cả về cơ chế, chính sách cho tới những hành động cụ thể trong thực tiễn ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ <https://tuoitrethudo.com.vn/thu-hut-dau-tu-vao-nghe-an-nhieu-nha-dau-tu-lon-gop-mat-d2062998.html>

² <https://nhadautu.vn/nghe-an-tin-hieu-vui-tu-lan-song-fdi-d24335.html>

³ Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Nghệ An, Báo cáo tình hình thực hiện công tác giám sát, đánh giá tổng thể đầu tư năm 2018.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Vương Thị Thảo Bình (2016), *Nghiên cứu đề xuất giải pháp thu hút, sử dụng hiệu quả vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Nghệ An giai đoạn 2013 - 2020, có tính đến 2025*, Đề tài khoa học cấp tỉnh, Nghệ An.

2. Bộ Tài chính (2019), *Báo cáo đánh giá thực trạng hoạt động của doanh nghiệp FDI và chính sách ưu đãi đầu tư hiện nay*.
3. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, *Tình hình doanh nghiệp FDI sau hơn 30 năm mở cửa*, <https://dangkykinhdoanh.gov.vn/>.
4. Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Nghệ An, *Báo cáo tình hình thực hiện công tác giám sát, đánh giá tổng thể đầu tư các năm 2016-2019*.
5. Thanh Hải (2019), *Thu hút đầu tư vào Nghệ An: Nhiều nhà đầu tư lớn góp mặt*, <https://tuoitrethudo.com.vn/thu-hut-dau-tu-vao-nghe-an-nhieu-nha-dau-tu-lon-gop-mat-d2062998.html>, 23/2/2019
6. Sỹ Tân (2019), *Nghệ An: Tín hiệu vui từ làn sóng FDI*, <https://nhadautu.vn/nghe-an-tin-hieu-vui-tu-lan-song-fdi-d24335.html>, 21/6/2019.

Ngày nhận bài: 19/4/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 24/4/2020

Thông tin tác giả:

1. TS. TRẦN THỊ HOÀNG MAI

Khoa Kinh tế - Trường Đại học Vinh

2. ThS. NGUYỄN HỮU TRƯỜNG

Công ty TNHH Deloitte Việt Nam

ATTRACTING MORE FDI IN NGE AN PROVINCE IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

● Ph.D **TRAN THI HOANG MAI**

Faculty of Economics, Vinh University

● Master. **NGUYEN HUU TRUONG**

Deloitte Vietnam Company Limited

ABSTRACT:

Foreign direct investment (FDI) plays an important role in the economic development of Nghe An Province. By reforming its provincial investment attraction policies, Nghe An Province has gained certain achievements in attracting and using FDI for the provincial socio-economic development. However, amid drastic economic changes due to the Industry 4.0, the provincial investment attraction policies have exposed inadequacies in attracting FDI. This article addresses the status quo of Nghe An Province's FDI attraction policies and proposes solutions to help the province attract more FDI in the near future.

Keywords: Investment, foreign direct investment, barrier, Nghe An Province.

TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ VÀ PHẢN ỨNG CHÍNH SÁCH CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM

● PHAN ĐẶNG NGỌC YẾN VÂN

TÓM TẮT:

Trong công cuộc chống dịch bệnh sẽ lộ diện rõ mức độ tương thích giữa biểu hiện bề ngoài và thực chất bên trong của các hình thức tổ chức nhà nước và hệ thống chính trị trên thế giới. Chính sách ở đâu nhân văn và ưu việt hơn thì ở đó sẽ có được sự ổn định chính trị xã hội thực chất và bền vững hơn. Điều này được phản ánh ở mức độ tín nhiệm và tin tưởng mà người dân dành cho Nhà nước ta trong bối cảnh dịch bệnh và khủng hoảng. Bài viết phân tích các tác động của đại dịch Covid-19 đối với nền kinh tế và phản ứng chính sách của Chính phủ Việt Nam.

Từ khóa: Covid-19, đại dịch Covid-19, tác động, nền kinh tế, chính sách, Chính phủ.

1. Đại dịch Covid-19 tác động nghiêm trọng đến toàn cầu

Theo Báo cáo đánh giá sơ bộ của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO): “Covid-19 và thế giới việc làm: Tác động và giải pháp”, cuộc khủng hoảng kinh tế và lao động do dịch Covid-19 gây ra có thể làm tăng thêm 25 triệu người thất nghiệp trên toàn cầu, so với số lượng người thất nghiệp sẵn có là 188 triệu trong năm 2019. Hàng triệu người lao động sẽ phải rơi vào tình trạng thất nghiệp, thiếu việc làm, giảm giờ làm, tiền lương, và rút xuống dưới chuẩn nghèo. Nhóm lao động tự làm ở các nước đang phát triển, vốn thường là tấm đệm giúp làm nhẹ bớt độ xung đột của những tác động do những thay đổi đột ngột mang lại, thì lần này sẽ không còn tác dụng vì những hạn chế di chuyển đối với con người và hàng hóa.

Đại dịch gây ra bởi virus Corona Covid-19 hiện đang là vấn đề được quan tâm hàng đầu với tất cả mọi người, khó có thể đoán được điều gì sẽ xảy ra ở tương lai. Tại Trung Quốc kể từ khi lần đầu công bố về đại dịch Covid-19 đến nay dịch bệnh đã lây lan trên toàn cầu. Không thể phủ nhận một sự thật, Covid-19 đã làm cho nhiều ngành nhiều lĩnh vực trên thế giới trở nên “điều đứng”. Covid-19 là cú sốc bất ngờ, thần tốc và hủy diệt nhất trong lịch sử cận đại. (Bảng 1)

Bảng 1. Covid-19 ở top 10 nền kinh tế lớn nhất (cập nhật 4/2020)

	GDP	Chế biến - chế tạo	Xuất khẩu	Xuất khẩu hàng CB-CT	Số ca ghi nhận nhiễm COVID-19	Số ca ghi nhận chết vì COVID-19
US	24%	16%	8%	8%	216.265	5.132
China	16%	29%	13%	18%	81.589	3.318
Japan	6%	8%	4%	5%	2.384	57
Germany	5%	6%	8%	10%	80.641	962
UK	3%	2%	2%	3%	33.718	2.921
France	3%	2%	3%	4%	56.989	4.032
India	3%	3%	2%	2%	2.032	58
Italy	2%	2%	3%	3%	110.574	13.155
Brazil	2%	1%	1%	1%	7.011	250
Canada	2%	0%	2%	2%	9.731	129
Tỷ trọng/toàn cầu	66%	69%	46%	56%	62%	61%

Nguồn: *Economics in the Time of Covid-19* và <http://www.worldometers.info/coronavirus>

Đến nay, dịch bệnh vẫn chưa được kiểm soát và còn lây lan nhanh, diễn biến phức tạp tại châu Âu, Mỹ và nhiều nước châu Á; tác động tiêu cực đối với mọi hoạt động kinh tế - xã hội toàn cầu và Việt Nam; trong đó, hầu hết các ngành, lĩnh vực kinh tế đều chịu tác động tiêu cực. (Biểu đồ 1)

Hiện tại, đại dịch Covid - 19 tác động tới kinh tế và thương mại thế giới với 4 đặc điểm khác biệt cơ bản như sau: Thứ nhất, tất cả các nền kinh tế đều đồng thời bị tác động bất ngờ theo cách như nhau; Thứ hai, cả phía cung lẫn bên cầu đồng thời bị suy giảm chứ không bị mất cân đối đáng kể so với trước đây; Thứ ba, kinh tế và thương mại sa sút không phải do nguyên nhân trong hệ thống hay mang tính cơ cấu mà do hiệu ứng từ những biện pháp hành chính cần thiết để đối phó đại dịch như phong tỏa, giãn cách hay cách ly xã hội, phong tỏa biên giới quốc gia...; Thứ tư, mức độ toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại và hội nhập quốc tế hiện tại cao hơn trước đây rất nhiều. Tăng trưởng kinh tế thế giới hiện đang giảm tốc và tác động mạnh mẽ đến tổng cầu kinh tế thế giới, tác động kinh tế của cú sốc y tế với đường cong nhiễm dịch khi có và không ngăn chặn dịch bệnh. (Biểu đồ 2)

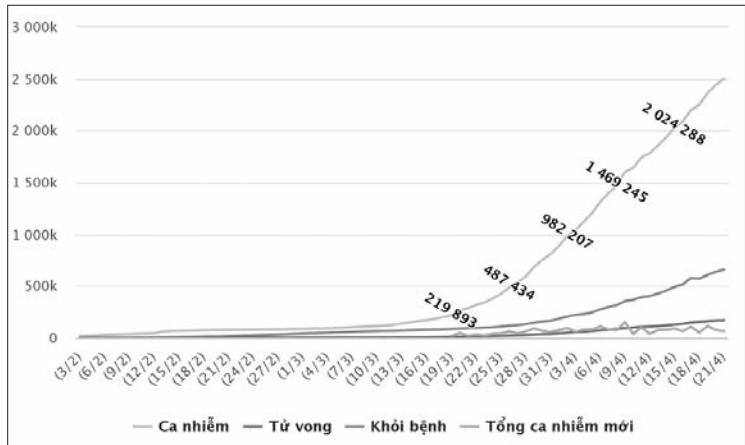
Chính sách ngăn chặn hạ thấp đường cong lây nhiễm nhưng làm sâu thêm đường cong suy thoái. (Biểu đồ 3)

2. Tác động của đại dịch đối với nền kinh tế Việt Nam

Với ba cú sốc song hành, thứ nhất là cú sốc về y tế khi số ca nhiễm và tử vong tăng, số lượng cách ly lớn, trường học phải đóng cửa, đóng cửa biên giới và hạn chế đi lại...; thứ hai, là cú sốc về kinh tế bao gồm bên cầu tiêu dùng, đầu tư và bên cung dự trữ nguyên liệu, chuỗi cung ứng, lao động bị cách ly; thứ ba, là cú sốc về kỳ vọng khi người dân và doanh nghiệp bi quan về triển vọng tương lai, thậm chí có thể dẫn tới đổ vỡ dây chuyền.

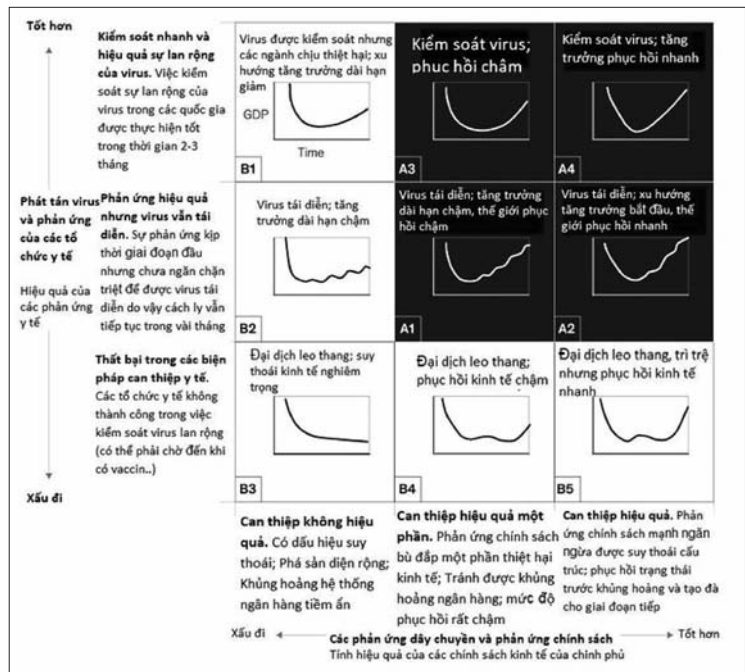
Một số đặc điểm bất lợi và thuận lợi quan trọng của nền kinh tế Việt Nam, theo kịch bản cơ sở của Citi Research (công bố ngày 7/4/2020), kinh tế thế giới sẽ suy thoái, tăng trưởng -2,3% năm 2020 (so

Biểu đồ 1: Cập nhật tình hình dịch Covid-19 trên thế giới (cập nhật 22/4/2020)



Nguồn: <https://plo.vn/quoc-te/chuyen-gia/tuyen-bo-dai-dich-covid19-tac-dong-the-nao-den-kinh-te-896034.html>

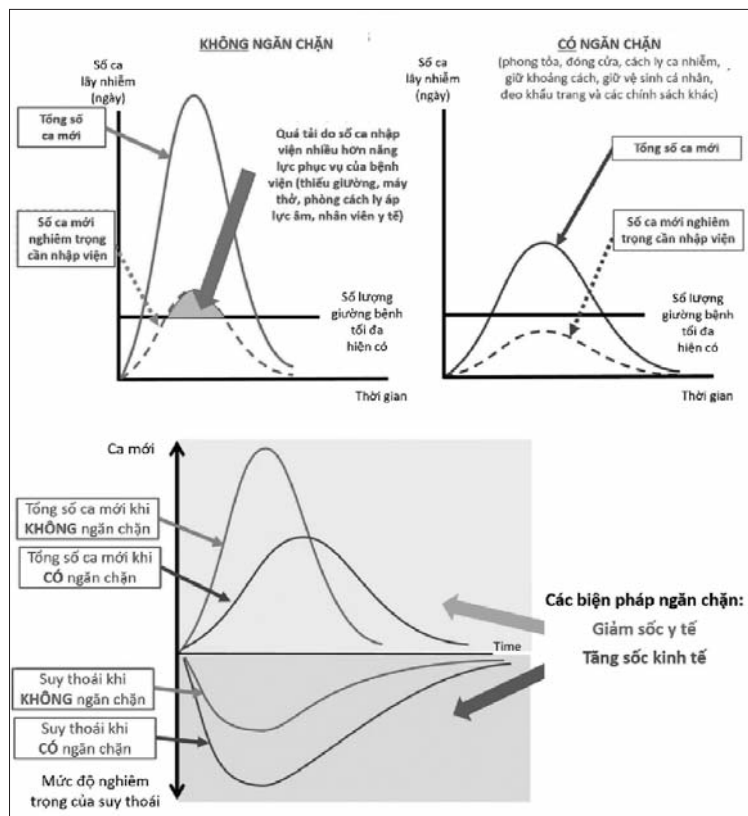
Biểu đồ 2: Tính hiệu quả của các chính sách kinh tế của Chính phủ



Nguồn: Lược dịch từ bài viết "COVID -19: Implications for business" trên McKinsey

với mức tăng trưởng 2,6% năm 2019, suy thoái hơn mức -1,7% năm 2009). Trong đó, tăng trưởng GDP của Trung Quốc chỉ khoảng 2,4% (so với mức tăng 6,1% năm 2019), của Mỹ -2,6% (so với mức tăng 2,3% năm 2019), của Nhật Bản -1,9% (so với mức tăng 0,7% năm 2019) còn khu vực đồng tiền chung châu Âu thậm chí tăng trưởng -8,4% (so với mức tăng trưởng 1,2% năm 2019).

Biểu đồ 3: Các tác động của các biện pháp ngăn chặn, không ngăn chặn



Nguồn: *Mitigating the Covid Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes* (<https://voxeu.org>)

Biểu đồ 4: Tăng trưởng GDP giảm, lạm phát tăng (cập nhật tháng 4/2020)



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Đối với lạm phát, trong bối cảnh tổng cầu, giá dầu và năng lượng giảm mạnh, nên dù nhiều nước kích thích kinh tế, giá thực phẩm và dịch vụ y tế tăng, nhưng lạm phát toàn cầu vẫn ở mức khá thấp, khoảng 2,2% (so với mức 2,5% năm 2019). Kịch bản tăng trưởng này sẽ còn được cập nhật, còn thay

đổi; mức độ như thế nào còn tùy thuộc vào 3 yếu tố: khả năng kiểm soát dịch bệnh của mỗi quốc gia, hiệu quả của các chính sách/gói hỗ trợ, và hiệu quả hợp tác quốc tế (trong phòng chống đại dịch).

Việt Nam là nền kinh tế mở và nhỏ, phụ thuộc nhiều vào nhu cầu từ bên ngoài, ngày càng phụ thuộc vào khu vực FDI. Công nghiệp hỗ trợ yếu, khó khăn khi chuỗi cung ứng đình trệ gián đoạn. Nông nghiệp khó khăn do hạn mặn và thời tiết cực đoan. Cơ chế dẫn truyền chính sách vĩ mô chậm.

Tuy nhiên, trong 3 năm gần đây nền kinh tế nước ta tăng trưởng tương đối ổn định, tỷ lệ nợ công giảm, lạm phát thấp, các cân đối vĩ mô tương đối lành mạnh. Bên cạnh đó, chính sách tài khóa thâm hụt ngân sách không quá cao, năng lực điều hành tốt tiền tệ còn dư địa giảm lãi suất, tỷ lệ tiết kiệm tương đối cao so với các nước có thu nhập tương đương.

Kim ngạch xuất-nhập khẩu hoặc sản lượng/doanh thu tính đến cả yếu tố đầu vào và đầu ra (trọng số chiếm 50%) so với cùng kỳ năm 2019; giá cổ phiếu của những nhóm ngành này niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam so với đầu năm (thể hiện đánh giá, nhận định của nhà đầu tư, mang tính thị trường cao, trọng số chiếm 50%); và tham khảo số liệu về số doanh nghiệp phải tạm ngừng kinh doanh trong quý 1/2020. Với kết quả tính toán, nếu mức độ giảm dưới 5% được coi là tác động nhỏ, giảm từ 5-10% được coi là tác động vừa phải và giảm trên 10% là tác động lớn. (Biểu đồ 4, 5, 6, 7, 8, 9)

3. Các phản ứng chính sách của Chính phủ Việt Nam

Với lĩnh vực nông nghiệp và phụ trợ: nghiên cứu lựa chọn các ngành sản xuất, chế biến nông-thủy sản, trong đó tập trung đánh giá một số mặt hàng chịu ảnh hưởng về hoạt động thương mại (mức độ tăng giảm của kim ngạch xuất nhập khẩu, phản ánh khó khăn cả đầu vào và đầu ra). Bên cạnh đó, đánh giá một số lĩnh vực là đầu vào cho sản xuất nông nghiệp (như hóa

Biểu đồ 5: Sản xuất công nghiệp và bán lẻ tiêu dùng (Cập nhật ngày 22/4/2020)



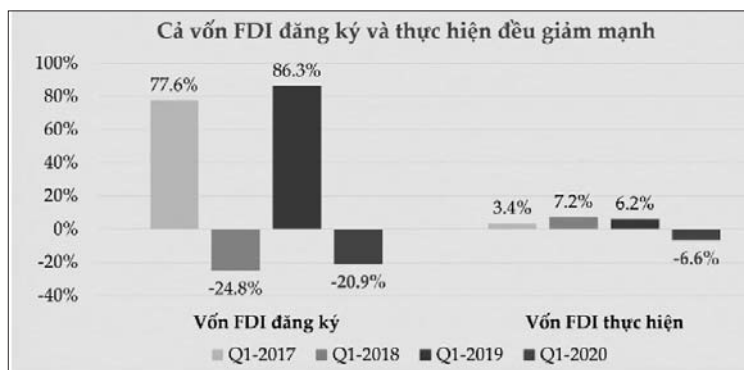
Nguồn: Tổng cục Thống kê

Biểu đồ 6: Kim ngạch xuất nhập khẩu (Cập nhật ngày 22/4/2020)



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Biểu đồ 7: Nguồn vốn FDI đăng ký và thực hiện (Cập nhật ngày 22/4/2020)



Nguồn: Tổng cục Thống kê

chất nông nghiệp - gồm phân bón, thuốc bảo vệ thực vật) là các lĩnh vực chịu tác động gián tiếp khi nông nghiệp chịu ảnh hưởng.

Với lĩnh vực công nghiệp và xây dựng: nghiên cứu lựa chọn các ngành chịu ảnh hưởng về đầu vào

(do thiếu hụt nguồn nguyên liệu, nhất là từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ và EU); hoặc đầu ra (do sụt giảm nhu cầu tiêu dùng trong nước và quốc tế, nhất là từ 5 thị trường vừa nêu); hoặc chịu ảnh hưởng do những biến động mạnh về giá hàng hóa trên thị trường. Trong đó, nghiên cứu lựa chọn 6 ngành chính: dệt may, da giày; sản xuất giấy; sản xuất sản phẩm từ gỗ; sản xuất, kinh doanh thép; khai khoáng và xây dựng. Riêng lĩnh vực điện thoại, điện tử, điện máy và linh kiện: tỷ lệ nội địa hóa rất thấp (khoảng 5-10%), tỷ trọng đóng góp trong nước trong xuất khẩu cũng rất thấp (khoảng 8%) và tình hình sản xuất, xuất khẩu trong quý 1/2020 vẫn tăng khá, nên không đưa vào mô hình đánh giá (mức độ tác động của dịch Covid-19 là tương đối nhỏ).

Với lĩnh vực dịch vụ: nghiên cứu lựa chọn các lĩnh vực chịu ảnh hưởng do biến động về tổng cầu và xáo trộn hoạt động do dịch bệnh và các biện pháp phòng chống dịch của Việt Nam cũng như các nước. Theo đó, nghiên cứu lựa chọn 7 ngành chính: du lịch; vận tải, kho bãi; bán lẻ; tài chính - ngân hàng - bảo hiểm; kinh doanh BĐS; dịch vụ y tế; và giáo dục, đào tạo.

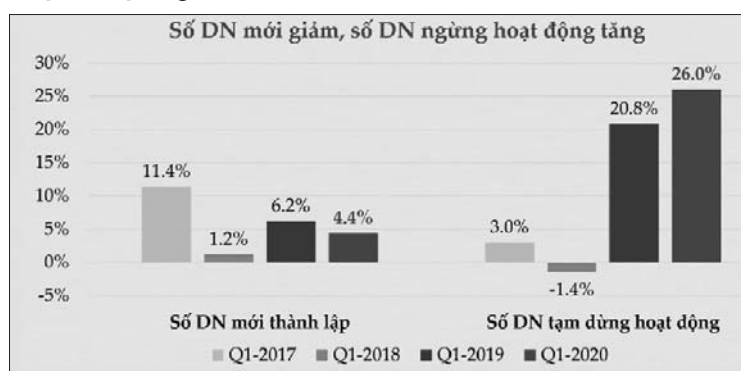
Chuỗi cung ứng và chuỗi tạo giá trị sẽ thay đổi theo hướng vừa được đa dạng hơn, tức là dễ dàng và nhanh chóng có thể thay thế được cho nhau hơn, lại vừa tạo thành mạng lưới kết nối nhiều chuỗi với nhau để “bọc đỡ” lẫn nhau.

Kinh tế và thương mại thế giới sẽ còn thay đổi bởi sự hình thành của một nhu cầu đảm bảo an ninh mới, như đảm bảo an ninh lương thực hay đảm bảo an ninh năng lượng, là các đối tác đảm bảo luôn tự chủ về cung ứng những sản phẩm, thiết bị hay vật liệu cần thiết để đối phó khủng hoảng, đặc biệt về thuốc men, trang thiết bị y tế và tăng cường khả năng có thể nhanh chóng chuyển đổi sản

xuất bình thường sang sản xuất những vật dụng hay thiết bị cần thiết cho việc ứng phó khủng hoảng. Cơ cấu kinh tế và thương mại quốc gia và quốc tế vì thế sẽ thay đổi, ưu tiên chính sách kinh tế và thương mại quốc gia vì thế cũng thay đổi.

Biểu đồ 8: Tín dụng VND (Cập nhật ngày 22/4/2020)

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Biểu đồ 9: Doanh nghiệp mới, ngừng hoạt động (Cập nhật ngày 22/4/2020)

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Việt Nam chịu tác động nghiêm trọng của đại dịch và suy thoái kinh tế toàn cầu với mức độ và khả năng điều chỉnh của các ngành khác nhau như khách sạn, lưu trú, nghỉ dưỡng, nhà hàng dịch vụ ăn uống, du lịch lữ hành, vận tải logistics, dịch vụ giải trí, bán lẻ hàng tiêu dùng, giáo dục đào tạo, ngân hàng tín dụng, bất động sản,...

Nếu không có sự can thiệp hiệu quả, hiệu lực và kịp thời của chính phủ thì một số ngành kinh tế và nhiều doanh nghiệp có thể phá sản, kéo theo nhiều hệ lụy nghiêm trọng về tăng trưởng và việc làm.

Từ đó mục tiêu chính sách là hạ thấp đường cong nhiễm dịch, bảo vệ sức khỏe doanh nghiệp, củng cố niềm tin xã hội, bồi đắp nền tảng phục hồi, hạn chế những di hại tương lai dựa trên các nguyên tắc không can thiệp đại trà mà xác lập ưu tiên, can thiệp có chọn lọc. Hạn chế trực lợi chính sách ở mức chấp nhận được và chính sách cấp cứu có thời hiệu rõ ràng để làm phẳng đường cong suy thoái.

Thứ nhất, tăng cường càng nhanh càng tốt, càng nhiều càng tốt đội ngũ y tế, cơ sở vật chất như bộ xét nghiệm, máy trợ thở, phòng cách ly áp lực âm, thiết bị và dụng cụ y tế, tăng trợ cấp rủi ro cho các nhân lực nhân lực ngành Y tế trong tuyến đầu chống dịch. Miễn giảm, hoãn, giãn thuế cho các doanh nghiệp chịu tác động nghiêm trọng do dịch bệnh. Tăng chi tiêu cho các chính sách an sinh, trợ giúp xã hội và các dịch vụ xã hội cơ bản để đảm bảo người nghèo được tiếp cận đầy đủ, cần phải cung cấp dịch vụ xét nghiệm và điều trị miễn phí hoặc theo giá trợ cấp.

Thứ hai, phải đảm bảo thanh khoản cho hệ thống ngân hàng thương mại, qua đó hỗ trợ thanh khoản cho doanh nghiệp chịu tác động. Cho phép cơ cấu lại các khoản nợ của doanh nghiệp và vay tiêu dùng, điều chỉnh tỷ giá phù hợp, giảm chi phí cho các doanh nghiệp như giảm mặt bằng lãi suất.

Thứ ba, thúc đẩy giải ngân đầu tư công, đầu tư nghiên cứu, chế tạo sản xuất vắc-xin của Việt Nam. Vừa đầu tư kích thích kinh tế, vừa bồi dưỡng năng lực khi hồi phục như công nghệ thông tin và truyền thông (5G), năng lượng tái tạo, nền tảng giáo dục trực tuyến, khám bệnh từ xa, thanh toán không dùng tiền mặt, thương mại điện tử ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ryan (2020). Những thay đổi và tác động của đại dịch corona covid-19 trên toàn Việt Nam, <<https://insidevietnam.travel/vi/virus-corona-covid-19-o-viet-nam/>>, xem tháng 3/2020.
2. Thiên Ân (2020). Tuyên bố đại dịch covid-19, <<https://plo.vn/quoc-te/chuyen-gia/tuyen-bo-dai-dich-covid19-tac-dong-the-nao-den-kinh-te-896034.html>>, xem 12/3/2020.
3. TS. Cấn Văn Lực và Nhóm tác giả Viện Đào tạo và Nghiên cứu BIDV – CafeBiz (2020). Đại dịch covid-19 tác động mạnh đến ngành kinh tế nào của Việt Nam <<http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/15243-dai-dich-covid-19-tac-dong-manh-den-nganh-kinh-te-nao-cua-viet-nam>>, xem ngày 13/4/2020.

4. Dịch Dung (2020). Thế giới sau dịch covid-19, <<https://baoquocte.vn/the-gioi-sau-dich-covid-19-ky-1-kinh-te-va-thuong-mai-se-the-nao-113836.html>>, xem ngày 16/04/2020.
5. The World Bank (2020), Đông Á và Thái Bình Dương thời covid-19, <<https://www.worldbank.org/vi/country/vietnam/brief/east-asia-pacific-in-the-time-of-covid-19>>, xem ngày 31/03/2020.
6. Hạo Nam (2020). Kinh tế Việt Nam sẽ vượt qua cơn bão kinh tế toàn cầu vì covid-19, <<http://vinanet.vn/kinh-te/kinh-te-viet-nam-se-vuot-qua-con-bao-kinh-te-toan-cau-vi-covid-19-727852.html>>, xem ngày 23/4/2020.
7. Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam (2020). Covid-19 những tác động hệ lụy và giải pháp ứng phó, <[http://www.pvn.vn/Pages/Tap-doan/Covid-19-Nhung-tac-dong-he-luy-va-giai-phap-ung-pho-\(Ky-2\)/8b66d76e-b9f6-4561-8609-aa204c3fe2c7](http://www.pvn.vn/Pages/Tap-doan/Covid-19-Nhung-tac-dong-he-luy-va-giai-phap-ung-pho-(Ky-2)/8b66d76e-b9f6-4561-8609-aa204c3fe2c7)>, xem ngày 01/04/2020.
8. Vũ Thành Tự Anh (2020). Covid-19 tàn phá đặc biệt nghiêm trọng kinh tế thế giới, không đại dịch cận đại nào so sánh được, <<https://vietnamfinance.vn/covid-19-tan-pha-dac-biet-nghiem-trong-kinh-te-the-gioi-khong-dai-dich-can-dai-nao-so-sanh-duoc-20180504224235998.htm>>, xem ngày 17/03/2020.
9. Vũ Thành Tự Anh (2020). Những bài toán đánh đổi trong cuộc chiến chống dịch covid-19, <<https://fulbright.edu.vn/vi/tien-si-vu-thanh-tu-anh-nhung-bai-toan-danh-doi-trong-cuoc-chien-chong-dich-covid/>>, xem ngày 06/04/2020.

Ngày nhận bài: 23/4/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/4/2020

Thông tin tác giả:

PHAN ĐẶNG NGỌC YẾN VÂN

Khoa Quản trị - Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Lạc Hồng

IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON VIETNAM'S ECONOMY AND THE RESPONSES OF THE GOVERNMENT OF VIETNAM

● PHAN DANG NGOC YEN VAN

Faculty of International Business Administration

Lac Hong University

ABSTRACT:

The fight against epidemics will show clearly the compatibility level between the appearance and the intrinsic nature of the forms of state organizations and the political systems in the world. A state which has humanitarian-oriented policies with advantages will create more sustainable and stable society and economy. Vietnam's stable society and economy reflect the trust and confidence level of Vietnamese people towards the Government of Vietnam amid the country's fight against the Covid-19 pandemic and its economic negative impacts. This paper analyzes the impact of the Covid-19 pandemic on Vietnam's economy and the responses of the Government of Vietnam.

Keywords: Covid-19, Covid-19 pandemic, impact, economy, policy, government.

ẢNH HƯỞNG CỦA DỊCH COVID-19 TỚI NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

● LÊ KIM ANH

TÓM TẮT:

Diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19 đã tác động rất lớn lên toàn ngành Du lịch. Các lệnh cấm bay, hạn chế đi lại và sự e ngại của du khách do lo sợ ảnh hưởng của đại dịch là những nguyên nhân khiến nhiều khách sạn, nhà hàng và chuỗi bán lẻ tại các điểm du lịch trở nên vắng khách. Điều này cảnh báo sự sụt giảm doanh thu của ngành Du lịch nhiều nước, trong đó có Việt Nam.

Bài báo phân tích những ảnh hưởng của dịch Covid-19 tới ngành Du lịch Việt Nam.

Từ khóa: Covid - 19, ngành Du lịch, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Đến nay, đại dịch Covid-19 đã tấn công 209 quốc gia và vùng lãnh thổ. Mỹ và Anh là hai nước có số ca mắc bệnh và tử vong mới cao nhất thế giới trong thời gian gần đây.

Trước đó, Trung tâm Kiểm soát và Ngăn ngừa Dịch bệnh châu Âu (ECDC) đã cảnh báo dịch bệnh Covid-19 đang lây nhiễm và cướp đi mạng sống của rất nhiều người. Theo báo cáo của ECDC, tỷ lệ tử vong cao hơn mức dự đoán đã diễn ra tại các nước Bỉ, Pháp, Italy, Malta, Tây Ban Nha, Thụy Sĩ, Anh, và chủ yếu rơi vào những người già trên 65 tuổi. Số ca tử vong do virus SARS-CoV-2 (Covid-19) tại châu Âu đã vượt ngưỡng 75.000 người.

Trung tâm Kiểm soát và Phòng ngừa dịch bệnh (CDC) của châu Phi cho biết, châu lục này đến nay đã ghi nhận tổng cộng 13.686 ca mắc Covid-19, trong đó có 744 trường hợp tử vong. Đến nay, Dịch Covid-19 đã lan rộng đến 52/55 quốc gia trên toàn lãnh thổ châu Phi.

Còn tại Châu Á, dịch bệnh Covid-19 vẫn đang diễn biến phức tạp. Trong đó, Indonesia có số ca nhiễm SARS-CoV-2 nhiều nhất Đông Nam Á; các trường hợp tái phát bệnh gia tăng ở Hàn Quốc và Singapore. Có thể thấy, thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng đang ở trong thời điểm căng thẳng nhất của dịch bệnh Covid-19, điều này đã và đang gây tác động rất lớn đến sức khỏe con người cũng như toàn bộ ngành kinh tế, đặc biệt là ngành Du lịch.

2. Ảnh hưởng của Covid-19 đến ngành Du lịch Việt Nam

Du lịch với đặc thù là một lĩnh vực kinh tế tổng hợp, dự báo sẽ chịu nhiều tổn thương và có thể kéo dài cả sau khi dịch bệnh kết thúc.

- Lượng khách quốc tế sụt giảm

Khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 3/2020 ước tính đạt 449,9 nghìn lượt người - giảm 63,8% so với tháng trước, trong đó khách đến bằng đường hàng không giảm 62,3%; bằng đường bộ giảm 65,9%; bằng đường biển giảm

83,6%. So với cùng kỳ năm trước, khách quốc tế đến nước ta trong tháng 3 giảm 68,1%, trong đó khách đến bằng đường hàng không giảm 65,7%; bằng đường bộ giảm 77,9% và bằng đường biển giảm 55,2%; khách đến từ châu Á giảm 77,2%; từ châu Âu giảm 27,5%; từ châu Úc giảm 49,9%; từ châu Mỹ giảm 67,9% và từ châu Phi giảm 37,8%.

Tính chung quý I/2020, khách quốc tế đến Việt Nam ước tính đạt 3.686,8 nghìn lượt người, giảm 18,1% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khách đến bằng đường hàng không đạt 2.991,6 nghìn lượt người - chiếm 81,1% lượng khách quốc tế đến Việt Nam, giảm 14,9%; bằng đường bộ đạt 551,1 nghìn lượt người - chiếm 15% và giảm 39,4%; bằng đường biển đạt 144,1 nghìn lượt người - chiếm 3,9% và tăng 92,1%.

Trong 3 tháng đầu năm, khách đến từ châu Á đạt 2.674,4 nghìn lượt người - chiếm 72,5% tổng số khách quốc tế đến Việt Nam, giảm 21,1% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khách đến từ hầu hết các thị trường chính đều giảm mạnh: Trung Quốc đạt 871,8 nghìn lượt người - giảm 31,9% so với cùng kỳ năm trước; Hàn Quốc: 819,1 nghìn lượt người - giảm 26,1%; Nhật Bản: 200,3 nghìn lượt người - giảm 14,1%; Đài Loan: 192,2 nghìn lượt người - giảm 7,2%; Malaysia: 116,2 nghìn lượt người - giảm 19,1%. Bên cạnh đó, một số quốc gia và vùng lãnh thổ có số khách đến Việt Nam vẫn tăng trong quý I như Thái Lan: 125,7 nghìn lượt người - tăng 0,9% so với cùng kỳ năm trước; Cam-pu-chia đạt 120,4 nghìn lượt người - tăng 254,3%; Lào đạt 36,8 nghìn lượt người - tăng 38,5%.

Khách đến từ châu Âu trong quý I ước tính đạt 664,3 nghìn lượt người - giảm 3,1% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khách đến từ Vương quốc Anh đạt 81,4 nghìn lượt người - giảm 9,4%; Pháp 74,5 nghìn lượt người - giảm 14,7%; Đức 61,5 nghìn lượt người - giảm 14,9%; riêng khách đến từ Liên bang Nga tăng 13,6% với 245 nghìn lượt người. Khách đến từ châu Mỹ ước tính đạt 234 nghìn lượt người - giảm 20,2% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu là khách đến từ Hoa Kỳ, đạt

172,7 nghìn lượt người - giảm 21,4%. Khách đến từ châu Úc đạt 102,2 nghìn lượt người - giảm 14,4%, trong đó khách đến từ Australia đạt 92,2 nghìn lượt người - giảm 15%. Khách đến từ châu Phi đạt 11,9 nghìn lượt người - tăng 2% so với cùng kỳ năm 2019.

- Các cơ sở lưu trú phải đóng cửa, nhân viên ngành du lịch thất nghiệp

Do diễn biến phức tạp, ảnh hưởng của dịch Covid 19 không chỉ tác động trực tiếp lên số lượng khách đi du lịch mà còn tác động đến các cơ sở lưu trú. Công suất hoạt động các cơ sở lưu trú giai đoạn này chỉ đạt 20 - 30% so với cùng kỳ năm ngoái. Số lượng khách hủy phòng tại các cơ sở lưu trú tại Hà Nội là hơn 80.613 lượt, số ngày bị hủy phòng khoảng 57.652 ngày.

Các khách sạn trên khắp các tỉnh, thành cả nước lần lượt tuyên bố đóng cửa ít nhất đến hết 30/4, như: hệ thống Silk Queen, Hệ thống OHG sở hữu các khách sạn 4* & 5* như Oriental Suites Hotel & Spa, O'Gallery Premier Hotel & Spa, O'Gallery Majestic Hotel & Spa hay Thiên Minh Group với chuỗi khách sạn & tàu Victoria 5* cao cấp,... Chính điều này khiến nhân lực ngành du lịch bị mất việc làm, các công ty, khách sạn, nhà hàng lần lượt phải cắt giảm biên chế đến 60%. Đối với các công ty đa quốc gia thậm chí còn giảm 4/5 số lượng nhân viên. Ít nhất cho đến hết tháng 6/2020, hơn 80% nhân sự không có việc làm. Nếu tình hình khó khăn hơn thì tình trạng thất nghiệp chắc chắn cũng kéo dài hơn.

- Doanh thu từ ngành du lịch sụt giảm

Du lịch là một lĩnh vực kinh tế tổng hợp, liên quan tới nhiều nhóm ngành khác, như: vận chuyển, lưu trú, dịch vụ ăn uống..., vì vậy tác động của dịch Covid-19 khiến doanh thu tất cả những nhóm ngành này cũng đồng thời sụt giảm.

Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống quý I/2020 ước tính đạt 126,2 nghìn tỷ đồng, chiếm 10,1% tổng mức và giảm 9,6% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2019 tăng 11,3%). Do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên nhiều cơ sở kinh doanh nhà hàng, khách sạn không hoạt động, dẫn đến sụt giảm doanh thu ở các địa phương,

trong đó Khánh Hòa giảm 38,2%; TP. Hồ Chí Minh giảm 30,3%; Đà Nẵng giảm 23,7%; Thanh Hóa giảm 20,4%; Hà Nội giảm 20,2%; Cần Thơ giảm 17%; Lâm Đồng giảm 16,8%; Quảng Bình giảm 14,5%; Quảng Ninh giảm 12,4%; Hải Phòng giảm 8,9%.

Doanh thu du lịch lữ hành quý I ước tính đạt 7,8 nghìn tỷ đồng, chiếm 0,6% tổng mức và giảm 27,8% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2019 tăng 13,2%). Lý do là bởi nhiều địa điểm tham quan du lịch phải ngừng hoạt động, một lượng lớn khách du lịch trong nước và quốc tế đã hủy tour du lịch do lo ngại dịch bệnh. Một số địa phương có doanh thu du lịch lữ hành quý I giảm so với cùng kỳ năm trước như: Thanh Hóa giảm 49,9%; Bà Rịa - Vũng Tàu giảm 48,3%; Quảng Ninh giảm 47,1%; Khánh Hòa giảm 43,9%; TP. Hồ Chí Minh giảm 39,9%; Bình Định giảm 24,4%; Đà Nẵng giảm 19,5%; Hà Nội giảm 18,7%; Hải Phòng giảm 14,9%.

Vận tải hành khách tháng 3/2020 ước tính đạt 334,4 triệu lượt khách vận chuyển - giảm 8,8% so với tháng trước, và luân chuyển 14,8 tỷ lượt khách.kilômét (Hk.Km) - giảm 15,1%. Tính chung quý I/2020, vận tải hành khách đạt 1.190,7 triệu lượt khách vận chuyển - giảm 6,1% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2019 tăng 10,8%), và luân chuyển 55,9 tỷ lượt khách.km - giảm 8% (cùng kỳ năm trước tăng 10%). Trong đó, vận tải trong nước đạt 1.187,7 triệu lượt khách - giảm 6,1% và 46,4 tỷ lượt khách.km - giảm 3,5%; vận tải ngoài nước đạt 3 triệu lượt khách - giảm 30,3% và 9,6 tỷ lượt khách.km - giảm 24,9%.

Xét theo ngành Vận tải, tất cả các ngành đường đều bị ảnh hưởng do nhu cầu đi lại của người dân giảm mạnh, vận tải hành khách đường bộ quý I đạt 1.128,3 triệu lượt khách - giảm 6,3% so với cùng kỳ năm trước, và 38,5 tỷ lượt khách.km - giảm 7,2%; đường thủy nội địa đạt 47,7 triệu lượt khách - giảm 1,3%, và 1,1 tỷ lượt khách.km - giảm 0,4%; đường biển đạt 1,3 triệu lượt khách - giảm 23,2%, và 109,4 triệu lượt khách.km - giảm 5,8%; đường sắt đạt 1,5 triệu

lượt khách - giảm 27,8%, và 0,7 tỷ lượt khách.km - giảm 23,8%. Hàng không là ngành chịu ảnh hưởng rõ rệt nhất bởi dịch Covid-19 khi các hãng phải tạm dừng khai thác các đường bay quốc tế, vận tải hàng không quý I năm nay đạt 11,9 triệu lượt khách - giảm 8%, và 15,6 tỷ lượt khách.km - giảm 9,5% (riêng tháng 3/2020 vận chuyển giảm 28,8% và luân chuyển giảm 35,9%).

Dịch Covid 19 đã ảnh hưởng rất lớn đến ngành du lịch. Thực tế cho thấy, ngành Du lịch Việt Nam đang gặp 2 vấn đề chính: sự phụ thuộc của ngành Du lịch hiện tại đối với thị trường Trung Quốc, và các chính sách hỗ trợ của Chính phủ đối với những doanh nghiệp hoạt động trong ngành khi có khủng hoảng xảy ra.

3. Giải pháp

- Trước hết cần tiếp tục mở rộng tiếp thị tới các thị trường tiềm năng, cải thiện chi tiêu trung bình và thời gian lưu trú của du khách nước ngoài, giảm sự phụ thuộc vào thị trường khách du lịch Trung Quốc.

- Chính phủ nên xem xét việc miễn thị thực 30 ngày cho công dân Australia và New Zealand, công dân tại các nước đã phát triển của châu Âu cũng như các công dân đến từ vùng Bắc Mỹ. Đây là những đối tượng hiện tại chưa được hưởng quyền lợi miễn trừ này.

Các giải pháp khác bao gồm lập kế hoạch cho trường hợp tình hình xấu đi hoặc bắt đầu cải thiện, hỗ trợ cho các doanh nghiệp đang bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch Covid-19, như: miễn giảm các khoản đóng góp bảo hiểm y tế và xã hội; giảm lãi suất vay ngân hàng cho các doanh nghiệp mà vốn dĩ có nguồn tài chính vững chắc nhưng đang gặp vấn đề về dòng tiền tạm thời do ảnh hưởng của dịch Covid-19.

Trong khi đó, chính các doanh nghiệp cũng cần phải chủ động đưa ra các giải pháp hợp lý, tránh rơi vào tình trạng mất kiểm soát như cắt giảm giá phòng không theo kế hoạch hoặc giảm giá vé máy bay, vì điều này sẽ không mang lại thêm lợi nhuận khi mọi người chưa được phép đi du lịch hoặc bản thân khách du lịch cũng chưa cảm thấy yên tâm vì lo sợ dịch bệnh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Tổng cục Thống kê (2020), *Báo cáo tình hình kinh tế quý I/2020*.
2. Tâm Lê (2020), Ngành Du lịch khắp nơi chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 <https://baodulich.com/diem-den/nganh-du-lich-khaph-noi-chiu-anh-huong-boi-dich-covid-19/>
3. Linh Chi - Bích Trâm (2020), Ngành Du lịch lao đao vì corona <https://forbesvietnam.com.vn/tin-cap-nhat/nganh-du-lich-lao-dao-vi-corona-9222.html>

Ngày nhận bài: 16/4/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 23/4/2020

Thông tin tác giả

ThS. LÊ KIM ANH

Khoa Kinh tế cơ sở, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC
ON VIETNAM'S TOURISM INDUSTRY**

● Master. **LE KIM ANH**

Faculty of Fundamental Economics

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

The complicated development of the Covid-19 pandemic has significantly affected on the global tourism industry, including Vietnam's tourism sector. The travel restrictions, lockdown measures as well as apprehension of tourists are major reasons for the collapse of hotel, restaurant and retail businesses at tourist destinations amid the pandemic. As a result, the revenue of tourism industry in many countries, including Vietnam is forecasted to plunge. This paper analyzes the impacts of the Covid-19 pandemic on Vietnam's tourism industry.

Keywords: Covid - 19, tourism, Vietnam.

INTERNATIONAL TRADE POLICY OF SOUTH KOREA AND LESSONS FOR VIETNAM TO DEVELOP ITS INTERNATIONAL TRADE

● NGUYEN THI HANH - NGUYEN THI NHUNG

ABSTRACT:

As a developed country in East Asia, South Korea has chosen to export as a strategy for economic development in general and international trade development in particular for decades. During the development process, the South Korean's government has adopted many flexible international trade policies for certain historical and economic periods. For example, in response to the crises of 1997 and 2008, the South Korean's government implemented a policy of trade liberalization. In 2018, when the trade conflict took place, the country's government had new strategies in its trade policy. With the "south trade policy" along with the export of new technology products, the South Korean's government continues to create a prosperous country in Northeast Asia. From their studies, the authors draw lessons and suggest some implications for international trade development in general and trade protection in particular of Vietnam in the current context.

Keywords: Trade protection, trade policy, South Korea, economic growth, trade liberalization.

1. Background

The theory of international trade first mentioned was the call for free trade proposed by Adam Smith (1776). Later, the Friedrich List (1841) did not agree with the liberalization of trade, which he called for the protection of small industry production and exports. Until now, the issue of which policy choice depends on the practice of each country.

South Korea is a country of choice for export as

a driving force for economic growth. During its development, the South Korean government introduced trade policies such as trade protectionist policies for export of industrial goods and then promoted free trade, so it is the choice of these trade policies a prerequisite for creating a miracle of the Han River and helping the country overcome economic crises? This is the subject of the author's research and thereby implications for developing international trade of Vietnam.

2. Content

2.1. International trade policies have been adopted by South Korea in recent years

South Korean trade policies from 1960-1990

The economic model pursued by South Korea is a developed capitalist economy built on the basis of a market economy. Although the state's intervention in the economy is very small, the South Korea's government always has a reasonable combination of state and market to some extent. From 1960 to 1980, South Korea's economic growth was based on heavy manufacturing and car manufacturing. During its development process, the South Korea's government introduced many major policies and movements along with the implementation of economic development plans. All plans are aimed at industrializing and expanding the Korean market. With this economic philosophy, the South Korea's government has set a trade protection policy for the industry. South Korea only allows imports of basic commodities needed for the economy, while exports are focused on. In 1962, the South Korea's government embarked on an export-based industrialization. The content of this policy includes regulations and guidelines on the protection of small industries, science and technology, public finance, foreign direct investment, intellectual property and financial policies. South Korea sets growth targets with special emphasis on: (i) state-led industry through protecting the market and domestic industries, (ii) cultivating large industrial groups such as Samsung, Hyundai, LG, and Daewoo, (iii) provide privileges to export-oriented manufacturing companies, (iv) control banks and provide necessary capital for the industry. through foreign loans, (v) promoting technological development in the domestic industry, and (vi) creating a high quality and low-cost workforce by controlling the labor movement. close action. The main objective of South Korean industrial policy in the 1960s was to expand exports of intensive industrial goods and consumer goods. Therefore, the South Korea's government imposes very high taxes to protect consumer goods. The average consumer goods tariff in the study of Hong and Kim (1996) by weight, was 74.82% and 79.74%

in 1966 and in 1968, respectively. However, South Korea's government imposes relatively low tariffs on other commodity manufacturing industries as the industry is not the primary target of government support and the products of the goods manufacturing industry are used to manufacturing in consumer goods.

In addition to tariffs, South Korea's government has adopted many export support policies, including; compensation to encourage export, reduce corporate income tax and income tax, exempt tariffs for imported materials for export, provide financial support and reduce electricity bills and rail fares. Financial incentives such as tariffs on import of duty-free raw materials have encouraged the production of export goods, stimulating growth in the textile and electrical industry. South Korea has a comparative advantage in these industries so labor attracts highly educated and highly motivated workers with low wages.

Thus, during the 1950s and early 1960s, South Korea adopted an original protection strategy: replacing import policy with industrial export and consumer goods.

In the early 1970s, the country continued with its policies of restricting imports and increasing exports. However, exports are focused on heavy industries. The production of automobiles began while imported cars virtually disappeared from the market. Export growth is about 45% per year in South Korea. South Korea was only the 40th largest exporter of goods to the United States in the 1960s, but by 1986 it became the fifth largest exporter.

Since 1980, South Korea's export-driven economic growth has been internationally recognized. However, globalization has affected Korea's export policy. South Korean policymakers have realized the need to open markets and create more competition and increase the international competitiveness of domestic industries. Therefore, the South Korea's government has implemented a policy of exporting electronics and high technology to replace heavy industry exports and consumer goods. Import restrictions have been removed. In

1986, the country achieved a favorable trade balance for the first time, with a trade surplus of 4.2 billion USD. However, changes in trade policy eventually led to challenges in the 1990s.

The Republic of Korea implemented the policy of trade liberalization, improving international competitiveness in the period of 1990 – now

Since the beginning of 1990, domestic consumption of luxury goods in South Korea has increased. Those were high-tech and electronic products. This has reduced exports resulting in Korea's trade deficit and current account deficit. In the face of this situation, South Korea immediately reduced its tax rates and restricted imports of cars, high-tech products and financial services. Until 1997, the Asian Economic Crisis occurred, political and economic conditions, both external and internal, caused the traditional trade policy model, which was under heavy pressure in the late 1990s, became obsolete in South Korea. South Korea's top policy makers have also realized that the influence of the WTO will have an impact on the country's traditional export market. Therefore, South Korea will easily fall into crisis if dependent on exports. Under these circumstances, the South Korea's government began to remove trade barriers, primarily in non-agricultural production, with the belief that trade liberalization would enhance the international competitiveness of the country. national and consumer welfare. To support trade liberalization, the Korean government has implemented a floating exchange rate. By these measures, South Korea quickly restored the economy before the crisis. Especially since the 2008 crisis, South Korea has become a strong supporter of multilateral trade liberalization. By participating in trade liberalization, the country will have access to new markets around the world with the advantage of reducing costs such as tariffs and non-tariff barriers. Typically for this policy, South Korea was the first country in East Asia to sign a Trans-Pacific free trade agreement with Chile in 2002.

Currently, South Korea is a leading country in implementing a new model of growth through green development strategy. With this philosophy,

the country is promoting the development of high-tech industries (nuclear, electronics, information technology, biology, new materials, new energy, green-blue technology) and considers it a key export industry now. In 2018, in parallel with the trade war between the US and China, a trade conflict between South Korea and Japan took place involving a series of disputes over export control of high-tech materials. Korean exports face many advantages and difficulties. One of these advantages is the fact that South Korea has signed a free trade agreement with both China and the United States. This could serve as an economic opportunity for Korea, allowing them to trade in a way that cuts tariffs. However, South Korea may suffer worse than the advantage. Therefore, the best option of the South Korea's government is to develop an alternative plan to prepare to apply additional tariffs on Korean imports in the US market or build factories in the US. In addition, the South Korean government should consider seizing market opportunities in areas that have not been previously traded and negotiated. The most attractive markets include members of the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) and South America. The South Korea's government has strengthened economic cooperation with ASEAN countries through the "New Southern Policy". This could benefit both sides by providing new export bases for South Korea and allowing ASEAN and South American countries to receive investments from South Korean companies to develop new industries. Thus, the trend of shifting multilateral trade relations to bilateral relations has been focused and paid attention by the South Korea's government.

2.2. Lessons learned and implications on the role of the Government of Vietnam in implementing trade policies

**** Lesson learned***

Firstly, the South Korea's government has implemented appropriate trade policies that contribute to economic growth. In the 1960s, the South Korean economy was underdeveloped, the South Korea's government raised capital by borrowing from abroad, and increased exports of

heavy industrial goods. Besides, the South Korean government has restricted imports to facilitate domestic production. As a result, South Korea has had a stable capital as well as an economic environment to avoid external and internal shocks. Although from 1960 until before 1997, the South Korea's government implemented trade protection policies but each period was different. South Korea's export protection not only stopped heavy industries but also turned to electronics and high-tech industries.

Support for free trade policy helped South Korea overcome the crisis in 1997 and 2008. Until 2018, with its sharpness, the South Korea's government had cleverly acted as an intermediary between the two countries. at the same time finding new markets in ASEAN countries and South America. With proven facts, the South Korea government's intervention in trade policy has created a miracle of growth for this country.

Secondly, the Republic of Korea has played an important role in selecting economic growth models and appropriate economic policies from time to time to promote trade development. The choice of economic models and policies is very important. After the end of the war with North Korea, the South Korean economy was extremely poor and relied heavily on aid. In this situation, the revival of the Korean economy had to originate from industry. The industrialization has helped South Korea have facilities - technology for building a new economy. With a growth strategy thanks to the export of heavy industrial goods, and then the export of electronics, technology has created Korea as a trading center in Northeast Asia.

Under the influence of globalization and regionalization, the South Korea's government has realized the need to re-select economic growth model as well as trade policy. Since 1997, South Korea has been pursuing an export-led economic growth model. However, South Korea's exports at that time focused on electronics and automobiles. Particularly in pursuit of this model, the South Korean government has implemented economic stimulus to stimulate production and encourage domestic consumers.

In 2018, when the trade conflict took place, the

South Korea's government implemented a growth model towards potential export markets with the development of new industries. With this economic philosophy, South Korea gradually became independent of world trade, but also exploited new markets and new industries.

Thirdly, the South Korean government has always made efforts to perfect public policies as well as perfect regulations on trade technical barriers to facilitate trade development. After the economic crisis, South Korea changed its trade policy and reformed taxes to contribute to growth and attract trade and investment. The government has continued to support a number of large enterprises (shipbuilding, cars, electronics) with competitive industries and a large market share in the world. South Korea has also prioritized and selected three industry groups as the driving force for sustainable growth: green technology, high industry and value-added services. This industry will create growth and expand export markets in the future.

Implications for international trade development in Vietnam:

From 1975 until before 1986, Vietnam implemented a central planning economic model and the economy was closed. Import volumes were determined based on forecasts of differences between domestic demand and supply. Therefore, trade policy instruments were not used to support industrial policy.

Since 1986, Vietnam has pursued a socialist-oriented market model. The country's trade policy has also been reformed and renewed. The state has allowed liberalization of domestic prices and connection with world prices. Besides, Vietnam has participated in regional and world economic integration. Initially, the state deployed protective tools in trade policy to protect domestic production. With this policy, in 1989, Vietnam abolished import quotas for all goods, except for 14 import items. By 1995, the government abolished export quotas for all goods except rice. In 2003, the government imposed a tariff quota on raw milk, salt, etc. The purpose of this policy was to protect domestic industries with a competitive advantage. After that, the state implemented trade liberalization to improve export incentives.

Facing the request of trade liberalization, the Vietnamese government has committed and removed the tariff and non-tariff barriers in accordance with WTO rules.

However, since 2018, the trend of trade protection has been popular in the world. Developed countries such as the US, Japan, China and EU increase the use of sophisticated trade protection measures. Developed countries make compulsory technical requirements, quality standards and environment to protect domestic production. Typically, there is a trade war between the US and China; South Korea - Japan trade conflict. This will affect trade for other countries including Vietnam. Besides, the trend of bilateral cooperation takes place more than multilateral. Therefore, the role of the Vietnamese state in trade policy should be clearly defined:

Firstly, the state needs to identify appropriate growth models under the new conditions, taking green economic development as a goal for sustainable development and a motivation for trade development. The international and domestic context is always volatile, so it is absolutely necessary to determine the appropriate growth model for each period. At present, the impact of the fourth industrial revolution has been evident in many areas, especially in the field of economics and digital technology. Vietnam needs to have the capacity and spirit to accept the opportunities and challenges from this revolution to promote economic growth. Good economic growth in Vietnam will create a premise for capital accumulation, good capital accumulation will boost growth and contribute to boosting foreign trade. It should be understood that no growth model is immutable, appropriate changes to adapt, to develop and to be more sustainable in the future are what all countries look forward to.

Secondly, the government needs to choose clever trade policies and invest in exporting key industries with competitive advantages. Besides, trade promotion is needed to find new markets for industries. The year 2019 marked the fourth consecutive year that Vietnam had a trade surplus with a total export and import turnover of US \$516.96 billion, of which, the trade surplus reached US \$9.9 billion, the highest in four

consecutive years of trade surplus. According to the General Statistics Office, in 2019, Vietnam had 32 items with export turnover of more than US \$1 billion, accounting for 92.9% of total export turnover, of which 6 items reached Kim. export turnover was over US \$10 billion, accounting for 63.4%. This is a testament to the clever trade policy selection and investment options in Vietnam's advantageous products in recent years. In the new context, when the world economy still has many instability factors, economic and trade policies of major economies such as the United States and the EU can change quickly and have multidimensional impacts. With trade conflicts among countries growing, Vietnam needs to adjust its trade policies more flexibly to ensure sustained growth.

Thirdly, the state needs to improve regulations on technical barriers in trade. In the event that the major economies all have sophisticated trade protectionism, even if some countries are willing to violate WTO rules to protect domestic production, Vietnam needs to take measures as well. more effective to increase the protection of our trade. The State should promote the completion of regulations on technical barriers in trade in general and international trade in particular. In addition, the authorities need to intensify research and apply preventive and anti-dumping measures, subsidies for domestic enterprises. Besides propagating and disseminating information on measures to domestic manufacturers to understand the law.

3. Conclusion

Globalization and international economic integration are an indispensable factor in the economic development of each nation. In the context of fluctuating international trade today, adjusting appropriate trade policies towards liberalization combined with trade protectionism is an effective solution for economies. The South Korea's government has made reasonable policies to bring the country's economy to strong growth. Vietnam also has similar conditions with South Korea, so it is possible to draw lessons from South Korea's development policy to apply creatively, flexibly and effectively in accordance with the practical conditions of Vietnam ■

REFERENCES:

1. Myuong - Shik Kim (2013). *Institutional varieties of productivist welfare capitalism in East Asia*. University of Pittsburgh.
2. Jaewon lee (2013). *South Korea's export control system. Sipri background paper, Korea*.
3. Economy of South Korea. (https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_South_Korea) (Accessed 20 April 2020).
4. South Korea economic growth and development, (<https://www.tutor2u.net/economics/reference/south-korea-economic-growth-and-development>.) (Accessed 20 April 2020).

Receiving date: April 5th, 2020

Reviewing date: April 17th, 2020

Accepting date: April 25th, 2020

Author's information:

1. NGUYEN THI HANH

Thai Nguyen University of Education

2. NGUYEN THI NHUNG

Hanoi Pedagogical University 2

**CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ
CỦA HÀN QUỐC VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM
CHO PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ
CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY**

● **NGUYỄN THỊ HẠNH**

Trường Đại học Sư phạm, Đại học Thái Nguyên

● **NGUYỄN THỊ NHUNG**

Trường Đại học Sư phạm Hà Nội 2

TÓM TẮT:

Là một quốc gia phát triển ở Đông Á, Hàn Quốc đã lựa chọn xuất khẩu là chiến lược phát triển kinh tế nói chung và phát triển thương mại quốc tế nói riêng qua nhiều thập kỷ. Trong quá trình phát triển, Hàn Quốc đã đưa ra nhiều chính sách thương mại quốc tế linh hoạt theo giai đoạn lịch sử, kinh tế nhất định. Chẳng hạn, để đối phó với các cuộc khủng hoảng năm 1997 và năm 2008, Chính phủ Hàn Quốc đã thực hiện chính sách tự do hóa thương mại. Năm 2018, khi xung đột thương mại diễn ra, Hàn Quốc đã có những chiến lược mới trong chính sách thương mại. Với “chính sách thương mại hướng Nam”, cùng với xuất khẩu những mặt hàng công nghệ mới, nhà nước Hàn Quốc tiếp tục tạo nên một đất nước thịnh vượng ở khu vực Đông Bắc Á. Từ những nghiên cứu về chính sách thương mại quốc tế của Hàn Quốc, nhóm tác giả rút ra những bài học kinh nghiệm và đề xuất một số hàm ý trong phát triển thương mại quốc tế nói chung, bảo hộ thương mại nói riêng của Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa: Bảo hộ thương mại, chính sách thương mại, Hàn Quốc, phát triển kinh tế, tự do hóa thương mại.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ MỸ HẰNG - NGUYỄN THỊ MINH THÚY

TÓM TẮT:

Cà phê là một ngành hàng quan trọng, chiếm 3% GDP của Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu nhiều năm nay đều đạt trên 3 tỷ USD. Trong những năm qua, dù kinh tế thế giới có nhiều thời điểm gặp khó khăn dẫn đến sức mua sụt giảm, nhưng nước ta vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cà phê ở mức đáng khích lệ - đạt 8,2%/năm với kim ngạch bình quân 3,13 tỷ USD/năm giai đoạn 2011-2018, chiếm 15% tổng xuất khẩu nông sản của cả nước.

Bài viết phân tích về thực trạng ngành Cà phê Việt Nam, trên cơ sở đó tác giả đề xuất một số giải pháp để nâng cao chất lượng cũng như đa dạng hóa sản phẩm cà phê xuất khẩu, nhằm thúc đẩy các hoạt động xúc tiến để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường.

Từ khóa: Ngành cà phê, thực trạng, giải pháp, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Trong ba thập kỷ qua (tính từ công cuộc cải cách năm 1986), cà phê là một trong những ngành hàng đóng góp quan trọng nhất cho doanh thu của Nông nghiệp Việt Nam nói riêng và cho toàn bộ GDP quốc gia nói chung. Ngành Công nghiệp Cà phê đã tạo ra hàng ngàn việc làm trực tiếp và gián tiếp, đồng thời là sinh kế chính của nhiều hộ gia đình trong các khu vực sản xuất nông nghiệp. Giá trị xuất khẩu cà phê thường chiếm khoảng 15% trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản và tỷ trọng cà phê luôn vượt trên 10% GDP nông nghiệp trong những năm gần đây.

Trong nhiều thập kỷ qua, sản xuất cà phê Việt Nam đã phát triển như một ngành công nghiệp định hướng xuất khẩu. Với vị thế là nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới, các sản phẩm cà phê của nước ta đã xuất khẩu đến hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ, chiếm 14,2% thị phần xuất khẩu cà phê nhân toàn cầu (đứng thứ hai sau

Brazil). Đặc biệt, cà phê rang xay và hòa tan xuất khẩu đã chiếm 9,1% thị phần (đứng thứ 5; sau Brazil, Indonesia, Malaysia, Ấn Độ), tạo ra nhiều cơ hội và triển vọng cho ngành Cà phê Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào thị trường quốc tế, thông qua các hiệp định thương mại tự do đã được kí kết. EU là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam - chiếm 40% tổng số lượng và 38% về tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, tiếp theo là khu vực Đông Nam Á - chiếm 13% tổng lượng và tổng kim ngạch.

Tuy nhiên, cà phê Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức nghiêm trọng cả khách quan lẫn chủ quan, như: biến đổi khí hậu; cạnh tranh từ các loại cây trồng khác; cần tái canh những cây cà phê già cỗi; chi phí sản xuất đang tăng cao hơn trong khi giá cà phê thế giới đang ở mức rất thấp.

Chính sách sản xuất cà phê của Việt Nam đã chuyển sang một kỷ nguyên mới với hai mục tiêu: Thứ nhất là, duy trì vị thế là nhà sản xuất và xuất

khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới; Thứ hai là, tăng gấp đôi giá trị gia tăng trong sản xuất cà phê bằng cách tăng năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng.

Định hướng của Chính phủ và các Bộ, ngành đối với phát triển ngành Cà phê đó là: phấn đấu xây dựng ngành cà phê trong nước phát triển theo hướng hiện đại, đồng bộ, bền vững; có tính cạnh tranh cao với các sản phẩm đa dạng, có chất lượng; mang lại giá trị gia tăng cao; nâng cao thu nhập cho người nông dân và doanh nghiệp. Phấn đấu đến năm 2030, đạt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu cà phê khoảng 6 tỷ USD.

Để đạt được mục tiêu trên, thì ngành Cà phê cần đẩy mạnh chế biến sâu, chế biến theo chuỗi giá trị; đồng thời quan tâm thực hiện công tác quảng bá, xúc tiến thương mại. Trong đó, sự vào cuộc của các cơ quan chức năng đóng vai trò then chốt, bên cạnh là sự hưởng ứng từ các địa phương, doanh nghiệp, đặc biệt ở những khu vực có thế mạnh để phát triển cây cà phê.

Bài viết dưới đây sẽ phân tích rõ hơn về thực trạng sản xuất và xuất khẩu ngành cà phê của Việt Nam.

2. Thực trạng sản xuất cà phê ở nước ta hiện nay

Hiện nay, cả nước có 97 cơ sở chế biến cà phê nhân, 160 cơ sở chế biến cà phê rang xay, 8 cơ sở chế biến cà phê hòa tan và 11 cơ sở chế biến cà phê phối trộn. Cụ thể, gồm có: 97 cơ sở chế biến cà phê nhân - với tổng công suất thiết kế 1,503 triệu tấn, tổng công suất thực tế đạt 83,6%; 160 cơ sở chế biến cà phê rang xay - tổng công suất thiết kế 51,7 nghìn tấn sản phẩm/năm; 8 cơ sở chế biến cà phê hòa tan - tổng công suất thiết kế 36,5 nghìn tấn sản phẩm/năm, tổng công suất thực tế đạt 97,9%; 11 cơ sở chế biến cà phê phối trộn - tổng công suất thiết kế 139,9 nghìn tấn sản phẩm/năm, tổng công suất thực tế đạt 81,6%. Cà phê bột của Trung Nguyên, cà phê hòa tan của Vinacafe, Trung Nguyên không những chiếm lĩnh được thị trường trong nước mà còn được hoan nghênh ở nhiều thị trường trong khu vực, đồng thời đã bước đầu xây dựng được thương hiệu cà phê Việt.

Qua nghiên cứu cho thấy, các nước xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới như Brazil, Indonesia, Colombia... đều chủ yếu xuất khẩu cà phê dưới dạng hạt (green bean), tức là chỉ dừng ở hoạt động

sơ chế sau thu hoạch. Một số nước có hoạt động rang và xay nhưng chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng xuất khẩu cà phê. Riêng với Việt Nam, kể từ giữa những năm 90 của thế kỷ trước, hoạt động sơ chế sau thu hoạch đã được hết sức quan tâm. Do đó, từ chỗ có giá bán tại cảng thấp hơn tới 400 - 500 USD so với giá tham chiếu tại Sở Giao dịch hàng hóa London, Việt Nam đã dần thu hẹp được khoảng cách này và cho tới nay, giá bán cà phê Robusta của ta đã phù hợp với giá thị trường thế giới.

Bên cạnh đó, trong thời gian qua, nhờ ưu đãi về thuế quan đối với cà phê chế biến - từ các Hiệp định Thương mại tự do mà Việt Nam đã ký kết, ngày càng nhiều doanh nghiệp đã bắt đầu quan tâm, chú trọng đầu tư vào các hoạt động chế biến sâu, nhằm góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm nói riêng và kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành nói chung.

Sự hỗ trợ tích cực của các Bộ, ngành trong công tác nâng cao năng lực chế biến, mở rộng thị trường, tổ chức lại xuất khẩu..., cùng sự chủ động, nỗ lực của các doanh nghiệp trong công tác quảng bá, marketing, định vị thương hiệu đã giúp các sản phẩm cà phê của Việt Nam ngày càng khẳng định được vị trí trên thị trường quốc tế.

3. Những khó khăn đối với ngành Cà phê

Trong những năm gần đây, mặc dù ngành hàng Cà phê của nước ta có những bước phát triển nhanh chóng cả về diện tích và sản lượng, song lợi thế trên thị trường thế giới phần lớn vẫn thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài có thương hiệu và tiềm lực tài chính mạnh. Đây là sự thua thiệt lớn về giá trị xuất khẩu của cà phê Việt Nam. Nguyên nhân chính được nêu ra là do xuất khẩu cà phê của nước ta vẫn chủ yếu ở dạng thô, nên không có thương hiệu. Phần lớn cà phê xuất khẩu của Việt Nam lại trở thành nguyên liệu của nhiều nước, dùng để chế biến sâu và tái xuất lại tiêu thụ ở nước ta dưới dạng cà phê bột, hòa tan, pha sẵn... Theo phân tích của các chuyên gia, tuy khối lượng cà phê xuất khẩu nhiều nhưng giá trị lại thấp so với một số nước trên thị trường quốc tế - do khoảng 80% sản lượng cà phê được sơ chế khô tại các hộ gia đình với sản phẩm tạm bợ. Thêm nữa, phải kể đến các máy móc, thiết bị sơ chế của người dân còn lạc hậu, cộng với cà phê không đáp ứng đủ tiêu chuẩn về độ chín, còn lẫn nhiều tạp chất.

Bên cạnh đó, cà phê Việt hiện đang phải đối mặt với không ít những thách thức, bao gồm cả khách quan và chủ quan:

Về yếu tố khách quan: Những ảnh hưởng của biến đổi khí hậu với trình trạng thời tiết cực đoan đã đặt các vùng trồng cà phê vào vị trí nguy hiểm. Theo Trung tâm Nông nghiệp Nhiệt đới Quốc tế (CIAT), nhiệt độ tăng và lượng mưa thay đổi có thể khiến nước ta mất 50% diện tích sản xuất cà phê Robusta hiện tại vào năm 2050. Hơn nữa, trong những năm tới, sản xuất cà phê Việt chủ yếu dựa vào 3 nhóm. 50% tổng số thuộc nhóm cây từ 10 - 15 tuổi - nhóm cho năng suất cao nhất; 30% cây là từ 15 - 20 tuổi và khoảng 20% trên 20 tuổi - nhóm không thể đảm bảo năng suất. Vậy nên, nếu không được cải tạo trong vài năm tới, cây già sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất và chất lượng cà phê của nước ta.

Về yếu tố chủ quan: Diện tích cây cà phê mới trồng đã tăng đáng kể trong thời gian gần đây, nhưng hầu hết lại nằm ở những khu vực không phù hợp - đất nông, dốc cao, thiếu nước tưới,... Do đó, mặc dù diện tích trồng được cải thiện nhưng lại không đạt được hiệu quả kinh tế, do năng suất thấp và chi phí sản xuất cao. Các biện pháp canh tác, thâm canh được áp dụng trong quá khứ đã sử dụng quá nhiều đầu vào (phân bón, tưới tiêu,...) để đạt được năng suất tối đa. Dẫn đến cây cà phê không chỉ nhanh chóng cạn kiệt và mất khả năng sản xuất, mà còn gây phá hủy tài nguyên nước ngầm và ô nhiễm đất - nhiều bệnh và sâu bệnh hình thành, đặc biệt là nấm và tuyến trùng rễ. Những hình thức sản xuất với quy mô nhỏ, phân tán và độc lập của các hộ nông dân đã dẫn đến tình trạng sản xuất chất lượng thấp và không ổn định. Sự khác biệt của đầu tư, thu hoạch và chế biến đã phần nào ảnh hưởng đến chất lượng của toàn bộ ngành Cà phê Việt Nam.

4. Liên kết đẩy mạnh sản xuất chế biến sâu và xúc tiến thương mại cho cà phê Việt Nam

Để đạt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu 6 tỷ USD vào năm 2030 mà Chính phủ đã đề ra, đồng thời nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm cà phê Việt, ngành Cà phê cần được quan tâm đồng bộ với các giải pháp cụ thể. Trong đó, cần đẩy mạnh công tác tái cơ cấu ngành một cách hiệu quả, xây dựng các vùng trồng tập trung,

chuyên canh gắn với phát triển công nghiệp chế biến, áp dụng tiến bộ công nghệ cao; Thúc đẩy liên kết vùng nguyên liệu với các cơ sở, nhà máy chế biến sâu; Tăng cường liên kết và hợp tác trong sản xuất kinh doanh cà phê với mục đích ổn định xuất khẩu, giữ vững và mở rộng thị trường.

Một chuyên gia cấp cao của ngành Nông nghiệp đã nhận định, các FTA thế hệ mới như EVFTA, CPTPP sẽ mở ra cơ hội lớn cho các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và xuất khẩu cà phê, khi mà thuế xuất khẩu của nước ta có thể về gần 0%. Đây là lợi thế vô cùng lớn, giúp Việt Nam không chỉ là trung tâm trồng trọt mà còn có thể là trung tâm sản xuất cà phê của thế giới.

Trước cơ hội vàng đó, nhu cầu liên kết dọc - trong mỗi chuỗi ngành hàng, và liên kết ngang - với các doanh nghiệp, các tổ chức liên quan và chính quyền địa phương - đã trở thành nhu cầu tự thân với sức hút vô cùng lớn. Theo đó, nông dân mong muốn tăng cường năng suất, sản lượng, có thị trường ổn định. Đối với doanh nghiệp xuất khẩu thì lại cần vùng nguyên liệu, xây dựng thương hiệu, xác lập tiêu chuẩn đảm bảo, cần chế biến sâu. Doanh nghiệp đa quốc gia cũng muốn vùng nguyên liệu ổn định và theo hướng phát triển bền vững để đi sâu hơn vào chuỗi giá trị cà phê toàn cầu. Chính phủ thì mong đợi đẩy ngành hàng Cà phê lên thành ngành Nông sản lớn.

Chỉ thống kê trong giai đoạn 1 (2010-2017), với kế hoạch xây dựng mô hình vườn mẫu theo hướng sản xuất bền vững, hợp tác công tư (PPP) trong ngành hàng Cà phê Việt Nam, đã kết nối được 3,220 hộ nông dân với tổng diện tích 5.262 ha... Kết quả, năng suất cà phê tăng 17%; thu nhập trung bình của nông dân trong mô hình tăng 14%; tiết kiệm được 40% lượng nước tưới; giảm 55% lượng phát thải nhà kính nhờ sử dụng phân bón hợp lý... Các hoạt động như hội thảo, tập huấn đầu bờ, chuẩn bị lực lượng nhân sự... đã tạo nên một nền tảng kỹ thuật rất tốt cho các nông hộ, doanh nghiệp tham gia, hướng tới sản xuất bền vững.

Các mô hình hợp tác đã góp phần quan trọng giúp cho cà phê trở thành ngành hàng nông sản chủ lực, có diện tích được chứng nhận lớn nhất hiện nay. Không những vậy, cà phê hiện là 1 trong 2

ngành nông sản khá toàn diện khi có hiệp hội ngành hàng, có viện nghiên cứu chuyên ngành, có ban điều phối, có các doanh nghiệp xuyên quốc gia và các tổ chức quốc tế hỗ trợ, đầu tư.

Tuy nhiên, theo các chuyên gia, các hoạt động liên kết chỉ mới dừng lại ở mức độ mô hình, chưa được nhân rộng. Việc kết nối với thị trường ở các mô hình còn kém bền vững, chưa xây dựng được chuỗi giá trị cà phê hoàn thiện trên quy mô lớn, chưa có sự tham gia đồng đẳng của doanh nghiệp trong nước. Thực tế, vai trò hỗ trợ của các tổ chức quốc tế và chính sách nhà nước chưa được như mong muốn.

Ngoài ra, trong hợp tác công tư, nhóm “dưới ruộng” làm tốt nhất, còn lại các nhóm thương mại, chế biến vẫn còn yếu. Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cà phê chủ yếu thu mua qua trung gian, khiến cho giá trị thực tế chuyển giao về tay người nông dân còn hạn chế và chất gắn kết giữa nông dân và doanh nghiệp còn lỏng lẻo. Kèm theo đó là việc thiếu kiểm soát chất lượng cà phê và sự ảnh hưởng tới môi trường do canh tác tự phát. Cơ chế thu mua phân loại cũng chưa tạo động lực cho nông dân để họ tự nâng cao chất lượng cà phê.

Trong giai đoạn 2 (2018-2020), PPP trong ngành hàng Cà phê sẽ tập trung đẩy mạnh liên kết chuỗi để gia tăng giá trị cà phê Việt Nam, với các mục tiêu cụ thể: Có trên 80.000 hộ nông dân tham gia với 97.000 ha; thu hút sự tham gia của nhiều đối tác như Nestlé Việt Nam, GCP, IDH, Yara, Bayer, EDE, ACOM, OLAM, Simexco, WASI... Để đạt được kết quả đó, ngành Cà phê sẽ mở rộng mô hình hợp tác công tư cà phê có tính nhân rộng cao; tăng cường đo lường và giám sát hiệu quả thực hiện; tăng cường kết nối giữa các tiểu ban VCCB và những dự án liên quan nhằm đẩy mạnh kết nối chuỗi giá trị.

5. Các giải pháp tổng thể để thúc đẩy phát triển sản xuất và xuất khẩu ngành Cà phê Việt Nam

Về sản xuất, chế biến, cần đẩy mạnh công tác tái cơ cấu ngành Cà phê một cách hiệu quả, như: xây dựng các vùng trồng tập trung, chuyên canh gắn với phát triển công nghiệp chế biến; áp dụng tiến bộ công nghệ cao; thúc đẩy liên kết vùng nguyên liệu với các cơ sở, nhà máy chế biến sâu

để tạo nguồn hàng đảm bảo ổn định về chất lượng và số lượng, đáp ứng yêu cầu của thị trường; có giải pháp tháo gỡ khó khăn, hỗ trợ người nông dân, doanh nghiệp thu hút đầu tư; ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Đồng thời, cũng cần khuyến khích, tăng cường liên kết và hợp tác trong sản xuất kinh doanh cà phê với mục đích ổn định xuất khẩu, giữ vững và mở rộng thị trường.

Song song với việc nâng cao chất lượng sản phẩm, công tác xây dựng thương hiệu phải được chú trọng và quan tâm hơn nữa. Hiện nay, công tác xây dựng, phát triển thương hiệu chưa được doanh nghiệp nhận thức đầy đủ và triển khai hiệu quả, là một nguyên nhân dẫn đến nông sản nói chung và cà phê nói riêng của Việt Nam chưa được người tiêu dùng trên thế giới biết đến, vị thế trong thương mại quốc tế của hàng hóa do vậy mà cũng thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Các doanh nghiệp cần khảo sát nhu cầu của thị trường về các lĩnh vực gồm: thị phần, thị hiếu, chất lượng, giá cả. Từ đó, xác định tỷ trọng chế biến các loại sản phẩm (bao nhiêu % sản phẩm sơ chế; % sản phẩm tinh chế) để định hướng phát triển, xây dựng chiến lược quảng bá, marketing, định vị thương hiệu phù hợp với năng lực của mình. Nhà nước sẽ hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển thương hiệu thông qua các chiến dịch truyền thông, quảng bá hình ảnh; các chương trình đào tạo, hướng dẫn, nâng cao năng lực thiết kế, định dạng sản phẩm; và cách thức tạo dựng cũng như quảng bá thương hiệu.

Về công tác xúc tiến thương mại, các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê Việt Nam cần chú trọng tuyển dụng và đào tạo cán bộ có trình độ ngoại ngữ và chuyên môn; chủ động tham gia các chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại do Bộ Công Thương định hướng cũng như do các Bộ, ngành, Hiệp hội tổ chức. Không những vậy, cũng cần tham dự các hội chợ, triển lãm quốc tế ở cả trong và ngoài nước để giới thiệu sản phẩm và tìm kiếm bạn hàng; xây dựng kênh nghiên cứu và dữ liệu riêng về thị trường xuất khẩu thông qua sự hỗ trợ của cơ quan đại diện thương mại của Việt Nam tại các nước để cập nhật thông tin, nhằm kịp thời điều chỉnh các hoạt động sản xuất kinh doanh phù hợp với tín hiệu của thị trường ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (2012). *Quyết định số 1987/QĐ-BNN-TT năm 2012 phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành cà phê Việt Nam đến 2020 và tầm nhìn đến năm 2030.*
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (2014). *Quyết định số 3417/QĐ-BNN-TT 2014 phê duyệt Đề án phát triển ngành cà phê bền vững đến năm 2020.*
3. Thủ tướng Chính phủ (2018). *Nghị định số 98/2018/NĐ-CP về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.*

Ngày nhận bài: 12/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/4/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ MỸ HẰNG

NGUYỄN THỊ MINH THÚY

Bộ môn Khoa học cơ bản - Trường Đại học Công đoàn

THE STATUS QUO AND SOLUTIONS FOR DEVELOPING VIETNAM'S COFFEE INDUSTRY

● **NGUYEN THI MY HANG**

● **NGUYEN THI MINH THUY**

Faculty of Basic Science - Trade Union University

ABSTRACT:

Coffee is an important commodity, accounting for 3% of Vietnam's GDP, and the Vietnam's export turnover of coffee has reached over US \$3 billion for many years. In recent years, although the world economy has experienced many difficult times leading to a decrease in purchasing power, Vietnam's coffee exports have maintained a very encouraging growth rate, at 8.2% per year with an average annual turnover of US \$ 3.13 billion in the period of 2011-2018, accounting for 15% of the country's total agricultural exports. This article analyzes the status quo of Vietnam's coffee industry, thereby proposing some solutions for the coffee industry, such as product quality improvement, export product diversification and promotion activities in order to better meet the market's demands.

Keywords: Coffee industry, status quo, solutions, Vietnam.

KINH TẾ CHIA SẺ VÀ NHỮNG TÁC ĐỘNG ĐẾN DU LỊCH TẠI VIỆT NAM

● TRẦN MINH PHƯƠNG

TÓM TẮT:

Mô hình và các hoạt động của nền kinh tế chia sẻ đã xuất hiện khá lâu trên thế giới, nhưng chỉ đến khi cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư bùng nổ với các thành tựu khoa học - công nghệ thì mô hình này mới có những bước phát triển đột phá và trở thành yếu tố cốt lõi của nền kinh tế số hiện nay.

Việt Nam đang trong quá trình thúc đẩy phát triển công nghệ số hóa, tuy loại hình kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ chưa phát triển mạnh mẽ nhưng lại có nhiều tiềm năng, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch.

Bài viết sẽ tập trung làm rõ một số nội dung: (1) Khái niệm về kinh tế chia sẻ; (2) Các loại hình kinh tế chia sẻ chính và những tác động của nó đến du lịch tại Việt Nam; (3) Một số khuyến nghị nhằm phát triển kinh tế chia sẻ đối với du lịch tại Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, kinh tế chia sẻ, du lịch.

1. Khái niệm về kinh tế chia sẻ

Trên thực tế, có rất nhiều định nghĩa khác nhau về kinh tế chia sẻ, không có một định nghĩa chung cho tất cả mọi trường hợp hay mọi quốc gia. Mức độ rộng, hẹp của các định nghĩa có thể xuất phát từ các góc nhìn khác nhau.

Kinh tế chia sẻ được coi là hoạt động tái thiết kinh tế, trong đó các cá nhân ẩn danh có thể sử dụng các tài sản, dịch vụ nhàn rỗi (bao gồm cả các tài sản vô hình - như kỹ năng cá nhân và thời gian rảnh rỗi), được sở hữu bởi các cá nhân khác thông qua các nền tảng kết hợp trên Internet. Đó là một mô hình kết nối để những người tiêu dùng có thể tận dụng nguồn lực dư thừa của nhau. Trong kinh doanh, nền kinh tế chia sẻ được hiểu là một thuật ngữ đề cập đến mô hình kinh doanh khai thác từ sự hợp thành của các yếu tố tài nguyên sẵn có kết hợp với các yếu tố công nghệ. Theo đó, mô hình này thường do các doanh nghiệp khởi nghiệp khởi xướng. Đây là đối tượng không sở hữu bất kỳ một

nhà máy hay một kho hàng nào nhưng lại có cả một kho tài nguyên sẵn có trên toàn cầu và luôn sẵn sàng gia nhập vào hệ thống.

Đến nay, có nhiều định nghĩa và cách hiểu khác nhau nhưng theo cách hiểu phổ biến nhất, mô hình kinh tế chia sẻ là một hệ thống kinh tế mà ở đó tài sản hoặc dịch vụ được chia sẻ dùng chung giữa các cá nhân, hoặc không phải trả tiền hoặc trả một khoản phí, với tính chất điển hình là thông qua các công cụ Internet. Đây là một phương thức kết nối mới giữa người mua (người dùng) và người bán (người cung cấp) đối với một hoạt động kinh tế.

Tại Việt Nam, thời gian gần đây, thuật ngữ “nền kinh tế chia sẻ” được đưa ra bàn luận trên nhiều diễn đàn, với một số mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng ứng dụng công nghệ, như: ứng dụng gọi xe Grab, Be, Go Việt; dịch vụ du lịch và khách sạn, dịch vụ chia sẻ phòng ở như Airbnb,... Trong điều kiện của Việt Nam, có thể hiểu “kinh tế chia sẻ” là một phương thức kinh doanh mới của kinh

doanh ngang hàng, một hệ thống kinh tế mà ở đó tài sản và dịch vụ được chia sẻ cho nhiều người sử dụng trên thị trường thông qua việc ứng dụng các nền tảng số.

Như vậy, kinh tế chia sẻ là một mô hình thị trường kết hợp giữa sở hữu và chia sẻ, trong đó đề cập đến vai trò ngang hàng dựa trên sự chia sẻ quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ, nhằm gia tăng lợi ích cho các bên tham gia. Hiện nay, có ba yếu tố giúp cho việc chia sẻ quyền sử dụng các hàng hóa và dịch vụ mới được thuận lợi như:

Thứ nhất, hành vi của khách hàng đối với nhiều loại hàng hóa và dịch vụ được thay đổi tính chất từ sở hữu đến chia sẻ.

Thứ hai, liên kết mạng lưới người tiêu dùng qua các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử dễ dàng hơn.

Thứ ba, ứng dụng công nghệ thông tin qua các thiết bị di động và các dịch vụ điện tử làm cho việc sử dụng, chia sẻ các hàng hóa và dịch vụ trở nên thuận tiện hơn.

2. Các loại hình kinh tế chia sẻ chính và những tác động của nó đến du lịch tại Việt Nam

2.1. Một số mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực du lịch

Tại Việt Nam, mặc dù kinh tế chia sẻ chưa thực sự phát triển nhưng việc cho thuê những tài sản ít sử dụng đã và đang tồn tại. Một khảo sát mới công bố của Công ty Nielsen trong hơn 30.000 người tiêu dùng trực tuyến trên 60 quốc gia ở châu Á - Thái Bình Dương, châu Âu, châu Mỹ Latinh, Trung Đông, châu Phi và Bắc Mỹ cho thấy, kinh tế chia sẻ đang bắt đầu khởi phát, mở rộng trong các lĩnh vực và Việt Nam là một trong những nước có tiềm năng lớn để phát triển mô hình này. Theo khảo sát của Nielsen, cứ 4 người Việt Nam được hỏi thì có 3 người cho biết thích ý tưởng kinh doanh về mô hình này; 76% cho biết sẵn sàng tận dụng các sản phẩm và dịch vụ chia sẻ; chỉ có 18% từ chối chia sẻ tài sản cá nhân của mình.

Một số loại hình kinh tế chia sẻ đã xuất hiện ở Việt Nam, trong đó nổi lên 3 loại hình dịch vụ: (1) Dịch vụ chia sẻ phương tiện giao thông (như Grab, Go Viet, Dichung, Fastgo, Be v.v...); (2) Dịch vụ lưu trú (như Airbnb, Travelmob, Luxstay); (3) Dịch vụ cho vay ngang hàng (chủ yếu tập trung vào các doanh nghiệp Fintech). Ngoài ra, nhiều dịch vụ khác cũng đã được hình thành, như: dịch vụ du lịch, chia sẻ không gian làm việc (coworking space), gửi xe, chia sẻ lao động và việc làm,...

- Các mô hình chia sẻ phương tiện giao thông (GrabTaxi và Uber, Go Viet, Dichung, Fastgo, Be) là ứng dụng định vị tự động dùng để đặt và điều phối xe taxi trên điện thoại thông minh, hướng tới mục tiêu cải tiến thị trường taxi địa phương bằng khởi đầu đơn giản, chi phí hiệu quả cho cả 2 bên cung (công ty vận tải) và cầu (hành khách). Với công nghệ này, dịch vụ chia sẻ phương tiện giao thông tối ưu hóa quá trình kết hợp giữa công ty taxi và hành khách. GrabTaxi và Uber là hai ứng dụng đặt xe được sử dụng phổ biến và sớm nhất tại Việt Nam. Tuy nhiên, từ cuối tháng 3/2018, Grab công bố việc mua lại hoạt động kinh doanh của Uber tại thị trường Đông Nam Á và đổi lại chuyển nhượng 27,5% cổ phần cho Uber. Từ ngày 08/04/2018, toàn bộ khách hàng và tài xế dùng Uber đã chuyển qua ứng dụng của Grab.

- Các mô hình chia sẻ hình thức lưu trú:

Mô hình Airbnb: Airbnb là viết tắt của cụm từ AirBed and Breakfast, là ứng dụng kết nối trực tiếp người có phòng (chủ nhà/chủ phòng trọ/căn hộ/villas) cho thuê với người thuê phòng (đi du lịch/công tác) cần tìm chỗ lưu trú, kể cả ngắn ngày hay dài ngày, thông qua một ứng dụng di động với thủ tục, cách làm cực kỳ đơn giản mà giá cả lại rẻ, hợp lý hơn rất nhiều so với những trang web đặt phòng thông dụng khác - như booking, agoda... Airbnb bắt đầu xuất hiện tại Việt Nam năm 2015 với khoảng 1.000 phòng được cho thuê và tăng gấp 6,5 lần tính đến giữa năm 2017. Đây được đánh giá là ứng dụng tuyệt vời và tiện ích giúp người đi du lịch, công tác tìm kiếm được những căn phòng trống như ý mình với giá cả phải chăng (vì kết hợp trực tiếp giữa chủ nhà và khách thuê) và mang lại sự thoải mái. Hiện nay, Airbnb khá phổ biến - tập trung chủ yếu ở Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các thành phố du lịch lớn như Đà Lạt, Sapa, Hội An, Đà Nẵng..., dự báo sẽ tiếp tục được nhân rộng chỉ trong thời gian ngắn. Với khoản phí đối với chủ nhà ở mức 3% tổng giá trị đặt phòng, phí thu khách đặt phòng ở mức 6 - 12%, mức phí này sẽ hiển thị luôn trong quá trình khách sử dụng dịch vụ. Dù vậy, mức phí này vẫn đảm bảo số tiền phải trả thấp hơn so với khi đặt phòng khách sạn qua các kênh truyền thống.

Mô hình Luxstay: Trước khi Airbnb tấn công vào thị trường Việt Nam, Luxstay là cái tên duy nhất hoạt động trong lĩnh vực cho thuê phòng, khách sạn trên ứng dụng. Luxstay là nền tảng trực tuyến kết nối các chủ nhà với người có nhu cầu

thuê nhà ngắn hạn, trong đó có khách du lịch hoặc người kinh doanh. Hiện tại, Luxstay đang sở hữu hơn 15,000 chỗ nghỉ tập trung, chủ yếu vào các khu vực thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các điểm du lịch như Nha Trang, Sapa, Hạ Long, Đà Nẵng, Đà Lạt.

- *Mô hình Triip.me*: Mô hình này đã biến những người địa phương bình thường thành một hướng dẫn viên du lịch nghiệp dư. Triip.me cho phép bất kỳ ai cũng có thể tạo một gói sản phẩm du lịch, đưa lên và bán cho khách du lịch trên trang web hoặc ứng dụng trên iPhone. Triip.me được hình thành và xây dựng từ một nhóm người trẻ đam mê du lịch, họ đến từ nhiều quốc gia với những nền văn hóa khác biệt nhau. Điểm chung lớn nhất của Triip.me là nơi kết nối mọi người, chia sẻ kinh nghiệm về du lịch, qua đó góp phần bảo tồn văn hóa tại các địa phương.

- *Mô hình Travelmob*: Là trang web đăng tải thông tin về việc cho thuê nhà hay phòng ở trong thời gian ngắn hạn. Travelmob là trung gian giải quyết các giao dịch tài chính giữa hai bên chủ nhà và người thuê nhà. Chủ nhà sẽ cung cấp thông tin cần thiết về vị trí, diện tích, giá cả miễn phí trên Travelmob, qua đó du khách sẽ có sự lựa chọn nơi lưu trú phù hợp với nhu cầu của họ. Chủ nhà sẽ trả một khoản phí dịch vụ khi giao dịch thành công. Được thành lập từ năm 2012 tại Singapore, Travelmob hiện nay đã được sử dụng ở hầu hết các điểm đến nổi tiếng trong khu vực Đông Nam Á và châu Á. Việt Nam hiện nay cũng đã có phiên bản tiếng Việt của Travelmob tại địa chỉ vn.travelmob.com.

Trên đây là một số mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực du lịch bước đầu đã xuất hiện ở Việt Nam. Với một thị trường hơn 90 triệu dân cùng hạ tầng công nghệ ổn định, những mô hình này sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển và người tiêu dùng Việt Nam cũng sẽ có thêm nhiều lựa chọn cho nhu cầu của bản thân mình.

2.2. Những tác động của kinh tế chia sẻ đến du lịch tại Việt Nam

Có thể thấy rõ, hiện nền kinh tế chia sẻ đã và đang nở rộ ở rất nhiều ngành nghề khác nhau, trong đó có cả ngành Dịch vụ du lịch, khách sạn. Nó đang ảnh hưởng lớn đến cách mà các khách sạn truyền thống đang kinh doanh. Nhờ tới sự phát triển của công nghệ, mà lối kinh doanh cộng sinh hiện nay được nhiều người hưởng tới, tạo ra nhu cầu cực kỳ lớn cho ngành du lịch. Khách du lịch

cũng có những sự thay đổi nhất định trong tư tưởng chọn nơi trú chân của mình trong những kỳ nghỉ. Từ một số mô hình được đề cập ở trên, có thể nhận thấy phương thức kinh doanh này có những tác động nhất định đến các phương thức truyền thống như sau:

- *Mô hình home-sharing (Airbnb, Luxstay, ...)* ảnh hưởng đến mô hình kinh doanh lưu trú truyền thống:

Tuy không phải là một công ty kinh doanh khách sạn mà là một mô hình trung gian kết nối giữa người cho thuê phòng và khách du lịch, nhưng mô hình kinh doanh lưu trú theo phương thức kinh tế chia sẻ đã giúp người tiêu dùng có thể tiếp cận và khai thác sử dụng những tài sản mà họ không sở hữu và không có điều kiện sở hữu riêng (căn hộ; phòng nghỉ); đồng thời cũng giúp người sở hữu tài sản (chủ của các căn hộ, phòng nghỉ) có cơ hội để tăng thêm thu nhập. Số liệu từ AirDNA cho biết, 68% chủ hộ tham gia Airbnb tại TP HCM sở hữu 2 căn homestay trở lên, thu nhập trung bình hàng tháng 14 triệu đồng/căn hộ, với 56% chủ nhà cho thuê nguyên căn. Con số này dự kiến sẽ còn tăng lên, “ăn theo” sự phát triển của ngành hàng không giá rẻ. Trong khi đó, tại Hà Nội, doanh thu các chủ nhà nhận được cho mỗi căn hộ lại chỉ đạt mức 8-9 triệu đồng/ tháng. Cũng theo thống kê từ AirDNA, tổng số chủ nhà hiện nay tại Việt Nam ở mức xấp xỉ 19,000; trong đó có tới 5,000 chủ nhà tại miền Bắc và miền Nam, số còn lại phân bố tại miền Trung, Tây Nguyên. Tuy nhiên, điều đặc biệt là một chủ nhà thường đăng ký sở hữu trên 2 chỗ nghỉ qua các trang OTA, nên tăng đặt phòng (chiếm 69%). Điều này khẳng định home-sharing không đơn thuần là nguồn tăng thu nhập cho những chủ nhà có phòng nhàn rỗi mà đã trở thành sản phẩm kinh doanh sinh lời, đầy tiềm năng của các nhà đầu tư.

- *Các mô hình theo phương thức kinh tế chia sẻ đem lại cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn cho kỳ nghỉ của mình:*

Khi mà khách sạn truyền thống có dấu hiệu chững lại trong cuộc đua về nguồn cung lưu trú, thì thị trường kinh doanh home-sharing (chia sẻ căn hộ trực tuyến) tại Việt Nam lại đang tăng trưởng nóng, với tốc độ 452% về số lượng nguồn cung chỗ ở trong 1 năm qua. Mô hình home-sharing không chỉ là lời giải cho bài toán tận dụng nguồn cung về chỗ ở dư thừa mà còn giúp đáp ứng sự thay đổi về nguồn cầu về lưu trú du lịch. Nếu như trước đây, khách du lịch chỉ chọn chỗ ở đơn thuần là một nơi

dùng chân nghỉ ngơi, thì ngày nay, họ mong muốn nhận được giá trị nhiều hơn. Theo khảo sát về xu hướng du lịch toàn cầu trong năm 2018 do Visa thực hiện với sự tham gia của hơn 15.000 người đến từ 27 quốc gia, trong đó có Việt Nam, đã chỉ ra rằng khách du lịch hiện nay thường mong muốn đạt được cả hai mục tiêu là “khám phá” và “tận hưởng” trong những chuyến đi của mình. Chính sự thay đổi trong nhu cầu tìm kiếm cảm giác kết nối - tận hưởng - khám phá, homestay trở thành một sự lựa chọn tối ưu không chỉ về trải nghiệm mà còn cả về chi phí dành cho những người đam mê xê dịch hiện nay.

Năm 2014, Uber, Grab - mô hình kinh doanh đặc trưng nền kinh tế chia sẻ mới chính thức vào thị trường Việt Nam. Sự xuất hiện và phát triển lớn mạnh của 2 hãng cung ứng dịch vụ vận chuyển hành khách nổi tiếng trên thế giới đã “tiếp lửa” cho sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế chia sẻ nước ta. Đồng thời, mô hình này cũng góp phần tạo thêm sự lựa chọn cho khách hàng, tăng sự cạnh tranh trong lĩnh vực vận chuyển, đặc biệt là đối với những khách du lịch khi đặt chân đến một điểm đến, họ không biết nhiều về các thương hiệu taxi địa phương. Đây cũng chính là động lực để thúc đẩy cạnh tranh giữa các mô hình truyền thống và mô hình công nghệ. Sự xuất hiện của mô hình kinh doanh dịch vụ theo phương thức kinh tế chia sẻ, buộc các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, sẽ phải đối diện với sự cạnh tranh mạnh mẽ. Các hãng vận tải hành khách lớn như Mai Linh hay Vinasun, Taxi Group phải lập tức thay đổi cung cách vận hành. Nếu như tháng 8/2015, Mai Linh giới thiệu ứng dụng di động cho phép gọi xe taxi không cần thông qua tổng đài, thì đến cuối năm 2015, Vinasun cũng nâng cao khả năng cạnh tranh bằng cách tung ra ứng dụng gọi xe Vinasun. Cùng lúc, hãng này còn công bố dịch vụ đưa đón bằng đội xe Fortuner, Innova đời mới không có nhân hiệu hay biển taxi, với hình thức thanh toán như thông thường. Trong dịp tết Nguyên Đán 2016, Taxi Group cũng tung ra gói dịch vụ đi ghép xe cho những hành khách đi đường dài nhằm tiết kiệm chi phí cho người dùng.

- Các mô hình theo phương thức kinh tế chia sẻ có khả năng tiếp cận với khách hàng rộng rãi:

Với phương thức hoạt động khá linh hoạt lại tận dụng tối đa sự trợ giúp của công nghệ, hình thức theo mô hình kinh tế chia sẻ có khả năng tiếp cận

với khách hàng rộng rãi, đây chính là vấn đề mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn rất nhiều hạn chế.

Kinh tế chia sẻ mở ra không gian rộng lớn để phát triển và lấp đầy những khoảng trống của các thị trường kinh doanh truyền thống. Tại các nền tảng trực tuyến, người mua và người bán nhanh chóng tìm được nhau. Nhờ sự tương tác trực tiếp này, các khâu trung gian và kết nối cung cầu có tính chất trung gian sẽ giảm đi.

3. Một số khuyến nghị nhằm phát triển kinh tế chia sẻ đối với lĩnh vực du lịch tại Việt Nam

Để phát triển bền vững và tận dụng các lợi thế cơ hội của kinh tế chia sẻ, Nhà nước cần phải quan tâm đến các quan điểm định hướng và giải pháp tương ứng như sau:

Thứ nhất, xây dựng môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các hoạt động kinh tế chia sẻ và truyền thống. Cần sớm điều chỉnh và bổ sung kịp thời các văn bản pháp quy để quản lý tốt hoạt động kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ và du lịch thông minh, nhằm khai thác tối đa tiềm năng, qua đó giúp nâng cao năng suất, hiệu quả và sức cạnh tranh.

Thứ hai, nâng cao năng lực quản lý của bộ máy nhà nước trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 để khuyến khích và quản lý sự phát triển các hoạt động kinh tế chia sẻ.

Thứ ba, chú trọng công tác an ninh mạng để đảm bảo lợi ích cho người dân tham gia, cụ thể: Cần có những chính sách hướng dẫn các cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước có trách nhiệm bảo mật thông tin (không cung cấp thông tin cho bên thứ ba, ngoại trừ có yêu cầu của các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền và người có thông tin cho phép) và tuyên truyền nghĩa vụ, trách nhiệm trong việc bảo mật thông tin cá nhân của người khác. Thúc đẩy giao dịch thanh toán xuyên biên giới đều phải thông qua cổng thanh toán quốc gia, do một đơn vị làm chủ (đơn vị này do NHNN cấp phép hoạt động).

4. Kết luận

Kinh tế chia sẻ là một mô hình kinh tế mới, phát triển trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, việc cung cấp sản phẩm dịch vụ du lịch tới du khách đã vượt qua giới hạn về cả khoảng cách thời gian cũng như không gian địa lý. Đồng thời, nó ngày càng đáp ứng tốt yêu cầu của khách hàng cũng như tối thiểu hóa chi phí trong quá trình vận hành.

Thâm nhập vào thị trường Việt Nam vài năm

trở lại đây, kinh tế chia sẻ được đánh giá sẽ có nhiều tác động tích cực tới nền kinh tế Việt nói chung và ngành Du lịch nói riêng. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là cần phải có những điều chỉnh, bổ sung trong hệ thống luật pháp để có những chính sách quản lý phù hợp, khai thác những yếu tố tích

cực và ngăn chặn những yếu tố tiêu cực. Từ đó, tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng và lành mạnh để mô hình kinh tế chia sẻ phát triển, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của du lịch Việt trong bối cảnh hội nhập sâu rộng trên toàn cầu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. AirDNA (2019), “Vietnam Homestays Fill Gaps and Provide Opportunities”.
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018), “Báo cáo Đề án mô hình kinh tế chia sẻ”.
3. Hoàng Văn Cường (2018) “Quản lý nhà nước trong nền kinh tế chia sẻ: Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam”, Chuyên đề Số 14, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương.
4. Nielsen (2017), “Khảo sát tại Việt Nam về sẵn sàng sử dụng sản phẩm chia sẻ và sẵn sàng chia sẻ”.

Ngày nhận bài: 10/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/3/2020

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN MINH PHƯƠNG

Trường Đại học Thương mại

**THE SHARING ECONOMY AND ITS IMPACTS
ON VIETNAM’S TOURISM SECTOR**

● Master. **TRAN MINH PHUONG**

Thuongmai University

ABSTRACT:

Although the sharing economy’s models and activities have been established for a long time in the world, the spread of Industry 4.0 with scientific and technological advancements has significantly promote the sharing economy and made it become a core element of the current digital economy. Although the sharing economy’s models in Vietnam have not developed as strongly as ones in other countries, Vietnam is promoting the digital technology development and the country’s digital economy has great potential. This article focuses on clarifying these following contents: (1) The concept of sharing economy; (2) The main models of sharing economy and their impacts on tourism in Vietnam; and (3) Some recommendations for developing a sharing economy model for tourism in Vietnam in the context of Industry 4.0.

Keywords: Industry 4.0, sharing economy, tourism.

ẢNH HƯỞNG TỪ CẮT GIẢM THUẾ QUAN TRONG KHUÔN KHỔ EVFTA ĐẾN XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM SANG EU

● NGUYỄN THỊ THU HIỀN

TÓM TẮT:

Hiệp định thương mại giữa Liên minh châu Âu và Việt Nam (EVFTA) là một bước quan trọng để củng cố quá trình hội nhập lâu dài trong nền kinh tế toàn cầu. Hiệp định tạo nhiều cơ hội cho cả 2 bên trong phát triển thương mại và đầu tư.

Bài viết làm rõ cơ sở lý thuyết về tác động của việc cắt giảm thuế quan đối với thương mại giữa 2 quốc gia; khái quát về xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU và những cam kết về cắt giảm thuế quan hàng nông sản trong EVFTA. Từ đó, tác giả phân tích những cơ hội và đưa ra một số đề xuất nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản vào EU

Từ khóa: EVFTA, thương mại hàng nông sản, xuất khẩu nông sản, thuế quan, hạn ngạch thuế quan.

1. Cơ sở lý thuyết về ảnh hưởng bởi việc cắt giảm thuế quan nhập khẩu của nước ngoài đến xuất khẩu của một quốc gia

Những cam kết về giảm thuế quan trong các FTA nói chung sẽ tạo cơ hội tiếp cận thị trường lớn hơn giữa các quốc gia thành viên. Các tác động của cắt giảm thuế quan nước ngoài đối với xuất khẩu của quốc gia bao gồm:

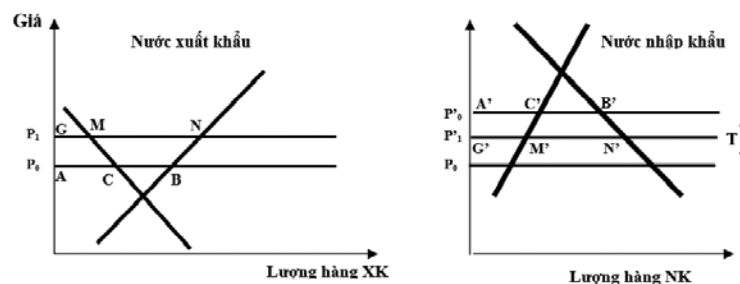
Tác động thị trường. Tác động thị trường (market effect) hàm ý rằng, trao đổi thương mại giữa 2 quốc gia sẽ tăng lên do tương quan giá giữa hàng nhập khẩu và hàng trong nước của quốc gia nhập khẩu giảm. Hình 1, minh họa ảnh hưởng của việc cắt giảm thuế quan nhập khẩu của quốc gia (QG) nhập khẩu (QG2) đối với xuất khẩu của QG1.

Đối với QG1, mức giá xuất khẩu hàng hóa X là P_0 và tại mức giá này thì QG1 sẽ xuất khẩu một lượng hàng hóa tương ứng là đoạn CB. Đây là phần chênh lệch giữa sản xuất trong nước và tiêu dùng trong nước ở mức

giá P_0 . Giả sử trước khi tham gia FTA, QG2 đánh thuế với mức thuế T đối với hàng hóa nhập khẩu từ QG1. Khi đó, tại QG2 mức giá của hàng hóa X nhập khẩu từ QG1 là $P'_0 = P_0 + T$. Tại mức giá P' , lượng hàng hóa nhập khẩu của QG2 tương ứng là đoạn $C'B'$. Ta có xuất khẩu của nước này phải bằng với nhập khẩu của nước kia, do đó: $CB = C'B'$.

Giả sử sau khi tham gia FTA, QG2 thực hiện cắt giảm hoàn toàn thuế quan đối với hàng nhập khẩu. Khi đó, mức giá của hàng hóa X tại QG2 giảm, còn tại QG1 tăng. Giả định bỏ qua các loại chi phí vận

Hình 1: Ảnh hưởng bởi việc giảm thuế nhập khẩu của nước ngoài đối với xuất khẩu của quốc gia



chuyển và chi phí khác nên sự thay đổi giá này sẽ diễn ra cho đến khi giá hàng hóa X tại 2 quốc gia này bằng nhau. Trên đồ thị, mức giá hàng hóa X tại cả hai quốc gia sẽ là P_{CE1} và $P_1 > P_0$. Khi đó, tại mức giá cao hơn xuất khẩu của QG1 tăng từ CB đến MN. Như vậy, khi QG2 giảm thuế nhập khẩu đối với hàng xuất khẩu của QG1 sẽ thúc đẩy xuất khẩu của QG1.

Tác động cạnh tranh. Cùng với việc được hưởng lợi ích từ cắt giảm thuế quan, nước xuất khẩu hàng hóa phải đối mặt với sự cạnh tranh không chỉ từ các nhà sản xuất của nước nhập khẩu, mà còn từ các nước khác cũng xuất khẩu hàng hóa vào nước này. Khi giá nhập khẩu giảm, tỷ lệ thương mại (terms of trade) cũng thay đổi đối với cả các nước xuất khẩu. Một số quốc gia có thể khai thác tiềm năng xuất khẩu tốt hơn do khả năng cạnh tranh về giá cao hơn, trong khi những nước khác lại không cạnh tranh được. Cạnh tranh giá tương đối xảy ra giữa các nhà xuất khẩu được gọi là tác động cạnh tranh (competitive effect). Vì vậy, việc cắt giảm thuế quan có làm tăng xuất khẩu của quốc gia thành viên hay không còn phụ thuộc vào khả năng cạnh tranh giữa các nước thành viên cùng xuất khẩu hàng hóa đó.

Tác động của cắt giảm thuế quan nước nhập khẩu đối với tiếp cận thị trường nước ngoài của nước xuất khẩu còn phụ thuộc vào độ co giãn theo giá của “cung” hàng xuất khẩu của quốc gia và độ co giãn theo giá của “cầu” hàng nhập khẩu của nước ngoài. Hai yếu tố này quyết định độ co giãn theo giá của hàng xuất khẩu của quốc gia xuất khẩu. Nếu độ co giãn theo giá của hàng xuất khẩu càng lớn thì cắt giảm thuế quan sẽ có tác động càng nhiều tới khả năng tiếp cận thị trường nước ngoài.

2. Tổng quan về xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU

EU là thị trường nhập khẩu nông sản lớn thứ ba của Việt Nam, sau Trung Quốc và Mỹ. Xuất khẩu nông sản sang thị trường EU luôn duy trì tỷ trọng 11% - 19% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam, mức tăng trưởng xuất khẩu hàng năm vào khoảng 10%/năm. Xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU có mức độ tập trung lớn về chủng loại sản phẩm. Những sản phẩm chủ đạo, chiếm gần 90% kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường này bao gồm: cà phê, chè nguyên liệu, hồ tiêu và rau quả (Bảng 1).

Cà phê, chè là nhóm hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu sang EU lớn nhất của Việt Nam (chiếm khoảng hơn 60% giá trị xuất khẩu). Năm 2018, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này sang EU đạt 791,7 triệu USD; 9 tháng đầu năm 2019 đạt 865,5 triệu USD.

Rau quả: EU là một thị trường tiêu thụ rất lớn các sản phẩm rau quả thế giới, chiếm 45% trị giá thương mại hàng rau quả toàn cầu. Thương mại hai chiều ngành rau quả giữa Việt Nam và EU vẫn còn hạn chế về kim ngạch, xuất khẩu của Việt Nam

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam sang EU

Đơn vị: triệu USD

TT	Sản phẩm	2015	2016	2017	2018	2019
1	Động vật sống	3,4	0,7	1,0	1,1	-
2	Thịt các loại	1,5	1,9	3,6	3,6	-
3	Hồ tiêu	-	240,1	156,5	105,4	102,6
4	Rau củ	76,3	93,2	99,7	107,1	138,6
5	Cà phê, chè	806,7	819,1	732,4	791,7	865,5

Nguồn: UN Tradecome (2020)

chỉ chiếm khoảng 1% lượng rau quả nhập khẩu của EU. Về cơ cấu, thương mại rau quả Việt Nam - EU mang tính bổ sung cao, không cạnh tranh trực tiếp.

Hồ tiêu. EU là thị trường nhập khẩu hồ tiêu lớn thứ 2 của Việt Nam. Kim ngạch nhập khẩu hồ tiêu của EU từ Việt Nam khoảng 40 nghìn tấn mỗi năm, chiếm 23% tổng lượng hồ tiêu xuất khẩu của nước ta. Việt Nam cũng là nhà cung cấp hồ tiêu lớn nhất cho thị trường EU, xuất khẩu của Việt Nam đáp ứng 53% nhu cầu hồ tiêu của thị trường EU.

Gạo: Gạo của Việt Nam đã thâm nhập được vào toàn bộ thị trường EU. Tuy nhiên, xuất khẩu gạo sang EU chiếm tỷ trọng rất nhỏ (0,7%) trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Đồng thời, xuất khẩu gạo đang có xu hướng giảm đáng kể trong những năm gần đây.

Xuất khẩu chăn nuôi từ Việt Nam sang EU không đáng kể, chủ yếu là thịt gà, đạt 3,6 triệu USD (năm 2018).

3. Cam kết về cắt giảm thuế quan của EU trong EVFTA đối với hàng nông sản nhập khẩu

Mức cam kết cắt giảm thuế quan trong Hiệp định EVFTA có thể coi là mức cam kết cao nhất mà Việt Nam đạt được trong các FTA đã được ký kết. Trước khi EVFTA có hiệu lực, chỉ có 42% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU được

hưởng mức thuế 0% theo Chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP), trong đó có các dòng sản phẩm café, chè, hồ tiêu. Các nhóm rau quả chịu mức thuế quan nhập khẩu trung bình là 16,2%; nhóm sản phẩm là động vật sống và các sản phẩm từ động vật là 13,1% (EU, 2018).

Với EVFTA, EU cam kết loại bỏ hơn 99% tất cả các mức thuế liên quan đến thương mại hàng hóa và loại bỏ một phần đối với các hàng hóa còn lại bằng các hạn ngạch thuế quan (TRQs). Theo đó, lộ trình cắt giảm như sau: ngay sau khi EVFTA có hiệu lực, 85,6% dòng thuế sẽ bị loại bỏ ngay lập tức (tương đương 70,3% hàng xuất khẩu của Việt Nam sang EU) và trong vòng 7 năm tới thì 99,2% dòng thuế sẽ bị loại bỏ (tương đương 99,7% giá trị kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU). Đối với 0,3% giá trị xuất khẩu còn lại (bao gồm một số loại sản phẩm: gạo, ngô ngọt, tỏi, nấm, cá ngừ đóng hộp, đường, tinh bột sắn), EU cam kết áp dụng hạn ngạch thuế quan (TRQs). (Bảng 2)

Bảng 2. Hạn ngạch thuế quan của EU đối với hàng nông sản của Việt Nam

TT	Mặt hàng	Mức hạn ngạch thuế quan (TRQ)
1	Trứng và lòng đỏ trứng gia cầm	500 tấn
2	Tỏi	400 tấn
3	Ngô ngọt	5.000 tấn
4	Nấm	350 tấn
5	Gạo	30.000 tấn đối với gạo xay và bán xay; 20.000 tấn đối với gạo chưa xay.
6	Tinh bột sắn	30.000 tấn
7	Tinh bột biến tính	2.000 tấn
8	Đường (mã HS 1701 và 1702)	2.000 tấn + 400 tấn đối với đường đặc sản 1701 và 1490

Nguồn: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/february/tradoc_157686.pdf

Đối với nhóm hàng rau quả, EU cam kết xóa bỏ 94% trong tổng số 547 dòng thuế rau, quả và các chế phẩm từ rau, quả ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Phần lớn các dòng thuế EU cam kết xóa bỏ ngay hiện đều đang có mức thuế MFN trung bình là trên 10%, cá biệt có những sản phẩm rau, quả đang chịu thuế trên 20%. Do đó, mức cam kết

này của EU được đánh giá là sẽ tạo ra lợi thế lớn về giá cho rau, quả Việt Nam.

Với nhóm hàng thịt xuất khẩu: EU có cam kết mở cửa mạnh cho các sản phẩm chăn nuôi từ Việt Nam. Khoảng 60% dòng sản phẩm sẽ về 0% khi Hiệp định có hiệu lực. Loại bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với các dòng thuế đối với động vật sống, thịt trâu bò, thịt lợn; Loại bỏ thuế trong vòng 7 năm (một vài trường hợp là 5 năm) đối với các sản phẩm từ gia cầm và một vài sản phẩm chế biến từ bò và lợn. Thuế quan đối với thịt bò sẽ được loại bỏ trong 3 năm và đối với thịt lợn là trong 7 năm. Liên quan đến gia cầm, EU cam kết sẽ dần xóa bỏ các rào cản thương mại trong vòng 10 năm. Mức cắt giảm này được xem là tương đối lớn.

Đối với gạo, thời gian đầu sẽ áp dụng cơ chế hạn ngạch thuế quan, 50.000 tấn lượng nhập khẩu trong hạn ngạch mỗi năm được hưởng mức thuế 0%. Sau đó, sẽ xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu đối với gạo tằm trong 5 năm và các sản phẩm từ gạo từ 3 - 5 năm.

Riêng cà phê, hạt điều, sản phẩm rau củ quả tươi chế biến, nước hoa quả và hoa tươi được xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

4. Ảnh hưởng của cắt giảm thuế quan đến xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam

Nghiên cứu định lượng về tác động kinh tế của các cam kết giảm thuế quan cũng như các hàng rào phi thuế quan đến trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa EU và Việt Nam, dựa trên mô phỏng sử dụng mô hình cân bằng tổng thể động (CGE) cho thấy, xuất khẩu của Việt Nam sang EU ước tính tăng khoảng 18%, tương đương 15 tỷ euro (EU 2018).

Đối với nhóm hàng nông sản, mặc dù khoảng 90% sản phẩm nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã được miễn thuế MFN nhưng với EVFTA vẫn tạo cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu của nước ta. Hơn nữa, EU là trường hợp đầu tiên giảm thuế cho hàng chế biến nông sản, điều này mang lại nhiều lợi ích, bởi Việt Nam có cơ hội mang các mặt hàng sang EU với mức giá cạnh tranh hơn.

Xét về tiềm năng và cơ hội để tăng xuất khẩu hàng nông sản vào thị trường EU có thể thấy, EU là thị trường lớn với GDP đứng thứ 4 thế giới, lượng nhập khẩu nông sản khoảng 150 tỷ USD, trong khi ngành Nông nghiệp Việt Nam xuất sang EU mới đạt 5 tỷ USD (tổng xuất khẩu nông sản của Việt

Nam 40 tỷ USD). Như vậy, còn nhiều dư địa để hàng nông sản của Việt Nam thâm nhập vào EU. Một thuận lợi nữa là cơ cấu hàng hóa nông sản của Việt Nam và EU mang tính bổ sung cao nên ít có cạnh tranh trực tiếp. Bảng 3, tổng hợp kết quả ước tính của EU về tác động của EVFTA đến nhu cầu nhập khẩu một số hàng nông sản của EU từ Việt Nam (EU, 2018).

Bảng 3. Tác động của EVFTA lên nhu cầu nhập khẩu một số hàng nông sản của EU từ Việt Nam

TT	Nhóm hàng	Mức tăng trong NK nông sản của EU từ thị trường VN	
		Giá trị (triệu EUR)	Tỷ lệ (%)
1	Gạo	82	311,8
2	Ngũ cốc	0	14,1
3	Rau, quả và các loại hạt	3	0,7
4	Các loại hạt có dầu,	0	4,7
5	Đường	15	170,5
6	Cây lấy sợi và các loại cây khác	9	0,5
7	Thịt lợn và thịt gia cầm	6	16,7

Nguồn: EU (2018)

Bảng 3 cho thấy, nhiều mặt hàng nông sản có cơ hội tăng mạnh xuất khẩu vào thị trường EU khi EVFTA được thực thi bao gồm: nhóm hàng gạo, đường và thịt.

Gạo. Gạo Việt Nam là một trong những mặt hàng được châu Âu tiêu thụ trong những năm qua. Tuy vậy, số lượng bán sang thị trường này lại không nhiều. Nguyên nhân do mặt hàng gạo từ Việt Nam phải chịu thuế nhập khẩu khá cao 5%-45%. Thậm chí, có một số nước trong khối EU áp mức thuế nhập khẩu với gạo Việt Nam lên tới 100% hoặc cao hơn. Khi EVFTA có hiệu lực, thuế suất bằng 0%, mặt hàng này sẽ có giá cạnh tranh so với các đối thủ khác như Campuchia, Thái Lan. Nếu Việt Nam tận dụng tốt xuất khẩu được hết hạn ngạch 80.000 tấn mà EU cấp thì kim ngạch xuất khẩu có thể tăng gấp bốn lần so với hiện nay.

Trái cây. Khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, mặt hàng rau, quả xóa bỏ 100% dòng thuế xuất khẩu, vì vậy sẽ mở ra cơ hội lớn cho rau, quả Việt xuất khẩu vào thị trường này. Các sản phẩm được

người tiêu dùng ưa chuộng và nhiều tiềm năng tại EU gồm: bơ, xoài và khoai lang. Phần lớn các dòng thuế EU cam kết xóa bỏ ngay hiện đều đang có mức thuế MFN trung bình là trên 10%, cá biệt có những sản phẩm rau quả đang chịu thuế trên 20%. Do đó, mức cam kết trong EVFTA được đánh giá sẽ tạo ra lợi thế lớn về giá cho rau, quả Việt Nam (đặc biệt trong cạnh tranh nhập khẩu vào EU với các nước có thế mạnh về rau quả chưa có FTA với EU như Thái Lan, Trung Quốc...).

Đường. Mặc dù mặt hàng đường không được tự do hóa hoàn toàn, song cũng được EU dành cho hạn ngạch 10.000 tấn đường trắng và 10.000 tấn sản phẩm chứa đường trên 80%. Điều này sẽ mở ra cơ hội tiêu thụ sản phẩm rất lớn đối với ngành Mía đường của Việt Nam, trước bối cảnh cung đang vượt cầu rất lớn, do phải cạnh tranh với các sản phẩm nhập khẩu.

Tuy nhiên, bên cạnh cơ hội để tăng xuất khẩu vào thị trường EU, hàng nông sản của Việt Nam cũng gặp phải nhiều thách thức, trong đó thách thức lớn nhất vẫn là đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật của EU. Cụ thể như sau:

Về tiêu chuẩn kiểm dịch. Với nông sản, dù EVFTA có ưu đãi với những quy định về biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS) linh hoạt nhưng đa số ngành hàng nông sản của nước ta - như thịt, cà phê, rau quả..., vẫn vấp phải những hạn chế do thiếu tính đồng nhất trong từng lô hàng. Công tác thu hoạch bảo quản chưa tốt nên chất lượng còn hạn chế, khó mà vượt được tiêu chuẩn khắt khe của EU. Việt Nam nằm trong nhóm các nước có số trường hợp bị cảnh báo và trả hàng về từ châu Âu nhiều nhất. Nguyên nhân do những lô hàng này không đáp ứng yêu cầu về an toàn vệ sinh thực phẩm của EU, chứa các chất vượt mức cho phép hoặc bị cấm sử dụng trong thực phẩm.

Về tiêu chuẩn xuất xứ hàng hóa. Hiện nay, EU có quy định tương đối chặt chẽ về nguồn gốc, xuất xứ với hạt điều khi xem công đoạn gia công, bóc vỏ hạt điều là chế biến giản đơn. Do đó, muốn xuất khẩu được hưởng lợi về thuế quan, ngành Điều nhân của Việt Nam phải chế biến từ nguồn điều nguyên liệu sản xuất trong nước hoặc từ quốc gia có FTA với EU. Trong khi nguồn nguyên liệu cho sản xuất hàng hóa xuất khẩu của không ít sản phẩm nông nghiệp Việt Nam chủ yếu được nhập khẩu từ Trung Quốc, ASEAN và các nước không thuộc khối có FTA với EU.

EU còn có nhiều quy định không chỉ liên quan

đến tiêu chuẩn sản phẩm mà cả đối với quy trình sản xuất ra sản phẩm đó.

5. Một số đề xuất nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản vào EU

Để tận dụng được ưu đãi từ EVFTA, doanh nghiệp cần đảm bảo sản phẩm của mình đáp ứng yêu cầu về quy tắc xuất xứ, về tiêu chuẩn kỹ thuật và về vệ sinh an toàn động thực vật của EU. Đồng thời, các doanh nghiệp phải cải tiến sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, áp dụng công nghệ cao trong sản xuất, chế biến, bảo quản, đóng gói, vận chuyển, tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu, để đáp ứng được yêu cầu ngày càng khắt khe của các thị

trường xuất khẩu cũng như cạnh tranh trên thị trường nội địa.

Đối với những người nông dân, lực lượng trực tiếp sản xuất ra sản phẩm cần được tập huấn đầy đủ hơn về quy trình sản xuất để bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm, về nhật ký sản xuất, truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

Về phía các cơ quan chức năng, ngoài việc tuyên truyền, phổ biến các vấn đề có liên quan đến Hiệp định, cần tạo điều kiện thuận lợi nhất cho doanh nghiệp hoàn thiện các thủ tục đăng ký tiêu chuẩn, chất lượng, xuất xứ..., giúp cho hàng nông sản Việt Nam tận dụng được hết các cơ hội từ EVFTA ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. EU (2018), *The economic impact of the EU - Vietnamese Free Trade Agreement*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
2. Vũ Thanh Hương (2017), *Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU: tác động đối với thương mại hàng hóa giữa hai bên và hàm ý cho Việt Nam*, Luận án TS. Kinh tế học: 623101. Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
3. Multrap (2017), *EVFTA với ngành rau quả và chế biến thịt của Việt Nam*. Báo cáo nghiên cứu. Hà Nội 2017.
4. Olga Solleder (2013), *Trade Effects of Export Taxes*, Graduate Institute of International and Development Studies Working Paper, No: 08/2013.
5. World Trade Organisation (WTO) (2018), *Tariff Profiles 2018. Báo cáo xuất bản hàng năm của WTO, ITC và UNCTAD*, tại trang web: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/tariff_profiles18_e.pdf

Ngày nhận bài: 14/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/4/2020

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN THỊ THU HIỀN

Trường Đại học Thương mại

TARIFFS REDUCTION OF THE EVFTA AND ITS IMPACT ON VIETNAM'S AGRICULTURAL EXPORTS TO THE EU

● Ph.D **NGUYEN THI THU HIEN**

Thuongmai University

ABSTRACT:

The EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) is an important step to strengthen Vietnam's long-term integration process in the global economy. This agreement creates opportunities in trade and investment development for both sides.

This article clarifies the theoretical bases on impacts of tariff reduction on trade between two countries, presents an overview on Vietnam's agricultural exports to the EU and the EVFTA's commitments on tariff reductions for agricultural products. Based on these theoretical bases, this article analyzes opportunities and proposes solutions for boosting Vietnam's agricultural exports to the EU.

Keywords: EVFTA, agricultural products trade, export, tariffs, tariff rate quota.

ẢNH HƯỞNG CỦA TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP ĐẾN SỰ GẮN KẾT NHÂN VIÊN THÔNG QUA VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA NIỀM TIN TỔ CHỨC: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM

● TRẦN THỊ NHINH

TÓM TẮT:

Tại Việt Nam, thực hiện các trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (TNXHDN) hiện chưa được các doanh nghiệp hiểu đầy đủ về việc tự nguyện tham gia và lợi ích, cũng như tầm quan trọng trong triển khai TNXHDN.

Trong bài viết này, tác giả nghiên cứu mối quan hệ giữa TNXHDN và sự gắn kết của nhân viên thông qua biến trung gian của niềm tin tổ chức, đồng thời trình bày kết quả thực nghiệm thông qua khảo sát 480 nhân viên làm việc trong lĩnh vực ngân hàng tại TP. Hồ Chí Minh.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sự gắn kết nhân viên, niềm tin tổ chức, lĩnh vực ngân hàng, Việt Nam.

1. Giới thiệu

Thực trạng nhân sự lĩnh vực ngân hàng đang có những biến động liên tục như: thiếu nhân sự có chuyên môn cao, nhân viên bỏ nghề vì sự rủi ro, v.v... Theo báo cáo của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), nhu cầu đào tạo mới nhân lực ngành Tài chính ngân hàng giai đoạn 2016 - 2020 của Việt Nam là trên 1,6 triệu người và đến năm 2020, tổng số nhân lực làm việc trong ngành ngân hàng khoảng 300.000 người.

Các nghiên cứu gần đây về TNXHDN ở Việt Nam tuy số lượng khá nhiều nhưng vẫn còn hạn chế. Có một số nghiên cứu mang tính tổng hợp lý luận và đưa ra những nhận định, đánh giá từ chủ quan và kinh nghiệm (Nguyễn Đình Cung và Lưu Minh Đức, 2008); (Trần Quốc Trung, Nguyễn

Đoàn Châu Trinh, 2012); Một số nghiên cứu mới chỉ dừng lại ở thống kê mô tả (Bui Thi Lan Huong, 2010); Một vài nghiên cứu định lượng ở phạm vi nhỏ (Châu Thị Lệ Duyên; Nguyễn Minh Cảnh, 2012); (Nguyễn Tấn Vũ, Đường Liên Hà, 2012); Mở rộng là nghiên cứu về khía cạnh cảm nhận của khách hàng (Nguyễn Hồng Hà, 2016). Ngoài ra, những nghiên cứu về ảnh hưởng TNXHDN đến sự gắn kết nhân viên còn rất hạn chế. Tác động của các mối quan hệ hay những kết quả của vấn đề này dường như chưa được kiểm chứng, đánh giá đầy đủ, trong bối cảnh của Việt Nam nói chung, và lĩnh vực ngân hàng nói riêng.

Nghiên cứu sẽ tập trung trả lời các câu hỏi sau:

- 1) Kiểm định thang đo
- 2) Kiểm định mô hình nghiên cứu

3) Đưa ra hàm ý quản trị cho các nhà quản trị của các TCTD trong lĩnh vực ngân hàng để nâng cao việc thực hiện TNXHĐN và nâng cao sự gắn kết nhân viên.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lý thuyết nền

Trong nghiên cứu tác giả sử dụng lý thuyết nhận diện (bản sắc) xã hội, lý thuyết trao đổi xã hội làm lý thuyết nền.

2.2. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Nghiên cứu của (Maignan và cộng sự, 1999) về mối quan hệ giữa nhận thức của TNXHĐN và gắn kết của nhân viên cho thấy sự tích cực giữa nhận thức về mỗi khía cạnh của TNXHĐN (Kinh tế, Pháp luật, Đạo đức và Từ thiện) của Carroll (1979) và sự gắn kết của nhân viên với tổ chức của người sử dụng lao động. Sau đó (Peterson, 2004); (Rego và cộng sự, 2010) đã phân tích mối quan hệ tương tự giữa nhận thức TNXHĐN và gắn kết của nhân viên.

Khi nhân viên nhận thức được công ty thực hiện các hoạt động TNXHĐN đầy đủ đối với các bên liên quan thì nhân viên có thể tin tưởng tổ chức sẽ cam kết với họ, từ đó, họ cũng sẽ gắn kết với tổ chức. Sự gắn kết của nhân viên không thể quá cao nếu họ không thấy trách nhiệm của tổ chức. Từ thảo luận trên, giả thuyết sau đã được đề xuất.

H1: TNXHĐN và sự gắn kết nhân viên có mối quan hệ nhân quả dương

Trách nhiệm xã hội của công ty đóng vai trò quan trọng trong việc định hình lòng tin của nhân viên vào tổ chức, do đó ảnh hưởng đến thái độ và hành vi của họ (Fukukawa và cộng sự, 2007, Perini và Castaldo 2008, Rupp và cộng sự, 2006).

Các nhà nghiên cứu trước đây đã gợi ý, nếu nhân viên nhận thức được tổ chức của họ có hành vi thiếu trách nhiệm thì họ sẽ có khả năng biểu lộ thái độ và hành vi tiêu cực trong công việc. Ngược lại, nếu nhân viên nhận thấy tổ chức của họ hoạt động theo cách có trách nhiệm xã hội cao, thậm chí đối với những người bên trong và ngoài tổ chức, họ có thể có thái độ tích cực về công ty và làm việc hiệu quả hơn (Rupp và cộng sự, 2006). Điều này hình thành giả thuyết sau:

H2: TNXHĐN và niềm tin tổ chức có mối quan hệ nhân quả dương.

Theo Rogers (1995) khẳng định, sự tin tưởng là một đặc tính cơ bản trong môi trường làm việc lý

tưởng. Sự tin cậy giữa các bên là động lực của mối quan hệ vì nó làm tăng ý định hợp tác và mong đợi liên tục (Andaleeb, 1996; Anderson và Weitz, 1992; Ganesan, 1994). Nhiều nghiên cứu đã thực hiện theo lý thuyết niềm tin và gắn kết của Morgan và Hunt (1994), đã nhấn mạnh tầm quan trọng của niềm tin như tiền đề chính của sự gắn kết tình cảm (Bansal và cộng sự, 2004; Kim và Frazier, 1997; Ruyter và Wetzels, 1999; Rylander và cộng sự, 1997 về quan hệ lao động).

Niềm tin tồn tại ở cấp độ làm việc nhóm (niềm tin giữa các thành viên trong nhóm), cấp độ lãnh đạo (niềm tin giữa nhân viên và lãnh đạo), cấp độ tổ chức (giữa nhân viên và tổ chức), và cấp độ giữa các tổ chức. Niềm tin mạnh hay yếu tùy thuộc vào mức độ tương tác (Wong và cộng sự, 2003) và hoàn cảnh tồn tại của các mối quan hệ (Bedford, 2011).

H3: Niềm tin tổ chức và sự gắn kết nhân viên có mối quan hệ nhân quả dương

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp với phương pháp nghiên cứu định lượng. Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật phỏng vấn 15 nhân viên làm việc trong lĩnh vực ngân hàng tại TP. Hồ Chí Minh, nhằm điều chỉnh thang đo cho phù hợp với thị trường ở Việt Nam. Thang đo Likert 5 bậc từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý).

3 khái niệm được nghiên cứu trong bài đều là các khái niệm đa hướng với thang đo TNXHĐN của Turkey (2009b), gồm 4 thành phần và 17 biến quan sát. Kết quả nghiên cứu chỉ còn 3 thành phần, thành phần thứ 4 TNXHĐN đối với Chính phủ gồm 2 biến quan sát đã bị bỏ đi. Thang đo sự gắn kết nhân viên của May và cộng sự (2004) và Schaufeli và Bakker (2006) gồm 5 thành phần 17 biến quan sát, tác giả đã đề xuất gộp lại còn 3 thành phần vì một số thành phần biến quan sát có ý nghĩa giống nhau. Thang đo niềm tin tổ chức của Reyshav và Sharkie (2010) gồm 4 thành phần và 23 biến quan sát.

Phương pháp nghiên cứu định tính nhằm kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu thông qua phần mềm SPSS 20.0 và AMOS 24.0, thông qua dữ liệu được thu thập bằng bảng hỏi phỏng vấn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Tổng số phiếu điều tra phát ra là 500 phiếu, số phiếu thu

về là 490 phiếu trả lời ứng với tỷ lệ là 98%. Trong đó, có 10 phiếu bị loại do đáp viên không trả lời hết thông tin trong bảng câu hỏi. Kết quả có 480 phiếu hợp lệ được sử dụng làm dữ liệu cho chương trình nghiên cứu tại 5 ngân hàng: VIETCOM-BANK, VIB, BIDV, SACOMBANK, ACB.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả kiểm định thang đo bằng độ tin cậy

Kết quả chạy cronbach's alpha với thang đo TNXHĐN giữ nguyên 15 biến quan sát. Thang đo sự gắn kết nhân viên chạy lần 1 kết quả hệ số tương quan biến tổng của biến CA2 = 0.176 < 0.3, loại biến CA2; chạy lại lần 2 cronbach's alpha từ 0.867 tăng lên 0.940, và ED3 = 0.210 < 0.3, loại biến ED3; chạy lại lần 3 cronbach's alpha từ 0.868 tăng lên 0.935 thang đo còn 15 biến quan sát.

Thang đo niềm tin tổ chức chạy lần 1 kết quả RE5 = 0.165 < 0.3, loại biến RE5; chạy lại lần 2 cronbach's alpha từ 0.761 tăng lên 0.865, PS3 = 0.239; PS8 = 0.170 < 0.3, loại 2 biến PS3 và PS8; chạy lại lần 3 cronbach's alpha từ 0.846 tăng lên 0.937, và TM2 = 0.173; TM5 = 0.198 < 0.3 loại 2 biến TM2, TM5; chạy lại lần 2 cronbach's alpha từ 0.651 tăng lên 0.887 thang đo còn 18 biến quan sát. Theo kết quả Bảng 1 cho thấy, cronbach's

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo bằng độ tin cậy cronbach's alpha

Thang đo	Cronbach's alpha
TNXHĐN	
TNXHĐN đối với các tổ chức liên quan xã hội và phi xã hội	.828
TNXHĐN đối với nhân viên	.902
TNXHĐN đối với khách hàng	.917
Sự gắn kết nhân viên	
Tình cảm	.940
Đạo đức	.935
Duy trì	.900
Niềm tin tổ chức	
Kỳ vọng về phần thưởng	.865
Hỗ trợ tinh thần	.937
Niềm tin ở quản lý	.887
Giá trị quản lý	.911

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả, 2019

alpha của các thang đo thành phần của 3 thang đo chính trong nghiên cứu đều có $\alpha > 0.7$.

4.2. Kết quả phân tích nhân tố EFA

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố EFA

KMO = .888		Bartlett's test: Sig = .000	
Thành phần	Eigen-value		
	Tổng số	% Phương sai	% cộng dồn
1	9.147	19.885	19.885
2	4.676	10.166	30.050
3	3.405	7.403	37.453
4	2.426	5.274	42.727
5	2.351	5.110	47.838
6	2.229	4.845	52.683
7	1.932	4.200	56.883
8	1.548	3.366	60.248
9	1.362	2.960	63.209
10	1.204	2.618	65.827
....

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả, 2019

Kết quả Bảng 2 và Bảng 3 cho thấy, Eigen-value >1, kết quả kiểm định KMO = 0.888 > 0.5, Bartlett's test: Sig = .000, các biến đều gom lại theo từng thành phần và có hệ số tải tương đối cao.

Kết quả của Bảng 2 và Bảng 3 cho thấy, các tiêu chí đo lường đều thỏa mãn yêu cầu và đủ điều kiện đưa vào phân tích mô hình SEM để kiểm định các giả thuyết trong mô hình đề xuất nghiên cứu.

4.2. Kết quả mô hình SEM

Kết quả ước lượng (chuẩn hóa) của các tham số chính trong mô hình lý thuyết được trình bày ở Bảng 4 và kết quả chuẩn hóa được thể hiện ở Hình 1. Ta có thể thấy tất cả các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($p \leq 0,05$), nghĩa là các giả thuyết H1, H2, H3 về mối quan hệ của các khái niệm đề ra trong mô hình nghiên cứu đều được chấp nhận.

5. Kết luận hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu Hình 1 cho thấy, TNXHĐN có tác động dương mạnh nhất đến niềm tin tổ chức, tiếp theo TNXHĐN có tác động dương mạnh thứ 2 đến sự gắn kết nhân viên và cuối cùng là niềm tin tổ chức có tác động dương đến sự gắn kết nhân viên.

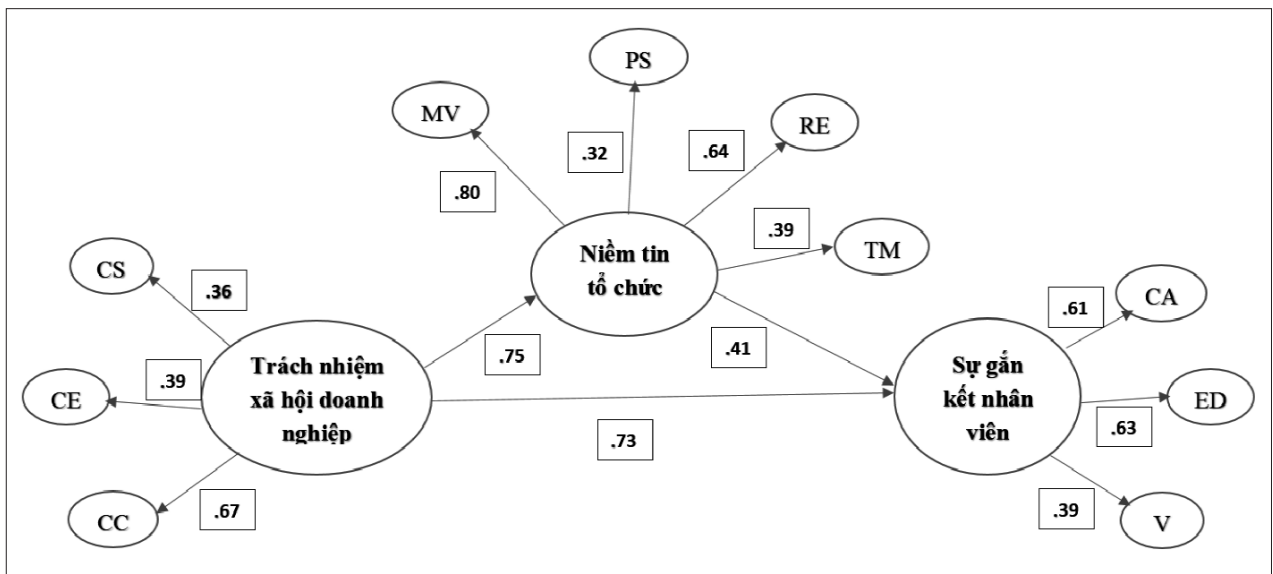
Bảng 3. Kết quả tải về các nhân tố sau khi xoay ma trận

Ma trận thành phần đã xoay										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CS1	.900									
CS2	.877									
CS6	.790									
CS3	.790									
CS5	.739									
CS4	.737									
CA3		.846								
CA4		.809								
CA5		.790								
CA1		.787								
CA6		.750								
CA7		.700								
CE3			.877							
CE4			.845							
CE1			.735							
CE2			.733							
CE6			.727							
CE5			.726							
ED5				.816						
ED4				.806						
ED2				.768						
ED6				.753						
ED1				.753						
ED7				.646						
PS1					.838					
PS5					.826					
PS4					.762					
PS2					.717					
PS7					.706					
PS6					.696					
RE4						.889				
RE2						.834				
RE3						.813				
RE1						.763				

Ma trận thành phần đã xoay										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TM3							.867			
TM4							.854			
TM1							.815			
V2								.853		
V1								.848		
V3								.783		
CC2									.893	
CC1									.853	
CC3									.789	
MV1										.821
MV3										.812
MV2										.786

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả, 2019

Hình 1: Kết quả mô hình SEM (chuẩn hóa)



Bảng 4. Hệ số hồi quy của các mối quan hệ (chuẩn hóa)

Giả thuyết	Tương quan	Ước lượng	S.E.	C.R.	P
H2	TNXHDN → Niềm tin tổ chức	.467	.123	3.794	***
H3	Niềm tin tổ chức → Sự gắn kết nhân viên	1.001	.500	2.001	.045
H1	TNXHDN → Sự gắn kết nhân viên	1.095	.369	2.971	.003

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả, 2019

Kết quả nghiên cứu làm cơ sở rút ra một số hàm ý cho các nhà lãnh đạo của các tổ chức tín dụng trong lĩnh vực ngân hàng cũng như các tổ chức khác như sau: (1) Xây dựng chính sách và tổ chức thực hiện TNXHĐN đầy đủ chuẩn mực, (2) Xây dựng chính sách tổ chức nhằm nâng cao nhận thức

của nhân viên về niềm tin tổ chức, (3) Xây dựng chính sách tổ chức nhằm nâng cao sự gắn kết nhân viên. Khi nhân viên có cảm nhận tốt về các hoạt động TNXHĐN của tổ chức, họ cũng sẽ đặt niềm tin nhiều hơn và sự gắn kết của họ với tổ chức sẽ cao hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Allen, N.J. and Meyer, J.P. (1990). "The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization". *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 63, pp. 1-18.
2. Allen, N., & Meyer, J. (1996). Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252-276.
3. Amabile T. (2005). Creativity: it's all about routine. *The Australian Financial Review*, 12 July, 59 (Harvard Management Update).
4. Andaleeb, S.S. (1996). "An experimental investigation of satisfaction and commitment in marketing channels: the role of trust and dependence". *Journal of Retailing*, Vol. 72 No. 1, pp. 77-93.
5. Bedford O. (2011). Guanxi-Building in the Workplace: A Dynamic Process Model of Working and Backdoor Guanxi Backdoor Guanxi. *Journal of Business Ethics*, 104, 149-158.
6. Bowen H. (1953). *Social Responsibility of the Businessman Harper & Row*, New York.
7. Carroll A. (1979). A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
8. Carroll A. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholder*. *Business Horizons*, 34(4), 39-49.
9. Carroll, A. B. (1999). *Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct*. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
10. Davis K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70-7.
11. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston Harper Collins.
12. Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press.
13. Lee, E. M., Park, S. Y., Rapert, M. I., and Newman, C. L. (2012). Does perceived consumer fit matter in corporate social responsibility issues? *Journal of Business Research*, 65(11), 1558-1564.
14. Lee, E.M.; Park, S.; Lee, H.J. (2013). Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 66, 1716-1724.
15. Lewicki R, McAllister D & Bies R. (1998). Trust and distrust: new relationships and realities. *The Academy of Management Review*, 23, 438-58.
16. Maignan, I., Ferrell, O. C., & Hult, G. M. (1999). Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 455-469.
17. Maignan, O.C. Ferrell. (2000). Measuring corporate citizenship in two countries: The case of United States and France. *Journal of Business Ethics*, 23, 283-297.
18. Meyer, J., Stanley, D., Hersovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: A Meta-Analysis of Antecedents, Correlates and Consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.

19. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
20. Nguyen Dinh Cung & Luu Minh Duc. (2008). “CSR: Some theoretical issues, international experiences and practices in Vietnam”. *Journal of Economic Management*, 4.
21. Peterson, D. K. (2004). Benefits of Participation in Corporate Volunteer Programs: Employees Perceptions. *Personal Review*, 33(6), 615-627.

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

TRẦN THỊ NHINH

Giảng viên Khoa Quản trị Kinh doanh

Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

Nghiên cứu sinh Khoa Quản trị kinh doanh

Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

**IMPACT OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES
ON EMPLOYEES ENGAGEMENT VIA THE MEDIATING
VARIABLE OF ORGANIZATIONAL TRUST:
EXPERIMENTAL RESULTS**

● **TRAN THI NHINH**

Lecturer, Faculty of Business Administration
Hong Bang International University

Postgraduate student, Faculty of Business Administration
University of Economics Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

Vietnamese enterprises have not yet fully understood and voluntarily taken their corporate social responsibilities (CSR) and they also have not completely known about the importance and benefits of the CSR for their businesses. This study examining the relationship between the CSR and the employee engagement via the mediating variables of organizational trust and presents the empirical results through a survey of 480 employees working in the banking sector in Ho Chi Minh City.

Keywords: Corporate social responsibilities, employee engagement, organizational trust, banking industry, Vietnam.

GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY QUẢN LÝ PHÁT TRIỂN ĐÔ THỊ THEO HƯỚNG TĂNG TRƯỞNG XANH

● NGÔ BẢO NGỌC

TÓM TẮT:

Sự phát triển không ngừng và nhanh chóng về kinh tế đã giúp nâng cao, cải thiện đời sống của người dân. Tuy nhiên, các quốc gia trên thế giới lại đang phải đối mặt với sự tác động không nhỏ của biến đổi khí hậu, đối mặt giữa áp lực phát triển kinh tế và đảm bảo môi trường sống cho con người. Chính vì vậy, thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng cần tìm hướng phát triển bền vững vấn đề này.

Trong số các giải pháp ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng trưởng xanh được coi là xu thế tất yếu. Bài báo đề cập tới xu thế và tác động của tăng trưởng xanh với kinh tế nói chung và đô thị nói riêng. Với một hệ thống đô thị khá lớn của Việt Nam, việc áp dụng tăng trưởng xanh trong quản lý và phát triển đô thị có thể giải quyết các vấn đề đang tồn tại, đồng thời xây dựng một môi trường sống tốt hơn cho cộng đồng.

Từ khóa: Tăng trưởng xanh, biến đổi khí hậu, quản lý đô thị, phát triển đô thị, cơ chế chính sách.

1. Đặt vấn đề

Theo thống kê đến tháng 5/2019, Việt Nam có 833 đô thị, bao gồm: 2 đô thị loại đặc biệt là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, 20 đô thị loại I, 29 đô thị loại II, 45 đô thị loại III, 85 đô thị loại IV và 652 đô thị loại V. Hệ thống đô thị Việt Nam đã có bước phát triển nhanh chóng, tốc độ đô thị hóa tăng nhanh - 19,6% năm 2009, 36,6% năm 2016, 38,4% năm 2017, cuối năm 2019 đạt khoảng 40%.

Tốc độ đô thị hóa nhanh có những tác động tích cực đến phát triển kinh tế của cả nước, tuy nhiên các đô thị cũng phải đối mặt với những thách thức lớn về môi trường, nhất là tình trạng biến đổi khí hậu đang diễn ra và ngày càng có xu hướng ảnh hưởng lớn đến cuộc sống con người.

Đã có nhiều giải pháp nhằm giảm thiểu những tác động của biến đổi khí hậu đối với đời sống con người và đô thị. Trong đó, quản lý phát triển đô thị theo hướng tăng trưởng xanh được coi là yếu tố then chốt để phát triển bền vững. Tăng trưởng xanh tập trung vào những yếu tố cụ thể, như: giảm phát thải, sử dụng nguồn nguyên vật liệu xanh, thay đổi lối sống con người theo hướng xanh,...

2. Khái niệm tăng trưởng xanh

Ở cấp độ toàn cầu, nền kinh tế xanh đã được Hội nghị Liên hiệp quốc về môi trường và phát triển (UNCED), tổ chức năm 2012 tại Rio de Janeiro hay còn gọi là Hội nghị Thượng đỉnh Rio+20, kêu gọi các quốc gia thực hiện. Năm 2005, Châu Á và Thái Bình Dương đã đi tiên phong về

khái niệm tăng trưởng xanh. Tăng trưởng xanh được coi là điều kiện tiên quyết để xây dựng nền kinh tế xanh trong bối cảnh phát triển bền vững và xóa đói giảm nghèo.

Lần đầu tiên khái niệm tăng trưởng xanh được đưa vào thảo luận liên chính phủ tại Hội nghị Bộ trưởng về môi trường và phát triển (MCED) lần thứ 5 của châu Á - Thái Bình Dương, được tổ chức năm 2005 tại Seoul - Hàn Quốc. Cuộc họp đã ban hành tuyên bố cấp Bộ về môi trường và phát triển, lấy tăng trưởng xanh là chiến lược nhằm đạt được sự phát triển bền vững.

Theo tuyên bố cấp Bộ MCED5, tăng trưởng xanh hay tăng trưởng kinh tế bền vững với môi trường được định nghĩa là chiến lược duy trì tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm cần thiết để giảm nghèo trước những hạn chế về tài nguyên và khủng hoảng khí hậu. Bên cạnh khái niệm mà MCED đưa ra, khái niệm tăng trưởng xanh cũng được các tổ chức trên thế giới đề cập đến. Theo tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), tăng trưởng xanh là thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế, đồng thời đảm bảo các tài sản tự nhiên tiếp tục cung cấp các tài nguyên và dịch vụ môi trường.

Tóm lại, tăng trưởng xanh là nhân tố quan trọng cho quá trình phát triển bền vững, nhằm đảm bảo sự phát triển hài hòa giữa các yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường trong quá trình phát triển quốc gia nói chung và trong bối cảnh phát triển đô thị nói riêng.

3. Chính sách tăng trưởng xanh của Việt Nam

Hướng đến sự phát triển bền vững cho quốc gia, Việt Nam đã triển khai thực hiện Chương trình tăng trưởng xanh và đạt được một số kết quả tích cực. Cụ thể, Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 25/9/2012, Quyết định số 1393/QĐ-TTg phê duyệt “Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh thời kỳ 2011-2020 và tầm nhìn đến năm 2050”; Quyết định 403/QĐ-TTg phê duyệt “Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2014-2020”.

Nội dung kế hoạch bao gồm 4 chủ đề chính: Xây dựng thể chế và kế hoạch tăng trưởng xanh tại

địa phương; Giảm cường độ phát thải khí nhà kính và thúc đẩy sử dụng năng lượng sạch, năng lượng tái tạo; Thực hiện xanh hóa sản xuất; Thực hiện xanh hóa lối sống và tiêu dùng bền vững.

Sau 5 năm thực hiện, chiến lược tăng trưởng xanh đã đạt được một số kết quả: Xây dựng thể chế, xây dựng kế hoạch tại địa phương, nâng cao nhận thức, huy động nguồn lực của Nhà nước và tư nhân. Thành tựu nổi bật và quan trọng nhất là bước đầu đã xây dựng hệ thống văn bản quy phạm pháp luật để triển khai chiến lược, cụ thể:

Nghị quyết số 24 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng, ban hành ngày 03/06/2013, về chủ động ứng phó biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường; sửa đổi và bổ sung một số luật liên quan như Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, Luật Bảo vệ môi trường sửa đổi, Luật Phòng chống thiên tai,...

Bên cạnh đó, tiến hành xây dựng kế hoạch nhằm thúc đẩy các hoạt động có liên quan tới tăng trưởng xanh, như: Chiến lược phát triển năng lượng tái tạo ở Việt Nam đến năm 2030 tầm nhìn đến 2050; Khung pháp lý về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả trong sản xuất và đời sống; Kế hoạch hành động giảm nhẹ phát thải khí nhà kính trong sản xuất xi măng đến năm 2020 và định hướng đến 2030; Kế hoạch phát triển đô thị tăng trưởng xanh Việt Nam đến năm 2030; Quy định về chỉ tiêu xây dựng đô thị tăng trưởng xanh,...

Tính đến năm 2018, 7 Bộ đã ban hành Kế hoạch hành động tăng trưởng xanh. Đến 2019, với sự hỗ trợ của Chính phủ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, cùng với các Bộ, ban ngành và các nhà tài trợ đã có 34 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương xây dựng và thực hiện kế hoạch hành động tăng trưởng xanh cấp tỉnh, thành phố. Để phát triển đô thị theo chiến lược tăng trưởng xanh, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 84/QĐ-TTg, ngày 19/01/2019, phê duyệt Kế hoạch Phát triển đô thị tăng trưởng xanh Việt Nam đến năm 2030.

Tính đến quý I/2019 đã có 24/59 đô thị ban hành các văn bản chỉ đạo, 15 đô thị đã xây dựng kế hoạch phát triển và 6 đô thị đã có chương trình thực hiện. Trong đó Sapa và Sóc Trăng đã ban hành chiến lược tăng trưởng xanh và một số đô thị khác

(Đà Nẵng, Tam Kỳ, Bắc Ninh,...) đang nghiên cứu xây dựng chiến lược tăng trưởng xanh và thích ứng biến đổi khí hậu.

4. Quản lý phát triển đô thị hiện nay

4.1. Quản lý phát triển đô thị tại Việt Nam

Từ sau năm 1986, cùng với sự phát triển về kinh tế, hệ thống đô thị Việt Nam phát triển ngày càng mạnh mẽ. Đô thị không những thay đổi đáng kể về diện mạo, mà còn đóng góp quan trọng trong việc thúc đẩy kinh tế phát triển, thu hút các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Hệ thống hạ tầng đô thị luôn được đầu tư và nâng cấp.

Tuy nhiên, bên cạnh những mặt tích cực của sự phát triển đô thị nhanh chóng, thực trạng đô thị tại Việt Nam vẫn tồn tại một số bất cập như: Các đô thị phát triển không đồng đều, không đồng bộ về hạ tầng, kiến trúc đô thị chưa được chú ý về mặt tổng thể; Quỹ đất phát triển về nhà ở nhiều hơn dành cho công cộng; Quản lý xây dựng chưa đủ chế tài răn đe nên dẫn đến nhiều công trình sai phạm; Không gian xanh ngày càng bị thu hẹp; Thị trường bất động sản không có kiểm soát,...

Nguyên nhân có thể kể đến là do quá trình đô thị hóa diễn ra khi nền công nghiệp của Việt Nam chưa phát triển, quy hoạch đô thị thiếu tính định hướng và tính liên kết giữa các đô thị. Quá trình đô thị hóa phát triển tự phát, thiếu kiểm soát do chỉ tập trung đáp ứng nhu cầu trước mắt là phát triển dự án nhằm phát triển kinh tế hơn là tuân thủ theo quy hoạch. Bên cạnh đó, năng lực quản lý hạn chế không theo kịp với tốc độ phát triển đô thị dẫn đến các chính sách và quy định thường không phù hợp và gây khó khăn cho việc quản lý.

Hệ thống đô thị Việt Nam hiện nay được quản lý dựa trên các công cụ: Văn bản quy phạm pháp luật (các bộ luật, nghị định, thông tư, văn bản hướng dẫn,...), các chương trình, chính sách phát triển theo giai đoạn. Hệ thống quy hoạch bao gồm quy hoạch chung, quy hoạch phân khu, quy hoạch chi tiết là cơ sở định hướng phát triển đô thị cũng như triển khai các dự án đầu tư xây dựng.

Tuy nhiên, các công cụ hiện nay mới chỉ kiểm soát được các nội dung mang tính chất cụ thể mà chưa có mối liên hệ chặt chẽ mang tính tổng thể. Điều này dẫn đến tình trạng các nhà quản lý khó

kiểm soát được vấn đề phát sinh trong quá trình phát triển đô thị. Bên cạnh đó, các công cụ còn chồng chéo dẫn đến việc quản lý không hiệu quả. Để quản lý phát triển đô thị cần có đầy đủ nội dung từ tổng thể đến cụ thể về các vấn đề, như: quản lý xây dựng, quản lý môi trường, quản lý đất đai, quản lý tài chính, quản lý tài nguyên,..., từ đó làm cơ sở cho các dự án đầu tư phát triển đô thị.

4.2. Quản lý phát triển đô thị xanh ở Singapore

Singapore được đánh giá là một trong những quốc gia trên thế giới và trong khu vực có chiến lược quản lý môi trường nghiêm ngặt. Chiến lược phát triển của Singapore hướng đến sự bền vững, đó là phát triển hài hòa và kết hợp giữa 3 yếu tố cơ bản là: kinh tế, xã hội và môi trường.

Quy hoạch tổng thể tuân thủ theo định hướng dài hạn từ 30 đến 50 năm, quy hoạch chi tiết từ 5 đến 10 năm. Quy hoạch các khu chức năng rõ ràng và riêng biệt như khu dân cư, khu thương mại, khu công nghiệp,... và mỗi khu chức năng đều có khu vực có quy mô xử lý tương ứng với lượng chất thải.

Những khu công nghiệp và những công trình gây ô nhiễm được quy hoạch tập trung nhằm giúp cho quá trình xử lý rác thải và ô nhiễm được hiệu quả, công tác quản lý và kiểm tra dễ dàng được thực hiện liên tục và chặt chẽ. Trong quy hoạch phát triển đô thị, Singapore rất chú trọng đến cảnh quan, nhất là cây xanh dọc các tuyến phố, các chung cư và tại những nơi công cộng.

Do diện tích đất có hạn, Singapore chú trọng chiến lược phát triển đô thị với “vườn trong phố”, “vườn trên mái nhà”, “vườn trong nhà”, “vườn thẳng đứng”,... nhằm giảm thiểu tác hại do khói bụi từ các phương tiện giao thông. Chính vì vậy, Singapore quy định rất chặt chẽ khi cấp phép xây dựng cho các công trình, yêu cầu phải có không gian dành cho cây xanh mới được cấp phép xây dựng.

Ngoài ra, các công trình còn cần phải đáp ứng các yêu cầu về kỹ thuật xây dựng và xử lý chất thải. Kế hoạch xây dựng và bản vẽ thiết kế công trình sẽ phải nộp cho Ban kiểm tra xây dựng và quy trình, trang thiết bị xử lý chất thải nộp cho cơ quan kiểm soát ô nhiễm. Quá trình khảo sát và

đánh giá mức độ ô nhiễm sẽ do cơ quan kiểm soát ô nhiễm thực hiện. Mức độ ô nhiễm nằm trong giới hạn cho phép thì công trình mới được cấp phép xây dựng, và trong quá trình thực hiện, dự án có thể bị rút giấy phép nếu dự án không tuân thủ đúng theo quy định.

Đối với xử lý rác thải và nước thải, Singapore cũng có những chiến lược đem lại hiệu quả cao. Chiến lược nước sạch đã xử lý nước thải sinh hoạt thành nước sạch có khả năng uống được. Là một quốc gia không có nguồn nước ngọt tự nhiên và phải nhập khẩu nước ngọt từ Malaysia, thành công của chiến lược đã đem lại những lợi ích về mặt kinh tế, xã hội và môi trường cho Singapore.

Chiến lược xử lý rác thải hướng đến mục đích quốc gia “không rác thải”. Mục tiêu của chiến lược là 90% rác thải chuyển hóa thành điện và tro. Đến nay, Singapore mới chỉ tái chế được 60%, chính vì vậy Singapore hướng đến mục tiêu giảm rác thải ngay từ đầu, nhằm giảm sức ép cho hệ thống xử lý rác.

Bên cạnh những chiến lược về môi trường hợp lý, Singapore còn có các quy định, chế tài xử phạt nghiêm khắc, đồng thời tổ chức tuyên truyền, giáo dục ý thức người dân về bảo vệ môi trường dưới nhiều hình thức. Đối với những người xả rác nơi công cộng sẽ bị phạt tối đa 1.000 đôla Singapore, nếu tái phạm sẽ bị tăng lên mức từ 2.000 - 5.000 đôla Singapore và phạt lao động công ích, người bị phạt sẽ phải làm sạch nơi công cộng trong vòng vài giờ.

5. Quản lý phát triển đô thị theo hướng tăng trưởng xanh

Tăng trưởng xanh là một xu hướng và đồng thời là vấn đề cần thiết thực hiện trong giai đoạn sắp tới. Hệ thống các đô thị hiện nay đóng góp vai trò lớn đối với nền kinh tế của quốc gia. Chính vì vậy, việc đảm bảo phát triển đô thị theo hướng tăng trưởng xanh cũng là một trong những ưu tiên cần phải thực hiện.

5.1. Nguyên tắc

Nguyên tắc giảm thiểu ô nhiễm trong khu vực đô thị hướng đến mục tiêu tăng trưởng xanh, cần phải thực hiện:

(i) ưu tiên hiệu quả sử dụng đất trong phát triển

đô thị theo hình thức thiết kế đô thị nhỏ gọn, hiệu quả, hỗn hợp và cân bằng chức năng;

(ii) phát triển hệ thống giao thông công cộng, giảm sử dụng phương tiện cá nhân, khuyến khích người dân đi bộ và đi xe đạp, xây dựng mạng lưới các trạm giao thông công cộng hiệu quả;

(iii) kiến tạo và duy trì không gian công cộng chất lượng, dễ tiếp cận, đa chức năng và thân thiện với môi trường;

(iv) tạo sự cân bằng trong quá trình quản lý và nâng cấp giữa nguồn tài nguyên và hiệu quả;

(v) năng lượng và hiệu suất môi trường của hoạt động xây dựng được chú ý khi thúc đẩy hiệu quả năng lượng xây dựng và công trình xanh;

(vi) rác thải đô thị được xem như là một tài nguyên để tái chế và thực hiện cơ chế giảm thiểu rác thải;

(vii) chuyển đổi hình thức từ “quản lý thành phố” sang “quản trị thành phố”, nhằm nhấn mạnh vai trò cộng đồng trong việc giảm khí phát thải thông qua hình thức quản trị với thông tin minh bạch, có sự tham gia của cộng đồng và các bên liên quan;

(viii) thiết lập các cơ chế đánh giá cho đầu tư cơ sở hạ tầng đô thị và tài chính cho hỗ trợ sự phát triển xanh.

5.2. Đề xuất một số giải pháp quản lý thúc đẩy phát triển đô thị theo hướng tăng trưởng xanh

Với những mô hình đô thị khác nhau cần có sự nghiên cứu cụ thể để đảm bảo tối ưu hóa các nguồn lực sẵn có. Để thúc đẩy thực hiện Chiến lược tăng trưởng xanh cũng như góp phần thúc đẩy quản lý phát triển đô thị, cần phải thực hiện một số nội dung sau:

Một là, xây dựng và hoàn thiện bộ chỉ tiêu đo lường và tiêu chí tăng trưởng xanh cấp quốc gia, cần chuẩn bị nội dung cụ thể để có thể áp dụng trong giai đoạn 2021 - 2025, từ đó có thể giúp cho các nhà quản lý đánh giá được các dự án tăng trưởng xanh.

Hai là, xây dựng và hoàn thiện khung chính sách tài chính tăng trưởng xanh, trong việc phân bổ và quản lý ngân sách quốc gia, phục vụ tăng trưởng xanh cho từng ngành, từng địa phương; Xây dựng cơ chế hỗ trợ khu vực tư nhân trong

việc thực hiện các dự án tăng trưởng xanh (thuế, phí, trợ giá,...).

Ba là, xây dựng và ban hành bộ tiêu chuẩn và hướng dẫn kỹ thuật về tăng trưởng xanh theo từng ngành. Các ngành và địa phương xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện tăng trưởng xanh theo từng giai đoạn cụ thể.

Bốn là, thiết lập khung quản lý phát triển đô thị theo từng giai đoạn: xây dựng chính sách, vận hành đô thị, bảo trì và nâng cấp đô thị. Để từ đó làm cơ sở xây dựng các quy định thực hiện tăng trưởng xanh trong quy hoạch, xây dựng công trình và quản lý công trình. Quy hoạch và phát triển đô thị theo hướng tích hợp, khuyến khích và dẫn dắt buộc các công trình xây dựng đạt tiêu chuẩn xanh (mức độ ô nhiễm xả thải, cây xanh bao phủ,...) mới được cấp phép xây dựng.

Năm là, chuyển dần hình thức từ “quản lý đô thị” sang “quản trị đô thị” nhằm nâng cấp công tác quản lý đô thị; đồng thời nâng cao năng lực quản lý của chính quyền đô thị; hoàn thiện hệ thống

thông tin dữ liệu cơ sở về quy hoạch, đất đai, công trình để thuận lợi cho quá trình quản lý ở các cấp.

Sáu là, tuyên truyền đến cộng đồng nhằm nâng cao nhận thức về “Chiến lược tăng trưởng xanh” cũng như kêu gọi sự hỗ trợ của các nhà doanh nghiệp và đầu tư cho các dự án tăng trưởng xanh của quốc gia và địa phương; đẩy mạnh vai trò tham gia của cộng đồng trong quản lý phát triển đô thị.

6. Kết luận

Để phát huy hiệu quả “Chiến lược tăng trưởng xanh”, cần có sự thay đổi cũng như có các chính sách cụ thể trong từng lĩnh vực. Phát triển đô thị theo hướng tăng trưởng xanh không chỉ là nhiệm vụ đáp ứng chiến lược mà còn là một nhu cầu bức thiết đối với người dân đô thị. Chính vì vậy, để có thể xây dựng được đô thị theo hướng tăng trưởng xanh cần có các chính sách hiệu quả, hình thức quản lý phù hợp với từng khu vực. Hơn hết, việc áp dụng các mô hình cần được nghiên cứu và có dự án tái thiết đô thị phù hợp dựa trên các yếu tố phát triển của khu vực đó ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thủ tướng Chính phủ (2012). Quyết định số 432/QĐ-TTg ngày 12/4/2012 phê duyệt *Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam giai đoạn 2011-2020*.
2. Thủ tướng Chính phủ (2012). Quyết định số 1393/QĐ-TTg ngày 25/09/2012 phê duyệt *Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh thời kỳ 2011-2020 và tầm nhìn đến năm 2050*.
3. Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Ngân hàng Thế giới (2016). Báo cáo tổng quan: *Việt Nam 2035 hướng tới Thịnh vượng, sáng tạo, công bằng và dân chủ*.
4. Bùi Quang Tuấn, Hà Huy Ngọc (2017). Chính sách quốc gia về tăng trưởng xanh. *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, 10, 44-52.
5. China Urban Sustainability Coalition (2015), ten key principles of low carbon urbanization supporting China's new type of urbanization, <https://www.nrdc.org/sites/default/files/10-key-principles-of-low-carbon-urbanization-1126.pdf>
6. UN-HABITAT (2014). *A new strategy of sustainable neighbourhood planning: Five Principles*.
7. Daniel Bongardt, Manfred Breithaupt and Felix Creutzig (2010), *Beyond the Fossil City: Towards low Carbon Transport and Green Growth*, GTZ
8. OECD, 2011a (2011). *Responding to a call from its member countries, in 2011 the OECD developed a green growth strategy, Towards Green Growth*
9. OECD, 2011b (2011). *Cities and Green Growth: A conceptual Framework*, <https://unhabitat.org/a-new-strategy-of-sustainable-neighbourhood-planning-five-principles>

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGÔ BẢO NGỌC

Giảng viên, Khoa Quản lý đô thị

Trường Đại học Kiến trúc Hà Nội

SOLUTION FOR PROMOTING URBAN DEVELOPMENT MANAGEMENT TOWARDS GREEN GROWTH

● **Master. NGO BAO NGOC**

Lecturer, Faculty of Urban Management

Hanoi Architectural University

ABSTRACT:

The continuous and rapid economic development of countries around the world has brought benefits to people's lives as well as improved people's living standards. However, all countries are facing with the impact of climate change and the pressures of economic development while ensuring human environment. Therefore, the world community in general and Vietnam in particular need to find more sustainable development ways. Among solutions to climate change, green growth is considered an inevitable trend. This article presents the green growth trend, impacts of the green growth on economy growth in general and urban development in particular. With a sizeable urban system in Vietnam, applying green growth in urban management and development could solve existing problems and build a good living environment for the community.

Keywords: Green growth, climate change, urban management, urban development, mechanisms and policies.

MÔ HÌNH XÃ HỘI 5.0 CỦA NHẬT BẢN VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC CHO CÁC DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU LAO ĐỘNG VIỆT NAM

● PHẠM CHÍ NGHĨA

TÓM TẮT:

Trên cơ sở thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 và nguồn lực hiện có, Nhật Bản đã định hướng tiên phong xây dựng mô hình xã hội siêu thông minh - xã hội 5.0. Mô hình xã hội 5.0 gợi mở những định hướng phát triển nguồn nhân lực (NNL) mới cho các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu lao động (XKLĐ) sang thị trường Nhật Bản.

Trong phạm vi nghiên cứu, tác giả khái quát mô hình xã hội 5.0 của Nhật Bản, phân tích một số hạn chế trong phát triển NNL của các doanh nghiệp Việt Nam XKLĐ sang thị trường này; từ đó đề xuất một số giải pháp cho các doanh nghiệp.

Từ khóa: Nhật Bản, nguồn nhân lực, xã hội 5.0, xuất khẩu lao động.

1. Mô hình xã hội 5.0 Nhật Bản

Từ những năm đầu thế kỷ XXI, Chính phủ nhiều quốc gia trên thế giới đã chủ động xây dựng chiến lược phát triển nhằm thích ứng trước sự biến đổi theo “cấp số nhân” cùng những tác động sâu sắc của khoa học và công nghệ. Các nước Mỹ, Liên minh châu Âu, Singapore, Trung Quốc, Hàn Quốc, Ai Cập... đã đẩy mạnh nỗ lực xây dựng chính phủ điện tử, phát triển xã hội thông minh nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ công và phục vụ người dân tốt hơn [2]. Từ năm 2000, Liên minh châu Âu bắt đầu đưa ra các sáng kiến về một “châu Âu điện tử”. Đến năm 2005, tại Liên minh châu Âu, 20 dịch vụ công trực tuyến cơ bản - gồm 8 dịch vụ công đối với doanh

nh nghiệp và 12 dịch vụ công, đã được triển khai rộng rãi, trong đó có các dịch vụ hành chính công, dịch vụ về y tế và dịch vụ về giáo dục. Tại Hoa Kỳ, từ năm 1999, Quốc hội và Tổng thống cùng thống nhất rằng chính phủ điện tử chính là sự lựa chọn của tương lai. Ở Ai Cập, từ năm 2003, Chính phủ đã định hướng xây dựng các dịch vụ hành chính công thông qua cơ chế một cửa, với khẩu hiệu “government now delivers”. Đến năm 2007, khoảng 700 dịch vụ đã được tích hợp trên cổng thông tin chính phủ. Ở Singapore, năm 2000, Chính phủ đã đề ra kế hoạch hành động chính phủ điện tử lần 1, mục đích nhằm định hướng cho hoạt động và đầu tư về công nghệ thông tin đối với các dịch vụ công...[2].

Nắm bắt xu thế phát triển, cùng với nguồn lực sẵn có, Nhật Bản đã sớm xác định xây dựng một xã hội siêu thông minh - xã hội 5.0. Khái niệm xã hội 5.0 xuất hiện lần đầu tiên vào năm 2016, trong Kế hoạch cơ bản về Khoa học và Công nghệ lần thứ năm - một chiến lược quốc gia 5 năm (2016 - 2020) do Hội đồng Khoa học, Công nghệ và Sáng tạo (CSTI) xây dựng. Kế hoạch này đã tổng hợp nhiều kết quả thảo luận chuyên sâu của các hội đồng chuyên gia, gồm: Bộ Giáo dục, Văn hóa, Thể thao, Khoa học và Công nghệ (MEXT) và Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp (METI) kể từ năm 2014 [5]. Khái niệm xã hội 5.0 như một tầm nhìn của Chính phủ Nhật Bản đối với tương lai của đất nước. Có thể khái quát mô hình xã hội 5.0 của Nhật Bản trên các nội dung cụ thể sau:

Thứ nhất, đây là hình mẫu của một xã hội tối ưu hóa sự tham gia của robot, trí tuệ nhân tạo (AI) trong nhiều hoạt động, giảm thiểu tối đa sự tham gia của con người. Trong không gian ảo, trí tuệ nhân tạo với khả năng phân tích, dự đoán vượt cả trí tuệ của con người sẽ phân tích khối dữ liệu khổng lồ và truyền kết quả phân tích trở lại cho không gian thực, dưới rất nhiều hình thức khác nhau.

Thứ hai, đây là xã hội văn minh, hiện đại, mang lại cuộc sống đầy đủ và viên mãn cho con người. Nếu trong xã hội 4.0, người máy thực hiện, thao tác theo sự điều khiển của con người, thì trong xã hội 5.0, sẽ có người máy siêu thông minh, biết cảm thụ và nhận thức, có thể đưa ra các quyết định thay cho con người.

Thứ ba, vạn vật đều được kết nối internet (Internet of things). Trong xã hội 5.0, con người, vạn vật và các hệ thống được kết nối với nhau tại không gian ảo, siêu thông minh.

Thứ tư, xã hội 5.0 sẽ tác động sâu sắc tới mọi mặt của cuộc sống, thậm chí thay đổi cả các ngành công nghiệp truyền thống. AI và robot sẽ thay thế con người trong nhiều lĩnh vực và giúp làm ra nhiều của cải, vật chất hơn.

Mô hình xã hội 5.0 của Nhật Bản thể hiện tầm nhìn phát triển theo hướng xây dựng một xã hội hiện đại, nhân văn, bao trùm, lấy con người làm trung tâm, khai thác những giá trị tốt nhất của công nghệ để phục vụ tốt hơn con người và giải phóng con người khỏi sự lệ thuộc vào công nghệ. Đồng thời, hướng tới một nền kinh tế cạnh tranh, hiệu

quả, đủ sức vượt qua những thách thức trong bối cảnh thay đổi nhanh chóng, khó lường.

Đối với những doanh nghiệp Việt Nam XKLD sang thị trường Nhật Bản, xã hội 5.0 gợi mở một cách tiếp cận phát triển mới; không chỉ ở góc độ kinh tế - kỹ thuật mà còn ở góc độ kinh tế - xã hội. Trong sự phát triển của doanh nghiệp phải đặt mục tiêu phát triển con người ở vị trí trung tâm, không để một ai bị tụt lại phía sau trong tiến trình phát triển. Coi trọng phát triển NNL toàn diện - cả thể lực, trí lực và tâm lực - là một định hướng quan trọng, xuyên suốt để các doanh nghiệp không ngừng vươn lên, kinh doanh thành công trong xã hội 5.0 Nhật Bản.

2. Những khó khăn trong phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu lao động sang thị trường Nhật Bản

Một là, các doanh nghiệp Việt Nam XKLD sang thị trường Nhật Bản thiếu chủ động trong phát triển NNL của chính mình. Nguyên nhân chính xuất phát từ những hạn chế của hệ thống giáo dục hiện nay, làm cho các doanh nghiệp khó tuyển dụng NNL theo đúng nhu cầu. Mặt khác, đại đa số các doanh nghiệp XKLD sang thị trường Nhật Bản là doanh nghiệp nhỏ và vừa, không có chiến lược phát triển dài hạn cũng như thiếu vắng những kỹ năng quan trọng trong quản trị NNL. Nhiều doanh nghiệp chưa chủ động việc “đặt hàng” NNL; nếu có “đặt hàng” cũng không cụ thể và thường phó mặc cho các cơ sở đào tạo.

Hai là, các doanh nghiệp đang gặp nhiều khó khăn trong việc tổ chức đào tạo, phát triển NNL. Trong xu hướng phát triển mới, họ không thể trông chờ hoàn toàn vào hệ thống giáo dục, mà phải chủ động, tích cực phát triển NNL của chính mình. Tuy nhiên, tổ chức đào tạo, phát triển NNL thế nào cho hiệu quả, nhằm đạt tới các mục tiêu phát triển của doanh nghiệp, là vấn đề nan giải. Đặc biệt, trong bối cảnh của xã hội 5.0 Nhật Bản, để phục vụ tốt cho doanh nghiệp, NNL phải được trang bị không chỉ đơn giản là các thao tác kỹ thuật đơn thuần, mà còn phải có năng lực để sáng tạo, phân tích, chuyển hóa thông tin để tương tác hiệu quả với những người khác.

Ba là, các doanh nghiệp còn thiếu tư duy tổng thể về chiến lược phát triển NNL. Trong bối cảnh mới, với sự phát triển “theo cấp số nhân” của khoa học và công nghệ, NNL đã trở thành một chủ đề có

tính chiến lược. Vấn đề phát triển NNL phải xuất phát từ tầm nhìn, chiến lược và các mục tiêu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, rất nhiều doanh nghiệp hiện nay không có chiến lược phát triển NNL hoặc nếu có thì chất lượng lại chưa cao. Vì vậy, yêu cầu cấp thiết là các doanh nghiệp cần tập trung cho chiến lược này. Đồng thời, việc đào tạo, phát triển NNL cần quan tâm nhiều hơn tới ý thức, thái độ, tình cảm của người lao động cũng như chú trọng vào việc đổi mới việc quản lý NNL gắn liền với xây dựng, phát triển văn hóa doanh nghiệp.

3. Một số giải pháp cần thực hiện

Thứ nhất, các doanh nghiệp chủ động phân tích hiện trạng và xây dựng chiến lược phát triển NNL. Mục đích của việc phân tích hiện trạng NNL để xác định được điểm mạnh, điểm yếu, những khó khăn, thuận lợi của doanh nghiệp. Phân tích đúng thực trạng sẽ tạo điều kiện sắp xếp, bố trí nhân lực phù hợp với công việc, đồng thời có kế hoạch đào tạo, phát triển. Không những vậy, các doanh nghiệp phải xác định chiến lược phát triển NNL lâu dài và bền vững. Chiến lược phát triển phải hướng tới ổn định, duy trì và không ngừng nâng cao trình độ cho người lao động cũng như thu hút NNL, đặc biệt là NNL có chất lượng cao.

Thứ hai, tăng cường gắn kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp XKLD sang thị trường Nhật Bản với các cơ sở đào tạo. Đây là vấn đề cấp thiết của không chỉ các doanh nghiệp mà còn của các cơ sở đào tạo. Từ việc xác định rõ chiến lược phát triển NNL, các doanh nghiệp chủ động “đặt hàng” các cơ sở đào tạo để có được NNL phù hợp. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các chuyên gia trong các cơ sở, để thiết kế và quản lý chương trình đào tạo.

Thứ ba, chủ động tổ chức tốt các hoạt động đào tạo, phát triển NNL phù hợp với định hướng phát triển của doanh nghiệp. Việc đào tạo phát triển NNL cần chuyển chú trọng từ đào tạo, huấn luyện (training) sang việc học tập (learning) thường xuyên liên tục của người lao động. Xuất phát từ đặc thù của doanh nghiệp XKLD sang thị trường Nhật Bản, việc đào tạo phát triển NNL cần chú ý đến các kỹ năng cơ bản sau:

Kỹ năng giao tiếp, đàm phán với đối tác. NNL trong các doanh nghiệp XKLD sang thị trường Nhật Bản phải có khả năng giao tiếp, đàm phán tốt; gây được sự tin tưởng và yên tâm của đối tác

trong toàn bộ các khâu tuyển chọn, đào tạo và quản lý. Do đó, việc trang bị kỹ năng đàm phán, giao tiếp tốt với các đối tác cần được chú trọng đúng mức.

Am hiểu văn hóa, pháp luật Nhật Bản. Nhật Bản là một quốc gia có hệ thống pháp luật chặt chẽ và nền văn hóa giàu bản sắc. Sự khắt khe và chuẩn tắc của hệ thống pháp luật Nhật Bản có ảnh hưởng sâu, rộng đến hầu hết mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội, các chương trình đưa người lao động sang làm việc cũng không có ngoại lệ. Người lao động làm việc ở Nhật Bản, ngoài việc phải am hiểu pháp luật lao động thì còn phải am hiểu cả văn hóa Nhật Bản, thể hiện trong việc trao đổi ngôn ngữ, cách chào hỏi, sinh hoạt ngoại khóa, tham quan dã ngoại... Điều này dẫn đến, nhân sự của các doanh nghiệp Việt Nam XKLD sang thị trường Nhật Bản cũng phải am hiểu về văn hóa Nhật Bản nếu muốn đạt hiệu quả và ấn tượng trong quá trình đàm phán, chốt phương án thực hiện hợp đồng cũng như ký kết hiệp định.

Có trình độ ngoại ngữ có thể giao tiếp được với đối tác. Tiếng Nhật được đánh giá xếp thứ 3 trong 10 ngôn ngữ khó học nhất thế giới. Do đặc thù đó, việc học, hiểu, phát âm, giao tiếp ngôn ngữ này luôn là vấn đề khó khăn đối với các dân tộc khác. Trong việc hợp tác với các đối tác Nhật Bản, nhân sự của các doanh nghiệp Việt Nam đòi hỏi phải giao tiếp thành thạo, để qua đó truyền tải và tiếp nhận được những thông tin nội dung kinh tế. Trên thực tế, có rất nhiều nhân sự có bằng cấp, được đào tạo bài bản trong nước, nhưng khi làm việc không thể tương tác được với đối tác Nhật Bản. Do đó, không ngừng nâng cao trình độ ngoại ngữ - nhất là tiếng Nhật, là yêu cầu, nội dung quan trọng trong quá trình phát triển NNL của các doanh nghiệp Việt Nam XKLD sang thị trường Nhật Bản.

Thứ tư, đổi mới chính sách thu hút NNL. Các chính sách nhân sự hợp lý, năng động có thể giúp thu hút được nhiều nhân tài từ các nơi khác về phục vụ cho doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp cần có các gói chính sách đãi ngộ, phúc lợi, tiền lương hấp dẫn nhằm thu hút NNL từ bên ngoài về làm việc. Doanh nghiệp cần thực hiện tốt việc sàng lọc kỹ NNL đầu vào để đảm bảo tuyển dụng được những nhân viên thật sự có khả năng, tâm huyết với công việc, nhiệt tình, sáng tạo và có xu hướng gắn bó lâu dài ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cục Thông tin khoa học và Công nghệ quốc gia (2018), *Định hướng hiện thực hóa một siêu xã hội thông minh của Nhật Bản*. Tổng luận khoa học, số 4/2018, Hà Nội.
2. Cục Ứng dụng Công nghệ Thông tin (2019). *Xu hướng phát triển Chính phủ điện tử trên thế giới*. Chuyên đề, tháng 8/2019.
3. Center for Research and Development Strategy - Japan Science and Technology Agency (2016). *Future Services & Societal Systems in Society 5.0*, November 2016. 4. Nguyễn Thị Duyên (2014), Bài toán phát triển nguồn nhân lực cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, Tạp chí Tài chính, số 9 - 2014.
5. Nguyễn Mạnh Hùng, Hà Minh Hiệp (2019). Mô hình xã hội siêu thông minh 5.0 của Nhật Bản và hàm ý chính sách. *Tạp chí Khoa học Công nghệ Việt Nam*, số 1+2/2019, Hà Nội.
6. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh (2018). *Báo cáo nghiên cứu mô hình xã hội siêu thông minh và một số định hướng phát triển đối với Việt Nam*, tháng 4/2018, Hà Nội.
7. Lưu Thị Thu Thủy (2011). Về chính sách giao lưu con người trong ngoại giao văn hóa Nhật Bản ở Đông Á. *Tạp chí Nghiên cứu Đông Bắc Á*, số 9/2011.

Ngày nhận bài: 15/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/4/2020

Thông tin tác giả:

PHẠM CHÍ NGHĨA

Hệ 6, Học viện Chính trị - Bộ Quốc phòng

**AN OVERVIEW ON THE SOCIETY 5.0 OF JAPAN
AND SOLUTIONS FOR HELPING VIETNAMESE
EXPORTING LABOURS ENTERPRISES
TO IMPROVE HUMAN RESOURCES**

● **PHAM CHI NGHIA**

Political Academy, Ministry of Defense

ABSTRACT:

Based on the country's achievements in Industry 4.0 and existing resources, Japan has pioneered the direction of building a super intelligent social model also known as Society 5.0. The Society 5.0 has suggested new human resource development orientations for Vietnamese enterprises to export labors to the Japanese market. This study is to present an overview on the Society 5.0 model of Japan, analyze some limitations in human resource development of Vietnamese enterprises which are exporting labors to Japan, thereby proposing some solutions for helping these businesses develop human resources.

Keywords: Japan, human resources, Society 5.0, labor export.

TỔNG QUAN MỐI QUAN HỆ GIỮA HÀNH VI TÁC ĐỘNG CỦA NHÀ QUẢN TRỊ, SỰ CHỦ ĐỘNG CỦA NHÂN VIÊN TỚI CAM KẾT GẮN BÓ VỚI TỔ CHỨC CỦA NHÂN VIÊN

● THÁI THU THỦY

TÓM TẮT:

Cam kết gắn bó với tổ chức giữ vai trò quan trọng trong việc xác định hành vi của người lao động trong các tổ chức (Meyer & Herscovitch, 2001). Theo đó, với những người lao động có mức độ cam kết gắn bó với tổ chức cao sẽ thể hiện mong muốn được trở thành thành viên của tổ chức với biểu hiện tích cực về hành vi công dân với tổ chức, từ đó nỗ lực hơn trong công việc của bản thân nhằm gia tăng năng suất và hiệu quả công việc, giảm thiểu ý định rời bỏ tổ chức. Để đạt được mức độ cam kết gắn bó cao với tổ chức cho thấy vai trò của nhà quản trị cũng như sự chủ động của chính đội ngũ nhân viên của tổ chức đó. Bài viết này nhằm tổng quan lý thuyết để làm rõ mối quan hệ giữa hành vi tác động của nhà quản trị, sự chủ động của nhân viên tới cam kết gắn bó với tổ chức.

Từ khóa: Cam kết gắn bó với tổ chức, hành vi tác động của nhà quản trị, sự chủ động của nhân viên.

1. Đặt vấn đề

Lawrence B. Chonko (1986) nhận định một tổ chức áp dụng càng nhiều các hình thức quản lý mang tính quy chuẩn và biểu tượng đối với các hành vi cá nhân, thì tầm quan trọng của cam kết gắn bó với tổ chức như hành vi tác động càng gia tăng và khuynh hướng thể hiện cam kết gắn bó với tổ chức có thể được xác định thông qua cách kiểm tra các đặc điểm cá nhân khác nhau. Hành vi tác động đề cập tới cách thức ứng xử trong việc đưa ra các yêu cầu cần được thực hiện và quá trình tác động là vô cùng quan trọng, bởi vì nó tác động tới kết quả đạt được của yêu cầu cần được thực hiện (Yukl, 2002). Do đó, cách thức ứng xử của nhà

quản trị khi đưa ra các yêu cầu là vô cùng quan trọng, do nó có thể dẫn tới những cam kết lớn hơn của những người chịu tác động trong việc đạt được những mục tiêu và giá trị mà tổ chức đã định (Danielle Charbonneau, 2004).

Jeffrey P. Thomas^{1*}(2010) cho rằng sự chủ động của cá nhân (PI - Proactive Innitiative) phản ánh xu hướng của cá nhân khi tham gia vào một loạt các hành vi chủ động được liên kết một cách cụ thể với những mục tiêu và chiến lược phát triển của tổ chức. Trong thời điểm nền kinh tế hiện đại ngày nay, hành vi chủ động của nhân viên là vô cùng quan trọng đối với các tổ chức bởi các tổ chức/các doanh nghiệp hiện nay đang phải đối diện

với những thay đổi nhanh chóng, cùng sự cạnh tranh khốc liệt và những yếu tố bất định luôn tiềm ẩn có thể diễn ra bất cứ lúc nào (Qin Xu1, Guangxi Zhang, Andrew Chan, 2017).

2. Khái quát về hành vi tác động của nhà quản trị, sự chủ động cá nhân và cam kết gắn bó với tổ chức

2.1. Hành vi tác động của nhà quản trị

Lý thuyết về hành vi tác động của nhà quản trị được phát triển vào thời điểm thập niên 1970 - 1980 được nghiên cứu bởi số ít các nhà nghiên cứu ví dụ như Mowday (1978,1979) và Kipnis et al. (1980) cho tới thập niên 1990 những nghiên cứu về chủ đề chiến thuật tác động của nhà quản trị mới thực sự gây sự chú ý trong giới nghiên cứu. Chính sự gia tăng về số lượng các nghiên cứu trên toàn thế giới về chủ đề chiến thuật tác động của nhà quản trị đã góp phần tăng cường sự nhận thức tính hiệu quả cũng như tần suất sử dụng các kỹ thuật tác động của NQT tại các nước có điều kiện kinh tế khó khăn (Ralston et al., 1993).

Chiến thuật tác động được định nghĩa như là những hành động mà chủ thể tác động nhằm thay đổi thái độ và niềm tin hoặc hành vi của đối tượng tác động (Knippenberg et al., 1999). Theo Kipnis, các nhà quản trị có những lý do khác nhau khi tác động tới thuộc cấp, các đồng nghiệp đồng cấp và cả những nhà quản trị cấp cao hơn họ. Bản chất của sự khác biệt này được làm rõ hơn thông qua việc sử dụng một danh sách các mục tiêu cụ thể và toàn diện hơn xuất phát từ những giải trình mô tả về những công việc quản lý của nhà quản trị.

2.2. Sự chủ động cá nhân

Theo Ashford & Black (1996) và Chan & Schmitt (2000), nhận định những người thành công trong các môi trường luôn thay đổi không ngừng là những người có xu hướng chủ động tạo ra các tình huống nhằm mang lại thành công cho tổ chức và cá nhân khi họ luôn cố gắng để đạt được mục tiêu của mình. Đặc tính chủ động được đặc trưng như một hoạt động hỗ trợ chủ động có giá trị cho sự thay đổi mang tính cá nhân và/hoặc môi trường (Bateman & Crant, 1993; Grant & Ashford, 2008).

Sự chủ động cá nhân (PI) được Frese và các cộng sự nghiên cứu rộng rãi ở Đông và Tây Đức, phản ánh xu hướng của các cá nhân để tham gia vào một loạt các hành vi chủ động được liên kết với các chiến lược và mục tiêu của tổ chức (Frese, Fay, Hilburger, Ieng, & Tag, 1997). Sự chủ động cá nhân (PI) sử dụng cách tiếp cận chủ động được đặc

trưng bởi đặc tính tự bắt đầu công việc (Self-starting), bản tính chủ động và thông qua cách khắc phục những khó khăn phát sinh trong việc theo đuổi một mục tiêu đã định.

2.3. Cam kết gắn bó với tổ chức

Cam kết gắn bó với tổ chức được định nghĩa một cách khái quát như "sức mạnh dựa trên mối quan hệ của sự gắn bó chặt chẽ của cá nhân và sự tham gia của cá nhân đó trong tổ chức" (Mowday et al., 1982), và là một nhân tố tạo ra sự kết nối giữa những người lao động và tổ chức (Meyer et al., 1997), hơn nữa giúp tổ chức đạt được thành công (Mowday et al., 1982) và được ghi nhận với vai trò đặc biệt liên quan tới vai trò hỗ trợ của nhân viên trong việc đưa ra các sáng kiến cho sự thay đổi của tổ chức (Meyer and Herscovitch, 2002).

Cam kết gắn bó với tổ chức được nhìn nhận như một trạng thái tâm lý ràng buộc người lao động với tổ chức của họ (Meyer, 1997). Meyer và Allen (1991, 1997) đề xuất cam kết trong mối quan hệ giữa người lao động với tổ chức của họ có thể được nhóm thành ba chủ đề lớn, đó là: cam kết có liên quan tới định hướng dựa trên cảm xúc với tổ chức, sự nhận thức về những chi phí liên quan tới việc rời bỏ DN, và nghĩa vụ về mặt đạo đức đối với việc ở lại DN. Nhóm tác giả đã đề xuất mô hình ba cấu phần của cam kết với tổ chức: cam kết dựa trên cảm xúc (affective commitment), cam kết dựa trên tính toán (continuance commitment), và cam kết dựa trên chuẩn mực (normative commitment). Trong quá trình làm việc, người lao động có thể trải nghiệm cả ba cấu phần này trong sự cam kết của mình với tổ chức và mỗi người lao động có thể thể hiện những mức độ cam kết khác nhau ở các cấu phần khác nhau.

3. Mối quan hệ giữa hành vi tác động của NQT với cam kết gắn bó với tổ chức

Nhà quản trị cần sử dụng "chiến lược tác động để khiến cho cấp dưới của họ làm việc hướng tới mục tiêu chung của tổ chức" (Rao và Hashimoto, 1996, tr. 444). Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra một số bằng chứng về hành vi tác động của nhà quản trị có liên quan đến kết quả hoạt động của tổ chức. Vì vậy, ngoài việc tạo sự tác động của nhà quản trị tới nhân viên cấp dưới để khiến họ cam kết thực hiện những nhiệm vụ công việc ngay lập tức, thì hiệu ứng của hành vi tác động còn giúp tăng cường niềm tin và sự chấp nhận của cấp dưới đối với những mục tiêu và những

giá trị mà tổ chức đặt ra. Từ đó chính đối tượng chịu tác động này sẽ thể hiện sự sẵn lòng để phát huy nỗ lực với vai trò là một thành viên đại diện cho tổ chức nơi họ công tác.

Nghiên cứu của Yukl và cộng sự (2015) về 11 chỉ báo về chiến thuật tác động của nhà quản trị được những nhà nghiên cứu khác đề xuất phân thành 3 nhóm chiến lược cụ thể thành chiến lược mang tính hợp lý (sự thuyết phục một cách hợp lý, sự tư vấn, sự cộng tác), chiến lược mềm dẻo (những yêu cầu được đưa ra mang tính truyền cảm hứng, sự đánh giá, những trao đổi lợi ích), và chiến lược tác động cứng rắn (sự liên minh/liên kết và áp lực đặt ra). Kết quả nghiên cứu của PM. Chong (2014) cho thấy chỉ có 5 chiến thuật thuộc hai nhóm chiến lược mang tính hợp lý và chiến lược mềm dẻo bao gồm: sự thuyết phục một cách hợp lý (Rational persuasion), sự tư vấn (Consultation), sự cộng tác (Collaboration), những yêu cầu được đưa ra mang tính truyền cảm hứng (Inspirational appeals), cách thức lấy cảm tình từ nhân viên (Ingratiation) là thực sự có tác động tích cực tới cam kết gắn bó với tổ chức của người lao động.

3.1. Các hành vi tác động hợp lý và cam kết tổ chức

Việc tác động một cách có hiệu quả tới người khác không có nghĩa là sử dụng đòn bẩy để thúc đẩy những nhân viên cấp dưới. Bởi những nhà quản trị tốt thường sử dụng một loạt các chiến thuật tác động. Khi có thể, họ sẽ nói “lý do” với những nhân viên của mình để có được sự hợp tác cần thiết (Scott, 2004). Ngoài ra, lãnh đạo theo hướng tư vấn trở thành một sự lựa chọn thuận lợi trong rất nhiều trường hợp (Campell et al. 1993).

Sự tư vấn (Consultation) có thể gia tăng động lực cho những đối tượng nhân sự đó trong việc hoàn thành yêu cầu bằng cách cho phép những người này tham gia vào việc quyết định làm thế nào để thực hiện yêu cầu đó (Yukl, 2010). Heifetz và Laurie (1998) chỉ ra rằng, “các lãnh đạo phải chứng minh sự cần thiết phải hợp tác” như việc đưa ra các nguồn lực thực hiện hoặc giúp đỡ những nhân viên của mình. Bên cạnh đó, Mintzberg (1998) cũng cho thấy khả năng thiết yếu của một người lãnh đạo chính là khả năng phân bổ các nguồn lực của tổ chức mình. Nếu cấp dưới nhận thấy rằng cấp trên của mình sử dụng các chiến thuật tác động một cách hợp lý (rational influence tactics) này, thì mức độ cam kết gắn bó với tổ chức của họ sẽ tăng lên.

3.2. Các hành vi tác động mềm dẻo và cam kết gắn bó với tổ chức

Để duy trì động lực làm việc và cam kết gắn bó với tổ chức cho cấp dưới, người lãnh đạo cần truyền cảm hứng và khơi dậy đam mê cũng như sự nhiệt tình của họ (Goleman et al., 2002). Tương tự như những yêu cầu được đưa ra mang tính truyền cảm hứng (inspirational appeal), với chiến thuật cách thức lấy cảm tình từ nhân viên (ingratiation), nhà quản trị sử dụng những lời khen ngợi trước và trong khi thực hiện các nỗ lực tác động tới họ và thể hiện sự tự tin với khả năng thực hiện công việc cũng như giải quyết các yêu cầu công việc đầy thách thức của họ (Yukl, 2010).

“Yêu cầu mang tính cá nhân (personal appeal) là một nỗ lực nhằm gia tăng sự thân tình” (Yukl et al., 2003). Cụ thể, yêu cầu mang tính cá nhân đặc biệt hữu ích đối với những yêu cầu liên quan tới sự ủng hộ rằng những cá nhân chịu tác động làm mọi việc không phải là do ép buộc (Yukl, 2010). Chiến thuật tác động sử dụng những trao đổi lợi ích (Exchange) liên quan tới việc cung cấp những yêu cầu rõ ràng hoặc tiềm ẩn đối với phần thưởng mà một cá nhân nhận được khi học thực hiện yêu cầu mà cấp trên đưa ra (Yukl, 2010). Các chiến thuật tác động sử dụng sự đánh giá (Appraising) là cách mà nhà quản trị giải thích cách thực hiện yêu cầu sẽ mang lại lợi ích cho cá nhân những người chịu sự tác động và giúp họ gia tăng những cơ hội nghề nghiệp (Yukl, 2005).

Nhà quản trị sử dụng chiến thuật mềm dẻo thể hiện nỗ lực tác động tới cấp dưới bằng việc mang lại sự hỗ trợ tình cảm và gia tăng sự nhiệt tình và cũng như cam kết của họ thông qua việc tạo liên kết giữa yêu cầu đặt ra tới nhu cầu, giá trị và niềm hy vọng của chính những cấp dưới này (Yukl, 2010), vì thế chiến thuật tác động mềm dẻo có liên quan tích cực tới cam kết gắn bó của người lao động.

3.3. Các chiến thuật tác động cứng rắn và cam kết gắn bó với tổ chức

Thông qua chiến thuật sử dụng tính chính thống trong các chính sách (Legitimizing), nhà lãnh đạo tìm cách thiết lập tính hợp pháp của các yêu cầu hoặc để xác minh thẩm quyền để làm nó thông qua cách tham khảo các quy tắc, chính sách được ban hành chính thức hoặc những tài liệu có hiệu lực hiện hành (Yukl và Tracey, 1992). Những nhà lãnh đạo trực tiếp có xu hướng đưa ra những chỉ dẫn cụ thể cho cấp dưới và yêu cầu họ phải tuân theo những nguyên tắc cũng như thủ tục đưa ra sự hiệu

quả của phong cách này phụ thuộc vào “những nhân tố ngẫu nhiên” cũng như năng lực của chính các thuộc cấp này. Nếu những nhân viên cấp dưới nhận ra sự giám sát chặt chẽ của cấp trên là không cần thiết, điều này có thể khiến cho sự hài lòng của họ có thể bị giảm sút (Yukl, 2010).

Với chiến thuật tác động thông qua sự liên kết, nhà quản trị tìm kiếm sự trợ giúp từ những người có uy tín khác và thuyết phục cấp dưới làm điều gì đó, hoặc sử dụng sự hỗ trợ của những người có uy tín khác như là một lý do thuyết phục cấp dưới đồng ý làm theo (Yukl và Tracey, 1992). Bên cạnh đó, việc sử dụng những chiến thuật tác động bằng việc tạo áp lực (Pressure), nhà quản trị sử dụng những yêu cầu, sự đe dọa và thường xuyên kiểm tra nhắc nhở cấp dưới rõ ràng sẽ không không tạo ra được cam kết gắn bó với tổ chức của các thuộc cấp và thậm chí có thể dẫn tới những tác động tiêu cực trong dài hạn. Nếu nhà quản trị thực hiện các chiến thuật một cách cứng rắn và quyết đoán để khiến cho nhân viên của mình hoàn thành công việc, sẽ dẫn tới tác động tiêu cực tới cam kết gắn bó với tổ chức của họ.

4. Mối quan hệ giữa vai trò chủ động của nhân viên với cam kết gắn bó với tổ chức

Theo Frese và Fay (2001), “vai trò chủ động của nhân viên” được nhận định như “hành vi làm việc được đặc trưng bởi chính bản chất chủ động, và đặc tính của cách tiếp cận chủ động này cùng sự bền bỉ trong việc vượt qua những khó khăn nảy sinh trong quá trình theo đuổi mục tiêu”. Vai trò chủ động của nhân viên được ví như hội chứng hành vi chủ động hướng tới mục tiêu và đây là phần quan trọng của khái niệm về việc thực hiện công việc cá nhân một cách tích cực. Và sáng kiến có thể được xem xét như một hình thức cụ thể của hành vi chủ động của nhân viên trong công việc, theo đó những nhân viên này tập trung vào những hành vi hướng tới mục tiêu một cách bền bỉ, chủ động và tự khởi động công việc của chính mình (Ohly et al., 2006).

Theo Crant (2001), những hành vi tích cực của người lao động được định nghĩa như “việc chủ động cải thiện hoàn cảnh hiện tại hoặc tạo ra những điều mới mẻ; nó liên quan tới thách thức hoàn cảnh hiện tại thay vì thụ động chấp nhận những điều kiện ở thực tại”. Theo đó, các loại khác nhau của hành vi và tính cách của người lao động được xác định sẽ nhằm phản ánh lập trường chủ động của họ. Nghiên cứu của Bolino & Turnley

(2005) và Morrison & Phelps (1999) đề cập tới sự chủ động cá nhân (PI) thông qua những hành vi như làm việc vào những ngày nghỉ, tới cơ quan sớm và làm việc muộn và tự sắp xếp lại kế hoạch cá nhân dựa trên yêu cầu công việc.

Sự chủ động cá nhân (PI) đề cập tới hành vi chủ động hướng đến mục tiêu tổng quát hơn có thể nhằm mục đích để đạt được mong muốn của tổ chức cũng như mục tiêu của cá nhân (Frese & Fay, 2001; Sonnentag, 2003). Cam kết gắn bó cũng là chủ đề được liên kết với hành vi định hướng mục tiêu và sẵn sàng để thực hiện mọi nỗ lực nhằm đạt được mục tiêu. Ellemers et al. (1998) đề cập về người lao động có cam kết cao với nghề nghiệp luôn sẵn sàng phát huy năng lượng và kiên trì trong theo đuổi mục tiêu nghề nghiệp và các cá nhân có cam kết cao với tổ chức sẽ phấn đấu để đạt được mục tiêu chung của nhóm. Trong ý nghĩa đó, cam kết gắn bó với tổ chức có khả năng để kích hoạt một mục tiêu hướng hành vi như việc đưa ra các sáng kiến.

Có nhiều lý do lý giải cam kết gắn bó với tổ chức có thể liên quan đến sự chủ động cá nhân (PI). Đầu tiên, các yếu tố cảm xúc có thể tăng cường những cảm xúc mà từ đó sản sinh thêm những động lực tác động tới người lao động trong việc hành động để đạt được kết quả mong muốn, và thêm sinh lực thúc đẩy người dân để có hành động đạt được kết quả như mong muốn (Cacioppo, Gardner, & Berntson, 1999). Bên cạnh đó, những nhân viên có cam kết gắn bó dựa trên cảm xúc cao quan tâm tới mục tiêu của cam kết gắn bó này và sẽ gắn bó chặt chẽ với nó. Như đã đề cập, sáng kiến là một hình thức của hành vi định hướng dựa trên mục tiêu và người lao động có thể phát huy bản thân để nhằm hướng tới những mục tiêu cụ thể khi họ cảm thấy gắn bó dựa trên cảm xúc. Cụ thể khi một người có cam kết gắn bó với tổ chức của họ thì sẽ có thể nỗ lực hết mình để nhằm đạt được mục tiêu chung của tổ chức (Ellemers et al., 1998). Nói chung, cảm giác về sự gắn bó với một mục tiêu có khả năng làm cho người lao động sẵn lòng để phát huy bản thân nhằm đạt được cho các mục tiêu liên quan đến mục đích chung. Nó cũng có thể có lợi cho các cá nhân khác trong công việc. Nhân viên có thể giúp các thành viên trong nhóm của họ hoặc thực hiện các nhiệm vụ không được phân bổ cho các thành viên cụ thể của nhóm và làm như vậy giúp để đạt được mục tiêu đội/nhóm.

5. Kết luận và kiến nghị

Theo Jeffrey P. Thomas^{1*}(2010) sự chủ động của cá nhân (PI) phản ánh xu hướng của cá nhân khi tham gia vào một loạt các hành vi chủ động được liên kết một cách cụ thể với những mục tiêu và chiến lược phát triển của tổ chức. Và trong thời điểm nền kinh tế hiện đại ngày nay, hành vi chủ động của nhân viên là vô cùng quan trọng đối với các tổ chức, bởi các tổ chức/các doanh nghiệp hiện nay đang phải đối diện với những thay đổi nhanh chóng, cùng sự cạnh tranh khốc liệt và những yếu tố bất định luôn tiềm ẩn có thể diễn ra bất cứ lúc nào (Qin Xu1, Guangxi Zhang, Andrew Chan, 2017). Vì vậy, nghiên cứu cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên trong việc tìm hiểu những sự

chủ động cá nhân của họ trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi như Việt Nam sẽ góp phần phát triển lý thuyết “cam kết gắn bó với tổ chức” và lý thuyết “hành vi chủ động”.

Bên cạnh đó, khái niệm về hành vi tác động của nhà quản trị được phát triển tại các Bắc Mỹ, vì vậy có thể che đậy một số những chiến thuật tác động đặc trưng đối với những nhà lãnh đạo tại Châu Á (Melody P.M. Chong, 2014). Bởi vậy, việc nghiên cứu sự tác động hành vi tác động của nhà quản trị tới cam kết gắn bó của người lao động có thể làm phát triển tốt hơn về lý thuyết nghiên cứu đối với cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên tại các nước có môi trường kinh tế đang phát triển và chuyển đổi như Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. ALLEN, N. J. & MEYER, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational and organizational psychology*, 63, 1-18.
2. CHONG, M. P., MUETHEL, M., RICHARDS, M., FU, P. P., PENG, T.-K., SHANG, Y. F. & CALDAS, M. P. (2013). Influence behaviors and employees' reactions: An empirical test among six societies based on a transactional–relational contract model. *Journal of World Business*, 48, 373-384.
3. CHUGHTAI, A. A. & ZAFAR, S. (2006). Antecedents and consequences of organizational commitment among Pakistani university teachers.
4. CRANT, J.M., (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of management*, 26(3), pp.435-462.
5. JARAMILLO, F., MULKI, J. P. & MARSHALL, G. W. (2005). A meta-analysis of the relationship between organizational commitment and salesperson job performance: 25 years of research. *Journal of Business Research*, 58, 705-714.
6. THOMAS, Jeffrey P.; WHITMAN, Daniel S.; VISWESVARAN, Chockalingam (2010), Employee proactivity in organizations: A comparative meta analysis of emergent proactive constructs. *Journal of occupational and organizational psychology*, 83.2: 275-300.
7. CHONKO, Lawrence B. (1986), Organizational commitment in the sales force. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 6.3: 19-28.
8. MATHIEU, J. E. & ZAJAC, D. M. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment. *Psychological bulletin*, 108, 171.
9. MEYER, J. P. (1997). Organizational commitment. *International review of industrial and organizational psychology*, 12, 175-228.
10. MEYER, J. P. & HERSCOVITCH, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human resource management review*, 11, 299-326., 20-52.
11. O'REILY, C. & TUSHMAN, M. (1997). Using culture for strategic advantage: *Promoting innovation through social control*. London: Oxford University Press.
12. PM CHONG, M. (2014). Influence behaviors and organizational commitment: a comparative study. *Leadership & Organization Development Journal*, 35, 54-78.
13. SCHUSTER, F. (1998). A strategy for high commitment and involvement: Employee centred management. London: Quorum.

14. SCHWEPKER, C. H. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of business research*, 54, 39-52.
15. YAHAYA, R. & EBRAHIM, F. (2016). Leadership styles and organizational commitment: literature review. *Journal of Management Development*, 35, 190-216.
16. YOUSEF, D. A. (2000). Organizational commitment: A mediator of the relationships of leadership behavior with job satisfaction and performance in a non-western country. *Journal of Managerial Psychology*, 15, 6-24.
17. YUKL, G., CHAVEZ, C. & SEIFERT, C. F. (2005). Assessing the construct validity and utility of two new influence tactics. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 705-725.
18. YUKL, G. & TRACEY, J. B. (1992). Consequences of influence tactics used with subordinates, peers, and the boss. *Journal of Applied psychology*, 77, 525.

Ngày nhận bài: 17/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/4/2020

Thông tin tác giả:

THÁI THU THỦY

Viện Kinh tế và Quản lý - Trường Đại học Bách khoa Hà Nội

AN OVERVIEW ON THE RELATIONSHIPS AMONG MANAGER'S INFLUENCE TACTICS, STAFF'S PERSONAL INITIATIVE AND STAFF'S ORGANIZATIONAL COMMITMENT

● Ph.D Candidate. **THAI THU THUY**

School of Economics and Management
Hanoi University of Science and Technology

ABSTRACT:

Organizational commitment plays an important role in determining staff's behavior in an organization (Meyer & Herscovitch, 2001). Accordingly, workers who have a high degree of commitment to the organization will be expected to be a member of the organization with a positive manifestation of organizational citizenship behavior, then they will try their best to increase their productivity at work and minimize the intention of leaving the organization. To achieve a higher level of commitment to an organization, it is important for managers to use their influence tactics and staff to show their personal initiative. This article is to present a theoretical overview which clarifies the relationship among manager's influence tactics, staff's personal initiative and staff's organizational commitment.

Keywords: Organizational commitment, manager's influence tactics, personal initiative.

ẢNH HƯỞNG CỦA DỊCH COVID-19 ĐẾN KINH TẾ, GIÁO DỤC TRUNG QUỐC VÀ NHỮNG KHUYẾN NGHỊ VỚI CHÍNH PHỦ

● HOÀNG NGỌC NGUYỄN HỒNG

TÓM TẮT:

Dịch COVID-19 là một đại dịch bệnh truyền nhiễm với tác nhân là virus SARS-CoV-2, hiện đang ảnh hưởng và gây thiệt hại trên phạm vi toàn cầu. Là nước có ca mắc virus SARS-CoV-2 đầu tiên, Trung Quốc là một trong những nước chịu ảnh hưởng nặng nề nhất do dịch bệnh này gây ra, nhất là trong lĩnh vực kinh tế và giáo dục. Trong hoàn cảnh đó, Chính phủ Trung Quốc cần đưa ra những chính sách có định hướng lâu dài để khắc phục những ảnh hưởng này.

Từ khoá: Dịch bệnh Covid-19, ảnh hưởng, kinh tế, giáo dục, Trung Quốc, kiến nghị.

1. Đặt vấn đề

Đại dịch COVID-19 là một đại dịch bệnh truyền nhiễm với tác nhân là virus SARS-CoV-2, hiện đang ảnh hưởng và gây thiệt hại trên phạm vi toàn cầu. Dịch bệnh này bắt đầu xuất hiện từ tháng 12/2019, với tâm dịch đầu tiên được ghi nhận là thành phố Vũ Hán, thuộc tỉnh Hồ Bắc ở miền Trung Trung Quốc, bắt nguồn từ một nhóm người bị mắc bệnh viêm phổi không rõ nguyên nhân. Cho đến ngày 18/4/2020, thế giới đã ghi nhận trên 2,2 triệu trường hợp nhiễm virus SARS-CoV-2 và trên 153.000 người đã tử vong.

Hội nghị Liên hiệp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD) cảnh báo, dịch COVID-19 có thể sẽ khiến nền kinh tế toàn cầu thiệt hại khoảng 1.000 tỉ USD trong năm 2020. Ngoài ra, nó còn ảnh hưởng mạnh mẽ đến giáo dục toàn cầu. Chính phủ ở 73 quốc gia đã tuyên bố hoặc thực hiện việc đóng cửa trường học. Covid -19 đã ảnh hưởng đến hơn 421 triệu người học trên toàn cầu, trong khi việc đóng cửa trường học cục bộ đã khiến 1/5 học sinh

rời khỏi trường trên toàn thế giới. Trong bối cảnh đó, là nước có ca mắc virus SARS-CoV-2 đầu tiên, Trung Quốc là một trong những nước chịu ảnh hưởng nặng nề nhất do dịch bệnh này gây ra.

2. Ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến nền kinh tế Trung Quốc

Đại dịch ảnh hưởng sâu rộng đến các nền kinh tế trong khu vực, nhưng mức độ nghiêm trọng và thời gian diễn ra cú sốc lại bất định khác thường. Kể từ khi dịch bệnh bùng phát ở Trung Quốc, nhiều người đã bày tỏ lo ngại về nền kinh tế của Trung Quốc sẽ phải đối mặt với nguy cơ bị đình trệ đột ngột. Theo Báo cáo của Ngân hàng Thế giới, tăng trưởng ở Trung Quốc theo kịch bản cơ sở dự báo sẽ giảm còn 2,3% và theo kịch bản tình huống thấp hơn còn 0,1% năm 2020, so với mức 6,1% năm 2019. Kiểm chế đại dịch sẽ là điều kiện để hồi phục, nhưng rủi ro căng thẳng tài chính kéo dài vẫn lớn, thậm chí đến sau năm 2020.

Theo dữ liệu do Cục Thống kê Quốc gia công bố vào ngày 16/3/2020, từ tháng 1 đến tháng 2/2020,

dịch bệnh đã ảnh hưởng đến các chỉ số khác nhau của nền kinh tế Trung Quốc ở các mức độ khác nhau. Sản xuất công nghiệp và sản xuất dịch vụ giảm, tiêu dùng và đầu tư thị trường giảm, và chỉ số quản trị người mua hàng (PMI) cũng theo đó sụt giảm. Nhưng nhìn chung, dưới tác dụng của các chính sách và biện pháp khác nhau, việc nổi lại sản xuất và sản xuất của các doanh nghiệp đã được đẩy nhanh. Trật tự sản xuất và sinh hoạt đã dần được phục hồi, nền kinh tế quốc gia đã đạt được sự vận hành có trật tự và sinh kế cơ bản đã được đảm bảo một cách hiệu quả.

Khả năng phục hồi hoàn toàn được phản ánh trong việc tăng cường dần sự phối hợp phát triển kinh tế của Trung Quốc. Nhìn lại sự phát triển của những thập kỷ vừa qua, Trung Quốc đã bị ảnh hưởng bởi các mô hình phát triển kinh tế “định hướng đầu tư” và “định hướng xuất khẩu”. Trung Quốc có dân số 1,4 tỷ người, tương ứng với quy mô thị trường và tiềm năng tiêu thụ khổng lồ, tạo một động lực rất lớn cho việc nâng cấp hệ thống chất lượng.

Không gian chính sách tương đối đầy đủ được phản ánh trong việc Trung Quốc tuân thủ việc thực thi chính sách tiền tệ được chuẩn hóa, tạo cơ hội cho việc điều động ứng phó với các tình huống khẩn cấp. Sau khi bùng phát, thị trường tài chính Trung Quốc, bao gồm thị trường tiền tệ, thị trường chứng khoán, thị trường ngoại hối và thị trường trái phiếu, tất cả đều hoạt động bình thường. Điều này cho thấy nền kinh tế Trung Quốc có niềm tin và sức mạnh để đối phó với những cú sốc bên ngoài.

Không chỉ vậy, ngay cả trong giai đoạn quan trọng để chống lại dịch bệnh, Trung Quốc chưa bao giờ ngừng tốc độ cải cách sâu rộng và mở cửa. Chính phủ đã đưa ra một loạt các biện pháp để thúc đẩy sinh kế của người dân và ổn định các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, phản ánh chính sách của Chính phủ hỗ trợ nền kinh tế thực và đảm bảo sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân trong giai đoạn vừa qua. Vì vậy, tăng trưởng kinh tế Trung Quốc trong hai quý đầu năm 2020 giảm xuống 2-3% so với cùng kỳ năm trước, tuy nhiên trong quý II, quá trình phục hồi sẽ diễn ra mạnh hơn, một phần nhờ chính sách kích thích tài khóa và hỗ trợ tiền tệ của Chính phủ.

Mặc dù nền kinh tế Trung Quốc có trở lại bình thường, các doanh nghiệp nước này vẫn phải chuẩn bị cho "làn sóng đứt gãy thứ hai" của chuỗi cung ứng khi các nhà máy nước ngoài đóng cửa và hoạt động vận tải toàn cầu bị đứt gãy. Nhiều người Trung Quốc đang chuẩn bị tinh thần đối mặt với cú sốc kinh tế thứ hai từ đại dịch COVID-19. Lần này không phải do thiếu nguyên liệu sản xuất, mà là nhu cầu hàng hóa sụt giảm mạnh cả trong và ngoài nước.

Khi các nước trên thế giới bế quan, tỏa cảng để ngăn dịch, mảng xuất khẩu chiếm đến 20% GDP của Trung Quốc sẽ chịu hậu quả. Số liệu của Hải quan cho thấy, xuất khẩu của Trung Quốc đã giảm 17,2% trong tháng 1 2, và đây vẫn chưa phải là đáy. Nếu như sau Tết Âm lịch, người dân kinh doanh sợ nguồn nguyên liệu bị đứt (do Trung Quốc phong tỏa), thì đến nay, tình hình đã đảo ngược. Thêm vào đó, nhu cầu trong nước của Trung Quốc sụt giảm.

Hãng tin Bloomberg cho biết, chỉ trong 2 tháng đầu năm 2020, đã có 100 công ty bất động sản ở Trung Quốc đệ đơn xin phá sản. Tỷ lệ thất nghiệp ở Trung Quốc được ghi nhận tăng từ 5,2 lên 6,2%, tương đương 5 triệu công việc biến mất. Kết hợp yếu tố này với các thách thức đến từ bên ngoài, hy vọng về khả năng Trung Quốc phục hồi nhảy vọt (theo biểu đồ chữ V) sau dịch COVID-19 mỗi lúc một xa vời. Hầu hết các chuyên gia dự báo, nền kinh tế Trung Quốc sẽ teo lại trong quý I/2020, lần đầu tiên kể từ cuối Cách mạng Văn hóa năm 1976. Bên cạnh đó, viễn cảnh một trận suy thoái toàn cầu cũng đang ở đường chân trời khi tình hình dịch COVID-19 ngày càng nguy hiểm và phức tạp hơn.

Như vậy, ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến nền kinh tế Trung Quốc vô cùng nặng nề, Chính phủ đã áp dụng rất nhiều biện pháp mạnh mẽ để cải thiện tình hình. Tuy nhiên, các doanh nghiệp, các nhà sản xuất cũng cần tự mình tìm ra những hướng đi riêng trong lúc còn rất nhiều khó khăn trước mắt.

3. Ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến hệ thống giáo dục Trung Quốc

Đại dịch COVID-19 đã gây ảnh hưởng đến các hệ thống giáo dục trên toàn thế giới. Những nỗ lực ngăn chặn sự lây lan của COVID-19 thông qua các biện pháp can thiệp phi dược phẩm và các biện pháp phòng ngừa như cách ly xã hội và tự cô lập đã thúc đẩy việc đóng cửa rộng rãi các trường tiểu học

và trung học cũng như các trường sau trung học bao gồm các trường cao đẳng và đại học tại ít nhất 73 quốc gia.

Việc đóng cửa trường học có tác động tiêu cực đáng kể đến các gia đình có thu nhập thấp, những người thiếu tiếp cận với công nghệ, internet, thực phẩm dinh dưỡng và dịch vụ chăm sóc trẻ em, cũng như học sinh khuyết tật cần các kế hoạch giáo dục cá nhân. Điều này cũng khiến cho rất nhiều trường học đã phải chuyển đổi sang hình thức giáo dục trực tuyến.

Đầu tháng 2/2020, trước tình hình dịch viêm phổi cấp do virus corona chủng mới (SARS-CoV-2) không biết diễn biến đến bao giờ, Bộ Giáo dục Trung Quốc ra thông báo khuyến khích các trường dạy học trên Internet cho học sinh. Bộ này cũng khởi động một chương trình học bằng điện toán đám mây quy mô toàn quốc từ ngày 17/2 nhằm cung cấp đầy đủ tài liệu giảng dạy cho tất cả các môn học chính cũng như các khóa học dành cho học sinh tiểu học và trung học.

Đài Truyền hình trung ương Trung Quốc hồi tháng 9/2019 đưa tin thị trường học trực tuyến trong nước trị giá 36 tỉ USD với 135 triệu người học có đăng ký và đang tiếp tục bùng nổ, chỉ vài tháng sau, các công ty tham gia lĩnh vực này bất ngờ có cơ hội "thử lửa" khi học sinh các bậc học và cả sinh viên buộc phải "đến trường trên mạng" vì dịch COVID-19. Theo Tân Hoa xã, Bộ Giáo dục Trung Quốc còn ban hành hướng dẫn các trường đại học tổ chức lớp học online, với 22 nền tảng trực tuyến, cung cấp 24.000 khóa học cho sinh viên. Ngoài ra, một kênh giáo dục trên truyền hình cũng bắt đầu phát các bài học từ ngày 17/2 để giúp học sinh, sinh viên ở các khu vực hẻo lánh - nơi tốc độ Internet không được cao có thể học tại nhà.

Hiện nay, khi giáo dục trực tuyến đã trở thành yêu cầu bắt buộc thì giáo viên và học sinh cũng đang dần dần thích nghi. Các thầy cô giáo phải tham gia tập huấn để sử dụng thành thạo những phần mềm đào tạo trực tuyến, tập cách nói chuyện tự nhiên trước camera, rồi phải bình luận qua lại để học trò của mình hứng thú với bài giảng. Trong khi đó, hầu hết các giáo viên đều không có kinh nghiệm livestream, một số người phải lên mạng xem vlog của người nổi tiếng để biết cách làm theo.

Không chỉ vậy, thầy cô còn học nói chuyện theo ngôn ngữ trên mạng để đảm bảo rằng học sinh xem livestream có thể hiểu mình đang nói gì.

Như vậy, sử dụng phần mềm trực tuyến để giảng dạy sẽ tạo nên một cuộc cải cách về phương pháp, giúp cho các thầy cô giáo trải nghiệm và sáng tạo hơn nữa trong các bài giảng của mình, để thu hút học sinh thêm say mê với các bài học. Học sinh cảm thấy hứng thú hơn vì được sử dụng công nghệ, lại tiết kiệm được nhiều thời gian, ở nhà vẫn kết nối được với thầy cô và các bạn, vẫn có thể thu được kiến thức.

Tuy nhiên, giảng dạy trực tuyến cũng tồn tại nhiều mặt trái. Nhiều giáo viên, phụ huynh và học sinh cho biết, việc dạy - học online không hiệu quả bằng dạy trực tiếp. Nhiều học sinh thấy sẽ thêm động lực để học hơn khi có các bạn cùng lớp học hành chăm chỉ xung quanh. Trong khi đó, giáo viên cũng nhận thấy sự gắn kết giữa mình và học sinh khi học trực tuyến gần như bằng 0. Do mất đi sự tương tác, giáo viên cũng phải bỏ công chuẩn bị nhiều bài học hơn cho 1 buổi học, vì 1 bài học bình thường dạy 45 phút, nhưng dạy online chỉ mất 25-30 phút, hơn nữa giáo viên cũng không thể đánh giá được hết học sinh có hiểu bài hay không.

Một mối bận tâm nữa liên quan đến việc học trực tuyến, đó là giáo viên không thể giám sát được học trò của mình làm gì. Học sinh có thể làm bất cứ điều gì chúng muốn trong lúc học trực tuyến. Đó là chưa kể đến những khó khăn về mặt công nghệ, như: máy chủ gặp sự cố, mạng không ổn định, đăng ký phức tạp, phải sử dụng nhiều nhóm WeChat, lộ lọt thông tin cá nhân khi sử dụng các phần mềm không có bản quyền hoặc tính bảo mật không cao... Các vấn đề này liên tục tạo nên những cuộc tranh luận sôi nổi trên mạng xã hội Weibo.

Nhìn chung, việc dạy học trực tuyến tại Trung Quốc đang phải đối mặt với 3 khó khăn: Một là hệ thống trực tuyến chưa sẵn sàng cho sự chuyển đổi đột ngột. Ví dụ, ngày đầu tiên của khóa học trực tuyến miễn phí trên nền tảng zuoyebang có khoảng 5 triệu người tham gia cùng lúc, dẫn đến việc máy chủ bị quá tải. Việc lộ lọt thông tin cá nhân với các phần mềm có tính bảo mật chưa cao hoặc các phần mềm cho sử dụng miễn phí, không cần bản quyền. Hai là một số giáo viên không có kinh nghiệm

giảng dạy trực tuyến. Ba là phụ huynh không chấp nhận hình thức giảng dạy này, vì học trực tuyến, học sinh phải xem máy tính hoặc các sản phẩm điện tử khác trong cả ngày, sẽ ảnh hưởng xấu tới sức khỏe của học sinh..

Một vấn đề nữa, dịch bệnh Covid-19 gây ra cho giáo dục Trung Quốc là các cuộc thi đánh giá năng lực như SAT đều bị huỷ bỏ khiến học sinh, sinh viên Trung Quốc phải đối mặt với nguy cơ không chuẩn bị kịp hồ sơ để ứng tuyển vào các trường đại học trên thế giới.

4. Những kiến nghị với Chính phủ Trung Quốc

Thứ nhất: Chính phủ cần đồng thời điều chỉnh cả chính sách y tế và chính sách kinh tế vĩ mô. Để ngăn ngừa dịch bệnh lây lan, Chính phủ cần tiến hành các biện pháp kiểm soát lây nhiễm, như hạn chế đi lại, đồng thời triển khai các giải pháp về tài khóa, tiền tệ và tái cơ cấu nhằm giảm nhẹ hệ quả tác động bất lợi về kinh tế. Chỉ có kết hợp các chính sách mới đem lại kết quả tốt hơn cho cả y tế và kinh tế.

Thứ hai: Nhu cầu về chăm sóc y tế có thể tăng vọt trong giai đoạn sắp tới. Ngoài việc mở rộng các cơ sở chăm sóc y tế truyền thống và các nhà máy sản xuất thiết bị y tế, một số biện pháp sáng tạo đang được xem xét và cần được đẩy mạnh như: Chuyển đổi giường bệnh thông thường thành giường hồi sức tích cực; sử dụng các nhà máy sản xuất ô-tô để sản xuất máy làm khẩu trang; đào tạo để người lao động không còn làm trong ngành nghề cũ (ví dụ nhân viên nhà hàng, khách sạn và hãng hàng không) có thể chuyển sang làm các công việc chăm sóc y tế cơ bản. Các dây chuyền sản xuất mặt hàng may mặc có thể nâng cấp, chuyển đổi để thành dây chuyền sản xuất khẩu trang. Để đảm bảo người nghèo được tiếp cận đầy đủ, cần phải cung cấp dịch vụ xét nghiệm và điều trị miễn phí hoặc theo giá trợ cấp.

Thứ ba: Chính sách kinh tế vĩ mô nới lỏng sẽ kém hiệu quả trong việc đẩy mạnh sản xuất và tạo việc làm trong giai đoạn người lao động buộc phải ở nhà theo yêu cầu giãn cách xã hội, nhưng cách tiếp cận này lại quan trọng để khôi phục kinh tế. Ban đầu, các biện pháp tài khóa cần cung cấp để người dân chống đỡ các cú sốc, đặc biệt là những người dễ tổn thương nhất về kinh tế. Chẳng hạn, trợ

cấp nghỉ ốm và dịch vụ y tế có thể làm giảm căng thẳng, giúp hỗ trợ kiểm chế bệnh dịch.

Mở rộng mạng lưới an sinh xã hội cũng giảm bớt gánh nặng cho những hộ gia đình thu nhập bị sụt giảm do ảnh hưởng dịch bệnh. Cung cấp bữa ăn học đường và hỗ trợ khác cho học sinh khi trường học đóng cửa. Đồng thời hỗ trợ tìm việc làm để giúp người lao động tái hòa nhập kinh tế sau dịch bệnh. Đây là những biện pháp đảm bảo khó khăn tạm thời không biến thành tổn thất dài hạn về nhân lực. Các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ, cần được hỗ trợ thanh khoản để duy trì hoạt động và kết nối có lợi với các chuỗi giá trị toàn cầu (GVC).

Thứ tư: trong khu vực tài chính, cần hỗ trợ các hộ gia đình bình ổn tiêu dùng thông qua nới lỏng cơ hội tiếp cận tín dụng; Giúp doanh nghiệp sống sót thông qua nới lỏng cơ hội tiếp cận thanh khoản; Nới lỏng các điều kiện huy động tài chính, đồng thời thực hiện giãn nợ có quản lý của Nhà nước là cần thiết trong điều kiện khó khăn còn tiếp diễn. Các cơ quan quản lý nhà nước cần đảm bảo công khai minh bạch thông tin về rủi ro và thông báo rõ ràng về nhu cầu giám sát để tránh bất ổn tài chính, đặc biệt ở những nền kinh tế có nợ khu vực tư nhân ở mức cao.

Thứ năm: chính sách thương mại mở phải được duy trì. Để duy trì sản xuất hàng cung ứng thiết yếu cho người tiêu dùng trong nước, một số quốc gia đã bắt đầu hạn chế xuất khẩu các mặt hàng y tế.

Các quốc gia tiêu dùng cần thực hiện trách nhiệm bằng cách tự do hóa nhập khẩu. Thay vì tái đàm phán các cam kết song phương, tất cả các quốc gia sẽ đều có lợi nếu Trung Quốc mở cửa thị trường cho tất cả các đối tác thương mại. Đây là cú hích rất cần thiết có thể giúp tăng thu nhập toàn cầu khoảng 0,6%. Thu nhập của Trung Quốc sẽ tăng thêm gần 0,5%. Hầu hết các quốc gia đang phát triển ở khu vực Đông Á cũng sẽ tăng thu nhập cho dù khả năng tiếp cận ưu đãi của họ vào thị trường Trung Quốc phần nào bị suy giảm.

Theo Ngân hàng Thế giới, trong từng nội dung chính sách trên, hành động phối hợp quốc tế trên cách tiếp cận tổng thể sẽ đem lại lợi ích. Tuy nhiên, tăng cường chiều sâu hợp tác quốc tế mới là liều vắc-xin hiệu quả nhất để chống lại nguy cơ do virus gây ra, ngoài những biện pháp mạnh mẽ trong nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2020), *Những con số biết nói về tác động của dịch bệnh Covid-19 đến thương mại Trung Quốc*.
2. Vương Kỳ Nghiệp - Phạm Minh Quang (2020), Trung Quốc chuẩn bị đón cú sốc kinh tế tập hai, *Tạp chí Đối ngoại Trung Hoa*.
3. Yuwa Hedrick-wong (2020), Tiến trình phục hồi kinh tế hậu Covid-19 của Trung Quốc sẽ chậm hơn thời dịch Sars, *Tạp chí Công Thương Trung Quốc*.
4. Nguyễn Chí Hiếu (2020), Covid-19 và tác động của nó đến lĩnh vực kinh tế, *Tạp chí Cộng sản*.
5. Ngọc Đông (2020), Học trực tuyến thời Covid-19: Cuộc “thử lửa” bất ngờ ở Trung Quốc, *Tạp chí Tuổi trẻ*.
6. Nguyễn Hoàng (2020), Dịch virus corona ở Trung Quốc: Tỉnh Sơn Đông đóng cửa trường học đến hết tháng 2, *Tân Hoa Xã*.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

TS. HOÀNG NGỌC NGUYỄN HỒNG

Học viện Cảnh sát nhân dân

**THE IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON CHINA’S
ECONOMICAL AND EDUCATIONAL FIELDS AND
RECOMMENDATIONS FOR CHINESE GOVERNMENT**

● **Ph.D HOANG NGOC NGUYEN HONG**
People’s Police Academy

ABSTRACT:

The Covid-19 pandemic which is defined global health crisis caused by the virus SARS-CoV-2. The Covid-19 pandemic is currently affecting and causing damages across the globe. The first coronavirus patient was officially reported in China which is heavily affected by this disease, especially this country’s economical and educational fields. Hence, the Chinese government needs to come up with long term solutions in order to overcome challenges caused by the Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19 pandemic, affect, economy, education, China, recommendation.

NGHIÊN CỨU CÁC BIỆN PHÁP PHÒNG SÉT, TAN BĂNG CHO ĐƯỜNG DÂY TRUYỀN TẢI ĐIỆN TRÊN KHÔNG ĐI QUA KHU VỰC BĂNG TUYẾT

● NGUYỄN TRUNG THOẠI

TÓM TẮT:

Đối với đường dây truyền tải điện trên không (ĐDK) đi qua khu vực băng tuyết, dây chống sét (DCS) có tác dụng bảo vệ chống sét cho ĐDK. Đồng thời DCS cũng bị đóng một lớp băng, làm dây võng xuống. Khi băng tuyết tan ra, do sự tan băng không đồng đều sẽ gây ra rung động và dẫn đến sự phóng điện giữa DCS và các dây dẫn điện, gây ra sự cố ngắt mạch thường xuyên. Do đó, việc nghiên cứu các biện pháp phòng sét, tan băng cho ĐDK đi qua khu vực băng tuyết là hết sức cần thiết. Bài báo sử dụng phần mềm PSCAD xây dựng mô hình mô phỏng sét đánh với hai trường hợp: khi hai DCS trực tiếp nối đất và hai DCS không trực tiếp nối đất (để thực hiện biện pháp tan băng), sau đó tiến hành mô phỏng, tính toán và phân tích mức độ chịu sét của ĐDK, cuối cùng đưa ra các giải pháp hợp lý để nâng cao tính năng chịu sét và tan băng cho đường dây.

Từ khóa: Bảo vệ sét đánh, khu vực băng tuyết, mức độ chịu sét, tan băng một chiều, tan băng xoay chiều.

I. Đặt vấn đề

Băng tuyết luôn là mối nguy hại lớn đối với đường dây truyền tải điện trên không. Trong những năm gần đây, ở Việt Nam, sự tác động của biến đổi khí hậu và môi trường diễn biến ngày càng phức tạp đã ảnh hưởng đến việc vận hành lưới điện. Nghiêm trọng hơn là sự xuất hiện băng tuyết tại các tỉnh miền núi phía Bắc xảy ra khá thường xuyên, gây ra sự cố ngắt mạch điện, đứt đường dây, gãy xà trên đường dây, nhiều trạm biến áp ngừng làm việc,...^[1-2]. Trong điều kiện kinh tế Việt Nam ngày càng phát triển, nhu cầu cung cấp điện của khách hàng ngày càng cao. Do vậy, việc ứng phó với hiện tượng băng tuyết nhằm giảm sự cố ngắt mạch điện qua đó góp phần nâng cao độ tin cậy cung cấp điện là hết sức cần thiết. Bài báo liệt kê các phương pháp phòng sét, tan băng và tiến hành phân tích bài toán thực

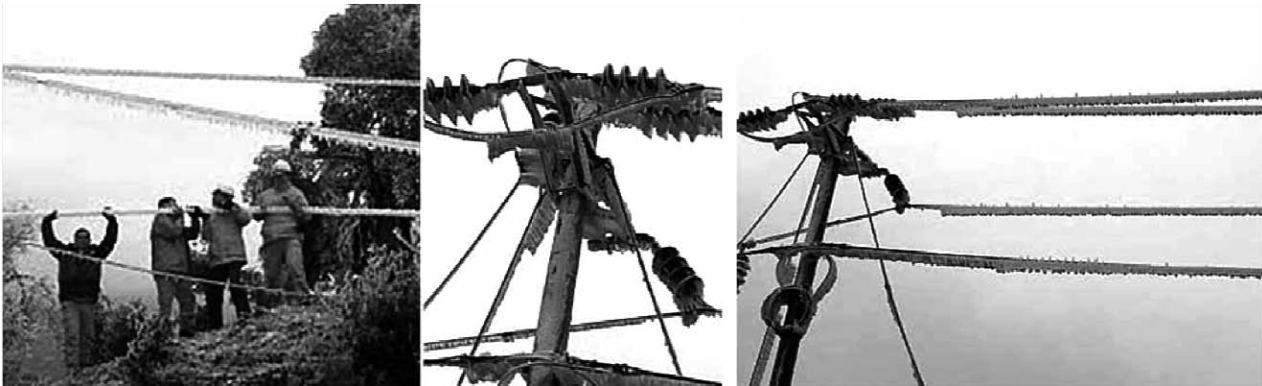
tế để so sánh mức độ chịu sét của đường dây trước và sau khi cải tạo DCS (để thực hiện biện pháp tan băng). Cuối cùng đưa ra giải pháp hợp lý để đảm bảo khả năng phòng sét và tan băng cho đường dây (Hình 1).

II. Nội dung nghiên cứu

1. Phòng sét đánh ĐDK

Phòng sét đánh ĐDK là bảo vệ đường dây không bị sét đánh hoặc giảm thiểu mức độ sét đánh. Đối với ĐDK cao áp và siêu cao sử dụng DCS là biện pháp bảo vệ cơ bản nhất, tác dụng chủ yếu của DCS là che chắn đường dây và giảm xác suất sét đánh trực tiếp đường dây, đồng thời có những tác dụng: phân dòng, giảm dòng điện sét qua trụ, giảm điện thế đỉnh trụ; tác dụng ngẫu hợp điện từ giữa DCS và dây dẫn làm nâng cao điện thế dây dẫn khi sét đánh trụ, giảm điện áp đặt lên chuỗi cách điện; tác dụng che chắn, làm giảm quá

Hình 1: Hệ thống lưới điện bị ảnh hưởng bởi băng tuyết tại các tỉnh miền núi phía Bắc, Việt Nam



điện áp cảm ứng trên dây dẫn. Điện áp đường dây càng cao thì hiệu quả của việc sử dụng DCS càng tốt. Tuy nhiên, đối với ĐDK đi qua những khu vực có băng tuyết, DCS vừa bảo vệ chống sét cho đường dây, đồng thời cũng gây ra những ảnh hưởng bất lợi như đã nêu.

2. Đường dây phủ băng và biện pháp tan băng

Lớp phủ băng luôn là mối đe dọa lớn đối với sự an toàn của các ĐDK ở các khu vực có băng tuyết. Hiện nay, trên thế giới đã có nhiều chuyên gia nghiên cứu về vấn đề đóng băng ĐDK và đã đạt được những kết quả nhất định: Pohlman và Landers đã đề xuất phương pháp chống đóng băng và khử băng cho đường truyền trên cao. Hesse đã đưa đề xuất công nghệ làm tan băng bằng rỗng rọc và dòng điện ngắn mạch,... Tuy nhiên, các biện pháp trên chỉ xem xét đến sự tan băng mà chưa đề cập đến việc chống sét^[3-4].

Mặt khác, ĐDK thường có khoảng cách dài, phân bố rộng, đi qua nhiều địa hình phức tạp khác nhau. Do đó, phương pháp tan băng cơ học khó thực hiện, phương pháp tan băng thụ động hiệu quả thấp, phương pháp tan băng bằng nhiệt là chuyển điện năng thành nhiệt năng để làm tan băng thường được áp dụng, thực hiện bằng cách tăng dòng điện chạy trong dây dẫn sinh ra đủ nhiệt để đạt mục đích tan băng. Căn cứ vào dòng điện, phương pháp này được chia thành tan băng xoay chiều (AC) và tan băng một chiều (DC)^[3-4].

2.1. Tan băng xoay chiều

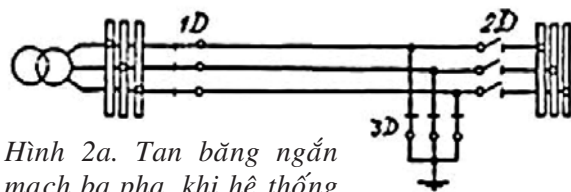
Tan băng xoay chiều là tan băng bằng cách cho dòng điện xoay chiều có giá trị lớn chạy qua dây dẫn để sinh ra nhiệt và tan băng. Có thể được chia thành tan băng mang tải và tan băng ngắn mạch.

Tan băng mang tải: không ngừng vận hành đường dây, thông qua việc thay đổi trào lưu công

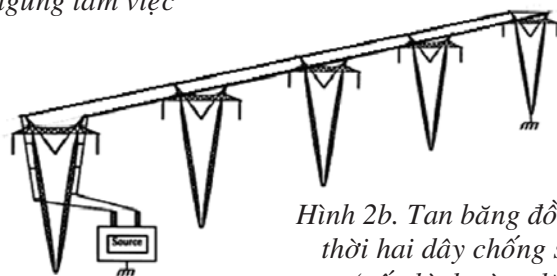
suất của đường dây, tăng giá trị dòng điện chạy trên đường dây để đạt đến tan băng.

Tan băng ngắn mạch: là thiết lập điểm ngắn mạch trên đường dây, hình thành sự cố ngắn mạch, đồng thời khống chế dòng điện ngắn mạch trong phạm vi tan băng cho phép tối đa, để dây dẫn phát nhiệt tan băng. Phương pháp tan băng ngắn mạch được sử dụng rộng rãi, không chỉ áp dụng tan băng cho ĐDK (Hình 2a) mà còn áp dụng tan băng cho DCS (Hình 2b). Phương pháp này đòi hỏi hệ thống điện phải cung cấp một lượng công suất phản kháng đủ lớn và phù hợp tan băng cho ĐDK có điện áp nhỏ hơn 500kV^[3-4]. (Hình 2)

Hình 2: Phương pháp tan băng ngắn mạch



Hình 2a. Tan băng ngắn mạch ba pha, khi hệ thống ngừng làm việc



Hình 2b. Tan băng đồng thời hai dây chống sét (cấu hình vòng lặp)

2.2. Tan băng một chiều

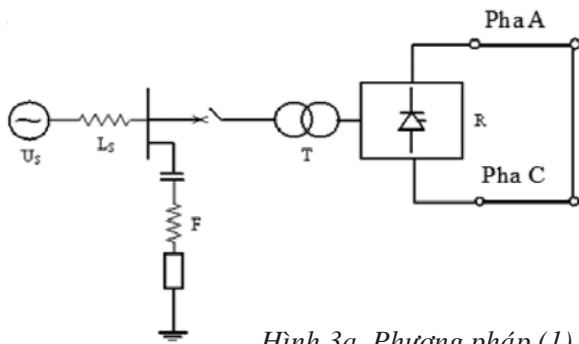
Cho dòng một chiều có giá trị lớn vào đường dây phủ băng (với một độ dài nhất định) sẽ sinh ra nhiệt và tan băng. Dòng điện một chiều ở đây có thể được chỉnh lưu từ dòng điện xoay chiều thông

qua các thiết bị điện tử công suất lớn. Đường dây cần tan băng sẽ được kết nối với hệ thống điện thông qua máy biến áp và bộ chỉnh lưu, sơ đồ nguyên lý như Hình 3. Để tan băng đường dây 3 pha, có hai phương pháp nối dây như Hình 3a và Hình 3b.

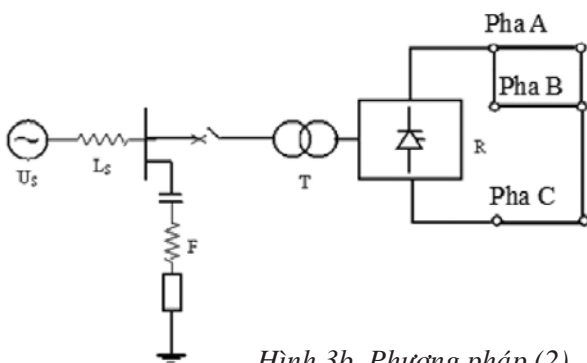
Tan băng một chiều theo phương pháp (1) hình 3a: ngắn mạch 2 đầu đường dây phủ băng pha A và C, sau đó nối 2 đầu còn lại của pha A và C với đầu ra của bộ chỉnh lưu để thực hiện tan băng. Phương pháp này sẽ làm tan băng đồng thời 2 pha cùng một lúc.

Tan băng một chiều theo phương pháp (2) hình 3b: ngắn mạch 3 đầu đường dây phủ băng pha A, B và C, hai đầu còn lại của pha A và B được nối chung với nhau, sau đó nối vào một đầu ra của bộ chỉnh lưu, đầu ra còn lại của bộ chỉnh lưu được nối với đầu còn lại của pha C. Phương pháp này chỉ có thể làm tan băng đối với pha C. Do đó, mạch 3 pha phủ băng, nếu muốn làm tan băng theo phương pháp (2) phải tiến hành 3 lần; còn nếu kết hợp tan băng theo hai phương pháp (1) và phương pháp (2) thì chỉ tiến hành 2 lần: trước tiên ta tiến hành tan băng 1 pha theo phương pháp (2) sau đó 2 pha còn lại ta tiến hành tan băng theo phương pháp (1)^[3-5]. (Hình 3)

Hình 3: Phương pháp tan băng một chiều



Hình 3a. Phương pháp (1)



Hình 3b. Phương pháp (2)

3. Phân tích bài toán thực tế

Để phân tích mức độ chịu sét của ĐDK khi hai DCS không trực tiếp nối đất (thực hiện biện pháp tan băng), bài báo tính toán đường dây truyền tải 220kV mạch đơn hai nguồn cung cấp làm ví dụ, độ dài toàn tuyến 104.13km, bao gồm 272 trụ, bảo vệ chống sét cho đường dây dùng 2 DCS, trong đó mô phỏng đoạn đường dây giữa khoảng trụ 114#~122#, độ dài 2.458km, có 2 DCS không trực tiếp nối đất để thực hiện biện pháp tan băng. Tham số tính toán như bảng 1, mật độ điện cảm của trụ 0,5(μH/m); điện trở nối đất 10Ω; dây dẫn loại LHAGJ-400/50; dây chống sét loại GJX-100. Cấp điện áp của khe hở phóng điện có nhiều loại: 14kV, 20.8kV, 22.3kV,... do tồn tại quá điện áp làm việc trên đường dây, cho nên điện áp cách điện phù hợp giữa DCS và trụ điện đối với đường dây 220kV được chọn là 35kV^[6-8].

Sau khi cải tạo 2 DCS không trực tiếp nối đất, mức độ chịu sét của đoạn đường dây sẽ bị ảnh hưởng đáng kể, do đó cần phải phân tích để đưa ra những biện pháp phù hợp nhằm đảm bảo khả năng phòng sét và tan băng cho đường dây. (Bảng 1)

Bảng 1. Tham số của đường dây và trụ

Thứ tự trụ	Loại trụ	Độ cao trụ (m)	Khoảng vượt (m)	Độ cao treo dây (m)
113	LUYJ5	15	391	13.5
114	LUZ7	24	348	21
115	LUZ5	16	195	14
116	LUZ5	16	265	13.5
117	LUZ5	20	205	17
118	LUYJ5	15	234	14
119	LUZ5	16	227	13
120	LUZ5	20	303	17
121	LUZ6	24	359	21
122	LUZ6	16	322	13.5
123	LUYJ6	15	313	12

4. Phân tích mô phỏng mức độ chịu sét khi DCS không trực tiếp nối đất

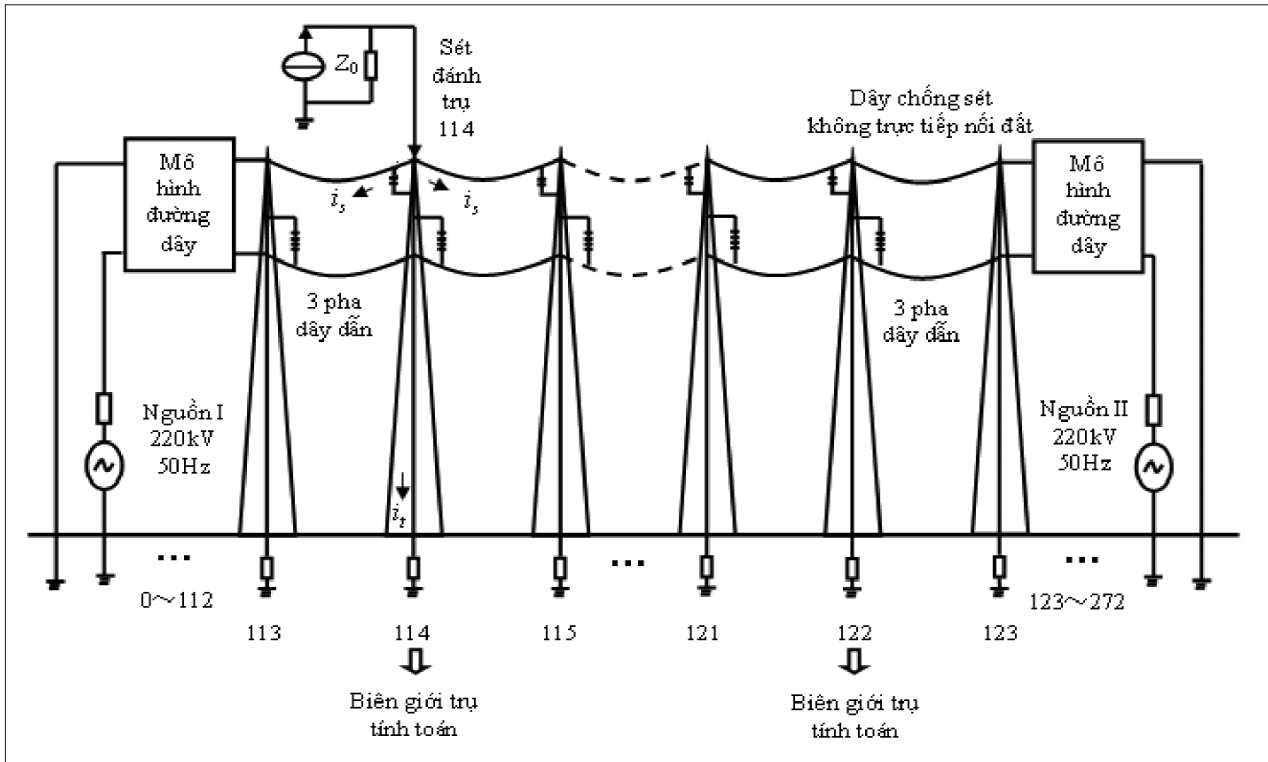
4.1. Phân tích mô phỏng

Căn cứ vào phân tích và đặc điểm đoạn đường dây nói trên vẽ được sơ đồ mô phỏng như (Hình 3).

4.1.1. Mô hình mô phỏng dòng điện sét

Trong bài báo, việc lập mô hình mô phỏng

Hình 3: Sơ đồ mô phỏng với 2 DCS không trực tiếp nối đất khi sét đánh đỉnh trụ



dòng điện sét được áp dụng theo công thức (1) và hai chỉ số dòng điện sét được chọn là 2.6/50 μ s^[6-8].

$$I = I_0(e^{-\alpha t} - e^{-\beta t}) \quad (1)$$

Trong đó: I_0 biên độ dòng điện sét; α, β là hai hệ số.

4.1.2. Mô hình mô phỏng đường dây

Mô hình mô phỏng đường dây áp dụng mô hình tham số biến tần. Do độ cao của các trụ khảo sát không giống nhau nên trong tính toán độ cao trung bình của các trụ được tính theo công thức (2)^[6-8]:

$$h_{tb} = (\sum_i h_i d_i / \sum_i d_i) - L$$

Trong đó: h_{tb} độ cao trung bình của trụ; h_i độ cao trụ thứ i ; d_i khoảng cách thứ i giữa hai trụ; L là chiều dài chuỗi cách điện và phụ kiện.

4.1.3. Mô hình mô phỏng trụ điện

Độ cao của các trụ trong đoạn đường dây khảo sát không vượt quá 30m, do đó, trong tính toán (đặc biệt là tính toán phòng sét) thông thường áp dụng mô hình tham số điện cảm tập trung để mô phỏng trụ điện, điện cảm tương đương trên mỗi đơn vị chiều dài của trụ là 0.5(μ H/m). Mô

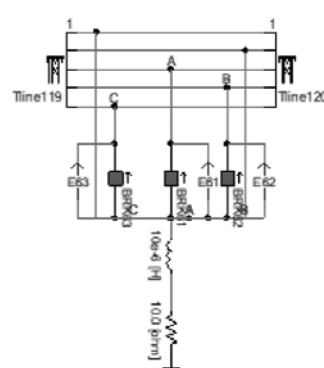
hình mô phỏng trụ điện trong phần mềm PSCAD như (Hình 4).

4.1.4. Mô hình mô phỏng cách điện

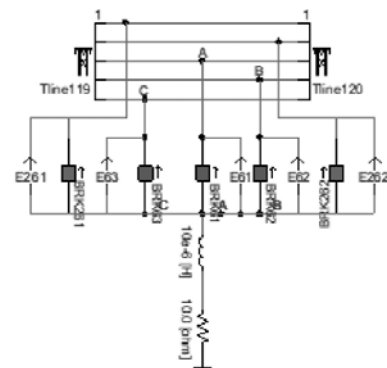
Việc mô phỏng đóng ngắt cách điện được thực hiện thông qua việc khống chế điện áp, phán đoán phóng điện cách điện dựa vào phương pháp giao nhau, trong đó, đường đặc tính điện áp phóng điện được xác định bởi công thức (3)^[6-8]:

$$u = 1350.0 + 598.0e^{-u/4.0} + 2256.0e^{-u/1.02} \quad (3)$$

Hình 4: Mô hình mô phỏng trụ điện



Hình 4a. Hai DCS trực tiếp nối đất



Hình 4b. Hai DCS không trực tiếp nối đất

4.2. Phân tích mức độ chịu sét khi sét đánh đỉnh trụ, khoảng vượt DCS và ĐDK

4.2.1. Phân tích mức độ chịu sét khi sét đánh đỉnh trụ

Lập mô hình mô phỏng trạng thái quá độ điện từ sét đánh đỉnh trụ trong hai trường hợp: 2 DCS trực tiếp nối đất và 2 DCS không trực tiếp nối đất đối với khoản trụ 114#~122#, so sánh mức độ chịu sét như Hình 5. Kết quả mô phỏng cho thấy, khi 2 DCS trực tiếp nối đất và 2 DCS không trực tiếp nối đất mức độ chịu sét trung bình lần lượt là: 147.9724kA, 104.5459kA. Nguyên nhân có sự thay đổi trên là: Trong trường hợp DCS trực tiếp nối đất khi có sét đánh trụ ngay lập tức DCS có tác dụng phân dòng điện, kết quả là giảm điện thế đỉnh trụ; trong trường hợp 2 DCS không trực tiếp nối đất, khi có sét đánh trụ khe hở phóng điện chưa lập tức dẫn điện, làm giảm khả năng phân dòng của DCS, dẫn đến điện thế đỉnh trụ tăng lên, hiệu điện thế hai đầu chuỗi cách điện của ĐDK cũng tăng, dễ phát sinh phóng điện.

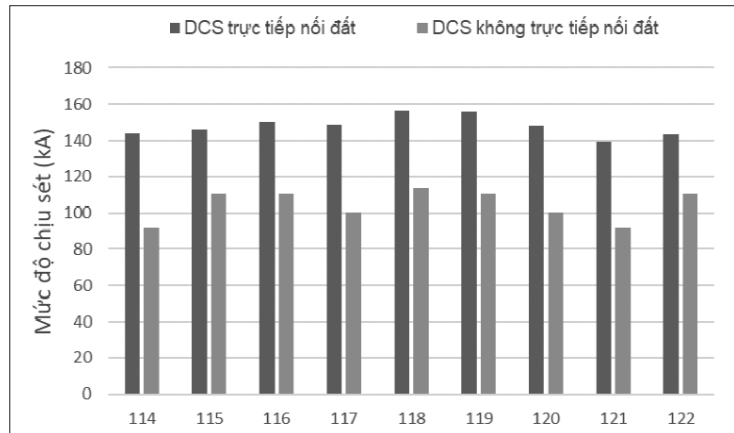
4.2.2. Phân tích mức độ chịu sét khi sét đánh khoảng vượt DCS

Khi sét đánh khoảng vượt DCS mức độ chịu sét trung bình trong 2 trường hợp: 2 DCS trực tiếp nối đất, 2 DCS không trực tiếp nối đất lần lượt là 105.3193kA, 75.3974kA như (Hình 6).

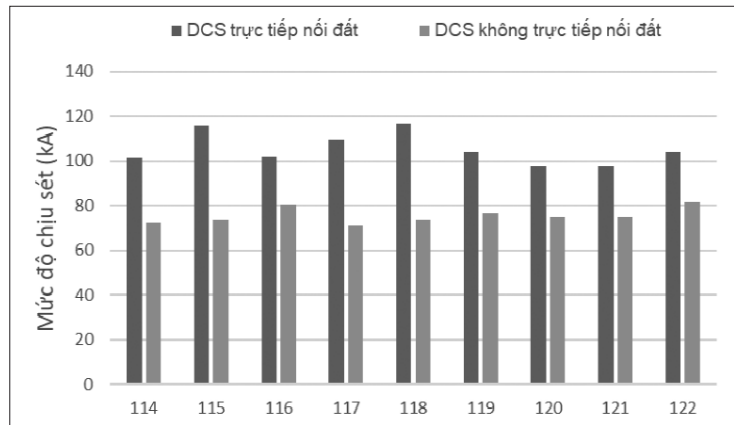
4.2.3. Phân tích mức độ chịu sét khi sét đánh khoảng vượt ĐDK

Từ (Hình 7) có thể thấy trong trường hợp 2 DCS không trực tiếp nối đất khi có sét đánh khoảng vượt ĐDK mức độ chịu sét giảm 0.37kA. Trường hợp này mức độ chịu sét nhỏ hơn rất nhiều so với các trường hợp sét đánh trụ điện và DCS. Kết quả mô phỏng cũng cho thấy khi sét đánh trụ điện hoặc sét đánh DCS mức độ chịu sét đạt đến hàng trăm kA, nhưng khi sét đánh trực tiếp ĐDK mức độ chịu sét chưa đạt đến 10kA. Thậm chí đối với dòng điện sét có biên độ nhỏ, một khi đã vượt qua hệ thống che chắn và đánh trực tiếp vào ĐDK cũng có thể gây ra phóng điện bề mặt cách điện.

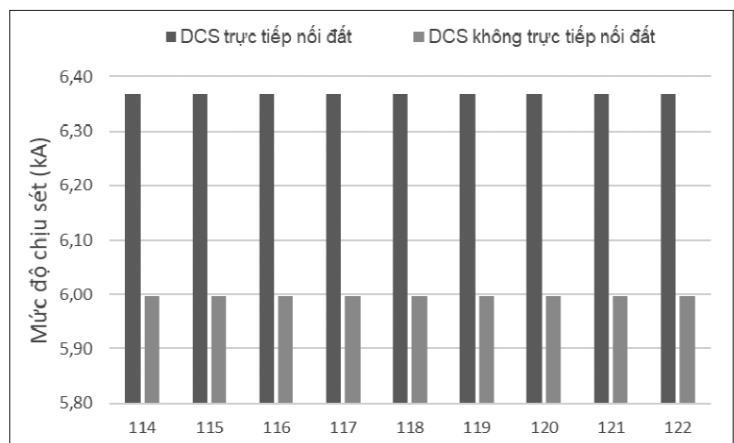
Hình 5: So sánh mức độ chịu sét khi sét đánh đỉnh trụ



Hình 6: So sánh mức độ chịu sét khi sét đánh khoảng vượt DCS



Hình 7: So sánh mức độ chịu sét khi sét đánh khoảng vượt ĐDK



4.3. Biện pháp nâng cao tính năng chịu sét ĐDK khi 2 DCS không trực tiếp nối đất

Từ những kết quả mô phỏng trên cho thấy, trong trường hợp 2 DCS không trực tiếp nối đất mức độ chịu sét ĐDK giảm đáng kể, do đó cần

thiết phải có biện pháp để nâng cao tính năng chịu sét của ĐDK. Trong bài báo này nêu ra 2 phương pháp: giảm điện trở nối đất (R_{nd}) và tăng số bát cách điện^[6-8], đồng thời sét trụ 117 làm ví dụ.

4.3.1. Giảm điện trở nối đất

Khi giảm R_{nd} của trụ: dòng điện sét qua trụ tăng lên, tăng khả năng phân dòng; điện thế đỉnh trụ giảm, dẫn đến giảm hiệu điện thế trên 2 đầu chuỗi cách điện, từ đó nâng cao được tính năng chịu sét đường dây. Kết quả mô phỏng (Hình 8) cho thấy, khi R_{nd} giảm từ 20Ω đến 5Ω: mức độ chịu sét tăng từ 121.0822kA đến 169.4476 kA, tăng 39.94% (đối với trường hợp 2 DCS trực tiếp nối đất); Trường hợp 2 DCS không trực tiếp nối đất, mức độ chịu sét tăng từ 80.4370kA đến 115.0497kA, tăng 43.03%. Có thể thấy, giảm R_{nd} của trụ là phương pháp hiệu quả để tăng tính năng chịu sét ĐDK khi DCS không trực tiếp nối đất.

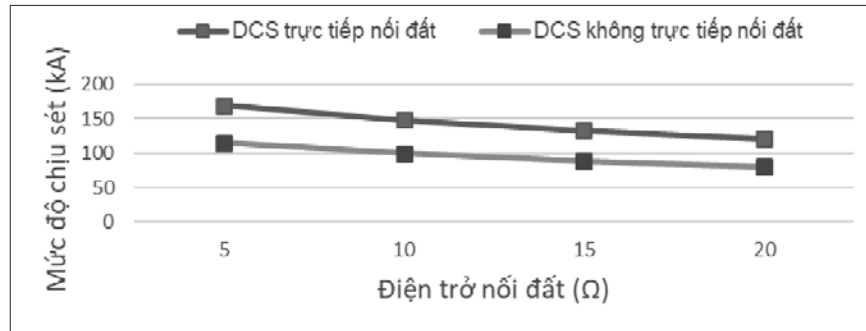
4.3.2. Tăng số bát cách điện

Duy trì các điều kiện không thay đổi, khi tăng số bát cách điện cho ĐDK mức độ chịu sét cũng tăng lên, kết quả mô phỏng (Hình 9) cho thấy khi tăng một bát cách điện mức độ chịu sét tương ứng cũng tăng lên lần lượt là 5.53% và 4.92% ứng với trường hợp 2 DCS trực tiếp nối đất và 2 DCS không trực tiếp nối đất.

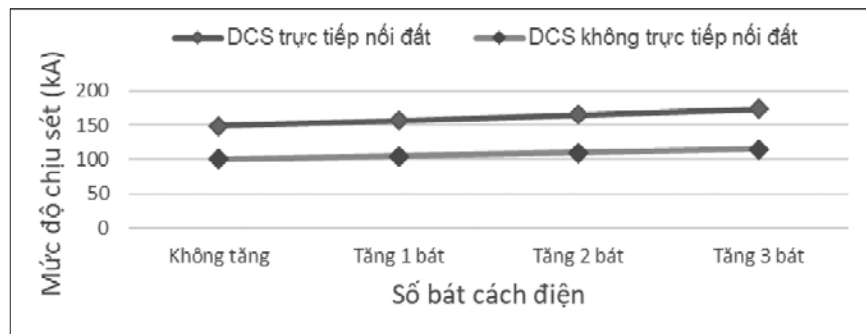
III. Kết luận

- Trong trường hợp 2 DCS không trực tiếp nối đất (để thực hiện biện pháp tan băng), khi sét đánh trụ điện mức độ chịu sét trung bình là 104.5459kA; khi sét đánh khoảng vượt DCS mức độ chịu sét

Hình 8: Mức độ chịu sét khi thay đổi điện trở nối đất



Hình 9: Mức độ chịu sét khi tăng số bát cách điện



trung bình là 75.3947kA. Mức độ chịu sét của ĐDK giảm xuống, xác suất sét đánh ĐDK sẽ tăng lên, do đó cần thiết phải giảm R_{nd} của trụ hoặc tăng số bát cách điện để vừa đảm bảo tính năng chịu sét vừa có thể thực hiện các biện pháp tan băng cho ĐDK.

- Phương pháp tan băng một chiều phù hợp để làm tan băng cho đường dây truyền tải ở mọi cấp điện áp và có khả năng ứng dụng phổ biến. Do đó, có thể xem phương pháp tan băng điện một chiều là phương pháp thông dụng của công nghệ tan băng.

- Bài viết này đã nêu ra những biện pháp cơ bản trong việc phòng sét, tan băng cho ĐDK đi qua khu vực có băng tuyết, do vậy, trong quá trình thiết kế và cải tạo đường dây, tùy từng điều kiện cụ thể để áp dụng cho phù hợp, đảm bảo tính kinh tế và kỹ thuật ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Masoud Farzaneh (2008), *Atmospheric icing of power networks*, Springer.
- Songhai Fan, Xingliang Jiang, Lichun Shu, Pu He, Ping Liu, and Hongyu Nie (2011), “DC Ice-Melting Model for Elliptic Glaze Iced Conductor”, *IEEE Transactions on Power Delivery*, Vol.26, No. 4, pp. 2697-2704.

3. Trần Văn Tóp (2007), *Kỹ thuật điện cao áp quá điện áp và bảo vệ chống quá điện áp*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
4. Nguyễn Trung Thoại, Nguyễn Đức Minh, Phan Xuân Lễ (2012), “*Nghiên cứu mức độ chịu sét đường dây truyền tải 500kV mạch kép cùng trụ*”, *Hội nghị Khoa học quốc tế Năng lượng và phát triển xanh*, ISBN: 978-604-913-094-6(168-176).
5. Hồng Hoa (2017), EVN nghiên cứu thiết kế đường dây tải điện đối với khu vực có băng tuyết, <https://www.evn.com.vn/d6/news/EVN-nghien-cuu-thiet-ke-duong-day-tai-dien-doi-voi-khu-vuc-co-bang-tuyet-0-8-20271.aspx>
6. Ngọc Yến - Vũ Hân (2016), Băng tuyết phủ trắng, thiệt hại hàng trăm tỷ đồng, <http://cand.com.vn/doi-song/Bang-tuyet-phu-trang-thiet-hai-hang-tram-ty-dong-380913/>.

Ngày nhận bài: 17/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/4/2020

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN TRUNG THOẠI

Trưởng Cao đẳng Công Thương miền Trung

A STUDY ON DE-ICING AND LIGHTNING PROTECTION METHODS FOR OVERHEAD POWER TRANSMISSION LINES PASSING THROUGH THE SNOW AND ICE AREAS

● **PhD. NGUYEN TRUNG THOAI**

Mien Trung Industry and Trade College

ABSTRACT:

For overhead power transmission lines passing through snow and ice areas, lightning shielding wires (DCS) protect the overhead power transmission lines against lightning. However, the DCS is sometimes frozen with a layer of ice, causing the DCS to sag. When the snow and ice melt, the uneven melting will cause vibration and lead to the discharge between the DCS and phase conductors, causing frequent circuit interruptions. Therefore, it is necessary to study on de-icing and lightning protection methods for the overhead power transmission lines passing through the snow and ice area. This study was conducted by using PSCAD software to build the lightning electromagnetic transient model for double lightning shielding wires direct ground and double lightning shielding wires indirect ground to calculate and analyze the lightning withstand levels of the line. This study proposes some practical solutions to enhance the lightning protection and de-icing performance of transmission lines.

Keywords: Lightning protection, snow and ice area, lightning withstand level, DC de-icing, AC de-icing.

TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO TRONG DOANH NGHIỆP HIỆN NAY

● NGUYỄN ĐỨC TÚ - TRẦN HOÀNG TRUNG - VŨ THỊ HẰNG

TÓM TẮT:

Hiện nay, đào tạo là một hoạt động quan trọng góp phần đảm bảo sự tồn tại và phát triển của mỗi tổ chức. Hoạt động đào tạo và phát triển giúp cho doanh nghiệp có được nguồn nhân lực thích ứng với những thay đổi của môi trường và đáp ứng được những yêu cầu của việc thực hiện những mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp. Bài viết phân tích thực trạng công tác đào tạo của doanh nghiệp hiện nay, với những đặc điểm cơ bản là: chưa xây dựng được văn hóa học tập, công nghệ học tập chưa được ứng dụng phổ biến, lực lượng giảng viên còn nhiều hạn chế. Từ đó, bài viết đưa ra những đề xuất khắc phục những hạn chế nêu trên.

Từ khóa: Đào tạo, doanh nghiệp, văn hóa học tập, công nghệ học tập.

1. Đặt vấn đề

Hòa mình vào sự phát triển của nền kinh tế, doanh nghiệp ngày nay luôn tạo cho mình chỗ đứng vững chắc trên thị trường. Muốn vậy, doanh nghiệp phải đặt vai trò nhiệm vụ quan trọng đối với đội ngũ cán bộ công nhân viên. Doanh nghiệp muốn tồn tại, phát triển và cạnh tranh với các doanh nghiệp khác, đòi hỏi phải có một đội ngũ cán bộ công nhân viên năng động, sáng tạo, tay nghề vững vàng. Để làm được điều đó, vấn đề sử dụng, quản lý, đào tạo... nguồn nhân lực phải luôn được doanh nghiệp đặt vào mục tiêu chính cho sự phát triển vững mạnh của doanh nghiệp. Chính vì thế, công tác đào tạo luôn được coi là một trong những vấn đề trọng điểm cần thúc đẩy phát triển của các doanh nghiệp hiện nay.

Vài năm trở lại đây, sự phát triển vượt bậc của công nghệ đã và đang tác động mạnh mẽ đến công tác đào tạo, tạo ra những thay đổi trong mô hình đào tạo nhân lực. Đây chính là những thách thức mà đào tạo truyền thống sẽ phải đối mặt để thích ứng với thị trường lao động rất “mới” và “khác” trong tương lai gần.

Xét về mặt khách quan, có thể thấy, một thị trường lao động đầy mới mẻ và tiềm năng đang chờ đón thế hệ tương lai. Tuy nhiên, làm thế nào để đào tạo ra nguồn nhân lực đáp ứng đúng các tiêu chí của những ngành nghề hiện đại lại là một thử thách lớn đối với người làm công tác đào tạo.

Mô hình đào tạo truyền thống, chạy theo bằng cấp hay tiêu chuẩn chung của xã hội sẽ không còn nhiều giá trị. Thế hệ tương lai cần có định hướng đào tạo thích hợp để khai phá và phát triển giá trị của từng cá nhân.

2. Thực trạng công tác đào tạo trong các doanh nghiệp hiện nay

2.1. Về văn hóa học tập

Nhiều doanh nghiệp coi việc đào tạo là công việc của bộ phận nhân sự nên lãnh đạo không chú ý kèm cặp, huấn luyện nhân viên mà chỉ giao việc và kiểm tra kết quả. Nhiều cán bộ mới ra trường chưa có nhiều kinh nghiệm và kiến thức để triển khai hiệu quả công việc, lại chưa được đi học các lớp đào tạo tập trung ở cấp độ tân tuyển nên cảm thấy bối rối trước công việc.

Bên cạnh đó, trong bối cảnh thắt chặt chi tiêu ở

một số doanh nghiệp thì nhiều khóa học hay, có tính ứng dụng cao và đem lại hiệu quả lan tỏa cho doanh nghiệp nhưng kinh phí mời giảng viên là các chuyên gia cao dẫn đến sự không đồng thuận của lãnh đạo. Nhiều lãnh đạo chỉ coi trọng kinh doanh, không coi trọng đào tạo, nên đã không đầu tư thuê giảng viên ngoài, vì thấy lãng phí và hiệu quả đào tạo sau khóa học cũng không cao khi nhân viên không thay đổi được thói quen cũ, kết quả kinh doanh cũng không được cải thiện.

Đối với học viên tham gia các lớp đào tạo vẫn còn rất nhiều hiện tượng người học với tâm lý bị đi học, bắt đi học, đi học để giải trí (thoát khỏi công việc nặng nề hàng ngày), nên không chú tâm vào các nội dung đào tạo của giảng viên trên lớp, hoặc đơn giản là nội dung họ được cử đi học không phải là vấn đề mà họ quan tâm hoặc mong muốn được đào tạo.

Tổ chức một lớp học tập trung tốn kém rất nhiều tiền bạc, thời gian. Người học phải mất thời gian di chuyển từ địa điểm làm việc tới địa điểm học, đặc biệt đối với các học viên ở tỉnh thành xa thì thời gian đi lại có khi mất đến 2 ngày. Khi đi học họ cũng không xử lý được công việc hiện tại đang làm và do đó ảnh hưởng tới kế hoạch kinh doanh của đơn vị họ đang làm việc. Vấn đề tài chính dành cho tổ chức lớp cũng rất nhiều như tiền giảng viên, tiền in ấn tài liệu, tiền điện nước, tiền lưu trú của học viên, tiền ăn uống, tiền cho đội ngũ phục vụ lớp học,...

2.2. Về công nghệ học tập/công nghệ quản lý đào tạo trong doanh nghiệp

Các doanh nghiệp chưa ứng dụng nhiều công nghệ trong triển khai đào tạo. Việc học vẫn tập trung nhiều ở các khóa học in-house (tổ chức lớp tập trung), chưa có nhiều doanh nghiệp xây dựng được hệ thống kho bài giảng e-learning đồ sộ, đa dạng nội dung để phục vụ nhu cầu đào tạo của cán bộ nhân viên, đặc biệt là trong mùa dịch Covid-19 khi các lớp học tập trung phải dừng tổ chức. Các hình thức học trực tuyến khác như học qua livestream trên nền tảng Workplace, học qua hình thức Zoom... chưa được ứng dụng nhiều.

Đối với hoạt động quản lý đào tạo trong doanh nghiệp, với sự tiến bộ của công nghệ, chương trình phục vụ hoạt động quản lý đào tạo có thể xây dựng thành những sản phẩm phần mềm đóng gói, cài đặt trên từng máy tính riêng lẻ hoặc được thiết kế, xây dựng theo mô hình quản lý dữ liệu

phân tán có sự phân cấp, nhưng hiện nay nhiều doanh nghiệp vẫn chưa làm được. Các thao tác quản lý lớp vẫn thực hiện trên file excel và lưu ở nhiều tệp thông tin khác nhau. Điều này tạo ra sự không đồng nhất dữ liệu và tài liệu dễ thất lạc mỗi khi lãnh đạo phụ trách đào tạo muốn chiết xuất các báo cáo về tình hình đào tạo của doanh nghiệp. Việc quản lý số lượng học viên vẫn sử dụng cách thức điểm danh cũ đó là cán bộ quản lý lớp lên điểm danh, đánh giá kết quả học tập của người học trong một số môn học chưa được thực hiện thông qua các chương trình ứng dụng công nghệ thông tin. Tuy nhiên, thực tiễn cũng cho thấy, vẫn còn những hạn chế trong ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác quản lý đào tạo khiến cho việc đánh giá, tổng kết chưa được tiến hành một cách đồng bộ, thường xuyên, kịp thời. Bên cạnh đó, việc ứng dụng công nghệ thông tin chỉ thực sự có hiệu quả khi cơ sở vật chất hạ tầng của các doanh nghiệp được đầu tư một cách đồng bộ và tổng thể.

2.3. Về lực lượng giảng viên

Qua khảo sát của tác giả, hiện nay, tại các ngân hàng, doanh nghiệp có hoạt động đào tạo chuyên nghiệp, hàng năm đều gửi các bản khảo sát nhu cầu đào tạo đến toàn thể cán bộ nhân viên của doanh nghiệp để lấy được thông tin nhằm xây dựng kế hoạch đào tạo cho cả năm. Khi cán bộ nhân sự nhận được những bản phản hồi khảo sát, đều nhận thấy nhu cầu mong muốn được đào tạo của các cán bộ trong doanh nghiệp rất lớn, trong khi nhân lực giảng viên chưa đáp ứng hoàn toàn được những nhu cầu này. Lực lượng giảng viên ở các doanh nghiệp hiện tại chủ yếu là giảng viên kiêm chức, số lượng chưa nhiều, không đủ đáp ứng nhu cầu cho số lớp. Hơn nữa, do vừa giảng, vừa làm việc trực tiếp, trong đó nhiệm vụ thực hiện công việc chuyên môn là chính, và trong hầu hết các tổ chức khảo sát chưa có hệ thống giao chỉ tiêu bắt buộc KPI (Key Performance Indicator) liên quan đến đào tạo. Cụ thể, ở mỗi cấp bậc lãnh đạo 1 năm phải đảm bảo bao nhiêu giờ giảng, cũng như cơ chế vinh danh cho những giảng viên kiêm chức tâm huyết. Do đó, giảng viên đứng lớp chưa chú tâm nâng cao chất lượng bài giảng, giảng viên chưa có kỹ năng sư phạm thực sự tốt trong triển khai lớp học, chưa biết soạn giáo án, slide bài giảng nhiều chữ, phương pháp học chủ yếu là thuyết giảng, chưa có nhiều hoạt động trong lớp học.

Những giảng viên không chuyên này không được đánh giá cao, khi họ giảng thường tạo ra không khí học nhàm chán, gây hiệu quả phản tác dụng cho học viên.

Đối với các doanh nghiệp có đội ngũ giảng viên chuyên trách thì ngoài công việc giảng dạy, giảng viên còn đảm nhận rất nhiều công việc khác nên không thể dành nhiều thời gian để đi giảng hết tất cả các lớp theo yêu cầu của các đơn vị trong hệ thống. Thực tế, để có thể thực hiện đào tạo tốt một lớp học thì mất ít nhất 2 tuần làm việc. Tuần đầu tiên là gửi phiếu khảo sát và thu thập phiếu khảo sát để có thêm thông tin xây dựng bài giảng, sửa khung bài giảng. Tuần thứ hai tiến hành xây dựng bài giảng chi tiết, nên số lượng lớp nhiều sẽ lấy đi của cán bộ rất nhiều thời gian cho những việc khác trong phòng. Đối với cán bộ quản lý, khi đi giảng quá nhiều cũng sẽ không có đủ thời gian để thực hiện tốt vai trò quản lý phòng.

Việc đi giảng ở doanh nghiệp thường sẽ diễn ra vào cuối tuần, do thời gian đó cán bộ sẽ không phải làm việc và khi học sẽ không ảnh hưởng đến kế hoạch công việc. Tuy nhiên, khi giảng viên đi giảng quá nhiều vào cuối tuần sẽ ảnh hưởng tới việc cân bằng công việc và cuộc sống. Nếu thời gian đi liên tục dễ gây tâm lý không thực sự hài lòng của giảng viên, cũng như xáo trộn trong bản thân gia đình của giảng viên, nên đây cũng là một thực trạng khó khi sắp xếp giảng viên đi giảng tại các đơn vị trong hệ thống doanh nghiệp.

3. Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng công tác đào tạo trong doanh nghiệp

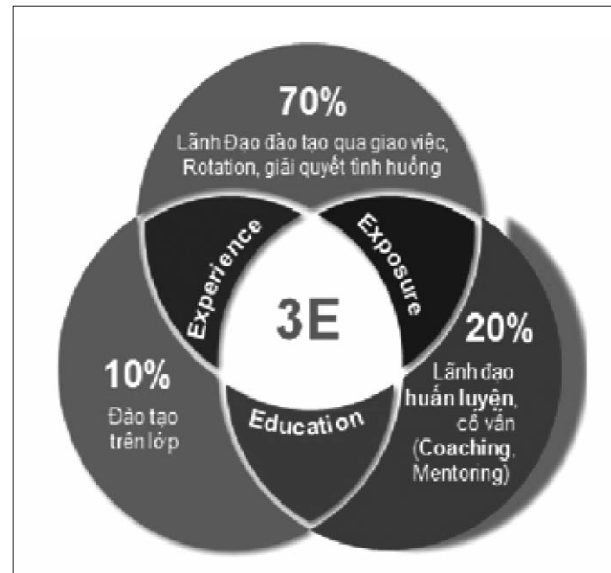
3.1. Áp dụng Mô hình đào tạo 70-20-10

Trước đây, khi nhắc đến “đào tạo”, đa phần được hiểu là cách thức đào tạo truyền thống, với việc gọi tập trung lớp học tại một địa điểm nhất định. Tuy nhiên, theo thông lệ và chuẩn mực về đào tạo quốc tế, việc lựa chọn hình thức đào tạo nào phải căn cứ trên việc phân tích nhu cầu đào tạo, từ đó, nhận diện vấn đề thực sự cần đào tạo (thái độ, kiến thức hoặc kỹ năng) và tìm ra phương thức giải quyết tốt nhất vấn đề đó (Mô hình 1).

Mô hình 70 - 20 - 10 trong công tác đào tạo vẫn là một mô hình phổ biến hiện nay thể hiện rõ vai trò của các hình thức đào tạo đối với hiệu quả đào tạo của tổ chức. Mô hình này chỉ ra:

- 70% hiệu quả đào tạo thông qua lãnh đạo đào tạo cán bộ qua giao việc, luân chuyển và giải quyết tình huống.

Mô hình 1: Mô hình đào tạo 70-20-10



- 20% hiệu quả đào tạo thông qua lãnh đạo huấn luyện, cố vấn cho cán bộ trong quá trình làm việc.

- 10% hiệu quả đào tạo thông qua học các lớp học tập trung truyền thống.

Qua mô hình trên ta thấy, hiệu quả đào tạo lớn nhất đối với mỗi cá nhân trong một tổ chức đến từ khả năng tự học thông qua công việc, giải quyết tình huống và luân chuyển các vị trí. Điều này có nghĩa là văn hóa học tập chủ động cần được khuyến khích trong môi trường doanh nghiệp, để mỗi cán bộ/công nhân viên đều tự ý thức được trách nhiệm phải nâng cao trình độ/năng lực của bản thân thông qua tự đào tạo. Cán bộ cần có mục tiêu rõ ràng trong công việc và tự xây dựng cho mình lộ trình phát triển bản thân. Từ lộ trình đó, cán bộ sẽ đảm nhận nhiều công việc mới/ khó mang tính thách thức để nâng cao kỹ năng/ nghiệp vụ.

Yếu tố thứ hai ảnh hưởng đến hiệu quả học tập đó là vai trò của lãnh đạo qua việc hỗ trợ tự đào tạo hoặc huấn luyện kèm cặp cho cán bộ. Lãnh đạo cần đưa ra mục tiêu công việc mang tính thách thức cho cán bộ để giúp cho cán bộ có cơ hội phát triển năng lực bản thân. Song song với đó, lãnh đạo cũng là người hỗ trợ/đồng hành/trao đổi/phản hồi các vấn đề cán bộ gặp phải trong quá trình triển khai công việc. Từ đó, lãnh đạo nắm được khả năng của cán bộ và có kế hoạch huấn luyện/kèm cặp để nâng cao năng lực cho cán bộ mình phụ trách. Tuy

nhiên, do khối lượng công việc lớn nên lãnh đạo đôi khi cũng có thể chưa thực hiện tốt vai trò đào tạo của mình. Như vậy, nhiệm vụ của các phòng nhân sự của công ty là phải hỗ trợ các phương pháp, hình thức đào tạo mới để giúp, cũng như thiết lập những KPI (Key Performance Indicator) về đào tạo cho mỗi cấp lãnh đạo, từ đó xây dựng các cơ chế vinh danh lãnh đạo có nhiều đóng góp trong công tác đào tạo. Khi đó, các lãnh đạo các cấp có thêm công cụ đào tạo hiệu quả cán bộ của mình, cũng như có động lực để tiếp tục phát triển văn hóa đào tạo trong nội bộ doanh nghiệp.

Yếu tố thứ ba ảnh hưởng tới hiệu quả học tập là vai trò của người thầy giáo trong các lớp học tập trung truyền thống. Cán bộ sẽ được đơn vị cử đi tham gia đào tạo các khóa học ngắn/hoặc dài ngày ở các trung tâm đào tạo của doanh nghiệp, hoặc đào tạo in-house trong các lớp tổ chức tại doanh nghiệp. Qua mô hình cho thấy, hiệu quả của các lớp học truyền thống không cao (chỉ chiếm 10%) và đang có xu hướng ngày càng giảm xuống. Vai trò của các lớp học truyền thống chỉ dừng lại ở mức tạo cảm hứng, bổ sung thêm những tri thức và cách thức để rèn luyện các kỹ năng mới, còn để biến những tri thức và kỹ năng đó thành năng lực thì người học phải áp dụng và thực hành trong công việc của mình.

3.2. Phương pháp đào tạo Micro hóa nội dung học tập

Xu hướng đào tạo mới trong tương lai là triển khai những khóa học nhỏ (micro) được cung cấp

cùng với các khóa học mang tính toàn diện và lâu dài (macro) (Mô hình 2).

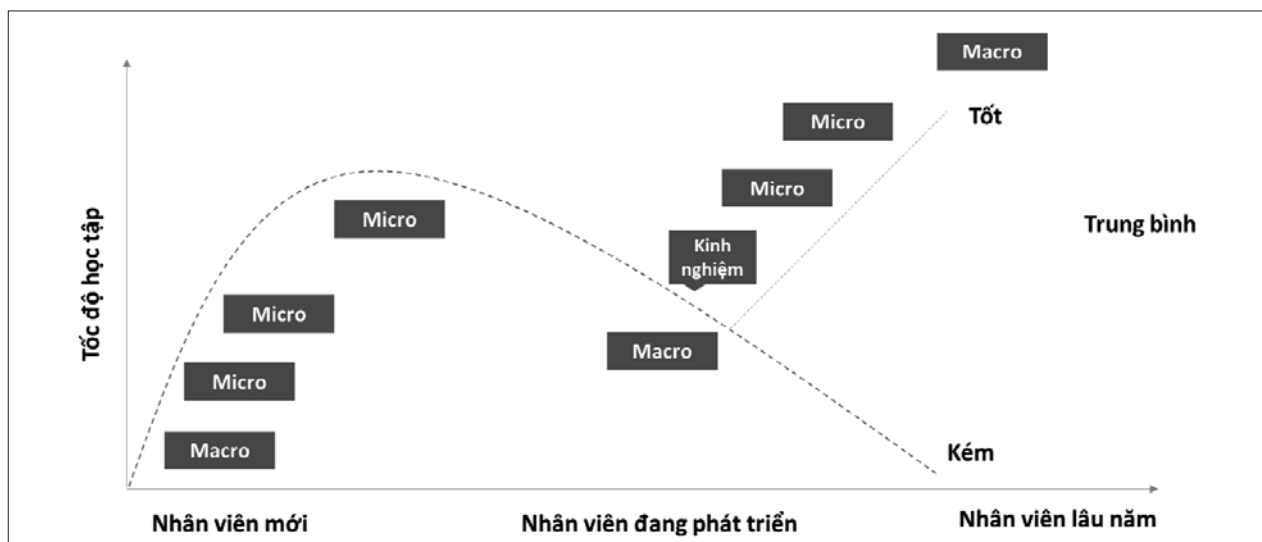
Micro learning là phương pháp chia nội dung lớn thành những nội dung ngắn, súc tích. Học viên sẽ học thành từng đợt ngắn chỉ khoảng 2-5 phút, bằng nhiều cách thức với video ngắn, câu đố và thuyết trình theo sau bằng cách cung cấp phản hồi tức thì từ người học. Nhiều thông tin nhỏ có thể để lại tác động lâu dài. Học tập khi đó sẽ dễ tiếp thu hơn so với lượng lớn thông tin học dài trong vòng 2-3 ngày như truyền thống. Có tất cả 6 kỹ thuật học tập theo phương pháp Micro, bao gồm: hình họa, blog, trình chiếu - trình bày, câu đố - giải đố - ma trận, Vvideo, email - mobile - Các ứng dụng đi kèm.

3.3. Về công nghệ học tập

Việc áp dụng các nền tảng số trong đào tạo tạo ra các cơ hội để: i) kết nối hạ tầng trong mọi lĩnh vực, mọi khâu của quá trình giáo dục và đào tạo; ii) tăng khả năng tương tác và sự linh hoạt cho người học trong không gian và thời gian thực-ảo, môi trường học tập thực-ảo (Physical-cyber environment interaction) dựa trên nền tảng số.

Như vậy, để ứng dụng hiệu quả phương pháp đào tạo Micro, đòi hỏi phải có sự tham gia của công nghệ để chia nhỏ hóa các nội dung bài giảng lớn thành những nội dung đào tạo nhỏ, từ đó elearning hóa bài giảng được thực hiện dễ dàng hơn. Bên cạnh đó, áp dụng các công nghệ được giới thiệu dưới đây như Zoom, Google Classroom, Livestream Workplace, Edpuzzle để tạo ra môi

Mô hình 2: Phương pháp đào tạo Micro hóa nội dung học tập



Bảng 1. Lợi ích khi sử dụng các công nghệ học tập mới nhất

Công nghệ	Lợi ích
Zoom	Phần mềm Zoom kết nối mọi người trong các buổi họp, buổi đào tạo với thành viên tham gia ở các địa điểm địa lý khác nhau thông qua điện thoại, laptop, Ipad... Phần mềm Zoom có đầy đủ tính năng để giúp cho giảng viên tạo ra một lớp học trực tuyến với không khí giống như lớp học tập trung. Học viên có thể xem nội dung slide bài giảng của giảng viên qua máy tính cá nhân. Giảng viên có thể tổ chức các hoạt động như thảo luận nhóm, đặt câu hỏi tương tác. Phần mềm Zoom cho phép giảng viên thấy được học viên nào giờ tay có ý kiến trả lời.
Livestream Workplace	Workplace là một nền tảng mạng xã hội dành cho doanh nghiệp, nơi các cán bộ trong doanh nghiệp có thể tương tác các nội dung về công việc, cuộc sống giống như nền tảng mạng xã hội của Facebook. Đối với hình thức học này, giảng viên sẽ tổ chức thông qua tính năng livestream. Học viên sẽ tương tác với giảng viên thông qua các câu hỏi, các hoạt động như Kahoot, Slido. Cách thức tổ chức livestream phù hợp với các buổi chia sẻ kiến thức, buổi hội đàm về một nội dung, buổi phổ biến, quảng bá một sản phẩm mới trong doanh nghiệp để tất cả cán bộ đều biết và nắm được.
Google Meet	Google meet là hệ thống học/họp trực tuyến qua mạng trên nền web được tích hợp trong bộ G-suite của Google. Google meet để tổ chức các buổi học/họp trực tuyến qua mạng với số lượng người tham gia đồng thời lên đến 100 người. Hệ thống này tích hợp các tính năng, như: đặt lịch học (Calendar), hệ thống tương tác giảng viên - học viên (Google Classroom).
Edpuzzle	Đây là một nền tảng web học video trực tuyến. Nền tảng này cho phép giảng viên lấy một video bất kỳ trên mạng, từ nhiều nguồn miễn phí khác nhau, như: Youtube, Khan Academy, Ted Talks,... và xây dựng bài giảng dựa trên video đó. Giảng viên có thể chia nhỏ video thành từng đoạn và ứng với mỗi đoạn giảng viên đặt ra bộ câu hỏi để kiểm tra mức độ hiểu của học viên.

trường cho phương pháp học tập ứng dụng kỹ thuật số được ứng dụng rộng rãi, giải quyết được các nhược điểm của phương pháp học tập truyền thống. Bảng tham khảo dưới đây tổng kết lợi ích khi sử dụng các công nghệ học tập mới nhất hiện nay (Bảng 1).

4. Kết luận

Phương pháp học tập ứng dụng công nghệ đang là xu hướng đào tạo mới trong giai đoạn hiện nay, giúp rút ngắn khoảng cách giữa học tập và công việc, học tập luôn sẵn sàng và thuận tiện, gắn liền với hoạt động hàng ngày của nhân viên. Phương pháp này đưa ra 3 hướng tiếp cận:

Về tư duy học tập: Áp dụng mô hình 70-20-10, đưa người học là trung tâm, là trọng tâm của chương trình học hướng tới trải nghiệm học tập.

Về văn hóa học tập: Tạo môi trường thuận lợi cho việc học tập liên tục. Xây dựng và duy trì các đội ngũ làm việc linh hoạt, dễ thích nghi và được trao quyền.

Về công nghệ học tập: Áp dụng các nền tảng số trong đào tạo, ứng dụng phương pháp đào tạo Micro, tăng cường áp dụng công nghệ thông qua các phần mềm, như: Zoom, Google Classroom, Livestream Workplace, Edpuzzle.

Khi kích hoạt cách tiếp cận này trong học tập với 3 yếu tố như trên, đội ngũ đào tạo và phát triển xây dựng cho người học trải nghiệm qua học tập, gắn học tập với những giải pháp cho công việc, thúc đẩy văn hóa thích ứng với mọi hoàn cảnh và khả năng tiếp nhận rủi ro hợp lý, từ đó gắn học tập với phát triển bản thân cho nhân viên.

Việc dịch chuyển hoàn toàn sang dạy học trực tuyến là một bước thay đổi lớn, có tính đột phá. Đây cũng là cơ hội để trang bị cho thế hệ nhân lực nền tảng công nghệ và năng lực thích ứng cao trước mọi biến động của thiên nhiên và xã hội, khi thế giới phải đối mặt với tương lai không thể đoán trước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trường Đào tạo và Phát triển nguồn nhân lực - Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam (2018), *Báo cáo tổng kết năm 2018*.
2. Trường Đào tạo và Phát triển nguồn nhân lực - Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (2019), *Báo cáo tổng kết năm 2019*.
3. Michael Lombardo and Robert Eichinger (2010), *The Career Architect Development Planner*.
4. Thanh niên (2019), “Giáo dục trong tương lai sẽ thay đổi thế nào” <https://thanhnien.vn/giao-duc/giao-duc-trong-tuong-lai-se-thay-doi-the-nao-1159817.html> (16/12/2019).
5. Nguyễn Quý Thanh, Tôn Quang Cường (2019), “Những xu thế mới của công nghệ trong giáo dục”, Trang thông tin điện tử Hội đồng lý luận trung ương, <http://hdll.vn/vi/thong-tin-ly-luan/nhung-xu-the-moi-cua-cong-nghe-trong-giao-duc.html> (18/6/2019).

Ngày nhận bài: 18/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/4/2020

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN ĐỨC TÚ

ThS. TRẦN HOÀNG TRUNG

ThS. VŨ THỊ HẰNG

Trường Đào tạo và Phát triển nguồn nhân lực

Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam

**PROMOTING THE HUMAN RESOURCE TRAINING
ACTIVITIES OF VIETNAMESE ENTERPRISES**

● Ph.D **NGUYEN DUC TU**

● Master. **TRAN HOANG TRUNG**

● Master. **VU THI HANG**

School of Training and Human Resource Development
Vietnam Joint Stock Commercial Bank for Industry and Trade

ABSTRACT:

Currently, training is an important activity that contributes to the survival and development of organizations. Training and development activities help businesses have human resources which adapt to environmental changes and fulfil requirements from the implementation of strategic goals of businesses. This article analyzes the current situation of training activities of Vietnamese enterprises. Vietnamese enterprises have not yet built learning cultures and the learning technology has not been popularly applied in Vietnamese businesses. In addition, the number of lecturers is quite small. This article also proposes some solutions to help Vietnamese businesses overcome these above-mentioned issues.

Keywords: Training, business, academic culture, learning technology.

SỰ ẢNH HƯỞNG CỦA “THÔNG TIN” TRONG CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 ĐỐI VỚI QUAN HỆ LAO ĐỘNG

● PHẠM HUY TIẾN - NGUYỄN THANH HÙNG - NGUYỄN HUỲNH ANH NHƯ

TÓM TẮT:

Quan hệ lao động luôn chịu ảnh hưởng bởi rất nhiều yếu tố như chính sách, pháp luật, công nghệ... và thông tin. Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ thì thông tin đóng vai trò quan trọng trong quan hệ lao động. Việc phân tích, đánh giá, sử dụng thông tin phù hợp, đúng đắn sẽ mang lại nhiều lợi ích cho sự quản lý của nhà nước, cho người sử dụng lao động và người lao động và ngược lại. Trên cơ sở tổng hợp, phân tích, bài viết sẽ tập trung phân tích những ảnh hưởng tích cực và tiêu cực từ việc thu thập, sử dụng thông tin đối với quan hệ lao động trước cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, từ đó đề ra một số biện pháp để hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực do việc sử dụng thông tin chưa phù hợp trong quan hệ lao động.

Từ khóa: Thông tin, quan hệ lao động, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

1. Đặt vấn đề

Với sự chuyển biến mạnh mẽ của xã hội trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, những tin tức về nhiều vấn đề, sự kiện trong xã hội được truyền đi một cách nhanh chóng và mạnh mẽ không chỉ giới hạn ở trong nội bộ của một quốc gia, mà hầu hết ở khắp nơi thế giới chính, vì vậy vấn đề về tiếp nhận “thông tin”¹, kiểm soát “thông tin”, cung cấp “thông tin” và quản lý “thông tin” giữ vai trò quan trọng giai đoạn hiện nay. “Thông tin” dễ dàng thu thập được ở mọi lúc, mọi nơi, vì chỉ thông qua một hay vài cái “click chuột”, người truy cập đã dễ dàng tìm được những kiến thức, những thông tin từ rất nhiều nguồn, nhiều nơi trên thế giới. Do đó, lượng “thông tin” ngày nay rất nhiều, đa dạng và có thể cung cấp cho con người bất kỳ thông tin nào mà họ mong muốn tìm hiểu. Bên cạnh đó, lượng “thông tin” mà họ tìm được ít nhiều có sự ảnh hưởng² nhất định (có thể tốt, có thể không tốt) trong các hoạt

động của con người. Thậm chí có thể cho rằng, ai có được thông tin, người đó sẽ có nhiều lợi thế trong cuộc sống hiện nay. “Thông tin” nếu được thu thập, tổng hợp, phân tích, đánh giá đúng, chính xác sẽ mang lại lợi ích rất lớn cho chủ thể có được thông tin đó. Ngược lại, thông tin không chính xác mà chủ thể nhận được thông tin đó không nhận ra và sử dụng nó, hậu quả không chỉ ảnh hưởng đối với chủ thể đó, mà còn ảnh hưởng đối với các chủ thể khác và cả xã hội.

Theo một thống kê của WeAreSocial, tính đến tháng 1/2019, số lượng người sử dụng internet ở Việt Nam đạt mức 64 triệu người (chiếm khoảng 66% dân số); số người sử dụng mạng xã hội (Facebook, Twitter, Zalo,...) khoảng 62 triệu người; sử dụng các thiết bị như điện thoại thông minh chiếm khoảng 72%, sử dụng máy tính chiếm khoảng 43% và theo dự báo sẽ không ngừng tăng lên trong thời gian tới. Do đó, số lượng người tiếp

cận các “thông tin” từ internet và cơ sở hạ tầng công nghệ càng nhiều. Điều này dẫn đến những ảnh hưởng từ việc tiếp nhận các nguồn “thông tin” diễn ra hết sức tự nhiên và cũng cần có những biện pháp để phát huy những lợi ích, cũng như hạn chế những bất cập từ quá trình đó. “Thông tin” có ảnh hưởng đối với mọi mặt đời sống xã hội và đối với quan hệ lao động giữa người sử dụng lao động và người lao động. Có “thông tin” sẽ giúp cho quan hệ lao động³ trở nên tốt đẹp hơn, bền chặt hơn, nhưng cũng vì “thông tin” mà cũng có thể dẫn đến sự chấm dứt quan hệ lao động của họ. Việc sử dụng, vận dụng có hiệu quả những “thông tin” hữu ích sẽ giúp ích rất nhiều trong quan hệ lao động, nhưng bên cạnh đó cũng đặt ra các thách thức trong mối quan hệ giữa người lao động và người sử dụng lao động khi sử dụng “thông tin” không phù hợp. Từ quá trình tổng hợp, phân tích các vấn đề liên quan về mặt thuận lợi, khó khăn trong việc sử dụng “thông tin” trong quan hệ lao động, cùng với những kinh nghiệm thực tiễn trong quá trình công tác của tác giả, bài viết tập trung phân tích những ảnh hưởng của việc sử dụng “thông tin” đến quan hệ lao động trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, từ đó đưa ra một số kiến nghị nhằm hạn chế những mặt tiêu cực khi tiếp cận, sử dụng “thông tin” trong mối quan hệ giữa người lao động và người sử dụng lao động tại Việt Nam.

2. “Thông tin” và ảnh hưởng của “thông tin” đến quan hệ lao động trong cuộc cách mạng 4.0

2.1. Những ảnh hưởng đối với người lao động

Thứ nhất, người lao động thuận lợi kiếm việc làm. Với thông tin việc làm được cung cấp, cập nhật thường xuyên cũng như những báo cáo về xu hướng thị trường lao động đang cần những ngành, nghề nào. Điều này rất thuận lợi cho người lao động tìm kiếm việc làm phù hợp với năng lực và nhu cầu về phúc lợi mà công ty, người sử dụng mang đến. Nếu như trước đây, người lao động phải vất vả chuẩn bị nhiều hồ sơ xin việc và đi nộp hồ sơ ở nhiều công ty khác nhau, thì nay với việc sử dụng các ứng dụng, nền tảng công nghệ thông tin đã giúp cho người lao động dễ dàng tìm kiếm thông tin việc làm trong các trang chuyên về tuyển dụng hay trung tâm giới thiệu việc làm cấp tỉnh hoặc thậm chí vào trang web của các công ty để tìm kiếm vị trí công việc phù hợp và nộp hồ sơ trực tuyến (điền

thông tin và gửi nộp thông qua nền tảng công nghệ thông tin) (Báo Tuổi trẻ online, 2018).

Không chỉ thuận lợi trong việc nộp hồ sơ ứng tuyển vào vị trí công ty đang cần, hơn hết người lao động có thêm nhiều sự lựa chọn dựa trên các thông tin về phúc lợi mà công ty cung cấp trong mẫu tuyển dụng của mình. Ngoài ra, đối với các công ty có vốn đầu tư nước ngoài, việc tìm kiếm thông tin và tuyển dụng ứng viên qua mạng là một hoạt động phổ biến, tạo thuận lợi cho cả người lao động và người sử dụng lao động. Do đó, việc tìm kiếm có hiệu quả thông tin tuyển dụng sẽ giúp người lao động rất nhiều trong quá trình tìm kiếm việc làm.

Thứ hai, sàng lọc “thông tin” không đúng dẫn đến hậu quả đáng tiếc. Một trong những vấn nạn về “thông tin” hiện nay đó là tin tức giả. Khi nhận được những thông tin giả chưa có kiểm chứng, dễ dẫn đến những hành động trái pháp luật, thậm chí gây ra hậu quả lớn. Ví dụ, vào năm 2014, người lao động ở một số khu công nghiệp tại Bình Dương đã nghe thông tin không đúng dẫn đến những hành động gây rối trật tự công cộng và nghiêm trọng hơn là đã có những hành động phá hoại làm phương hại đến lợi ích của xã hội và của người lao động khác (Báo điện tử Vnexpress, 2014).

Bên cạnh đó, hiện tượng tuyển dụng ảo trên các trang mạng xã hội (ví dụ như Facebook) hay một số trang web tuyển dụng thiếu uy tín đã dẫn đến việc rất nhiều lao động khi tìm việc làm đã phải vừa mất thời gian, vừa mất tiền bạc và hơn hết là mất đi cơ hội tìm được công việc tốt. Do vậy, việc sàng lọc, lựa chọn các “thông tin” là một kỹ năng cần thiết đối với người lao động trong thời đại hiện nay.

Thứ ba, người lao động sử dụng “thông tin” có thể làm phương hại đến hoạt động của công ty: Trong bất kỳ mối quan hệ nào cũng thường có những xung đột với nhau và trong quan hệ lao động giữa người lao động và người sử dụng lao động cũng như thế. Có những xung đột được giải quyết, nhưng cũng có xung đột lại cần có thời gian để giải quyết, do vậy, dễ dẫn đến tâm lý của người lao động bị ức chế khi xung đột chưa được giải quyết thỏa đáng. Theo tâm lý thông thường của con người, những bức xúc đó cần được giải tỏa. Có nhiều trường hợp người lao động “giải tỏa bức xúc” bằng cách đăng những bức xúc đó lên các trang mạng xã hội, thậm chí dùng những lời lẽ có thể bị

coi là “nói xấu” công ty và kết quả họ phải chịu gánh lấy hậu quả từ hành vi đó gây ra (bị kỷ luật, bị kiện hay cho thôi việc) (Lydia Price, 2016).

Ngoài việc đăng những thông tin về công ty lên mạng xã hội để giải tỏa những bức xúc, người lao động trong quá trình làm việc ở công ty sẽ nắm được ít nhiều “bí mật” thông tin của công ty, do vậy nếu như những thông tin được coi là bí mật công ty bị lộ xuất phát từ người lao động thì người lao động sẽ phải gánh chịu trách nhiệm pháp lý nếu việc làm lộ “bí mật” đó gây phương hại đến lợi ích của công ty (Bộ luật Lao động, 2012). Chính vì vậy, trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0, đòi hỏi người lao động cần phải có những kiến thức, kỹ năng nhất định để tránh có những hành động vô tình hay cố ý để lộ những “thông tin” có thể gây phương hại đến lợi ích của công ty và bản thân người lao động cũng phải gánh chịu hậu quả do có những hành vi như thế.

2.2. Những ảnh hưởng đối với người sử dụng lao động

Thứ nhất, thuận lợi trong việc tìm kiếm thông tin ứng viên: Dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, nhất là thông qua một số trang thông tin điện tử (website) cung cấp tuyển dụng chuyên nghiệp, người sử dụng lao động dễ dàng tìm kiếm được thông tin của ứng viên từ rất nhiều hồ sơ ứng viên để người sử dụng lao động so sánh, lựa chọn và tìm ra người phù hợp với công việc, vị trí đang cần.

Bên cạnh việc tiếp cận được nhiều hồ sơ thông tin ứng viên, người sử dụng lao động có thể sử dụng các công cụ tiện ích chuyên dụng về tìm kiếm (ví dụ như Google) của nền tảng công nghệ thông tin để tìm kiếm “Lịch sử” về ứng cử viên mình đã lựa chọn trên các trang mạng xã hội hay các trang mạng khác,... Đây là hoạt động rất hiệu quả, nhằm thẩm định hồ sơ ứng viên có thực sự phù hợp với nhu cầu cũng như văn hóa công ty của người sử dụng lao động hay không.

Đã có không ít trường hợp, nhờ việc khai thác các thông tin trên các trang mạng xã hội, người sử dụng lao động đã tìm được những thông tin hữu ích để đánh giá nên hay không nên nhận ứng viên vào công ty.

Thứ hai, việc sử dụng “thông tin” phổ biến trên mạng sẽ giúp công ty thu hút được nhiều nhân tài: Người lao động luôn mong muốn được cống hiến, khẳng định vị trí của mình không chỉ trong

công ty, mà còn trên thị trường lao động. Mong muốn của họ tất nhiên là được làm việc trong những công ty có danh tiếng, có phúc lợi tốt. Do vậy, công ty (người sử dụng lao động) biết cách quảng bá về công ty mình, cung cấp những thông tin cần thiết (môi trường làm việc, phúc lợi, cơ hội thăng tiến) đến với nhiều người lao động thông qua các trang mạng xã hội, trang thông tin tuyển dụng,... sẽ thu hút được nhiều người lao động có trình độ về làm việc cho công ty, giúp công ty ngày càng phát triển.

Thứ ba, “thông tin” bí mật về nhân sự bị rò rỉ: Thông tin về nhân sự được coi là thông tin mật của hầu hết của công ty, chứa đựng các thông tin cá nhân của người lao động, chính sách phúc lợi, phát triển con người, quy hoạch về nhân sự. Vì thế, những thông tin về nhân sự nếu không được bảo quản, bảo mật cẩn trọng sẽ dễ bị rò rỉ ra bên ngoài. Thông tin về nhân sự bị rò rỉ sẽ ảnh hưởng không nhỏ đối với công ty, nhất là các công ty có niềm yết trên thị trường chứng khoán. Những thay đổi về nhân sự chưa được công bố đã bị rò rỉ ra bên ngoài sẽ dễ dẫn đến những ảnh hưởng tiêu cực về tâm lý người lao động, đồng thời công ty đã vi phạm nghĩa vụ bảo mật thông tin của người lao động.

2.3. Kết luận

Như vậy, yếu tố về “thông tin” đã có những ảnh hưởng nhất định đối với quan hệ lao động trong thời đại cách mạng công nghệ 4.0, bên cạnh những thuận lợi, có không ít thách thức đối với cả người lao động và người sử dụng lao động. Do đó, việc thu thập, tổng hợp, phân tích và vận dụng “thông tin” một cách đúng đắn là điều cần thiết không chỉ đối với người lao động, mà còn đối với người sử dụng lao động.

3. Một số kiến nghị để hạn chế những hạn chế do “thông tin” ảnh hưởng đến quan hệ lao động trong cách mạng công nghiệp 4.0

3.1. Tăng cường bảo mật thông tin ở người lao động và người sử dụng lao động

Cả người lao động và người sử dụng lao động phải có ý thức bảo mật thông tin của bản thân mình và của nhau. Người lao động trên hết phải bảo mật thông tin về bí mật kinh doanh, thông tin nội bộ của công ty,... tránh vì một lúc bức xúc mà tiết lộ những thông tin gây bất lợi cho công ty, dẫn đến việc vi phạm pháp luật của bản thân mình. Người sử dụng

lao động cũng phải có trách nhiệm bảo mật thông tin của người làm việc cho mình, xem đây là một trong những phương thức để giữ chân nhân tài, hạn chế việc bị các công ty khác thu hút người lao động của mình về với công ty của họ.

3.2. Nâng cao hiệu quả vai trò công đoàn trong quan hệ lao động

Công đoàn là tổ chức giữ vai trò quan trọng trong quan hệ lao động. Do vậy, với những ảnh hưởng từ nhiều nguồn “thông tin” mang đến như những hành động xúi giục công nhân đình công, bãi công trái pháp luật, Công đoàn phải là nơi nắm bắt thông tin này đầu tiên và ngay lập tức có những hành động cụ thể, kịp thời để ngăn chặn những hành vi sai trái có thể xảy ra.

Bên cạnh đó, Công đoàn cần nắm bắt kịp thời tâm tư nguyện vọng của người lao động và người sử dụng lao động để nhanh chóng, kịp thời hòa giải những xung đột xảy ra, tránh hiện tượng người lao

động hay thậm chí người sử dụng lao động đưa những thông tin gây bất lợi cho nhau trên mạng xã hội hay những trang mạng dựa trên nền tảng công nghệ thông tin.

3.3. Tăng cường kỹ năng sử dụng công nghệ cho người lao động và người sử dụng lao động

Kỹ năng sử dụng công nghệ được coi là điều kiện bắt buộc đối với người lao động, và cả với người sử dụng lao động. Kỹ năng sử dụng tốt sẽ giúp cho việc khai thác, tận dụng, sàng lọc có hiệu quả các nguồn thông tin trên internet hỗ trợ cho việc nâng cao trình độ, chuyên môn cho đội ngũ lao động. Ngoài ra, người sử dụng có kỹ năng sử dụng công nghệ tốt sẽ có thêm một công cụ hữu ích để tăng cường mối liên kết với người lao động một cách thường xuyên, liên tục, nhanh chóng, kịp thời hiểu được tâm tư nguyện vọng của người lao động thông qua các kênh liên lạc như mạng xã hội, email,... ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

- ¹Thông tin là tất cả các sự việc, sự kiện, ý tưởng, phán đoán làm tăng thêm sự hiểu biết của con người... (Đoàn Phan Tân, 2001).
- ²Ảnh hưởng: Làm cho một đối tượng nào đó có những biến đổi nhất định (Viện Ngôn ngữ học, 2003).
- ³Quan hệ lao động là quan hệ xã hội phát sinh trong việc thuê mướn, sử dụng lao động, trả lương giữa người lao động và người sử dụng lao động. (Bộ Luật Lao động, 2012).

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- 1. Nguyệt Triều - Xuân Thùy (2014), Nhiều kẻ kích động công nhân trong cuộc biểu tình phản đối Trung Quốc, Báo điện tử Vnexpress <https://vnexpress.net/thoi-su/nhieu-ke-kich-dong-cong-nhan-trong-cuoc-bieu-tinh-phan-doi-trung-quoc-2990053>, truy 14/5/2014.
- 2. Hoàng Nga (2018), Người lao động cần cẩn trọng với "thỏa thuận bảo mật", Báo Điện tử VTV <https://vtv.vn/trong-nuoc/nguoi-lao-dong-can-can-trong-voi-thoa-thuan-bao-mata-20180719094817383.htm>, 19/7/2018.
- 3. Công Nhật(2018), Tận dụng mạng xã hội kiểm việc thời công nghệ, Báo Tuổi trẻ Online, <https://tuoitre.vn/tan-dung-mang-xa-hoi-kiem-viec-thoi-cong-nghe-20181121110615776.htm>, truy 21/11/2018.
- 4. Đoàn Phan Tân (2001), Về khái niệm thông tin và các thuộc tính làm nên giá trị của thông tin, Tạp chí Văn hóa - Nghệ thuật, số 3, 2001.
- 5. Quốc hội (2012), Bộ Luật Lao động, Hà Nội.
- 6. Trần Thị Minh Đức & Bùi Thị Hồng Thái (2014), Sử dụng mạng xã hội trong sinh viên Việt Nam, Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam, số 81, 2014.

7. Trung tâm internet Việt Nam (2018), *Báo cáo Tài nguyên internet Việt Nam 2018*.
8. Viện Ngôn ngữ học (2003), *Từ điển Tiếng Việt*.
9. Lydia Price (2016), *Tales of Employees Who Were Fired Because of Social Media Posts* (<https://people.com/celebrity/employees-who-were-fired-because-of-social-media-posts/>), Access 02/1/2019.
10. We Are Social (2019), *Digital 2019: Viet Nam*, Access 11/2/2020.

Ngày nhận bài: 19/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2020

Thông tin tác giả:

1. PHẠM HUY TIẾN

2. NGUYỄN THANH HÙNG

3. NGUYỄN HUỲNH ANH NHƯ

Khoa Luật, Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh

IMPACTS OF INFORMATION ON LABOR RELATIONS IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

● **PHAM HUY TIEN**

Faculty of Law, Ho Chi Minh City Open University

● **NGUYEN THANH HUNG**

Faculty of Law, Ho Chi Minh City Open University

● **NGUYEN HUYNH ANH NHU**

Faculty of Law, Ho Chi Minh City Open University

ABSTRACT:

Labor relations are influenced by many factors such as policy, law, technology and information. In the context of Industry 4.0, information plays an important role in labor relations. Proper analyses, evaluation and use of information would bring great benefits for the state management, employers and also employees. By conducting a literature review, this paper analyzes the positive and negative effects of collecting and using information on labor relations in the context of Industry 4.0 and makes recommendations to limit the negative effects of improper information in labor relations.

Keywords: Information, labor relations, Industry 4.0.

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH THUÊ NHÀ TRỌ CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÀ VINH

● NGUYỄN THỊ HỒNG PHÚC - LÊ MỘNG KHÁ

TÓM TẮT:

Nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định thuê trọ của sinh viên Trường Đại học Trà Vinh, bằng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp - từ các tạp chí khoa học, tài liệu - từ trang web của Trường Đại học Trà Vinh (tvu.edu.vn), và dữ liệu sơ cấp - có được từ kết quả từ 130 phiếu khảo sát ở các khoa. Qua đó, tác giả đề xuất một số khuyến nghị để những người cho thuê nhà trọ xây dựng kế hoạch kinh doanh ngày càng tốt hơn về chất lượng cũng như giúp gia tăng khả năng cạnh tranh.

Từ khóa: Thuê nhà trọ, sinh viên, tỉnh Trà Vinh, Trường Đại học Trà Vinh, TVU.

1. Đặt vấn đề

Chỗ ở dành cho sinh viên luôn là vấn đề được nhiều bậc phụ huynh cũng như những bạn tân sinh viên quan tâm. Đa số sinh viên có hộ khẩu tại các huyện, xã, phải sống xa nhà nên việc tìm cho mình một nơi ở thích hợp, an ninh, sạch sẽ đồng thời phải thuận tiện cho việc đến trường, về khoảng cách địa lý,... là một điều cần thiết.

Sinh viên thường có xu hướng lựa chọn những khu nhà trọ giá rẻ, điều này đồng nghĩa với việc họ phải chấp nhận chất lượng nhà trọ không ngừng xuống cấp, không đảm bảo được mức độ an toàn. Những tiêu chuẩn về phòng chống cháy nổ cũng không được chủ nhà trọ chú trọng nhiều, môi trường học tập của sinh viên vì thế cũng không được đảm bảo. Xuất phát từ những tồn tại trên, đề tài “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên Trường Đại học Trà Vinh” sẽ giúp tạo hướng đi đúng và thúc đẩy sự phát triển cho hoạt động kinh doanh nhà trọ.

2. Tình hình thuê nhà trọ của sinh viên Trường Đại học Trà Vinh

Trong 130 sinh viên được khảo sát tại Trường Đại học Trà Vinh có 49 sinh viên nam - chiếm 37,7%; và 81 sinh viên nữ - chiếm 62,3%. Số lượng sinh viên trong mẫu phỏng vấn theo khoa như sau (Bảng 1):

3. Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên

Qua cuộc phỏng vấn trực tiếp 130 sinh viên tại Trường Đại học Trà Vinh, kết quả thống kê có 5 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên.

3.1. Nhân tố giá cả

Biến quan sát giá phòng phải phù hợp với chất lượng phòng trọ có mức ảnh hưởng cao nhất, với giá trị trung bình là 3,75. Điều này hoàn toàn hợp lý, mặc dù sinh viên là nhóm đối tượng có thu nhập thấp, nhưng nếu phòng trọ được đảm bảo về mặt chất lượng - như phòng ốc rộng rãi, sạch sẽ, xây

Bảng 1. Cơ cấu sinh viên trong mẫu phỏng vấn theo khoa

Khoa	Tần số	Tỷ lệ (%)
Hóa học Ứng dụng	11	8,5
Khoa học Cơ bản	10	7,7
Kinh tế - Luật	11	8,5
Kỹ thuật và Công nghệ	11	8,5
Lý luận chính trị	10	7,7
Ngoại ngữ	11	8,5
Ngôn ngữ - Văn hóa - Nghệ thuật Khmer Nam Bộ	11	8,5
Nông nghiệp thủy sản	11	8,5
Quản lý Nhà nước - Quản trị văn phòng - Du lịch	11	8,5
Răng - Hàm - Mặt	11	8,5
Sư phạm	11	8,5
Y - Dược	11	8,5
Tổng cộng	130	100

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2019

dựng đúng tiêu chuẩn – thì dù giá phòng có hơi cao, sinh viên vẫn chấp nhận, vì khi đó họ có thể ở ghép nhiều người để san sẻ chi phí (Bảng 2).

3.2. Yếu tố an ninh

An ninh của nhà trọ càng tốt thì xu hướng sinh viên lựa chọn thuê nhà trọ đó càng cao. Biến an ninh khu vực xung quanh tốt có giá trị trung bình lớn nhất là 3,93. Khi khu vực xung quanh được đảm bảo về mặt an ninh, trong một khoảng thời gian dài không có tình trạng mất cắp, cờ bạc, gây gỗ, cãi nhau... thì nhà trọ nằm trong khu vực này cũng sẽ được đảm bảo về an ninh hơn những khu vực khác, sinh viên đến thuê trọ cũng an tâm được phần nào về mặt tinh thần (Bảng 3).

Bảng 2. Đo lường mức ảnh hưởng đối với nhân tố giá cả

Tiêu chí	N	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Mức độ ảnh hưởng
Giá phù hợp với túi tiền	130	2	5	3,65	Ảnh hưởng
Giá ổn định trong thời gian dài	130	2	5	3,47	Ảnh hưởng
Giá điện, nước hợp lý	130	2	5	3,75	Ảnh hưởng
Giá phù hợp với chất lượng	130	1	5	3,42	Ảnh hưởng

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2019

Bảng 3. Đo lường mức ảnh hưởng đối với nhân tố an ninh

Tiêu chí	N	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Mức độ ảnh hưởng
Chủ nhà ở ngay cạnh/phía trước nhà trọ	130	1	5	3,55	Ảnh hưởng
Nhà trọ khóa cổng vào buổi tối	130	1	5	3,72	Ảnh hưởng
Cổng nhà trọ chắc chắn	130	1	5	3,77	Ảnh hưởng
An ninh khu vực xung quanh	130	1	5	3,93	Ảnh hưởng
Đầy đủ phương tiện bảo vệ an toàn	130	1	5	3,53	Ảnh hưởng

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2019

3.3. Yếu tố cơ sở vật chất

Biến phòng trọ được xây dựng đạt chuẩn có mức ảnh hưởng cao nhất (trung bình = 3,62). Đạt chuẩn ở đây được hiểu là phòng trọ sạch sẽ, thoáng mát, không ẩm ướt và đầy đủ ánh sáng. Khi xây dựng phòng trọ đáp ứng được những yêu cầu này sẽ giúp cho đời sống sinh hoạt của sinh viên luôn được thoải mái, đảm bảo về mặt sức khỏe, điều này giúp cho họ học tập đạt hiệu quả cao hơn (Bảng 4).

3.4. Yếu tố dịch vụ

Mức ảnh hưởng lớn nhất là biến chủ nhà sẵn lòng sửa chữa hư hao trong phòng trọ (trung bình = 3,78). Do có một số nhà trọ không có chủ nhà ở

gần, mà nhà trọ chủ yếu là do sinh viên tự quản lý - chủ nhà ở một nơi khác, xa nhà trọ - nên việc báo cho chủ nhà về việc hư hao các thiết bị như đèn, quạt, ống nước... cũng gặp không ít khó khăn. Điều đó làm ảnh hưởng ít nhiều đến sinh hoạt của sinh viên, nên biến này được các bạn sinh viên đánh giá cao hơn các biến còn lại (Bảng 5).

3.5. Yếu tố vị trí

Mức ảnh hưởng lớn nhất là biến nhà trọ gần trường (trung bình = 3,72). Sinh viên luôn có xu hướng tìm và thuê những nhà trọ ở gần trường để tiện cho việc học tập, cũng như tiết kiệm được một phần chi phí đi lại. Mức ảnh hưởng thấp nhất là biến nhà trọ gần chợ (trung bình = 3,49). Mặc dù,

Bảng 4. Đo lường mức ảnh hưởng đối với nhân tố cơ sở vật chất

Tiêu chí	N	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Mức độ ảnh hưởng
Diện tích phòng trọ đảm bảo chức năng tối thiểu	130	1	5	3,56	Ảnh hưởng
Phòng trọ được xây dựng đạt chuẩn	130	1	5	3,62	Ảnh hưởng
Có công trình phụ	130	1	5	3,47	Ảnh hưởng
Vị trí, chỗ phơi quần áo rộng rãi, thuận tiện	130	1	5	3,59	Bình thường
Có hệ thống thoát nước tốt	130	1	5	3,45	Ảnh hưởng

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2019

Bảng 5. Đo lường mức ảnh hưởng đối với nhân tố dịch vụ

Tiêu chí	N	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Mức độ ảnh hưởng
Nhà trọ có wifi miễn phí	130	2	5	3,53	Ảnh hưởng
Wifi luôn ổn định	130	3	5	3,75	Ảnh hưởng
Chủ nhà sẵn lòng sửa chữa hư hao trong phòng trọ	130	2	5	3,78	Ảnh hưởng
Có tiệm tạp hóa gần nhà trọ	130	2	5	3,57	Ảnh hưởng
Điện, nước trong nhà trọ luôn ổn định, ít bị cúp	130	2	5	3,22	Bình thường
Gần nhà trọ có các quán ăn ngon, hợp vệ sinh	130	1	5	3,37	Bình thường

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2019

đây là biến quan trọng nhưng nó sẽ không ảnh hưởng nhiều đến quyết định thuê. Vì nếu khoảng cách đến chợ có hơi xa thì sinh viên vẫn có thể di chuyển đến đó bằng xe đạp hoặc xe máy, điều này không quá bất tiện đối với họ (Bảng 6).

3 tháng. Trong khoảng thời gian này, họ sẽ không ở nhà trọ thường xuyên, nên chủ nhà trọ có thể không lấy tiền thuê nhà trong các tháng hè. Điều này, sẽ tạo được ấn tượng tốt đối với sinh viên, và họ sẽ gắn bó với nơi đây dài lâu hơn.

Bảng 6. Đo lường mức ảnh hưởng đối với nhân tố vị trí

Tiêu chí	N	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Mức độ ảnh hưởng
Nhà trọ gần đường lộ, không sâu trong hẻm	130	2	5	3,32	Bình thường
Nhà trọ gần trường	130	1	5	3,72	Ảnh hưởng
Nhà trọ gần chợ	130	1	5	3,49	Ảnh hưởng
Nhà trọ gần nhà người thân, bạn bè	130	1	5	3,38	Bình thường
Nhà trọ gần trung tâm	130	1	5	3,31	Bình thường

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2019

4. Giải pháp

4.1. Giá cả

Giá cả là một trong những yếu tố mà sinh viên Đại học Trà Vinh quan tâm nhất khi quyết định thuê trọ, do sinh viên là thành phần có thu nhập thấp trong xã hội. Sinh viên luôn phải cân nhắc với các khoản chi phí, như: tiền trọ, tiền ăn, tiền sinh hoạt,...

Những người kinh doanh nhà trọ cần đảm bảo những yếu tố sau:

- Giá của phòng trọ cần phù hợp với túi tiền của sinh viên.
- Giá phòng trọ ổn định trong thời gian dài.
- Giá điện, nước phải hợp lý, phù hợp với quy định của Nhà nước.
- Giá của phòng trọ phải phù hợp với chất lượng phòng trọ.
- Không tăng giá phòng lên khi số người trong phòng tăng.

Ngoài ra, chủ nhà trọ có thể xây dựng một chiến lược nhằm thu hút các bạn sinh viên đến thuê, cụ thể như người chủ chỉ lấy tiền phòng và miễn phí tiền điện, nước cho sinh viên. Mặt khác, sinh viên thường có những kỳ nghỉ hè, kéo dài khoảng gần

4.2. Cơ sở vật chất

Nhằm giúp sinh viên thoải mái hơn trong việc sinh hoạt và học tập hằng ngày, nhà trọ phải đảm bảo được các tiêu chí như: Phòng trọ cần đạt diện tích tối thiểu để phục vụ cho việc sinh hoạt, nghỉ ngơi và học tập của sinh viên. Qua khảo sát, đa số sinh viên cho biết, diện tích phòng trọ từ 13 - 15m² dành cho 1 đến 2 người ở là hợp lý.

Phòng trọ cần đạt những tiêu chuẩn như: Phòng ốc sạch sẽ, thoáng mát, không ẩm ướt và luôn đầy đủ ánh sáng. Điều này nhằm đảm bảo về mặt sức khỏe cho sinh viên cũng như tạo tinh thần thoải mái và học tập ngày càng hiệu quả hơn cho các bạn. Bên cạnh đó, nhà trọ cần kèm theo các công trình phụ, như: Có toilet trong phòng, Bố trí một gian bếp nhỏ để phục vụ cho việc nấu nướng, Vệ sinh phòng trọ. Mặt khác, nhà trọ cần phải xây dựng một hệ thống thoát nước tốt, tránh tình trạng tắc nghẽn quá thường xuyên, làm ảnh hưởng đến cuộc sống sinh hoạt của sinh viên.

4.3. An ninh

An ninh luôn là một trong những yếu tố mà sinh viên quan tâm khi quyết định thuê trọ. Nhà trọ cần phải có đầy đủ các yếu tố đảm bảo về an

ninh, như: nhà trọ khóa cổng vào buổi tối; cổng trọ phải chắc chắn, an toàn; an ninh khu vực xung quanh nhà trọ tốt; bố trí đầy đủ các phương tiện bảo vệ an toàn cho người thuê (bình xịt chữa cháy, cầu dao ngắt điện tự động khi xảy ra sự cố, camera quan sát,...). Đồng thời, chủ nhà trọ cần đưa ra bảng nội quy ghi rõ giờ giấc khóa cổng, cũng như quy định giữ yên lặng vào lúc 10 giờ đêm cho đến sáng sớm, nhằm tránh làm phiền đến những người xung quanh.

4.4. Dịch vụ

Nhà trọ cần đảm bảo những dịch vụ tiện ích cơ bản như lắp wifi miễn phí trong nhà trọ. Wifi hiện là một phần không thể thiếu đối với sinh viên, bất kể trong học tập, công việc hay giải trí đều cần đến internet, chính vì thế, họ sẽ ưu tiên lựa chọn những nhà trọ nào đáp ứng được yếu tố này.

Luôn sẵn sàng sửa chữa những thiết bị hư hao trong phòng trọ (đèn, quạt, vòi nước,...), nhằm tạo ấn tượng tốt, gây thiện cảm với sinh viên, đồng thời đây còn là một cách marketing hiệu quả đến những người thân và bạn bè của họ.

4.5. Vị trí

Trong quá trình ra quyết định thuê trọ, mặc dù yếu tố vị trí không được các bạn sinh viên ưu tiên hàng đầu, nhưng nó lại có một sức ảnh hưởng không hề nhỏ đến quyết định thuê.

Hầu hết, các bạn sinh viên luôn ưu tiên lựa chọn các vị trí thuận tiện cho việc ăn ở, học hành và đi lại, giúp tiết kiệm thời gian, công sức cũng như là chi phí cho việc di chuyển. Khi đó, yếu tố vị trí (nhất là những vị trí gần trường và gần chợ), được xem là không thể thiếu khi sinh viên ra quyết định thuê trọ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO :

1. Phan Phước Âu (2010). Nghiên cứu hành vi thuê nhà trọ của sinh viên Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học An Giang*, số 4.
2. Tạ Thị Kiều An, Ngô Thị Ánh, Nguyễn Thị Ngọc Diệp, Nguyễn Văn Hóa, Nguyễn Hoàng Kiệt, Đinh Phương Vương (2010), *Quản lý chất lượng*, NXB Thống kê.
3. Bách khoa toàn thư (2017), “Nhà trọ”, www.vi.wikipedia.org/wiki/Nhà_trọ.
4. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2019), Cổng thông tin điện tử www.mpi.gov.vn/Pages/tinhthanhchitiet.aspx.
5. Nguyễn Thị Cành (2009). *Giáo trình phương pháp và phương pháp luận nghiên cứu khoa học kinh tế*, NXB Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
6. Phạm Ngọc Linh (2009). Tìm hiểu thực trạng nhà ở của sinh viên hiện nay trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển - Trường Đại học Kinh tế Quốc dân*, số 2.
7. Lê Thị Mai (2013). *Giáo trình Xã hội học kinh tế*, NXB Khoa học xã hội.
8. Nguyễn Mai Phương, Phạm Quỳnh Linh Dương, Nguyễn Thị Hoài Anh, Nguyễn Hải Phong, Trần Ánh Nguyệt (2011). Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi thuê nhà trọ của sinh viên Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ các trường đại học kỹ thuật - Trường Đại học Bách khoa Hà Nội*, Số 24.
9. Huỳnh Văn Tân (2016). *Đánh giá sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ phòng trọ ký túc xá Trường Đại học Trà Vinh*, Luận văn thạc sĩ, Đại học Trà Vinh.
10. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Giáo trình Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN THỊ HỒNG PHÚC

2. LÊ MỘNG KHA

Trường Đại học Trà Vinh

**A RESEARCH ON FACTORS INFLUENCING
THE HOUSING RENTAL DECISION OF STUDENTS STUDYING
AT TRA VINH UNIVERSITY**

● Master. **NGUYEN THI HONG PHUC**

Tra Vinh University

● **LE MONG KHA**

Tra Vinh University

ABSTRACT:

This research aims to identify factors influencing the housing rental decision of students studying at Tra Vinh University. This research was conducted by collecting secondary data from scientific journals, documents from the library of Tra Vinh University, the web portal of the Ministry of Planning and Investment, the website of Tra Vinh University (tvu.edu.vn) and primary data from surveying 130 students of Tra Vinh University. Based on the research's findings, the research proposes some recommendations for landlords to have better business plans to improve their quality and competitiveness.

Keywords: Housing rental, students, Tra Vinh Province, Tra Vinh University, TVU.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐỂ VIỆT NAM PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH DOANH NGHIỆP XÃ HỘI

● TRẦN MINH ĐỨC

TÓM TẮT:

Doanh nghiệp xã hội (DNXH) có nhiều ưu thế, tiềm năng, bắt nguồn từ bản chất không lợi nhuận và mục tiêu xã hội bền vững của mô hình này. Trên thế giới, có rất nhiều quốc gia đã ban hành các chính sách khuyến khích, thúc đẩy doanh nghiệp xã hội phát triển trên quan điểm Nhà nước cần hợp tác và chia sẻ trách nhiệm cung cấp phúc lợi với các doanh nghiệp xã hội để đạt hiệu quả cao hơn. Trong bối cảnh hội nhập của nền kinh tế nước ta hiện nay và trước các vấn đề xã hội, môi trường ngày càng trở nên phức tạp, việc kế thừa kinh nghiệm từ các nước tiên tiến trong phát triển doanh nghiệp xã hội là cần thiết cho sự phát triển toàn diện và bền vững của đất nước. Bài viết phân tích hoạt động của các DNXH tại một số nước phát triển và đưa ra một số giải pháp để Việt Nam phát triển mô hình doanh nghiệp xã hội trong thời gian tới.

Từ khóa: Doanh nghiệp, doanh nghiệp xã hội, hoạt động, kinh doanh, xã hội.

1. Đặt vấn đề

Trong giai đoạn trước Đổi mới (1986), Việt Nam đã có một số mô hình kinh tế có thể được coi là các DNXH - ví dụ như các hợp tác xã (HTX) tạo việc làm cho người khuyết tật,... Sau năm 1986, một số DNXH thực thụ đã bắt đầu xuất hiện như Trường Hoa Sữa, Nhà hàng KOTO tại Hà Nội, Mai Handicrafts tại thành phố Hồ Chí Minh (CIEM, 2012, tr 19)...

Trong những năm gần đây, khi Việt Nam đã trở thành nước có thu nhập trung bình thấp, dòng vốn tài trợ có xu hướng giảm. Do đó, không ít Tổ chức phi chính phủ (NGO) đã chuyển đổi thành DNXH để tìm hướng đi mới cho mình. Thêm vào đó, quá trình phát triển kinh tế quá nhanh đã đặt ra rất nhiều vấn đề XH - môi trường và vì thế, gián tiếp tạo điều kiện cho mô hình DNXH phát triển. Bên cạnh đó là nhiều vấn đề bắt nguồn từ sự phát triển của kinh tế, XH, ví dụ:

bạo lực xã hội (XH), stress của dân đô thị, sự quá tải của giáo dục và y tế, an toàn thực phẩm, xử lý rác thải, ô nhiễm không khí, tiết kiệm năng lượng, bảo tồn văn hóa,... DNXH có nhiều tiềm năng để trở thành đối tác của Chính phủ để giải quyết các vấn đề này. Vì vậy, việc tạo lập khuôn khổ pháp lý và các chính sách khuyến khích, hỗ trợ DNXH mang tính cần thiết.

2. DNXH và hoạt động của DNXH tại một số nước phát triển

2.1. Vai trò của DNXH

“DNXH là một mô hình kinh doanh được thành lập nhằm thực hiện các mục tiêu XH, và sử dụng lợi nhuận để tái đầu tư cho mục tiêu đó hoặc cho cộng đồng, thay vì tối đa hóa lợi nhuận cho cổ đông hoặc chủ sở hữu” (CIEM, 2012, tr 4). Không ít lý thuyết đã chỉ ra được ý nghĩa sâu xa và vai trò rộng lớn của các DNXH đối với XH trong tương lai. Các tác giả

Roger L. Martin và Sally Osberg (2007), là thành viên hội đồng quản trị và CEO của Skoll Foundation đã đưa ra một ma trận nổi tiếng để phân tích DNXH. Theo đó, 3 loại hình hoạt động XH được sắp xếp dựa trên cách thức tác động trực tiếp hay gián tiếp và hiệu quả cuối cùng là giải quyết được vấn đề XH một cách bền vững:

a. DNXH cung cấp phúc lợi XH, từ thiện: Được thực hiện trực tiếp bởi các tổ chức NGO và các nhà hảo tâm, họ góp phần giải quyết các vấn nạn XH một cách trực tiếp.

b. Các phong trào XH được thực hiện bởi các nhà hoạt động XH: Có thể lấy ví dụ như cuộc đấu tranh của Mục sư Luther King cho quyền bình đẳng của người da đen hay cuộc vận động Trách nhiệm XH của DN (CSR),... Các phong trào này có tác động rộng khắp, giải quyết vấn đề XH một cách bền vững, đưa đến một “điểm cân bằng” mới được XH chấp nhận.

c. DNXH có thể giải quyết vấn đề XH trực tiếp và bền vững: Cũng cung cấp phúc lợi XH như NGO nhưng DNXH có ưu thế rõ ràng ở khả năng phát triển quy mô và nhân rộng.

Ma trận của Roger L. Martin và Sally Osberg giúp chúng ta thấy rằng, DNXH có những ưu điểm nằm ngay trong cách tiếp cận cũng như bản chất của mô hình này. Nếu những thế mạnh đó được phát huy, DNXH sẽ mang lại những hiệu quả XH sâu rộng.

2.2. Hoạt động của DNXH tại một số nước phát triển

Trên thế giới hiện nay nhiều quốc gia có phong trào DNXH phát triển mạnh mẽ. Điểm chung các DNXH hoạt động tại các quốc gia này giúp Việt Nam có thể kế thừa và phát triển đó là: DNXH phải đặt mục tiêu XH lên hàng đầu; Lợi nhuận DNXH phải được tái phân phối trở lại cho hoạt động của tổ chức hoặc cho cộng đồng; DNXH phải có sự tham gia của cộng đồng hoặc các bên hưởng lợi; DNXH phải phục vụ nhu cầu của Nhóm đáy XH.

2.2.1. Vương quốc Anh

DNXH ở Anh hoạt động dưới rất nhiều hình thức tổ chức và địa vị pháp lý đa dạng, bao gồm: các công ty vì lợi ích cộng đồng, công ty TNHH, công ty cổ phần, quỹ tín dụng, chi nhánh kinh doanh của các tổ chức từ thiện phi lợi nhuận, DN do người làm thuê tự chủ, HTX, quỹ phát triển, liên hiệp nhà ở, công ty XH và các quỹ ủy thác,... Hiện nay, DNXH

ở Anh được đặt trong một hệ sinh thái lớn hơn với nhiều bên tham gia để tạo tác động và hiệu quả bền vững. Chính phủ Anh hiện đang thực hiện chính sách phát triển DNXH theo 4 định hướng chính gồm: Hỗ trợ các Doanh nhân xã hội (DNhXH) phát triển hoạt động của họ trên qui mô lớn hơn thông qua hỗ trợ phát triển tổ chức và khi có điều kiện thì hỗ trợ họ liên kết, hợp tác, xây dựng mạng lưới và nhân rộng qua mô hình nhượng quyền (licensing); Khuyến khích văn hóa chia sẻ (giving culture) và trách nhiệm đối với XH, đặc biệt thông qua việc hỗ trợ các DNXH và đóng góp cho các hoạt động tình nguyện nhằm hỗ trợ dịch vụ công; Chuyển giao dịch vụ công với mục đích thúc đẩy các sáng kiến XH và nâng cao hiệu quả; Khuyến khích và yêu cầu (khi cần thiết) việc thực hiện CSR (Charles Leadbeater, 2007). Với cách tiếp cận này, chính sách hỗ trợ các DNXH của chính phủ Anh bao gồm: Nuôi dưỡng văn hóa DNXH thông qua các chương trình đào tạo DNXH, thúc đẩy truyền thông, nghiên cứu và đánh giá tác động XH (SROI); Tăng cường tư vấn và thông tin cho việc thành lập và phát triển DNXH; Cải thiện tiếp cận nguồn vốn tài chính và đa dạng hóa các hình thức đầu tư; Cung cấp vốn và tăng khả năng thanh toán cho các tổ chức trung gian hiện đang đầu tư và các DNXH,...

Số lượng DNXH ở Anh đã lên tới trên 90.000, với tổng doanh thu đạt 70 tỷ bảng (Gladius Kulothungan, 2014). Nhìn chung ở Anh, nhà nước đóng vai trò vừa là người thúc đẩy, nuôi dưỡng hỗ trợ, vừa là khách hàng lớn của DNXH. Đây là một điểm khác biệt khá quan trọng giữa sự phát triển phong trào DNXH ở Anh so với các nước khác trên thế giới.

2.2.2. Hoa Kỳ

Từ những năm 1960, mô hình “Nhà nước phúc lợi” đã thịnh hành ở Mỹ với hàng tỷ USD được đầu tư cho các mục tiêu giảm nghèo, giáo dục, chăm sóc sức khỏe, phát triển cộng đồng, môi trường, nghệ thuật thông qua các NPO (Tổ chức phi lợi nhuận). Các tổ chức NPO bắt đầu nhận thấy DNXH là một mô hình có thể thay thế cho nguồn hỗ trợ của chính phủ. Về các loại hình hoạt động, DNXH ở Mỹ cũng hoạt động dưới nhiều hình thức đa dạng như: DN tư nhân (Sole proprietorship); Công ty cổ phần (Corporation); Công ty hợp doanh (Partnership); Công ty TNHH (Limited Liability Company),... Từ năm 2008, luật pháp của một số tiểu bang Mỹ bắt đầu cho phép

thành lập và quản lý hoạt động các công ty lợi nhuận thấp Mỹ (L3C) - một hình thức DN hoàn toàn mới, kết hợp mục tiêu XH của các tổ chức NPO với các hình thức sở hữu đa dạng như công ty TNHH, cho phép phân chia lợi nhuận. Chính phủ Liên bang Mỹ thể hiện nỗ lực trong việc thúc đẩy sự phát triển của DNXH, trước hết bằng việc thành lập Văn phòng Sáng kiến XH và sự tham gia của Công dân (Office of Social Innovation and Civic Participation - SICP). SICP hoạt động dựa trên 3 mục tiêu chính, đó là: Khuyến khích sự phát triển các lãnh đạo trong cộng đồng; Tăng cường đầu tư vào những sáng kiến cộng đồng mang lại hiệu quả rõ ràng; Phát triển nhiều hình thức hợp tác mới. Số liệu từ Trung tâm Quốc gia thống kê các hoạt động từ thiện cho thấy, DNXH ở Mỹ liên tục tăng nhanh. Các hoạt động thương mại trong suốt 20 năm (1982 - 2002) không những dần trở thành nguồn thu lớn nhất của các tổ chức NPO, mà còn có những bước tăng trưởng đáng kể ở mức 219%, so với mức đóng góp từ khối tư nhân 197% và nguồn tài trợ của chính phủ 169%. Điều đáng nói là sự thay đổi trong tỷ trọng của tổng doanh thu từ nguồn kinh doanh thương mại phi lợi nhuận tăng từ 48,1% của năm 1982 lên 57,6% vào năm 2002. Trong khi đó, tăng trưởng từ nguồn đóng góp của khối tư nhân chỉ từ 19,9% lên tới 22,2% và sự hỗ trợ tài chính của chính phủ chỉ tăng nhẹ từ 17% lên 17,2% (Kerlin & Pollak, 2006). Điều này đã chứng minh, DNXH đã góp phần quan trọng nâng cao tính tự chủ về tài chính vững vàng của các tổ chức NPO ở Mỹ thời gian qua.

2.2.3. Singapore

Tại Singapore, quá trình tăng trưởng kinh tế nhanh đã làm gia tăng khoảng cách giữa các tầng lớp người dân ở đảo quốc này. Để thúc đẩy và hỗ trợ sự phát triển của DNXH, năm 2006, Bộ Phát triển Cộng đồng, Thanh niên và Thể thao thành lập một Phòng DNXH (Division). Kết quả của sự hợp lực này là Chiến lược phát triển kinh doanh về DNXH, theo đó sẽ tập trung vào 3 vấn đề lớn gồm: Thúc đẩy CSR; Phát triển các công cụ hỗ trợ cho DNXH; Lan tỏa mô hình và nhận thức về DNXH.

Các DNXH ở Singapore hiện đang hoạt động theo 4 mô hình cơ bản đó là: Mô hình hòa nhập - những DNXH này cung cấp các khóa đào tạo kỹ năng và cơ hội nghề nghiệp cho các nhóm bị lề hóa, giúp họ hòa nhập cộng đồng và nâng cao khả năng tự lực của bản thân; Mô hình tái đầu tư lợi nhuận - mục

tiêu của các DNXH này là tạo ra lợi nhuận để tài trợ trở lại cho các chương trình XH, hoặc đầu tư cho các hoạt động từ thiện của tổ chức mình; Mô hình các dịch vụ được trợ cấp - cung cấp các dịch vụ được bao cấp tới các đối tượng thiệt thòi trong diện trợ cấp và tính phí thương mại tỷ lệ % với các khách hàng chính; Mô hình nhu cầu XH, được thiết kế để phục vụ nhu cầu của XH hoặc giải quyết một vấn đề XH nào đó,... Đóng góp lớn nhất của DNXH ở Singapore hiện nay chủ yếu trong vấn đề tạo việc làm. Cụ thể, trong một báo cáo gần đây, 94 DNXH được khảo sát đã tạo ra 1.212 việc làm ổn định toàn thời gian và 341 việc làm bán thời gian. Trong việc tạo việc làm hòa nhập cho người khuyết tật cũng có đến 254 người làm toàn thời gian và 236 bán thời gian (State of Social Enterprise in Singapore, 2007).

3. Làm gì để phát triển DNXH ở Việt Nam

Việt Nam hiện nay đang hội đủ các điều kiện và mô hình tiêu biểu để phát triển loại hình DNXH. Trước tiên, Việt Nam vẫn định hướng theo mô hình xã hội chủ nghĩa, chú trọng nhiều vào việc giải quyết các vấn đề XH. Hiện, Việt Nam đã có hàng trăm DNXH chính thức đăng ký hoạt động và hàng nghìn DN khác có ý định trở thành DNXH. Bên cạnh đó, với sự tăng trưởng kinh tế cao của Việt Nam trong những năm qua làm cho nguồn tài trợ của các tổ chức quốc tế cho các hoạt động XH đang ngày một giảm. Vì vậy, việc phát triển các DNXH sẽ góp phần giải quyết một số vấn đề về XH và môi trường khi các DN này cam kết dành một phần lợi nhuận hằng năm cho hoạt động tái đầu tư các lĩnh vực môi trường, XH mà họ đã cam kết và đăng ký.

3.1. Những khó khăn phát triển DNXH

DNXH ở Việt Nam ngày càng khẳng định những đóng góp thiết thực cho kinh tế, góp phần thực hiện an sinh XH, tuy vậy, quá trình hoạt động và phát triển vẫn còn gặp rất nhiều khó khăn, bất cập:

Thứ nhất, DNXH ở Việt Nam hiện nay còn là một khái niệm mới. Luật DN năm 2014 là văn bản pháp luật mới nhất có nêu các tiêu chí để xác định DNXH tại Điều 10 nhưng lại chưa đưa ra định nghĩa rõ ràng DNXH là gì. Điều này dẫn đến hệ quả thường gặp là sự hoài nghi của các bên về bản chất và mục đích của DNXH. Việc thiếu một định nghĩa chính thức với các qui định cụ thể về tiêu chí xem xét và công nhận các DNXH đã ảnh hưởng đến sự phát triển của lĩnh vực này,...

Thứ hai, các loại hình tổ chức pháp lý cho DNXH hiện nay về cơ bản được chia làm hai nhóm chính là: DN hoạt động theo Luật DN và Tổ chức NGO hoạt động theo một số văn bản dưới luật,... Việc lựa chọn đi theo một khung pháp lý nhất định là DN hoặc Tổ chức NGO cho một thực thể tổ chức mang đặc tính “hỗn hợp” của DNXH gây nên nhiều trở ngại trong quá trình thành lập, vận hành và phát triển của các DNXH. Ngoài ra, nhiều quy định chồng chéo gây nên nhiều khó khăn cho một cá nhân, nhóm người muốn thành lập một tổ chức XH ở Việt Nam,...

Thứ ba, Việt Nam hiện chưa có một khung pháp lý về quản lý tài chính cho các loại hình tổ chức XH khác nhau. Đến nay, Nhà nước chỉ có quy định quản lý tài chính riêng biệt dành cho hai loại hình là các Quỹ XH, Quỹ từ thiện (Quyết định số 10/2008/QĐ-BTC) và các Cơ sở bảo trợ XH (Nghị định số 68/2008/NĐ-CP; Thông tư số 07/2009/BLĐTBXH), còn các loại hình tổ chức khác đều không có quy định điều chỉnh riêng. Trong khi đó, các tổ chức XH, NGO hiện nay vẫn được phép thực hiện các hoạt động có thu và các hoạt động này chịu thuế theo quy định của Nhà nước. Tuy nhiên, các hướng dẫn về thuế đối với các tổ chức này không rõ ràng và cơ quan quản lý nhà nước về thuế cũng không có hướng dẫn cụ thể. Các DNXH là các tổ chức phi chính phủ (NGOs) do đó lúng túng trong việc xây dựng cơ chế quản lý tài chính nội bộ và báo cáo, đồng thời không ít tổ chức bị xử phạt hành chính do nộp thiếu thuế vì không biết, không hiểu và cũng không có hướng dẫn rõ ràng, nhất quán từ các cơ quan hữu quan,...

Thứ tư, DNXH đang gặp khó khăn về tiếp cận nguồn vốn XH. Các DNXH ở Việt Nam còn khá non trẻ, được thành lập chủ yếu từ những ý tưởng mang tính cá nhân có sứ mệnh phục vụ XH nên vốn đầu tư ban đầu đa phần là vốn tự đóng góp của các thành viên sáng lập với quy mô nhỏ. Nghiên cứu Chỉ số Khởi nghiệp Việt Nam năm 2015 chỉ ra, số DN hoạt động theo mô hình DNXH ở Việt Nam hiện nay là 1,1%; trong đó, số DN đang trong giai đoạn khởi nghiệp (dưới 3 năm hoạt động) có tỷ lệ là 0,7% và số DN đang trong giai đoạn phát triển ổn định là 0,5% (GEM Việt Nam, 2015, tr 15). Nhìn chung, chỉ số này còn thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Tại Việt Nam, hơn 60% DNXH hoạt động phải tự bỏ vốn để thực hiện khởi sự kinh doanh, trong khi

ở các nước phát triển chỉ số này thấp hơn ở mức 30 - 40% (GEM Việt Nam, 2015, tr 14-17). DNXH có đặc thù là không vì mục tiêu lợi nhuận, lại kinh doanh trên các thị trường có rủi ro cao như bảo tồn và phát triển làng nghề thủ công truyền thống; giáo dục - đào tạo, y tế,... lợi suất tài chính thấp nên không hấp dẫn đối với các nhà đầu tư thương mại, do đó khả năng tiếp cận huy động các nguồn vốn đầu tư thương mại kể cả nguồn vốn khởi sự hoặc vốn cho phát triển kinh doanh là rất hạn chế. Các DNXH rất khó huy động nguồn vốn vay ngân hàng vì họ thường không có tài sản, nhà xưởng thế chấp do phần lớn DNXH hoạt động ở quy mô nhỏ; lãi suất cho vay của ngân hàng cao hơn nhiều so với khả năng sinh lời của DNXH; thời gian hoàn vốn kéo dài hơn các dự án thông thường. Trong khi đó, thị trường vốn cho DNXH Việt Nam hiện chưa phát triển, thể hiện ở việc thiếu vốn và thiếu các hình thức và kênh cấp vốn phù hợp với DNXH phát triển ở các giai đoạn khác nhau và trong các lĩnh vực khác nhau,...

Thứ năm, DNXH Việt Nam khó khăn về nguồn nhân lực, kỹ năng quản lý điều hành kinh doanh. Trong bối cảnh thị trường nguồn nhân lực hiện nay, việc tìm kiếm một nhân sự quản lý tốt là vấn đề “đau đầu” của các tổ chức, DN nói chung, đặc biệt là DNXH, vì nhân sự quản lý cho DNXH đòi hỏi phải là người thấu hiểu và chia sẻ sứ mệnh và giá trị XH của DN, có năng lực quản lý tốt, và kết hợp được những kiến thức kỹ năng quản lý kinh doanh và công tác XH,...

3.2. Kiến nghị cơ chế, chính sách để phát triển DNXH

Từ những vướng mắc, khó khăn trong quá trình hoạt động của DNXH Việt Nam thời gian qua, chúng tôi đưa ra một số gợi mở về cơ chế, chính sách để phát triển DNXH trong thời gian tới như sau.

Thứ nhất, Nhà nước cần có chính sách khai thác, phát huy những hiệu quả, tác động XH mà DNXH mang lại. Cần nhận thức rằng, Nhà nước giúp DNXH phát triển để DNXH giúp lại Nhà nước thực hiện các mục tiêu XH. Theo đó, Nhà nước phải quản lý một cách hiệu quả các “tài sản có” của mình, đó là nguồn nhân lực, vốn đầu tư tài chính, cơ sở hạ tầng, điều kiện tự nhiên và khung khổ chính sách, pháp luật và các chức năng, nhiệm vụ của nhà nước. Điều này chúng ta có thể

học hỏi cách làm của Chính phủ Liên bang Mỹ, trước hết Liên bang Mỹ cho phép thành lập Văn phòng Sáng kiến XH và Sự tham gia của Công dân (Office of Social Innovation and Civic Participation - SICP). SICP làm việc chủ yếu với các tổ chức NPO ở cả khu vực tư nhân và khu vực nhà nước nhằm tổ chức, khuyến khích các sáng kiến XH và thiết lập quy trình thủ tục giúp chính phủ giải quyết các thách thức về XH.

Thứ hai, cần có cơ quan thực hiện quản lý nhà nước, thúc đẩy, hỗ trợ DNXH phát triển. Về tổ chức quản lý hành chính, có thể thành lập một bộ phận hoặc cơ quan cấp nhà nước chịu trách nhiệm về quản lý nhà nước, khuyến khích, hỗ trợ các DNXH phát triển. Một sự lựa chọn khác là có thể thành lập một Tổ chức độc lập trong cơ cấu của một Tổ chức chính trị - XH nhà nước để thực hiện các chương trình hỗ trợ DNXH. Chúng ta có thể học tập cách làm của Anh. Ở Anh, DNXH được đặt trong một hệ sinh thái lớn hơn với nhiều bên tham gia để tạo tác động và hiệu quả bền vững. Chính phủ Anh hiện phát triển DNXH theo 4 định hướng chính gồm: Hỗ trợ các DNXH phát triển hoạt động của họ trên qui mô lớn hơn thông qua hỗ trợ phát triển tổ chức và khi có điều kiện thì hỗ trợ họ liên kết, hợp tác, xây dựng mạng lưới và nhân rộng qua mô hình nhượng quyền (licensing); Khuyến khích văn hóa chia sẻ (giving culture) và trách nhiệm đối với XH. Với cách tiếp cận này, năm 2006, chính phủ Anh đưa ra Kế hoạch hành động về DNXH, trong đó có sự tham gia liên ngành của 12 Bộ, ngành khác nhau như: Bộ Kinh doanh, DN và Cải cách thể chế; Bộ Y tế; Bộ Trẻ em, trường học và gia đình, cũng như Văn phòng Khu vực thứ Ba để thúc đẩy và hỗ trợ DNXH.

Thứ ba, cần xem DNXH là mô hình tổ chức có thể áp dụng cho nhiều loại hình tổ chức từ NGO cho đến DN thông thường. Mặc dù, trong quá trình thể chế hóa lĩnh vực này, chúng ta có thể bổ sung một loại hình DN riêng biệt cho DNXH, nhưng các DNXH không bị ràng buộc phải đăng ký hoặc chuyển đổi sang hình thức pháp lý này. Kinh nghiệm của Anh và Singapor,... trong lĩnh vực này là rất đáng tham khảo. Trên thực tế, một số tổ chức của các quốc gia này sau nhiều năm nỗ lực tách DNXH ra khỏi khu vực NGO nhưng cuối cùng cũng phải thừa nhận DNXH có thể hoạt động trên nền tảng NGO.

Thứ tư, cần có một văn bản pháp quy định loại hình và các tiêu chí của DNXH. Trước hết, một khung pháp lý cần được xây dựng dành riêng cho DNXH và hoạt động của các DNXH. Đây vừa là những viên gạch đầu tiên trong quá trình thể chế hóa DNXH, vừa là bước thăm dò, chuẩn bị cho khả năng luật hóa lĩnh vực này khi khối DNXH đã có sự phát triển lớn mạnh và cung cấp cơ sở thực tiễn dồi dào hơn. DNXH tại Việt Nam phải được định nghĩa một cách rõ ràng, thống nhất. Các tiêu chí thể hiện đặc điểm bắt buộc và linh hoạt của DNXH cũng cần được xác định rõ ràng.

Thứ năm, DNXH có thể thuộc thành phần sở hữu nhà nước. Thực chất, nếu chúng ta có một loại hình pháp lý riêng biệt cho DNXH (tương tự như ở Anh), thì các DN nhà nước công ích, đơn vị sự nghiệp, tổ chức KH&CN (vốn đã được khuyến khích thành lập DN) có thể chuyển đổi và đăng ký dưới hình thức DNXH đó. Một trong những hướng giải quyết khả thi có thể là Nhà nước nên thường xuyên mở rộng các cơ hội để các DNXH tham gia đấu thầu, được đặt hàng, cạnh tranh bình đẳng và công khai minh bạch với các tổ chức của Nhà nước để thực hiện các chương trình phúc lợi XH, dịch vụ công ích của Nhà nước. Hiện nay, chúng ta đã có nhiều văn bản pháp luật quy định về vấn đề này, nhưng hiệu lực thực thi còn rất hạn chế.

4. Kết luận

Có thể thấy rằng, DNXH chính là một “miếng ghép” còn thiếu trong bức tranh đã có chỗ đứng của các DN nhà nước, DN tư nhân, và NGOs trong thời kỳ hội nhập quốc tế sâu rộng của nước ta hiện nay. Mỗi khu vực nói trên có ưu thế riêng và vai trò đặc thù của mình. Tuy nhiên, DNXH có thể được xem như một giải pháp tối ưu để bổ trợ cho những điểm yếu của các khu vực còn lại như việc phát huy các sáng kiến XH, huy động nguồn lực tiềm tàng cả về trí tuệ và vật chất trong dân, tính hiệu quả, bền vững của giải pháp XH,... Đã đến lúc, Nhà nước cần có một sự công nhận chính thức dành cho mô hình DNXH và vai trò của các DNXH. Các cơ chế, chính sách cần sớm được xây dựng để tạo lập khung khổ pháp lý ổn định cho hoạt động của các DNXH, tạo điều kiện thuận lợi cho các sáng kiến XH được dễ dàng triển khai hơn trong thực tế, khuyến khích và thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ tinh thần DNXH ở Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. British Council - CSIP - Spark, (2011), *Báo cáo Kết quả khảo sát doanh nghiệp xã hội Việt Nam 2011*.
2. CIEM, (2012), *Doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam - Khái niệm, bối cảnh và chính sách*.
3. GEM Việt Nam, (2015), *Chỉ số Khởi nghiệp Việt Nam năm 2014*.
4. Gladius, Kulothungan, (2014), *Genesis of Social Entrepreneurship*.
5. Kerlin & Pollak, (2006), *Nonprofit commercial revenue: Areplacement for decling government grants and private contribution*.
6. Lien Foundation (2007), *State of Social Enterprise in Singapore, management report , August*.

Ngày nhận bài: 19/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2020

Thông tin tác giả:

TS. TRẦN MINH ĐỨC

Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn

Trường Đại học Thủ Dầu Một

**SOME SOLUTIONS TO VIETNAM FOR DEVELOPING
THE SOCIAL ENTERPRISE MODEL**

● Ph.D **TRAN MINH DUC**

Faculty of Social Sciences and Humanities,
Thu Dau Mot Universit

ABSTRACT:

Social enterprises have many advantages and potential which are derived from the non-profit nature and sustainable social goals of their business model. In the world, many countries have issued policies to encourage and promote the growth of social enterprises. These policies are based on the view that the governments need to cooperate and share the responsibility for providing welfare with social enterprises to achieve better outcomes. In the context of Vietnam's economic integration with emerging social problems and increasingly changing environment, it is necessary for Vietnam to draw lessons from developed countries' experiences in supporting the development of social enterprises in order to achieve the country's goal of comprehensive and sustainable development. This article analyzes the activities of social enterprises in some developed countries and proposes some solutions for Vietnam to develop the social enterprise model in the coming time.

Keywords: Enterprise, social enterprise, work, business, society.

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN KHOA DƯỢC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC LẠC HỒNG KHI MUA HÀNG TẠI CÁC NHÀ THUỐC GPP

● NGUYỄN THỊ BÍCH THÙY

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên Khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng khi mua hàng tại các nhà thuốc GPP (Pharmacy Practice tạm dịch là Thực hành tốt nhà thuốc - Theo wikipedia.org), dựa trên mô hình SERQUAL. Mẫu nghiên cứu được thực hiện khảo sát online theo các nhóm lớp sinh viên ngành phân phối và bệnh viện hai khóa 2014 và 2015, với khoảng 400 sinh viên.

Kết quả thu được sau khi tiến hành kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích EFA, phân tích tương quan và chạy hồi quy tìm ra được 4 yếu tố ảnh hưởng, bao gồm: Tin cậy về quy định; Tin cậy về chất lượng phục vụ; Phương tiện hữu hình; Đảm bảo chất lượng.

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả có một số gợi ý nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng cũng như đưa ra các giải pháp cho sinh viên Khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng trong hoạt động kinh doanh sản phẩm dược thời gian tới.

Từ khóa: Hài lòng, sinh viên Khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng, mua hàng, nhà thuốc GPP.

1. Đặt vấn đề

Kênh phân phối sản phẩm dược trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng bao gồm nhiều cấp trung gian, từ nhà phân phối sỉ nước ngoài, trong nước; chợ sỉ; các bệnh viện; phòng khám... Tại Việt Nam, ta không thể không nhắc đến nhà thuốc GPP - một thành phần trung gian không thể thiếu trong kênh phân phối sản phẩm dược, nơi có vai trò rất quan trọng trong việc chuyển tiếp sản phẩm dược đến người tiêu dùng. Câu hỏi được đặt ra ở đây, đó là liệu những nhà thuốc này có thực sự làm hài lòng khách hàng?

Với mong muốn tìm hiểu về sự hài lòng của sinh viên khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng khi mua hàng tại các nhà thuốc GPP, tác giả tiến hành thực hiện đề tài “Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên Khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng khi mua hàng tại các nhà thuốc GPP”.

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất các gợi ý nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng cũng như đưa ra các giải pháp cho sinh viên Khoa Dược, nhất là sinh viên ngành phân phối, bệnh viện... để chấp cánh những ý tưởng kinh doanh trong tương lai, dựa trên sự đánh giá của

chính những người am hiểu về lĩnh vực phân phối sản phẩm dược.

2. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

2.1. Nhà thuốc GPP và yêu cầu đạt chuẩn nhà thuốc GPP

Thuốc hay dược phẩm là một loại hàng hóa đặc biệt, liên quan đến sức khỏe và tính mạng con người. Người kinh doanh dược phẩm ngoài chịu sự tác động của các quy luật kinh tế còn phải tuân thủ các quy định của ngành Dược. Theo quy định của Bộ Y Tế, các nhà thuốc phải đạt chuẩn GPP từ ngày 01/01/2011 và các quầy thuốc phải đạt chuẩn GPP từ ngày 01/01/2013.

Theo Chỉ thị số 01/2008/CT-BYT, GPP (Good Pharmacy Practice - Thực hành tốt nhà thuốc) được hình thành nhằm hoàn chỉnh tiến trình phân phối thuốc đạt chất lượng, giá cả ổn định, tạo hiệu quả tối đa trong điều trị và an toàn cho người sử dụng tại các nhà thuốc. GPP bao gồm các nguyên tắc cơ bản về chuyên môn và đạo đức trong thực hành nghề nghiệp tại nhà thuốc (nguyên tắc quản lý và tiêu chuẩn kỹ thuật).

2.2. Sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ của nhà thuốc

Theo Kotler (2001), sự hài lòng của khách hàng là mức độ trạng thái, cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ và những kỳ vọng của họ.

Nghiên cứu của Zeithaml và Bitner (2000) về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng cũng cho thấy, mối quan hệ tổng quát về sự hài lòng bao gồm: chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm và giá cả. Ngoài ra, sự hài lòng còn bị tác động bởi yếu tố tình huống và yếu tố cá nhân.

Nghiên cứu của Curry và Sinclair (2002) cũng chỉ ra mối quan hệ giữa chất lượng của sản phẩm/dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Theo đó, nếu chất lượng của sản phẩm hay dịch vụ cung cấp đáp ứng được như kỳ vọng sẽ dẫn tới sự hài lòng của khách hàng và ngược lại thì sẽ dẫn đến sự không hài lòng của họ.

Tổng hợp từ những định nghĩa trên, theo tác giả, sự hài lòng của khách hàng đối với nhà thuốc là sự thỏa mãn của khách hàng khi sản phẩm đáp ứng

được chất lượng, giá cả và dịch vụ kèm theo. Sự hài lòng của khách hàng thể hiện ở lòng trung thành, khả năng giới thiệu bạn bè và người thân, sự hài lòng về mặt tổng thể...

2.3. Mô hình lý thuyết đề xuất

Nhiều mô hình nghiên cứu lý thuyết về sự hài lòng của khách hàng trên thế giới được ứng dụng trong các nghiên cứu thực tế. Thứ nhất là, mô hình “Các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ theo Mô hình SERVQUAL - Parasuraman và cộng sự (1985). Theo Parasuraman, chất lượng dịch vụ được cấu thành bởi 5 yếu tố và các yếu tố này đã được áp dụng khá phổ biến và rất thích hợp để đánh giá chất lượng của rất nhiều loại hình dịch vụ - như tài chính, ngân hàng, ăn uống, khách sạn..., bao gồm: 1. Độ tin cậy (Reliability): “Thực hiện dịch vụ đúng như đã cam kết, cung cấp dịch vụ một cách đáng tin cậy, chính xác.”; 2. Sự đảm bảo (Assuarance): “Kiến thức và tác phong của nhân viên phục vụ, cũng như khả năng gây lòng tin và sự tín nhiệm của họ.”; 3. Tính hữu hình (Tangibles): “Điều kiện vật chất, thiết bị và hình thức bên ngoài của nhân viên phục vụ.”; 4. Sự cảm thông (Empathy): “Quan tâm, lưu ý cá nhân đối với từng khách hàng.”; 5. Trách nhiệm (Responsiveness): “Sẵn lòng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ mau lẹ.”

Mô hình lý thuyết điển hình thứ 2, được kế thừa từ mô hình thứ nhất, là mô hình SERVPERF, (Cronin và Taylor, 1992) cho rằng, mức độ cảm nhận của khách hàng đối với thực hiện dịch vụ của doanh nghiệp phản ánh tốt nhất chất lượng dịch vụ. Theo mô hình SERVPERF: Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận. Kết luận này đã được đồng tình bởi các tác giả khác như Lee và cộng sự (2000), Brady và cộng sự (2002). Bộ thang đo SERVPERF cũng sử dụng 22 mục phát biểu tương tự như phần hỏi về cảm nhận của khách hàng trong mô hình SERVQUAL, bỏ qua phần hỏi về kỳ vọng...

Việt Nam cũng có nhiều nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng khi mua thuốc tại các nhà thuốc GPP ở các tỉnh, thành khác nhau nhưng điểm chung đều ứng dụng mô hình SERVQUAL hoặc SERVPERF trong nghiên cứu:

a. Hà Nam Khánh Giao và Trần Ngọc Thi (2011) phân tích về các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ của các chuỗi nhà thuốc ở TP. Hồ Chí Minh. Ứng dụng mô hình SERVQUAL, các tác giả kết luận: Chất lượng dịch vụ của chuỗi nhà thuốc chịu ảnh hưởng bởi 4 thành phần: Chất lượng nhân viên; Đồng cảm; Phương tiện hữu hình; Tin cậy. Trong đó, thành phần chất lượng nhân viên tác động mạnh nhất, phương tiện hữu hình tác động mạnh thứ hai, còn lại là sự đồng cảm và mức độ tin cậy.

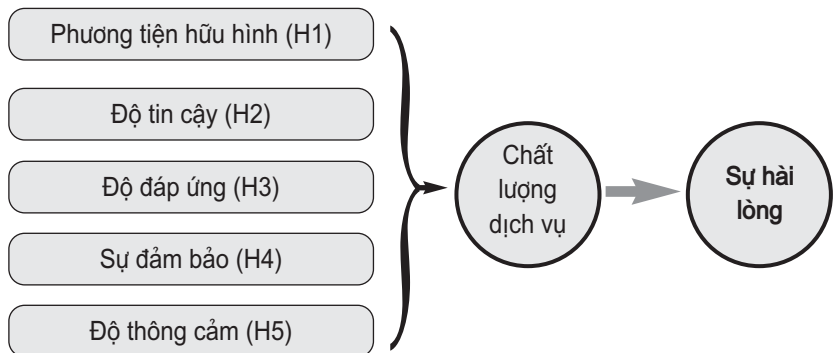
b. Đặng Thị Kiều Nga, Nguyễn Thị Quỳnh Nga, Nguyễn Thị Hải Yến (2014), Nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ nhà thuốc GPP với sự hài lòng của khách hàng trên địa bàn 5 huyện của TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu từ việc ứng dụng mô hình SERVQUAL cho thấy, tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng lần lượt là: phương tiện hữu hình; đồng cảm; tin cậy; năng lực phục vụ; đáp ứng và giá cả.

c. Trần Thị Thu Hiền, Nguyễn Văn Ngọc (2015), ngoài việc sử dụng các nhân tố trong mô hình SERVPERF, nhóm tác giả đề xuất đưa thêm vào 2 nhân tố - là chất lượng thuốc và giá cả, để tìm ra được các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi mua thuốc tại các nhà thuốc trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa. Theo đó, ứng với thứ tự tầm quan trọng của các yếu tố từ cao đến thấp: nhân tố cảm thông, nhân tố đáp ứng, nhân tố chất lượng thuốc, nhân tố giá cả, nhân tố hữu hình. 2 thành phần có rất ít tác động đến sự hài lòng là độ tin cậy và sự đảm bảo.

Nhận thấy mô hình SERVQUAL có thể sử dụng cho nhiều ngành nghề nên tác giả chọn mô hình SERVQUAL - Parasuraman và cộng sự (1985) làm mô hình nghiên cứu chính, kết hợp tham khảo các nghiên cứu trong nước để xây dựng thang đo. Sự khác biệt của đề tài nghiên cứu này nằm ở chỗ đối tượng khảo sát là những sinh viên Khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng, Đồng Nai - những

người am hiểu nhiều về lĩnh vực dược phẩm. Cũng bởi lẽ đó, họ sẽ có sự nhạy cảm hơn trong việc cảm nhận sự hài lòng tại các nhà thuốc. Từ lập luận trên, tác giả có mô hình nghiên cứu đề xuất với các giả thiết như sau: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

- Giả thiết H1: Phương tiện hữu hình tại nhà thuốc có tác động cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Phương tiện hữu hình là những yếu tố thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên bán thuốc, các trang thiết bị để thực hiện kinh doanh tại nhà thuốc, như: trang phục blouse trắng, có bảng tên, máy lạnh, phần mềm quản lý thuốc...

- Giả thiết H2: Độ tin cậy của nhà thuốc có tác động cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Độ tin cậy là việc thể hiện khả năng thực hiện việc bán hàng chuyên nghiệp, chất lượng ngay từ lần đầu, có trách nhiệm với việc cam kết và phục vụ khách hàng.

- Giả thiết H3: Độ đáp ứng của nhà thuốc có tác động cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Độ đáp ứng là việc thể hiện sự sẵn lòng của nhân viên bán thuốc trong mọi hoàn cảnh, dù có thể giao dịch không thành công.

- Giả thiết H4: Sự bảo đảm của nhà thuốc có tác động cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Sự bảo đảm là thể hiện trình độ chuyên môn, phục vụ khách hàng đạt chất lượng và hiệu quả cao.

- Giả thiết H5: Độ cảm thông của nhà thuốc có tác động cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Độ cảm thông là thể hiện sự quan tâm, chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng, hiểu và đồng cảm với nhu cầu của khách.

3. Đối tượng, phương pháp nghiên cứu và thiết kế thang đo nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu:

Là sự hài lòng của khách hàng khi mua thuốc tại các nhà thuốc GPP. Đối tượng khảo sát là sinh viên khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng - thuộc các chuyên ngành phân phối và bệnh viện.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Nghiên cứu sơ bộ

Tác giả lựa chọn thang đo Likert 5 điểm để sử dụng trong nghiên cứu này, dựa vào thang đo SERQUAL để đo lường các yếu tố tác động đến sự hài lòng của sinh viên.

Nghiên cứu định tính sơ bộ thông qua phỏng vấn sâu những đối tượng như: chủ nhà thuốc là sinh viên, sinh viên ngành phân phối, nhằm mục đích điều chỉnh và bổ sung thang đo chất lượng dịch vụ SERQUAL cho phù hợp. Thang đo thu được sẽ là thang đo dùng để phát triển thành bảng câu hỏi. Từ đó, phỏng vấn thử với một số sinh viên để xây dựng bảng câu hỏi hoàn thiện.

Để kiểm tra độ tin cậy của thang đo này, tác giả tiến hành nghiên cứu định lượng sơ bộ với 50 sinh viên khoa Dược đã và đang học tập tại Trường Đại học Lạc Hồng. Đó là những khách hàng đã, đang và sẽ tiếp tục mua thuốc tại các cửa hàng thuốc GPP. Bước này được thực hiện nhằm hình thành bảng câu hỏi chính thức, phục vụ cho các bước nghiên cứu tiếp theo.

Thang đo chính thức gồm 5 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên Khoa dược khi mua thuốc tại các nhà thuốc GPP với 23 biến độc lập và 3 biến hài lòng: 1) Phương tiện hữu hình (HH); 2) Độ tin cậy (TC); 3) Độ đáp ứng (DU); 4) Sự đảm bảo (DB); 5) Sự cảm thông (CT).

Thang đo sự hài lòng của sinh viên Khoa dược, Trường Đại học Lạc Hồng khi mua thuốc tại các nhà thuốc GPP được hình thành dựa trên cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu của các tác giả Đặng Thị

Kiều Nga, Nguyễn Thị Quỳnh Nga, Nguyễn Thị Hải Yến (2014), Trần Thị Thu Hiền, Nguyễn Văn Ngọc (2015).

Kết quả thực hiện nghiên cứu định lượng sơ bộ cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của từng thang đo đều lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Do đó, các thang đo đủ tiêu chuẩn để đưa vào nghiên cứu chính thức. Sau khi nghiên cứu sơ bộ, tác giả tiến hành nghiên cứu chính thức với 23 biến quan sát trong 5 yếu tố ảnh hưởng và 3 biến quan sát đo lường sự hài lòng của sinh viên khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng.

3.2.2. Nghiên cứu chính thức

Mẫu điều tra phục vụ nghiên cứu được triển khai thực hiện bằng cách khảo sát online các sinh viên đã và đang học tại Khoa Dược, Đại học Lạc Hồng chuyên ngành phân phối và bệnh viện, theo các nhóm lớp, các khóa trong hai năm 2014 và 2015.

Thông thường có 2 cách chọn mẫu:

- Dựa theo nghiên cứu của Hair, Anderson, Tatham và Black (1998) cho tham khảo về kích thước mẫu dự kiến. Theo đó, kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát. Đây là cỡ mẫu phù hợp cho nghiên cứu có sử dụng phân tích nhân tố (Comrey, 1973; Roger, 2006). $n=5*m$, với m là số lượng câu hỏi trong bài.

- Đối với phân tích hồi quy đa biến: cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức là $n=50 + 8*m$ (m : số biến độc lập) (Tabachnick và Fidell, 1996), với m là số lượng nhân tố độc lập, chứ không phải là số câu hỏi độc lập.

Để thỏa mãn 2 công thức trên, nghiên cứu phải thực hiện số mẫu khảo sát tối thiểu là: $n = 50 + 8*23 = 234$ phiếu. Bằng cách thực hiện khảo sát gần 400 sinh viên vào tháng 4/2020, kết quả thu được 287 phiếu khảo sát. Sau khi làm sạch, loại bỏ các mẫu khảo sát không đủ điều kiện, mẫu đạt yêu cầu là 279 mẫu.

Kết quả thu về được thể hiện qua bảng thống kê như sau: (Bảng 1)

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định độ tin cậy thang đo lường các khái niệm nghiên cứu

Thực hiện kiểm định độ tin cậy của 5 yếu tố gồm 23 các biến độc lập và 1 yếu tố gồm 3 biến

Bảng 1: Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Biến	Nội dung
Giới tính	Nam: 32,7% - Nữ 67,3%
Độ tuổi	Từ 20-30: 69,8% - Từ 30-40: 19,4% - Từ 40-50: 10,8%
Thu nhập	Từ 2-3 triệu: 25,9% - Từ 3-8 triệu: 25,9% - Trên 8 triệu: 20,9% - Khác: 27,3%
Vị trí nhà thuốc	TP.HCM: 23,7% - Bình Dương: 13,7% - Đồng Nai: 56,8%
Thương hiệu	Chuỗi nhà thuốc: 31,7% - Cửa hàng tư nhân: 68,3%

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

độc lập. Kết quả loại 1 biến DU1 (Nhân viên luôn có mặt tại quầy để giao dịch với khách hàng) vì có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn Cronbach's Alpha thuộc yếu tố đáp ứng (DU). Độ tin cậy Cronbach's Alpha của các yếu tố mới lần lượt là: HH (0,799); TC (0,721); DU (0,821); DB(0,843); CT(0,824) và độ tin cậy của biến phụ thuộc HL(0,796).

Tất cả các yếu tố đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 và hệ số phương sai biến tổng của từng biến quan sát đều lớn hơn 0,3 nên hội tụ đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố (EFA) cho bước nghiên cứu tiếp theo.

Kết quả phân tích nhân tố cho các biến độc lập: Sau khi loại các biến quan sát không đạt yêu cầu do hệ số tải cùng đo lường hai nhân tố chênh lệch nhỏ hơn 0,3; tác giả thực hiện phân tích nhân tố lần 2 cho ra kết quả nhóm các nhân tố, được đặt tên và ký hiệu mới theo Bảng 2.

Bảng 2: Kết quả phân tích nhân tố

Yếu tố	Tên biến	Ma trận thành phần xoay				
		1	2	3	4	5
Sự đảm bảo chất lượng (DBCL)	DB4	0.802				
	DB1	0.786				
	CT1	0.782				
	CT3	0.777				
	DB3	0.744				
	CT4	0.739				
	DB2	0.729				
	CT2	0.725				
Đáp ứng quy trình (DUQT)	DU2		0.887			
	DU3		0.854			
	DU4		0.832			
Phương tiện hữu hình (PTHH)	HH2			0.846		
	HH1			0.802		
	HH3			0.636		
Tin cậy về quy định (TCQD)	TC1				0.891	
	TC2				0.879	
Tin cậy về chất lượng phục vụ (TCPV)	TC4					0.782
	TC3					0.773

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả xử lý SPSS)

Hệ số KMO = 0,817 > 0,5; điều này cho thấy việc phân tích dữ liệu phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Đồng thời, kiểm định Bartlett's có sig = 0.000 < 0,05 nên phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là phù hợp. Kết quả phân tích có 5 nhân tố đã rút trích tại eigenvalue là 1,007 > 1 và tổng phương sai trích dùng để giải thích nhân tố là 67,680% > 50% đạt yêu cầu. Khi đó có thể nói rằng, các yếu tố này có thể giải thích 67,680% biến thiên của dữ liệu nên thỏa mãn điều kiện phân tích nhân tố.

Tương tự, Phân tích nhân tố cho biến phụ thuộc: Kết quả cho thấy 3 biến quan sát của thang đo sự hài lòng của sinh viên khoa Dược được nhóm thành một nhân tố và giá trị eigenvalue là 2,163 > 1. Hệ số tải của 3 biến quan sát đều lớn hơn 0,5 và tổng phương sai trích dùng để giải thích nhân tố là 71,194%. Như vậy, phân tích nhân tố đạt yêu cầu để thực hiện hồi quy ở bước tiếp theo.

4.2. Kết quả kiểm định các giả thuyết của mô hình

Thực hiện kiểm định tương quan đạt yêu cầu, thực hiện hồi quy cho ra kết quả mô hình có yếu tố DUQT (Đáp ứng quy trình) không đạt yêu cầu vì có sig. = 0,183 > 0,05; yếu tố này không tác động đến sự hài lòng của sinh viên Khoa Dược Trường Đại học Lạc Hồng tại các nhà thuốc GPP. Kết quả mô hình có R2 là 0,527 và R2 điều chỉnh

là 0,516 cho thấy mức độ phù hợp của mô hình là 51,6%. Nói cách khác, mô hình này giải thích được 51,16% sự biến thiên của nhân tố sự hài lòng của khách hàng là do các biến độc lập trong mô hình tác động. 48,4% sự biến thiên còn lại được giải thích bởi các biến khác ngoài mô hình mà trong phạm vi của đề tài nghiên cứu này chưa đề cập đến. Ngoài ra, hệ số Durbin là 2,109 - nằm trong khoảng từ 1 đến 3, nên không xảy ra hiện tượng tự tương quan, điều này có ý nghĩa là mô hình không vi phạm giả thuyết về tính độc lập của sai số. (Bảng 3)

Số liệu cho thấy độ chấp nhận của biến (Tolerance) khá cao và tất cả các biến đều có VIF < 2, do đó không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến và mô hình hồi quy là phù hợp. Hệ số â chuẩn hóa để đánh giá mức độ tác động của các yếu tố về sự hài lòng của khách hàng đến sự hài lòng của sinh viên (cũng là khách hàng). Hệ số â chuẩn hóa được dùng để so sánh mức độ tác động của các biến độc lập đến các biến phụ thuộc. Biến độc lập nào có trọng số này càng lớn có nghĩa là biến đó có tác động mạnh vào biến phụ thuộc (theo Nguyễn Đình Thọ, 2013).

Theo kết quả cho thấy, yếu tố Tin cậy về quy định có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên (với â = 0,252). Điều này được hiểu, việc thực hiện đúng quy định cam kết với khách hàng sẽ

Bảng 3: Kết quả hồi quy tuyến tính của từng biến

Mô hình	Hệ số Beta chưa chuẩn hóa		Hệ số Beta chuẩn hóa	T	Sig.	Đo lường đa cộng tuyến	
	B	Sai số	Beta			Độ chấp nhận của biến	VIF
	.820	.265		3.099	.002		
DBCL	.155	.073	.134	2.110	.036	.526	1.901
DUQT	.050	.038	.062	1.335	.183	.977	1.023
PTHH	.170	.043	.209	3.993	.000	.769	1.300
TCQD	.197	.044	.252	4.482	.000	.665	1.505
TCPV	.231	.054	.251	4.254	.000	.604	1.654

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả xử lý SPSS)

có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên. Lần lượt các yếu tố tác động sự hài lòng là sự tin cậy về chất lượng phục vụ (với $\hat{a} = 0,251$), phương tiện hữu hình (với $\hat{a} = 0,209$), đảm bảo chất lượng (với $\hat{a} = 0,134$).

5. Kết luận

Qua kết quả phân tích cho thấy sự hài lòng của sinh viên Khoa Dược, Đại học Lạc Hồng khi mua hàng tại các nhà thuốc GPP được đo lường bởi 5 yếu tố, trong đó yếu tố Tin cậy về quy định có tác động mạnh nhất và việc đảm bảo chất lượng có mức độ hài lòng thấp nhất. Đó là thực trạng chung hiện nay của ngành Dược Việt Nam khi nguồn gốc của các sản phẩm dược còn chưa rõ ràng, nhất là tại các nhà thuốc lẻ, không có quy trình cung ứng thuốc đồng bộ, mỗi nhà thuốc có một cách hoạt động riêng. Mặt khác, thuốc tại Việt Nam đa phần là thuốc Generic - có chất lượng ở mức độ trung bình, cộng thêm các vấn đề liên quan đến dược phẩm giả, dược phẩm kém chất lượng, không rõ nguồn gốc, xuất xứ vẫn còn nhiều.

Các cơ quan chức năng chưa kiểm soát hết vấn đề này nên ít nhiều ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên Khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng - những người am hiểu về sản phẩm dược nói riêng

và sự hài lòng của khách hàng tại các nhà thuốc GPP nói chung. Kết quả nghiên cứu này sẽ là tham khảo hữu ích cho sinh viên Khoa Dược trong việc xây dựng quy trình cung ứng sản phẩm dược. Và trên hết, để đạt kết quả kinh doanh cao nhất thì ta phải lấy yếu tố chất lượng đặt lên hàng đầu.

Nghiên cứu này đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên Khoa Dược, Trường Đại học Lạc Hồng, chuyên ngành phân phối và bệnh viên - những sinh viên đã, đang và sắp làm trong ngành phân phối sản phẩm dược trên thị trường Việt Nam và cả ở nước ngoài. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu thực hiện trên nhiều sinh viên các hệ khác nhau, sẽ có sinh viên đã đi làm và chưa đi làm nên quan điểm về mặt hài lòng khi mua hàng tại các nhà thuốc sẽ không giống nhau. Bên cạnh đó, mô hình này có 48,4% sự biến thiên còn lại được giải thích bởi các nhân tố khác. Chẳng hạn, dược phẩm cũng là một loại hàng hóa. Đây là loại hàng hóa đặc biệt nên yếu tố về mặt giá cả sẽ ảnh hưởng đến sự hài lòng và yếu tố về chất lượng thuốc lẻ với thuốc kê đơn cũng có thể khác nhau. Nên chăng các vấn đề này cũng cần đề xuất xem xét trong hướng nghiên cứu tiếp theo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hà Nam Khánh Giao và Trần Ngọc Thi (2011). Nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ của các chuỗi nhà thuốc tại TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Đại học Công nghiệp*.
2. Trần Thị Thu Hiền, Nguyễn Văn Ngọc (2015). Đánh giá chất lượng dịch vụ của các nhà thuốc trên địa bàn Tỉnh Khánh Hòa. *Tạp chí Khoa học - Công nghệ Thủy sản*.
3. Đặng Thị Kiều Nga, Nguyễn Thị Quỳnh Nga, Nguyễn Thị Hải Yến. (2014). Nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ nhà thuốc GPP với sự hài lòng của khách hàng trên địa bàn 5 huyện của thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Y - Dược học quân sự*, số tháng 06/2014.
4. Nguyễn Đình Thọ (2013). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nhà xuất bản Lao động Xã hội Hà Nội.
5. Oliver, R. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-430.
6. Oliver, R. L. & W. O. Bearden (1985). Disconfirmation processes and consumer evaluations in product usage. *Journal of business Research*, vol.13, 235-246.
7. Meesalaa, A. and Paulb, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services* 40 (2018) 261-269.

8. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication. *Journal of Marketing* (1985) 109.

Ngày nhận bài: 06/04/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/4/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ BÍCH THUY

Khoa Quản trị - Kinh tế Quốc tế, Trường Đại học Lạc Hồng

**FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION
OF STUDENTS STUDYING AT THE FACULTY OF PHARMACY,
LAC HONG UNIVERSITY WHEN MAKING PURCHASES
AT GPP PHARMACIES**

● **NGUYEN THI BICH THUY**

Faculty of International Business Administration
Lac Hong University

ABSTRACT:

This study is to find out factors affecting the satisfaction of students studying at the Faculty of Pharmacy, Lac Hong University when making purchases at GPP pharmacies by using the SERQUAL model. This study's samples were collected by surveying 400 students of distribution and hospital classes in 2014 and 2015 via the Internet. These samples were analysed by the Cronbach's alpha, EFA, correlation analysis and regression methods. The study finds that there are four factors affecting the satisfaction of students when making purchases at GPP pharmacies including (1) regulatory trust, (2) trust in service quality, (3) tangible means and (4) quality assurance; these factors are listed in descending order of influencing level. This study proposes some solutions to improve the satisfaction of customers when making purchases at GPP pharmacies as well as help students of the Faculty of Pharmacy, Lac Hong University better prepare their business plans in the near future.

Keywords: Satisfaction, students of the Faculty of Pharmacy, Lac Hong University, shopping, GPP pharmacies.

QUẢN TRỊ NHÂN SỰ DƯỚI ẢNH HƯỞNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

● NGUYỄN THỊ HOÀI

TÓM TẮT:

Ngày nay, việc đưa những ứng dụng thông minh vào thực hiện nghiệp vụ quản trị nguồn nhân lực đã dần trở nên thông dụng. Không thể phủ nhận rằng, năng lực kết nối kết quả công việc thực hiện trên các ứng dụng này đã cung cấp cho các nhà quản trị nhân sự và doanh nghiệp những thông tin đáng giá.

Bài viết phân tích sự thay đổi tất yếu của quản trị nguồn nhân sự trong cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0), đồng thời giới thiệu 10 xu hướng của quản trị nhân sự dưới ảnh hưởng của cuộc cách mạng này.

Từ khóa: Quản trị nguồn nhân lực, cách mạng công nghiệp 4.0, ứng dụng công nghệ.

1. Sự thay đổi tất yếu của quản trị nguồn nhân sự trong Cuộc cách mạng công nghệ 4.0

Trong hơn hai thập kỷ qua, các hoạt động quản trị nhân sự tại doanh nghiệp Việt Nam mới thực hiện được hầu hết các vai trò về hoạch định chính sách và hệ thống, thực thi và tư vấn thực thi chính sách ở 5 lĩnh vực chính, bao gồm: thiết kế công việc, tuyển dụng, đào tạo, đánh giá hiệu quả và trả lương.

Một số lĩnh vực còn lại thường bị thiếu hụt ở cấp độ phân tích, đánh giá hiệu quả hoạt động của chức năng và lập các báo cáo. Chỉ những

doanh nghiệp lớn mới đủ nguồn lực để phát triển tổ chức (tập trung chính vào phát triển văn hóa doanh nghiệp và môi trường làm việc), lộ trình nghề nghiệp (thường được làm dưới dạng hoạch định đội ngũ kế cận), quản lý những thông tin nhân sự tối thiểu, mà chưa thực hiện các nghiên cứu đánh giá và phân tích dữ liệu đủ tốt.

CMCN 4.0 - với đặc trưng của nền kinh tế số - dựa trên dữ liệu lớn, Internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo đã tạo nên một mô hình kinh doanh sáng tạo hết sức đa dạng cho doanh nghiệp. Hơn nữa, kinh tế chia sẻ đã khiến cho các khái niệm

về nguồn lực của doanh nghiệp hoàn toàn thay đổi.

Một doanh nghiệp du lịch lữ hành và nghỉ dưỡng như Agoda có thể không sở hữu bất cứ khách sạn và phương tiện chuyên chở nào; một tập đoàn bán lẻ như Alibaba, Amazon có thể không sở hữu hàng hóa họ bán; và công ty vận tải quy mô lớn như Uber, Lyft, Grab cũng không cần sở hữu bất cứ chiếc ô tô và thuê người lái nào. Với mô hình này, nguồn nhân lực của doanh nghiệp đã trở thành đối tác thay vì người làm thuê.

Cả hai bên đều có sự cạnh tranh trong lựa chọn đối tác, chính vì thế quản trị nhân sự đã điều chỉnh theo hướng mới, đòi hỏi người làm chính sách nhân sự phải truyền thông, xử lý vấn đề tốt và luôn ở quy mô lớn. Những nghiên cứu đa chiều về nhân sự cần được thực hiện thường xuyên, có chiều sâu. Hệ thống công cụ sử dụng trong nghiên cứu cũng trở nên vô cùng đa dạng và thông minh.

Mạng xã hội LinkedIn và Facebook được sử dụng để tuyển dụng, tìm nhà cung cấp dịch vụ, tìm kiếm đối tác hợp tác. Các ứng dụng mobile và tiện ích truy cập như Smart wifi, Member login được thiết kế hết sức đa dạng để thu thập dữ liệu lớn phân tích hành vi, đặc tính, nhu cầu hoặc ý kiến phản hồi của người lao động.

Hiện nay, người làm quản trị nguồn nhân lực (QTNNL) chuyên nghiệp là những người được đào tạo bài bản về quản trị kinh doanh và QTNNL trong môi trường hàn lâm. Sau đó, họ liên tục cập nhật kiến thức, công cụ và xu hướng quản trị mới trong quá trình làm việc.

Các hoạt động QTNNL đòi hỏi bộ phận nhân sự trong doanh nghiệp phải có khả năng thực hiện các khảo sát, nghiên cứu và phân tích bài bản, dựa trên các mô hình thống kê và mô hình khái niệm của từng vấn đề. Nhà QTNNL phải đặt ra các yêu cầu thiết kế và khai thác sử dụng các phần mềm QTNNL chuyên biệt của doanh nghiệp. Đồng thời sử dụng cùng các ứng dụng khác để phục vụ cho việc xử lý các vấn đề nhân

sự, xây dựng chính sách cũng như giúp quá trình đưa ra quyết định của lãnh đạo doanh nghiệp trở nên nhanh chóng và chính xác hơn.

2. Xu hướng của quản trị nhân sự dưới ảnh hưởng của CMCN 4.0

Theo nghiên cứu thực hiện năm 2017 (Deloitte's 5th annual Global Human Capital Trends report and survey) của Deloitte Development LLC, ảnh hưởng của CMCN 4.0 và sự xuất hiện của thế hệ Z trong lực lượng lao động đã tạo nên những xu hướng mới trong quản trị nhân sự.

Xu hướng 1: Tổ chức của tương lai hiện hữu ngay hôm nay. Tốc độ của sự thay đổi và áp lực liên tiếp trong thời đại 4.0 khiến các chuyên viên nhân sự nhận thấy, việc xây dựng tổ chức của tương lai là một thách thức quan trọng cần làm ngay. Họ nhận thấy phải thiết kế lại một tổ chức mới, nhằm tích cực thích ứng được với tốc độ thay đổi của môi trường kinh doanh và lực lượng lao động, tạo nên sự nhạy bén của tổ chức.

Xu hướng 2: Phát triển nghề nghiệp và học tập theo thời gian thực. Bản thân những công việc thường xuyên phải thay đổi nhiệm vụ hoặc cách làm trong kỷ nguyên số đòi hỏi các kỹ năng mới luôn được trau dồi. Vì vậy, các công ty hướng tới những trải nghiệm học tập xuyên suốt, cho phép nhân viên xây dựng các kỹ năng nhanh chóng, dễ dàng và phù hợp với khả năng riêng của họ trong suốt quá trình làm việc và thăng tiến trên lộ trình nghề nghiệp.

Xu hướng 3: Sử dụng trí tuệ nhân tạo để tuyển dụng. Thu hút nhân tài hiện đã trở thành thử thách quan trọng mà các công ty phải đối mặt.

Hiện nay, việc tìm kiếm ứng viên được hỗ trợ bởi nhiều công cụ - như thông qua mạng xã hội, số liệu phân tích và các phần mềm quản trị doanh nghiệp tích hợp được khả năng nhận thức - để tìm kiếm nhân sự theo một cách mới. Quá trình kiểm tra năng lực ứng viên cũng được sử dụng trí tuệ nhân tạo, robot (chatbot), từ đó quyết định được đưa ra nhanh hơn và số lượng tuyển mộ nhân sự cũng lớn hơn.

Xu hướng 4: Trải nghiệm của nhân viên. Văn hóa doanh nghiệp và sự gắn kết là yếu tố tạo nên trải nghiệm của nhân viên. Trong kỷ nguyên mới, các doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao trải nghiệm của nhân viên, cho phép họ xây dựng cách thức tương tác trong công việc, trao đổi hai chiều một cách nhanh chóng với đồng nghiệp, cấp trên, cấp dưới và nhiều tiện ích thông tin, để họ có được động lực tốt khi thực thi công việc.

Xu hướng 5: Quản lý hiệu quả công việc có vai trò chủ đạo. Khoảng 5 năm trước, các công ty đã thử nghiệm những hướng tiếp cận mới trong quản trị hiệu quả làm việc. Hiện nay, nhiều công ty đang chú trọng đào tạo và lắng nghe phản hồi, triển khai những khuôn mẫu làm việc mới trên quy mô lớn hơn. Hướng tiếp cận mới đến việc quản trị hiệu suất làm việc đã góp phần tăng hiệu quả và thay đổi văn hóa tổ chức.

Xu hướng 6: Thu hẹp khoảng cách giữa lãnh đạo và nhân viên. Khi các mô hình tổ chức số hóa nổi lên, sự lãnh đạo cũng dần thay đổi. Ngày nay, các tổ chức đòi hỏi sự năng động, đa dạng, và cần những nhà lãnh đạo trẻ hoặc những mô hình lãnh đạo mới, không có ranh giới thang bậc và đơn giản hóa các thủ tục để tăng tốc phát triển doanh nghiệp. Nhiều công ty đã trao quyền cho nhân viên nhiều hơn để tạo được những hạt giống lãnh đạo mới, thúc đẩy tổ chức thay đổi phù hợp với kỷ nguyên số.

Xu hướng 7: Quản trị nhân sự số bao trùm nền tảng công nghệ, con người và công việc. Khi cả doanh nghiệp tiến tới kỹ thuật số, quản trị nhân sự phải trở thành người dẫn đầu trong tổ chức số hóa ấy. Nghĩa là, phát triển nguồn nhân lực thế hệ mới trong không gian làm việc kỹ thuật số, áp dụng công nghệ để thay đổi cách làm việc và liên kết trong công việc. Ngày nay, những nền tảng mới và sự đa dạng của các công cụ đã giúp

ích cho việc xây dựng tổ chức và nguồn nhân lực thế hệ mới.

Xu hướng 8: Phân tích nhân sự để ra quyết định phù hợp. Dữ liệu về con người đặc biệt quan trọng trong quá trình ra quyết định và thực hiện công việc. Trước đây, chỉ có các chuyên viên dữ liệu mới thực hiện việc phân tích, nhưng hiện tại, việc này chính là chìa khóa hỗ trợ mọi thứ - từ vận hành, quản lý cho đến thu hút nhân tài và các hoạt động tài chính. Do vậy, bộ phận quản trị nhân sự không những cần thành thạo về kỹ thuật phân tích mà còn phải làm chủ các nội dung chuyên môn. Tuy nhiên, việc sẵn sàng tận dụng các số liệu phân tích con người vẫn còn là một thách thức ở mọi doanh nghiệp tại Việt Nam.

Xu hướng 9: Đa dạng và hội nhập các thành phần xã hội chưa thành hiện thực. Sự công bằng, tính hợp lý và sự hòa nhập nhân viên thuộc các thành phần xã hội là những vấn đề lớn ở các doanh nghiệp. Các nhà điều hành không thể bỏ chiến lược đa dạng hóa, tức là sử dụng nhân lực không phân biệt giới tính, độ tuổi, sắc tộc, tôn giáo, tình trạng sức khỏe (sử dụng cả người khuyết tật), địa lý. Tuy nhiên, những nỗ lực tuyển dụng, đào tạo và sử dụng nhân lực theo chiến lược trên vẫn tạo nên sự kỳ thị không có chủ ý trong cộng đồng doanh nghiệp.

Xu hướng 10: Tương lai của việc làm khi lực lượng lao động được phân hóa. Robot, AI, máy tính từ lâu đã trở thành xu hướng ứng dụng chủ đạo trong nền kinh tế mở. Các công ty giờ đây không chỉ sử dụng các lao động cố định mà còn hợp tác với những lao động tự do (freelancer) trong nền kinh tế thời vụ. Công nghệ cũng giúp cho kinh tế chia sẻ (sharing economy) được phát triển và lực lượng lao động từ đó phân hóa rõ nét hơn - giữa nhân sự cơ hữu và nhân sự thời vụ - tạo nên những thông lệ sử dụng đa dạng, giúp gia tăng hiệu quả cho doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Deloitte University Press (2017), *Rewriting the rules for the Digital age, Deloitte's 5th annual Global Human Capital Trends report and survey.*
2. McGuire, D.; Jorgensen, K.M. (2011), *Human Resource Development: Theory and Practice.* London: Sage.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả

ThS. NGUYỄN THỊ HOÀI

Khoa Quản trị kinh doanh

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**HUMAN RESOURCE MANAGEMENT
IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0**

● Master. **NGUYEN THI HOAI**

Faculty of Business Administration

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Nowadays, the use of smart applications to do human resource management is increasingly commonplace in businesses. The availability of smart applications and their ability to show staff's performance have helped HR managers and business managers valuable information for better managing and making decisions. This paper analyzes the inevitable changes in human resource management in the context of Industry 4.0 and introduces 10 trends of human resource management under the influence of this revolution.

Keywords: Human resource management, Industry 4.0, technology application.

TỰ CHỦ ĐẠI HỌC TRONG GIAI ĐOẠN CHUYỂN ĐỔI MÔ HÌNH TRƯỜNG ĐẠI HỌC: KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ ĐẠI HỌC TRÊN THẾ GIỚI VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

● ĐINH VĂN TOÀN - HOÀNG THỊ CẨM THƯƠNG

TÓM TẮT:

Cơ chế tự chủ đóng vai trò rất quan trọng đối với chuyển đổi trường đại học (ĐH) theo mô hình khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong bối cảnh hiện nay ở Việt Nam. Bài viết bàn luận về vấn đề tự chủ ĐH (TCĐH), trong đó tập trung sâu hơn vai trò của tự chủ về tổ chức đáp ứng yêu cầu đổi mới cơ cấu tổ chức và kinh nghiệm của một số trường ĐH trên thế giới. Bài viết đưa ra các hàm ý về chính sách nhằm thúc đẩy quá trình chuyển đổi các trường ĐH ở Việt Nam.

Từ khóa: Tự chủ đại học, trường đại học, chuyển đổi mô hình, đại học khởi nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Để thực hiện được sứ mệnh của mình và phát huy được cơ cấu quản trị ĐH tiên tiến trong giai đoạn hiện nay, các trường ĐH cần sự tự chủ cao trong các quyết định nội bộ. Tự chủ sẽ tạo động lực cho đổi mới nhằm đạt hiệu quả cao hơn trong mọi hoạt động của mình, đồng thời tạo điều kiện để đa dạng hóa các hoạt động trong nhà trường và tăng tính cạnh tranh về chất lượng giữa các cơ sở giáo dục ĐH. Trong giai đoạn hiện nay, tự chủ về tổ chức và quản lý có vai trò quyết định, bởi vì phát triển tổ chức để tăng cường hoạt động kết nối, thương mại hóa và khởi nghiệp kinh doanh là một yêu cầu tiên quyết ở các trường ĐH khởi nghiệp.

Trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu học thuật, bài viết phân tích, làm rõ về lý luận và thực tiễn vai trò của thực hiện TCĐH đối với chuyển đổi mô hình trường ĐH theo hướng ĐH khởi nghiệp. Đồng

thời phân tích một số kết quả đạt được về khởi nghiệp học thuật tại một số trường ĐH tiêu biểu tại Singapore, Hà Lan và New Zealand với sự khác biệt nhất định trong thiết chế quản lý giáo dục nhưng có nguyên nhân chung là ảnh hưởng tích cực của TCĐH sẽ minh họa rõ thêm nhận định này.

2. Tự chủ đại học

Cùng với sự ra đời của phương thức quản lý công mới, vào những năm 1980, quản lý giáo dục ĐH trên thế giới đã chuyển dần từ nhà nước kiểm soát sang mô hình nhà nước giám sát. Với xu hướng này, TCĐH được quan tâm trong giới nghiên cứu về quản trị cũng như các nhà hoạch định chính sách giáo dục. Tuy vẫn có những cách giải thích khác nhau, nhưng nói chung TCĐH nói về sự “tự quyết định các vấn đề của chính trường ĐH” trong thực hiện nhiệm vụ của mình. Nói cách khác, TCĐH được hiểu là mức độ độc lập cần có

của các trường ĐH trong tổ chức và quản trị nội bộ, giảm bớt các tác động, can thiệp từ bên ngoài.

Cho đến nay, vẫn chưa có một quan niệm thống nhất cho TCĐH về nội dung, phạm vi, mức độ giữa các các hệ thống giáo dục và quốc gia khác nhau. Tuy nhiên, có sự thống nhất trong nhiều nghiên cứu về quản trị ĐH và cũng phù hợp với lý thuyết quản lý công mới về xu hướng vận dụng cách quản lý của doanh nghiệp trên cơ sở phát huy quyền tự chủ của các trường ĐH để nâng cao hiệu quả hoạt động. Tùy theo trình độ phát triển kinh tế và truyền thống văn hóa, chế độ chính trị, thể chế giáo dục và sự sẵn sàng của các ĐH mà các quốc gia thực hiện TCĐH ở mức độ khác nhau. Song nói chung, TCĐH chỉ được thực hiện và tăng cường khi có sự cam kết liên tục và tích cực giữa nhà nước, các cơ quan quản lý ngành và các trường ĐH.

3. Vai trò của tự chủ trong chuyển đổi mô hình trường đại học

Để trở thành một ĐH khởi nghiệp, một trong những thách thức lớn đối với các ĐH theo mô hình truyền thống là cơ cấu và cơ chế hiệu quả để tích hợp được các hoạt động nghiên cứu khoa học với thương mại hóa (Chang và cộng sự, 2009). Các cơ chế này phụ thuộc sự đổi mới trong tổ chức và quản trị trường ĐH - từ chiến lược đến lãnh đạo, quản lý và điều hành và đặc biệt là mạng lưới kết nối với các ngành công nghiệp và thị trường. Tuy nhiên, Sporn (2001) cũng khẳng định ngoài mạng lưới bên ngoài thì một loạt các yếu tố trong nội bộ trường ĐH như: tầm nhìn, mục tiêu, cơ cấu tổ chức, quản lý, quản trị, lãnh đạo và văn hóa là quan trọng cho một ĐH khởi nghiệp.

Từ các kết quả nghiên cứu, Etzkowitz (2002) cho rằng bên cạnh mối liên kết gắn gũi với các doanh nghiệp và chính phủ, sự độc lập với các thể chế và hình thức tổ chức phù hợp để vốn hóa tri thức, đổi mới sáng tạo là những nhân tố quan trọng nhất thúc đẩy và đảm bảo mô hình trường ĐH khởi nghiệp. Lý thuyết cũng như các nghiên cứu thực nghiệm đã cho thấy chuyển đổi mô hình trường ĐH gắn liền với sự phát triển và đổi mới quản lý trong các trường theo hướng hiệu quả, gắn với kết quả đầu ra nhằm thỏa mãn các bên liên quan. Tăng tính tự chủ sẽ cho phép trường ĐH phát huy được các thế mạnh và tiềm năng vốn có - sáng tạo và chuyển giao tri thức.

Kết quả nghiên cứu về mô hình ĐH khởi nghiệp được công bố gần đây đã chỉ ra: để thực hiện sứ mạng và các mục tiêu hoạt động của mình, trường ĐH khởi nghiệp cần đổi mới cơ cấu tổ chức bộ máy, quản trị và phương thức vận hành (so với mô hình truyền thống) để tăng cường khai thác kết quả của các hoạt động học thuật (Dinh Van Toan, 2020). Tổng hợp của tác giả Chang và cộng sự (2016) cho thấy: trong cơ cấu của ĐH khởi nghiệp, các doanh nghiệp và các trung tâm nghiên cứu, hợp tác với ngành công nghiệp là các cấu phần quan trọng để triển khai các hoạt động khởi nghiệp kinh doanh. Các doanh nghiệp thường là công ty được hình thành từ ý tưởng, kết quả nghiên cứu, sáng tạo trong nhà trường, tiêu biểu là các spin-off (Farsi và cộng sự, 2012). Bên cạnh các đơn vị chuyên môn (khoa, bộ môn) và đơn vị chức năng (phòng, ban) vốn có của các trường ĐH truyền thống, ĐH khởi nghiệp có các đơn vị như văn phòng chuyển giao công nghệ và vườn ươm khởi nghiệp.

Như vậy, TCĐH xét ở khía cạnh tổ chức sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình chuyển đổi theo hướng ĐH khởi nghiệp. Đồng thời, quá trình chuyển đổi đặt ra yêu cầu tất yếu phải đổi mới cơ cấu tổ chức trong các trường ĐH. Sự đổi mới này mở ra cơ hội phân quyền, tạo động lực và thúc đẩy khởi nghiệp cho các cá nhân và đơn vị. Bên cạnh đó, tự chủ trong các quyết định linh hoạt hơn về tài chính để phù hợp với yêu cầu của các bên và hoạt động kinh doanh sẽ góp phần bù đắp nguồn thu thuần túy từ kinh phí đào tạo và nghiên cứu khoa học.

4. Kinh nghiệm từ một số trường đại học trên thế giới

4.1. Đại học NUS và đại học NTU, Singapore

Năm 2005, chính phủ Singapore chấp thuận các ĐH National University of Singapore (NUS), Nanyang Technological University (NTU) và Singapore Management University trở thành các “ĐH tự chủ” theo đề nghị của Ban Chỉ đạo Tài trợ, quản trị và tự chủ ĐH (University Autonomy, Governance and Funding Steering Committee). Đây là quyết định có tính chiến lược nhằm thúc đẩy việc tạo ra sự khác biệt và định hướng chiến lược riêng theo thế mạnh cho mỗi trường ĐH để đạt được thành tích xuất sắc về học thuật và khởi nghiệp.

Hiện nay, NUS và NTU là hai ĐH hàng đầu Singapore và châu Á. Hai ĐH này hoạt động theo mô hình trường ĐH khởi nghiệp với cơ chế doanh nghiệp phi lợi nhuận. Bên cạnh tự chủ về tài chính, tự chủ về tổ chức bộ máy là nhân tố quyết định giúp các trường linh hoạt hơn trong điều hành và tạo ra những bước đột phá trong khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Xét trên khía cạnh tổ chức bộ máy, chuyển đổi mô hình theo hướng ĐH khởi nghiệp nhấn mạnh vai trò của hội đồng trường như hội đồng quản trị/hội đồng thành viên trong quản trị công ty. Hội đồng trường đưa ra định hướng và quyết định các chiến lược, kế hoạch phát triển với các thay đổi mang tính tích cực, chủ động thực hiện, tổ chức quản lý và giám sát nội bộ việc thực thi để đạt được các mục tiêu. Bên cạnh việc được quyết định các vấn đề như: mức học phí khác nhau cho các chương trình đào tạo, chế độ linh hoạt để tuyển dụng, đãi ngộ nhân tài dựa trên thành tích và năng lực, các chính sách tài trợ cho hoạt động nghiên cứu, đầu tư cơ sở hạ tầng kỹ thuật, thì việc tự quyết định các chính sách trong lĩnh vực nghiên cứu khoa học, xây dựng và phát triển mạng lưới học thuật và khởi nghiệp toàn cầu đã mang lại kết quả vượt trội ở NUS về khởi nghiệp.

Thiết chế TCDH tại hai ĐH trên khuyến khích các trường đa dạng hóa các nguồn thu như: quỹ hiến tặng từ nhiều nguồn (cựu sinh viên, doanh nghiệp, chính quyền địa phương...); thu nhập từ sinh viên quốc tế; thu từ các hoạt động chuyển giao công nghệ và sản xuất, kinh doanh khác. Nhưng đặc biệt hơn, tính tự chủ trong quản trị giúp các trường mở rộng quan hệ đối tác, hợp tác với các doanh nghiệp bên ngoài, đồng thời tạo môi trường đổi mới sáng tạo để phát triển doanh nghiệp bên trong nhà trường thông qua hình thành các công ty spin-offs và startups (Đình Văn Toàn, 2019a).

4.2. Đại học Twente, Hà Lan

Trường ĐH Twente (UT) là một trong 13 trường ĐH đầu tiên tại Hà Lan do chính phủ thành lập. Trải qua quá trình phát triển hơn 50 năm, UT hiện nay được đánh giá là trường có mức độ khởi nghiệp cao nhất ở Hà Lan. Trong sứ mệnh của mình, UT tuyên bố là “trường đại khởi nghiệp (entrepreneurial university)”. Với cơ chế TCDH trong tổ chức và quản trị, UT trao quyền chủ động hoàn

toàn cho mỗi khoa, đơn vị trực thuộc nhà trường trong triển khai các hoạt động. Chính cách làm này đã thúc đẩy các đơn vị thành viên phát huy tiềm lực học thuật và nâng cao trách nhiệm trong sử dụng ngân sách hiệu quả nhất. Cũng từ đó, các sáng kiến khởi nghiệp đã được hình thành và phát triển hiệu quả.

Tiếp cận của UT trong chuyển đổi mô hình trường ĐH dựa theo mô hình các trường ĐH Hoa Kỳ. Theo đó, cơ chế tự chủ về cơ cấu tổ chức và quản trị đã tạo điều kiện phát triển các hoạt động hướng đến việc tìm kiếm các nguồn tài chính từ bên ngoài để giảm sự phụ thuộc vào chính phủ. Theo Lazzarotti và Tavoletti (2005), tính đến năm 2005, UT đã đạt được nhiều thành tựu trong chuyển đổi mô hình theo hướng ĐH khởi nghiệp:

- 427 công ty Spin-offs đã được thành lập, trong đó 219 công ty hoạt động theo cơ chế vận hành doanh nghiệp mới của UT có tên gọi “Temporary Entrepreneurial Placements”, 68% số này đã tạo ra 3.134 việc làm, 44% do UT thành lập dựa trên nền tảng tri thức và nhân lực của nhà trường trở thành doanh nghiệp có quy mô lớn và rất lớn;

- Hình thành Công viên “Kinh doanh và Khoa học” với khuôn viên hơn 40 ha đất. Tại đây, đã có 195 doanh nghiệp hoạt động và tạo ra 4.000 việc làm;

- Thành lập một đơn vị “ươm mầm doanh nghiệp” theo mô hình công ty TNHH do nhà trường là thành viên góp vốn chính. Công ty này đã giúp các công ty Spin-offs mới thành lập tiếp cận với Công viên Kinh doanh và Khoa học và làm giảm khoảng cách tồn tại giữa giới học thuật với doanh nghiệp.

4.3. Đại học Auckland, New Zealand

ĐH Auckland của New Zealand là một ví dụ điển hình của sự đổi mới mạnh mẽ nhờ cơ chế tự chủ trong hai thập niên qua ở một đất nước vẫn luôn coi cơ sở giáo dục ĐH công lập là đơn vị hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận. Từ những năm 2000, trường từ bỏ cơ chế tài trợ kinh phí nghiên cứu, thay vào đó đẩy mạnh liên kết trong đầu tư cho nghiên cứu ứng dụng, thương mại hóa các kết quả nghiên cứu và thực hiện các hoạt động kinh doanh. Trong giai đoạn đổi mới tổ chức từ năm 1989 đến năm 2006, ba tổ chức tiêu biểu đã được hình thành theo mô hình liên kết ở ĐH Auckland

bao gồm Công ty UniService, Viện Nghiên cứu sáng tạo về công nghệ sinh học (IIB) và Trường Kinh doanh.

Các đơn vị này hoạt động tốt, đóng góp mạnh mẽ vào thành công của UT (Đình Văn Toàn, 2019a: 190). Ngay sau khi hình thành, Công ty Uniservices trở thành một doanh nghiệp đầu tàu cho hoạt động thương mại hóa sản phẩm nghiên cứu khoa học trong các tổ chức công tại New Zealand. Viện IIB là không gian mới cho tinh thần doanh nhân và khởi nghiệp gắn với đổi mới sáng tạo theo mô hình hợp tác công - tư. Trường Kinh doanh thuộc ĐH Auckland được coi là biểu tượng mạnh mẽ nhất của tinh thần khởi nghiệp đối với giáo dục ĐH ở New Zealand.

Những hoạt động đổi mới về phát triển cơ cấu tổ chức của các trường ĐH kể trên cho thấy rõ vai trò quan trọng của cơ chế tự chủ về tổ chức đối với phát huy tiềm năng của các nhà khoa học và chuyển đổi mô hình theo hướng ĐH khởi nghiệp. Thành tựu đào tạo, nghiên cứu và khởi nghiệp đưa các trường ĐH trên luôn được xếp thứ hạng cao trong khu vực và thế giới cùng với phương thức quản trị tiên tiến đã tạo ra động lực và nguồn cảm hứng vô tận cho giới học thuật và các nhà khoa học trong thời gian qua.

5. Thực trạng thực hiện tự chủ ở các trường ĐH tại Việt Nam và một số gợi ý chính sách

Để giảm chi ngân sách nhà nước và đổi mới, nâng cao chất lượng giáo dục ĐH, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 77/NQ-CP ngày 24/10/2014 về thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động đối với một số cơ sở giáo dục ĐH công lập. Từ đó đến nay, các trường ĐH công lập đã có những bước chuyển biến để thích ứng với xu hướng đổi mới quản trị ĐH gắn với tự chủ và tự chịu trách nhiệm đang diễn ra mạnh mẽ.

Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt (thông qua đề án thí điểm tự chủ) cơ chế tự chủ cho 23 trường ĐH công lập. Tuy nhiên, sự thiếu đồng bộ về chính sách và chồng chéo về pháp luật như: chậm sửa đổi Luật Đầu tư và Luật, Nghị định về thuế, phí; chậm ban hành Nghị định hướng dẫn thực hiện Luật Đầu tư công; Luật, nghị định hướng dẫn về kế toán vẫn còn áp dụng theo các quy định cũ,... đã tạo ra các mâu thuẫn và cản trở thực hiện quyền tự chủ của đơn vị sự nghiệp công lập nói chung và

TCDH nói riêng (Hồng Thủy, 2020). Theo Luật Đầu tư công hiện hành, nguồn vốn đầu tư của các trường ĐH công lập tự chủ cũng chưa được xác định cụ thể.

Nhiều nghiên cứu gần đây về thực hiện TCDH cho thấy các nhận định chung: về mức độ tự chủ trong các cơ sở giáo dục ĐH, Việt Nam vẫn nằm trong nhóm quốc gia có mức độ TCDH thấp nhất (Hoàng Minh Sơn và cộng sự, 2019); các trường ĐH chưa có sự tự chủ, thậm chí thiếu chủ động trong mọi hoạt động do phụ thuộc vào các chỉ đạo, phê duyệt của bộ và cơ quan chủ quản (Đình Văn Toàn, 2020). Điều này cũng có thể là nguyên nhân chính dẫn đến chuyển đổi sang mô hình ĐH khởi nghiệp còn rất chậm trong các trường ĐH công lập: hình thành và phát triển doanh nghiệp cũng như đổi mới trong các hoạt động có tính 'tự chủ' trong trường ĐH vẫn tồn tại nhiều vướng mắc, rào cản do sự thiếu đồng bộ, xung đột của các quy định trong hệ thống văn bản pháp luật hiện hành (Đình Văn Toàn, 2020).

Về tổ chức và quản trị ĐH, trước yêu cầu chuyển giao công nghệ, phát triển doanh nghiệp để tăng cường các hoạt động thương mại hóa ngày càng cao trong xu hướng chuyển đổi, việc chậm đổi mới về mô hình tổ chức là những cản trở lớn nhất trong các trường ĐH ở Việt Nam. Điều này dẫn đến việc các trường ĐH thiếu các hoạt động hỗ trợ, ươm tạo, xúc tiến để chuyển giao thương mại hóa các kết quả nghiên cứu từ các phòng thí nghiệm, các trung tâm và viện nghiên cứu. Trong giai đoạn 5 năm vừa qua, các bộ chủ quản hạn chế việc thành lập các đơn vị mới nếu không tự chủ về tài chính. Điều này là các thách thức đối với các trường công lập vì hoạt động của các đơn vị mới (nếu thành lập) chưa mang lại lợi nhuận trong giai đoạn hình thành. Với các hạn chế trong phát triển cơ cấu tổ chức và thực hành tự chủ, nhìn chung chưa có sự chuyển biến rõ nét trong thể chế quản trị tại các trường ĐH ở Việt Nam với mục tiêu đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan và thúc đẩy khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo.

Từ thực trạng trên, một số gợi ý về mặt chính sách để thúc đẩy quá trình chuyển đổi ĐH khởi nghiệp được đề xuất như sau đây.

Thứ nhất, cần đồng bộ thể chế thúc đẩy và nuôi dưỡng các hoạt động hướng tới ĐH khởi nghiệp.

Thúc đẩy và nuôi dưỡng tinh thần doanh nghiệp và các hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo sẽ tạo động cơ đổi mới trong tổ chức quản lý và phương thức vận hành của các trường ĐH nói chung, đặc biệt là tại các trường công lập. Bên cạnh việc các trường tự đổi mới để thích ứng với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội và bớt phụ thuộc ngân sách nhà nước, cần sự đồng bộ về môi trường pháp luật theo hướng gỡ bỏ các rào cản, hạn chế và thúc đẩy, hỗ trợ:

- Hệ thống luật pháp và các quy định cần đồng bộ để các trường thực hiện được các mục tiêu quan trọng: liên kết chặt chẽ và chuyển giao công nghệ với các doanh nghiệp, đẩy mạnh khởi nghiệp và thúc đẩy thương mại hóa hướng đến hình thành doanh nghiệp từ các hoạt động trong nhà trường (spin-off). Trong đó, Chính phủ cần có chính sách hoàn thiện thị trường và cơ chế về hoạt động khoa học công nghệ, một số quy định trong các luật đất đai, đầu tư cần được điều chỉnh để tháo gỡ các vướng mắc cho thành lập và hoạt động doanh nghiệp khởi nghiệp trong các ĐH;

- Cần có các cơ chế và các chính sách hỗ trợ về mặt pháp lý và nguồn lực để nuôi dưỡng các ý tưởng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và phát triển doanh nghiệp startup từ trường ĐH - còn gọi là hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Để có hệ sinh thái này, Việt Nam cần những cải thiện và đồng bộ hệ thống luật pháp, thể chế. Song, một trong những vấn đề cấp bách hiện nay là có chính sách đối với các nhà khoa học, giảng viên hiện là viên chức trong các trường công lập được tham gia thành lập và quản lý các công ty gắn với kết quả nghiên cứu và công nghệ được chuyển giao;

Thứ hai, hoàn thiện khung khổ pháp lý để đảm bảo thực hiện tự chủ về tổ chức bộ máy trong các trường ĐH.

Để chủ chương đẩy mạnh tự chủ gắn với trách nhiệm xã hội của các trường ĐH của Đảng và Chính phủ vào thực tiễn, nhiều rào cản về cơ chế thực hiện và chính sách quản lý cần được gỡ bỏ và thúc đẩy tính tự chủ về tổ chức, nhân sự của các trường ĐH:

- Xóa bỏ sớm cơ chế cơ quan, bộ chủ quản đối

với các trường ĐH để các trường được quyết định các vấn đề của nhà trường trong khuôn khổ pháp luật;

- Điều chỉnh bổ sung Luật và Nghị định về tổ chức bộ máy, viên chức và giao tự chủ đối với các đơn vị sự nghiệp công lập. Trong đó các trường ĐH cần được đối xử đặc biệt theo hướng “tự trị”, phát huy tiềm năng sáng tạo, tự do học thuật để đóng góp cho cộng đồng và đề cao trách nhiệm giải trình;

- Tự chủ trong hình thành các đơn vị đặc thù phục vụ kết nối, chuyển giao tri thức và khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (văn phòng chuyển giao, cấp phép, vườn ươm công nghệ và doanh nghiệp, cơ quan hỗ trợ khởi nghiệp,...) cần gắn với các chính sách hỗ trợ hoạt động ban đầu về nguồn lực của nhà nước (như dịch vụ công) mà không yêu cầu có lợi nhuận, tự cân đối chi phí hoạt động;

Thứ ba, tháo gỡ các rào cản trong thực hiện tự chủ về tài chính.

Tự chủ, đổi mới về tổ chức bộ máy và quản trị nội bộ không thể tách rời với các chính sách và cơ chế thực hiện về tài chính, tài sản và kế toán. Do vậy, các rào cản về các lĩnh vực này cần được Nhà nước sớm tháo gỡ thông qua điều chỉnh hệ thống văn bản pháp luật: điều chỉnh bổ sung Luật và Nghị định về quản lý thuế, phí, Luật Kế toán; ban hành Nghị định hướng dẫn thực hiện Luật Đầu tư công theo hướng làm rõ đối với các trường ĐH công lập khi được giao thực hiện tự chủ.

Đương nhiên, về mặt tài chính, điều này sẽ tạo sức ép mạnh mẽ hơn đối với các trường ĐH phải tăng tính hiệu quả trong các hoạt động, tăng hoạt động kinh doanh có thu ngoài ngân sách nhà nước cấp và từ nguồn thu học phí. Điều này càng thúc đẩy sự đổi mới cơ cấu tổ chức theo hướng ĐH khởi nghiệp, đặc biệt giúp các trường tiếp cận nhiều hơn với các thực hành tốt, các nguyên tắc tiên tiến về quản trị ĐH trên thế giới.

Thứ tư, có cơ chế và hướng dẫn rõ ràng về chế độ kế toán và sử dụng tài sản trong các trường ĐH công lập khi thực hiện tự chủ.

Không chỉ đối với các trường ĐH công lập, ngay cả các trường tư thục cũng gặp lúng túng trong thực hiện quyền tự chủ khi thực hiện hoạt

động về tài chính (định mức thu, chi), tài sản (đặc biệt là tài sản công, sở hữu tập thể) và chế độ kế toán (ở các đơn vị có mô hình khác nhau). Chính phủ và Bộ Tài chính cần có các hướng dẫn rõ ràng về cơ chế định giá, sử dụng cơ sở hạ tầng, đất đai, tài sản công, thương hiệu để góp vốn khi tham gia thành lập đơn vị mới và các hoạt động mang tính kinh doanh thu lợi nhuận. Bởi lẽ, mọi hoạt động đổi mới tổ chức và hoạt động của các tổ chức mới (nếu được thành lập) đều chịu sự điều chỉnh bởi các quy định này. Nhưng hiện nay chưa có các hướng dẫn chi tiết phù hợp với đặc thù các trường ĐH được giao tự chủ về tổ chức bộ máy và tài chính để thực hiện.

Thứ năm, hoàn thiện văn bản pháp luật về quản trị ĐH phù hợp với mô hình khởi nghiệp đổi mới, sáng tạo.

Quản trị ĐH là một hệ thống các thiết chế được thiết lập và thực hiện dựa vào những nguyên lý và thông lệ hướng đến việc trường ĐH thực hiện được sứ mệnh của mình, đáp ứng tốt nhất yêu cầu của các bên liên quan. Bản chất của quản trị ĐH yêu cầu tính tuân thủ các nguyên tắc mang tính thể chế

của quản lý nhà nước và đảm bảo tính minh bạch trong quản lý và hoạt động (Đình Văn Toàn, 2020). Chính phủ cần hoàn thiện các thiết chế này theo hướng quản trị ĐH tiên tiến và phù hợp với mô hình ĐH khởi nghiệp, với các yêu cầu đặt ra như:

- Làm rõ nguồn lực và tính khả thi trong thực hiện về quyền hạn, vai trò và trách nhiệm lãnh đạo và giám sát của hội đồng trường trong các trường công lập; quan hệ và trách nhiệm giữa hội đồng quản trị với hiệu trưởng trong các trường ngoài công lập;

- Xác định rõ ràng trong các văn bản pháp lý về trách nhiệm, vai trò các bên liên quan bên ngoài trường ĐH, trong đó có vai trò của Nhà nước, Bộ Giáo dục và đào tạo, các cơ quan bên ngoài và các bên có liên quan khác;

- Trong nội bộ trường ĐH, phải tuân thủ các nguyên tắc mang tính thông lệ trong quản lý điều hành, theo đó chú trọng phát huy vai trò của khoa/bộ môn và các chủ thể trong nội bộ trường, đảm bảo dân chủ và phát huy tự do học thuật của các giảng viên, nhà khoa học ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Minh Sơn, Vũ Văn Yêm, Nguyễn Thị Hương (2019). Một số kiến nghị về đầu tư cho đổi mới giáo dục đại học Việt Nam. *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Giáo dục và đào tạo Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Vấn đề và giải pháp*, Hà Nội, tháng 5/2019.
2. Hồng Thủy (2020). Những quy định nào đang bó chặt chủ trương tự chủ đại học của Trung ương?. (<https://giaoduc.net.vn/giao-duc-24h/nhung-quy-dinh-nao-dang-bo-chat-chu-truong-tu-chu-dai-hoc-cua-trung-uong-post205510.gd>.)
3. Đình Văn Toàn (2019a). *Phát triển doanh nghiệp trong các cơ sở giáo dục đại học - Từ kinh nghiệm quốc tế đến thực tiễn Việt Nam*. Sách chuyên khảo, Nxb ĐH Quốc gia Hà Nội.
4. Đình Văn Toàn (2019b). Tinh thần doanh nghiệp trong quản trị và điều hành trường ĐH: Kinh nghiệm từ đại học Auckland. *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, số tháng 8/2019, tr.57-60.
5. Đình Văn Toàn, 2020. Quản trị đại học tiên tiến: Những thách thức đặt ra cho các trường đại học Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số tháng 2/2020, tr. 116-121.
6. Chang, Y. C., Yang, P.Y., Chen, M.H., (2009). *The determinants of academic research commercial performance, towards an organizational ambidexterity perspective*, Res. Policy 38 (6), 936-946.
7. Chang, Y. C., Yang, P.Y., Martin, B.R., Chi, H.R., Tsai-Lin, T.F., (2016). *Entrepreneurial universities and research ambidexterity: A multilevel analysis*. *Technovation* 2016, (<http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2016.02.006>).

8. Dinh Van Toan (2020). Entrepreneurial Universities and the Development Model for Public Universities in Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship (Indexed by Scopus)*, Vol. 24, Issue 1, 2020.
9. Etzkowitz, H. (2002). MIT and The Rise of Entrepreneurial Science, 1st Ed., Research Policy, Routledge, London. (<https://doi.org/10.4324/9780203216675>).
10. Farsi, J.Y., Imanipour, N., and Salamzadeh, A. (2012). *Entrepreneurial university conceptualization: Case of developing countries. Global Business and Management Research*, Vol 4, No 2, pp. 193-204.
11. Lazeretti, L., Tavoletti, E. (2005). *Higher education excellence and local economic development: The case of the entrepreneurial University of Twente, European Planning Studies*, 13(3), 475-493.
12. Sporn, B. (2001). "Building Adaptive Universities: Emerging Organisational Forms Based on Experiences of European and US Universities", *Education and Management*, 7: 12. (<https://doi.org/10.1023/A:1011346201972>)

Ngày nhận bài: 20/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/3/2020

Thông tin tác giả:

1. ĐINH VĂN TOÀN

Đại học Quốc gia Hà Nội

2. HOÀNG THỊ CẨM THƯƠNG

Trường Đại học Vinh

**UNIVERSITY AUTONOMY IN THE
ORGANIZATIONAL TRANSFORMATION PERIOD:
EXPERIENCE OF SOME UNIVERSITIES
IN THE WORLD AND IMPLICATIONS
FOR VIETNAMESE UNIVERSITIES**

● **DINH VAN TOAN**

Vietnam National University - Hanoi

● **HOANG THI CAM THUONG**

Vinh University

ABSTRACT:

The autonomy mechanism plays a key role in the transformation of universities under the model of innovative university start-up in the current conditions of Vietnam. This article discusses the issue of university autonomy, focusing on the role of organizational autonomy to meet the requirements of transforming the organizational structure and presents experience of some universities in the world. This article provides policy implications to accelerate the transformation of universities in Vietnam.

Keywords: University autonomy, university, transformation, university start-up.

CHÍNH SÁCH GIẢM NGHÈO TRONG ĐỒNG BÀO DÂN TỘC KHMER TỈNH SÓC TRĂNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP CƠ BẢN

● NGUYỄN THỊ THE - TRIỆU THỊ CẨM NHUNG

TÓM TẮT:

Chính sách giảm nghèo đối với đồng bào dân tộc thiểu số nói chung, đối với đồng bào dân tộc Khmer nói riêng được Đảng và Nhà nước xác định vừa là mục tiêu, vừa là yêu cầu để phát triển bền vững đất nước. Từ nhiều năm qua, Đảng bộ và Ủy ban nhân dân tỉnh Sóc Trăng xác định công tác xóa đói giảm nghèo là một chủ trương lớn, nhiệm vụ chính trị quan trọng hàng đầu, là nhiệm vụ kinh tế - xã hội cấp thiết nhằm thực hiện mục tiêu tăng trưởng bền vững gắn với đảm bảo công bằng xã hội. Bài viết tập trung đánh giá về việc thực hiện chính sách giảm nghèo trong đồng bào dân tộc Khmer, qua đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của chính sách giảm nghèo trên địa bàn tỉnh Sóc Trăng trong thời gian tới.

Từ khóa: Chính sách giảm nghèo, đồng bào dân tộc Khmer, tỉnh Sóc Trăng.

1. Khái quát về chính sách giảm nghèo trong đồng bào dân tộc Khmer

Nằm trong vùng hạ lưu sông Hậu, hướng ra biển Đông, Sóc Trăng là tỉnh thuộc khu vực đồng bằng sông Cửu Long có diện tích đất tự nhiên là 331.187 ha, có bờ biển dài 72 km; diện tích đất nông nghiệp là 280.819 ha, chiếm 84,79%; đất phi nông nghiệp là 49.820 ha chiếm 15,04% và đất chưa sử dụng là 548 ha chiếm 0,17%. Phía Tây Bắc giáp tỉnh Hậu Giang, phía Đông Bắc giáp tỉnh Trà Vinh và Vĩnh Long, phía Tây Nam giáp tỉnh Bạc Liêu, phía Đông Nam giáp biển Đông. Dân số của tỉnh Sóc Trăng (năm 2018) là 1.315.944 người; trong đó dân tộc thiểu số là 470.603 người chiếm 35,76% dân số, gồm 19 dân tộc thiểu số (Khmer là 404.110 người, chiếm 30,71%, dân tộc Hoa là 66.069 người,

chiếm 5,02%, còn lại dân tộc khác là 424 người, chiếm tỷ lệ 0,03%)¹. Dân tộc Khmer phân bố đều ở 11 huyện, thị xã, thành phố trong tỉnh, đông nhất là ở thị xã Vĩnh Châu (chiếm 52,96%), huyện Trần Đề, huyện Châu Thành, huyện Thạnh Trị, huyện Mỹ Xuyên,... Sóc Trăng có 08 huyện, 02 thị xã, 01 thành phố với 109 xã, phường, thị trấn và 775 khóm, ấp; trong đó có 29 xã đặc biệt khó khăn và 158 ấp đặc biệt khó khăn thuộc 56 xã khu vực II được đầu tư thực hiện Chương trình 135; có 79/109 xã, phường, thị trấn (chiếm 72,48%) là xã thuộc vùng khó khăn. Ngoài ra, còn có 11 xã đảo và 14 xã đặc biệt khó khăn vùng bãi ngang ven biển và hải đảo². Đồng bào dân tộc Khmer sinh sống chủ yếu ở nông thôn, tập trung hay rải rác ở những vùng hẻo lánh, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội

khó khăn. Sản xuất nông nghiệp có một vị trí quan trọng trong đời sống và ảnh hưởng đến các mặt sinh hoạt văn hóa xã hội, tôn giáo của họ. Cộng đồng dân tộc Khmer ở Sóc Trăng có xuất phát điểm kinh tế thấp, đời sống còn gặp nhiều khó khăn, nhất là vùng sâu, vùng xa; trình độ học vấn còn thấp, tỷ lệ mù chữ còn cao, một số nơi còn duy trì phong tục, tập quán lạc hậu trong đời sống cộng đồng,... Hơn 90% dân số Khmer Sóc Trăng sinh sống bằng sản xuất nông nghiệp, việc áp dụng khoa học kỹ thuật mới vào sản xuất còn nhiều hạn chế, chuyển đổi cơ cấu cây trồng vật nuôi chưa thích ứng kịp thời với nhu cầu của thị trường, sản phẩm của công nghiệp chế biến phần lớn là sơ chế, sản phẩm thô, sức cạnh tranh trên thị trường không cao; đời sống vật chất, tinh thần của đồng bào dân tộc Khmer còn gặp rất nhiều khó khăn, kinh tế chậm phát triển; tỷ lệ hộ nghèo của đồng bào Khmer còn khá cao (15,15%)³. Đó là trở ngại lớn cho việc phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Vì vậy, việc triển khai, thực hiện tốt các chính sách giảm nghèo cho đồng bào dân tộc Khmer không chỉ góp phần phát triển nhanh kinh tế - xã hội của tỉnh Sóc Trăng, mà còn thúc đẩy việc thực hiện tốt hơn chính sách dân tộc, đảm bảo ổn định tình hình an ninh, chính trị tại địa phương. Việc xây dựng, thực hiện các chính sách giảm nghèo trong vùng đồng bào dân tộc Khmer là một trong những vấn đề ưu tiên hàng đầu trong mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Sóc Trăng. Trong quá trình lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện giảm nghèo, Tỉnh ủy, Ủy ban Nhân dân tỉnh Sóc Trăng luôn quan tâm vào những vùng còn tỷ lệ hộ nghèo cao như vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc Khmer với tinh thần: Thứ nhất, về chủ trương phải đúng trọng tâm, trọng điểm; thứ hai, về chỉ đạo phải quyết liệt, phân công cụ thể đối tượng thực thi chính sách, thời hạn hoàn thành; thứ ba, người giao chủ trì phải gương mẫu, tận tụy, sâu sát, dân chủ, sáng tạo đi đôi tuân thủ pháp luật. Thời gian qua, việc quán triệt, triển khai và tổ chức thực hiện các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về công tác xóa đói giảm nghèo giai đoạn 2010 - 2020, tỉnh Sóc Trăng đã tập trung các nguồn lực, thực hiện nhiều chính sách, giải pháp giảm nghèo, an sinh

xã hội. Từ đó đã đem lại nhiều kết quả quan trọng, góp phần to lớn vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, đặc biệt là vùng đồng bào dân tộc Khmer có nhiều chuyển biến tích cực, bộ mặt nông thôn khởi sắc rõ nét, tỷ lệ hộ nghèo giảm (11,75%)⁴, đời sống của một bộ phận khá lớn đồng bào dân tộc Khmer ngày được nâng lên và thoát nghèo. Tuy nhiên, thực tế, công tác giảm nghèo trong vùng đồng bào dân tộc Khmer của tỉnh Sóc Trăng còn nhiều khó khăn, chưa thật sự bền vững, nguy cơ tái nghèo vẫn còn xảy ra; tính chủ động của một số ít người nghèo dân tộc Khmer còn hạn chế, còn trông chờ, ỷ lại vào sự bao cấp của Nhà nước, không nắm bắt cơ hội để vươn lên thoát nghèo. Đặc biệt, còn nhiều hộ không có khả năng thoát nghèo (người già yếu, neo đơn, không con cháu, người tàn tật nặng,...). Vì thế, dẫn đến đời sống của một bộ phận người nghèo dân tộc Khmer chưa bảo đảm được mức tối thiểu và sự chênh lệch về khoảng cách giữa dân tộc Kinh, Hoa ngày càng tăng. Không những thế, kinh tế của tỉnh Sóc Trăng chủ yếu là sản xuất nông nghiệp (tôm, lúa, trồng màu), chuyển dịch cơ cấu kinh tế còn chậm, các yếu tố giá cả thị trường luôn tác động bất lợi cho người sản xuất, cùng với việc hạn hán, xâm ngập mặn, thiếu nước ngọt hàng năm, dịch bệnh, luôn làm biến động về tăng giảm hộ nghèo.

2. Thực trạng thực hiện chính sách giảm nghèo trong đồng bào dân tộc Khmer

Trong thời gian qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương, chính sách về công tác dân tộc, như: Nghị quyết số 23-NQ/TW ngày 12/3/2003, Hội nghị lần thứ bảy Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa IX) về phát huy sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc; Chỉ thị số 19-CT/TW ngày 10/01/2018 của Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa XII) về tăng cường công tác ở vùng đồng bào dân tộc Khmer trong tình hình mới; Nghị quyết số 80/NQ-CP ngày 19/5/2011 của Chính phủ về định hướng giảm nghèo bền vững thời kỳ từ năm 2011 đến năm 2020. Dựa vào những định hướng trên, Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân tỉnh đã kịp thời chỉ đạo các cấp, các ngành, cùng phối hợp với Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể, cơ quan thông tin đại chúng quán triệt trong nội bộ, cán bộ, đảng viên, các tầng

lớp nhân dân, tuyên truyền, phổ biến trong toàn nhân dân, nhằm nâng cao nhận thức, trách nhiệm, tạo sự đồng thuận trong việc thực hiện các chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước, trong đó có chính sách giảm nghèo trong vùng đồng bào dân tộc Khmer. Các chính sách dân tộc đã và đang được triển khai thực hiện tại tỉnh Sóc Trăng gồm có: Nghị quyết số 03-NQ/TU, ngày 02/8/2016 của Tỉnh ủy Sóc Trăng về thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016 - 2020; Kế hoạch số 83/KH-UBND ngày 11/11/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh Sóc Trăng về thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016 - 2020; Nghị quyết số 02/2017/NQ-HĐND ngày 06/3/2017 của Hội đồng nhân dân tỉnh Sóc Trăng quy định nguyên tắc, tiêu chí và định mức phân bổ vốn ngân sách Trung ương và tỷ lệ vốn đối ứng của ngân sách địa phương thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016 - 2020 trên địa bàn tỉnh Sóc Trăng; Nghị quyết số 11/2018/NQ-HĐND ngày 10/7/2018 của Hội đồng nhân dân tỉnh Sóc Trăng về việc quy định mức chi hỗ trợ dự án phát triển sản xuất, đa dạng hóa sinh kế và nhân rộng mô hình giảm nghèo thuộc Chương trình Mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016 - 2020... Đồng thời, chỉ đạo tổ chức lồng ghép việc thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững với các chương trình, dự án khác có liên quan để nâng cao hiệu quả như: Chương trình 134; Chương trình 135; Chương trình 167; Chương trình Mục tiêu quốc gia về dạy nghề và việc làm nhằm tạo điều kiện cho các đối tượng thoát nghèo bền vững để tiến tới thực hiện đạt mục tiêu giảm nghèo đề ra. Bên cạnh đó, Tỉnh còn ban hành nhiều chính sách kêu gọi đầu tư đối với các xã đặc biệt khó khăn, xã có đông đồng bào dân tộc Khmer sinh sống, xã có biển. Đồng thời, xây dựng cơ chế, chính sách thông thoáng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thúc đẩy phát triển kinh tế gắn với phát huy lợi thế về dịch vụ, du lịch, tạo đòn bẩy phát triển vùng có đông đồng bào dân tộc Khmer.

Qua triển khai, thực hiện có hiệu quả các chính sách giảm nghèo trong vùng đồng bào dân tộc

Khmer đã đem lại nhiều kết quả quan trọng, góp phần vào phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh theo hướng bền vững. Cụ thể :

Về kết quả giảm nghèo, trong giai đoạn 2011 - 2015, theo kết quả tổng điều tra hộ nghèo năm 2010, toàn tỉnh có 75.639 hộ nghèo, chiếm tỷ lệ 24,31%, trong đó có 35.543 hộ Khmer nghèo, chiếm tỷ lệ 36,46%. Đến cuối năm 2015, số hộ nghèo còn lại qua rà soát (theo chuẩn cũ): 28.200 hộ, tỷ lệ 8,88%, trong đó, số hộ nghèo đồng bào dân tộc Khmer 14.803 hộ, tỷ lệ 15,15%⁵.

Thực hiện Quyết định số 59/2015/QĐ-TTg ngày 19 tháng 11 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành chuẩn nghèo tiếp cận đa chiều áp dụng cho giai đoạn 2016 - 2020, vào đầu năm 2016, toàn tỉnh có 57.814 hộ nghèo, chiếm tỷ lệ 15,32%. Trong đó, hộ nghèo dân tộc thiểu số là 28.389 hộ, chiếm 24,52% tổng số hộ dân tộc thiểu số và chiếm tỷ lệ 49,10% tổng số hộ nghèo toàn tỉnh. Đến tháng 12/2018, toàn Tỉnh giảm còn 27.154 hộ nghèo, chiếm tỷ lệ 8,40% (giảm 30.660 hộ so với đầu năm 2016). Trong đó, hộ nghèo dân tộc thiểu số là 13.605 hộ, chiếm 11,75% tổng số hộ dân tộc thiểu số và chiếm 50,10% tổng số hộ nghèo của tỉnh (giảm 14.784 hộ so với đầu năm 2016)⁶. Đồng thời, tranh thủ lồng ghép các Chương trình dự án khác, cũng như tranh thủ sự hỗ trợ của các doanh nghiệp, mạnh thường quân, các tổ chức... Qua đó, tỷ lệ hộ nghèo giảm nhanh và rõ rệt, đến nay chỉ còn 8,66% (giảm 7,57% so với năm 2016) (trong đó hộ nghèo đồng bào dân tộc Khmer là 11,75%)⁷.

Bên cạnh đó, tỉnh Sóc Trăng tập trung chỉ đạo quyết liệt những chủ trương, chính sách đầu tư vào vùng dân tộc thiểu số, như: Chương trình Mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững; Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới; Chính sách đặc thù hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội vùng dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2017 - 2020; Chính sách hỗ trợ đất ở, đất sản xuất, nước sinh hoạt, giải quyết việc làm cho đồng bào dân tộc thiểu số; chính sách hỗ trợ trực tiếp cho người dân thuộc hộ nghèo ở vùng khó khăn; Đề án Tăng cường hợp tác quốc tế hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số; Dự án Hỗ

trợ xây dựng và cung cấp trang thiết bị y tế,... Việc triển khai thực hiện các chương trình, dự án này đã làm thay đổi bộ mặt nông thôn, đời sống của nhân dân trong tỉnh nói chung, đồng bào dân tộc thiểu số nói riêng được cải thiện, tỷ lệ hộ nghèo giảm từ 2-3%/năm, trong đó tỷ lệ hộ nghèo đồng bào dân tộc thiểu số giảm trên 4%/năm; cơ sở hạ tầng như: điện, đường, trường, trạm được nâng cấp và đầu tư xây mới; lĩnh vực giáo dục, y tế, văn hóa có nhiều chuyển biến tích cực. Thông qua việc triển khai thực hiện các chính sách đã làm thay đổi căn bản suy nghĩ, nhận thức của đồng bào dân tộc Khmer, họ được tiếp cận với các tiến bộ khoa học - kỹ thuật, từng bước xóa bỏ tập quán canh tác lạc hậu, nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống, vươn lên thoát nghèo.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, việc thực hiện chính sách giảm nghèo của tỉnh Sóc Trăng vẫn còn một số mặt hạn chế, đó là:

Các văn bản hướng dẫn thực hiện chính sách của Bộ, ngành ban hành đôi lúc còn chậm so với yêu cầu triển khai thực hiện các chương trình, dự án tại địa phương; phân bổ kinh phí thực hiện chính sách chưa đảm bảo định mức,... từ đó ảnh hưởng đến tiến độ, chất lượng, hiệu quả của các chính sách.

Việc triển khai thực hiện một số dự án, chính sách giảm nghèo còn dàn trải chưa đi sâu phân tích về nguyên nhân nghèo của hộ nghèo để có cơ sở đầu tư đúng nhu cầu giúp địa phương và người nghèo có điều kiện vươn lên. Bên cạnh đó, một số địa phương chưa nắm bắt kịp thời tình hình biến động về hộ nghèo, người nghèo do địa phương quản lý để thực hiện các chính sách, dự án cho phù hợp và kịp thời.

Một số chính sách giảm nghèo mang tính bao cấp, hỗ trợ trực tiếp nên hình thành tâm lý ỷ lại, thụ động, trông chờ vào sự hỗ trợ của Nhà nước ở một số người Khmer nghèo, tạo ra hệ lụy mà chính sách không mong muốn đó là người dân không muốn thoát nghèo để được hưởng lợi từ chính sách giảm nghèo cũng như cán bộ cơ sở không muốn địa phương mình thoát nghèo để được hỗ trợ.

Ngoài ra, một bộ phận đồng bào dân tộc Khmer chưa nói được tiếng Kinh nên gặp khó khăn trong

giao tiếp. Bên cạnh đó, do mặt bằng dân trí thấp dẫn đến hạn chế trong việc đào tạo nghề, việc làm, sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, tiếp cận và nắm bắt thông tin thị trường.

Những hạn chế trên cho thấy việc thực hiện chính sách giảm nghèo tại địa phương còn tiềm ẩn nhiều bất ổn, cần có giải pháp đồng bộ, quyết liệt hơn để ổn định đời sống quần chúng nhân dân nói chung, đồng bào dân tộc Khmer nghèo nói riêng là yêu cầu cấp thiết của Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân tỉnh Sóc Trăng.

3. Đề xuất một số giải pháp

Để nâng cao hiệu quả triển khai, thực hiện chính sách giảm nghèo đối với đồng bào dân tộc Khmer ở tỉnh Sóc Trăng trong thời gian tới, cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau:

Một là, tăng cường công tác tuyên truyền về ý nghĩa và tầm quan trọng của chính sách giảm nghèo để mọi người dân, nhất là đồng bào dân tộc Khmer trong vùng dự án nắm bắt và tự nguyện tham gia cùng với Nhà nước. Ngoài ra còn tạo ý thức tự chủ động vượt khó, phấn đấu vươn lên thoát nghèo. Cần phát huy, nhân rộng mô hình nhóm tiết kiệm để người dân, nhất là người nghèo tiếp cận được nguồn vốn để phát triển sản xuất và chăn nuôi từ đó phát triển kinh tế gia đình; đổi mới quy trình, thủ tục đơn giản tạo điều kiện cho người dân nghèo tiếp cận được nguồn vốn, cần ưu tiên chú trọng cho những hộ nghèo, cận nghèo chí thú làm ăn để vươn lên thoát nghèo, thoát cận nghèo; tránh đầu tư dàn trải, nguồn vốn đầu tư phát vay trực tiếp cho hộ nghèo, cận nghèo đồng bào dân tộc Khmer để phát triển sản xuất - kinh doanh.

Hai là, triển khai thực hiện lồng ghép đồng bộ các chính sách an sinh xã hội, đảm bảo thực hiện đầy đủ, kịp thời, đúng đối tượng, phát huy hiệu quả tạo điều kiện cho hộ nghèo, hộ cận nghèo đồng bào dân tộc Khmer được tiếp cận các chương trình, chính sách hỗ trợ của Nhà nước. Đồng thời, quy định rõ trách nhiệm của các ngành và địa phương trong việc quản lý, chỉ đạo và điều hành thực hiện việc lồng ghép các chương trình, chính sách đúng quy trình thủ tục và quy định của pháp luật, đảm bảo công khai dân chủ, chính xác, kịp thời và hiệu quả. Việc triển khai, thực hiện các chính sách phải

có sự lồng ghép một cách đồng bộ hướng vào hỗ trợ hộ nghèo; hỗ trợ áp, khóm, xã đặc biệt khó khăn, xã bãi ngang ven biển, đầu tư về cơ sở hạ tầng thiết yếu phục vụ sản xuất, kinh doanh và dân sinh nhằm góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống của người dân.

Ba là, nhân rộng các mô hình giảm nghèo có hiệu quả, phù hợp nhằm nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh và thu nhập cho hộ nghèo, cận nghèo người Khmer; tạo điều kiện thuận lợi cho người nghèo, cận nghèo tiếp cận các chính sách, nguồn lực thị trường (thị trường vốn, lao động, đất đai, khoa học, kỹ thuật, công nghệ và thị trường hàng hóa đầu vào, đầu ra,...) hướng đến phát triển sản xuất và dịch vụ, tăng thu nhập và từng bước nâng cao, cải thiện đời sống cho người nghèo, cận nghèo đồng bào dân tộc Khmer.

Bốn là, đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu sản xuất, đặc biệt là trong nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản theo hướng sản xuất hàng hóa, chú trọng phát triển những sản phẩm có giá trị kinh tế cao, giữ vững tốc độ phát triển kinh tế của tỉnh. Bảo đảm duy trì ổn định việc làm cho người lao động đang làm việc và tạo việc làm mới. Bên cạnh đó, cần triển khai có hiệu quả chương trình giải

quyết việc làm và đào tạo nghề. Mở rộng dạy nghề, giới thiệu việc làm, khuyến khích các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất - kinh doanh tạo việc làm tại địa phương cho các đối tượng nghèo, cận nghèo. Làm tốt công tác xuất khẩu lao động đối với người nghèo, cận nghèo.

Tóm lại, Sóc Trăng là tỉnh nghèo, ngân sách hàng năm đều được Trung ương cấp bổ sung, mặc dù thời gian qua đã thực hiện nhiều chính sách để giảm nghèo, nâng cao đời sống vật chất cho đồng bào dân tộc Khmer, nhưng tỷ lệ hộ Khmer nghèo vẫn còn cao so với tỷ lệ chung của Tỉnh, đặc biệt so với đồng bào Kinh. Cái nghèo đã ăn sâu bám rễ trong một bộ phận đồng bào dân tộc Khmer, sự bất bình đẳng và mất cân đối trong thu nhập cũng như khả năng tiếp cận các cơ hội và dịch vụ cần phải được giải quyết. Mấu chốt của vấn đề này chính là một hệ thống an sinh xã hội toàn diện và hòa nhập, cùng với một chương trình mục tiêu và tập trung về xóa đói giảm nghèo để giải quyết tình trạng nghèo đói từ lâu đời trong đồng bào dân tộc Khmer. Vì vậy, tiếp tục hoàn thiện và nâng cao hiệu quả việc thực hiện chính sách giảm nghèo trong vùng đồng bào dân tộc Khmer tại tỉnh Sóc Trăng hiện nay cũng như trong thời gian tới là một yêu cầu bức thiết ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

^{1,4} Ủy ban nhân dân tỉnh Sóc Trăng (2019). Báo cáo số 110/BC-UBND, ngày 26/4/2019 về Kết quả đầu tư phát triển kinh tế - xã hội vùng dân tộc thiểu số giai đoạn 2016 - 2018 và mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp giai đoạn 2021 - 2030, Sóc Trăng, tr.2.

^{2,6,7} Ủy ban nhân dân tỉnh Sóc Trăng (2019). Báo cáo số 152/BC-UBND, ngày 19/6/2019 về việc thực hiện chính sách, pháp luật về thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững trên địa bàn vùng dân tộc thiểu số giai đoạn 2012 - 2018, Sóc Trăng, tr.2.

^{3,5} Ủy ban nhân dân tỉnh Sóc Trăng (2020). Báo cáo số 86/BC-UBND, ngày 10/4/2020 về Tổng kết Nghị quyết số 76/2014/QH13 ngày 24/6/2014 của Quốc hội về tiếp tục đẩy mạnh thực hiện mục tiêu giảm nghèo bền vững đến năm 2020, Sóc Trăng, tr.2.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Thị Ánh và cộng sự (2012), *Xóa đói giảm nghèo cho đồng bào dân tộc Chăm, Khmer vùng Tây Nam Bộ trong giai đoạn hiện nay*, Đề tài khoa học cấp cơ sở, Học viện Chính trị - Hành chính Khu vực IV, Hà Nội.

2. Nguyễn Quốc Dũng, Võ Thị Kim Thu (2016), *Giảm nghèo đối với đồng bào Khmer Tây Nam bộ trong quá trình phát triển bền vững*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
3. PGS. TS. Lê Quốc Lý (2016), *Chính sách phát triển nguồn nhân lực, tạo việc làm và đảm bảo an sinh xã hội đối với đồng bào vùng Tây Nam bộ*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 20/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN THỊ THE

2. ThS. TRIỆU THỊ CẨM NHUNG

Trường Chính trị tỉnh Sóc Trăng

POVERTY REDUCTION POLICIES FOR KHMER ETHNIC PEOPLE LIVING IN SOC TRANG PROVINCE OVER THE PAST TIME - SOME BASIC SOLUTIONS

● Master. **NGUYEN THI THE**

● Master. **TRIEU THI CAM NHUNG**

Political School of Soc Trang Province

ABSTRACT:

Poverty reduction policies for ethnic minorities in general, for Kmer ethnic people in particular, are determined by the Communist Party of Vietnam and the Government of Vietnam as a goal and also a requirement for the country's sustainable development. For many years, the Party Committee and the People's Committee of Soc Trang Province have identified hunger eradication and poverty reduction as a major policy, an important political task and an urgent socio-economic task to achieve sustainable growth goals associated with ensuring social equity in the province. This paper focuses on evaluating the implementation of poverty reduction policies for Khmer ethnic people, thereby proposing some solutions to improve the effectiveness of poverty reduction policies in Soc Trang province in the coming time.

Keywords: Poverty reduction policies, Khmer ethnic people, Soc Trang Province.

XÂY DỰNG HỆ THỐNG NHẬN DIỆN VÂN TAY HỖ TRỢ COI THI VÀ ĐIỂM DANH SINH VIÊN

● NGUYỄN THU NGUYỆT MINH - THÁI VĂN QUỐC SỸ

TÓM TẮT:

Bài báo tập trung nghiên cứu, chế tạo hệ thống nhận diện vân tay ứng dụng hỗ trợ coi thi và điểm danh sinh viên. Xuất phát từ việc nghiên cứu cơ sở lý thuyết về sinh trắc học nhận dạng vân tay, từ đó tác giả xây dựng hệ thống quản lý và kiểm tra dựa trên đặc điểm các dấu vân tay của mỗi sinh viên.

Từ khóa: Hệ thống nhận dạng vân tay, hỗ trợ coi thi, sinh viên, Raspberry Pi, Digital Persona U.are.u 4500 Reader.

1. Đặt vấn đề

Trong thời kỳ xã hội phát triển mạnh mẽ về công nghệ thông tin như hiện nay, việc nhận diện một người nào đó đòi hỏi phải có một tiêu chuẩn, một kỹ thuật để có thể tìm ra được điểm đặc trưng của họ, từ đó phân biệt được với những người khác. Công nghệ sinh trắc là một trong số những công nghệ ra đời để đáp ứng được yêu cầu trên. Các đặc trưng sinh trắc thường được sử dụng là: vân tay, gương mặt, móng mắt, tiếng nói. Trong đó, vân tay đã được biết tới với tính phân biệt (tính chất cá nhân) và ổn định theo thời gian cao nhất, đây là đặc trưng sinh trắc được sử dụng rộng rãi nhất.

Năm 1664, Nehemiah Grew - nhà sinh thái học thực vật xuất bản những trang sách đầu tiên về các nghiên cứu có tính hệ thống về vân tay. Năm 1788, Mayer đã mô tả chi tiết thông tin giải phẫu của vân tay để đặc tính hóa, nhận dạng các đặc tính vân tay. Năm 1809, Thomas Bewick bắt đầu sử dụng vân tay của mình như là biểu tượng đăng ký thương mại - đây là cột mốc quan trọng trong nghiên cứu khoa học về nhận dạng vân tay. Năm 1888, Francis Galton giới thiệu các đặc trưng chi tiết phục vụ cho đối sánh vân tay. Cũng từ đầu thế kỷ XX, nhận

dạng vân tay chính thức được chấp nhận như một phương pháp nhận dạng cá nhân có giá trị và trở thành một tiêu chuẩn trong pháp luật.

Nhận dạng vân tay được áp dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực, như: kiểm soát an ninh trong các cơ quan của Chính phủ, trong quân đội, ngân hàng, trung tâm lưu trữ dữ liệu... hoặc để kiểm soát ra vào của nhân viên tại các trung tâm thương mại, các tập đoàn. Trong lĩnh vực quản lý nhân sự, phương pháp nhận dạng vân tay còn hỗ trợ đắc lực cho việc quản lý và chấm công tại các nhà máy, xí nghiệp, công ty. Tuy nhiên, phổ biến nhất có lẽ là dấu vân tay ở mặt sau của chứng minh thư để xác định một cách nhanh nhất các đặc điểm, hồ sơ của một công dân, đã được lưu trong cơ sở dữ liệu (CSDL).

Hầu hết các phương pháp nhận dạng vân tay dựa vào việc đối sánh vị trí các điểm đặc trưng. Gần đây, nhiều tác giả kết hợp thêm một số đặc tính khác của ảnh vân tay nhằm nâng cao hiệu quả đối sánh như: Orientation field hoặc Density map [2].

Bài báo xây dựng hệ thống nhận diện vân tay hỗ trợ coi thi và điểm danh sinh viên bằng cách kết

hợp các kỹ thuật đối sánh (matching) các điểm đặc trưng (feature) trên vân tay [3] [4].

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Vân tay

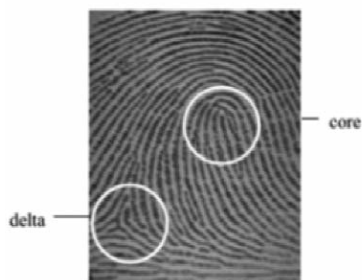
Vân tay là những vết lằn tạo nên các hoa văn trên bề mặt da ở đầu các ngón tay, mà ta quen gọi là các đường vân. Một thể mẫu đã được in vân, được gọi là một chỉ bản và thường gồm 2 loại: vân tay lằn (rolled) và vân tay ấn (plain) [1].

Tùy theo chất lượng mà ảnh vân tay được chia làm 3 miền con: Vùng có cấu trúc rõ ràng, vùng bị phá hủy nhưng có thể khôi phục lại được và vùng bị phá hủy không thể khôi phục được.

Đặc trưng của vân tay: Hình dạng các đường vân tay rất phong phú, song vẫn có thể phân loại chúng theo các lớp khác nhau. Vùng vân trung tâm dùng để phân loại là vùng vân nằm chính giữa một dấu vân tay, được giới hạn bởi đường bao trên và đường bao dưới. Việc phân loại đường vân giúp rút ngắn thời gian nhận dạng vân.

Điểm gặp nhau của 3 dòng vân khác nhau được gọi là tam phân điểm (delta), còn điểm mà quanh nó có một dòng vân chạy vòng quanh được gọi là tâm điểm (core) [1]. (Hình 1)

Hình 1: Điểm Core và Delta



Số điểm vân là số đường vân cắt đoạn thẳng nối 2 điểm mốc. Điểm mốc có thể là tâm điểm (core), tam phân điểm (delta) hay điểm đặc trưng chi tiết.

Các dạng cơ bản của vân tay: Căn cứ vào cách sắp xếp chung của các dòng đường vân, có thể phân vân tay thành 3 dạng cơ bản chủ yếu: hình cung, hình quạt và hình xoáy.

Đặc điểm chi tiết của vân tay: Một số đường vân đang chạy liên tục rồi đến một vị trí nào đó hoặc bị phân ra hai, ba nhánh (điểm rẽ nhánh) hoặc có khi bị đột ngột kết thúc (điểm cụt), gọi là những đặc điểm chi tiết [1].

2.2. Phương pháp chứng thực vân tay

Các phương pháp chứng thực vân tay kinh điển hầu hết là dựa trên việc so khớp các đặc trưng của vân tay. Hiện nay, có 2 cách tiếp cận khi so khớp đặc trưng của 2 vân tay:

- Cách 1: Dựa trên so khớp những đặc trưng cục bộ trên hai vân tay (điểm kết thúc, điểm rẽ nhánh, ...) [1].

- Cách 2: So khớp toàn bộ đặc trưng của vân tay (đặc trưng cục bộ, core, delta,...) [1].

Thực chất, đây chỉ là 2 mức độ của quá trình chứng thực, trong cách 2 đã bao gồm cách 1. Đối với cách 2, việc so sánh toàn bộ đặc trưng của hai vân tay thì độ chính xác sẽ cao hơn cách 1. Tuy nhiên, đây là một công việc phức tạp và đòi hỏi tính toán nhiều, sẽ gây mất thời gian cho quá trình chứng thực. Bên cạnh đó, do đặc tính của các đặc trưng trên vân tay, nếu như không phải so sánh quá nhiều CSDL thì các điểm đặc trưng cục bộ cũng đủ để chúng ta chứng thực dấu vân tay.

Do yêu cầu của bài toán, mỗi lượt chứng thực, chúng ta chỉ thực hiện so khớp vân tay đầu vào với 3 vân tay đã được lưu trữ trong CSDL. Cho nên, tác giả nghiên cứu lựa chọn cách so khớp đặc trưng cục bộ để thực hiện đề tài này, nhằm đảm bảo thời gian chứng thực nhanh, đồng thời vẫn đảm bảo được độ chính xác của quá trình chứng thực.

2.3. Hệ thống nhận dạng vân tay

Hệ thống nhận dạng là hệ thống xác thực một cá nhân bằng cách tìm kiếm và đối sánh đặc tính sinh trắc của người này với toàn bộ các mẫu sinh trắc được lưu giữ trong CSDL. Hệ thống bao gồm 4 thành phần chính:

- Phần người dùng: Cung cấp cơ chế cho người dùng đưa dấu vân tay vào hệ thống.

- CSDL hệ thống: Dùng để lưu trữ các mẫu vân tay.

- Phần đăng ký: Cho phép đăng ký các dấu vân tay vào CSDL hệ thống.

- Phần xác nhận: Cho phép xác nhận một người đã có đăng ký vào trong hệ thống hay chưa.

Trong đó, quá trình xử lý nhận dạng này được chia ra làm 2 quá trình lớn: quá trình xử lý ảnh và quá trình đối sánh vân tay [1] [2] [3] [4].

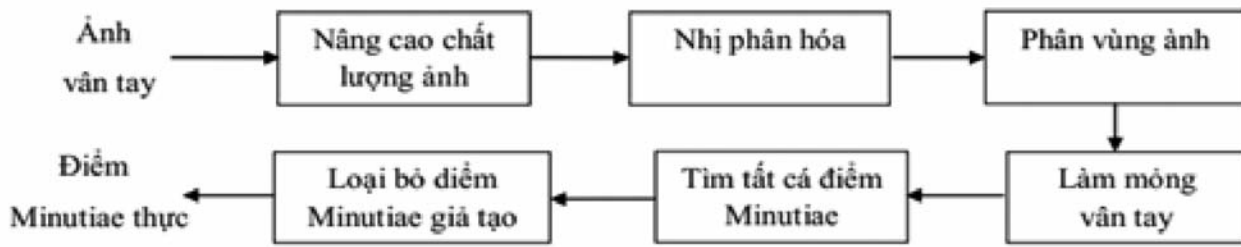
2.3.1. Quá trình xử lý ảnh

Mục đích của quá trình này là tăng cường ảnh vân tay. Sau đó, rút trích đặc trưng vân tay từ ảnh đã được tăng cường. (Hình 2)

Quá trình này được thực hiện qua các bước sau:

- Tăng cường ảnh (image enhancement): Ảnh được lấy từ thiết bị đầu đọc vân tay sẽ được làm rõ. Do các thiết bị đầu đọc vân tay không lấy ảnh tốt hay do vân tay của người dùng trong lúc lấy bị hao mòn, dơ bẩn, hoặc do lực ấn ngón tay trong lúc lấy vân tay. Đây là bước quan trọng nhất của quá trình

Hình 2. Sơ đồ thuật toán trích các điểm Minutiae từ ảnh xám



này để làm rõ ảnh vân tay và rút trích các đặc trưng đúng, đầy đủ.

- Phân tích ảnh (image analysis): Thông qua phân tích ảnh, ảnh sẽ được loại bỏ những thông tin nhiễu hay những thông tin không cần thiết.

- Nhị phân hóa (binarization): Nhị phân hóa ảnh vân tay thành ảnh trắng đen. Bước này phục vụ cho bước làm mỏng vân tay.

- Làm mỏng (thinning): Làm mỏng các đường vân lõi của ảnh vân tay. Bước này nhằm rút trích đặc trưng của vân tay.

- Rút trích đặc trưng (minutiae extraction): Rút trích những đặc trưng cần thiết cho quá trình đối sánh vân tay [4].

2.3.2. Quá trình đối sánh vân tay

Mục đích của quá trình này là đối sánh vân tay dựa trên các đặc trưng đã được rút trích. Quá trình này được thực hiện qua các bước sau:

- Phân tích đặc trưng (minutiae analysis): Phân tích các đặc điểm cần thiết của các đặc trưng để phục vụ cho việc đối sánh vân tay.

- Xét độ tương tự cục bộ (local similarity): Thuật toán đối sánh vân tay sẽ dựa vào thông tin cục bộ để tìm ra các cặp đặc trưng giống nhau giữa 2 vân tay.

- Xét độ tương tự toàn cục (global similarity): Từ những khu vực tương tự nhau trên cục bộ, thuật toán sẽ tiếp tục mở rộng đối sánh trên toàn cục.

- Tính điểm đối sánh (calculate matching score): Tính toán tỷ lệ độ giống nhau giữa các cặp đặc trưng. Điểm đối sánh này sẽ cho biết độ giống nhau của 2 ảnh vân tay là bao nhiêu [4]. (Hình 3)

3. Hệ thống nhận diện vân tay

3.1. Phần mềm Quản lý sinh viên FPServer

Phần mềm Quản lý sinh viên được cài đặt trên Server nhằm thu thập thông tin sinh viên và sinh trắc học, tạo CSDL sinh viên của trường Đại học Văn Lang. Phần mềm Quản lý sinh viên bao gồm các chức năng chính:

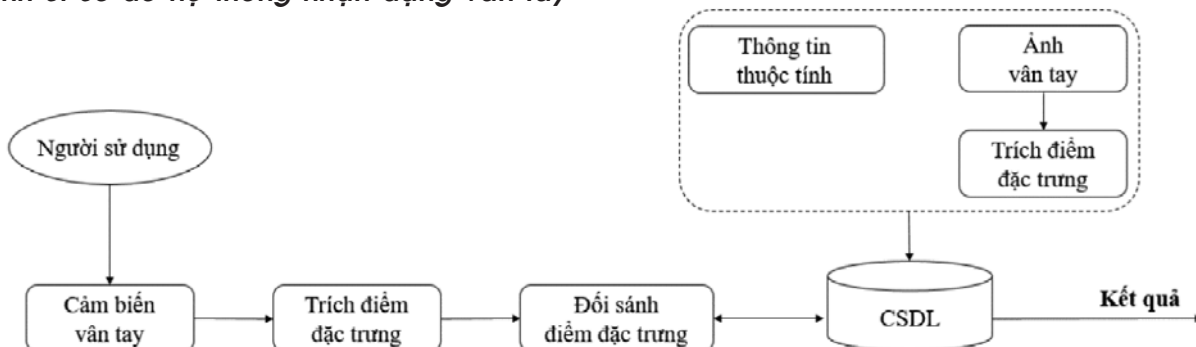
- Chức năng Quản lý sinh viên.
- Chức năng Đọc và lưu dữ liệu dấu vân tay vào CSDL.
- Chức năng kiểm tra vân tay.

Phần mềm Quản lý sinh viên là một phần mềm máy tính được xây dựng trên hệ điều hành nhân Linux (Ubuntu hoặc Debian). Phần mềm sử dụng phần cứng tích hợp là đầu đọc vân tay Digital Persona U.are.u 4500 Reader, dùng để đọc dữ liệu vân tay từ sinh viên. Hình sau đây thể hiện sơ đồ khối của Phần mềm Quản lý sinh viên. (Hình 4)

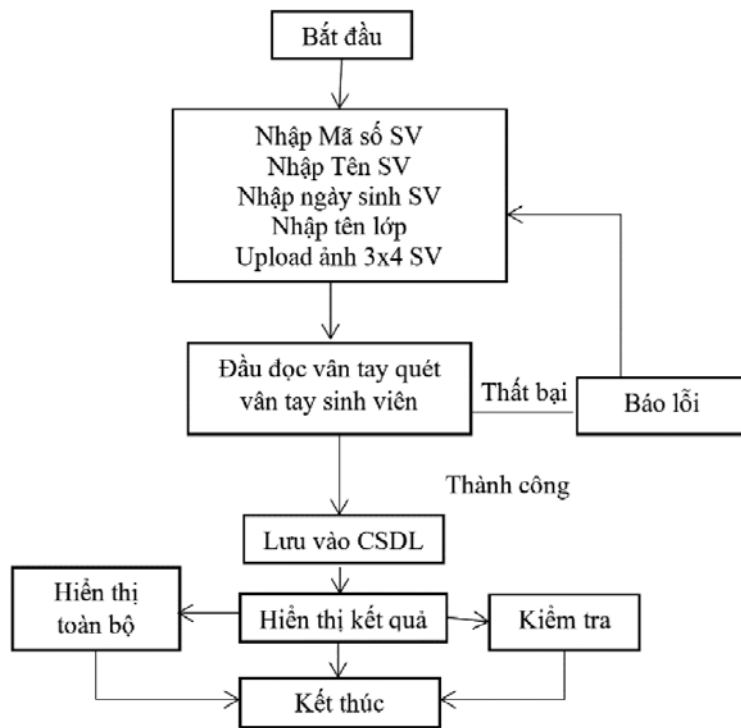
Hình 4. Sơ đồ khối phần mềm quản lý sinh viên



Hình 3. Sơ đồ hệ thống nhận dạng vân tay



Hình 5. Lưu đồ thuật toán của Phần mềm Quản lý sinh viên



Hình 7. Lưu đồ thuật toán kiểm tra sinh viên



Hình 5 thể hiện lưu đồ thuật toán của Phần mềm Quản lý sinh viên:

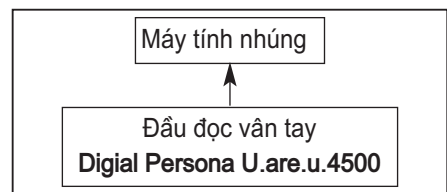
3.2. Phần mềm Kiểm tra sinh viên

Chức năng kiểm tra vân tay dùng để kiểm tra vân tay đầu vào với CSDL đã được nhập từ phần

mềm Quản lý sinh viên. Chức năng sẽ trả về (hiển thị) các thông tin: Họ tên, ngày sinh, mã số sinh viên, khoa, hình ảnh sinh viên nếu trùng khớp dữ liệu.

Chức năng đồng bộ dữ liệu, nhằm đồng bộ CSDL của phần mềm Quản lý sinh viên (server) với thiết bị kiểm tra vân tay (client). Ở đây, thiết bị kiểm tra vân tay sinh viên được thiết kế cho phép hoạt động độc lập, không cần kết nối với server sau khi đã được đồng bộ CSDL. (Hình 6)

Hình 6. Sơ đồ khối phần mềm Kiểm tra sinh viên



Hình 7 thể hiện lưu đồ thuật toán của phần mềm Kiểm tra sinh viên:

Lưu đồ thuật toán đồng bộ dữ liệu từ CSDL của phần mềm Quản lý sinh viên sang CSDL của phần mềm Kiểm tra sinh viên trên phần mềm Kiểm tra sinh viên: (Hình 8)

3.3. Thiết kế, chế tạo thiết bị Kiểm tra sinh viên

Thiết bị Kiểm tra sinh viên là sự tích hợp giữa phần mềm Kiểm tra sinh viên, đầu đọc vân tay Digital Persona U.are.u 4500 Reader và máy tính nhúng Raspberry Pi 3 B+.

Chức năng và cấu hình các phần cứng của thiết bị kiểm tra sinh viên được mô tả trong Bảng 1:

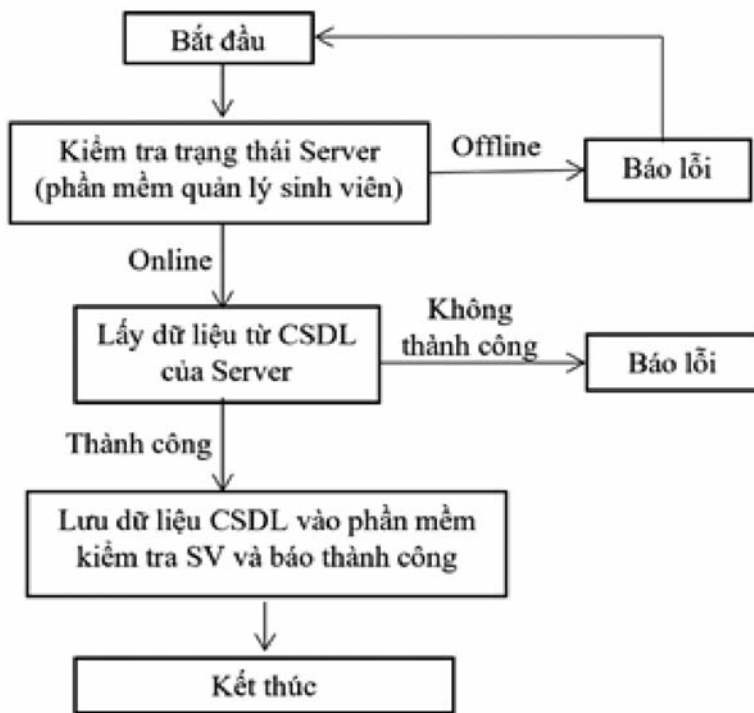
Vỏ hộp được thiết kế dựa vào công nghệ in 3D. (Hình 9)

4. Kết quả đạt được

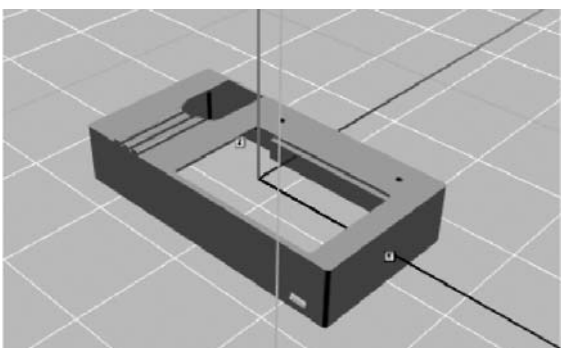
4.1. Sản phẩm

Sản phẩm của đề tài là một hệ thống được thể hiện như các hình dưới đây, bao gồm: Một phần mềm Quản lý sinh viên được cài trên máy tính chạy hệ điều hành Ubuntu với thiết bị phần cứng đi kèm là đầu đọc vân tay; Một bộ Wifi Adapter để tạo một mạng LAN không dây (WLAN) khi thực hiện quá

Hình 8. Lưu đồ thuật toán đồng bộ dữ liệu từ CSDL của phần mềm Quản lý sinh viên



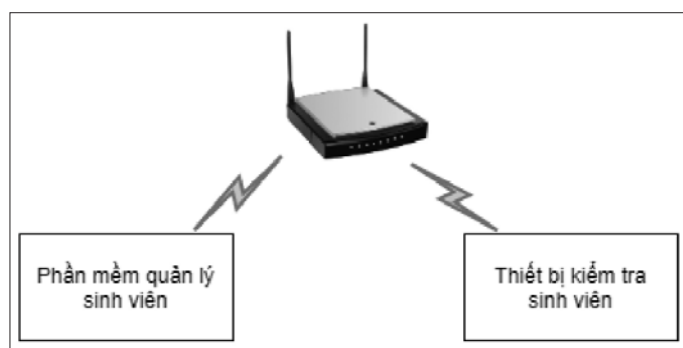
Hình 9. Model 3D vỏ hộp thiết bị Kiểm tra sinh viên cho máy in 3D



Hình 11. Hình ảnh thực tế phần mềm Quản lý sinh viên



Hình 10. Hệ thống sản phẩm thiết bị



Hình 12. Hình ảnh thực tế thiết bị Kiểm tra sinh viên



trình đồng bộ CSDL; Một thiết bị kiểm tra sinh viên được thiết kế trên máy tính nhúng Raspberry Pi. (Hình 10-11-12)

4.2. Ứng dụng điểm danh sinh viên trong lớp học (Bảng 2)

Các chức năng của phần mềm Quản lý sinh viên hoạt động ổn định.

Thiết bị kiểm tra sinh viên, thử nghiệm sau khi đã thu thập dữ liệu sinh viên, cho kết quả: Số lượng mẫu là 100 mẫu, kết quả nhận diện là 99 mẫu, tổng thời gian là 8,3 phút, thời gian trung bình là 5s, số lần không nhận diện khi quét lần đầu là 5 lần, số sinh viên không nhận diện được là 1 sinh viên.

5. Kết luận

Hệ thống nhận diện vân tay phục vụ coi thi và điểm danh sinh viên mà tác giả xây dựng và chế tạo là sản phẩm tích hợp giữa các

Bảng 1. Chức năng và cấu hình các phần cứng của thiết bị kiểm tra sinh viên

TT	Tên thiết bị	Chức năng	Cấu hình
1	Máy tính nhúng Raspberry Pi 3 B+	- Quản lý CSDL - Điều khiển đầu đọc vân tay, so sánh, đối chiếu dữ liệu vân tay thu được với CSDL và xuất kết quả	- Vi xử lý: Broadcom BCM2837B0, quad-core A53 (ARMv8) 64-bit SoC @1.4GHz - RAM: 1GB LPDDR2 SDRAM - Kết nối: Gigabit Ethernet. - Hỗ trợ: 40-pin GPIO, 4 cổng USB2.0 - Điện áp hoạt động: 5V/2.5A DC cổng microUSB, 5V DC trên chân GPIO.
2	Đầu đọc vân tay Digital Persona U.are.u 4500 Reader	- Đọc và xuất dữ liệu cho máy tính nhúng	- Chuẩn kết nối: USB 2.0 - Hệ điều hành: Microsoft Windows (32-bit and 64-bit), Linux (32-bit and 64-bit), Android - Độ phân giải: 512 ppi - Diện tích hình ảnh vân tay: 15 x 18 mm (0.6" x 0.7") - Dạng cảm biến: Optical Illumination Blue LEDs
3	Màn hình LCD	- Hiển thị kết quả	- Dạng LCD: - Kết nối chuẩn LCD: SPI - Dạng cảm ứng: điện trở - Điều khiển cảm ứng: XPT2046 - Màu sắc: 65536 - Độ phân giải: 320*480 px - Aspect Ratio 8.5
4	Adapter 5V/3A	- Cấp nguồn cho hệ thống	- Điện áp đầu vào: 220VAC - Điện áp đầu ra: 5VDC - Dòng điện tối đa: 3A

Bảng 2. Đánh giá ứng dụng điểm danh sinh viên trong lớp học

TT	Các bước tiến hành	Đánh giá
1	Chức năng Quản lý sinh viên	Đạt, đã bổ sung danh sách sinh viên lớp vào CSDL
2	Chức năng đọc và lưu trữ dấu vân tay	Đạt, đã thu thập dữ liệu vân tay của sinh viên
3	Chức năng kiểm tra vân tay	Đạt, thời gian nhận dạng 5s

thiết bị phần cứng và phần mềm, dựa trên các công nghệ và kỹ thuật mới, phù hợp với xu hướng công nghệ của cách mạng 4.0, như: sử dụng các thiết bị IoT vào hệ thống (máy tính nhúng), phát triển các ứng dụng trên nền hệ điều hành mã nguồn mở, sử dụng công nghệ lập trình đa nền tảng, thiết kế và chế tạo kết cấu cơ khí dựa trên công nghệ in 3D,...

Hệ thống nhận diện vân tay đang được ứng

dụng thực tiễn vào việc hỗ trợ coi thi và điểm danh sinh viên. Thời gian tới, trong quá trình sử dụng, tác giả sẽ tiếp tục bổ sung, cập nhật thêm các tính năng mới, tích hợp các cảm biến mới, để hệ thống ngày càng đáp ứng được các yêu cầu của thực tiễn. Về ý nghĩa khoa học đây là nền tảng để nghiên cứu, xây dựng các hệ thống nhận diện sinh trắc khác như khuôn mặt, giọng nói, mống mắt ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Shoba Dyre1, C.P. Sumathi (2016), A Survey On Various Approaches To Fingerprint Matching For Personal Verification And Identification, *International Journal of Computer Science & Engineering Survey (IJCES)* Vol.7, No.4, August 2016.
2. Manisha Sharma1, Deepa Verma (2013), A Comparative Analysis on Various Techniques of Fingerprint Recognition, *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, Vol. 2 Issue 11, November - 2013, ISSN: 2278-0181.
3. Lukasz Wieclaw (2009), A minutiae-based matching algorithms in fingerprint recognition systems, *Journal of Medical Informatics & Technologies* Vol. 13/2009, ISSN 1642-6037.
4. Ravi. J, K. B. Raja, Venugopal. K. R (2009), Fingerprint recognition using minutia score matching, Ravi.J. et al. *International Journal of Engineering Science and Technology* Vol.1(2), 2009, 35-42.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THU NGUYỆT MINH

Trường Đại học Văn Lang

ThS. THÁI VĂN QUỐC SỸ

Viện Công nghệ Thông tin

DEVELOPING AN AUTOMATED FINGERPRINT IDENTIFICATION SYSTEM TO CHECK THE ATTENDANCE OF STUDENTS AND SUPPORT TESTS

● Master. **NGUYEN THU NGUYET MINH**

Van Lang University

● Master. **THAI VAN QUOC SY**

Institute of Information Technology

ABSTRACT:

This paper focuses on researching and manufacturing an Automated Fingerprint Identification System to check the attendance of students and support tests. Based on the basic of biometric theory on fingerprint identification, a Student Management System and a Student Identification System based on the characteristics of each student's fingerprints were developed.

Keywords: Automated Fingerprint Identification System, tests support, student, Raspberry Pi, Digital Persona U.are.u 4500 Reader.

TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CÔNG CHỨC XÃ, PHƯỜNG, THỊ TRẤN Ở VIỆT NAM

● TRẦN THỊ MAI

TÓM TẮT:

Bài viết tập trung phân tích các tiêu chí đánh giá năng lực của công chức xã, phường, thị trấn trên cơ sở khái quát hóa các tiêu chí thuộc về nhóm kiến thức, kỹ năng và thái độ của công chức. Các tiêu chí được xác định thông qua việc phân tích, tổng hợp các yêu cầu về chức trách, nhiệm vụ, quyền hạn được quy định trong các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành.

Từ khóa: Tiêu chí đánh giá, năng lực, công chức, xã, phường, thị trấn.

1. Đặt vấn đề

Ủy ban nhân dân cấp xã, phường, thị trấn (sau đây gọi chung là Ủy ban nhân dân cấp xã) là một cấp hành chính trong hệ thống chính quyền các cấp ở nước ta và là bộ phận cấu thành quan trọng của hệ thống chính trị ở cơ sở. Đây là cấp hành chính gần dân nhất, thường xuyên tiếp xúc, chăm lo đời sống vật chất, tinh thần cho nhân dân; là nơi tổ chức và vận động nhân dân thực hiện đường lối của Đảng, pháp luật của Nhà nước. Năng lực, hiệu quả hoạt động của chính quyền cấp xã sẽ tác động trực tiếp đến việc phát huy quyền làm chủ của nhân dân, góp phần bảo đảm cho sự ổn định và phát triển của địa phương cũng như đất nước. Chính quyền cấp xã không thể đảm nhận được vai trò nếu thiếu nhân tố có ý nghĩa quyết định, đó là: đội ngũ cán bộ, công chức.

Công chức cấp xã là cầu nối giữa Đảng, Chính phủ với nhân dân. Họ là những người lắng nghe,

nắm bắt tâm tư, nguyện vọng của nhân dân để báo cáo, phản ánh cho cấp trên, nhằm xây dựng và ban hành các chủ trương, chính sách sao cho phù hợp với thực tiễn của cuộc sống. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, công chức cấp xã là yếu tố trọng yếu trong công tác cán bộ của Đảng và Nhà nước.

Những năm qua, đội ngũ công chức cấp xã ở nước ta đã góp phần không nhỏ vào công cuộc xây dựng hệ thống chính trị cơ sở vững mạnh. Tuy nhiên, trên thực tế, hoạt động quản lý hành chính nhà nước ở cấp xã còn bộc lộ nhiều hạn chế, yếu kém, ảnh hưởng không nhỏ đến tính hiệu lực, hiệu quả và niềm tin của nhân dân đối với chính quyền. Một trong những nguyên nhân của tình trạng trên là do năng lực thực thi công vụ của công chức cấp xã chưa đáp ứng yêu cầu thực tế của địa phương.

Có nhiều quan niệm khác nhau về năng lực,

tuy nhiên theo cách hiểu phổ biến nhất hiện nay thì năng lực là tổng hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ của cá nhân hoặc tổ chức nhằm đáp ứng những yêu cầu đặc trưng của một hoạt động nhất định, để đảm bảo cho hoạt động đó đạt hiệu quả cao.

Một công chức cấp xã có năng lực là người có kiến thức, kỹ năng và thái độ đáp ứng yêu cầu của hoạt động công vụ tại Ủy ban nhân dân cấp xã và vị trí việc làm mà công chức đó đảm nhận. Hiện nay ở cấp xã có 7 chức danh công chức, gồm: Trưởng Công an, Chỉ huy trưởng Quân sự, Văn phòng - thống kê, Địa chính - xây dựng - đô thị và môi trường (đối với phường, thị trấn) hoặc Địa chính - nông nghiệp - xây dựng và môi trường (đối với xã), Tài chính - kế toán, Tư pháp - hộ tịch, Văn hóa - xã hội.

Trong phạm vi bài viết này, tác giả tập trung phân tích các tiêu chí đánh giá năng lực của 5 chức danh công chức: Văn phòng - thống kê, Địa chính - xây dựng - đô thị và môi trường (đối với phường, thị trấn) hoặc địa chính - nông nghiệp - xây dựng và môi trường (đối với xã), Tài chính - kế toán, Tư pháp - hộ tịch, Văn hóa - xã hội thông qua các bộ phận cấu thành của khung năng lực là kiến thức, kỹ năng và thái độ.

2. Các tiêu chí đánh giá kiến thức của công chức cấp xã

Kiến thức của cán bộ, công chức, viên chức nói chung và công chức cấp xã nói riêng được đánh giá dựa trên các yếu tố như: trình độ học vấn, trình độ chuyên môn, trình độ tin học - ngoại ngữ, trình độ lý luận chính trị, trình độ quản lý nhà nước. Cụ thể:

Về trình độ học vấn hay còn gọi là trình độ giáo dục phổ thông: Trình độ học vấn là yếu tố cơ bản, tối thiểu với mỗi công chức. Trình độ học vấn thể hiện nền tảng kiến thức căn bản, giúp hình thành thế giới quan, nhân sinh quan của mỗi người, đồng thời thể hiện khả năng tư duy, nhận thức, nắm bắt các quy luật khách quan cũng như các vấn đề kinh tế, xã hội, văn hóa, chính trị. Trình độ học vấn là nền tảng cho việc tiếp thu

kiến thức mới, học tập nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cũng như thái độ và cách ứng xử trong thực thi công vụ. Trong thực tế, trình độ học vấn được đánh giá qua những văn bằng trong hệ thống giáo dục quốc dân, gồm: các bậc tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông.

Thông tư số 13/2019/TT-BNV ngày 06 tháng 11 năm 2019 của Bộ Nội vụ hướng dẫn một số quy định về cán bộ, công chức cấp xã và người hoạt động không chuyên trách ở cấp xã, ở thôn, tổ dân phố, quy định trình độ học vấn của công chức cấp xã phải là tốt nghiệp trung học phổ thông.

Về trình độ chuyên môn: Trình độ chuyên môn là bước cao hơn, phản ánh kiến thức chuyên môn riêng biệt về một chuyên ngành, lĩnh vực nhất định nào đó. Trình độ chuyên môn có được thông qua quá trình đào tạo chuyên sâu ở các trường đào tạo thuộc hệ thống đào tạo quốc dân, như: dạy nghề, trung cấp chuyên nghiệp, cao đẳng, đại học. Trong quá trình đào tạo, nhà trường trang bị cho người học kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp theo các chuyên ngành nhất định và được thể hiện qua hệ thống chứng chỉ, bằng cấp chuyên môn.

Trình độ chuyên môn đóng vai trò quan trọng nhất đối với sự hình thành năng lực của công chức cấp xã, vì đây là những kiến thức chuyên sâu, gắn trực tiếp với một vị trí, công việc chuyên môn cụ thể, phản ánh khả năng thực hiện nhiệm vụ của từng công chức.

Cũng theo Thông tư số 13/2019/TT-BNV, trình độ chuyên môn của công chức cấp xã phải tốt nghiệp đại học trở lên của ngành Giáo dục và Đào tạo, phù hợp với yêu cầu nhiệm vụ của từng chức danh. Hơn nữa, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quy định cụ thể tiêu chuẩn về trình độ chuyên môn, nghiệp vụ từ trung cấp trở lên đối với công chức làm việc tại các xã: miền núi, vùng cao, biên giới, hải đảo, xã đảo, vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc thiểu số, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn.

Trình độ ngoại ngữ, tin học: Trình độ ngoại

ngữ, tin học là yếu tố quan trọng, cần thiết trong hoạt động thực thi công vụ của công chức thời kỳ hội nhập hiện nay. Tin học, ngoại ngữ là cách thức, phương tiện để công chức thu thập, khai thác, xử lý và sử dụng, chuyển tải thông tin một cách hiệu quả, phong phú cũng như phục vụ đắc lực cho hoạt động công vụ. Thông tư số 13/2019/TT-BNV quy định công chức cấp xã phải được cấp chứng chỉ sử dụng công nghệ thông tin theo chuẩn kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản, quy định tại Thông tư số 03/2014/TT-BTTTT ngày 11 tháng 3 năm 2014 của Bộ Thông tin và Truyền thông. Về trình độ ngoại ngữ Thông tư không quy định, tuy nhiên lại giao Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng đối với từng chức danh công chức cấp xã về ngoại ngữ, tiếng dân tộc thiểu số (đối với địa bàn công tác phải sử dụng tiếng dân tộc thiểu số trong hoạt động công vụ).

Về trình độ lý luận chính trị và quản lý nhà nước:

Trình độ lý luận chính trị phản ánh mức độ nhận thức, tư duy, lý luận về những vấn đề cơ bản của hệ thống, những kiến thức liên quan đến lĩnh vực chính trị, nhất là những kiến thức về: Chủ nghĩa Mác - Lê nin, Tư tưởng Hồ Chí Minh; chế độ xã hội chủ nghĩa, bản chất của Nhà nước; quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước. Trình độ lý luận chính trị giúp cán bộ, công chức có lập trường, tư tưởng vững vàng, đảm bảo thực hiện nhiệm vụ theo đúng định hướng chính trị của Đảng và Nhà nước; giúp cho việc tuyên truyền, tổ chức thực hiện chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước vào thực tế cuộc sống được dễ dàng và hiệu quả. Do đó, để nâng cao năng lực của công chức cấp xã nhất thiết phải nâng cao trình độ lý luận chính trị.

Kiến thức quản lý nhà nước là tổng hợp những kiến thức cơ bản về Nhà nước; pháp luật; nền hành chính; nguyên tắc tổ chức và hoạt động của Nhà nước; về đội ngũ cán bộ, công chức và thực hiện nhiệm vụ; về cải cách nền hành chính và

nội dung quản lý nhà nước về các lĩnh vực, các nghiệp vụ cơ bản của công chức. Những kiến thức này giúp công chức cấp xã hiểu sâu sắc, cụ thể hơn về nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm của mình. Đồng thời, cung cấp thêm những kỹ năng, phương pháp, công cụ quản lý nhà nước cần thiết trong hoạt động công vụ.

Thông tư số 13/2019/TT-BNV ban hành, giao cho Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chủ động quyết định việc xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng đối với từng chức danh công chức cấp xã về quản lý nhà nước, lý luận chính trị.

3. Các tiêu chí đánh giá kỹ năng của công chức cấp xã

Một công chức chỉ có kiến thức không thì chưa đủ, để thực thi công vụ có hiệu quả đòi hỏi họ phải có những kỹ năng nhất định nhằm chuyển hóa những kiến thức, hiểu biết của mình thành những hoạt động, việc làm phù hợp, khoa học để nâng cao hiệu quả công việc trong thực tế. Kỹ năng của công chức cấp xã là khả năng của chủ thể thực hiện thuận thực một hay một chuỗi hành động trên cơ sở hiểu biết (kiến thức hoặc kinh nghiệm), nhằm tạo ra kết quả thực hiện công vụ một cách hiệu quả. Trong thực tế, để thực hiện có hiệu quả bất kỳ công việc nào, con người đều cần các kỹ năng cơ bản, như: kỹ năng tư duy, kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng tổ chức công việc, kỹ năng quản lý thời gian,... Hoạt động công vụ của công chức, đặc biệt là công chức cấp xã, là một hoạt động vừa mang tính nghề nghiệp, vừa mang tính thực tiễn cao. Vậy nên, ngoài các kỹ năng chung, công chức cần có những kỹ năng mang tính đặc trưng công việc. Hiện nay, chưa có một văn bản nào quy định cụ thể về các kỹ năng của công chức cấp xã trong thực thi công vụ. Tuy nhiên, nếu dựa vào vị trí, vai trò, chức trách, nhiệm vụ, đặc thù, ta có thể khái quát thành một số kỹ năng cơ bản, cụ thể như sau:

- Kỹ năng giao tiếp hành chính

Công chức cấp xã là người đại diện cho Nhà nước, thường xuyên và trực tiếp tiếp xúc với người dân trong giải quyết, cung cấp các dịch vụ

hành chính công, cũng như tổ chức nhiều hoạt động tuyên truyền vận động quần chúng. Hơn ai hết, họ phải rèn luyện cho mình kỹ năng giao tiếp công vụ để đảm bảo hoàn thành nhiệm vụ Nhà nước giao, đảm bảo sự hài lòng của người dân. Trong giao tiếp hành chính, công chức cấp xã cần tuân thủ các nguyên tắc như: tuân thủ pháp luật, bảo đảm chính xác và khách quan, công khai - dân chủ, thận trọng, cân bằng, trách nhiệm, chuẩn mực đạo đức và nguyên tắc hài hòa về lợi ích.

Để đánh giá kỹ năng giao tiếp hành chính của công chức ta cần đánh giá các yếu tố cấu thành nên kỹ năng đó. Ví dụ, kỹ năng nghe và lắng nghe một cách thiện chí, hiệu quả; khả năng kiểm soát cảm xúc hợp lý, linh hoạt; khả năng hướng dẫn, thuyết phục và thuyết trình dễ hiểu, đúng trọng tâm, ngắn gọn, lời cuốn thông qua cách thức sử dụng tốt giọng điệu, ngữ điệu, ngôn ngữ cơ thể, nội dung phù hợp, thái độ khiêm tốn, nhiệt huyết; khả năng quan sát nhạy bén, đa dạng; trang phục lịch sự,...

Có thể đánh giá kỹ năng giao tiếp thông qua: quan sát hành vi, thái độ của công chức khi tiếp xúc với người dân, cấp trên, đồng nghiệp; qua phiếu khảo sát hoặc qua phỏng vấn.

- Kỹ năng tham mưu, đề xuất

Công chức cấp xã là người tham mưu, giúp Ủy ban nhân dân cấp xã tổ chức thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn trong các lĩnh vực.

Công tác tham mưu có vị trí đặc biệt quan trọng trong lãnh đạo, quản lý và điều hành công việc của Ủy ban nhân dân cấp xã. Trong quá trình này, công chức cấp xã cần phải đảm bảo đúng các quy định hiện hành của pháp luật, cũng như các chế độ, chính sách của Nhà nước. Yêu cầu này đòi hỏi họ phải am hiểu, cập nhật thường xuyên các quy định của pháp luật liên quan đến lĩnh vực mình phụ trách. Tham mưu phải có cơ sở khoa học, khách quan, trung thực; đề cao trách nhiệm; toàn diện, tổng hợp.

Để có những tham mưu, đề xuất có giá trị, công chức cấp xã cần có khả năng phân tích, vận

dụng sáng tạo các tình huống phát sinh. Hơn hết, họ cần chủ động trong phân tích, khảo sát nhằm đưa ra các phương án hỗ trợ cho Ủy ban nhân dân trong quá trình lãnh đạo, chỉ đạo, điều hành hoạt động.

Đánh giá kỹ năng tham mưu rất khó, chủ yếu dựa vào chất lượng của thông tin mà công chức cung cấp cho cấp trên về lĩnh vực mình phụ trách và sự nhìn nhận, đánh giá của cấp trên.

- Kỹ năng soạn thảo văn bản

Văn bản là phương tiện chủ yếu, quan trọng để ghi lại, chuyển tải các quyết định và thông tin quản lý; là hình thức để cụ thể hóa pháp luật. Do đó, kỹ năng soạn thảo văn bản là một trong những yêu cầu quan trọng của công chức cấp xã.

Trong quá trình thực thi công vụ, công chức cấp xã thường xuyên phải soạn thảo nhiều loại văn bản, như: thông báo, tờ trình, báo cáo, công văn, quyết định, chỉ thị,... Khi soạn thảo các loại văn bản, họ phải nắm vững và tuân thủ các tiêu chí chung, đảm bảo yêu cầu về nội dung, bố cục và thể thức.

Về thể thức và kỹ thuật trình bày văn bản hành chính đã được quy định trong Thông tư số 01/2011/TT-BNV ngày 19 tháng 01 năm 2011 của Bộ Nội vụ. Thể thức và kỹ thuật trình bày văn bản quy phạm pháp luật được quy định trong Nghị định số 34/2016/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2016, quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật. Về thể thức, kỹ thuật trình bày văn bản quy phạm pháp luật của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ và văn bản quy phạm pháp luật liên tịch được quy định tại Thông tư số 25/2011/TT-BTP ngày 27 tháng 12 năm 2011 của Bộ Tư pháp.

Đánh giá kỹ năng soạn thảo văn bản khá đơn giản vì sản phẩm rất rõ, đó chính là văn bản được ban hành dựa trên các tiêu chí như: nội dung phù hợp, thể thức chuẩn, đúng thẩm quyền, đúng trình tự, kịp tiến độ và khả thi.

- Kỹ năng thu thập, xử lý và cung cấp thông tin

Thông tin là yếu tố cần thiết, cơ bản đảm bảo cho việc giải quyết nhiệm vụ và thực hiện chức năng tham mưu, đề xuất của công chức. Trong thời đại bùng nổ thông tin và yêu cầu ngày càng cao của hoạt động công vụ, đòi hỏi mỗi công chức phải có kỹ năng thu thập, xử lý thông tin một cách thành thực, chính xác nhằm nắm bắt đầy đủ các thông tin cần thiết với độ tin cậy cao, để giải quyết các nhiệm vụ và tham mưu cho lãnh đạo ra các quyết định nhanh chóng, đúng đắn, chính xác.

Ngoài các kỹ năng chung trên, mỗi chức danh công chức cấp xã phải đảm bảo các kỹ năng mang tính chuyên biệt, chuyên môn đảm nhận. Đối với công chức Văn phòng - Thống kê phải có thêm các kỹ năng như: chuẩn bị các cuộc họp; lập kế hoạch, lịch công tác; kỹ năng tổ chức. Công chức Tư pháp - Hộ tịch phải có kỹ năng thuyết trình; kỹ năng quản lý và đăng ký hộ tịch; kỹ năng tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật; kỹ năng công chứng - chứng thực; kỹ năng hòa giải cơ sở; kỹ năng kiểm tra, kiểm soát và xử lý văn bản quy phạm pháp luật; kỹ năng tiếp công dân và giải quyết khiếu nại, tố cáo. Công chức Quản lý về văn hóa - xã hội phải có kỹ năng tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao; kỹ năng giải quyết tình huống; kỹ năng tổ chức xây dựng thực hiện chính sách về lao động, dạy nghề, việc làm ở địa phương; kỹ năng tuyên truyền phòng chống tệ nạn xã hội,...

4. Tiêu chí đánh giá thái độ của công chức cấp xã

Trong quá trình thực thi công vụ, công chức cấp xã trực tiếp tương tác với nhiều đối tượng, nhiều hoạt động khác nhau nên thái độ trong thực thi công vụ cũng thể hiện đa dạng, sinh động, phản ánh tính chất đặc thù của hoạt động công vụ trong bộ máy chính quyền cấp cơ sở. Thái độ của công chức cấp xã thể hiện qua hành vi, cách ứng xử của họ đối với nhiệm vụ, với đồng nghiệp, với nhân dân, cụ thể như sau:

Thái độ với nhân dân: Phục vụ nhân dân là trách nhiệm của hoạt động công vụ. Sự tin tưởng,

ủng hộ của nhân dân phụ thuộc rất lớn bởi thái độ của đội ngũ cán bộ, công chức trong bộ máy nhà nước, đặc biệt là chính quyền cơ sở - nơi trực tiếp và thường xuyên tiếp xúc và giải quyết công việc của người dân. Đối với nhân dân, công chức cấp xã phải luôn tôn trọng, tận tụy phục vụ bằng thái độ khách quan, công bằng, khiêm tốn; tập trung tư vấn, giải quyết những lợi ích chính đáng của người dân, liên hệ chặt chẽ và lắng nghe ý kiến của họ; tích cực đấu tranh với những biểu hiện vô cảm, quan liêu, cửa quyền, hách dịch và các hành vi những nhiễu, gây phiền hà cho nhân dân.

Thái độ với nhiệm vụ được giao: Trước hết, mỗi công chức cần có thái độ nghiêm túc với nhiệm vụ được giao, nêu cao ý thức trách nhiệm, tận tụy với công việc, làm việc có nguyên tắc, kỷ cương, có lý, có tình; gương mẫu trong thực hiện các chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước và quy định tại đơn vị; chủ động, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm và dám chịu trách nhiệm với kết quả công việc của mình; có tinh thần khắc phục khó khăn, hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Thái độ với cấp trên, đồng nghiệp: Công chức cấp xã cần tuân thủ nghiêm sự điều hành, phân công, chỉ đạo của cấp trên, đồng thời thẳng thắn đóng góp ý kiến; chủ động, tích cực tham mưu những nội dung liên quan đến nhiệm vụ được phân công. Đối với đồng nghiệp, công chức cấp xã phải có thái độ tích cực, chủ động và phối hợp chặt chẽ trên tinh thần lắng nghe, xây dựng và tôn trọng lẫn nhau; đồng thời phải cầu thị, chia sẻ, hỗ trợ nhau cùng tiến bộ. Trong giao tiếp, ứng xử cần có thái độ trung thực, thân thiện và hợp tác, giữ gìn đoàn kết nội bộ trong cơ quan, đơn vị.

Ngoài các tiêu chí trên, hiện nay trong công tác đánh giá, phân loại hàng năm đối với công chức cấp xã đang áp dụng hệ thống các tiêu chí theo quy định tại Nghị định số 56/2015/NĐ-CP ngày 09 tháng 6 năm 2015 của Chính phủ về đánh giá và phân loại cán bộ, công chức, viên chức, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01 tháng 8

năm 2015; được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 88/2017/NĐ-CP ngày 27 tháng 7 năm 2017 của Chính phủ; có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15 tháng 9 năm 2017 và được hợp nhất theo văn bản hợp nhất số 02/VBHN-BNV, ngày 09/11/2017 của Bộ Nội vụ với 6 nhóm tiêu chí: Chấp hành đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước; Phẩm chất chính trị, đạo đức, lối sống, tác phong và lễ lối làm việc; Năng lực, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ; Tiến độ và kết quả thực hiện nhiệm vụ; Tinh thần trách nhiệm và phối hợp trong thực hiện nhiệm vụ; Thái độ phục vụ nhân dân. Hiện nay, ta chỉ mới đưa ra các tiêu chí chung mà chưa có các tiêu chí mang tính đặc thù của công chức cấp xã, vậy nên, trong thời gian tới các cấp có thẩm quyền cần nghiên cứu để điều chỉnh cho phù hợp.

5. Kết luận

Đánh giá năng lực của công chức cấp xã khó hơn so với công chức ở các cấp khác bởi tính đa dạng và đặc thù trong hoạt động công vụ của cấp cơ sở. Trong thực tế, công chức cấp xã thường kiêm nhiệm thêm nhiều vị trí khác nhau trong các tổ chức chính trị - xã hội.

Hàng năm, việc đánh giá năng lực của công chức cấp xã được lồng ghép với kết quả thực hiện nhiệm vụ trong bảng đánh giá, phân loại công chức - được các tổ chức thực hiện vào cuối năm. Kết quả của hoạt động này thường là kết quả đánh giá, xếp loại với các mức độ khác nhau: Hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, hoàn thành tốt nhiệm vụ, hoàn thành nhiệm vụ và không hoàn thành nhiệm vụ. Tuy nhiên, hệ thống đánh giá này cũng tồn tại nhiều bất cập, hạn chế như: chưa đánh giá một cách toàn diện năng lực thực thi công vụ của công chức mà còn mang tính cào bằng; áp dụng phương thức và tiêu chí đánh giá giống nhau cho các vị trí việc làm khác nhau; các tiêu chí đánh giá còn mang tính chung chung, thiếu đặc trưng cho các vị trí; việc đánh giá còn mang tính hình thức, chiếu lệ. Những hạn chế trên ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng hoạt động đánh giá cán bộ, công chức nói chung và công chức cấp xã nói riêng. Để khắc phục tình trạng này, ta không nên chỉ xác định các tiêu chí đánh giá năng lực mà còn phải xác định được cả phương pháp đánh giá trên cơ sở tính chất và kết quả thực hiện nhiệm vụ của từng chức danh công chức ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Nội vụ (2019). *Thông tư số 13/2019/TT-BNV hướng dẫn một số quy định về cán bộ, công chức cấp xã và người hoạt động không chuyên trách ở cấp xã, ở thôn, tổ dân phố*. Hà Nội.
2. Bộ Nội vụ (2017). *Văn bản hợp nhất số 02/VBHN-BNV về đánh giá và phân loại cán bộ, công chức, viên chức*. Hà Nội.
3. Chính phủ (2009). *Nghị định số 92/2009/NĐ-CP về chức danh, số lượng, một số chế độ, chính sách đối với cán bộ, công chức ở xã, phường, thị trấn và những người hoạt động không chuyên trách ở cấp xã*. Hà Nội.
4. Chính phủ (2011). *Nghị định số 112/2011/NĐ-CP quy định tiêu chuẩn, tuyển dụng; điều động, tiếp nhận, trình tự và thủ tục đánh giá, thôi việc và thủ tục nghỉ hưu, xử lý kỷ luật, quản lý công chức xã, phường, thị trấn*. Hà Nội.
5. Chính phủ (2015). *Nghị định số 56/2015/NĐ-CP về đánh giá và phân loại cán bộ, công chức, viên chức*. Hà Nội.
6. Chính phủ (2017). *Nghị định số 88/2017/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 56/2015/NĐ-CP*. Hà Nội.

7. Chính phủ (2019). *Nghị định số 34/2019/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số quy định về cán bộ, công chức cấp xã và người hoạt động không chuyên trách ở cấp xã, ở thôn, tổ dân phố.* Hà Nội.

Ngày nhận bài: 10/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/3/2020

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN THỊ MAI

Phân viện Học viện Hành chính Quốc gia khu vực Tây Nguyên

**CRITERIA FOR EVALUATING THE CAPACITY
OF CIVIL SERVANTS WORKING FOR COMMUNE,
WARD AND TOWNSHIP-LEVEL AUTHORITIES IN VIETNAM**

● Master. **TRAN THI MAI**

National Academy of Public Administration

- Tay Nguyen Campus

ABSTRACT:

This paper focuses on analyzing the criteria for evaluating the capacity of civil servants working for commune, ward and township-level authorities in Vietnam on the basis of generalizing criteria belonging to groups of knowledge, skills and attitudes. These criteria are determined through the analysis and synthesis of current requirements on responsibilities, duties, powers of civil servants work for commune, ward and township-level authorities which were regulated in the current legal documents.

Keywords: Evaluation criteria, capacity, public servants, communes, wards, towns.

TÁC ĐỘNG CỦA SỰ NHẤT QUÁN LÃNH ĐẠO ĐỐI VỚI SỰ HÀI LÒNG CÔNG VIỆC TRONG TIẾN TRÌNH GIA TĂNG HIỆU SUẤT CÔNG VIỆC

● TỪ THANH HOÀI - NGUYỄN PHONG NGUYÊN - TRẦN MAI ĐÔNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu bàn luận về tác động tiềm năng của việc nhất quán lãnh đạo đối với sự hài lòng công việc trong tiến trình gia tăng hiệu suất công việc, dựa trên lý thuyết ủy nhiệm, lý thuyết hiện tại và lý thuyết kỳ vọng. Bên cạnh đó, việc hệ thống hóa các lý thuyết liên quan đến lãnh đạo, quản trị nhân sự và mối quan hệ giữa chúng sẽ là cơ sở cho việc đề xuất mô hình và các giả thuyết trong thực tiễn. Điều này sẽ đem lại những khuyến nghị về cải thiện hành vi quản trị của các nhà quản lý tại doanh nghiệp (DN) Việt Nam, giúp DN đạt được hiệu suất công việc như mong muốn.

Từ khóa: Sự nhất quán của lãnh đạo, sự hài lòng công việc, hiệu suất công việc.

1. Sơ lược về sự nhất quán lãnh đạo, sự hài lòng và hiệu suất công việc

1.1. Sự nhất quán của lãnh đạo

Nhất quán là sự thống nhất từ đầu tới cuối, trước sau không mâu thuẫn hay trái ngược nhau. Vì vậy, nhà lãnh đạo nhất quán là người có chủ trương và hành động một cách thống nhất, trước sau không thay đổi quan điểm của mình (Lakshman, 2008). Đồng thời, lãnh đạo là người truyền cảm hứng cho tất cả các thành viên của tổ chức (Ray, 2010). Và khi mọi người đã tin tưởng và tình nguyện đi theo thì họ đặt rất nhiều hi vọng vào người mình đã lựa chọn. Từ đó, hành động của lãnh đạo càng được chú ý hơn và bản thân họ cũng cố gắng biến hành vi của mình trở nên chính trực hơn. Nhà lãnh đạo nhất quán là người luôn kiên định với những gì mình đã đặt ra, thống nhất giữa lời nói và hành động nhằm làm gương cho mọi người cũng như đảm bảo cho tổ chức đạt được mục tiêu. Trong quá trình ra quyết định, sự

nhất quán sẽ đem lại hiệu quả cao hơn, khi đó lãnh đạo nhất quán sẽ đạt được hiệu quả cao trong hoạt động hơn là lãnh đạo thiếu nhất quán (Li và Wang, 2015).

1.2. Sự hài lòng công việc

Theo Locke (1969), sự hài lòng trong công việc là trạng thái cảm xúc dễ chịu từ kết quả thẩm định công việc của một người đã đạt được hoặc được tạo điều kiện để đạt được các giá trị công việc. Như vậy, sự hài lòng công việc được đo bằng cảm nhận và cảm xúc của chính người thực hiện công việc đó. Nếu cảm nhận theo hướng tích cực thì có nghĩa là họ có mức độ hài lòng với công việc có thể ở mức cao, còn nếu như theo hướng tiêu cực thì nghĩa là họ đang có vấn đề với công việc mình đang đảm nhận và cũng đồng nghĩa là họ đang có cảm giác thất vọng. Cũng theo Locke (1969), sự hài lòng là một chức năng của mối quan hệ được nhận thức giữa những gì mà người đó muốn từ công việc với những gì họ coi là cung cấp hoặc đòi hỏi.

Vì thế, nếu một người không được đáp ứng đủ nguồn lực hoặc bị ngăn chặn trong việc đạt được các giá trị công việc thì họ dễ bị chán nản và chắc chắn sẽ có thái độ không hài lòng trong công việc. Từ đó thấy rằng, sự hài lòng và không hài lòng rất quan trọng đối với hiệu suất công việc. Nếu một người được hỗ trợ tốt trong công việc, họ sẽ thỏa mãn và sẽ cố gắng làm việc tốt hơn, dẫn đến hiệu suất cao hơn. Ngược lại, một người có công việc không suôn sẻ hoặc bị cản trở trong việc chinh phục các giá trị công việc sẽ dễ nản lòng và cũng dẫn đến kết quả không được như mong đợi. Lãnh đạo có tầm nhìn chắc chắn sẽ cố gắng giúp đỡ nhân viên để họ trở nên yêu thích công việc mình đang làm và nếu nhân viên yêu thích những việc ấy thì có thể họ sẽ có được sự hài lòng đối với nó.

1.3. Hiệu suất công việc

Hiệu suất công việc được định nghĩa là tổng giá trị mong đợi của tất cả các hành vi mà một cá nhân thực hiện trong một khoảng thời gian tiêu chuẩn (Motowidlo & Kell, 2012). Cá nhân có hiệu suất công việc cao nghĩa là họ đã làm việc hiệu quả và nó được đo lường dựa trên khối lượng công việc mà người đó đảm nhận trong một khoảng thời gian nhất định. Dĩ nhiên, bất cứ tổ chức nào cũng mong muốn toàn thể nhân viên đạt hiệu suất cao trong công việc, vì hiệu suất chính là hiệu quả hoạt động của cả doanh nghiệp chứ không chỉ là hiệu quả của bất cứ cá nhân nào.

2. Tác động của sự nhất quán của lãnh đạo đối với sự hài lòng công việc trong tiến trình gia tăng hiệu suất công việc

Theo thuyết nhu cầu của Maslow, các cá nhân sẵn sàng hành động theo cấp bậc nhu cầu tăng dần và sẽ nảy sinh hài lòng khi các nhu cầu được thỏa mãn (Maslow, 1950). Hơn nữa, sự thỏa mãn trong công việc của một cá nhân bị ảnh hưởng bởi cả điều kiện bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Vì thế, xét chung về tình hình hoạt động của một doanh nghiệp thì sự hài lòng công việc của người lao động là một yếu tố được ưu tiên xem xét dựa trên nhiều khía cạnh. Việc người lao động có thái độ hài lòng hay không hài lòng sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đối với hiệu suất của chính họ, cũng như hiệu suất của toàn doanh nghiệp. Làm thế nào để nhân viên luôn duy trì trạng thái

cân bằng và nỗ lực trong công việc cũng không hề dễ dàng. Tuy nhiên, đối với những nhân viên có ý thức, luôn luôn tuân thủ nội quy lao động và cố gắng hoàn thành công việc một cách nhanh chóng, hiệu quả thì chắc chắn rằng họ là người có trách nhiệm và dễ dàng đạt được hài lòng công việc hơn người khác. Đồng thời, đối với những nhân viên có xu hướng như trên, nếu lãnh đạo có sự quan tâm kịp thời để đưa ra những quyết định đúng đắn và nhất quán sẽ có tác động tích cực đối với sự hài lòng của họ, thúc đẩy họ phấn đấu hoàn thành công việc tốt hơn.

Về phương diện giao tiếp trong công việc, nếu nhà lãnh đạo là người nhất quán, lời nói luôn gắn liền với hành động sẽ góp phần gia tăng sự tin tưởng từ nhân viên. Và hơn hết, chính nhân viên cũng sẽ soi rọi hành động của lãnh đạo để làm nền tảng cho những hành xử của mình. Do đó, nếu lãnh đạo không nhất quán sẽ gây ra khó khăn nhất định cho doanh nghiệp trong việc định hướng và giáo dục nhân viên. Khi nhân viên không hoàn thành mục tiêu do sự không nhất quán của lãnh đạo cũng dẫn đến việc họ không hài lòng trong công việc là điều đương nhiên, sau cùng, chắc chắn hiệu suất công việc cũng không thể đạt được. Vì vậy, vừa để tăng thêm động lực cho nhân viên, vừa để cải thiện hiệu suất công việc, người lãnh đạo phải hiểu rõ vai trò và tầm ảnh hưởng của mình để có chính sách đối ứng linh hoạt. Một lãnh đạo lấy mình làm gương, xem trọng nhân viên, xem trọng sự cố gắng của nhân viên sẽ làm cho họ cảm thấy hài lòng và dốc sức cho công việc vì họ cảm thấy mình được tôn trọng. Việc lãnh đạo tinh anh quan sát và điều chỉnh hành vi, nhằm thể hiện cho nhân viên thấy được sự công bằng trong chính sách khen thưởng, xử phạt cũng là một nhân tố để gia tăng sự hài lòng của nhân viên, khích lệ họ làm việc hăng say để đạt được hiệu suất cao nhất có thể.

Với tình hình kinh tế nhiều biến động như hiện nay, lãnh đạo các doanh nghiệp đang từng ngày tìm cách vừa để nhân viên có được sự hài lòng công việc, vừa đảm bảo hiệu suất làm việc cao nhất có thể. Trong bối cảnh này, sự nhất quán của lãnh đạo được xem như kim chỉ nam đối với hoạt động quản trị của DN. Đồng thời, các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên cũng được

các lãnh đạo ưu tiên xem xét và cũng là một trong những phương diện của chiến lược phát triển doanh nghiệp.

Ngày nay, sự hài lòng trong công việc cũng có thể được xem là thước đo cho sự thành công trong công tác vận hành của một DN. DN nên chú trọng đến tâm ý nhân viên, không chỉ ở thời điểm tuyển dụng mà còn duy trì trong suốt thời gian hợp tác, điều này sẽ làm cho họ cảm thấy hạnh phúc vì được quan tâm. Nhân viên hài lòng và nhiệt thành cống hiến cho DN khi cảm nhận vui vẻ của họ được tạo nên từ những hành động giữ lời hứa của lãnh đạo và sự tin tưởng của họ đối với hoạt động của doanh nghiệp. Cho dù ở bất cứ hoàn cảnh nào thì sự nhất quán của lãnh đạo luôn có vai trò không nhỏ đối với sự hài lòng của nhân viên. Và để đẩy mạnh hiệu suất, doanh nghiệp nên mạnh dạn thực thi các chính sách nhân sự linh hoạt, nhằm tăng cường sự hài lòng của nhân viên.

3. Lý thuyết nền tảng và mô hình đề xuất

3.1. Lý thuyết ủy nhiệm (Agency theory)

Ross (1973) đã đặt những nền móng đầu tiên cho lý thuyết ủy nhiệm và nó đã được Jensen & Meckling (1976) cập nhật sau đó. Lý thuyết ủy nhiệm đề cập đến mối quan hệ giữa bên ủy nhiệm và bên được ủy nhiệm, thông qua hợp đồng. Theo hợp đồng, bên được ủy nhiệm sẽ đại diện bên ủy nhiệm để thực hiện một số công việc nhất định. Trong trường hợp này, lý thuyết ủy nhiệm được sử dụng để giải thích cho tác động của sự nhất quán của lãnh đạo đến sự hài lòng công việc. Xét theo tương quan, lãnh đạo là người được ủy nhiệm để thực hiện trách nhiệm của doanh nghiệp đối với xã hội và các bên liên quan. Bản thân lãnh đạo luôn được mong đợi sẽ đem lại nhiều hơn các giá trị cho DN, từ đó dẫn đến sự nhất quán trong hành vi lãnh đạo sẽ chi phối không nhỏ đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên. Nếu nhân viên hài lòng với lãnh đạo, hài lòng với sự nhất quán của lãnh đạo lẽ tất nhiên họ sẽ hài lòng với công việc mà họ được giao phó.

3.2. Lý thuyết hiện tại (The present theory)

Lý thuyết hiện tại đề cập đến tầm quan trọng của giá trị được phản ánh bằng thứ hạng của sự hài lòng (Rand, 1964). Theo lý thuyết hiện tại, mỗi nhân viên trong DN chưa cảm nhận đúng về bản

chất và thái độ đối với công việc. Do đó, việc họ có cảm giác hài lòng hay không hài lòng là chưa được xác định đầy đủ và rõ rệt. Nếu nhân viên của DN luôn hài lòng với công việc thì đó được xem là một trong những tín hiệu tích cực, vì nó sẽ trực tiếp làm gia tăng hiệu suất.

Ở đây, lý thuyết hiện tại được dùng để giải thích cho tác động của sự hài lòng công việc đối với hiệu suất công việc. Khi nhận thức về sự hài lòng càng cao đồng thời hiệu suất sẽ càng lớn. Do vậy, doanh nghiệp phải tạo nên một môi trường làm việc cởi mở và thân thiện mới có thể đạt được hiệu suất thông qua sự hài lòng của nhân viên.

3.3. Lý thuyết kỳ vọng (Expectancy theory)

Lý thuyết kỳ vọng được đề xuất bởi Victor H Vroom vào năm 1964, sau đó được bổ sung bởi các học giả khác. Theo (Vroom, 1964), hành động và động cơ làm việc của con người không nhất thiết được quyết định bởi hiện thực, mà được quyết định bởi nhận thức của con người về những kỳ vọng của họ trong tương lai. Nghĩa là, khi nhận thức của con người về sự hài lòng càng cao, họ dễ dàng đạt được hiệu quả trong công việc. Còn theo (Lawler & Suttle, 1973), lý thuyết kỳ vọng là đề xuất một mối quan hệ nhân quả giữa kỳ vọng, thái độ và động lực. Khi con người có thái độ đúng đắn sẽ dễ sản sinh động lực để đạt được các kỳ vọng của bản thân, trong đó có kỳ vọng đạt hiệu quả trong công việc. Lý thuyết này được vận dụng để giải thích cho tác động của sự hài lòng đối với hiệu suất công việc. Khi môi trường làm việc đáp ứng được các kỳ vọng mà người làm việc mong đợi (bao gồm kỳ vọng về công việc) thì hiệu suất công việc của họ cũng sẽ tốt hơn rất nhiều. Doanh nghiệp muốn nâng cao hiệu suất bằng sự hài lòng trong công việc của nhân viên nên tạo cho họ cảm giác thoải mái và được công nhận. Khi đó, họ sẽ kỳ vọng nhiều hơn vào sự cam kết của DN và sẽ cống hiến hết mình cho công việc.

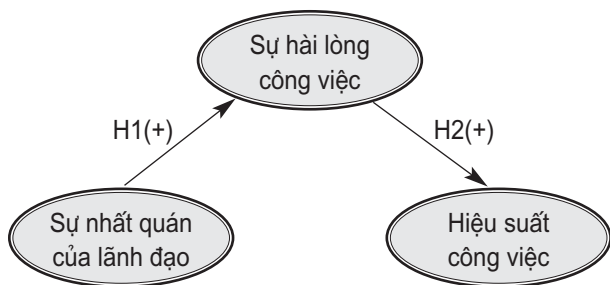
3.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu đề xuất

Căn cứ lý thuyết và các lập luận về vai trò sự nhất quán của lãnh đạo đối với sự hài lòng công việc nhằm gia tăng hiệu suất, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình (Xem Hình), bao gồm các giả thuyết kiểm định sau nghiên cứu đề xuất:

+ Giả thuyết 1 (H1): Sự nhất quán của lãnh đạo tác động dương đến sự hài lòng công việc.

+ Giả thuyết 2 (H2): Sự hài lòng công việc tác động dương đến hiệu suất công việc.

Hình: Mô hình và giả thuyết nghiên cứu đề xuất



4. Kết luận

Thông qua nghiên cứu, nhóm tác giả đã trình bày tóm lược về ảnh hưởng của sự nhất quán trong quản trị đối với sự hài lòng và hiệu suất công việc. Nghiên cứu này cũng nhằm gợi ý cho các nghiên cứu kiểm định trong tương lai để xem xét sự phù hợp của mô hình và các giả thuyết

trong bối cảnh kinh doanh sôi động của Việt Nam. Thực tế cho thấy, sự hài lòng công việc và hiệu suất công việc đang thu hút được rất nhiều sự quan tâm của hầu hết các doanh nghiệp. Cho nên, các DN cần phải tối ưu cách thức hoạt động nhằm nâng cao hiệu suất và đảm bảo đạt được sự hài lòng của nhân viên. Song song với việc triển khai các kế hoạch quản trị để giữ vững hiệu suất, lãnh đạo DN còn phải không ngừng giữ vững lập trường, nhất quán trong điều hành để duy trì sự hài lòng ở nhân viên.

Nhóm tác giả cho rằng, một doanh nghiệp sẽ hoạt động ổn định và bền vững khi sở hữu những nhân viên có sự hài lòng cao trong công việc. Hiệu suất của những nhân viên ấy đóng vai trò chủ chốt trong việc tạo nên hiệu suất của tổ chức. Khi lãnh đạo nhất quán với những định hướng đúng đắn sẽ dẫn tới sự hài lòng cao của nhân viên và chắc chắn sẽ tác động tích cực đến hiệu suất của DN. Trên hết, DN nào biết phát huy vai trò của lãnh đạo để làm tác nhân cho sự hài lòng của nhân viên thì DN đó sẽ đạt được hiệu suất tốt hơn so với các DN khác ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Management behavior, agency costs and capital structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
2. Lakshman, C. (2008). Attributional theory of leadership: A model of functional attributions and behaviors. *Leadership & Organization Development Journal*, 29(4), 317-339.
3. Lawler III, E. E., & Suttle, J. L. (1973). *Expectancy theory and job behavior*. *Organizational Behavior and Human Performance*, 9(3), 482-503.
4. Li, H., & Wang, Z. (2015). Powerful or powerless when change is needed: Effects of power on escalation of commitment. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 43(1), 123-135.
5. Liu, B. (2009). Some research problems in uncertainty theory. *Journal of Uncertain Systems*, 3(1), 3-10.
6. Locke, E. A. (1969). *What is job satisfaction?*. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336.
7. Maslow, A. H. (1950). *Self-actualizing people: A study of psychological health*. *Personality, Symposium 1*, 11-34.
8. Motowidlo, S. J., & Kell, H. J. (2012). *Job performance*. *Handbook of Psychology*, Second Edition, 12.
9. Rand, R. P. (1964). Mechanical properties of the red cell membrane: II. Viscoelastic breakdown of the membrane. *Biophysical Journal*, 4(4), 303-316.
10. Ray, S. (2010). *Great leaders inspire trust*. *Entrepreneur Asia Pacific*, <https://www.entrepreneur.com/article/204816>

11. Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. *The American Economic Review*, 63(2), 134-139.
12. Vroom, V., Porter, L., & Lawler, E. (2005). *Expectancy theories*. *Organizational Behavior*, 1, 94-113.

Ngày nhận bài: 9/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/3/2020

Thông tin tác giả:

1. TỬ THANH HOÀI

Khoa Kế toán - Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

2. TS. NGUYỄN PHONG NGUYỄN

Phòng Quản lý khoa học - Hợp tác quốc tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

3. TS. TRẦN MAI ĐÔNG

Phòng Quản lý khoa học - Hợp tác quốc tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

THE IMPACT OF LEADERSHIP CONSISTENCY ON JOB SATISFACTION AND JOB PERFORMANCE

● **TU THANH HOAI**

Faculty of Accounting, University of Economics Ho Chi Minh City

● Ph.D **NGUYEN PHONG NGUYEN**

Department of Research Administration - International Relations

University of Economics Ho Chi Minh City

● Ph.D **TRAN MAI DONG**

Department of Research Administration - International Relations

University of Economics Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

Drawing upon agency theory, present theory, and expectancy theory, this study examines the potential effects of leadership consistency on job satisfaction toward enhancing job performance. In addition, the theoretical backgrounds of leadership consistency and human resource management can be suitable bases to formulate a research model and corresponding hypotheses, stating the relationships among leadership consistency, job satisfaction, and job performance. Future empirical studies examining these relationships can provide more managerial implications on how Vietnamese firms can foster managerial behaviors. Specifically, more attention paid on leadership consistency can help firms achieving employee outstanding job performance via cultivating employee job satisfaction.

Keywords: Leadership consistency, job satisfaction, job performance.

TÌNH HÌNH THỰC HIỆN GIÁO DỤC THỂ CHẤT VÀ THỂ DỤC THỂ THAO TRƯỜNG HỌC - LIÊN HỆ THỰC TIỄN VỚI CÔNG TÁC GIÁO DỤC THỂ CHẤT Ở TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG ĐOÀN

● TÔ THỊ VIỆT CHÂU

TÓM TẮT:

Bài viết bàn về tình hình thực hiện giáo dục thể chất và thể dục thể thao tại các trường học, từ đó liên hệ thực tiễn với công tác giáo dục thể chất ở Trường Đại học Công đoàn. Trong bài nghiên cứu, tác giả trình bày: Quan điểm của Đảng và Nhà nước ta đối với công tác giáo dục thể chất; Thực trạng công tác giáo dục thể chất và thể thao trong các trường đại học và cao đẳng hiện nay; Thực trạng công tác giáo dục thể chất của Trường Đại học Công đoàn; Thực trạng kết quả học tập giáo dục thể chất và thể lực của sinh viên Trường Đại học Công đoàn.

Từ khóa: Giáo dục thể chất, thể dục thể thao trường học, Trường Đại học Công đoàn.

1. Quan điểm của Đảng và Nhà nước ta đối với công tác giáo dục thể chất

Trong suốt quá trình xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, Đảng và Nhà nước ta luôn quan tâm đến công tác thể dục thể thao (TDTT), đặc biệt là lĩnh vực giáo dục thể chất (GDTC) cho thế hệ trẻ. Sự quan tâm của Đảng và Nhà nước thể hiện rõ trong Chỉ thị số 36/TC-TW ngày 24/3/1994 về công tác TDTT trong giai đoạn mới của Ban Bí thư Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam. Theo đó, định hướng cho sự nghiệp giáo dục và phát triển TDTT trong giai đoạn hiện nay là "Phát triển TDTT là một bộ phận quan trọng trong chính sách phát triển kinh tế - xã hội của Đảng và Nhà nước ta, nhằm phát huy nhân tố con người".

Chỉ thị số 133/TTg ban hành ngày 07/03/1995 của Thủ tướng Chính phủ về việc xây dựng, quy hoạch phát triển ngành Thể dục - Thể thao cũng đã khẳng định "Công tác giáo dục thể chất trong nhà trường cần đặc biệt coi trọng. Nội dung giảng dạy thể dục thể thao nội khóa, ngoại khóa cần được cải tiến cho phù hợp". Điều này cho thấy, giáo dục phát triển thể chất cho con người rất quan trọng, nó vừa mang tính khoa học, vừa mang tính nghệ thuật và cần được đầu tư nghiên cứu.

Các nội dung trong chương trình phát triển môn học GDTC và hoạt động TDTT trong trường học phải xuất phát từ thực tiễn nhu cầu đời sống văn hóa thể chất, tinh thần của địa phương, đáp ứng với sự phát triển toàn diện của con người. Thông

qua các nội dung trong môn học thể dục chính khóa và hoạt động TDTT ngoại khóa để rèn luyện, nâng cao tố chất thể lực, tố chất vận động, góp phần giáo dục tư tưởng, tình cảm đạo đức, lối sống, uốn nắn, bồi dưỡng những tác phong tốt, xây dựng một nếp sống vui tươi, lành mạnh.

Phát triển nền TDTT Việt Nam cần phải chú trọng đặc biệt đến GDTC và thể thao trường học. Đây là cơ sở vững chắc của thể thao quần chúng và thể thao thành tích cao. Bộ Giáo dục - Đào tạo đã ban hành chương trình GDTC trong các trường đại học và cao đẳng: "Chương trình GDTC trong các trường đại học nhằm giải quyết các nhiệm vụ giáo dục: Trang bị kiến thức, kỹ năng về rèn luyện thể lực của SV, giáo dục đạo đức xã hội chủ nghĩa, cung cấp cho SV những kiến thức lý luận cơ bản về nội dung và phương pháp tập luyện TDTT, góp phần duy trì và nâng cao sức khỏe của sinh viên".

Chăm lo con người về thể chất là trách nhiệm của toàn xã hội nói chung và ngành TDTT nói riêng. Đó chính là mục tiêu cơ bản, quan trọng nhất của nền giáo dục TDTT nước ta mà Đảng, Nhà nước và Bác Hồ quan tâm và nhắc nhở.

2. Thực trạng công tác giáo dục thể chất và thể thao trong các trường đại học và cao đẳng hiện nay

2.1. Vị trí, nhiệm vụ của giáo dục thể chất trong các trường đại học và cao đẳng ở nước ta

Phát triển TDTT và nâng cao thể lực cho sinh viên (SV) chính là mục tiêu quan trọng, nhằm tạo ra con người đầy đủ trí và lực, đáp ứng được những yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Trong những năm gần đây, công tác GDTC và hoạt động TDTT đã có những tiến bộ, việc dạy và học GDTC từ phổ thông đến đại học đều đi vào nề nếp. Nhiều trường đại học - cao đẳng đã thành lập các đội tuyển ở nhiều môn thể thao, như: Bóng đá, bóng rổ, bóng chuyền,... tham gia các giải thi đấu thể thao của các trường đại học - cao đẳng và trung học chuyên nghiệp tổ chức. Không dừng ở đó, SV Việt Nam đã có mặt tại Đại hội TDTT SV Đông Nam Á. Hơn hết, đã có nhiều công trình khoa học về các phần nâng cao chất lượng giảng dạy và chăm sóc sức khỏe của SV.

2.2. Thực trạng việc dạy và học môn học Giáo dục thể chất

Nhìn chung các trường đại học phần lớn có những điều kiện đảm bảo về cán bộ, cơ sở vật chất và kinh phí thuận lợi hơn các trường phổ thông nên việc dạy học ở đa số các trường đã có nề nếp, vị trí môn học được đảm bảo. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều bất cập thể hiện chủ yếu ở các mặt sau:

- Chương trình GDTC, do Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành, còn chưa được thực hiện nghiêm túc ở nhiều trường. Do điều kiện cơ sở vật chất, đội ngũ giáo viên giảng dạy và đặc điểm của SV, cho nên các trường cần lựa chọn các môn thể thao cho phù hợp.

- Ở đa số các trường chưa tiến hành việc dạy học phân theo loại sức khỏe và tự chọn ở các năm cuối. Đây là điểm yếu nhất làm hạn chế hiệu quả giáo dục.

- Chậm đổi mới phương pháp, bài học thể dục ở nhiều nơi còn hình thức. Một số trường để giảng viên dạy nhiều giờ, số lượng SV quá đông trong tiết học. Vì vậy, chất lượng giảng dạy còn nhiều hạn chế và SV chưa có ý thức học tập đúng mức.

3. Thực trạng công tác giáo dục thể chất tại Trường Đại học Công đoàn

3.1. Nội dung giáo dục thể chất tại Trường Đại học Công đoàn

Thực hiện các quy định và chỉ đạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Trường Đại học Công đoàn đã xây dựng và thực hiện chương trình GDTC áp dụng đối các hệ đào tạo như sau:

Đối với hệ đào tạo Đại học chính quy tập trung, chương trình môn học GDTC gồm 3 học phần, được giảng dạy ở 3 kỳ học.

- GDTC 1: gồm 2 học phần được giảng dạy cho SV năm thứ nhất, gồm các môn: TDNĐ, Võ. SV được lựa chọn 1 trong 2 học phần để đăng ký học.

- GDTC 2: gồm các học phần chạy cự ly ngắn 100m, chạy cự ly TB với nữ là 800m, với nam là 1.500m, được giảng dạy cho sinh viên năm thứ 2. SV được lựa chọn 1 trong 2 học phần để đăng ký học. Đối với những SV sức khỏe yếu thì đăng ký học phần thay thế, là Học phần Cờ vua.

- GDTC 3: được giảng dạy cho SV năm 2 ở kỳ 4, gồm 2 học phần: Bóng chuyền và cầu lông. SV

được lựa chọn 1 trong 2 học phần để đăng ký học.

3.2. Thực trạng về chương trình giáo dục thể chất chính khóa Trường Đại học Công đoàn

Bộ môn GDTC đảm nhiệm việc giảng dạy nội khóa môn học cho đối tượng SV hệ chính quy, theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Chương trình môn học được thực hiện theo Quyết định số 203/QĐ - TĐTT ngày 23/1/1989 của Bộ Giáo dục trung học chuyên nghiệp và Dạy nghề (nay là Bộ Giáo dục và Đào tạo) gồm 90 tiết, sau khi SV hoàn thành đầy đủ 90 tiết thì đủ điều kiện xét tốt nghiệp khi ra trường.

Nội dung giảng dạy và học tập môn GDTC Trường Đại học Công đoàn được trình bày cụ thể tại Bảng 1.

Bảng 1. Nội dung chương trình giảng dạy và học tập môn GDTC Trường Đại học Công đoàn

TT	Phân	Nội dung	Thời gian
I	Thực hành	1. GDTC 1 - Võ - Thể dục nhịp điệu	30 tiết 30 tiết
		2. GDTC 2 - Chạy 100m - Chạy cự ly trung bình	30 tiết 30 tiết
		3. GDTC 3 - Bóng chuyền - Cầu lông	30 tiết 30 tiết
II	Kiểm tra	1. Thực hành - Sinh viên học 3 học phần GDTC (1, 2, 3) trong 3 học kỳ. Mỗi học phần GDTC sinh viên được tự lựa chọn 1 trong 2 môn học để đăng ký. Sau khi học xong 30 tiết thì sinh viên thi kết thúc vào cuối học kỳ theo lịch thi của Nhà trường.	

4. Thực trạng đội ngũ giảng viên Thể dục Thể thao của Trường Đại học Công đoàn

Đội ngũ giảng viên (GV) là một trong những nhân tố quyết định đến chất lượng giảng dạy. Trong quá trình xây dựng và phát triển của Trường

Đại học Công đoàn, đội ngũ cán bộ giảng dạy đã không ngừng phát triển về chuyên môn và ngày càng nâng cao chất lượng, trình độ chính trị, trình độ chuyên môn để đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng đào tạo.

- Về số lượng GV: Số lượng GV giảng dạy TĐTT gồm 9 người (trong đó có 5 GV nam chiếm tỷ lệ 55.56 %, 4 GV nữ chiếm tỷ lệ 44.44%).

- Về trình độ chuyên môn: Số GV có trình độ tiến sĩ là 1 GV - chiếm tỉ lệ 11.11% là nữ; trình độ thạc sĩ có 6 GV - chiếm tỉ lệ 66.66% trong đó có 3 nữ và 3 nam, trình độ đại học có 2 GV - chiếm tỷ lệ 22.23% là nam.

- Về tuổi đời: Giảng viên giảng dạy TĐTT tuổi đời dưới 40 có 6 người - chiếm tỷ lệ 66.67%, trên 40 tuổi có 3 người - chiếm tỷ lệ 33.33%.

- Về thâm niên công tác: Số giảng viên công tác từ 5 - 15 năm có 6 người - chiếm tỷ lệ 66.67%, trên 15 năm có 3 người - chiếm tỷ lệ 33.33%, không có giảng viên nào thâm niên dưới 5 năm.

Như vậy, đội ngũ GV giảng dạy TĐTT Trường Đại học Công đoàn bước đầu đảm bảo về trình độ từ đại học trở lên, GV có tuổi đời trung bình dưới 40 tuổi và thâm niên công tác từ 5 - 15 năm. Đây có thể coi là một tiềm năng đóng góp to lớn cho việc thực hiện các nhiệm vụ GDTC nói riêng, cũng như đóng góp vào sự phát triển chung của Nhà trường.

5. Thực trạng kết quả học tập giáo dục thể chất và thể lực của SV Trường Đại học Công Đoàn

5.1. Về kết quả học tập giáo dục thể chất

Qua điều tra, đề tài đã thu thập được các kết quả học tập môn GDTC của SV năm thứ 2 (năm học 2017 – 2018) của Trường Đại học Công đoàn. Kết quả được trình bày ở Bảng 2.

Qua Bảng 2 cho thấy, kết quả học tập môn GDTC của SV Trường Đại học Công đoàn về tỷ lệ xếp loại xuất sắc đạt tỷ lệ rất thấp chỉ chiếm 2%, loại giỏi chiếm 5,8%, loại khá chiếm 16,2%, còn trung bình chiếm tỷ lệ cao nhất là 59,2%, loại yếu chiếm tỷ lệ là 6,8% và loại kém là 11,6%. Điều này chứng minh cho việc cần thiết phải tìm ra biện pháp nhằm nâng cao kết quả học tập GDTC của sinh viên Trường Đại học Công đoàn hiện nay.

Bảng 2. Thực trạng kết quả học tập môn GDTC của SV Trường Đại học Công đoàn. (n = 500)

TT	Kết quả học tập	Nam (n=100)		Nữ (n=400)		Tổng số	
		SL	%	SL	%	SL	%
1	Xuất sắc	2	2	0	0	2	0,4
2	Giỏi	11	11	18	4,5	29	5,8
3	Khá	25	25	56	14	81	16,2
4	Trung bình	40	40	256	64	296	59,2
5	Yếu	13	13	21	5,25	34	6,8
6	Kém	9	9	49	12,25	58	11,6

5.2. Về thể lực của sinh viên Trường Đại học Công đoàn

Nghiên cứu thực trạng trình độ thể lực của SV Trường Đại học Công đoàn là một trong những cứ liệu cần thiết, làm cơ sở để lựa chọn nội dung hoạt động TDTT ngoại khóa, cũng như nâng cao hiệu quả học tập GDTC.

Để giải quyết vấn đề này, đề tài tiến hành khảo sát thực trạng thể lực của sinh viên Trường Đại học Công đoàn với 5 test (kiểm tra) được chọn theo bộ tiêu chuẩn đánh giá thể lực, áp dụng cho SV các trường đại học, được quy định tại Quyết định số 53/2008/QĐ-BGDĐT ngày 18/9/2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc đánh giá, xếp loại thể lực HSSV, bao gồm: Test nằm ngửa gập bụng (lần/30s); Test bật xa tại chỗ (cm); Test chạy 30m XPC (s); Test chạy con thoi 4x10m (s); Test chạy tùy sức 5 phút (m).

Để đảm bảo tính khách quan và có độ tin cậy, đề tài tiến hành điều tra 2 khoa là: Quản trị kinh doanh và Luật, với tổng số là 500 SV năm thứ nhất. Các sinh viên này đều đang theo học chương trình GDTC của nhà trường. Kết quả khảo sát chiều cao đứng, cân nặng của SV Trường Đại

học Công đoàn được trình bày ở Bảng 3. Chiều cao đứng, cân nặng thể hiện tầm vóc của con người, của yếu tố di truyền và đời sống xã hội. Đây cũng là một trong những tiêu chí đánh giá thể chất của SV.

Kết quả Bảng 3 cho thấy, SV Trường Đại học Công đoàn có chiều cao đứng, cân nặng của nam và của nữ tương đương với chiều cao, cân nặng trung bình của người Việt Nam ở độ tuổi 18 đến 20 tuổi. SV ở lứa tuổi từ 18 đến 20, đặc biệt là SV nữ đã ở cuối thời kỳ phát triển chiều cao, quá trình cốt hóa gần như hoàn thành nên việc phát triển chiều cao dần chững lại.

Để đánh giá thể lực của SV Trường Đại học Công đoàn nhóm tác giả tiến hành kiểm tra các test đã lựa chọn. Kết quả thu được trình bày ở Bảng 4.

Qua Bảng 4 cho thấy, thực trạng thể lực của SV Trường Đại học Công đoàn khi so sánh đối chiếu với tiêu chuẩn đánh giá thể lực HS, SV ở độ tuổi từ 18 - 20 tuổi thì các nội dung nằm ngửa gập bụng (số lần/30 giây); Bật xa tại chỗ (cm); Chạy 30m xuất phát cao (giây) và chạy tùy sức 5 phút (m) đều ở mức đạt, riêng chỉ có một nội dung chạy con thoi 4 x 10m là ở mức tốt.

Bảng 3. Thực trạng chiều cao đứng, cân nặng của SV Trường Đại học Công đoàn

Giới tính	Đối tượng	Chiều cao		Cân nặng	
		\bar{X}	δ	\bar{X}	δ
Nam	QTKD (n=49)	168,90	5.76	56,9	4,32
	Lw (n=51)	166.80	4.42	55.3	6.14
Nữ	QTKD (n=179)	155.13	5.01	47.32	5.41
	Lw (n=221)	153.99	4.39	46,91	5.23

Bảng 4. Kết quả khảo sát thực trạng thể lực của SV Trường Đại học Công đoàn

TT	Các test kiểm tra	Tiêu chuẩn đánh giá thể lực HS-SV ở độ tuổi 20			Khoa QTKD và Luật	
		TỐT	ĐẠT	KHÔNG ĐẠT	\bar{X}	δ
I	Nam (n = 100)	TỐT	ĐẠT	KHÔNG ĐẠT	\bar{X}	δ
1	Nằm ngửa gập bụng (lần)	>23	18-23	<18	19.32	2.14
2	Bật xa tại chỗ (cm)	>227	209-227	<209	209.52	10.67
3	Chạy 30m xpc (s)	<4.60	4.60-5.60	>5.60	5.23	0.18
4	Chạy 5 phút tùy sức (m)	>1.070	960 - 1.070	< 960	964	59.65
5	Chạy con thoi 4x10m(s)	<11.70	11.70-12.30	>12.30	11.76	1.21
II	NỮ (n = 400)	TỐT	ĐẠT	KHÔNG ĐẠT	\bar{X}	δ
1	Nằm ngửa gập bụng (lần)	>20	17-20	<17	17.02	2.12
2	Bật xa tại chỗ (cm)	>170	155-170	<155	160.88	4.21
3	Chạy 30m xpc (s)	<5.60	5.60-6.60	>6.60	6.14	0.17
4	Chạy 5 phút tùy sức(m)	>950	890-950	<890	872	46.72
5	Chạy con thoi 4x10m(s)	<11.90	11.90-12.90	>12.90	12.43	1.03

Như vậy từ kết quả khảo sát, thể lực của SV Trường Đại học Công đoàn so với tiêu chuẩn đánh giá của Bộ Giáo dục - Đào tạo đạt ở mức trung bình. Tỷ lệ tốt chỉ có 1/5 nội dung - chiếm 20%, còn lại là tỷ lệ đạt 4/5 nội dung - chiếm 80%.

5. Kết luận

Nhiệm vụ và mục tiêu của TDTT trường học là nâng cao sức khỏe, đảm bảo sự phát triển bình thường của cơ thể HSSV để phát triển các tố chất thể lực và kỹ năng vận động cơ bản của con người; hình thành thói quen rèn luyện thân thể, giữ gìn vệ sinh và rèn luyện đạo đức ý chí cho người học. Phát triển TDTT trường học có tầm quan trọng đặc biệt trong việc chuẩn bị nguồn

nhân lực cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa của đất nước.

Nhận thức được tầm quan trọng của GDTC trong trường học, Trường Đại học Công đoàn đã từng bước đầu tư xây dựng và hoàn thiện hệ thống cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động TDTT và GDTC. Nhà trường cũng nỗ lực xây dựng các chương trình, kế hoạch giảng dạy, rèn luyện, tổ chức các hoạt động GDTC thích hợp để rèn luyện thể lực cho SV. Từ đó, góp phần duy trì và nâng cao sức khỏe của SV nhằm tạo ra những con người đầy đủ trí và lực, đáp ứng được những yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ban Bí thư TW Đảng (1994), *Chỉ thị số 36/CT-TW ngày 24/03/1994 về công tác TDTT trong giai đoạn mới.*
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (1989), *Chương trình giáo dục thể chất trong các trường đại học* (ban hành theo Quyết định số 203/QQĐ TDTT ngày 23/01/1989 của Bộ Đại học Trung học chuyên nghiệp và Dạy nghề nay là Bộ Giáo dục và Đào tạo).
3. Thủ tướng Chính phủ (1995), *Chỉ thị số 133/TTg ban hành ngày 07/03/1995 về xây dựng và quy hoạch phát triển ngành nghề thể thao.*

4. Phạm Đình Bẩm (2003), *Quản lý Thể dục Thể thao - Tài liệu chuyên khảo dành cho hệ cao đẳng và đại học TDTT* - NXB Thể dục thể thao, Hà Nội.
5. Nguyễn Trọng Hải (1996), “*Cơ sở lý luận và thực tiễn nhằm xác định nội dung giáo dục thể chất cho học sinh các trường dạy nghề Việt Nam*”, Luận văn thạc sĩ GDH, Trường Đại học Thể dục thể thao I.
6. Nguyễn Thế Truyền, Nguyễn Kim Minh, Trần Quốc Tuấn (2002), “*Tiêu chuẩn đánh giá trình độ tập luyện trong tuyển chọn và huấn luyện thể thao*”, Sách chuyên đề dùng cho các trường đại học TDTT và trung tâm đào tạo VĐV, NXB Thể dục thể thao, Hà Nội.
7. Đồng Văn Triệu, Nguyễn Thị Xuyên (2000), *Lý luận huấn luyện thể thao*, NXB Thể dục thể thao, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 9/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/3/2020

Thông tin tác giả:

TÔ THỊ VIỆT CHÂU

Bộ môn Thể dục quân sự - Trường Đại học Công đoàn

THE GENERAL STATUS QUO OF PHYSICAL EDUCATION AND SCHOOL SPORTS IN CONNECTION WITH THE PHYSICAL EDUCATION AT TRADE UNION UNIVERSITY

● **TO THI VIET CHAU**

Department of National Defense Education
Trade Union University

ABSTRACT:

This article discusses the current status of physical education and school sports in connection with the physical education at Trade Union University. This article presents the perspectives of the Communist Party of Vietnam and the Government of Vietnam on the physical education, the status quo of physical education and sports in Vietnam's universities and colleges, the current status of the physical education at Trade Union University and the physical performance and the physical learning outcomes of students studying at Trade Union University.

Keywords: Physical education, school sports, Trade Union University.

ĐẠI HỌC DOANH NGHIỆP - MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

● NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh hiện nay, mô hình giáo dục đại học - doanh nghiệp được nhiều nhà nghiên cứu, giáo dục đặc biệt quan tâm, nhằm thu hút học viên tham gia cũng như đáp ứng chất lượng đầu ra theo nhu cầu thực tế của xã hội.

Bài viết nghiên cứu về một số mô hình đại học - doanh nghiệp trên thế giới và phân tích những lợi ích khi đưa tư duy doanh nghiệp vào quản trị đại học. Từ đó, tác giả cũng đề xuất một số loại hình liên kết nhằm phát triển mô hình này tại Việt Nam.

Từ khóa: Giáo dục, quản trị đại học, giáo dục đại học, đại học doanh nghiệp, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang tác động đến toàn cầu trên nhiều lĩnh vực, trong đó có giáo dục. Điều này đã đặt ra các cơ hội và thách thức đối với việc quản trị đại học của các trường đại học trên thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng. Chính vì vậy, Chính phủ Việt Nam đã triển khai thực hiện chiến lược phát triển giáo dục - đào tạo về đổi mới mô hình, khuyến khích các trường đại học tự chủ, đổi mới phương pháp nhằm phù hợp với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp này.

Một nghịch lý trong giáo dục đại học đang tồn tại là sinh viên ra trường không tìm được việc làm trong khi các doanh nghiệp (DN) lại không tuyển

được lao động sau đào tạo. Nguyên nhân là do việc đào tạo trong nhà trường chưa gắn với nhu cầu xã hội, sinh viên sau khi tốt nghiệp thiếu nhiều kỹ năng mềm. Do đó, để giải quyết vấn đề này, nhà trường và DN cần phối hợp với nhau trong việc đào tạo nhằm đảm bảo lợi ích của cả nhà trường và doanh nghiệp, tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển xã hội và phát triển năng lực con người.

Nhận thức được tầm quan trọng của mô hình đại học doanh nghiệp trong phát triển bền vững giáo dục đại học ở Việt Nam, tác giả đã tiến hành nghiên cứu đề tài “Đại học doanh nghiệp - mô hình phát triển bền vững giáo dục đại học tại Việt Nam hiện nay”.

2. Những lợi ích khi đưa tư duy doanh nghiệp vào quản trị đại học

2.1. Tự chủ để phát triển giáo dục đại học

Tự chủ đại học là giải pháp cơ bản để phát triển giáo dục đại học Việt Nam theo hướng bền vững và hội nhập. Tự chủ đại học không có nghĩa là các trường đại học nằm ngoài sự kiểm soát của Nhà nước, mà là giao quyền quyết định chính cho phía nhà trường. Vì vậy, các trường phải tự chịu trách nhiệm về các hoạt động trước cơ quan quản lý cấp trên trực tiếp, trước pháp luật, trước cộng đồng xã hội; và với chính nhà trường về các mặt liên quan đến phạm vi được trao quyền tự chủ. Mức độ tự chủ càng lớn thì trường đại học phải tự chịu trách nhiệm càng cao, chất lượng mọi mặt hoạt động phải được cải tiến một cách tuyến tính so với mức độ tự chủ được trao.

Chủ trương giao tự chủ cho các trường cũng là một giải pháp quy hoạch mạng lưới một cách tự nhiên. Trong đó, mỗi trường phải chủ động nghiên cứu thị trường, từ đó có những điều chỉnh về nội dung, giáo trình, ngành nghề đào tạo cho phù hợp. Khi tự chủ, các trường chủ động kiểm soát được các hoạt động sẽ phát triển tốt, nếu các trường không tìm kiếm được nguồn tuyển sinh, yếu kém trong quản lý sẽ phải tự giải thể.

2.2. Thay đổi phương thức quản trị trường đại học

Từ việc xác định tự chủ đại học dẫn đến cần phải thay đổi phương thức quản trị đại học, tức là mức độ quản lý của Nhà nước đối với các cơ sở giáo dục đại học sẽ thấp xuống. Tuy nhiên, hiện nay, các trường đại học Việt Nam có mức độ tự chủ thấp, một trong những nguyên nhân chính là sự can thiệp sâu của Nhà nước đối với giáo dục đại học, bao gồm: phân bổ ngân sách; đầu tư xây dựng cơ sở vật chất; quyết định mở ngành đào tạo; khung chương trình hay mức học phí và tổ chức nhân sự.

Theo đó, Chính phủ và Bộ Giáo dục và Đào tạo chỉ nên xây dựng chính sách, hành lang pháp lý, chứ không nên làm thay và can thiệp vào công việc nội bộ của các trường. Hơn hết, cũng cần củng cố và xác lập vai trò chủ đạo của Nhà nước trong việc đầu tư và hỗ trợ, trên cơ sở trao quyền

tự chủ và trách nhiệm xã hội cho các trường, Nhà nước chỉ có vai trò giám sát.

2.3. Vận dụng tư duy doanh nghiệp vào quản trị trường đại học

Thứ nhất, mô hình đại học - doanh nghiệp cho phép các trường đại học được quyền tự chủ lớn, linh hoạt, mềm dẻo, có tính thích nghi cao, gắn chặt với thực tiễn sản xuất và xã hội. Nhà nước chỉ quản lý các vấn đề về cấp ngân sách và thanh tra - kiểm tra chất lượng đào tạo của nhà trường. Quyền quản lý đào tạo được chuyển giao cho mỗi địa phương với các tính chất đặc thù, tuy nhiên quyền quyết định chính vẫn thuộc về phía nhà trường. Đây là cơ hội để các trường chủ động phát huy thế mạnh, gắn đào tạo với thực tiễn phát triển của địa phương, khu vực và quốc tế, gắn đào tạo với sản xuất kinh doanh nhằm đảm bảo đáp ứng yêu cầu của nhà tuyển dụng và tạo ra giá trị kinh tế.

Thứ hai, một bước tiến quan trọng về thể chế quản lý giáo dục đại học là việc thành lập hội đồng trường đối với trường đại học công lập, hội đồng quản trị đối với trường đại học tư thục. Đây là tổ chức chịu trách nhiệm quyết định về phương hướng hoạt động của nhà trường, huy động và giám sát việc sử dụng các nguồn lực dành cho trường, gắn nhà trường với cộng đồng và xã hội, bảo đảm thực hiện mục tiêu giáo dục.

Do đó, hội đồng nhà trường cần đảm bảo tính minh bạch cao, đặc biệt là việc giám sát hoạt động của ban giám hiệu. Việc phân quyền quản lý trong trường đại học cần khai thác thế mạnh của từng cá nhân, tổ chức trong các bộ phận - đây được xem là một giải pháp hiệu quả thay vì chỉ tập trung ở một bộ phận của trường đại học hoặc ban giám hiệu.

Mối quan hệ thường xuyên giữa nhà tuyển dụng và trường đại học đảm bảo gắn kết được thực tiễn với tri thức khoa học hàn lâm, phát huy và tận dụng được nguồn lực từ xã hội. Các đơn vị này có nhiệm vụ thực hiện chuyển giao công nghệ, tạo ra các sản phẩm trí tuệ, sử dụng các thành tựu nghiên cứu của trường đại học để tạo ra giá trị kinh tế cho nhà trường và xã hội.

3. Một số mô hình liên kết đào tạo đại học - doanh nghiệp trên thế giới

3.1. Mô hình giáo dục đại học Hoa Kỳ

Mô hình giáo dục đại học Hoa Kỳ với đặc trưng là quyền tự trị, đa dạng, phong phú, mềm dẻo, có tính thích nghi cao và gắn chặt với thực tiễn sản xuất và xã hội. Quyền quản lý giáo dục đại học không thuộc về Chính phủ Mỹ mà thuộc quyền quản lý của mỗi bang. Tuy nhiên, quyền quản lý chính thuộc về các trường đại học trong mọi việc, bao gồm cả thuê mướn, tuyển dụng, sa thải giảng viên, nhân viên. Riêng các trường tư nhân (chiếm gần một nửa trong số 3.500 trường đại học, cao đẳng ở Hoa Kỳ), quyền tự trị của họ còn lớn hơn nhiều [1].

Nền đại học của Mỹ chịu nhiều ảnh hưởng của các trường đại học Anh về các ngành học nhân văn và của các trường đại học Đức về việc nghiên cứu, đào tạo sau đại học và đào tạo chuyên ngành. Do đó, trong chương trình đào tạo của Hoa Kỳ thường bao gồm giáo dục đại cương, các môn tự chọn, các môn học bắt buộc và hệ thống tín chỉ xuyên suốt trong mô hình đào tạo.

Có thể thấy, giáo dục đại học Hoa Kỳ tóm gọn trong 5 đặc điểm dẫn đến thành công là: i) Mang tính cạnh tranh rất cao; ii) Thực hiện tốt việc kiểm soát giáo dục; iii) Đề ra các mục tiêu rất cụ thể; iv) Chú trọng việc đánh giá chất lượng giảng dạy và đề cao trách nhiệm của giảng viên; v) Chú trọng công tác kiểm định giáo dục.

3.2. Mô hình Kosen của Nhật Bản

Viện Cao đẳng Kỹ thuật (Kosen) được thành lập từ năm 1961, nhằm đáp ứng yêu cầu nhân lực cho lĩnh vực sản xuất công nghiệp, trước sự phát triển nhanh chóng ở những năm 60 của thế kỷ trước. Năm 1962, Kosen được thành lập với 12 trường con và tăng nhanh đến con số 43 vào năm 1965. Hai trường Đại học Kỹ thuật quốc gia (Technology Nagaoka và Toyohashi) được thành lập vào năm 1976, để phục vụ những sinh viên tốt nghiệp Kosen có mong muốn tiếp tục học tiếp ở các trình độ cao hơn. Hiện nay, số cơ sở đào tạo Kosen là 57 cơ sở với khoảng 300.000 sinh viên tốt nghiệp đang làm việc tại các cơ sở sản xuất, nghiên cứu và phát triển sản phẩm trên khắp Nhật Bản.

Kosen có đội ngũ giảng viên chất lượng rất cao

(hơn 80% giảng viên chuyên ngành có học vị tiến sĩ). Quy mô lớp học nhỏ (tối đa 14 học viên/lớp), đảm bảo việc tăng sự tương tác với sinh viên trong quá trình giảng dạy. Trong hệ thống Kosen, nhiều cuộc thi của sinh viên được tổ chức như: cuộc thi chế tạo robot, thi lập trình, thi thiết kế..., nhằm thúc đẩy các hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên. Chất lượng đào tạo tại các trường Kosen được cộng đồng doanh nghiệp đánh giá rất cao, phản ánh thông qua chỉ số đề xuất vị trí việc làm từ phía nhà tuyển dụng, trung bình từ 15 - 20 vị trí việc làm cho một sinh viên ngay sau khi tốt nghiệp.

Chương trình đào tạo kỹ sư của Kosen kéo dài 5 năm cho học viên có độ tuổi từ 15 tuổi với văn bằng được JABEE (Tổ chức cấp phép đào tạo kỹ sư của Nhật) cấp phép. Việc nhận học viên sau khi kết thúc trung học cơ sở (ở độ tuổi 15) kết hợp với nội dung đào tạo khoa học, định hướng thực hành, mở rộng nghiên cứu và bắt buộc tham dự môi trường sinh sống tập trung trong ký túc xá đã giúp học sinh có kỹ năng nghề nghiệp rất tốt, tinh thần làm việc cao và trách nhiệm xã hội.

4. Đề xuất một số mô hình liên kết đào tạo đại học - doanh nghiệp nên áp dụng tại Việt Nam

Gắn kết giữa trường đại học với doanh nghiệp trong đào tạo đại học là xu hướng chung của thế giới hiện nay, nhất là với Việt Nam đang cần nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn và chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế đất nước, giải quyết những vấn đề xã hội bức xúc. Do đó, dựa trên các tài liệu nghiên cứu và tìm hiểu một số trường đại học có các mô hình liên kết chuyển giao tri thức giữa đào tạo nghiên cứu tại trường và ứng dụng thực tế ở các doanh nghiệp, tác giả đề xuất áp dụng một số mô hình liên kết như sau:

- Xây dựng chương trình đào tạo dựa trên nhu cầu doanh nghiệp: Bắt nguồn từ phương pháp đào tạo theo vấn đề Aalborg do Trường Đại học Aalborg (Đan Mạch) đưa ra, nhằm thu hút doanh nghiệp tham gia vào các dự án của sinh viên và từ đó hình thành nên các nhu cầu đào tạo theo thực tế DN cần. Đây là mô hình phù hợp với các ngành kinh tế vì thường chỉ giải quyết một vấn đề liên quan đến công ty theo xu hướng biến đổi kinh tế xã

hội hiện thời. Chương trình đào tạo chia ra làm hai phần: kiến thức nền tảng và kiến thức mô hình thực tế. Sự cân bằng hai khối kiến thức này sẽ giúp sinh viên vừa có kiến thức cơ bản vừa có những kỹ năng nghề nghiệp.

- Thành lập và xây dựng mạng lưới liên kết với doanh nghiệp liên quan: Bắt nguồn từ mô hình liên kết của Đại học Madrid (Tây Ban Nha) nhằm xây dựng mạng lưới các DN có các thành tố cựu sinh viên, mối quan hệ lãnh đạo, DN hoặc hình thành các trung tâm phát triển hợp tác DN.

- Xây dựng bộ phận phát triển nghề nghiệp liên tục: Mô hình được triển khai tại Đại học Babes - Bolyai (Rumani) hình thành bộ phận phát triển nghề nghiệp - đào tạo nâng cao. Bộ phận này có nhiệm vụ thiết kế các chương trình đào tạo gắn với nhu cầu thực tế của doanh nghiệp theo hình thức chính quy, bán chính quy và đào tạo từ xa.

- Liên kết hợp tác nghiên cứu giữa đại học - doanh nghiệp - chính quyền địa phương: Xuất phát từ Đại học Madrid (Bồ Đào Nha), Đại học Babes - Bolyai (Rumani) trong việc thương mại hóa khoa học công nghệ. Hoạt động thương mại hóa nghiên cứu khoa học - công nghệ sẽ giúp tạo ra nguồn lực tài chính tài trợ cho các đề tài nghiên cứu và đẩy nhanh quá trình chuyển giao khoa học - công nghệ đến nơi cần đến, như: các DN, các cơ quan công quyền ở các tỉnh thành.

- Phân quyền quản lý trong đại học: Đối với các trường đại học có quy mô lớn nhiều khoa, việc xây dựng mối liên kết với các doanh nghiệp nên giao nhiệm vụ về từng bộ môn. Mô hình này rất thành công ở Đại học Ulsan (Hàn Quốc), Đại học Tulsa (Oklahoma, Mỹ). Thông thường, họ hay mời các doanh nghiệp có lĩnh vực kinh doanh liên quan đến từng chuyên ngành đào tạo về từng khoa/bộ môn để trình bày, cũng như cung cấp thông tin về các cơ hội việc làm cho sinh viên thay vì tổ chức các Ngày hội Công ty (Company Day) cho các sinh viên sắp tốt nghiệp ra trường. Những buổi báo cáo này được xem như là các khóa học bổ sung vào chương trình đào tạo chính khóa.

- Tổ chức hội thảo khoa học - Doanh nghiệp: Hình thành các diễn đàn trao đổi hay các buổi hội thảo khoa học có sự tham gia của giảng viên, các nhà khoa học nghiên cứu độc lập, doanh nghiệp và

cựu sinh viên là một trong những phương pháp rất hiệu quả để liên kết giữa đại học và doanh nghiệp.

- Thành lập doanh nghiệp thuộc khoa: Cho phép các khoa thành lập các DN nghiên cứu con hoặc phòng thí nghiệm dịch vụ dưới sự quản lý của khoa là một trong những yếu tố đặc trưng của đại học tiên tiến. Do đó, sự đóng góp vào mối liên kết trường học và DN từ các giảng viên mới mang tính tích cực chủ động.

- Chương trình huấn luyện nghề nghiệp - Company Day: Xuất phát từ Đại học Surrey (UK) nhằm xây dựng một chương trình huấn luyện nghề nghiệp cho sinh viên ngay từ năm thứ 3. Theo đó, các sinh viên năm 3 sẽ được nhà trường chọn lọc gửi đi đến các DN theo đúng chuyên môn đang theo học dưới sự hướng dẫn và hỗ trợ của các trợ giảng cấp cao (người của doanh nghiệp) có hiểu biết và kiến thức về lĩnh vực nghề nghiệp chuyên môn, và được tính như một tín chỉ phải hoàn thành trước khi bước vào năm cuối.

5. Một số khuyến nghị nhằm phát triển mô hình đại học doanh nghiệp tại Việt Nam

Thứ nhất, cần đổi mới và tăng cường công tác quản lý nhà nước để định hướng, khuyến khích và hỗ trợ sự gắn kết bền vững giữa nhà trường và doanh nghiệp. Nhà nước cần có chính sách, cơ chế phối hợp chặt chẽ về nguồn nhân lực giữa nhà trường và DN. Tăng quyền tự chủ cho các trường, chủ động về quy mô đào tạo, hình thức tuyển sinh, xây dựng chương trình đào tạo, thu chi nguồn tài chính.

Thứ hai, thực hiện tốt công tác xã hội hóa giáo dục bằng việc liên kết về tài chính và cơ sở vật chất. Nhà trường muốn có nguồn tài chính dồi dào, ngoài nguồn ngân sách nhà nước và học phí của học viên, cần phải thực hiện tốt công tác xã hội hóa dựa vào doanh nghiệp và nhà tài trợ thông qua các hình thức: học bổng cho sinh viên học giỏi hoặc sinh viên nghèo vượt khó, cung cấp nguồn nhân lực cho công tác giảng dạy, hợp đồng nghiên cứu khoa học. Ngược lại, DN hỗ trợ tài chính, cơ sở vật chất bằng các cách như: tặng học bổng cho sinh viên, ký kết các hợp đồng tư vấn, nghiên cứu khoa học; đồng thời thành lập các công ty, khu công nghệ, khu thực hành, giảng đường, phòng thí nghiệm, trang thiết bị cho giảng dạy và học tập.

Thứ ba, cần gắn kết với DN trong việc xây dựng chương trình đào tạo nhằm nâng cao năng lực đào tạo, xây dựng chuẩn đầu ra cho người học. Thực hiện tốt phương châm: Đào tạo những gì xã hội cần chứ không đào tạo những gì nhà trường có. Do đó, phương pháp, giáo trình, tài liệu, cách kết nối của các trường phải thay đổi, trở thành nơi người học thu nhận, rèn luyện bổ sung kiến thức và cá nhân người học tự quyết định và cảm nhận.

Thứ tư, DN cần tạo điều kiện tiếp nhận các giảng viên học tập, trao đổi kinh nghiệm và những vấn đề giữa chương trình đào tạo và yêu cầu thực tế. Đẩy mạnh mô hình hợp tác thông qua gắn kết việc điều hành nhân sự và tham gia quá trình đào tạo, bằng cách ưu tiên tuyển dụng những giảng viên có kinh nghiệm làm việc trong các doanh nghiệp, xây dựng tiêu chuẩn đứng lớp đối với giảng viên - như căn cứ vào trình độ chuyên môn, chuyên ngành, kinh nghiệm thực tế.

Doanh nghiệp tham gia góp ý kiến về xây dựng, đánh giá và cải tiến chương trình đào tạo thông qua việc cung cấp thông tin, phản biện nội dung, từ đó giúp nhà trường có thể chỉnh sửa cho phù hợp với thực tiễn. Đồng thời, cử các chuyên gia, kỹ sư, tham gia trực tiếp giảng dạy, hướng dẫn thực hành. Trong và sau quá trình đào tạo cần kiểm tra chặt chẽ, sâu sát chất lượng của sinh viên qua việc thực hiện phương pháp đánh giá từ bên ngoài (người sử dụng lao động) kết hợp với đánh giá bên trong (nhà trường).

Thứ năm, đẩy mạnh hợp tác nghiên cứu khoa học và thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, nhằm hỗ trợ cho hoạt động nghiên cứu của nhà trường, thực hiện các dự án liên kết mà nhà trường và DN cùng tiến hành. Nhà trường cần chủ động giới thiệu với các DN những chương trình nghiên cứu có khả năng đem lại lợi ích trực tiếp cho DN, từ đó hai bên cùng công bố các phát minh, đồng

sở hữu và khai thác danh mục, các bằng sáng chế, bản quyền.

Thứ sáu, tăng cường chặt chẽ hơn mối quan hệ giữa cựu sinh viên với nhà trường, tạo cơ chế để những cựu sinh viên đang làm việc tại doanh nghiệp liên hệ thường xuyên với nhà trường, có thể tổ chức những buổi hội thảo trao đổi kinh nghiệm giữa lý thuyết với thực tiễn. Qua sự liên kết này, nhà trường sẽ cải tiến chương trình đào tạo theo từng thời điểm sao cho phù hợp với nhu cầu của DN.

6. Kết luận

Việc áp dụng mô hình đại học doanh nghiệp là vô cùng cần thiết trong bối cảnh xã hội hiện nay. Do đó, cần huy động tối đa sự tham gia của các DN vào việc xác định nhu cầu, xây dựng, đánh giá chương trình đào tạo và thiết lập chuẩn đầu ra, hỗ trợ trong việc bố trí chỗ thực tập và tuyển dụng sinh viên tốt nghiệp; triển khai tích cực việc ký kết các hợp đồng, thỏa thuận đào tạo, sử dụng nhân lực; tổ chức các buổi nói chuyện chuyên đề giữa DN và sinh viên theo các chuyên ngành cụ thể.

Đồng thời mở rộng các hình thức, nội dung liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo, sử dụng nhân lực và nghiên cứu chuyển giao công nghệ. Tuy nhiên, để giải quyết bài toán về đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng nhu cầu của DN và xã hội hiện nay thì không thể thay đổi ngay được, do cần phải đồng bộ ở nhiều phương diện khác nhau, như: Đơn vị đào tạo nghề, người học nghề, người lao động, đơn vị sử dụng lao động và sự hỗ trợ từ phía Nhà nước, các tổ chức quốc tế và tầm nhìn của các doanh nghiệp trong chiến lược đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Tạo ra được sự kết hợp bền vững giữa nhà trường và DN, giải quyết được nhu cầu lợi ích cốt lõi của hai bên sẽ giúp công tác đào tạo nguồn nhân lực trở nên hiệu quả hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Hữu Dũng (2018), “*Mô hình gắn kết giữa trường đại học với doanh nghiệp trong đào tạo đại học ở nước ta*”, Tạp chí Công sản. <http://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/chi-tiet-tim-kiem/-/2018/52665/mo-hinh-gan-ke-giua-truong-%C4%91ai-hoc-voi-doanh-nghiep-trong-%C4%91ao-tao-%C4%91ai-hoc-o-nuoc-ta.aspx>, truy cập ngày 10/2/2020.

2. Nguyễn Văn Cường (2012), *Tổng quan hệ thống giáo dục CHLB Đức*, <http://www.spnttw.edu.vn/article/detail.aspx?articleid=1823&sitepageid=671>, truy cập ngày 10/2/2020.
3. Trần Khánh Đức (2012), *Giáo dục Đại học Việt Nam và thế giới*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. TS. Phạm Hoàng Tú Linh (2019), “*Mô hình liên kết đào tạo giữa trường đại học với doanh nghiệp trước bối cảnh tự chủ đại học và hội nhập quốc tế*”. Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia về quản lý nhà nước đối với giáo dục đại học: Kinh nghiệm Trung Quốc và khuyến nghị đối với Việt Nam, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, 21/8/2019, NXB Lao động - Xã hội, 43 - 60.

Ngày nhận bài: 10/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/3/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

Khoa Quản lý - Luật Kinh tế

Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên

HIGHER EDUCATION BUSINESS MODEL - A SUSTAINABLE MODEL FOR HIGHER EDUCATION DEVELOPMENT IN VIETNAM

● Master. **NGUYEN THI PHUONG THAO**

Faculty of Management – Economic Law

University of Economics & Business Administration

Thai Nguyen University

ABSTRACT:

In the current context, the higher education business model is particularly interested by many researchers and educators as this model can attract many students while meeting actual needs of society and enterprises for quality of graduates. This article examines a number of higher education business models in the world and analyzes the benefits of bringing business thinking into higher education governance, thereby proposing some linking models for developing the higher education business model in Vietnam.

Keywords: Education, governance.

THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở VIỆT NAM

● PHẠM THỊ THÙY LINH

TÓM TẮT:

Trước tác động mạnh mẽ của cách mạng công nghiệp 4.0, việc ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) trong lĩnh vực du lịch được coi là giải pháp đột phá để tạo lợi thế thu hút du khách, nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, việc ứng dụng CNTT trong ngành Du lịch ở Việt Nam vẫn chưa đạt được như kỳ vọng.

Bài viết nghiên cứu thực trạng ứng dụng CNTT cũng như nêu ra những hạn chế còn tồn tại trong phát triển du lịch ở Việt Nam.

Từ khóa: Công nghệ thông tin, du lịch, cách mạng công nghiệp 4.0.

1. Đặt vấn đề

Ứng dụng công nghệ thông tin có vai trò quan trọng trong tất cả các lĩnh vực chính trị, kinh tế - xã hội của một quốc gia, đặc biệt là trong việc phát triển ngành Du lịch. Ở Việt Nam, vai trò này đã được thể hiện thông qua Quyết định 1671/QĐ - TTg 2018 phê duyệt “Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025” của Thủ tướng Chính phủ.

Đề án nêu rõ “Ứng dụng công nghệ thông tin nhằm phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh, chủ động đáp ứng nhu cầu đặc thù, chuyên biệt của thị trường khách du lịch, hỗ trợ doanh nghiệp du lịch kết nối hiệu quả với các chủ thể liên quan, tạo môi trường cho cộng đồng, các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo phù hợp với xu hướng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đáp ứng yêu cầu về đổi mới phương thức, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước, góp

phần thúc đẩy tăng trưởng và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam”.

2. Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch ở Việt Nam

2.1. Những kết quả đạt được

Năm 2019, du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển đột phá, đóng góp vào sự tăng trưởng chung của nền kinh tế. (Bảng 1)

Số liệu từ Bảng 1 cho thấy, du lịch ngày càng khẳng định vai trò là ngành kinh tế quan trọng. Theo thống kê của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), tỷ lệ khách du lịch trong nước đặt phòng khách sạn và đặt tour trực tuyến đạt hơn 60%; tỷ lệ khách du lịch quốc tế sử dụng hai dịch vụ này đạt hơn 75%. Theo một khảo sát khác với khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, có tới 71% du khách tham khảo thông tin điểm đến trên Internet; 64% đặt chỗ và mua dịch vụ trực tuyến trong chuyến đi đến Việt Nam.

Có thể thấy, khách du lịch sử dụng Internet, các

Bảng 1: Thống kê du lịch Việt Nam năm 2019

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2019	Tăng trưởng so với năm 2018 (%)
1. Khách du lịch quốc tế	Triệu lượt	18	16,2
2. Khách du lịch nội địa	Triệu lượt	85	6,3
3. Tổng thu từ khách du lịch	Nghìn tỷ đồng	726	17,1

Nguồn: Tổng cục Du lịch và tổng hợp của tác giả

tiện ích thông minh, các thiết bị thông minh để tìm kiếm thông tin du lịch, tham khảo điểm đến, so sánh và lựa chọn các dịch vụ du lịch hợp lý, thực hiện các giao dịch mua tour, đặt phòng, mua vé máy bay, thanh toán trực tuyến... ngày càng có xu hướng gia tăng. Điều này chứng tỏ tầm quan trọng của ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch của Việt Nam.

Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch của Việt Nam trong thời gian qua đã đạt được một số kết quả sau:

- Thứ nhất, hỗ trợ cung cấp thông tin và góp phần quảng bá du lịch.

Hình thức cung cấp thông tin du lịch phổ biến nhất hiện nay là thông qua các hệ thống website, cổng thông tin, trang thông tin điện tử, báo điện tử. Trong những năm gần đây, 100% cơ quan quản lý du lịch và hầu hết các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đã có website riêng. Ngoài ra, các nhà lập trình còn thiết kế, tích hợp nhiều tính năng, tiện ích đa dạng trên nền tảng web hỗ trợ các hoạt động du lịch, như: bản đồ du lịch điện tử, chức năng booking online, thanh toán trực tuyến, tư vấn trực tuyến, chăm sóc khách hàng trực tuyến, các chức năng quy đổi tiền tệ, dự báo thời tiết... Thậm chí, nó còn có thể tạo sự tương tác trực tiếp với khách du lịch, như: góp ý, phản ánh, bình luận về các sự kiện du lịch. Bên cạnh các hệ thống website, mạng xã hội cũng là một trong những kênh quan trọng trong việc chia sẻ thông tin, trải nghiệm và góp phần quảng bá du lịch.

- Thứ hai, hình thành và phát triển nhiều phần mềm, tiện ích thông minh trong du lịch.

Năm 2018, Hà Nội đã đưa vào sử dụng 2 phần mềm hỗ trợ du khách, gồm: hệ thống thuyết minh tự động tại di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám và phần mềm hướng dẫn tham quan Hoàng Thành Thăng Long.

TP. Hồ Chí Minh cũng đưa vào sử dụng một số trạm thông tin du lịch thông minh; phần mềm du

lịch “Vibrant Ho Chi Minh City” và một số phần mềm tiện ích khác, như: “Sai Gon Bus”, “Ho Chi Minh City Travel Guide”, “Ho Chi Minh City Guide and Map”.

Đà Nẵng cũng là một trong những địa phương đi đầu trong việc triển khai ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành Du lịch. Ngoài việc thường xuyên sử dụng các phương pháp marketing điện tử để quảng bá du lịch, Đà Nẵng rất quan tâm xây dựng các hệ thống phần mềm, tiện ích hỗ trợ du khách như “Da Nang Tourism”, “inDaNang”, “Go! Đà Nẵng”, “Da Nang Bus”. Đặc biệt, đầu năm 2018, Đà Nẵng đưa vào sử dụng ứng dụng Chatbot “Da Nang Fantastcity”, đây là công nghệ được sử dụng đầu tiên tại Việt Nam và Đông Nam Á (cùng với Singapore).

Ngoài ra, một số địa phương khác - như Hải Phòng, Quảng Ninh, Ninh Bình, Quảng Bình, Cần Thơ..., cũng đang phối hợp tích cực với các tập đoàn viễn thông để triển khai những dự án du lịch thông minh, sản xuất các phần mềm, tiện ích thông minh cho ngành Du lịch.

- Thứ ba, góp phần phát triển và hoàn thiện hạ tầng mạng.

Phát triển và hoàn thiện hạ tầng mạng là điều kiện quan trọng để triển khai các hoạt động du lịch trực tuyến. Nhận thức được điều này, nhiều điểm đến du lịch trong nước đã và đang lắp đặt các trạm phát wifi miễn phí. Tại Hà Nội, các điểm được lắp đặt trạm phát wifi miễn phí như: khu vực quanh hồ Hoàn Kiếm, các khu phố cổ, đường hoa, chợ hoa, công viên, bến xe, tuyến buýt... hay tại một số điểm du lịch như: Bát Tràng, Vạn Phúc, Hoàng Thành Thăng Long, Văn Miếu - Quốc Tử Giám.

Tại TP. Hồ Chí Minh, hơn 100 điểm phát wifi miễn phí đã được triển khai cho 3 khu vực bệnh viện, trường học, điểm công cộng tại các quận trung tâm và gần 1000 điểm phát wifi miễn phí tại các khu công nghiệp, khu chế xuất trên địa bàn thành phố.

Tại Đà Nẵng, từ năm 2012, Thành phố đã đầu tư gần 2 triệu USD cho dự án phủ sóng wifi. Đến nay, trên địa bàn đã có tới gần 500 trạm phát trên tất cả các tuyến đường phố chính, các điểm du lịch dọc bờ biển, các điểm du lịch dọc bờ sông Hàn, các trung tâm mua sắm, trung tâm hành chính, các điểm du lịch và các điểm công cộng khác. Ngoài ra, rất nhiều địa phương khác trong cả nước đã và đang tích cực triển khai phủ sóng wifi miễn phí, như: Quảng Ninh, Hải Phòng, Huế, Quảng Bình, Đà Lạt, Cần Thơ...

Năm 2016, sàn giao dịch du lịch trực tuyến (Tripi) đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam, cho phép giao dịch các tour trọn gói, khách sạn và vé máy bay. Đặc biệt, Tripi còn cho phép khách hàng tìm kiếm, so sánh giá các sản phẩm du lịch và cập nhật chính xác 24/24 tình trạng sản phẩm. IVIVU (ivivu.com) cũng là một trong những sàn giao dịch du lịch lớn, cho phép khách du lịch tìm kiếm thông tin, so sánh, lựa chọn và thực hiện các giao dịch đặt tour, mua vé máy bay, đặt phòng khách sạn với hơn 300 tour du lịch, hơn 5.000 khách sạn tại Việt Nam và 345.000 khách sạn toàn thế giới. Đến nay, Việt Nam có khoảng 10 sàn giao dịch du lịch.

2.2. Những hạn chế còn tồn tại

Ngành Du lịch Việt Nam đang từng bước tiếp cận và ứng dụng rộng rãi CNTT trong phát triển du lịch, tuy nhiên vẫn còn tồn tại một số hạn chế như:

- *Mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin chưa cao.*

Điều này thể hiện thông qua chỉ số xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin - truyền thông của Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch, trong giai đoạn từ năm 2015 - 2018 chỉ xếp ở vị trí trung bình khá trong tổng số 19 bộ, ngành. Đặc biệt, các chỉ số về hạ tầng kỹ thuật và chỉ số ứng dụng CNTT nhiều năm xếp ở vị trí trung bình yếu.

Đối với cấp địa phương, ngoại trừ 5 địa phương có du lịch phát triển - gồm Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Thừa Thiên - Huế - đứng đầu bảng xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin - truyền thông, còn nhiều địa phương có du lịch phát triển nhưng chỉ số xếp hạng lại rất thấp, như: Hải Phòng, Ninh Bình, Quảng Bình, Khánh Hòa, Lâm Đồng, Lào Cai,...

- *Trình độ khoa học công nghệ còn hạn chế.*

So với các quốc gia trên thế giới, trình độ khoa học công nghệ của Việt Nam còn thấp. Do đó, việc nghiên cứu, sản xuất các sản phẩm công nghệ ứng dụng cho du lịch còn nhiều hạn chế.

- *Tỷ lệ ứng dụng công nghệ thông tin của doanh nghiệp du lịch còn thấp.*

Theo khảo sát của Hiệp hội Du lịch Việt Nam, hiện nay, các hệ thống khách sạn cao cấp, thương hiệu quốc tế và các hãng hàng không, doanh nghiệp lữ hành lớn như Saigontourist, Vietravel, Vietnamtourism... đều tích cực ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh du lịch với khối lượng sản phẩm phong phú, có thông tin cụ thể về thời điểm, giá cả, các dịch vụ.

Với các doanh nghiệp du lịch khác hay các điểm tham quan, các đơn vị vận chuyển, việc ứng dụng CNTT trong hoạt động kinh doanh du lịch chiếm tỷ lệ rất thấp. Nguyên nhân chính do doanh nghiệp du lịch Việt Nam chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, vốn ít, kinh doanh nhỏ, lẻ nên khả năng tài chính chi trả cho đầu tư ứng dụng công nghệ không cao.

- *Thị trường du lịch trực tuyến chưa phát triển.*

Các công ty lữ hành online thương hiệu toàn cầu - như Agoda.com, Booking.com, Traveloka.com, Expedia.com - đang độc chiếm thị trường Việt Nam với khoảng 80% thị phần. Trong khi đó, chỉ có khoảng 10 doanh nghiệp Việt Nam có kinh doanh du lịch trực tuyến, như Ivivu.com, chudu24.com, mytour.vn, tripi.vn, vntrip.vn... Tuy nhiên, các công ty này cũng chỉ phục vụ thị trường khách nội địa với số lượng giao dịch còn thấp.

Thời gian qua, có thể thấy ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động du lịch đã mang lại những kết quả đáng kể cho sự tăng trưởng ấn tượng của ngành. Mặc dù vậy, việc ứng dụng CNTT trong phát triển du lịch mới chỉ dừng ở mức cơ bản, chưa khai thác được tối ưu các lợi thế của công nghệ trong cạnh tranh, thu hút khách hàng cũng như trong quản lý, điều hành kinh doanh du lịch. Vì vậy, các cơ quan quản lý, các địa phương đến các đơn vị kinh doanh cần tăng cường hiệu quả hơn nữa việc ứng dụng CNTT để quảng bá du lịch Việt Nam và đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. TS. Lê Quang Đăng (2019), *Cách mạng công nghiệp 4.0 và tiến trình phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam*, Viện Nghiên cứu và Phát triển du lịch - Tổng cục Du lịch.
2. Chính phủ (2018), Quyết định 1671/QĐ - TTg 2018 phê duyệt “*Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025*”.
3. Tổng cục Du lịch (2019), *Tình hình hoạt động ngành du lịch năm 2019 và triển khai nhiệm vụ năm 2020*.

Ngày nhận bài: 24/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THỊ THÙY LINH

Khoa Kinh tế cơ sở

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

**THE CURRENT STATUS OF IMPLEMENTING
ADVANCEMENTS IN INFORMATION TECHNOLOGY
INTO VIETNAM’S TOURISM DEVELOPMENT**

● Master. **PHAM THI THUY LINH**

Faculty of Fundamental Economics

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Amid the rapid development of Industry 4.0, the application of advancements in information technology in the tourism sector of Vietnam is considered a breakthrough solution to create advantages to attract more tourists, improve competitiveness of the country’s tourism sector and also promote the country’s international integration. However, Vietnam’s tourism sector has not fully exploited advancements in information technology. This article presents the status quo of the implementation of advancements in information technology into the tourism sector of Vietnam and also other existing limitations in developing the country’s tourism sector.

Keywords: Information technology, tourism, Industry 4.0.

VẬN DỤNG MÔ HÌNH CIPO VÀO QUẢN LÝ ĐÀO TẠO NGHỀ Ở CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP THEO HƯỚNG ĐÁP ỨNG NHU CẦU XÃ HỘI

● NGUYỄN HỮU VĂN

TÓM TẮT:

Với quan điểm chất lượng đào tạo là một quá trình, UNESCO đã đưa ra mô hình đào tạo CIPO (Context-Input-Process-Output/Outcome). Bài viết tiếp cận và vận dụng mô hình này trong quản lý đào tạo nghề ở các cơ sở giáo dục nghề nghiệp theo hướng đáp ứng nhu cầu xã hội. Kết quả nghiên cứu sẽ giúp các cơ sở giáo dục quản lý tốt các khâu trong quá trình quản lý đào tạo nghề, như: quản lý đầu vào; quản lý quá trình; quản lý đầu ra. Qua đây, tác giả cũng đánh giá tác động của bối cảnh đến quản lý quá trình đào tạo nghề.

Từ khóa: Mô hình CIPO, quản lý đào tạo nghề, giáo dục nghề nghiệp, nhu cầu xã hội.

1. Đặt vấn đề

Nâng cao chất lượng và hiệu quả đào tạo nghề trong các cơ sở giáo dục nghề nghiệp là điều hết sức cần thiết. Hiện nay, các cơ sở giáo dục cần vận dụng các quan điểm, mô hình quản lý hiện đại nhằm đổi mới quản lý đào tạo nghề theo quy luật cung - cầu của thị trường lao động.

Bài viết trình bày cách tiếp cận quản lý đào tạo nghề theo mô hình quản lý CIPO (Context-Input-Process-Output/Outcome) của UNESCO. Đây là cách quản lý chất lượng những yếu tố thành phần gồm: Yếu tố đầu vào (Input); Yếu tố quá trình (Process); Yếu tố đầu ra (Output/Outcome) và được xem xét trong hệ thống giáo dục nghề nghiệp với yếu tố hoàn cảnh (Context) cụ thể.

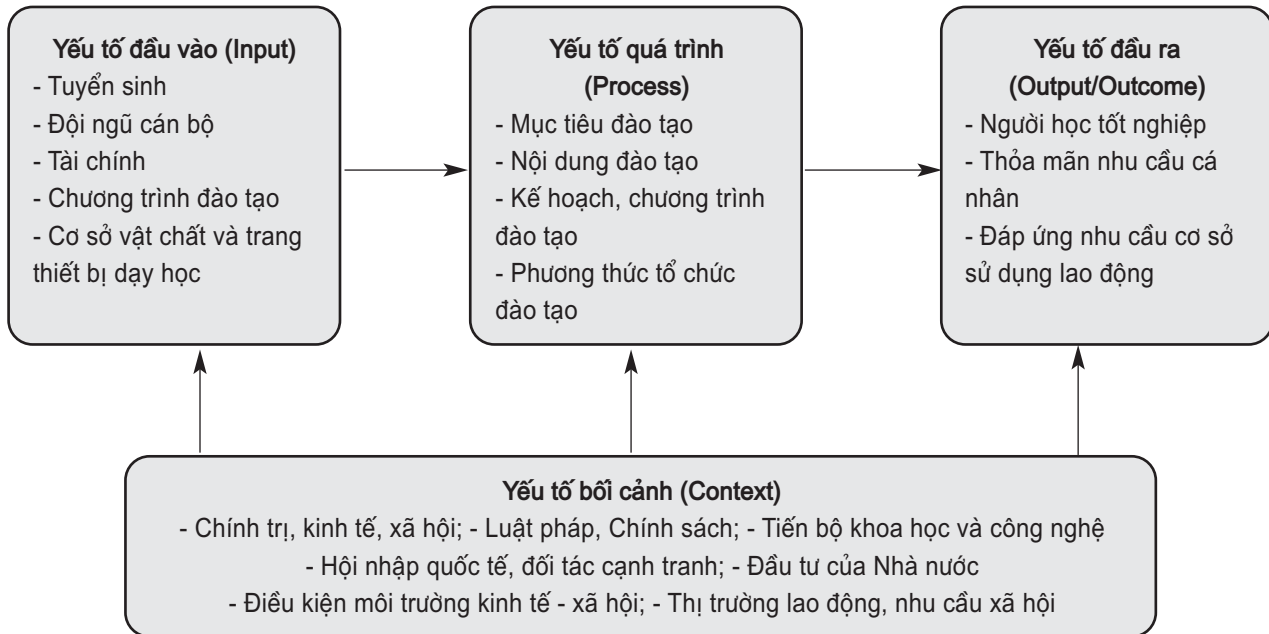
2. Thực trạng vận dụng mô hình CIPO vào quản lý đào tạo ở các cơ sở giáo dục nghề nghiệp theo nhu cầu xã hội

2.1. Mô hình quản lý đào tạo CIPO

Với quan điểm chất lượng đào tạo là một quá trình, năm 2000, UNESCO đưa ra mô hình đào tạo CIPO (Context - Input - Process - Output/Outcome), được mô tả như Sơ đồ 1.

Mô hình CIPO có tính chất kiểm soát quá trình đào tạo do tất cả các yếu tố hoàn cảnh (Context) tác động lên quá trình đào tạo, gồm: Yếu tố đầu vào (Input); Yếu tố quá trình (Process); Yếu tố đầu ra (Output/Outcome). Cho nên, việc quản lý đào tạo theo CIPO là quản lý theo hướng đáp ứng nhu cầu xã hội. Xu thế sử dụng CIPO trong quản

Sơ đồ 1: Mô hình CIPO về quản lý đào tạo



lý đào tạo nói chung và đào tạo nghề nói riêng đang ngày càng được quan tâm và tìm hướng vận dụng. Quản lý đào tạo nghề được đặt trong một môi trường “vận động” có ý nghĩa toàn diện hơn, chứ không chỉ là vấn đề thông tin phản hồi từ người học đã tốt nghiệp, từ các cơ sở sử dụng lao động hoặc vấn đề bảo đảm chất lượng của tổ chức hay các cơ sở đào tạo.

2.2. Vận dụng mô hình CIPO vào quản lý đào tạo nghề ở các cơ sở giáo dục nghề nghiệp theo hướng đáp ứng nhu cầu xã hội

Vận dụng mô hình CIPO trong quản lý đào tạo nghề theo năng lực gồm các nhóm nội dung quản lý: quản lý đầu vào, quản lý quá trình, quản lý đầu ra, đồng thời cần quan tâm đến các yếu tố tác động của bối cảnh đến quản lý đào tạo nghề.

2.2.1. Quản lý đầu vào

Việc xác định nhu cầu đào tạo đối với các cơ sở giáo dục nói chung và đối với các cơ sở giáo dục nghề nghiệp nói riêng là một trong những khâu quan trọng trong công tác quản lý đào tạo nghề. Qua đó, giúp các cơ sở giáo dục chủ động xây dựng kế hoạch, triển khai các chương trình đào tạo nghề và các điều kiện bảo đảm chất lượng cho đào tạo,

như: đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho việc đào tạo một cách có cơ sở khoa học và thực tiễn. Từ đó, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu xã hội về số lượng cũng như chất lượng đào tạo. Việc làm này giúp giải quyết triệt để bài toán giữa nhu cầu xã hội và khả năng đào tạo của cơ sở giáo dục nghề nghiệp.

Để đào tạo nghề đáp ứng được nhu cầu xã hội, các cơ sở giáo dục nghề nghiệp cần đảm bảo: Mục tiêu đào tạo (Outcome) - gồm Kiến thức (Knowledge), kỹ năng (Skill), thái độ (Attitude), thói quen làm việc (Workhabit)); Chuẩn trình độ kỹ thuật nghề (Qualification Standard); Các khối kiến thức cơ bản, cơ sở, chuyên môn và thực hành - được thể hiện bằng các môn học hoặc các mô đun đào tạo với thời lượng tương ứng; Trình tự thực hiện và đánh giá kết quả trong khóa đào tạo.

Nếu xây dựng chương trình đào tạo cho một nhóm nghề, sẽ xuất hiện khái niệm chương trình khung (FrameWork Curriculum). Trong đó, bao gồm các nghề có chung cơ sở kỹ thuật hoặc quan hệ trực tiếp với lượng kiến thức, kỹ năng cơ bản giống nhau khoảng 70% và khác biệt đặc thù 30%. Mục tiêu của xây dựng chương trình khung

nhằm đồng nhất để dùng chung chương trình môn học, mô đun đào tạo cơ bản hoặc giáo trình, sách giáo khoa trong quá trình đào tạo cho từng nghề.

2.2.2. Quản lý quá trình đào tạo nghề

Quản lý quá trình dạy và học nghề - một quá trình kết hợp đan xen liên tục, mềm dẻo, linh hoạt giữa việc dạy và học - được hoàn thành trọn vẹn từ khâu chuẩn bị ban đầu cho đến khi có kết quả cuối cùng.

Xây dựng kế hoạch dạy và học nghề là việc của nhà quản lý. Việc này gồm các nội dung cơ bản như: Xác định xu thế; Dự báo yếu tố có liên quan; Phân tích hiện trạng; Xác định mục tiêu; Xây dựng hệ thống các giải pháp thực hiện kế hoạch. Hoạt động này giúp nhà quản lý có thể kiểm soát quá trình tổ chức hoạt động dạy và học nghề tại đơn vị được diễn ra theo đúng kế hoạch và đảm bảo đạt kết quả tốt.

Do xây dựng kế hoạch là xác định trước tiến trình phát triển của hệ thống trong tương lai nên phải nắm bắt được mối quan hệ giữa mục tiêu và giải pháp để bảo đảm chiến lược mang tính khả thi.

Tổ chức là quá trình nhà quản lý xây dựng cơ cấu hoạt động, phối hợp giữa các thành viên và giữa các bộ phận trong nhà trường khi thực hiện một công việc cụ thể nào đó [4].

Công tác tổ chức thực hiện dạy và học nghề là quá trình phân phối và sắp xếp nguồn nhân lực theo cách thức nhất định, nhằm đảm bảo thực hiện tốt các mục tiêu đã đề ra. Tổ chức thực hiện dạy và học nghề có vai trò hiện thực hóa các mục tiêu giáo dục và đào tạo của cơ sở giáo dục nghề nghiệp. Đồng thời, tạo môi trường thuận lợi cho mỗi cá nhân, mỗi bộ phận đào tạo nghề phát huy được năng lực và nhiệt huyết của mình, đóng góp tốt nhất vào sự hoàn thành mục tiêu chung của đơn vị theo sự định hướng đã đề ra.

Chức năng kiểm tra đánh giá nhằm đo lường và chấn chỉnh việc thực hiện dạy và học nghề, từ đó bảo đảm các mục tiêu, kế hoạch đã và đang được hoàn thành. Kiểm tra đánh giá quá trình dạy và học nghề đáp ứng yêu cầu xã hội là một tiến trình gồm các bước như: Từ thực tế, xây dựng kế hoạch kiểm tra quá trình dạy và học nghề; Tiến hành kiểm tra chương trình, nội dung, tiến độ và chất lượng thực hiện quá trình dạy và học nghề; So sánh

thực tại với các tiêu chuẩn về dạy và học nghề đã đề ra; Xác định các sai lệch trong quá trình quá trình dạy và học nghề; Tiến hành phân tích các nguyên nhân ảnh hưởng đến quá trình dạy và học nghề; Rút kinh nghiệm và điều chỉnh quá trình dạy và học nghề để mang lại hiệu quả tốt hơn.

Trong đào tạo nghề, cơ sở sử dụng lao động là một trong những “khách hàng” trực tiếp sử dụng nguồn lao động do cơ sở giáo dục nghề nghiệp đào tạo. Do đó, cơ sở sử dụng lao động cần có kế hoạch cụ thể về nhu cầu đối với đội ngũ lao động trong hoạt động sản xuất hay phát triển kinh doanh dịch vụ; chỉ rõ yêu cầu về số lượng và chất lượng đầu ra đối với đội ngũ lao động; chi tiết về việc trả chi phí cũng như mức độ sử dụng, phản hồi mức đáp ứng yêu cầu cho cơ sở giáo dục nghề nghiệp.

Tùy theo tình hình thực tế về các nguồn lực và nhu cầu cụ thể của các bên liên kết để xác định rõ cũng như thay đổi mục tiêu đào tạo sao cho phù hợp với từng giai đoạn liên kết.

2.2.3. Quản lý đầu ra

Quản lý công tác cấp văn bằng, chứng chỉ sau khi tốt nghiệp: Cần chú ý mức độ linh hoạt của chứng chỉ (tín chỉ) mỗi mô đun và sự lắp ghép các chứng chỉ của tất cả các mô đun đã hoàn thành để có được văn bằng, chứng chỉ tương ứng với trình độ đào tạo theo quy định.

Quản lý công tác tư vấn và giới thiệu việc làm cho người học tốt nghiệp: Để tiếp nhận yêu cầu cụ thể của thị trường lao động, rất cần hoạt động liên kết tư vấn và giới thiệu việc làm cho người học tốt nghiệp. Việc làm thiết yếu này sẽ giúp người học ổn định tâm lý, vững vàng thực nghiệp. Đồng thời, nó cũng giải quyết được tình trạng thất thoát nguồn lực và chi phí do người học từ bỏ nghề đã học để tìm kiếm một nghề mới hay một cơ hội học tập khác. Kết quả việc làm sau tốt nghiệp được xem xét qua các nhân tố như: thời gian có việc làm, việc làm đúng ngành nghề, đúng trình độ... Việc đáp ứng kết quả việc làm chính là hiệu quả của quá trình đào tạo nghề.

Thông qua nhu cầu của cơ sở sử dụng lao động như: việc làm (vị trí, số lượng, trình độ yêu cầu,...), triển vọng phát triển nghề nghiệp,...; thông qua quản lý thông tin đa chiều từ môi trường phát triển kinh tế - xã hội, từ các cơ sở sử dụng lao động và

người học đã tốt nghiệp, từ khảo sát điều tra theo người học đã tốt nghiệp... cơ sở giáo dục nghề nghiệp có thể phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động, triển khai công tác tư vấn và hỗ trợ người học tốt nghiệp tìm việc làm, thực hiện điều chỉnh các hoạt động quản lý đào tạo khác.

3. Tác động CIPO đến quản lý đào tạo nghề theo nhu cầu xã hội ở các cơ sở giáo dục nghề nghiệp

3.1. Về thể chế, chính sách

Những tác động từ Nghị quyết Trung ương Đảng, Luật Giáo dục, Luật Giáo dục nghề nghiệp, nghị định, thông tư... là căn cứ pháp lý quan trọng góp phần định hướng tạo điều kiện cho đào tạo nghề nói chung và quản lý đào tạo nghề nói riêng phát triển đáp ứng yêu cầu đổi mới về kinh tế - xã hội.

3.2. Về sự tiến bộ của khoa học - công nghệ

Đại hội XII chỉ rõ: “Phát triển mạnh mẽ khoa học - công nghệ, làm cho khoa học - công nghệ thực sự là quốc sách hàng đầu, là động lực quan trọng nhất để phát triển lực lượng sản xuất hiện đại, kinh tế tri thức, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế, bảo vệ môi trường; bảo đảm quốc phòng, an ninh” [3, tr.119 - 120]. Văn kiện đặc biệt chú trọng các nhiệm vụ, giải pháp gắn kết giáo dục, đào tạo và khoa học công nghệ với phát triển nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, phục vụ hiệu quả quá trình đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá.

Quy mô và tốc độ của sự tiến bộ khoa học - công nghệ xét trên cả hai phương diện sự phát triển

và tính phổ biến, đều diễn ra nhanh hơn bao giờ hết. Xét cả về bề rộng lẫn chiều sâu, cách mạng công nghệ 4.0 đã báo trước sự chuyển đổi toàn bộ hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị của xã hội, theo đó là những thay đổi của giáo dục nghề nghiệp theo hướng mở linh hoạt.

Những tác động từ khoa học - công nghệ được cập nhật, ứng dụng,... giúp quá trình quản lý đào tạo nghề thích ứng với sự biến động của thị trường lao động khi quá trình sản xuất, dịch vụ đã có sự nâng cấp và phát triển nhanh chóng của công nghệ. Đòi hỏi, việc tranh thủ thời cơ tốt từ tác động này giúp các cơ sở giáo dục nghề nghiệp nắm bắt được một phần xu hướng, nhu cầu đào tạo, thậm chí dự đoán được “một số nghề sẽ mất đi và một số nghề mới sẽ sinh ra” để kịp thời có sự điều chỉnh phù hợp.

3.3. Về hội nhập quốc tế, đối tác cạnh tranh

Thực tế cho thấy, cạnh tranh trong hội nhập và nguồn nhân lực chất lượng cao sẽ quyết định lợi thế cạnh tranh của một quốc gia. Tranh thủ được cơ hội từ tác động của yếu tố này sẽ giúp cơ sở giáo dục nghề nghiệp có điều kiện so sánh, tự xác định vị trí, giá trị, thương hiệu không chỉ trong nước mà cả trong khu vực và thế giới. Đồng thời, nó sẽ tạo ra cầu nối để tận dụng triệt để những thời cơ quý giá trong quá trình liên kết, hợp tác, chuyển giao công nghệ đào tạo, tiếp cận chương trình đào tạo nghề tiên tiến của thế giới [7]. Ngoài ra, các cơ sở giáo dục nghề nghiệp cần quan tâm đến các yếu tố khác - như dân cư, tình hình phát triển kinh tế - xã hội, đầu tư cho dạy nghề..., để có được những chiến lược quản lý đúng đắn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội (2008), *Báo cáo tổng quan dạy nghề đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp thời gian qua - Định hướng, giải pháp cho những năm tới*.
2. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội (2017), *Thông tư số 29/2017/TT-BLĐTBXH quy định về liên kết tổ chức thực hiện chương trình đào tạo*, ban hành ngày 15/12/2017.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam (2018), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*.
4. Trần Khánh Đức (2009), *Giáo dục và phát triển nguồn nhân lực trong thế kỷ XXI*, NXB Giáo dục Việt Nam.
5. Nguyễn Phan Hòa (2014), *Quản lý liên kết đào tạo giữa cơ sở dạy nghề với doanh nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh*, luận án Tiến sĩ Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam.

6. Phan Trần Phú Lộc (2017), *Quản lý liên kết đào tạo Cao đẳng nghề đáp ứng nhu cầu nhân lực của các khu công nghiệp tại Bình Dương*, luận án Tiến sĩ Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam.
7. Phan Văn Nhân (2009), *Giáo dục nghề nghiệp trong nền kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế*, NXB Đại học Sư phạm Hà Nội.
8. Quốc hội (2014), *Luật Giáo dục số 74/2014/QH13, Luật Giáo dục nghề nghiệp*.
9. Nguyễn Đức Thắng (2017), *Quy trình triển khai hệ thống chất lượng theo tiếp cận CIPO trong quản lý thiết bị đào tạo của các trường đại học kỹ thuật trong quân đội*. Tạp chí Giáo dục, số 419, tr 62-64
10. Thủ tướng Chính phủ (2012), *Quyết định số 630/2012/QĐ-TTg về Phê duyệt Chiến lược phát triển Dạy nghề thời kỳ 2011 - 2020* ban hành ngày 29/5/2012.
11. Nguyễn Trọng Sơn (2017), *Cơ sở khoa học về quản lý đào tạo nghề theo hướng chuẩn đầu ra đáp ứng nhu cầu nhân lực*. Tạp chí Giáo dục, số đặc biệt tháng 5/2016, tr 86-89.

Ngày nhận bài: 24/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN HỮU VĂN

Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Cộng đồng Hậu Giang

**IMPLEMENTING THE CIPO MODEL
INTO THE TRAINING MANAGEMENT
OF VOCATIONAL TRAINING INSTITUTIONS
TOWARDS MEETING SOCIAL DEMANDS**

● Master. **NGUYEN HUU VAN**

Rector, Hau Giang Province Community College

ABSTRACT:

With the view of promoting and maintaining the quality of training and education as a process, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) launched the CIPO model (Context-Input-Process-Output/Outcome). This article analyzes and proposes ways of applying this model into vocational training management at vocational training institutions towards meeting social demands. This article is expected to help vocational training institutions better manage stages of the vocational training management process such as input management, process management and output management. In addition, this article assesses the impact of current conditions on the vocational training process management.

Keywords: CIPO model, vocational training management, vocational education, social demands.

QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN

● NGUYỄN THỊ HUYỀN HƯƠNG - TRẦN THỊ KHÁNH CHI

TÓM TẮT:

Du lịch được xem là ngành công nghiệp không khói, có tốc độ tăng trưởng cao, là giải pháp quan trọng nhằm phát triển kinh tế của nhiều quốc gia trên thế giới. Tại Việt Nam, ngành Du lịch ra đời muộn nhưng đã được Đảng và Nhà nước sớm xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, công tác quản lý nhà nước về du lịch được chú trọng tại hầu hết các địa phương trong cả nước. Bài viết tập trung làm rõ khái niệm, vai trò và các yếu tố tác động đến hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch.

Từ khoá: Du lịch, quản lý nhà nước, quản lý nhà nước về du lịch.

1. Đặt vấn đề

Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn đang là yêu cầu tất yếu đối với nhiều quốc gia. Tuy nhiên, bên cạnh phát triển du lịch cần có những giải pháp tối ưu để hạn chế những tác động tiêu cực làm ảnh hưởng đến môi trường và xã hội. Chính vì vậy, quản lý nhà nước (QLNN) về du lịch đóng vai trò vô cùng quan trọng. Nhà nước thông qua những công cụ quản lý nhất định nhằm tác động tích cực vào các hoạt động du lịch, tạo dựng môi trường pháp lý lành mạnh, giúp ngành Du lịch phát triển theo đúng định hướng và hiệu quả.

Thời gian qua, du lịch Việt Nam được đánh giá là phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và sự kỳ vọng của xã hội. Sản phẩm du lịch vẫn chưa thực sự hấp dẫn, khả năng cạnh tranh chưa cao; chất lượng dịch vụ du lịch chưa đáp ứng yêu cầu... Có nhiều nguyên nhân được đưa ra, song chủ yếu vẫn là do các cấp, các ngành chưa thực sự coi du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, liên ngành, liên vùng, xã hội hóa và hội nhập quốc tế cao; thiếu chính sách quốc gia phù hợp để du lịch phát triển theo đúng tính chất của một ngành kinh tế vận hành theo quy luật thị trường. Sự phối hợp liên ngành, liên vùng hiệu quả còn thấp; công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa được quan tâm đúng mức¹.

Nhiều trường hợp những hạn chế trong hiệu quả

QLNN về du lịch còn xuất phát từ việc chưa nhận thức đầy đủ về mặt lý luận. Mọi lý luận chân chính đều bắt nguồn từ thực tiễn, phản ánh đúng thực tiễn và trở lại phục vụ thực tiễn². Do đó, những cơ sở lý luận đúng đắn là rất quan trọng, rất cần thiết trong việc góp phần hình thành nên những giải pháp thực thi và phù hợp. Cụ thể, QLNN về du lịch có những vấn đề lý luận cơ bản như sau:

2. Khái niệm quản lý nhà nước, quản lý nhà nước về du lịch

2.1. Khái niệm quản lý nhà nước

2.1.1. Quản lý

Cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, Laurence Lowell đã nhận xét: “Quản lý là nghiệp xưa nhất và là nghề mới nhất”. Quản lý luôn gắn liền với quá trình phát triển kinh tế - xã hội, nên trên thực tế đã nảy sinh nhiều quan điểm khác nhau về quản lý. Những quan điểm này có lịch sử ra đời khác nhau và gắn với mỗi tổ chức hoạt động trong một lĩnh vực, thậm chí là với mỗi quá trình trong từng tổ chức riêng biệt.

Theo F.W. Taylor, quản lý là biết chính xác điều bạn muốn người khác làm và sau đó biết được họ đã hoàn thành công việc đó một cách tốt nhất và rẻ nhất.

Henry Fayol định nghĩa quản lý là một tiến trình bao gồm cả các khâu lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra các nỗ lực của mỗi thành

viên trong tổ chức và sử dụng tất cả các nguồn lực khác nhau của tổ chức nhằm đạt được mục tiêu đã định trước.

Theo Mary Parker Follett, quản lý là nghệ thuật đạt mục tiêu thông qua con người.

Có tác giả cho rằng quản lý là hoạt động phối hợp các hoạt động chung của một đoàn thể hợp tác nhằm đạt mục tiêu đã định trước.

Từ những điểm chung của các định nghĩa trên, có thể đi đến một khái niệm tổng hợp về quản lý như sau³: Quản lý là một tất yếu khách quan do lịch sử quy định. Quản lý là sự tác động có tổ chức, có định hướng của chủ thể lên các khách thể nhằm đạt được mục tiêu đã định trước.

2.1.2. *Quản lý nhà nước*

QLNN là một dạng quản lý xã hội đặc biệt, mang tính quyền lực nhà nước; sử dụng pháp luật, chính sách để điều chỉnh hành vi của cá nhân, tổ chức trên tất cả các mặt của đời sống xã hội; do các cơ quan trong bộ máy nhà nước thực hiện; nhằm phục vụ nhân dân, duy trì sự ổn định và phát triển của xã hội⁴.

2.2. *Khái niệm quản lý nhà nước về du lịch*

2.2.1. *Du lịch*

Hiện có nhiều khái niệm về du lịch đã được đưa ra với những góc độ tiếp cận khác nhau, trong đó có một số khái niệm điển hình như sau:

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (World Tourist Organization) - một tổ chức thuộc Liên hợp quốc: Du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành, tạm trú, trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn; cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa, trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm, ở bên ngoài môi trường sống định cư; nhưng loại trừ các du hành có mục đích chính là kiếm tiền. Du lịch cũng là một dạng nghỉ ngơi năng động trong môi trường sống khác hẳn nơi định cư⁵.

Theo từ điển Bách khoa toàn thư của Việt Nam (1995), du lịch có hai nghĩa: Một là, du lịch là một dạng nghỉ dưỡng sức, tham quan tích cực của con người ngoài nơi cư trú với mục đích nghỉ ngơi, giải trí, xem danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, công trình văn hóa nghệ thuật. Hai là, du lịch là một ngành kinh doanh tổng hợp có hiệu quả cao về nhiều mặt: nâng cao hiểu biết về thiên nhiên, truyền thống lịch sử và văn hóa dân tộc, từ đó góp phần làm tăng thêm tình yêu đất nước. Đối với người nước ngoài là tình hữu nghị với dân tộc

mình. Về mặt kinh tế, du lịch là lĩnh vực kinh doanh mang lại hiệu quả rất lớn, có thể coi là hình thức xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ. Hầu như nước nào cũng coi trọng phát triển hoạt động du lịch⁶.

Khoản 1 Điều 3 Luật Du lịch 2017 quy định: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 1 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác”.

2.2.2. *Quản lý nhà nước về du lịch*

So với khái niệm du lịch, khái niệm QLNN về du lịch xét về quan điểm của các tác giả có phần hạn chế hơn, Luật Du lịch 2017 cũng không giải thích nội hàm của khái niệm này, trong giới hạn bài viết, nhóm tác giả có một số nhận xét như sau:

Theo tác giả Phạm Hồng Long, QLNN về du lịch là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh bằng quyền lực pháp luật của Nhà nước đối với các quá trình, các hoạt động du lịch của con người để duy trì và phát triển ngày càng cao các hoạt động du lịch trong nước và du lịch quốc tế nhằm đạt được các hiệu quả kinh tế xã hội do Nhà nước đặt ra⁷.

Tác giả Mai Văn Nhơn tại công trình nghiên cứu quản lý nhà nước về du lịch tại tỉnh Đồng Nai đã đưa ra đề xuất: QLNN về du lịch là sự tác động có tổ chức, có định hướng và bằng pháp quyền của Nhà nước lên các hoạt động du lịch, sản phẩm du lịch nhằm khai thác có hiệu quả nhất các tài nguyên thiên nhiên và nhân văn, lợi thế địa lý và khí hậu, các nguồn lực kinh tế trong và ngoài nước, các cơ hội có thể có, để đạt được mục tiêu phát triển du lịch nhưng vẫn bảo tồn và phát huy được bản sắc văn hoá, bảo vệ tốt môi trường, trong điều kiện hội nhập và mở rộng giao lưu quốc tế⁸.

Tương tự như vậy, tác giả Nguyễn Thị Huy Hoàng có quan điểm: QLNN về du lịch là sự tác động có tổ chức của Nhà nước thông qua công cụ và phương thức mang bản chất quyền lực nhà nước để điều chỉnh và định hướng cho hoạt động du lịch nhằm đạt được những mục tiêu định trước của Nhà nước⁹.

Kế thừa những quan điểm trên, nhóm tác giả đưa ra khái niệm QLNN về du lịch như sau: QLNN về du lịch là sự tác động bằng quyền lực của Nhà nước đối với các hoạt động du lịch nhằm tạo ra sự thống nhất trong tổ chức và hoạt động du lịch, đảm bảo phát triển du lịch mà vẫn bảo tồn được tài

nguyên, duy trì và phát triển văn hoá, bảo hộ quyền và lợi ích hợp pháp của khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển du lịch.

2.3. Vai trò của quản lý nhà nước về du lịch

Thứ nhất, định hướng cho hoạt động du lịch phát triển tích cực, vẫn thúc đẩy tăng trưởng kinh tế song vẫn giữ gìn các giá trị truyền thống và bảo tồn tài nguyên du lịch của đất nước.

Thứ hai, hình thành và hoàn thiện môi trường pháp lý toàn diện, ổn định cho hoạt động du lịch trong cả nước, cho từng vùng và từng địa phương cụ thể.

Thứ ba, dung hoà mối quan hệ và lợi ích giữa du lịch với các ngành kinh tế khác; đảm bảo hài hoà về quyền lợi giữa cộng đồng dân cư, nhà đầu tư du lịch và khách du lịch.

3. Một số yếu tố tác động đến hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch

3.1. Hệ thống pháp luật của Nhà nước về du lịch và quản lý nhà nước về du lịch

So với những công cụ khác như đạo đức, phong tục, tập quán, tín điều tôn giáo, quy định của cộng đồng dân cư hay của các tổ chức xã hội... pháp luật nói chung có những ưu thế vượt trội hơn như tính bắt buộc chung, cưỡng chế; tính xác định về mặt hình thức; tính quy phạm phổ biến...

Nhờ những thuộc tính đó, pháp luật có khả năng thể chế hoá đường lối, chủ trương của Đảng, đưa vào đời sống và trở thành hiện thực trong đời sống; pháp luật xác định địa vị pháp lý của các cơ quan nhà nước, các tổ chức xã hội và đến từng cá nhân, từ đó tạo dựng hành lang, khuôn khổ pháp lý cho mọi hoạt động của các chủ thể trong xã hội; pháp luật quy định các biện pháp kiểm tra, giám sát và xử lý những chủ thể có hành vi vi phạm pháp luật.

Riêng pháp luật về du lịch, mặc dù ra đời có phần hơi muộn, song tính từ những năm 1960 đến nay, các cơ quan nhà nước có thẩm quyền đã ban hành khá nhiều văn bản pháp luật quy định trực tiếp và gián tiếp điều chỉnh các vấn đề liên quan đến hoạt động du lịch. Những quy định này đã thực sự mở đường cho ngành công nghiệp không khói phát triển một cách mạnh mẽ, đáp ứng yêu cầu của nền kinh tế thị trường và xu thế hội nhập quốc tế, đặc biệt là giai đoạn ban hành và áp dụng Luật Du lịch 2005 thay thế cho Pháp lệnh Du lịch năm 1999.

Sau hơn 10 năm triển khai Luật Du lịch 2005, bên cạnh những yếu tố tích cực có tính chất mở đường cho du lịch phát triển thì đồng thời cũng nảy

sinh không ít những vấn đề gây trở ngại. Điều đó cho thấy khuôn khổ thể chế đã không đáp ứng kịp nhu cầu và xu thế phát triển du lịch.

Từ những tư tưởng đổi mới trong Nghị quyết 92/NQ-CP ngày 8/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới và Nghị quyết số 08/NQ-TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đã được tiếp thu và thể chế hoá cụ thể trong Luật Du lịch 2017 được Quốc hội đã thông qua ngày 19/6/2017.

Những quy định mới này cho thấy độ cởi mở cao và sự cam kết mạnh mẽ của chính quyền từ Trung ương đến địa phương, từ doanh nghiệp đến người dân trong việc khơi dậy tiềm lực, tạo đà kích thích du lịch phát triển bứt phá trong giai đoạn tới. Song về lâu dài, hệ thống pháp luật về du lịch cần được hoàn thiện hơn nữa vì hoạt động du lịch nói chung hiện đang được điều chỉnh rải rác bởi khá nhiều luật và hệ thống những văn bản hướng dẫn thi hành. Hạn chế này phần nào cũng ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch hiện nay.

3.2. Nhận thức của người dân về tầm quan trọng của phát triển du lịch

Luật pháp phát triển là ở đó có sự định hướng hành vi đối với chủ thể thi hành trong việc bảo vệ lợi ích đúng đắn của các thành viên khác trong xã hội. Lâu dần hình thành trong nhận thức của mỗi chủ thể việc phải tôn trọng các luật hiện hành trong xã hội, vào thời điểm và tại nơi mà họ đang sống. Khi luật pháp được tôn trọng, việc tuân thủ sẽ được thực hiện một cách tự giác.

Như vậy, luật pháp là quan trọng song nhận thức của người dân còn quan trọng hơn. Khi không có sự tôn trọng pháp luật, không có sự tự giác thực hiện hành vi để bảo vệ lợi ích đúng đắn của các thành viên khác trong xã hội ngoài lợi ích của cá nhân hoặc một nhóm cá nhân thì rất khó để đạt được mục đích cuối cùng giá trị dân chủ thực sự từ mô hình nhà nước pháp quyền theo xu hướng hiện nay. Điều này càng quan trọng hơn trong những hoạt động phát triển du lịch. Vì du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, liên ngành, liên vùng và chỉ thực sự mang lại hiệu quả khi có sự phối hợp đồng bộ từ phía chính quyền đến người dân, khi tất cả cùng hướng đến mục tiêu chung là hiệu quả phát triển du lịch của quê hương, của đất nước.

Loại hình du lịch cộng đồng là một ví dụ điển hình nhất về nhận thức của người dân đối với vai trò của phát triển du lịch. Cộng đồng địa phương và

cụ thể là từng cá nhân người dân tại địa phương có vai trò trong việc tổ chức, vận hành và xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp cho du khách dựa trên những giá trị về văn hóa, như phong tục tập quán, các di sản phi vật thể cũng như thế mạnh về cảnh quan thiên nhiên của địa phương trong khuôn khổ quy định của pháp luật và những chính sách tại địa phương.

Như vậy đối với các loại hình du lịch cộng đồng hiện nay, vai trò và hình ảnh “chủ nhân” của điểm đến sẽ được hình thành và tôn vinh từ chính cộng đồng dân cư khi trực tiếp hay gián tiếp tham gia đón tiếp và thực hiện các dịch vụ du lịch. Nhìn từ góc độ bao quát hơn, phát triển du lịch cộng đồng đã góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người dân, từ đó góp phần nâng cao nhận thức của người dân đối với vai trò quan trọng của phát triển du lịch.

3.3. Chất lượng của đội ngũ cán bộ, công chức làm công tác quản lý nhà nước về du lịch

Sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh đánh giá cao về có vai trò to lớn và ý nghĩa quyết định của cán bộ và công tác cán bộ đối với sự thành bại của cách mạng¹⁰: “cán bộ là cái gốc của mọi công việc”; “muôn việc thành công hoặc thất bại, đều do cán bộ tốt hoặc kém”. Trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước hiện nay càng đòi hỏi phải có nguồn nhân lực chất lượng ngày càng cao hơn, trong đó bao gồm đội ngũ cán bộ, công chức làm công tác quản lý nhà nước nói chung và đội ngũ cán bộ, công chức làm công tác quản lý nhà nước về du lịch nói riêng. Nếu họ - “công bộc của Nhân dân” có sự hạn chế về năng lực, không đủ uy tín và thiếu tâm huyết trong công việc sẽ rất khó hoàn thành những nhiệm vụ được giao. Trước yêu cầu đó, từ Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI đã chỉ rõ: “Xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức trong sạch, có năng lực đáp ứng yêu cầu của tình hình mới”.

Thực tế cho thấy, đội ngũ cán bộ làm công tác QLNN về du lịch tại các địa phương hiện đã được chú trọng cả về số lượng và trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Tuy nhiên, về trình độ chuyên môn, đa số cán bộ, công chức dù có bằng đại học hoặc sau đại học nhưng thực tế chuyên ngành đào tạo không phải QLNN về du lịch mà thường về một lĩnh vực nhất định trong hoạt động phát triển du lịch như: nhà hàng khách sạn, kinh doanh lữ hành...

Ở những đơn vị đào tạo có chuyên ngành

QLNN, nội dung liên quan tới du lịch thường được đề cập lồng ghép trong môn học QLNN về kinh tế. Do đó, tính chuyên sâu về quản lý trong lĩnh vực này sẽ có những hạn chế nhất định. Trong khi đó, những lớp tập huấn công tác QLNN về du lịch do các bộ, ngành ở Trung ương tổ chức thường không nhiều, thời gian ngắn, số lượng tham gia hạn chế; còn ở địa phương công tác này lại không được thực hiện.

Quản lý nói chung là nghệ thuật hoàn thành công việc thông qua người khác; là quá trình lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra công việc của các thành viên trong tổ chức, sử dụng các nguồn lực sẵn có để đạt được các mục tiêu của tổ chức¹¹. Chức năng cơ bản của quản lý là lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo, chỉ đạo, phối hợp và kiểm tra. Như vậy, khi có kiến thức về nhà hàng khách sạn hay vấn đề kinh doanh dịch vụ lữ hành không có nghĩa sẽ trở thành người cán bộ, công chức quản lý tốt những hoạt động du lịch này.

Để đội ngũ cán bộ, công chức QLNN về du lịch thực sự có chất lượng cần đảm bảo vừa có năng lực quản lý, vừa có kiến thức chuyên môn sâu đối với các hoạt động du lịch. Có như vậy những kế hoạch, quy hoạch, chương trình, chiến lược phát triển du lịch được đề ra mới thực sự phù hợp với thực tiễn và tạo động thúc đẩy ngành kinh tế này phát triển. Hợp tác quốc tế trong các lĩnh vực kinh tế ngày càng trở nên phổ biến, người làm công tác QLNN về du lịch cần phải nâng cao hơn nữa khả năng sử dụng ngoại ngữ.

3.4. Sự phối hợp liên ngành, liên vùng trong quản lý về du lịch

Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn khi xác định những nguyên nhân chủ yếu dẫn đến hạn chế, yếu kém của ngành du lịch có đề cập về sự phối hợp liên ngành, liên vùng trong quản lý du lịch hiệu quả còn thấp. Các cấp, các ngành vẫn chưa thực sự coi du lịch là ngành kinh tế có tính liên ngành, liên vùng. Đây là một yếu tố tác động quan trọng đến hiệu quả QLNN về du lịch hiện nay tại Việt Nam.

Khoản 3 Điều 2 Hiến pháp 2013 quy định: “Quyền lực nhà nước là thống nhất, có sự phân công, phối hợp, kiểm soát giữa các cơ quan nhà nước trong việc thực hiện các quyền lập pháp, hành pháp, tư pháp”. Như vậy, nội dung phối hợp giữa các địa phương, giữa các ngành khi thực hiện nhiệm vụ quản lý nói chung là một nguyên tắc

hiến định, nguyên tắc quan trọng trong tổ chức và hoạt động của bộ máy Nhà nước hiện nay tại Việt Nam. Trong đó, quản lý theo ngành là hoạt động quản lý các đơn vị, tổ chức kinh tế, văn hoá xã hội có cùng cơ cấu kinh tế - kỹ thuật hoặc hoạt động với mục đích giống nhau nhằm làm cho hoạt động của các tổ chức, đơn vị này phát triển một cách đồng bộ, nhịp nhàng, đáp ứng được với yêu cầu của Nhà nước và xã hội.

Liên kết kinh tế vùng thực sự là sự liên kết giữa các chủ thể kinh tế khác nhau trong một vùng, dựa trên lợi ích kinh tế là chính, nhằm phát huy lợi thế so sánh, tạo tính cạnh tranh kinh tế cao hơn cho cả vùng. Các hình thức liên kết kinh tế vùng có thể trên khía cạnh không gian kinh tế theo lãnh thổ, chuỗi ngành hàng, tổ chức sản xuất. Chủ trương, chính sách phát triển vùng, liên kết vùng không những tạo động lực phát triển kinh tế mà còn giúp các vùng khó khăn thực hiện tốt chức năng bảo tồn tài nguyên, sinh thái, an ninh, chính trị và xã hội.

4. Kết luận

QLNN về kinh tế là một chức năng của nhà nước, theo đó Nhà nước sử dụng tất cả các biện pháp có thể để can thiệp vào nền kinh tế nhằm hạn chế những khuyết tật của nền kinh tế thị trường, tạo môi trường kinh doanh lành mạnh, phân bổ nguồn lực một cách tối ưu và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển xã hội một cách hài hòa, phù hợp với các giá trị truyền thống và bản sắc văn hóa của đất nước.

Thực tế, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, liên ngành, liên vùng, mang bản chất nhân văn và có tính xã hội cao. Do đó, không thể thiếu sự tác động có tổ chức và bằng quyền lực nhà nước đối với các hoạt động du lịch nhằm đảm bảo cho du lịch phát triển đúng định hướng, tạo nên sự phát triển bền vững và có hiệu quả. Như vậy, hoạt động QLNN về du lịch có vai trò rất lớn đối với nền kinh tế nói chung và hoạt động kinh doanh du lịch nói riêng ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

- ¹ Nghị quyết số 08/NQ-TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
- ² Phương Vinh. (2019). <http://tuyengiao.vn/nghien-cuu/ly-luan/ly-luan-va-xay-dung-nen-tang-ly-luan-122009> (12/6/2019).
- ³ Học viện Hành chính quốc gia (2008), *Giáo trình Quản lý học đại cương*, NXb Khoa học và Kỹ thuật, tr.14.
- ⁴ Học viện Hành chính quốc gia (2012), *Lý luận hành chính nhà nước*, Lưu hành nội bộ, Hà Nội.
- ⁵ https://vi.wikipedia.org/wiki/Du_l%E1%BB%8Bch.
- ⁶ Hội đồng quốc gia chỉ đạo biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam (1995), *Từ điển bách khoa Việt Nam I*, Trung tâm biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam, Hà Nội, tr.683.
- ⁷ <http://www.caohockinhte.info/>
- ⁸ Mai Văn Nhơn (2001), *Quản lý nhà nước về du lịch tại tỉnh Đồng Nai*, Luận văn Thạc sĩ Quản lý hành chính công, Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh, tr.26.
- ⁹ Nguyễn Thị Huy Hoàng (2016), *Quản lý nhà nước về du lịch ở tỉnh Tây Ninh*, Luận văn Thạc sĩ Quản lý hành chính công, Học viện Hành chính Quốc gia cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh, tr.23.
- ¹⁰ Hồ Chí Minh: Toàn tập (2011), NXb Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr.5m 309, 313.
- ¹¹ <https://thcsnguyenvietxuan.tptdm.edu.vn/Su-kien-nha-truong/Vai-tro-cua-Nha-quan-li-cong-tac-Lanh-dao-Quan-li-16.html>.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội Nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013), *Hiến pháp 2013*.
2. Quốc hội Nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch 2017*.

3. Chính phủ Nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2014), *Nghị quyết 92/NQ-CP ngày 8/12/2014 về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới*.
4. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08/NQ-TW ngày 16/1/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
5. Học viện Hành chính quốc gia (2008), *Giáo trình Quản lý học đại cương*, NXb Khoa học và Kỹ thuật, tr.14.
6. Học viện Hành chính quốc gia (2012), *Lý luận hành chính nhà nước*, Lưu hành nội bộ, Hà Nội.
7. Trung tâm biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam (1995), *Từ điển Bách khoa Việt Nam I*, Hà Nội.
8. Nguyễn Thị Phương Hà (2013), *Quản lý về công tác quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Lâm Đồng*, Học viện Hành chính Quốc gia cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh.
9. Nguyễn Thị Huy Hoàng (2016), *Quản lý nhà nước về du lịch ở tỉnh Tây Ninh*, Luận văn Thạc sĩ Quản lý hành chính công, Học viện Hành chính Quốc gia cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh.
10. Mai Văn Nhơn (2001), *Quản lý nhà nước về du lịch tại tỉnh Đồng Nai*, Luận văn Thạc sĩ Quản lý hành chính công, Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh.
11. Phương Vinh. (2019). <http://tuyengiao.vn/nguyen-cuu/ly-luan/ly-luan-va-xay-dung-nen-tang-ly-luan-122009> (12/6/2019).

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN THỊ HUYỀN HUƠNG

Trường Chính trị tỉnh Long An

2. ThS. TRẦN THỊ KHÁNH CHI

Khoa Luật, Trường Đại học Đà Lạt

THE STATE MANAGEMENT ON TOURISM: SOME BASIC THEORETICAL ISSUES

● Master. **NGUYEN THI HUYEN HUONG**

Long An Province Political School

● Master. **TRAN THI KHANH CHI**

Faculty of Law, Da Lat University

ABSTRACT:

Tourism, the smokeless industry with high growth rate, is considered an important economic development solution for many countries around the world including Vietnam. Although Vietnam's tourism industry was established quite late, the industry was quickly identified by the Communist Party of Vietnam and the Government of Vietnam as a key economic sector. Local authorities in Vietnam have paid special attention to the state management of tourism. This article clarifies concepts, role and factors affecting the state management of tourism.

Keywords: Tourism, state management, state management of tourism.

QUẢN LÝ CHI NGÂN SÁCH NHÀ NƯỚC CẤP HUYỆN: TRƯỜNG HỢP HUYỆN BẢO THẮNG, TỈNH LÀO CAI

● NGUYỄN VIỆT DŨNG - NGUYỄN NGỌC TUẤN

TÓM TẮT:

Trong những năm qua, công tác quản lý chi ngân sách nhà nước của huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai đã đạt nhiều kết quả tốt. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, công tác này vẫn còn bộc lộ một số hạn chế cần khắc phục, nhất là trong điều kiện Huyện cần đẩy mạnh thực hiện và hoàn thành mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2016 - 2020. Bài viết đánh giá thực trạng công tác quản lý chi ngân sách nhà nước và đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động quản lý chi ngân sách nhà nước tại huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai.

Từ khóa: Quản lý chi ngân sách nhà nước, huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai.

1. Đặt vấn đề

Ngân sách nhà nước (NSNN) cấp huyện có vai trò quan trọng trong hệ thống ngân sách nhà nước. Trong quá trình đổi mới, phát triển kinh tế - xã hội, Nhà nước luôn quan tâm đến công tác quản lý ngân sách nhà nước, đặc biệt là hoạt động chi ngân sách nhà nước cấp huyện. Trong những năm qua, công tác quản lý chi ngân sách của huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai đã có nhiều đổi mới và đạt được tiến bộ đáng kể. Tuy vậy, vẫn còn một số hạn chế cần khắc phục, về: phân bổ vốn đầu tư và chi thường xuyên; nâng cao ý thức tiết kiệm, chống lãng phí, ý thức kỷ luật tài chính,... Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến công tác quản lý chi NSNN trong huyện và công tác giám sát tài chính ngân sách của Hội đồng nhân dân huyện. Do đó, việc tăng cường quản lý chi ngân sách nhà nước cấp huyện là rất cần thiết, nhằm hoàn thiện và từng bước nâng cao hiệu quả công tác quản lý chi ngân sách nhà nước tại huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai.

2. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu phân tích bao gồm nguồn dữ liệu thứ

cấp và nguồn số liệu sơ cấp. Nguồn dữ liệu thứ cấp được thu thập qua các báo cáo tài chính của huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai, như: báo cáo về dự toán và quyết toán ngân sách cấp huyện; văn bản hướng dẫn xây dựng dự toán,... được cung cấp bởi UBND huyện Bảo Thắng. Nguồn dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn và điều tra trực tiếp bằng việc sử dụng các phiếu điều tra ý kiến của cán bộ quản lý, chuyên viên phòng Tài chính và các đơn vị sử dụng ngân sách, với số phiếu điều tra là 104 phiếu.

Phương pháp phân tích số liệu: Phương pháp thống kê mô tả, phân tích so sánh, phương pháp phân tích tổng hợp nhằm đánh giá thực trạng công tác quản lý chi ngân sách nhà nước tại huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thực trạng quản lý chi ngân sách nhà nước tại huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai

3.1.1. Công tác lập dự toán chi NSNN

- Thực hiện công tác lập dự toán trong giai đoạn 2016 - 2018 đúng theo hướng dẫn hệ thống kế toán

và mục lục ngân sách Thông tư số 342/2016/TT-BTC ngày 30/12/2016 của Bộ Tài chính. Dự toán chi NSNN qua 3 năm có xu hướng tăng lên. Năm 2016, tổng dự toán chi NSNN là 515.316 triệu đồng, năm 2017 tăng lên 572.493 triệu đồng, năm 2018 tăng lên 628.190 triệu đồng. Dự toán chi NSNN của huyện tập trung vào 2 nội dung chính là chi đầu tư phát triển và chi thường xuyên. Chi thường xuyên chiếm tỷ trọng chủ yếu trong tổng chi cân đối NSNN, bình quân trong giai đoạn 2016 - 2018 là 72,45%.

- Kết quả khảo sát về công tác lập dự toán chi NSNN của cán bộ quản lý và chuyên viên đạt ở mức trung bình và kém. Mức độ công khai, minh bạch và đúng quy trình trong công tác lập dự toán chi NSNN được đánh giá ở mức 3,22 - đạt mức trung bình cao. Kết quả khảo sát về công tác lập dự toán chi NSNN nhìn chung đã có sự công khai, minh bạch và đúng quy trình. Việc xây dựng dự toán đã có căn cứ vào kế hoạch định hướng, phát triển kinh tế - xã hội của Huyện. Tuy nhiên, mức độ tham khảo của các cơ quan, đơn vị cấp huyện và cấp xã vẫn chỉ đạt ở mức trung bình thấp, cũng như chưa chi tiết đầy đủ các chỉ tiêu cụ thể theo đúng hướng dẫn hệ thống kế toán và mục lục ngân sách.

3.1.2. Công tác chấp hành dự toán chi NSNN

Trong giai đoạn 2016 – 2020, huyện Bảo Thắng thực hiện chủ trương ưu tiên các dự án trọng điểm trong chi đầu tư phát triển, để phát triển kinh tế - xã hội. Cụ thể, năm 2018, Huyện đã chi đầu tư phát triển cho chương trình, dự án chủ yếu phân bổ cho hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước, đảng, đoàn thể; chi cho hoạt động giáo dục - đào tạo, dạy nghề và chi cho các hoạt động kinh tế, với tỷ trọng trong tổng chi đầu tư phát triển lần lượt là: 68,9%, 12,6% và 5,6%.

Quy mô chi thường xuyên của huyện Bảo Thắng trong giai đoạn 2016 - 2018 tương đối ổn định và có xu hướng tăng nhẹ. Năm 2016, chi thường xuyên NSNN đạt 379.801 triệu đồng; Năm 2017 chi thường xuyên NSNN đạt 397.691 triệu đồng (tương ứng tăng 4,71%); Năm 2018 chi thường xuyên NSNN đạt 406.800 triệu đồng, tăng tương ứng 2,29%. Chi thường xuyên của Huyện cơ bản đã đáp ứng được các nhiệm vụ kinh tế - xã hội, đảm bảo an ninh quốc phòng, nâng cao chất lượng giáo dục,... trên địa bàn. Cơ cấu chi thường xuyên được phân bổ chủ yếu cho hoạt động giáo dục - đào tạo, dạy nghề; y tế, dân số và gia đình.

Kết quả khảo sát về chấp hành chi NSNN cho thấy huyện Bảo Thắng mới chỉ dừng ở mức trung bình. Chỉ tiêu được đánh giá cao nhất trong 5 chỉ tiêu là mức độ nghiêm túc, minh bạch trong công tác quản lý chi NSNN được đánh giá 3,21, đạt ở mức trung bình, tiếp đến là chi tiêu mức độ thông tin kết quả thực hiện chi được thông báo đến nhân dân trong huyện được đánh giá 3,12, đạt ở mức trung bình. Các chỉ tiêu còn lại là mức độ phân bổ NSNN phù hợp với kế hoạch, nhiệm vụ, dự toán đặt ra; mức độ phù hợp trong phân bổ kinh phí cho hoạt động của Huyện trong chi đầu tư phát triển; mức độ phù hợp trong phân bổ kinh phí cho hoạt động chi thường xuyên đạt ở mức độ trung bình thấp.

Từ kết quả khảo sát chấp hành chi NSNN huyện Bảo Thắng cho thấy việc phân bổ kinh phí trong hoạt động chi đầu tư, chi thường xuyên chưa được tốt, còn chi nhiều cho hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước, đảng, đoàn thể, mà chưa tập trung chi cho các hoạt động kinh tế, hoạt động khoa học - công nghệ và văn hóa, thể dục, thể thao.

3.1.3. Công tác quyết toán chi NSNN

Kết quả chi ngân sách cho thấy huyện Bảo Thắng chi tương đối sát với thực tế. Tổng chi NSNN huyện năm 2016 đạt 97,6% so với dự toán, năm 2017 đạt 97,9% so với dự toán, năm 2018 đạt 100,7% so với dự toán. Trong tổng chi NSNN huyện, có 3 khoản mục chính là: chi cân đối ngân sách, chi bổ sung cho ngân sách cấp dưới và chi nộp ngân sách cấp trên. Mục chi bổ sung cho ngân sách cấp dưới thực hiện đạt 100% dự toán được giao.

Chỉ tiêu quan trọng và biến động trong chi NSNN huyện Bảo Thắng là chi cân đối NSNN, gồm có chi đầu tư phát triển và chi thường xuyên.

Về chi đầu tư phát triển: Trong giai đoạn 2016 - 2018, công tác quyết toán chi đầu tư phát triển của Huyện chỉ đạt: 74,3% năm 2016 so với dự toán, 82,2% năm 2017 so với dự toán, 88,4% năm 2018 so với dự toán. Công tác thực hiện thấp hơn nhiều so với dự toán, không thực hiện theo đúng kế hoạch dự án của Huyện đề ra, không quyết toán được các dự án theo đúng kế hoạch đã làm cho chi chuyển nguồn của Huyện lớn và có xu hướng tăng qua các năm.

Nguyên nhân là có một số dự án chậm tiến độ, cũng có những công trình hoàn thành nhưng vướng mắc trong hồ sơ thanh toán, dẫn đến phải chuyển nguồn sang năm sau. Thông qua rà soát cho thấy,

các dự án có chủ đầu tư thuộc xã, thị trấn quản lý vẫn còn nhiều hạn chế, như: Việc phối hợp chưa kịp thời của các chủ đầu tư với kho bạc nhà nước huyện để thực hiện tất toán tài khoản đóng mã dự án. Việc phối hợp chậm dẫn đến mất thời gian rà soát cũng như thiếu tính chính xác trong báo cáo.

Về chi thường xuyên: Năm 2016 đạt 96,1% so với dự toán, năm 2017 đạt 94,1% so với dự toán, năm 2018 đạt 96,6% so với dự toán. Kết quả này cho thấy công tác quản lý chi thường xuyên của Huyện rất chặt chẽ và tiết kiệm so với dự toán được giao. Tuy nhiên, vẫn có một số khoản mục chưa sát với thực tế, một số đơn vị chưa thực sự tiết kiệm. Đa phần các đơn vị chưa chủ động trong công tác xây dựng kế hoạch, nhiệm vụ của đơn vị mình hàng năm đến khi thực hiện không có trong dự toán được giao từ đầu năm dẫn đến tình trạng phải đề nghị bổ sung kinh phí sử dụng ngân sách như khoản mục chi cho quốc phòng.

Năm 2016 chi quốc phòng đạt 100,4% so với dự toán, năm 2017 đạt 113,9% so với dự toán, năm 2018 đạt 120,2% so với dự toán. Việc thực hiện cả 3 năm đều vượt dự toán được giao cho thấy công tác lập dự toán không sát với thực tế. Các đơn vị không xác định được nhiệm vụ trong quá trình lập dự toán, phải xin bổ sung kinh phí cấp trên, dẫn đến tình trạng không tự chủ trong quá trình chi, cũng như thực hiện nhiệm vụ của đơn vị được giao.

3.2. Đánh giá hoạt động quản lý chi NSNN tại huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai

3.2.1. Kết quả đạt được

Trong giai đoạn 2016 - 2018, công tác quản lý chi NSNN đạt được những kết quả nổi bật. Cụ thể:

- Công tác lập dự toán chi NSNN huyện Bảo Thắng cơ bản đảm bảo đúng thời gian qui định của tỉnh, đảm bảo công khai, minh bạch theo đúng quy định của Nhà nước. Công tác lập dự toán bám sát với hướng dẫn của Bộ Tài chính, Nghị quyết của HĐND cấp tỉnh, cấp huyện.

- Đối với chấp hành chi đầu tư phát triển: Các khoản chi cho đầu tư phát triển được cơ cấu theo thứ tự ưu tiên, không đầu tư dàn trải, tăng cường thực hiện tự chủ, tự chịu trách nhiệm khi thực hiện các dự án. Các khoản chi trong giai đoạn 2016 - 2018 được tập trung trong việc nâng cấp, cải tạo cơ sở hạ tầng, kỹ thuật trong xây dựng trụ sở huyện, và trụ sở thị trấn, xã, hội trường UBND các xã và thị trấn, xây dựng các trạm y tế thuộc thị trấn, xã nhằm nâng cao chất lượng phục vụ nhân dân trên địa bàn.

- Đối với chấp hành chi thường xuyên: Việc chấp hành chi thường xuyên của huyện đảm bảo đúng nội dung, kinh phí thường xuyên được quản lý, kiểm soát sử dụng đúng mục đích, các đơn vị sử dụng ngân sách đã có ý thức trong việc sử dụng kinh phí một cách tiết kiệm và hiệu quả hơn.

3.2.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, việc quản lý NSNN của huyện Bảo Thắng còn tồn tại một số hạn chế nhất định.

Thứ nhất, công tác lập dự toán chi NSNN: Công tác lập dự toán chi NSNN không dự báo hết được những biến động chi của địa phương, gây khó khăn cho công tác chấp hành và quyết toán ngân sách, phải chuyển nguồn những nguồn chưa thực hiện được, phải giải trình và thay đổi kế hoạch đối với những khoản vượt chi.

Một số đơn vị thụ hưởng ngân sách từ cấp xã đến thị trấn còn xây dựng dự toán không có cơ sở rõ ràng, lập số dự toán chi NSNN cao, dẫn đến dự toán chi không sát với thực tế.

Một số dự án khi lập dự toán chưa tuân thủ đúng quy trình, khảo sát không cẩn thận, dẫn đến trong quá trình thực hiện phải thay đổi, điều chỉnh, ảnh hưởng đến tiến độ dự án, gây bị động trong quá trình quản lý chi NSNN.

Thứ hai, công tác chấp hành chi NSNN: Cơ cấu chi NSNN của Huyện đã có những chuyển biến tích cực, nhưng tốc độ tăng chi thường xuyên vẫn lớn hơn tốc độ tăng chi đầu tư phát triển. Chi cho đầu tư phát triển hàng năm tuy đã tăng lên, nhưng so với tỷ trọng trong tổng chi NSNN vẫn thấp.

Chấp hành chi NSNN huyện Bảo Thắng cho thấy việc phân bổ kinh phí trong hoạt động chi đầu tư, chi thường xuyên của Huyện chưa được tốt, còn chi nhiều cho hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước, đảng, đoàn thể, mà chưa tập trung cho các hoạt động kinh tế, đặc biệt là chi cho hoạt động khoa học và công nghệ và chi cho văn hóa - thể dục thể thao. Đối với chi đầu tư phát triển: chất lượng tư vấn chưa được tốt trong công tác lập dự toán, thiết kế, nhất là việc tính toán hiệu quả kinh tế - xã hội sau đầu tư của dự án đó mang lại. Còn nhiều dự án chậm tiến độ, dẫn đến chi chuyển nguồn sang năm sau của Huyện lớn.

Thứ ba, công tác quyết toán chi NSNN: Công tác quyết toán chi NSNN vẫn còn hiện tượng chậm trễ trong việc nộp báo cáo, các khoản chi chưa được rà soát hết, việc tập hợp chứng từ khi thực hiện khóa sổ kế toán vẫn chưa được đầy đủ. Báo

cáo quyết toán chỉ dừng lại ở mức độ xác định số liệu trong năm, chưa phân tích, đánh giá số liệu quyết toán để rút ra bài học kinh nghiệm cho công tác lập dự toán, phân bổ và chấp hành chi NSNN cho những năm tiếp theo.

4. Một số giải pháp hoàn thiện công tác quản lý chi NSNN tại huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai

Một là, hoàn thiện công tác lập dự toán chi NSNN:

Phòng Tài chính - Kế hoạch huyện với tư cách là cơ quan tham mưu cho UBND huyện trong việc quản lý toàn diện về tài chính trên địa bàn, phải căn cứ vào số kiểm tra và văn bản hướng dẫn lập dự toán ngân sách do Sở Tài chính gửi về kết hợp với chỉ đạo của UBND huyện về xây dựng dự toán ngân sách.

Việc lập dự toán ngân sách huyện phải tính đến các kết quả phân tích, đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch ngân sách của các năm trước, đặc biệt là năm báo cáo.

Đối với chi đầu tư phát triển, phải xác định rõ những nội dung chi trọng điểm, thứ tự ưu tiên các khoản chi, bám sát quy hoạch phát triển kinh tế của Huyện.

Hai là, hoàn thiện công tác chấp hành chi NSNN:

Thực hiện tốt chế độ tự chủ, tự chịu trách nhiệm về sử dụng biên chế và kinh phí đối với các cơ quan, đơn vị; Quản lý chặt chi tiêu công, đảm bảo tăng cường kiểm tra, giám sát việc quản lý, sử dụng ngân sách, tài sản công.

(1) Đối với chi đầu tư phát triển: Căn cứ vào chỉ tiêu, nguồn vốn được giao để bố trí chi theo nguyên tắc phải đảm bảo đúng các công trình, hạng mục được duyệt, không tự ý điều chỉnh cho các hạng mục công trình khác. UBND huyện cần tích cực chỉ đạo các cơ quan chức năng kiểm tra, rà soát các danh mục công trình, với một số công trình không có khả năng hoàn thành sẽ phải có phương án điều chỉnh vốn kịp thời, tránh tình trạng để ứ đọng vốn.

Trong quản lý chi đầu tư xây dựng cơ bản, cần chú trọng quản lý chất lượng công trình và triển khai dự án đúng tiến độ. Tiến hành rà soát các dự án chậm tiến độ, hoặc dự án treo để có biện pháp xử lý kịp thời.

(2) Đối với chi thường xuyên: Phải đảm bảo chi lương, các khoản có tính chất lương và các khoản chi đảm bảo hoạt động nhiệm vụ chính trị của ngành, đơn vị. Quản lý cấp phát phải đúng nội dung công việc, theo tiến độ hoàn thành.

Thực hiện triệt để tiết kiệm chi thường xuyên, thực hiện chính sách tinh giản biên chế gắn với khoản chi và bố trí kinh phí theo hiệu quả công việc, thực hiện cắt giảm tối đa kinh phí gián tiếp. Chủ động sắp xếp các khoản chi thường xuyên, ưu tiên các nhiệm vụ chi quan trọng, đảm bảo nguồn thực hiện các chính sách an sinh xã hội, xóa đói giảm nghèo.

Đối với các khoản chi phát sinh ngoài dự toán cần phải chấp hành đúng theo quy định của Luật Ngân sách và được cấp có thẩm quyền phê duyệt, kiên quyết hạn chế những khoản chi chưa thật cần thiết.

Ba là, hoàn thiện công tác quyết toán chi NSNN:

Nghiêm túc thực hiện công tác quyết toán vốn đầu tư xây dựng cơ bản đối với các dự án hoàn thành đảm bảo về thời gian sau khi thực hiện xong và đảm bảo thời gian thẩm định theo quy định.

Công tác quyết toán ngân sách cần được thực hiện thống nhất theo đúng quy định về: Chứng từ chi ngân sách; Mục lục ngân sách nhà nước; Hệ thống tài khoản, sổ sách, biểu mẫu báo cáo; Mã số đối tượng nộp thuế và mã số đối tượng sử dụng ngân sách.

Các đơn vị tiến hành lập báo cáo quyết toán chi ngân sách gửi phòng TCKH phải đảm bảo đúng thời gian và biểu mẫu theo qui định của Luật Ngân sách ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Tiến Hanh, Phạm Thị Hoàng Phương (2016), *Giáo trình tài chính công*, NXB Tài chính, Hà Nội.
2. HĐND tỉnh Lào Cai (2016), *Nghị quyết số 89/2016/NQ-HĐND, ngày 15/12/2016 về nghị quyết ban hành Quy định về phân cấp nguồn thu, nhiệm vụ chi; tỷ lệ phần trăm (%) phân chia các khoản thu giữa các cấp ngân sách ở địa phương; định mức phân bổ dự toán chi thường xuyên; thời gian phê chuẩn quyết toán ngân sách địa phương giai đoạn 2017 - 2020*, Lào Cai.

3. UBND huyện Bảo Thắng (2018), *Quyết định số 6888/QĐ-UBND*, ngày 20/12/2018 về việc *Quyết định giao chỉ tiêu kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách nhà nước năm 2019*, Lào Cai.

4. UBND tỉnh Lào Cai (2017), *Công văn số 3455/UBND-TH*, ngày 20/7/2017 về việc *Hướng dẫn xây dựng dự toán ngân sách nhà nước năm 2018 và lập kế hoạch tài chính - ngân sách 3 năm 2018 - 2020*, Lào Cai.

5. UBND tỉnh Lào Cai (2017), *Quyết định số 10/2017/QĐ-UBND*, ngày 08/3/2017 về việc *Quyết định ban hành quy định một số nội dung về quản lý dự án đầu tư xây dựng công trình và quản lý chất lượng công trình xây dựng trên địa bàn tỉnh Lào Cai, tỉnh Lào Cai*, Lào Cai.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN VIỆT DŨNG

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, Đại học Thái Nguyên

2. NGUYỄN NGỌC TUẤN

Phòng Tài chính - Kế hoạch huyện Bảo Thắng, tỉnh Lào Cai

STATE BUDGET EXPENDITURES MANAGEMENT: CASE STUDY OF BAO THANG DISTRICT, LAO CAI PROVINCE

● **Ph.D NGUYEN VIET DUNG**

University of Economics & Business Administration,
Thai Nguyen University

● **NGUYEN NGOC TUAN**

Department of Finance - Planning, Bao Thang District,
Lao Cai Province

ABSTRACT:

Although the management of state budget expenditure of Bao Thang District, Lao Cai Province has achieved good results in recent year, the district's state budget expenditure management still reveals some limitations. To achieve the district's socio-economic development goals in the period of 2016-2020, it is necessary for Bao Thang District to improve its efficiency of state budget expenditures management. This paper assesses the state budget expenditures management of Bao Thang District, Lao Cai Province and proposes some solutions to perfect the district's management of state budget expenditures.

Keywords: State budget expenditures management, Bao Thang District, Lao Cai Province.

NHÌN LẠI THỊ TRƯỜNG XĂNG NHIÊN LIỆU SINH HỌC E5 VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN TRONG TƯƠNG LAI

● VŨ THỊ HIỀN

TÓM TẮT:

Ngày 20 tháng 11 năm 2007, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 177/2007/QĐ-TTg phê duyệt “Đề án phát triển nhiên liệu sinh học đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2025”. Ngày 1/1/2018, xăng sinh học E5 chính thức được đưa vào sử dụng trên toàn quốc thay thế cho xăng A92. Đến thời điểm hiện tại, xăng E5 đã được nhiều người tiêu dùng lựa chọn, theo đó, sản lượng tiêu thụ sản phẩm này cũng đang tăng lên đáng kể. Tuy vậy, bên cạnh những nhận xét tích cực từ người tiêu dùng, xăng nhiên liệu sinh học E5 cũng vấp phải nhiều luồng ý kiến trái chiều khác.

Bài báo tập trung đánh giá lại thị trường xăng sinh học E5 trong thời gian qua về: nhu cầu thị trường, sản lượng tiêu thụ, giá cả, các kênh phân phối... Từ đó, tác giả đưa ra những giải pháp cơ bản về triển vọng phát triển của xăng E5 trong thời gian tới.

Từ khóa: Xăng sinh học E5, thị trường xăng E5, nhiên liệu sinh học.

1. Đặt vấn đề

Nền kinh tế thế giới đã và đang phụ thuộc rất nhiều vào nhiên liệu hóa thạch - một nguồn tài nguyên gây ô nhiễm môi trường lớn. Tuy nhiên, hiện nay, nhu cầu bảo vệ môi trường sống được trong sạch cũng như yêu cầu về phát triển kinh tế với một tốc độ cao và trên quy mô rộng, đã làm cho an ninh năng lượng toàn cầu ngày càng bị đe dọa nghiêm trọng. Do đó, nhiệm vụ tìm kiếm nguồn thay thế cho nhiên liệu hóa thạch đã được đặt ra trong gần nửa thế kỷ qua và ngày càng trở nên cấp thiết.

Trong số các nguồn năng lượng thay thế dầu mỏ đang sử dụng hiện nay (năng lượng gió, mặt trời, hạt nhân...), năng lượng sinh học đang là xu thế phát triển tất yếu, nhất là ở các nước nông

ng nghiệp và nhập khẩu nhiên liệu, nhờ vào các lợi ích như: công nghệ sản xuất không quá phức tạp, tận dụng được nguồn nguyên liệu tại chỗ, tăng hiệu quả kinh tế nông nghiệp, không cần thay đổi cấu trúc động cơ cũng như cơ sở hạ tầng hiện có và giá thành cạnh tranh so với xăng dầu...

Lợi ích từ việc sử dụng xăng nhiên liệu sinh học E5 đã được nhiều nhà khoa học trong nước khẳng định thông qua các công trình nghiên cứu cụ thể. Đồng thời, sự phát triển mạnh mẽ của nhiên liệu sinh học trên thế giới càng củng cố mạnh mẽ hơn nữa những lợi ích và hướng phát triển được coi là tất yếu của nhiên liệu sinh học nói chung và xăng E5 nói riêng. Những kết quả được ghi nhận về tình hình tiêu thụ xăng E5 cho thấy, người tiêu dùng trong nước đang dần chấp

nhận sản phẩm này. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng còn nhiều ý kiến trái chiều về việc sử dụng xăng nhiên liệu sinh học E5, điều đó được thể hiện qua sự sụt giảm nhẹ tỷ trọng tiêu thụ xăng E5 so với tổng sản lượng xăng dầu tiêu thụ vào năm 2019. Bởi vậy, bài báo tập trung đánh giá lại thị trường xăng nhiên liệu sinh học E5 trong thời gian qua (thị trường, sản lượng tiêu thụ, giá bán, kênh phân phối...), đồng thời đưa ra một số nhận định về tiềm năng phát triển của sản phẩm này trong giai đoạn sắp tới.

2. Xăng nhiên liệu sinh học E5

Xăng sinh học trong tiếng Anh được gọi là gasohol hoặc biogasoline để phân biệt với gasoline (xăng thông thường), được tạo ra bằng cách phối trộn cồn sinh học ethanol khan (anhydrous ethanol) với xăng thông thường theo một tỉ lệ nhất định, trong đó xăng E5 gồm 5% ethanol và 95% xăng thông thường. Sản phẩm này được gọi là xăng sinh học, bởi vì cồn sinh học ethanol dùng để phối trộn xăng được chế biến thông qua quá trình lên men các sản phẩm hữu cơ, như: tinh bột, cellulose, lignocellulose, thường là từ các loại ngũ cốc như ngô, sắn, lúa mì, đậu tương hoặc từ vỏ cây, bã mía,... Ethanol thu được sau quá trình chưng cất ngũ cốc lên men có dạng hỗn hợp gồm nước và ethanol, ta cần phải tách nước để lấy ethanol khan trước khi trộn với xăng.

* Ưu điểm của xăng E5

Ở Việt Nam, ethanol chủ yếu được sản xuất từ sắn lát khô. Vì đây là loại nhiên liệu còn mới đối với người tiêu dùng Việt Nam, nên không ít người lo ngại sử dụng xăng E5 sẽ làm hỏng máy xe. Nhưng thực tế, xăng E5 thích hợp với mọi động cơ chạy xăng, dù là ô tô hay xe máy đều không cần điều chỉnh hay thay thế bất kỳ thiết bị nào. Động cơ sử dụng xăng E5 cũng sẽ giúp giảm đáng kể các loại khí thải độc hại CO và HC có trong xăng khoáng. Chính vì vậy, loại xăng sinh học E5 được coi là thân thiện với môi trường.

Việc sử dụng xăng sinh học E5 góp phần tích cực vào vấn đề bảo vệ môi trường. Nó là nguồn nhiên liệu thích hợp nhất trong thời kỳ mà vấn đề ô nhiễm môi trường đang hết sức cấp bách. Vấn đề cạn kiệt dần nguồn nguyên liệu hóa thạch sâu trong lòng đất chỉ là một trong những nguyên nhân thứ yếu để xăng sinh học E5 lên ngôi và chiếm lĩnh thị trường, chứ không phải là điều kiện trọng yếu. Thêm vào đó, việc sản xuất nguyên liệu để cung

cấp cho các nhà máy ethanol còn giúp tạo công ăn việc làm, nâng cao thu nhập cho người nông dân.

* Nhược điểm của xăng E5

Xăng sinh học E5 thực chất là xăng khoáng A92 pha thêm 5% ethanol nên người dùng có thể sử dụng lẫn xăng thường với xăng E5.

Tuy nhiên, nếu phương tiện không sử dụng trong vòng 3 tháng trở lên thì không nên đổ xăng E5. Nguyên nhân là do ở Việt Nam không khí luôn nóng ẩm, nước trong không khí rất dễ bị xăng hấp thụ, hình thành nên các phân lớp trong xăng làm xăng giảm chất lượng, gây hỏng hóc cho động cơ, khó khởi động máy vì nước tích tụ dưới đáy bình xăng. Đồng thời, không nên sử dụng xăng E5 cho những dòng xe sử dụng động cơ trước năm 1993, dùng carburateur. Axit trong xăng có thể tác động xấu đến zoăng cao su, nhựa, polymer của động cơ.

3. Thị trường xăng nhiên liệu sinh học E5

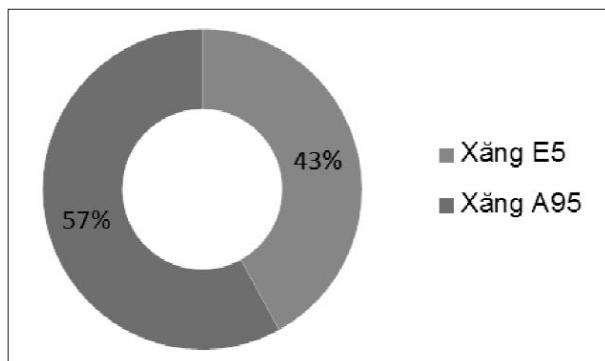
a. Sản lượng tiêu thụ xăng E5

Theo báo cáo của Bộ Công Thương, tính đến cuối năm 2017, tổng sản lượng xăng dầu tiêu thụ trên thị trường Việt Nam là 6,904 triệu m³, trong đó lượng xăng E5 được tiêu thụ chiếm tỷ trọng 9% - tương đương khoảng 0,62 triệu m³. Tỷ trọng này rất thấp cho thấy, tại thời điểm đó người tiêu dùng không lựa chọn tiêu dùng nhiên liệu sinh học. Điều này có thể hiểu là do thói quen, tập quán của người tiêu dùng. Việc thay đổi thói quen tiêu dùng cần có thời gian hoặc những tác động đủ mạnh từ các chính sách của Chính phủ nhằm kích thích người tiêu dùng chuyển từ việc sử dụng xăng truyền thống sang xăng E5.

Năm 2018, Chính phủ đã quyết định về việc chỉ sử dụng xăng E5 và A95 cho các phương tiện cơ giới đường bộ được đưa ra. Theo số liệu báo cáo của các doanh nghiệp đầu mối kinh doanh xăng dầu, lượng xăng E5 RON92 tiêu thụ nội địa trên địa bàn cả nước trong 6 tháng đầu năm 2018 đã đạt khoảng 1,78 triệu m³, chiếm tỷ trọng khoảng 40,18% tổng lượng xăng các loại, xăng RON95 đạt khoảng 2,65 triệu m³, tương ứng 59,82% tổng lượng xăng các loại. Tính đến cuối năm 2018, lượng xăng E5 tiêu thụ đạt hơn 3,3 triệu tấn, tương đương 43% tổng lượng xăng bán ra trên thị trường, tăng khoảng 34% so với năm 2017. (Hình 1)

Mức độ tăng lên mạnh mẽ của sản lượng tiêu thụ xăng nhiên liệu E5 trong năm 2018 được cho là do ảnh hưởng mạnh mẽ của chính sách “khai tử” xăng khoáng A92 của Chính phủ. Đồng thời, hoạt

Hình 1: Tỷ trọng xăng dầu tiêu thụ năm 2018

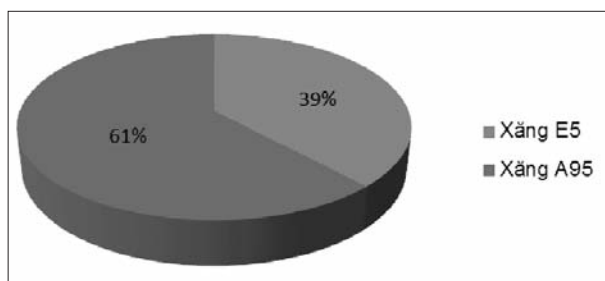


Nguồn: Báo cáo tình hình tiêu thụ xăng dầu của Bộ Công Thương năm 2018

động truyền thông phù hợp đã giúp người tiêu dùng nhận thức rõ ràng hơn về hiệu quả, lợi ích của xăng E5.

Tuy nhiên, đà tăng trưởng này đã không còn giữ được cho đến năm 2019. Tỷ trọng xăng E5 tiêu thụ trên thị trường đã giảm về còn 39% (tương ứng 3,34 triệu m³), chứng tỏ sản lượng xăng E5 bán trên thị trường chưa đạt được như kỳ vọng. Đặc biệt, nếu so sánh với xăng RON 92 trước kia, thì tỷ lệ này chiếm rất thấp (xăng RON 92 chiếm 75 đến 80%). (Hình 2)

Hình 2: Tỷ trọng xăng dầu tiêu thụ năm 2019



Nguồn: Báo cáo tình hình tiêu thụ xăng dầu của Bộ Công Thương năm 2019

b. Giá bán xăng E5

Một trong số những yếu tố ảnh hưởng tới sản lượng tiêu thụ xăng E5 trên thị trường đó là giá bán của sản phẩm. Sở dĩ có hiện trạng sụt giảm sản lượng tiêu thụ xăng E5 vào năm 2019 một phần do mức chênh lệch giá giữa xăng E5 và RON 95 chỉ khoảng 1.500 đồng/lít, khiến người tiêu dùng chưa quan tâm mặt hàng này. Mặc dù giá

xăng E5 thấp hơn so với xăng A95, tuy nhiên, mức độ chênh lệch giá từ 1000đ - 1500đ/lít được cho là chưa đủ tạo ra sự hấp dẫn đối với người tiêu dùng.

Hiện nay, mức thuế bảo vệ môi trường thu trên mỗi lít xăng E5 thấp hơn xăng RON 95 khoảng 200 đồng, dẫn đến mức giá của hai loại xăng này chỉ chênh nhau khoảng 1000đ-1500đ. Điều này có thể sẽ không khuyến khích người tiêu dùng sử dụng xăng E5. Chính vì vậy, các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu cho rằng, Nhà nước cần áp dụng thu thuế bảo vệ môi trường trên giá trị tuyệt đối theo từng loại xăng. Theo đó, không tính thuế bảo vệ môi trường xăng E5 theo tỷ lệ ethanol như hiện nay, nhằm tạo độ chênh lệch giữa xăng E5 và RON95 từ 2.000 đến 2.500 đồng/lít, để kích cầu người tiêu dùng. Chính sách giá xăng E5 được coi là nhân tố quyết định đối với việc thay đổi hành vi, thói quen của người tiêu dùng. (Hình 3)

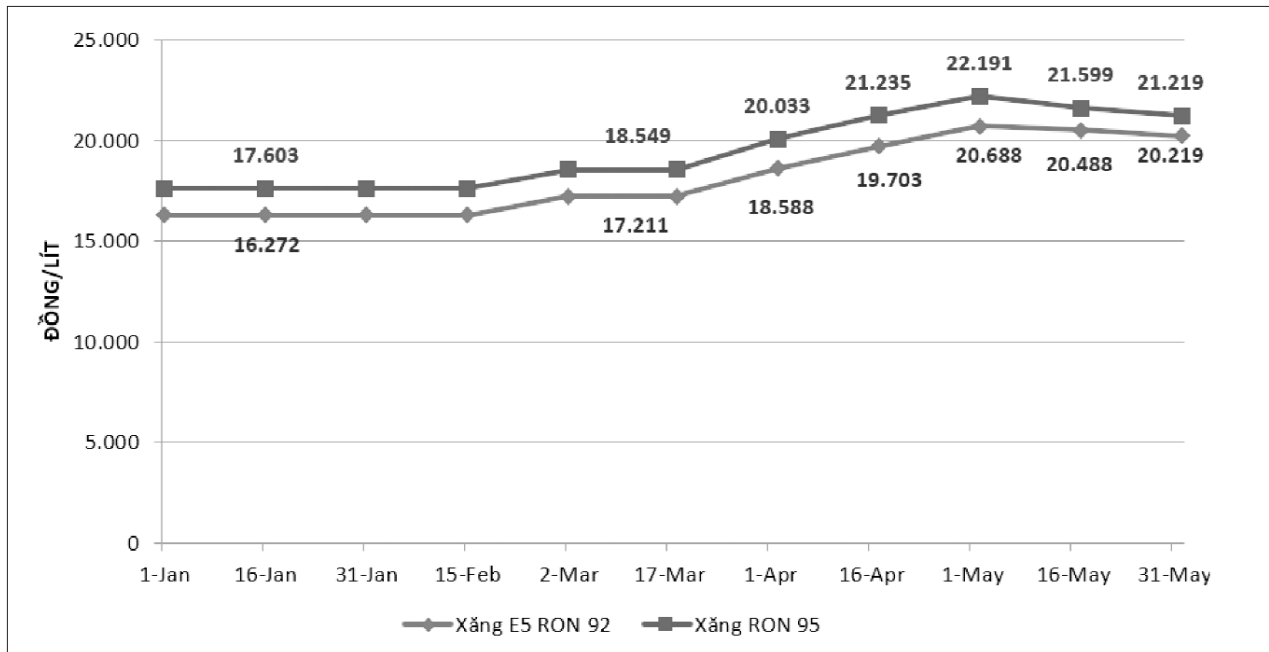
c. Kênh phân phối xăng E5

Để người tiêu dùng có thể tiếp cận và mua xăng E5 một cách dễ dàng, hệ thống kênh phân phối đóng một vai trò cực kỳ quan trọng. Khi có quyết định đưa xăng sinh học E5 vào bán đại trà, các doanh nghiệp đầu mối kinh doanh xăng dầu phải đầu tư nâng cao năng lực về kho chứa, thiết bị pha trộn, vận chuyển nhằm cung ứng xăng E5 trải rộng trên các địa bàn. Thống kê của Bộ Công Thương cho biết, hiện cả nước có hơn 15.000 cửa hàng bán lẻ xăng dầu có thể đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng sản phẩm xăng sinh học E5.

Tuy nhiên, một sự thật là hiện nay nhiều nhà bán lẻ không mặn mà với việc bán xăng E5. Lý do là lợi nhuận, doanh số, chiết khấu chưa đủ mạnh để khuyến khích các đại lý và cửa hàng xăng dầu tham gia kinh doanh sản phẩm này. Việc xây dựng, lắp đặt các thiết bị phụ trợ, bồn bể, các cột bơm xăng E5 tại các đại lý và cửa hàng xăng dầu đòi hỏi đầu tư về mặt bằng cũng như nguồn vốn, dẫn đến các chủ cửa hàng còn nhiều do dự, ngần ngại đầu tư.

Theo các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu và đại lý bán lẻ, kinh doanh xăng E5 có lãi thấp hơn so với xăng RON 95, thậm chí trong tình hình hiện nay càng bán nhiều càng lỗ vì phải trích quỹ bình ổn giá xăng dầu cao. Một ví dụ cụ thể, tháng 4 năm 2019, mức xả quỹ đối với xăng E5 là hơn 3.500 đồng/lít, trong khi đối với xăng RON 95 vào khoảng 2.045 đồng/lít, điều này khiến các doanh nghiệp và cửa hàng càng bán xăng E5 càng lỗ.

Hình 3: Diễn biến giá xăng 2019



Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội Xăng dầu Việt Nam năm 2019

Việc xả quỹ bình ổn giá xăng dầu có độ chênh cao dẫn đến một số cửa hàng đã bỏ xăng E5 sang bán xăng RON 95. Với chính sách này, các đơn vị tiêu thụ xăng E5 sẽ bị giảm quỹ nhiều hơn so với đơn vị không bán, dẫn đến các doanh nghiệp có xu hướng thích bán xăng RON 95 hơn là xăng E5 để có thể tránh thâm hụt quỹ.

d. Hoạt động truyền thông

Thời gian qua, Bộ Công Thương đã thông tin, tuyên truyền về đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển và sử dụng nhiên liệu sinh học ở nước ta qua các phương tiện thông tin đại chúng, qua các cuộc hội thảo, tập huấn, phát hành cẩm nang về xăng sinh học E5, trên website của Bộ Công Thương đã xây dựng chuyên mục cẩm nang về xăng sinh học E5,...; thông tin và quán triệt triển khai nghiêm túc về Lộ trình áp dụng tỷ lệ phối trộn nhiên liệu sinh học với nhiên liệu truyền thống tới các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu đầu mối, thương nhân phân phối xăng dầu. Bộ Công Thương cũng đã phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông thực hiện Kế hoạch thông tin, tuyên truyền khuyến khích sử dụng nhiên liệu sinh học 2018 theo Quyết định số 450/QĐ-BTTTT ngày 30/3/2018 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông, nhằm mục đích đẩy

mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến sâu rộng về việc sử dụng nhiên liệu sinh học.

Các hình thức truyền thông được cho là phong phú, đa dạng, phù hợp với trình độ dân trí của từng nhóm đối tượng, từng vùng, miền, nhằm nâng cao nhận thức, trách nhiệm của mỗi cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng xã hội về việc sử dụng nhiên liệu sinh học. Hơn nữa, nó còn góp phần đảm bảo mục tiêu an ninh năng lượng, giảm dần sự lệ thuộc vào xăng khoáng, cải thiện môi trường, góp phần tạo thu nhập bền vững cho khu vực nông nghiệp và thúc đẩy tái cơ cấu ngành Nông nghiệp.

Đến nay, người tiêu dùng đã có nhận thức đầy đủ hơn về xăng sinh học E5, đồng thời cũng có những động thái tích cực trong việc lựa chọn sản phẩm để sử dụng. Các khảo sát tại một số cửa hàng xăng dầu của Petrolimex cho thấy, người tiêu dùng hiện không còn tâm lý e ngại khi mua xăng E5 tại các cây xăng. Điều này cho thấy hiệu quả đáng kể của công tác truyền thông của Chính phủ và Bộ Công Thương. Bên cạnh việc tăng cường truyền thông đến người tiêu dùng, Bộ Công Thương cũng đã có những văn bản chỉ đạo, tuyên truyền tới các doanh nghiệp, đại lý kinh doanh xăng dầu trên cả nước, nhằm thúc đẩy sản lượng tiêu thụ xăng E5 trong thời gian tới.

4. Tiềm năng phát triển thị trường xăng E5

Sau hơn 2 năm được triển khai phân phối đại trà thay thế xăng khoáng A92 trên toàn quốc, xăng sinh học E5 đã được đông đảo người tiêu dùng lựa chọn sử dụng. Điều này được thể hiện thông các con số cụ thể về sản lượng và tỷ trọng tiêu thụ xăng E5 những năm qua. Bên cạnh những thành tựu đạt được, con đường phát triển xăng E5 cũng còn nhiều khó khăn trong tương lai. Tuy nhiên, tiềm năng phát triển thị trường của sản phẩm này là điều không thể phủ nhận.

Thứ nhất, lộ trình phát triển nhiên liệu sinh học nói chung và xăng E5 nói riêng là nhu cầu cấp thiết, do sự cạn kiệt của nguồn nguyên liệu khoáng cũng như tình trạng ô nhiễm môi trường. Theo đó, quốc gia sẽ tập trung mọi nguồn lực có thể nhằm tiếp tục phát triển sản phẩm này trong tương lai.

Thứ hai, nhiên liệu sinh học nói chung và xăng E5 nói riêng được sản xuất từ các sản phẩm sinh học, mà nguồn lực về nguyên liệu sinh học của Việt Nam được đánh giá là đa dạng và có trữ lượng lớn. Theo tính toán của Viện Năng lượng Việt Nam, tổng nguồn sinh khối của nước ta là 118 triệu tấn/năm. Đây được coi là nguồn nguyên liệu ổn định để sản xuất xăng E5 trong dài hạn.

Thứ ba, sản xuất và sử dụng nhiên liệu sinh học đã trở thành xu thế phổ biến trên thế giới trong việc tìm kiếm những nguyên liệu có khả năng tái tạo được. Nhiều quốc gia đã thu được thành công lớn trong lĩnh vực này, như: Brazil, Mỹ, Đức, Nhật Bản, Trung Quốc, Thái Lan,... Việt Nam sẽ có nhiều thuận lợi từ những bài học được rút ra trong quá trình nghiên cứu, sử dụng, sản xuất của các nước đi trước. Các nghiên cứu này sẽ là tiền đề giúp Việt Nam đẩy nhanh hơn nữa lộ trình đưa xăng E5 nói riêng và nhiên liệu sinh học nói chung vào thị trường.

Thứ tư, theo báo cáo của Hiệp hội Xăng dầu Việt Nam, hiện nay, tốc độ tăng tiêu dùng xăng dầu ở Việt Nam còn thấp so với các quốc gia khác trong khu vực. Tốc độ này ở nước ta vào khoảng 7-10%, trong khi ở các quốc gia khác ở khu vực Asean là trên 15%. Trong tương lai, chỉ số này sẽ tăng nhanh khi lượng phương tiện giao thông có xu hướng tăng. Theo đó, lượng xăng dầu tiêu thụ trên toàn quốc cũng sẽ có xu hướng tăng.

Thứ năm, dưới sự tác động từ các hoạt động truyền thông của Chính phủ, thói quen tiêu dùng các sản phẩm xăng truyền thống của người tiêu dùng sẽ thay đổi. Nhận thức, lòng tin của người tiêu dùng đối với xăng E5 tăng cao sẽ khiến họ thay đổi hành vi lựa chọn sản phẩm. Đây được coi là yếu tố quan trọng nhằm đảm bảo mức tăng trưởng của xăng E5 trong thời gian tới.

5. Kết luận

Nhìn lại thị trường xăng sinh học E5 sau 3 năm có thể thấy rằng, đến nay, xăng E5 đã được nhiều người tiêu dùng tin tưởng và lựa chọn sử dụng. Các số liệu về sản lượng tiêu thụ và tỷ trọng trong tổng sản lượng xăng dầu trên thị trường cho thấy bước tiến vượt bậc của sản phẩm xăng E5. Bên cạnh những thành tựu đạt được, xăng sinh học E5 cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn. Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến việc thâm nhập thị trường của sản phẩm này gặp nhiều thách thức đến từ việc phát triển hệ thống kênh phân phối và chiến lược truyền thông về sản phẩm đến người tiêu dùng. Bởi vậy, Chính phủ và các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh xăng E5 cần có những biện pháp cần thiết và kịp thời, nhằm thay đổi thói quen của người tiêu dùng. Khi thay đổi được thói quen này, chắc chắn tiềm năng phát triển của xăng E5 trong tương lai là rất lớn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương (2014), *Quy hoạch tổng thể phát triển ngành công nghiệp nhiên liệu sinh học đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
2. Bộ Công Thương (2017, 2018, 2019), *Báo cáo tổng hợp tình hình tiêu thụ xăng dầu năm 2017, 2018, 2019*.
3. Văn phòng Bộ Công Thương (2017). Hiểu đúng về xăng sinh học E5, < <https://moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/hieu-%C4%91ung-ve-xang-sinh-hoc-e5-7208-23.html> >

4. Petrolimex Hà Nội (2019). Cẩm nang sử dụng xăng E5 RON 92, <<https://www.petrolimex.com.vn/nd/huong-dan-tieu-dung/petrolimex-huong-dan-tieu-dung-cam-nang-su-dung-xang-e5-ron-92.html>>
5. VOV1 (2019), Tìm giải pháp cụ thể giúp kích cầu xăng sinh học E5, <<http://vov1.vov.vn/nhien-lieu-than-thien/tim-giai-phap-cu-the-giup-kich-cau-xang-sinh-hoc-e5-22112019-c174-55682.aspx>>
6. VOV1 (2019), Thuế có phải là công cụ đặc biệt thúc đẩy tiêu dùng xăng sinh học? <http://vov1.vov.vn/nhien-lieu-than-thien/thue-co-phai-la-cong-cu-dac-biet-thuc-day-tieu-dung-xang-sinh-hoc-24112019-c174-55684.aspx>
7. VOV1, (2019), Thuận lợi và khó khăn trong phát triển xăng sinh học ở Việt Nam, <<http://vov1.vov.vn/nhien-lieu-than-thien/thuan-loi-va-kho-khan-trong-phat-trien-xang-sinh-hoc-o-viet-nam-17112019-c174-55669.aspx>>
9. Phạm Thủy (2019). Sử dụng xăng sinh học góp phần bảo vệ môi trường, <<http://dangcongsan.vn/thong-tin-kinh-te/su-dung-xang-sinh-hoc-gop-phan-bao-ve-moi-truong-542808.html>>
10. Phát triển nhiên liệu sinh học: Cái nhìn từ doanh nghiệp sản xuất (2019), <<http://vov1.vov.vn/nhien-lieu-than-thien/phat-trien-nhien-lieu-sinh-hoc-cai-nhin-tu-doanh-nghiep-san-xuat-23112019-c174-55683.aspx>>
11. TP. Hồ Chí Minh: Tỷ trọng tiêu thụ xăng E5 chỉ chiếm 25% (2019), <<http://nangluongsachvietnam.vn/d6/vi-VN/news2/TPHCM-Ty-trong-tieu-thu-xang-E5-chi-chiem-25-6-1947-4247>>

Ngày nhận bài: 12/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/4/2020

Thông tin tác giả:

VŨ THỊ HIỀN

Đại học Mỏ - Địa chất

ASSESSING THE E5 BIOFUEL MARKET IN VIETNAM IN THE PAST TIME AND THE OUTLOOK FOR E5 BIOFUEL IN THE COMING TIME

● **VU THI HIEN**

Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

On November 20, 2007, the Prime Minister signed Decision No. 177/2007 / QĐ-TTg approving the scheme of biofuel development to 2015 with vision to 2025. Since January 1, 2018, E5 biofuel has officially used nationwide and replaced A92 gasoline. E5 gasoline has gradually used by many consumers, significantly boosting the consumption volume of E5 gasoline. Besides positive comments, E5 biofuel has also encountered many mixed opinions. This article focuses on re-evaluating the E5 biofuel market in Vietnam in the past time in terms of market demand, consumption volume, price, distribution channels, etc., thereby making basic assessments on the outlook of E5 biofuel in Vietnam in the coming time.

Keywords: E5 gasoline, E5 biofuel market, biofuel.

TÁI CẤU TRÚC QUY TRÌNH NGHIỆP VỤ KHI TRIỂN KHAI CÁC DỰ ÁN CÔNG NGHỆ VỀ QUẢN LÝ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TRONG DOANH NGHIỆP

● BÙI QUANG TRƯỜNG

TÓM TẮT:

Bài viết tập trung xây dựng các khung lý thuyết về tái thiết quy trình nghiệp vụ, các lý thuyết về quản lý dự án công nghệ thông tin, các lý thuyết về quản lý quan hệ khách hàng. Trên cơ sở lý thuyết, bài viết đưa ra các luận cứ phân tích những khía cạnh, như: thực trạng, lợi ích, xu hướng phát triển của việc tái thiết quy trình nghiệp vụ trong các dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng. Căn cứ vào các kết quả phân tích, bài viết đưa ra một nhóm bao gồm 4 kiến nghị về việc tái thiết quy trình nghiệp vụ trong các dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng.

Từ khóa: Tái thiết quy trình nghiệp vụ, quản lý dự án công nghệ, quản lý quan hệ khách hàng.

I. Đặt vấn đề

Vai trò của khách hàng và những vấn đề liên quan đến quản lý quan hệ khách hàng luôn được các doanh nghiệp chú trọng và đặt lên hàng đầu. Vấn đề quản lý các dự án công nghệ để vận dụng công nghệ vào hỗ trợ cho hoạt động quản lý khách hàng đang được rất nhiều các tổ chức quan tâm. Để đưa các dự án công nghệ đi được đến với thành công phải dựa trên nền tảng cơ bản và quan trọng đó chính là các quy trình và nghiệp vụ trong quản lý. Đối với lĩnh vực quản lý quan hệ khách hàng, để đáp ứng được những nhu cầu và đòi hỏi ngày càng cao và chuyên nghiệp từ phía khách hàng, không thể không thực thi các giải pháp công nghệ (cụ thể là các

dự án công nghệ thông tin). Trong thực tế, nhiều tổ chức đã và đang có nhiều các dự án công nghệ liên quan đến quản lý quan hệ khách hàng. Tuy nhiên, các dự án này vẫn còn thiếu sự bài bản và tính chuyên nghiệp, do vậy hiệu quả chưa cao, chưa đáp ứng được nguyện vọng của tổ chức về sự am hiểu và sẻ chia với khách hàng, chưa làm thỏa mãn được sự kỳ vọng và nhu cầu của khách hàng. Bài viết đề cập đến một số vấn đề về quy trình nghiệp vụ trong việc quản lý các dự án công nghệ liên quan đến hoạt động quản lý quan hệ khách hàng, đồng thời đưa ra một số kiến nghị về việc tái thiết lập quy trình nghiệp vụ phù hợp với việc quản lý các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng.

II. Cơ sở lý luận về tái thiết quy trình nghiệp vụ trong quản lý các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng

2.1. Cơ sở lý luận về tái thiết quy trình nghiệp vụ

Tái thiết quy trình nghiệp vụ là một chiến lược quản lý kinh doanh, tập trung vào phân tích và thiết kế quy trình công việc và quy trình kinh doanh trong một tổ chức, nhằm mục đích giúp các tổ chức cơ cấu lại về cơ bản cách họ làm việc để cải thiện đáng kể dịch vụ khách hàng, cắt giảm chi phí hoạt động và nâng cao khả năng cạnh tranh. Tái thiết quy trình nghiệp vụ tìm cách giúp các tổ chức tái cấu trúc triệt để bằng cách tập trung vào đổi mới nền tảng của quy trình kinh doanh của họ. Theo Thomas Davenport, một quy trình kinh doanh là một tập hợp các nhiệm vụ logic có liên quan đến nhau được thực hiện để đạt được kết quả kinh doanh như mong muốn. Tái thiết quy trình nghiệp vụ tập trung toàn diện vào các mục tiêu kinh doanh và cách các quy trình liên quan đến chúng, khuyến khích sự đổi mới có hiệu quả và việc tối ưu hóa quy trình nghiệp vụ kinh doanh mới.

Tái thiết quy trình nghiệp vụ còn được gọi là thiết kế lại quy trình nghiệp vụ kinh doanh, chuyển đổi nghiệp vụ kinh doanh hoặc quản lý thay đổi quy trình kinh doanh. Tái thiết quy trình nghiệp vụ bắt đầu bằng việc đánh giá các mục tiêu chiến lược của tổ chức và nhu cầu của khách hàng; tập trung vào các quy trình kinh doanh của tổ chức, các bước và quy trình chi phối cách sử dụng tài nguyên để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu của khách hàng hoặc thị trường cụ thể.

2.2. Cơ sở lý luận về quản lý dự án công nghệ thông tin

Quản lý dự án là việc áp dụng các kiến thức, kỹ năng, công cụ và kỹ thuật trong các hoạt động của dự án để đáp ứng các yêu cầu của dự án đã ghi trong kế hoạch.

Dự án công nghệ thông tin và phát triển phần mềm ngoài những đặc điểm chung của dự án còn có những đặc điểm riêng của CNTT như sau: (1) Phát triển nhanh các yêu cầu kỹ nghệ phần mềm, phân tích, thiết kế, cài đặt. Xu thế ngày nay đã chuyển dần từ dữ liệu thuần nhất sang dữ liệu không thuần nhất, từ hệ thống các máy lớn sang môi trường mạng, từ lập trình tuần tự sang lập trình phân tán, hướng đối tượng, các hệ thống tự

động sang chủ động; (2) Số lượng dòng lệnh lớn với quy mô từ 10.000 đến 100.000 dòng lệnh (SLOC- Source Line Of Code, hoặc KSLOC= 1000 SLOC) với nhiều thành viên tham gia; (3) Dự án đã được phân thành nhiều loại rất nhỏ (1 lập trình viên, 1 tháng với 500 SLOC) đến cực lớn (trên 500 lập trình viên, thời gian từ 5 đến 10 năm với số dòng lệnh đến trên KSLOC). Dự án càng lớn thì khả năng thành công càng nhỏ; (4) Việc xây dựng phần mềm có những đặc thù riêng như không nhìn thấy được, khó xác định thế nào là “xong”, độ phức tạp lớn, đặc biệt là dễ bị thay đổi; (5) Độ đo của dự án không phải lúc nào cũng được định lượng. Ví dụ: mức độ khó khăn của bài toán, độ rõ ràng của các yêu cầu,... Các ước lượng xác định chúng mang nặng tính chủ quan; (6) Các số liệu định lượng như số lượng giờ làm việc của các thành viên, số dòng lệnh, số mô-đun tạo dựng, số giờ máy tính, số ca kiểm thử thực hiện, số lỗi mắc phải, số trang tài liệu đã được viết, viết thực hiện kế hoạch, số lượng các thay đổi,... cũng phản ánh được phần nào tiến độ hoặc tình trạng của dự án.

Thông thường, các dự án công nghệ thông tin được triển khai qua 6 giai đoạn: (1) Hoạch định chiến lược ứng dụng CNTT; (2) Xây dựng mô hình nghiệp vụ và quy trình nghiệp vụ (Business Model and Business Process); (3) Thiết kế mô hình ứng dụng CNTT; (4) Xây dựng giải pháp ứng dụng CNTT; (5) Kiểm thử, cài đặt, đào tạo, vận hành và khai thác hệ thống; (6) Đánh giá hiệu quả, xem xét nhu cầu mới, đưa ra yêu cầu điều chỉnh.

2.3. Cơ sở lý luận về quản lý quan hệ khách hàng

Theo lý thuyết marketing, quản lý quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management - CRM) là một hệ thống những quy trình hỗ trợ mối quan hệ khách hàng trong suốt vòng đời kinh doanh, nhằm đạt được mục tiêu chính là thu hút khách hàng mới và phát triển khách hàng sẵn có. Dựa vào khái niệm này, hệ thống CRM bao gồm 4 yếu tố, gồm: Cấu trúc tổ chức lấy khách hàng làm trung tâm; Các quy trình kinh doanh; Các nguyên tắc trong dịch vụ hỗ trợ khách hàng; Phần mềm hỗ trợ.

Theo lý thuyết về quản trị chiến lược kinh doanh, CRM là một chiến lược kinh doanh được thiết kế để nâng cao lợi nhuận, doanh thu và sự hài lòng của khách hàng. Dựa trên khái niệm này

CRM bao gồm: Phần mềm hỗ trợ; Các dịch vụ hỗ trợ khách hàng; Các phương thức kinh doanh nhằm gia tăng lợi nhuận, doanh thu.

CRM cũng được hiểu là một chiến lược kinh doanh quy mô toàn tổ chức, doanh nghiệp, chúng được thiết kế nhằm làm giảm chi phí và tăng lợi nhuận bằng cách củng cố lòng trung thành của khách hàng. CRM giúp các tổ chức, doanh nghiệp sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực, các quy trình và hiểu thấu lợi ích của công nghệ đối với việc gia tăng khách hàng.

Một hệ thống quản lý quan hệ khách hàng thường có quy trình nghiệp vụ gồm các chức năng cơ bản sau đây: bán hàng, marketing, hỗ trợ dịch vụ và hỗ trợ duy trì khách hàng cùng các chương trình khuyến mại.

III. Thực trạng và xu hướng của tái thiết quy trình nghiệp vụ khi triển khai các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng

3.1. Thực trạng triển khai các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng

Thực tế cho thấy, nhiều doanh nghiệp đã có những kết quả bước đầu rất khả quan trong triển khai các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng. Nhờ việc khai thác tốt hạ tầng công nghệ mà nhiều doanh nghiệp đã hoàn thiện được hệ thống CRM của mình, giúp cho việc quản lý và cung cấp dịch vụ nhanh gọn hơn, thỏa mãn yêu cầu ngày càng cao của khách hàng. Quy trình kinh doanh được đồng bộ hóa, tối ưu hóa và kết hợp hài hòa với việc thực thi CRM tạo nên được sự linh hoạt sự tương thích trong các hoạt động điều hành, quản lý của doanh nghiệp. Điều đem lại thành công của các doanh nghiệp khi triển khai các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng đó là việc xác định và xây dựng được chiến lược rất rõ ràng, bài bản, logic tạo nên một chuỗi các dự án nối tiếp xuyên suốt trong toàn doanh nghiệp. Các chiến lược được đưa ra luôn luôn gắn kết với việc thiết lập cơ cấu phát triển và điều hành của doanh nghiệp, xác lập rõ ràng việc đầu tư cho CRM đảm bảo được sự hài hòa về chiến lược, quy trình, tổ chức, công nghệ thông tin và con người.

Tuy nhiên, cũng còn nhiều hạn chế trong khi triển khai các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng. Vấn đề đầu tiên đến từ nhận thức của doanh nghiệp về CRM còn thiếu chưa rõ ràng, dẫn đến xác định sai hoặc không rõ ràng cho các mục tiêu của CRM. Tiếp đến là việc phân bố, khai thác

và sử dụng các nguồn lực như con người, tài chính, công nghệ, cho các dự án công nghệ về CRM thiếu sự chủ động, thiếu định lượng, khó kiểm soát. Nhiều doanh nghiệp cho rằng, CRM phải tập trung vào việc tìm kiếm, lựa chọn, xây dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng là công việc của chỉ riêng bộ phận kinh doanh. Điều này đã dẫn đến những sai lầm như thiếu tính đồng bộ, thiếu sự lan tỏa, thiếu sự tương tác, thiếu quy trình chuẩn trong triển khai và áp dụng các dự án về CRM cho toàn doanh nghiệp. Mặt khác, nhiều doanh nghiệp quá chú trọng vào khâu công nghệ và chiến lược, mà đã quên đi nghiệp vụ định vị vị trí trung tâm của khách hàng. Một số doanh nghiệp khác lại quá vội vàng, thiếu quy trình nghiệp vụ trong quá trình triển khai dự án công nghệ về CRM. Một số khác lại triển khai các dự án về CRM với quy trình manh mún, mang tính chấp vá, thiếu sự logic gây khó khăn cho việc phục vụ khách hàng sau này, chưa đem lại thành công cho doanh nghiệp như mong đợi. Thậm chí, khi CRM đi vào hoạt động còn gây ra nhiều trở ngại đối với khách hàng trong việc tiếp cận những thông tin từ phía doanh nghiệp, không nhận được những sản phẩm và dịch vụ như kỳ vọng.

3.2. Xu hướng tái thiết quy trình nghiệp vụ khi triển khai các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng

Việc gia tăng các giá trị cho khách hàng và những gì liên quan đến khách hàng luôn được các tổ chức rất coi trọng và nỗ lực thực thi. Với vai trò là trung tâm, ở vị trí này, khách hàng không chỉ là thành phần yêu cầu và sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ mà còn là đối tượng trung gian kết nối, tạo ra sự tương tác giữa các tổ chức cung cấp các sản phẩm dịch vụ xoay quanh mình. Vấn đề đặt ra đối với tổ chức là việc sẽ sử dụng công nghệ gì để làm thỏa mãn được khách hàng và những nhu cầu của họ. Bên cạnh đó, tổ chức phải nắm bắt được việc vận dụng công nghệ ra làm sao, hiệu quả đem lại như thế nào? Lúc này để giải bài toán quản lý quan hệ khách hàng, tổ chức bắt buộc phải kết hợp với bài toán quản lý các dự án công nghệ và đây cũng là xu hướng chính trong tương lai. Quản lý các dự án công nghệ sẽ phải làm mềm và gắn bó với quy trình nghiệp vụ của quản lý quan hệ khách hàng. Những công nghệ mới như Big Data, IoT, Machine Learning, Blockchain và AI sẽ luôn luôn là những lựa chọn hàng đầu được lồng ghép vào các quy

trình nghiệp vụ quản lý quan hệ khách hàng thông qua hoạt động quản lý dự án công nghệ để hỗ trợ CRM chủ động hơn trong việc nắm bắt, kiểm soát, khai thác các dữ liệu về khách hàng, tăng cường dịch vụ chăm sóc khách hàng, củng cố sự hài lòng của khách hàng, nghiên cứu, phân tích rõ hơn hành vi, tâm lý của khách hàng, đồng thời tiến hành phân tích, dự đoán và đưa ra các tư vấn hỗ trợ cho khách hàng. Đặc biệt hơn, khi các công nghệ trên được phát triển trên nền tảng sử dụng dịch vụ của điện toán đám mây sẽ mang lại nhiều sự cải tiến trong quy trình nghiệp vụ quản lý quan hệ khách hàng để hướng tới các dịch vụ quản lý khách hàng thông minh.

VI. Một số kiến nghị tái thiết quy trình nghiệp vụ khi triển khai các dự án công nghệ về quản lý quan hệ khách hàng

4.1. Phân tích quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng

Phân tích quy trình quản lý dự án công nghệ và quy trình quản lý quan hệ khách hàng sẽ dựa trên việc phác thảo và minh bạch cả hai quy trình này. Để thực thi được việc phân tích, đồng thời để việc phân tích đạt kết quả tốt thì vấn đề mấu chốt là việc phải xác định được các yếu tố cần phân tích. Trong thực tế, hoạt động phân tích sẽ diễn ra trên một số các yếu tố sau đây: phân tích giá trị gia tăng, phân tích thời gian, phân tích chất lượng, phân tích yêu cầu, phân tích rủi ro, phân tích tài chính, phân tích về nhân sự, phân tích những vấn đề về khách hàng như: nhu cầu, yêu cầu, thói quen, văn hóa, lứa tuổi, sở thích, thu nhập...

Phân tích quy trình nghiệp vụ trong quản lý các dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng là việc cần làm nhằm kích thích sự cải tiến và tiến tới là chuẩn hóa các nghiệp vụ trong hoạt động quản lý quan hệ khách hàng. Sau mỗi một bước phân tích, một số thay đổi tác động đến quy trình sẽ được đưa ra. Vì vậy, việc đưa ra các mục tiêu để phân tích và đích mà hoạt động phân tích cần hướng tới sẽ là cơ sở giúp quá trình chuẩn hóa hoạt động quản lý quan hệ khách hàng được thành công.

4.2. Cải tiến quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng

Vấn đề cải tiến quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ

khách hàng sẽ là bước thứ hai trong hoạt động tái thiết. Trong bước này, phải làm rõ được hai vấn đề là hoạch định chiến lược ứng dụng CNTT cho nền tảng CRM và xây dựng được mô hình nghiệp vụ và quy trình nghiệp vụ. Quá trình cải tiến sẽ diễn ra dựa trên những kết quả của việc đánh giá tuần tự và chính xác quy trình nghiệp vụ của hoạt động quản lý quan hệ khách hàng. Việc đánh giá tuần tự các hoạt động, như: Bán hàng; Marketing và đáp ứng yêu cầu của đơn hàng; Dịch vụ và hỗ trợ khách hàng; Duy trì khách hàng và các chương trình tôn vinh khách hàng trung thành của CRM, để từ đó lựa chọn và xác lập xem công đoạn cần cải tiến một cách chính xác cũng rất khó khăn đối với hoạt động hoạch định chiến lược ứng dụng CNTT. Một loạt đánh giá sai hoặc thiếu sót cũng rất dễ dẫn đến sự thất bại của dự án. Kế đến là việc xây dựng được mô hình nghiệp vụ và quy trình nghiệp vụ để mô phỏng một cách chính xác CRM dựa trên các đánh giá là một thách thức lớn, tạo ra nhiều rủi ro, thậm chí có thể làm đổ vỡ cả hệ thống CRM nếu như không tuân thủ các kết quả của việc đánh giá. Nhiều tổ chức đã bỏ qua bước đánh giá khi hoạch định chiến lược ứng dụng CNTT. Thay vào đó là triển khai ngay việc xây dựng mô hình nghiệp vụ và quy trình nghiệp vụ của CRM. Họ quên mất rằng, kết quả của việc đánh giá sẽ là cơ sở nền tảng cho các bước kế tiếp. Vì vậy, trong cải tiến quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng, công đoạn đánh giá tuần tự và chính xác quy trình nghiệp vụ của CRM cần phải được xem xét, cân nhắc thật kỹ lưỡng

4.3. Đồng bộ hóa quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng

Bước kế tiếp của việc tái thiết quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng là sự đồng bộ hóa. Sự kết hợp của việc thiết kế mô hình và xây dựng giải pháp ứng dụng công nghệ thông tin của CRM phải được thực hiện dựa trên hoạt động lập bản đồ quy trình ứng dụng CNTT và đối chiếu quy trình ứng dụng CNTT của CRM. Sau khi hoạch định chiến lược ứng dụng CNTT cho nền tảng CRM và xây dựng được mô hình nghiệp vụ và quy trình nghiệp vụ cho nền tảng này, công việc tiếp theo cần làm là ánh xạ quy trình này lên bản đồ quy trình ứng dụng CNTT để so sánh và đối chiếu. Công việc

này sẽ đưa ra được cái nhìn từ tổng thể của cả quy trình nghiệp vụ ứng dụng CNTT trong quản lý dự án công nghệ cũng như đi đến chi tiết từng tiến trình của cả quy trình quản lý quan hệ khách hàng. Việc chi tiết hóa các tiến trình của hoạt động quản lý quan hệ khách hàng sẽ là cơ sở để giải mã, cải tiến và hiện đại quy trình ứng dụng CNTT trong quản lý dự án công nghệ.

Đồng bộ hóa còn là việc lựa chọn chính xác các công đoạn trong quy trình quản lý quan hệ khách hàng mang đi tham chiếu với quy trình ứng dụng CNTT trong quản lý dự án công nghệ nhằm tìm kiếm và khai thác được tối đa những điểm mạnh trong từng công đoạn của quy trình quản lý quan hệ khách hàng. Công đoạn lựa chọn quy trình để đồng bộ hóa phải dựa trên các tiêu chí như sau: Tâm ảnh hưởng của quy trình, tầm quan trọng của quy trình, hiệu quả hoạt động của quy trình, tính khả thi của quy trình, khả năng ứng dụng công nghệ của quy trình, khả năng tương tác của quy trình, khả năng hợp tác của quy trình. Công đoạn đồng bộ quy trình sẽ là một công đoạn được thực hiện bởi một chuỗi các công việc như: Xác lập giả định, hình thành ý tưởng, đánh giá và lựa chọn ý tưởng, cải tiến và hoàn thiện các ý tưởng, xác nhận quy trình mới.

4.4. Chuẩn hóa quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng

Chuẩn hóa quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng là công việc gần như khó khăn, phức tạp và quan trọng nhất. Để thực thi được vấn đề này, việc lựa chọn các phương pháp thích hợp để chuẩn hóa quy trình nghiệp vụ trong quản lý các dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng phải được hoạch định một cách tỉ mỉ và cẩn

thận. Có rất nhiều phương pháp, tuy nhiên, để lựa chọn các phương pháp phù hợp cho từng tổ chức nhằm thực thi được việc chuẩn hóa nhằm cải tổ rõ ràng hiệu quả trong hoạt động quản lý quan hệ khách hàng lại là một bài toán khó. Trong thực tế, để chuẩn hóa quy trình nghiệp vụ trong quản lý các dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng cần thực hiện thông qua việc kết hợp các phương pháp như: Phương pháp tái cấu trúc, phương pháp tự động hóa, phương pháp áp dụng công nghệ để thay đổi và hoàn thiện quy trình nghiệp vụ.

V. Kết luận

Trong thực tế, việc ứng dụng công nghệ hiện đại và tiên tiến trong quản lý quan hệ khách hàng đã gặt hái được nhiều thành công, đem lại được nhiều lợi ích cho các khách hàng. Tuy nhiên, sự tiến hóa của CNTT đã tác động mạnh mẽ và đòi hỏi các hoạt động quản lý quan hệ khách hàng cũng cần phải đổi mới một cách linh hoạt để thích nghi và đem lại nhiều tiện ích nhất có thể cho khách hàng. Để có được một hệ thống quản lý quan hệ khách hàng luôn linh động, đổi mới, hoạt động hiệu quả, ổn định và sáng tạo nhằm tạo ra nhiều giá trị cho khách hàng thì việc nâng cấp và cải tiến quy trình nghiệp vụ trong hoạt động quản lý quan hệ khách hàng là một vấn đề rất đáng được quan tâm. Thông qua việc thu thập, nghiên cứu, tổng hợp và phân tích, bài viết đã đưa một số gợi ý cơ bản cho việc tái thiết quy trình nghiệp vụ trong quản lý dự án công nghệ về hoạt động quản lý quan hệ khách hàng. Những ý kiến này giúp đóng góp thêm vào việc tạo ra sự liên kết, hợp tác, phối hợp giữa các nghiệp vụ quản lý dự án công nghệ với quy trình nghiệp vụ của hoạt động quản lý quan hệ khách hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Albert Tan (2009), *Tái cơ cấu quy trình nghiệp vụ ở Châu Á*, NXB Khoa học và Kỹ thuật.
2. Đàm Gia Mạnh (2017), *Giáo trình Hệ thống thông tin quản lý*, NXB Thống kê.
3. Lê Văn Phùng, Trần Quang Diệu, Lã Chí Hiếu, Khương Công Trung (2007), *Dự án Nâng cao kiến thức và kỹ năng ứng dụng CNTT cho cán bộ lãnh đạo HQPRO*, Viện CNTT_Viện Hàn lâm Khoa học Việt Nam, Tổng Công ty Thương mại Hà Nội.
4. Lê Văn Phùng (2015), *Quản lý dự án công nghệ thông tin*, NXB Thông tin và Truyền thông.

5. Bob Hughes and Mike cotterell (2002), *Software Project Management*, McGraw Hill, Third Edition.
6. John J.Rakos (2002), *Software Project Management for Small to Medium Sided Projects*, Prentice- Hall.
7. Kenneth C.Laudon, Jane P.Laudon (2014), *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*, Thirteen Edition, Pearson, England.
8. Thom Poole (2011), *Customer Relationship Marketing*, 2nd Edition, Thom Poole.
9. Malhotra, Yogesh (1998), *Business Process Redesign: An Overview*, IEEE Engineering Management Review, vol. 26, no. 3, Fall 1998.
10. United States General Accounting Office (1997), *Business Process Re-engineering Assessment Guide*.
11. Buttle, Francis; Maklan, Stan (11 February 2015), "Customer Relationship Management: Concepts and Technologies", ISBN 9781317654766.

Ngày nhận bài: 12/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/4/2020

Thông tin tác giả:

BÙI QUANG TRƯỜNG

Trường Đại học Thương mại

THE RESTRUCTURING OF BUSINESS PROCESSES IN TECHNOLOGY PROJECT AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN ENTERPRISES

● BUI QUANG TRUONG

Thuongmai University

ABSTRACT:

This paper focuses on building theoretical frameworks for restructuring of business processes, theories in technology project management and customer relationship management. Based on the theoretical basis, this paper provides arguments to analyze aspects such as the status quo, benefits, development trends of restructuring of business processes in technology project and customer relationship management, thereby presenting 4 recommendations on restructuring of business processes in technology project and customer relationship management.

Keywords: Restructuring of business processes, technology project management, customer relationship management.

SỰ CỐ THƯỜNG GẶP VÀ GIẢI PHÁP GIA CỐ NỀN, CHỐNG SỤT LỎ KHI XÂY DỰNG PHẦN NGẦM CÔNG TRÌNH NHÀ Ở DÂN DỤNG TRONG ĐIỀU KIỆN NỀN ĐẤT YẾU TẠI THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

● NGUYỄN ĐỨC LỢI - NGUYỄN QUANG TUẤN B

TÓM TẮT:

Trong xây dựng công trình nhà ở dân dụng tại thành phố Hải Phòng, các biện pháp thi công, gia cố nền đã được nhiều nhà thầu áp dụng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, việc thi công này vẫn gặp phải các sự cố và gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến các công trình lân cận, làm thiệt hại không nhỏ về tài sản, uy tín của chủ đầu tư, nhà thầu và các bên liên quan.

Bài viết trình bày một số sự cố thường gặp, từ đó tác giả đề xuất các giải pháp gia cố nền, chống sụt lỏ khi xây dựng phần ngầm công trình nhà ở dân dụng trong điều kiện nền đất yếu tại Hải Phòng.

Từ khóa: Nền đất yếu, gia cố nền, chống sụt lỏ, xây dựng, công trình, thành phố Hải Phòng.

1. Đặt vấn đề

Để xây dựng phần ngầm các công trình dân dụng trên nền đất yếu, trên thế giới đã có rất nhiều cách xây dựng có hiệu quả. Những phương pháp này cũng đã được áp dụng vào các công trình xây dựng ở Việt Nam.

Hải Phòng là một trong những trung tâm đô thị, công nghiệp và thương mại lớn của cả nước. Những năm gần đây, theo xu hướng phát triển kinh tế và du lịch, dịch vụ trên địa bàn, Hải Phòng đã và đang xây dựng nhiều công trình nhà ở gia đình từ 4 - 9 tầng kết hợp làm văn phòng cho thuê, kinh doanh cá thể với nhu cầu rất lớn. Việc xây dựng phần ngầm các công trình nói trên đặt ra nhiều vấn đề về kỹ thuật công nghệ cho các nhà thầu, bởi cùng lúc họ phải giải quyết hai việc. Đó là vừa phải đáp ứng yêu cầu kỹ thuật, đảm bảo an toàn cho công trình đang xây dựng và các công trình lân cận, vừa phải tiết kiệm chi phí cho chủ đầu tư cũng như nhà thầu.

Qua các báo cáo kết quả khảo sát địa chất của

một số công trình được xây dựng tại các địa điểm điển hình trên địa bàn Hải Phòng, kết hợp với tài liệu địa chất thủy văn của thành phố cho thấy, địa chất Hải Phòng bao gồm: các lớp đất yếu ở trạng thái bùn, sét dẻo chảy ở độ sâu trung bình từ 2 đến 30m [2]. Đặc tính của các lớp đất này là đất yếu, ma sát nhỏ có thể gần bằng không; không những vậy, nền địa chất Hải Phòng còn chịu tác động của nước ngầm và nước biển rất cao. Với đặc điểm này sẽ gây ảnh hưởng xấu đến quá trình thi công phần ngầm của công trình xây dựng và quá trình làm việc của công trình sau này.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Một số sự cố hay gặp phải trong công tác gia cố nền đất yếu và chống sụt lỏ khi xây dựng phần ngầm công trình nhà ở dân dụng tại Hải Phòng

Qua nghiên cứu thực tiễn quá trình thi công phần ngầm công trình nhà ở dân dụng tại Hải Phòng, tác giả nhận thấy một số sự cố thường hay gặp phải như:

Sự cố sụt lún bề mặt xung quanh hố đào, gây sụt lún công trình lân cận; Sự cố nâng đáy hố đào; Sự cố chuyển vị của tường cừ.

Có thể kể đến một vài sự cố cụ thể như quá trình thi công phần ngầm của công trình nhà bên cạnh đã gây nghiêng lún cho công trình chính. Tình trạng ngôi nhà 5 tầng (tại lô 27 đường Lê Hồng Phong - quận Ngô Quyền - Hải Phòng) càng lúc càng bị nghiêng lớn hơn, nhà thầu thi công đã phải sử dụng 6 thanh thép hình I cùng với các cột gỗ lớn để chống đỡ, nhằm hạn chế tình trạng nghiêng, lún thêm của ngôi nhà. (Hình 1, 2, 3, 4)

Do áp lực nước bên ngoài quá lớn đã đẩy tường cừ gỗ nghiêng về phía hố móng, làm cho tường cừ gỗ phía tiếp giáp với nhà dân bị sạt, làm sập cả khu vực sân sau của công trình liền kề.

Trong quá trình thi công đào móng không có biện pháp chống giữ hố đào hợp lý, không ngăn được mạch nước ngầm xâm thực vào công trình, khiến công trình ngập nước và gây ra sạt lở đất thành hố móng.

Do ảnh hưởng của mực nước ngầm xâm thực vào hệ tường cừ làm cho một số cừ thép trong hệ tường cừ bị han rỉ, dẫn đến không rút lên được phải bỏ đi

Như vậy, có thể thấy, việc thi công xây dựng phần ngầm ở nhiều công trình tại Hải Phòng chưa thật sự hợp lý, gây các hiện tượng sạt lở hố đào, đổ tường cừ, hiện tượng nước xâm nhập nhiều. Từ đó, làm giảm chất lượng, hư hỏng công trình, gây lún, nứt kết cấu đang xây dựng cũng như các công trình xung quanh.

2.2. Các phương pháp xử lý nền đất yếu và thi công phần ngầm

Các biện pháp cải tạo nền đất yếu:

- Phương pháp cọc cát;
- Phương pháp giếng thoát nước thẳng đứng;
- Phương pháp bắc thấm;
- Phương pháp gia cố bằng công nghệ đất - vôi - xi măng;
- Phương pháp ứng dụng vải địa kỹ thuật để gia cường nền đất yếu.

Các phương pháp thi công phần ngầm hiện nay đang áp dụng:

- Phương pháp lộ thiên, gia cố nền đất;
- Phương pháp lộ thiên không có tường cừ chắn giữ;
- Phương pháp lộ thiên có tường cừ chắn giữ;
- Phương pháp thi công từ trên xuống dưới (Topdown).

2.3. Giải pháp gia cố nền đất yếu và chống sụt lở trong xây dựng phần ngầm cho công trình nhà ở dân dụng tại thành phố Hải Phòng

2.3.1. Khái niệm về giải pháp gia cố nền đất yếu và chống sụt lở trong xây dựng phần ngầm hợp lý và nguyên tắc lựa chọn giải pháp hợp lý

Giải pháp gia cố nền đất yếu và chống sụt lở trong xây dựng phần ngầm hợp lý phải là giải pháp phù hợp với kết cấu công trình, với điều kiện địa chất của khu vực thi công. Đồng thời, cũng phải phù hợp với khả năng, năng lực của đơn vị thi công để đảm bảo chất lượng công trình cũng như tiến độ thi công đặt ra.

Nguyên tắc lựa chọn giải pháp hợp lý là phải đảm bảo chất lượng kỹ thuật, tiết kiệm chi phí thi công, phù hợp với hoàn cảnh thực tế của địa phương khu vực thi công, phù hợp với đội ngũ kỹ thuật và công nhân địa phương, khả năng về máy



Hình 1: Nhà 5 tầng tại lô 27 đường Lê Hồng Phong - quận Ngô Quyền - Hải Phòng

Hình 2: Công trình tại đường Hạ Lý - quận Hồng Bàng - Hải Phòng

Hình 3: Công trình tại đường Nguyễn Đức Cảnh - quận Lê Chân - Hải Phòng

Hình 4:
Công trình
tại huyện
Cát Hải -
Hải Phòng



móc và vật tư vật liệu, đồng thời đảm bảo về công tác bảo vệ môi trường xung quanh.

2.3.2. Đề xuất giải pháp thi công gia cố nền đất yếu và chống sụt lở trong xây dựng phần ngầm hợp lý cho khu vực Hải Phòng (Hình 1)

+ Khi thi công đào hố (không dùng cừ chống đỡ), chiều sâu đào cho phép được xác định theo công thức: [3]

$$h_{dao} = \frac{1}{\gamma} \left(\frac{2c}{Ktg(45 - \frac{\phi}{2})} - q \right)$$

h_{dao} : Chiều sâu hố đào cho phép (m);

γ : Trọng lượng riêng của đất (T/m^3);

c : Lực dính của đất (T/m^2);

ϕ : Góc nội ma sát của đất (o);

K : Hệ số an toàn ($K = 1,5 \div 2,5$);

q : Tải trọng trên mặt đất (T);

Nếu chiều sâu cần đào vượt quá giá trị hào được xác định trên đây thì cần có giải pháp gia cố nền để không gây sụt lở thành hố đào. (Xem Biểu đồ)

+ Với công trình có sử dụng ván cừ chống đỡ vách hố đào (cừ thép

larsen) cần phải tính toán lựa chọn loại cừ và chiều sâu chôn cừ hợp lý.

+ Với công trình sâu hơn quá 2 tầng hầm nên lựa chọn công nghệ thi công mới hiện đại (ví dụ: công nghệ thi công tường trong đất...).

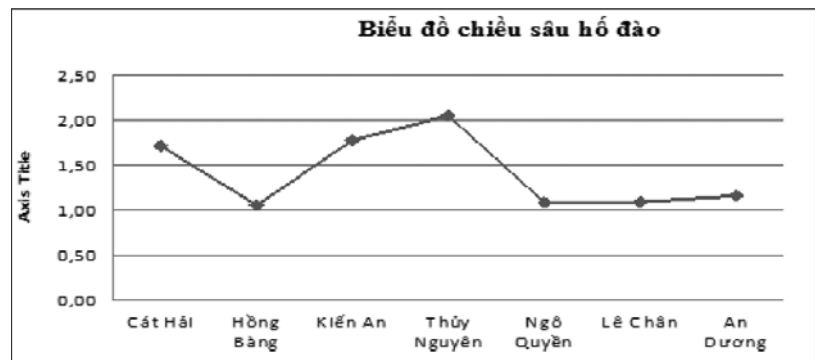
+ Trong trường hợp thích hợp có thể sử dụng cọc cừ bê tông cốt thép dự ứng lực thay cho cừ thép, để tránh hao phí do cừ thép bị han rỉ không rút lên được sau thi công.

3. Kết luận

Qua nghiên cứu thực tiễn thi công phần ngầm công trình nhà ở dân dụng trên địa bàn Hải Phòng, tác giả nhận thấy một số tồn tại, sự cố thường gặp như: (1) Giải pháp thi công gia cố nền đất yếu và chống sụt lở trong xây dựng phần ngầm áp dụng tại một nhiều công trình chưa hợp lý. (2) Chất lượng thi công kém là nguyên nhân chính gây hậu quả nghiêm trọng với các công trình có sự cố. (3) Nhiều công trình nhà ở dân dụng được thiết kế và thi công mà không được tiến hành khảo sát địa chất.

Một số đề xuất nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả thi công gia cố nền đất yếu và chống sụt lở khi xây dựng phần ngầm công trình tại Hải Phòng, như:

Biểu đồ: Chiều sâu hố đào



Bảng 1. Chiều sâu hố đào cho phép tại một số địa phương khi thi công hố đào hở

Đại lượng	Địa phương							Đơn vị tính
	Cát Hải	Hồng Bàng	Kiến An	Thủy Nguyên	Ngô Quyền	Lê Chân	An Dương	
Trọng lượng riêng đất (γ)	1,87	1,68	1,75	1,64	1,63	1,72	1,65	T/m^3
Độ dính của đất (c)	1,89	1,26	1,96	2,1	1,23	1,3	1,35	T/m^2
Góc nội ma sát của đất (ϕ)	13,75	3,15	9,97	10,43	4,35	4,47	3,68	độ (°)
Hệ số an toàn (K)	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	
Tải trọng trên mặt đất (q)	0	0	0	0	0	0	0	T
$tg(45^\circ - \phi/2)$	0,78	0,95	0,84	0,83	0,93	0,92	0,94	
Chiều sâu hố đào	1,72	1,06	1,78	2,05	1,09	1,09	1,16	m

(1) Khi lựa chọn giải pháp, nhà thầu cần phân tích các công nghệ thi công và lựa chọn giải pháp phù hợp nhất trong điều kiện cụ thể; (2) Nhà thầu phải thi công theo đúng thiết kế đã được phê duyệt và biện pháp đề ra; (3) Khi thi công phải hết sức quan tâm tới vấn đề xâm thực cho các kết cấu ngầm; (4) Các đơn vị liên quan như khảo sát, thiết kế, thi công,

giám sát cần làm tốt và đúng phần việc của mình nhằm hạn chế những rủi ro đáng tiếc; (5) Công tác quan trắc tại hiện trường là yêu cầu bắt buộc đối với việc thi công hố đào sâu trong đô thị; (6) Cần bắt buộc mua bảo hiểm công trình đối với nhà thầu thi công xây dựng, nhằm hạn chế rủi ro cho công trình xây dựng và các công trình lân cận ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Uyên (2005). *Xử lý nền đất yếu trong xây dựng*. Nhà Xuất bản Xây dựng, Hà Nội.
2. Tài liệu nội bộ (2005-2020). *Nguồn dữ liệu địa chất công trình của Công ty Cổ phần Tư vấn thiết kế và Đầu tư xây dựng Lê Chân – LCDI*, Hải Phòng.
3. Lê Kiều - Nguyễn Duy Ngụ - Nguyễn Đình Thám (2005). *Công tác đất và thi công bê tông toàn khối*. Nhà Xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.

Ngày nhận bài: 13/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 23/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN ĐỨC LỢI

ThS. NGUYỄN QUANG TUẤN B

Khoa Xây dựng - Trường Đại học Hải Phòng

COMMON PROBLEMS AND FOUNDATION REINFORCEMENT SOLUTIONS FOR LANDSLIDES IN UNDERGROUND CONSTRUCTION OF RESIDENTAL HOUSES WITH SOFT GROUND CONDITIONS IN HAI PHONG CITY

● Master. **NGUYEN DUC LOI**

● Master. **NGUYEN QUANG TUAN B**

Faculty of Construction, Hai Phong University

ABSTRACT:

During the construction of residential houses in Hai Phong City, many construction techniques and foundation reinforcement measures have been applied by contractors. However many construction works still encounter incidents, affecting adjacent works and causing significant damage to properties and reputation of investors, contractors and related parties. This article presents some common problems and proposes solutions to reinforce the foundation and prevent landslides when constructing the underground part of residential houses with soft ground conditions in Hai Phong City.

Keywords: Soft ground, foundation reinforcement, preventing landslides, building, construction, Hai Phong City.

CHIẾN LƯỢC MARKETING CỦA DOANH NGHIỆP KINH DOANH BẤT ĐỘNG SẢN

● PHAN THỊ MINH PHƯƠNG

TÓM TẮT:

Xây dựng chiến lược marketing là nhiệm vụ quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp bất động sản. Đặc biệt trong sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, việc nghiên cứu xây dựng chiến lược nhằm phù hợp với những yêu cầu mới của nền kinh tế đang ngày càng trở nên cấp thiết.

Trình tự nội dung các bước xây dựng khung chiến lược marketing của doanh nghiệp kinh doanh bất động sản (KDBĐS) là những nghiên cứu có tính khoa học và thực tiễn. Hơn hết, nó sẽ trở thành tài liệu quan trọng giúp các nhà quản trị nghiên cứu áp dụng vào doanh nghiệp (DN) cụ thể, qua đó nâng cao khả năng cạnh tranh của DN.

Bài viết phân tích các vấn đề liên quan đến chiến lược marketing của DN KDBĐS.

Từ khóa: Chiến lược marketing, doanh nghiệp kinh doanh bất động sản.

I. Đặt vấn đề

Hiện nay, với quan niệm mới, chiến lược marketing trở thành một trong các chiến lược quan trọng, bao trùm toàn bộ hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Với đặc thù của doanh nghiệp KDBĐS, hoạt động kinh doanh đòi hỏi sự tương tác giữa DN và khách hàng là nhiều hơn so với các DN khác.

Chính vì vậy, việc nghiên cứu xây dựng chiến lược marketing là nhiệm vụ quan trọng của doanh nghiệp KDBĐS. Đồng thời, ta cũng cần đặt việc nghiên cứu xây dựng chiến lược này trong sự vận động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và xu hướng hội nhập quốc tế của nền kinh tế nước ta hiện nay.

II. Nội dung chính

1. Quan điểm về marketing và xây dựng chiến lược marketing trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Philip Kotler và các cộng sự Hermawan Kartajaya, Iwan setiawan (2017) đưa ra định nghĩa marketing 4.0 là phương pháp tiếp cận marketing kết hợp giữa các tương tác trực tuyến và trực tiếp, giữa DN và người tiêu dùng, pha trộn giữa phong cách và giá trị thực tế trong quá trình xây dựng thương hiệu, quan trọng nhất là sự hỗ trợ lẫn nhau giữa kết nối máy - máy và tiếp xúc trực tiếp người - người, nhằm tăng cường cam kết gắn bó của khách hàng với DN.

Khác với các khái niệm trước đó, marketing

trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mang những đặc điểm sau:

- Khách hàng trong thương mại điện tử được liên kết với nhau qua mạng xã hội, do đó, doanh nghiệp không thể tiếp cận người dùng một cách trực tiếp - như marketing 1.0 truyền thống, mà buộc phải được sự chấp nhận của khách hàng.

- Tính kết nối trong mạng xã hội giúp khách hàng có quyền chia sẻ và đánh giá dễ dàng về hoạt động của doanh nghiệp. Chính vì thế, DN không thể tự định vị thương hiệu của mình như các cách tiếp cận marketing trước đây, mà quyền định vị thương hiệu của DN đã chuyển dịch dần sang phía khách hàng.

- Marketing trong thời kỳ này không chỉ là marketing dưới góc nhìn của doanh nghiệp (mô hình 4P phát triển lên mô hình 5P, 6P, 7P truyền thống) mà còn là marketing dưới góc nhìn của khách hàng (mô hình 4C hiện đại: Co-creation - cùng thiết kế, currency - chi phí, communal activation - lan truyền trong cộng đồng, conversation - đối thoại với khách hàng). Khách hàng trong marketing 4.0 có quyền tham gia vào tất cả các khâu, từ thiết kế sản phẩm cho tới định giá và truyền thông cho chính sản phẩm.

- Khác với các cách tiếp cận marketing trước đây, dịch vụ chăm sóc khách hàng đã có sự thay đổi đáng kể. Doanh nghiệp cho phép người dùng tham gia vào quá trình chăm sóc khách hàng, sử dụng kết nối để chia sẻ với người dùng khác trong quá trình hậu mãi.

- Khách hàng trong giai đoạn marketing 4.0 không chỉ đơn giản là mua sản phẩm để thỏa mãn những nhu cầu cơ bản trong cuộc sống, mà còn để củng cố giá trị và cái tôi của bản thân. Trong xã hội số luôn phát triển không ngừng nghỉ, những cuộc cách mạng công nghệ thông tin cho phép người tiêu dùng phát triển nhu cầu cao hơn, tạo tiền đề cho sự chuyển dịch giữa thế hệ marketing 3.0 sang 4.0.

2. Các yếu tố ảnh hưởng đến xây dựng chiến lược marketing của doanh nghiệp trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ diễn ra trên 3 lĩnh vực chính, gồm: Công nghệ sinh học, Kỹ thuật số và Vật lý. Mức độ ảnh hưởng của nó đến việc xây dựng chiến lược marketing chủ yếu ở lĩnh vực kỹ thuật số, trong đó bao gồm những yếu tố cốt lõi: Trí tuệ nhân tạo (AI), Vạn vật kết nối - internet of things (IoT) và Dữ liệu lớn (Big Data). Sự phát

triển vượt bậc của công nghệ thông tin trong kỷ nguyên số được thể hiện rõ nhất ở sự phổ biến những thiết bị di động và số hóa hiện đại, cho phép con người giao tiếp và kết nối ở mọi thời điểm. Do đó, những yếu tố có khả năng tác động đến việc xây dựng và triển khai chiến lược marketing trong DN có thể được chia thành 3 nhóm chính sau:

• Nhóm yếu tố về định hướng hoạt động và thấu hiểu khách hàng

- Cách mạng công nghệ số và thay đổi mô hình kinh doanh của doanh nghiệp: Công nghệ số cho phép khách hàng có thể tự tìm kiếm và mua hàng trực tuyến, điều này đòi hỏi DN phải xác định và xây dựng lại mô hình kinh doanh của mình. Khái niệm marketing số hình thành, phát triển và đi vào thực tế có tác động sâu rộng và thay đổi về bản chất các mô hình kinh doanh truyền thống.

- Xu hướng sáng tạo và đổi mới: Khi các quyết định marketing của DN quá phụ thuộc vào nguồn dữ liệu đã thu thập, hoạt động marketing sẽ dần mất đi các ý tưởng sáng tạo và mới mẻ, do đó có thể gây nhàm chán cho đối tượng người tiêu dùng.

- Thấu hiểu khách hàng: Trong kỷ nguyên số, dữ liệu được tập hợp thành những mạng thông tin khổng lồ và phức tạp, đây là tiền đề cho sự ra đời của Big data. Việc thu thập thông tin và xử lý kho dữ liệu khổng lồ (như big data) đã vượt qua khả năng của các công cụ quản lý cơ sở dữ liệu đơn giản và truyền thống.

• Nhóm yếu tố nghiệp vụ tiếp cận thị trường

- Hoạt động truyền thông xã hội và xây dựng thương hiệu: Sự phổ biến của mạng xã hội cho phép lượng ảnh hưởng lớn đến từ những tương tác của người dùng. Môi trường internet giúp cho những thông tin phản hồi về sản phẩm, doanh nghiệp và mức độ hài lòng của khách hàng được lan truyền nhanh hơn và được phổ biến rộng rãi hơn.

- Khả năng xác định khách hàng mục tiêu trực tuyến: Xác định và có kế hoạch tiếp cận khách hàng ở cả hai kênh trực tuyến và ngoại tuyến (online and offline channels). Sự phổ biến của Internet và công nghệ thông tin vốn đã giúp cho mọi đối tượng khách hàng đều có khả năng tiếp cận công nghệ trực tuyến, qua đó tiếp cận được sản phẩm của doanh nghiệp trên thị trường.

- Giá cả minh bạch: Sự xuất hiện của các website có khả năng liệt kê giá và so sánh giá cùng một sản phẩm từ các nhà cung cấp khác nhau.

- Tương tác với khách hàng trở nên tiện lợi hơn với các kênh trực tuyến và tự động. Tuy được coi là một giải pháp giúp tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp nhưng dịch vụ tự động lại tiềm ẩn nhiều rủi ro, nhất là người tiêu dùng có thể không hài lòng với việc bị buộc phải sử dụng những phương thức dịch vụ trực tuyến này.

- Hệ thước đo đánh giá trực tuyến: Số liệu đánh giá trực tuyến nên được sử dụng song song với số liệu truyền thống để đánh giá đầy đủ, hiệu quả của hoạt động kinh doanh trực tuyến và ngoại tuyến của doanh nghiệp. Thông qua hệ thước đo đánh giá trực tuyến sẽ giúp đánh giá sự tiến bộ, tạo thuận lợi cho việc phân tích nhu cầu thông qua các phương tiện truyền thông xã hội, thị trường trực tuyến và các kênh thông tin cho DN.

● *Nhóm yếu tố về năng lực tổ chức*

Với những thay đổi lớn đến từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, đặc biệt là công nghệ số, xây dựng chiến lược marketing của doanh nghiệp đòi hỏi nguồn nhân lực chất lượng cao, có năng lực phù hợp cũng như cách tổ chức DN hiệu quả hơn, cụ thể:

- Nguồn nhân lực chất lượng cao: Việc thiếu nhân lực chất lượng cao có kinh nghiệm trong lĩnh vực marketing nói chung và kỹ năng xây dựng chiến lược marketing nói riêng là thách thức lớn với các doanh nghiệp. Những hoạt động như nghiên cứu dữ liệu khách hàng, quảng cáo trực tuyến, phát triển website hay thực hiện thống kê phân tích dữ liệu đều đòi hỏi năng lực và nghiệp vụ của nguồn nhân lực chất lượng cao.

Khả năng tổ chức và năng lực hoạt động của phòng ban chức năng: Hoạt động quản lý nội bộ (giữa bộ phận phụ trách marketing và các phòng ban khác trong doanh nghiệp) thường có những vấn đề như gặp khó khăn trong tương tác, dẫn đến phối hợp không hiệu quả hay chồng chéo chức năng. Môi trường công nghệ số hiện đại thay đổi quá nhanh khiến doanh nghiệp khó có những thay đổi kịp thời về mặt tổ chức sao cho phù hợp với cách thức hoạt động mới.

3. Xây dựng khung chiến lược marketing của doanh nghiệp KDBĐS trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Trình tự xây dựng khung chiến lược marketing của doanh nghiệp KDBĐS được thực hiện qua các bước chủ yếu như sau:

Bước 1: Thiết lập các mục tiêu của chiến lược marketing

Bước 2: Phân tích, dự báo thị trường và phân tích SWOT

Bước 3: Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu

Bước 4: Xác định phương án chiến lược marketing phù hợp với doanh nghiệp KDBĐS

Bước 5: Xây dựng marketing hỗn hợp (marketing – mix)

Bước 6: Lập kế hoạch marketing thực hiện phương án chiến lược của doanh nghiệp KDBĐS

- **Thiết lập các mục tiêu của chiến lược marketing:** Các mục tiêu của chiến lược marketing thường được định hướng từ mục tiêu của chiến lược kinh doanh tổng thể. Mục tiêu của chiến lược marketing có thể bao gồm: Số lượng các hợp đồng bán, cho thuê, thuê mua và chuyển nhượng BĐS được giao dịch thành công; hiệu suất bán, cho thuê, thuê mua của dự án đầu tư kinh doanh BĐS; giá trị doanh thu và lợi nhuận đạt được từ các dự án đầu tư kinh doanh BĐS. Những mục tiêu này cần được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên để tập trung thực hiện trong từng giai đoạn phát triển.

- **Phân tích, dự báo thị trường và phân tích SWOT:** Doanh nghiệp cần tiến hành phân tích hoạt động, thực trạng cũng như các yếu tố ảnh hưởng của môi trường marketing đến hoạt động KDBĐS. Phân tích thị trường BĐS và phân tích SWOT, qua đó làm căn cứ để phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu. Việc phân tích SWOT giúp DN KDBĐS xác định được điểm mạnh, điểm yếu cũng như cơ hội và thách thức đối với DN.

- Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu

Dựa vào kết quả phân tích SWOT, các doanh nghiệp KDBĐS cần tiến hành phân đoạn thị trường, qua đó giúp doanh nghiệp lựa chọn được thị trường mục tiêu. Việc lựa chọn thị trường mục tiêu cần đảm bảo các yếu tố có thể đánh giá được, như: Yếu tố ưu thế của đoạn thị trường, Doanh lợi của đoạn thị trường, Mức độ hạn chế rủi ro của đoạn thị trường và Tính khả thi của đoạn thị trường.

- **Xác định phương án chiến lược marketing phù hợp:** Phương án chiến lược marketing của doanh nghiệp KDBĐS được xác định căn cứ vào thị trường mục tiêu đã lựa chọn ở trên. Phương án chiến lược được lựa chọn có thể xác định dựa trên một số phương án chiến lược marketing, như: Chiến lược dẫn đầu, Chiến lược chi phí thấp, Chiến lược

marketing của doanh nghiệp theo sau, Chiến lược quan hệ hợp tác với các đối tác trên thị trường.

- **Xây dựng marketing hỗn hợp:** Nội dung của marketing hỗn hợp chính là sự phối hợp giữa các thành phần của marketing hỗn hợp, như: giá thành sản phẩm, sản phẩm, chính sách DN, quan hệ công chúng, quyền lực DN, truyền thông marketing, phân phối sản phẩm.

- **Lập kế hoạch marketing:** Việc lập kế hoạch

phải chỉ rõ các hoạt động marketing cần tổ chức, thực hiện trên cơ sở phương án chiến lược đã lựa chọn và phải làm rõ được một số vấn đề sau: Thời gian và trình tự thực hiện các biện pháp marketing, Mức kinh phí dành cho hoạt động marketing, Nguồn lực huy động để thực hiện các biện pháp, Con người và bộ phận chịu trách nhiệm thực hiện các biện pháp marketing, Cơ chế phối hợp giữa các phòng ban chức năng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đinh Đăng Quang (2001), *Marketing của doanh nghiệp xây dựng*, NXB Xây dựng.
2. Lê Thế Giới, Nguyễn Lâm Lãn, Võ Quang Trí, Đinh Thị Lệ Trâm, Phạm Ngọc Ái (2012), *Quản trị Marketing định hướng giá trị*, NXB Lao động xã hội.
3. Nguyễn Tiến Dũng (2012), *Marketing căn bản*, NXB Giáo dục Việt Nam.
4. Nguyễn Đăng Hạc (2016), *Giáo trình marketing của doanh nghiệp xây dựng*, NXB Xây dựng.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả

ThS. PHAN THỊ MINH PHƯƠNG

Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

MARKETING STRATEGIES FOR REAL ESTATE BUSINESSES

● Master. **PHAN THI MINH PHUONG**

Faculty of Business Administration

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Developing marketing strategy is an important task for real estate businesses. Especially in the context of Industry 4.0, developing marketing strategy has become an urgent task for businesses to meet new requirements of the economy.

Steps in developing a marketing strategy framework for real estate businesses are based on scientific and practical studies, becoming important documents which helps managers of real estate businesses to employ specific marketing strategies for their businesses in order to improve the competitiveness of their companies. This article analyzes issues related to developing marketing strategies for real estate businesses.

Keywords: Marketing strategy, real estate business.

MỐI QUAN HỆ GIỮA VỐN XÃ HỘI VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH: TIẾP CẬN THEO HƯỚNG LÝ THUYẾT

● BÙI THANH TRÁNG - LÊ THANH TÙNG

TÓM TẮT:

Bài viết nhằm tìm hiểu sâu về lý thuyết vốn xã hội và lý thuyết lựa chọn nhà cung cấp. Tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn, tổng hợp tài liệu có liên quan đến các khái niệm, các nền tảng lý thuyết và biện luận các mối quan hệ vốn xã hội, để từ đó tìm kiếm khe hở nghiên cứu.

Từ khóa: Vốn xã hội, kết quả kinh doanh, tăng trưởng kinh doanh.

1. Đặt vấn đề

Về mặt lý thuyết, vốn xã hội đã được nghiên cứu dưới nhiều góc độ khác nhau, như: quốc gia, cộng đồng, doanh nghiệp. Đáng chú ý, kể từ năm 2012 đến năm 2017, đã có nhiều bài viết tiêu biểu tập trung vào nghiên cứu 3 khía cạnh của vốn xã hội - vốn xã hội cấu trúc, vốn xã hội quan hệ, và vốn xã hội nhận thức - tác động đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp; chẳng hạn: nghiên cứu của Cory Hallam & ctg (2017), của Yosra Mani & Lassaad Lakhal (2015), của Jasmine Tata & Sameer Prasad (2015), của Yina Li & ctg (2014), của Jorge Caiado & ctg (2014), của Zhining Wang & ctg (2014), của Hamrila A. Latip (2012), và của Mariel Fornoni & ctg (2012).

Đối với khía cạnh vốn xã hội cấu trúc, các nghiên cứu này tập trung vào: số lượng mối quan hệ mạng lưới, cấu hình mạng lưới, mật độ mạng lưới, những loại hình liên kết, sức mạnh của những mối quan hệ mạng lưới.

Đối với khía cạnh vốn xã hội quan hệ, các

nghiên cứu này tập trung vào: mức độ niềm tin, các quy tắc, những nghĩa vụ, sự nhận dạng.

Đối với khía cạnh vốn xã hội nhận thức, các nghiên cứu này tập trung vào: chia sẻ tầm nhìn, mục tiêu, ngôn ngữ chung.

Do vậy, bài viết “Mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kinh doanh - Tiếp cận theo hướng lý thuyết” nghiên cứu nhằm mục đích đóng góp về mặt cơ sở lý thuyết, giúp các học giả hiểu rõ hơn mối quan hệ này.

2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn, tổng hợp tài liệu có liên quan đến các khái niệm, các nền tảng lý thuyết và biện luận các mối quan hệ vốn xã hội, để từ đó tìm kiếm khe hở nghiên cứu.

3. Vốn xã hội (social capital)

Bourdieu (1986) cho rằng: Vốn xã hội là các nguồn lực tồn tại trong các mối quan hệ giữa các tổ chức hoặc cá nhân trong bối cảnh xã hội. Thông qua đó, các chủ thể này nhận được những lợi ích

từ mạng lưới quan hệ, như dễ dàng huy động được các nguồn lực khác và tạo ra nguồn vốn con người. Hơn thế, Coleman (1990) cho rằng: Vốn xã hội được hình thành qua những thay đổi trong mối quan hệ giữa người với người, cụ thể là những mối quan hệ dễ dàng hóa hành động.

Mặt khác, Nahapiet & Ghosal (1998) cho rằng: Vốn xã hội bao gồm các nguồn lực thực tế và tiềm ẩn bên trong mạng lưới các mối quan hệ, được sở hữu bởi một tổ chức hoặc cá nhân trong xã hội. Và thông qua mạng lưới đó, các chủ thể trong xã hội sẽ huy động được các nguồn lực khác.

Ngoài ra, Adler & Kwon (2002) cho rằng: Vốn xã hội chính là thiện chí sẵn có dành cho các cá nhân hoặc nhóm. Nguồn lực của vốn xã hội nằm ở trong cấu trúc và nội dung của các mối quan hệ xã hội của các chủ thể. Những tác động của vốn xã hội xuất phát từ thông tin, sự ảnh hưởng và tình đoàn kết mà nó tạo ra cho các chủ thể.

Mặt khác, José María Viedma Marti (2004) cho rằng, vốn xã hội là tổng hợp các nguồn lực và các khả năng thuộc về mạng lưới các tổ chức mà doanh nghiệp đã xây dựng, để cạnh tranh thành công.

Ngoài ra, Vanessa Ratten & Yuliani Suseno (2006) cho rằng, vốn xã hội chính là tài sản. Vốn xã hội xuất hiện trong các mối quan hệ của cá nhân, cộng đồng và xã hội. Hơn thế, vốn xã hội tạo điều kiện trao đổi nguồn lực giữa các đơn vị và đổi mới sản phẩm, tạo ra vốn trí tuệ và hiệu quả của các nhóm chức năng hỗ trợ, làm giảm tỷ lệ nhân viên nghỉ việc và tỷ lệ giải thể tổ chức, tăng cường những mối quan hệ nhà cung cấp, củng cố mạng lưới sản xuất khu vực và đẩy mạnh việc học hỏi giữa các công ty với nhau.

4. Lợi ích mạng lưới kết nối (network benefit)

Dựa trên nghiên cứu của Khayesi & George (2011) và của Tokarczyk & ctg (2007), Jasmine Tata & Sameer Prasad (2015) cho rằng, lợi ích mạng lưới kết nối chính là những lợi ích mà các chủ thể sẽ đạt được trong quá trình họ gắn kết trong các mạng lưới, chẳng hạn: tiếp cận thông tin kịp thời, sự thành công trong việc huy động nguồn lực và sự có sẵn của nguồn lực tài chính, vật lực và lao động. Ngoài ra, các chủ thể gắn kết trong các

mạng lưới còn nhận được những lợi ích từ lợi thế quy mô kinh tế thông qua những hành vi kinh doanh tập thể, xây dựng được niềm tin với các nhà cung cấp và khách hàng, tăng cường sự hợp tác và hội nhập trên toàn chuỗi giá trị.

Từ quan điểm tiếp thị, lợi ích mạng lưới kết nối được hiểu không chỉ đơn thuần là việc cung cấp những lợi ích ngắn hạn - như truyền thống trước đây liên quan đến việc dẫn đầu hoặc việc giới thiệu các doanh nghiệp mới; mà nó còn cung cấp kiến thức, nguồn lực, khẳng định vị trí của tổ chức, cơ hội, giới thiệu, củng cố các mối quan hệ hiện tại và việc dẫn đầu các công ty khác (Frank K. Sonnenberg, 1990).

Hơn thế, Jasmine Tata & Sameer Prasad (2015) cho rằng, thang đo lường “lợi ích mạng lưới kết nối” được phát triển bởi Spreitzer năm 1996; và thang đo này đã được các nhà nghiên cứu khác sử dụng trong quá khứ (ví dụ Siebert & ctg, 2001). Thang đo lường “lợi ích mạng lưới kết nối” là thang đo lường dạng Likert-5-điểm, trong đó, “1 là rất không đồng ý”; và “5 là rất đồng ý”.

Dựa trên nền tảng thang đo “lợi ích mạng lưới kết nối” của Jasmine Tata & Sameer Prasad (2015), kết hợp phỏng vấn chuyên gia (10 giám đốc công ty BĐS nhà ở tại khu vực ĐBSCL), nhân tố “lợi ích mạng lưới kết nối” được đo lường bằng 4 biến quan sát. (Bảng 1)

5. Kết quả kinh doanh (business performance)

Các nhà nghiên cứu định nghĩa kết quả kinh doanh như là vấn đề ra quyết định có nhiều thuộc tính với 6 yêu cầu sau: khả năng phản ánh kết quả số học một cách có ý nghĩa để biết hiệu quả tổng thể của một giai đoạn; khả năng phản ánh hoạt động của bất kỳ bộ phận phụ thuộc hoặc quan điểm; khả năng theo dõi những cải tiến hiệu quả hoạt động theo thời gian; khả năng linh hoạt để thiết kế theo sở thích của công ty; khả năng năng động để công ty có thể thay đổi các mô hình khi cần thiết; và khả năng đưa ra cái nhìn sâu sắc về hoạt động trong tương lai (Basar Öztaysi & ctg, 2011).

Tuy nhiên, Andy Neely (2004) cho rằng, kết quả kinh doanh thường được xác định hoặc được

Bảng 1. Thang đo lợi ích mạng lưới kết nối trong ngữ cảnh bất động sản nhà ở tại ĐBSCL

Thành phần	Biến quan sát
Lợi ích mạng lưới kết nối (network benefit)	Mạng lưới giúp cho doanh nghiệp đạt được các nguồn lực và thông tin cần thiết để hỗ trợ những ý tưởng mới.
	Mạng lưới giúp cho doanh nghiệp đạt được các nguồn lực và thông tin cần thiết để vận hành việc kinh doanh hiệu quả.
	Mạng lưới giúp cho doanh nghiệp đạt được các nguồn lực và thông tin cần thiết để đưa ra các quyết định kinh doanh.
	Mạng lưới giúp cho doanh nghiệp đạt được các nguồn lực và thông tin bổ sung khi cần thiết.

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính của tác giả

đánh đồng với hiệu quả và hiệu suất. Chi tiết hơn, kết quả kinh doanh thường được đánh đồng với việc sản xuất tinh gọn, khả năng cạnh tranh, giảm chi phí, tạo việc làm và giá trị, tăng trưởng, sự tồn tại lâu dài của doanh nghiệp. Mặt khác, kết quả kinh doanh còn là sự tổng hợp của tất cả các quá trình mà sẽ chỉ dẫn các nhà quản lý để có những hành động thích hợp trong hiện tại, nhằm tạo ra một tổ chức hiệu quả trong tương lai. Nói cách khác, chúng ta định nghĩa kết quả kinh doanh như là việc đang làm ngày hôm nay mà sẽ dẫn đến kết quả giá trị được đo lường vào ngày mai.

Mặt khác, Basar Öztaysi (2009) cho rằng, việc đo lường kết quả kinh doanh có thể được xem xét như là một phần của quá trình quản lý và được thực hiện định kỳ để xác định sự thành công hay chất lượng của một quá trình hoặc hoạt động cụ thể. Ngoài ra, theo Meyer (2002), việc đo lường kết quả kinh doanh được sử dụng để đánh giá các kết quả tổng thể của quá khứ và xác định vị trí tương lai của công ty - ở cấp độ ban quản lý cấp cao nhất và ở cấp độ cá nhân. Bên cạnh đó, việc đo lường kết quả kinh doanh giúp cung cấp thông tin về những thiếu sót và tạo động lực cho các hoạt động sắp tới. Folan & ctg (2007) cho rằng, việc đo lường kết quả kinh doanh là sự kết hợp các đặc điểm của các công ty, được diễn đạt bằng số lượng. Cụ thể, việc đo lường kết quả kinh doanh là quá trình lựa chọn các thuộc tính khác nhau (và các chỉ số về các thuộc tính) để tạo ra sự đánh giá kết hợp dựa trên những thuộc tính này.

Hơn thế, Hamrila A. Latip (2012) đã xây dựng được thang đo kết quả kinh doanh, bao gồm 2 nhóm biến: tăng trưởng kinh doanh (business growth) và thích ứng với sự thay đổi (responsiveness to change), với tổng cộng 13 biến quan sát. Trong đó, thang đo lường tăng trưởng kinh doanh và thích ứng với sự thay đổi được dựa trên thang đo Likert-5-điểm, trong đó, “1 là hoàn toàn không đồng ý”; và “5 là hoàn toàn đồng ý”.

Dựa trên nền tảng thang đo “kết quả kinh doanh” của Hamrila A. Latip (2012), kết hợp phỏng vấn chuyên gia (10 giám đốc công ty BĐS nhà ở tại khu vực đồng bằng sông Cửu Long), nhân tố “thích ứng với sự thay đổi” được hiệu chỉnh thành 8 biến quan sát. Ngoài ra, nhân tố “tăng trưởng kinh doanh” được hiệu chỉnh thành 6 biến quan sát. (Bảng 2)

6. Lý thuyết vốn xã hội

Khayesi & George (2011) khẳng định rằng: Vốn xã hội có thể được coi là một tiềm năng gắn liền trong các mối quan hệ mà có thể được chuyển đổi để đạt được sự tiếp cận thông tin và nhiều nguồn lực cả về tài chính và vật chất. Vốn xã hội được gắn vào các mạng lưới có thể mang lại nhiều lợi ích, chẳng hạn như: tiếp cận thông tin kịp thời, thành công trong việc huy động nguồn lực và sự sẵn có của nguồn lực tài chính, vật lực và lao động. Hơn nữa, vốn xã hội có thể mang lại lợi ích kinh tế do quy mô thông qua các hành động kinh doanh tập thể.

Bảng 2. Thang đo kết quả kinh doanh trong ngữ cảnh bất động sản nhà ở tại ĐBSCL

Thành phần	Biến quan sát
Thích ứng với sự thay đổi (responsiveness to change)	Chúng tôi định kỳ xem xét những nỗ lực phát triển sản phẩm để đảm bảo rằng sản phẩm của chúng tôi phù hợp với những gì khách hàng muốn.
	Các dòng sản phẩm mà chúng tôi bán phụ thuộc nhiều vào các quyết định nội bộ hơn là phụ thuộc vào các nhu cầu thị trường thực.
	Các bộ phận phòng ban họp định kỳ để lên kế hoạch thích ứng với những thay đổi đang diễn ra trong môi trường kinh doanh của chúng tôi.
	Chúng tôi nhanh chóng phản ứng lại những thay đổi đáng kể trong cấu trúc giá của các đối thủ cạnh tranh.
	Ngay cả khi chúng tôi đưa ra một kế hoạch tiếp thị tuyệt vời, nhưng chúng tôi có lẽ cũng không thể thực hiện nó một cách kịp thời.
	Khi chúng tôi phát hiện ra rằng, khách hàng không hài lòng với chất lượng dịch vụ của chúng tôi, chúng tôi sẽ hành động khắc phục ngay lập tức.
	Khi chúng tôi biết khách hàng mong muốn sửa đổi một sản phẩm hoặc dịch vụ, thì nhân viên hoặc phòng ban có liên quan của chúng tôi sẽ nỗ lực phối hợp với khách hàng để sửa đổi sản phẩm hoặc dịch vụ đó.
Tăng trưởng kinh doanh (business growth)	Các bộ phận phòng ban họp định kỳ để lên kế hoạch sự tăng trưởng kinh doanh sẽ diễn ra như thế nào trong môi trường kinh doanh của chúng tôi.
	Các bộ phận phòng ban họp định kỳ để lên kế hoạch việc thâm nhập kinh doanh sẽ diễn ra như thế nào trong môi trường kinh doanh của chúng tôi.
	Chúng tôi hiểu rằng sự tăng trưởng của doanh nghiệp này phụ thuộc vào doanh số bán hàng và sự tăng trưởng lợi nhuận.
	Chúng tôi phải chuẩn bị ngay bây giờ để đáp ứng các nhu cầu trong tương lai của khách hàng.
	Chúng tôi đang chứng kiến sự tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận của chúng tôi trong vài năm trở lại đây.
	Chúng tôi dự đoán thấy sự tăng trưởng trong kinh doanh của chúng tôi, mặc dù chúng tôi hiểu được những ảnh hưởng của sự bất ổn thị trường trong những năm tới.

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính của tác giả

Ngoài ra, dựa trên nghiên cứu của Kogut (1988), Uzzi (1997), và Li & ctg (2013); Jasmine Tata & Sameer Prasad (2015) cho rằng: Vốn xã hội cũng có thể ảnh hưởng đến lợi ích mạng lưới. Khi sự tin tưởng tồn tại trong các mối quan hệ, tức là khi cá nhân tin rằng một đối tác trao đổi sẽ không lợi dụng cơ hội để hành động mà dẫn đến các kết quả tiêu cực cho cá nhân này, thì điều này sẽ tạo ra mức độ tin tưởng cao hơn. Theo thời gian, sự tin tưởng có thể dẫn đến sự hợp tác lâu dài và lợi ích mạng lưới, giúp làm tăng cường sự trao đổi các nguồn lực và thông tin. Tương tự như vậy, khi mối quan hệ mạng lưới trở nên mạnh mẽ, điều này có thể khuyến khích sự trao đổi thông tin và kiến thức chất lượng cao, từ đó giúp tiếp cận các nguồn lực bên ngoài.

7. Lý thuyết lựa chọn nhà cung cấp (Supplier Selection Theory)

Vijay R. Kannan & Keah Choon Tan (2006) cho rằng, nhiều động lực cạnh tranh đã đặt các công ty dưới áp lực để cải thiện chất lượng, hiệu suất phân phối và sự thích ứng trong khi đồng thời phải cắt giảm chi phí. Do vậy, các công ty phải không ngừng khám phá ra các cách thức để tận dụng chuỗi cung ứng của họ. Đặc biệt, họ phải đánh giá một cách có hệ thống vai trò của những nhà cung cấp trong các hoạt động của họ.

Mặt khác, Anne Banks Pidduck (2006) cho rằng, việc lựa chọn nhà cung cấp liên quan đến nhiều đối tác làm việc cùng nhau để đạt được một mục tiêu. Trong mối quan hệ đối tác lý tưởng, mỗi nhà cung cấp có một kỹ năng hoặc tài năng cụ thể. Các đối tác, nhà cung cấp làm việc hợp tác sẽ tạo nên sức mạnh tổng hợp, chia sẻ thông tin khi cần thiết. Tuy nhiên, nhiều sự lựa chọn đối tác, nhà cung cấp vẫn còn mang tính cá nhân, dựa trên tình bạn, dựa trên mối quan hệ trước đây, hoặc dựa trên danh tiếng. Chi tiết hơn, Anne Banks Pidduck (2006) cho rằng, các đối tác nhà cung cấp thường được chọn từ những mối liên hệ hiện có; hoặc trải nghiệm trước đây với một người hoặc tổ chức cũng tạo nên niềm tin. Vì vậy, việc lựa chọn một người mà họ đã biết hoặc lựa chọn những người được đề cử bởi một người mà họ tin nhiệm thì sẽ nhanh hơn, dễ dàng và hiệu quả hơn.

Các đối tác nhà cung cấp thường được chọn từ mạng lưới các công ty mà có lịch sử được tín nhiệm mạnh. Ngoài ra, mạng lưới xã hội và vốn xã hội cũng đưa ra quy trình lựa chọn đối tác nhanh hơn, hiệu quả hơn. Cụ thể, nếu một đối tác, nhà cung cấp đã làm việc trước đó với công ty, hoặc đối tác, nhà cung cấp đã được đề xuất bởi một người nào đó mà công ty tin tưởng, thì có khả năng là mối quan hệ liên kết đó sẽ thành công. Và nếu, công ty đã làm việc trước đây với đối tác này, thì nhiều quy trình và thủ tục đôi bên dường như đã nắm rõ, nên họ càng tin tưởng và cơ hội thành công cao hơn.

Ngoài ra, Samuel Famiyeh & Amoako Kwarteng (2016) cho rằng, mục tiêu của việc lựa chọn nhà cung cấp chính là để chọn được nhà cung cấp tốt nhất cho một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể, đáng tin cậy, với những điều khoản công bằng, rủi ro thấp và có giá trị tối đa.

8. Mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kinh doanh

Dựa trên quan điểm lý thuyết vốn xã hội, Jasmine Tata & Sameer Prasad (2015) lý giải rằng, vốn xã hội được gắn kết trong các mạng lưới có thể tạo ra một số lợi ích, chẳng hạn như tiếp cận thông tin và các nguồn lực. Hơn thế, lợi ích mạng lưới mà các chủ doanh nghiệp tiếp cận thông qua vốn xã hội có thể có tác động đáng kể đến kết quả kinh doanh (Spreitzer, 1996). Cụ thể, thông tin và các nguồn lực là những yếu tố cho phép và giúp chủ doanh nghiệp đưa ra các quyết định kinh doanh tốt hơn, từ đó, dẫn đến mức độ động viên và kết quả kinh doanh cao hơn. Thông tin có chất lượng cao, liên quan và kịp thời là một đầu vào rất quan trọng trong cả kế hoạch kinh doanh ngắn hạn và dài hạn. Qua đó, cho phép các chủ doanh nghiệp hoạch định chiến lược và thực hiện chiến lược hiệu quả. Tương tự như vậy, các nguồn lực sẽ giúp tăng cường lợi thế cạnh tranh và kết quả kinh doanh của công ty. Việc tiếp cận nguồn lực và các nguồn thông tin có thể tạo ra sự ảnh hưởng và quyền lực mà cho phép các chủ doanh nghiệp đạt được các mục tiêu kinh doanh. Bên cạnh đó, việc liên kết với những chủ thể khác trong mạng lưới có thể làm tăng vị thế của các

công ty. Do đó, những lợi ích mạng lưới các chủ doanh nghiệp đạt được có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của họ. Các chủ doanh nghiệp đã đạt được các thông tin và nguồn lực có giá trị dường như có kết quả kinh doanh cao hơn so với những doanh nghiệp không có các thông tin và nguồn lực có giá trị. Đồng quan điểm trên, Hamrila A. Latip (2012) cho rằng, vốn xã hội có thể tạo ra những tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của công ty, cho thấy các mối quan hệ kết nối mạng lưới có ảnh hưởng khác nhau đến khả năng tồn tại và tính bền vững của doanh nghiệp.

Dựa trên quan điểm lý thuyết lựa chọn nhà cung cấp, Chin-Chun Hsu & ctg (2006) cho rằng, lựa chọn nhà cung cấp là một quá trình quan trọng để tìm ra cách thức mà các tổ chức lựa chọn

những nhà cung cấp chiến lược nhằm để nâng cao lợi thế cạnh tranh của họ. Hơn thế, việc lựa chọn nhà cung cấp hiệu quả đóng một vai trò quan trọng trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh cũng như có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của công ty.

9. Kết luận

Sau khi lướt khảo các lý thuyết nền tảng liên quan, chẳng hạn: lý thuyết vốn xã hội và lý thuyết lựa chọn nhà cung cấp, điều đáng chú ý chính là nhiều nghiên cứu đã chỉ ra mối quan hệ giữa các lý thuyết nêu trên có sự tác động đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp BĐS nhà ở. Ngoài ra, nhiều tác giả cũng cho rằng, sự kết hợp giữa nhiều lý thuyết vào cơ sở lý luận sẽ cho những cơ hội nghiên cứu đầy hứa hẹn (Inkpen, 2001) ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Adler, P. & Kwon, S, (2002). Social capital: prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, Vol. 27 No. 1, pp. 17-40.
2. Andy Neely, (2004). *Business Performance Measurement: Theory and Practice*. Cambridge University Press, Cambridge, UK.
3. Anne Banks Pidduck, (2006). Issues in supplier partner selection. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 19 Iss 3 pp. 262 - 276.
4. Basar Öztaysi, (2009). *A fuzzy model proposal for enhancing the effectiveness of customer relationship management*. Istanbul: Istanbul Technical University.
5. Basar Öztaysi, Tolga Kaya, Cengiz Kahraman, (2011). *Performance comparison based on customer relationship management using analytic network process [pdf]*. Available at: <<http://sciencedirect.ueh.edu.vn/browse.php?u=Oi8vYWMuZWxzLWNkbi5jb20vUzA5NTc0MTc0MTEwMDIwM1gvMS1zMi4wLVMwOTU3NDE3NDExMDAyMDNYLW1haW4ucGRmP190aWQ9ZGU3ZDFjNDgtMzljOC0xMWU2LWIyY2QtMDAwMDBhYWNiMzVmJmFjZG5hdD0xNDY2NzQ0NmM3XzM4ZWl1YzZlZGIxMjQ5MzFkYjhhNGZmOTE5YzgyYjg0&b=13>> [Accessed 24/June/2016].
6. Bourdieu P, (1986). The Form of Capital, in Richardson, J. E. (ed.) *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
7. Chin-Chun Hsu, Vijay R. Kannan, G. Keong Leong, Keah-Choon Tan, (2006). Supplier selection construct: instrument development and validation. *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 17 Iss 2, pp. 213 - 239.
8. Coleman J, (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
9. Cory Hallam, Carlos Alberto Dorantes Dosamantes, & Gianluca Zanella, 2017. *Culture and social capital network effects on the survival and performance of high-tech micro and small firms [pdf]*. Available at: <<https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2017-0161>> [Accessed 12 May 2018].

10. Folan, P., Browne, J., & Jagdev, H, 2007. *Performance: Its meaning and content for today's business research*. Computers in Industries, 58(7), 605-620.
11. Frank K. Sonnenberg, 1990. How to reap the benefits of networking. *The Journal of Business Strategy*, January/February, pp. 59-62.
12. Hamrila A. Latip, 2012. *Network Relationship for Business Performance: A Social Capital Perspective*. A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy from RMIT University.
13. Inkpen, A. C, 2001. *Strategic alliances*. In M. A. Hitt & R. E. Freeman & J. S.
14. Harrison (Eds.), *The Blackwell handbook of strategic management*: 409-432. Oxford: Blackwell.
15. Jasmine Tata & Sameer Prasad, 2015. *Immigrant family businesses: Social capital, network benefits and business performance [pdf]*. Available at: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/IJEBR-06-2014-0111>> [Accessed 02/April/2017].
16. José María Viedma Marti, 2004. *Social capital benchmarking system: Profiting from social capital when building network organizations [pdf]*. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1108/14691930410550381>> [Accessed 31/March/2017].
17. Jorge Caiado, J. Augusto Felício & Eduardo Couto, 2014. *Human Capital, Social Capital and Organizational Performance*. Management Decision, Vol. 52 No.2, 2014 pp. 350 - 364.
18. Khayesi, J.N.O. & George, G, 2011. *When does the socio-cultural context matter? Communal orientation and entrepreneurs' resource accumulation efforts in Africa*. Journal of Occupational and Organizational Psychology, Vol. 84 No. 3, pp. 471-492.
19. Vanessa Ratten, Yuliani Suseno, 2006. *Knowledge development, social capital and alliance learning [pdf]*. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1108/09513540610639594>> [Accessed 31/March/2017].
20. Mariel Fornoni, Iván Arribas, & José E. Vila, 2012. *An entrepreneur's social capital and performance*. Journal of Organizational Change Management, Vol. 25 Iss 5 pp. 682 - 698.
21. Meyer, M. W, 2002. *Rethinking performance measurement: Beyond the balanced scorecard*. New York: Cambridge University Press.
22. Nahapiet J. & Ghoshal S, 1998. *Social capital, intellectual capital, and organizational advantage*. The Academy of Management Review, 23 (2): 242-26
23. Samuel Famiyeh & Amoako Kwarteng, 2016. *Supplier Selection and Firm Performance: Empirical Evidence from a Developing Country's Environment [pdf]*. Available at: <<https://doi.org/10.1108/IJQRM-06-2016-0091>> [Accessed 12 May 2018].
24. Spreitzer, G.M, 1996. *Social structural characteristics of psychological empowerment*. Academy of Management Journal, Vol. 39 No. 2, pp. 483-504.
25. Vijay R. Kannan & Keah Choon Tan, 2006. *Buyer-supplier relationships: The impact of supplier selection and buyer-supplier engagement on relationship and firm performance*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 36 No. 10, 2006, pp. 755-775.
26. Yina Li, Fei Ye, & Chwen Sheu, 2014. *Social capital, information sharing and performance*. International Journal of Operations & Production Management, Vol. 34 Iss 11 pp. 1440 - 1462.
27. Yosra Mani & Lassaad Lakhail, 2015. *Exploring the family effect on firm performance: The impact of internal social capital dimensions on family firm performance*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 21 Iss 6 pp.
28. Zhining Wang, Nianxin Wang, & Huigang Liang, 2014. *Knowledge Sharing, Intellectual Capital and Firm Performance*. Management Decision, Vol. 52 No.2, 2014 pp. 230 - 258.

Ngày nhận bài: 14/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/4/2020

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. BÙI THANH TRÁNG

Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

2. ThS. LÊ THANH TÙNG

Trường Đại học Bạc Liêu

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL CAPITAL
AND BUSINESS PERFORMANCE:
A THEORETICAL APPROACH**

● Assoc.Prof. Ph.D **BUI THANH TRANG**
University of Economics Ho Chi Minh City

● Master. **LE THANH TUNG**
Bac Lieu University

ABSTRACT:

This article is to deeply discover social capital theories and supplier selection theory. The author was conducted by mainly using desk-based research method, summarizing related concepts and theoretical foundations, and reasons behind social capital relationships in order to look for the research gaps.

Keywords: Social capital, business performance, business growth.

BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHI SỬ DỤNG THẺ NGÂN HÀNG

● TRẦN THỊ DIỆU HÀ

TÓM TẮT:

Trong thời đại công nghệ hiện nay, người tiêu dùng đang dần chuyển đổi thói quen thanh toán của mình. Bên cạnh việc rút tiền từ các máy rút tiền tự động để mua sắm hàng hóa, dịch vụ, người tiêu dùng đã bắt đầu chuyển sang chi trả tiền mua sắm bằng thẻ ngân hàng (ATM). Tuy nhiên, điều này lại phát sinh những vấn đề làm cho quyền lợi người tiêu dùng (NTD) không được đảm bảo. Bài viết tập trung phân tích thực trạng xâm phạm quyền lợi của NTD khi sử dụng thẻ ATM, từ đó tác giả kiến nghị các giải pháp phù hợp.

Từ khóa: Bảo vệ, người tiêu dùng, thẻ ngân hàng, ATM, ngân hàng.

1. Khái niệm thẻ ngân hàng - ATM theo quy định của pháp luật Việt Nam

Thẻ ngân hàng - Thẻ ATM là một loại thẻ theo chuẩn ISO 7810, dùng để thực hiện các giao dịch từ máy rút tiền tự động (ATM), như: kiểm tra tài khoản, rút tiền hoặc chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, mua thẻ điện thoại.... Loại thẻ này cũng được chấp nhận như một phương thức thanh toán không dùng tiền mặt tại các điểm thanh toán có chấp nhận thẻ.

Theo Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, thẻ ngân hàng (thường được gọi tắt là “thẻ”) là phương tiện do tổ chức phát hành thẻ phát hành để thực hiện giao dịch thẻ theo các điều kiện và điều khoản được các bên thỏa thuận. Các tổ chức phát hành thẻ hiện nay bao gồm các ngân hàng thương mại, chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam và một số công ty tài chính. Thẻ ngân hàng thường được phân loại theo 2 cách:

- Phân loại theo phạm vi lãnh thổ sử dụng thẻ, gồm có: thẻ nội địa và thẻ quốc tế.
- Phân loại theo nguồn tài chính đảm bảo cho

việc sử dụng thẻ, gồm có: thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng, thẻ trả trước.

Như vậy, trong phạm vi bài viết này, thẻ ngân hàng (sau đây gọi là ATM) được hiểu là thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng, thẻ trả trước. Theo quy định tại Khoản 2,3,4 - Điều 3, Thông tư số 19/2016/TT-NHNN ngày 30 tháng 6 năm 2016 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước quy định về hoạt động thẻ ngân hàng, các loại thẻ được định nghĩa như sau:

“1. Thẻ ghi nợ (debit card) là thẻ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch thẻ trong phạm vi số tiền và hạn mức thấu chi (nếu có) trên tài khoản thanh toán của chủ thẻ mở tại tổ chức phát hành thẻ.

2. Thẻ tín dụng (credit card) là thẻ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch thẻ trong phạm vi hạn mức tín dụng đã được cấp theo thỏa thuận với tổ chức phát hành thẻ.

3. Thẻ trả trước (prepaid card) là thẻ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch thẻ trong phạm vi giá trị tiền được nạp vào thẻ tương ứng với số tiền đã trả trước cho tổ chức phát hành thẻ”.

Với việc định nghĩa rõ ràng và phân loại chi tiết như trên, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã tránh cho người tiêu dùng có những nhận thức thiếu sót về thẻ ngân hàng khi lâu nay nhiều người vẫn quan niệm rằng chỉ thẻ tín dụng mới được xem là ATM.

2. Thực trạng bảo đảm quyền lợi người tiêu dùng khi sử dụng thẻ ngân hàng tại Việt Nam

Thứ nhất, vấn đề ký vào hợp đồng soạn sẵn.

Để thủ tục mở thẻ được tiến hành một cách nhanh chóng, tiện lợi, hầu hết các tổ chức phát hành thẻ đều sử dụng một mẫu hợp đồng được soạn sẵn cho tất cả các khách hàng với nội dung sử dụng được quy định như nhau. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra ở đây chính là quyền của người tiêu dùng khi mở thẻ ATM có được đảm bảo không khi mà họ chỉ cần đặt bút ký vào mẫu hợp đồng soạn sẵn đó? Chúng ta có thể phân tích một vài vấn đề tồn tại thông qua hợp đồng của Viet Capital Bank¹ như sau:

Một là, quy định về phí: thông thường nội dung hợp đồng sử dụng thẻ đều quy định rằng “Chủ thẻ đồng ý vô điều kiện và không hủy ngang, chịu các khoản phí theo quy định của ngân hàng”. Điều này có nghĩa, người tiêu dùng phải đồng ý với tất cả các khoản phí mà ngân hàng quy định để duy trì việc sử dụng thẻ mà không hề có bất kì quyền sửa đổi hay từ chối sử dụng nào. Trong khi đó, biểu phí áp dụng cho thẻ của ngân hàng lại được thay đổi qua từng thời kỳ tương ứng với hoạt động kinh doanh dẫn đến các quy định về phí cũng theo đó mà thay đổi. Nếu người tiêu dùng không có những cập nhật kịp thời về biểu phí thì xem như mặc nhiên cho là đã đồng ý với biểu phí vừa được thay đổi đó.

Hai là, vấn đề về quyền và nghĩa vụ của hai bên: khi nghiên cứu kỹ phần nội dung này trong các hợp đồng soạn sẵn, chúng ta sẽ dễ dàng nhận ra có sự bất bình đẳng đáng kể về quyền và nghĩa vụ giữa chủ thẻ và ngân hàng. Hầu hết các nội dung đều có thiên hướng áp đặt nghĩa vụ của chủ thẻ, buộc họ phải gánh vác hầu hết các trách nhiệm khi có sự cố xảy ra nếu không thông báo trong thời hạn nhất định. Về phía ngân hàng, mọi nghĩa vụ được quy định trong hợp đồng chỉ được ngắn gọn trong nội dung về “Ngân hàng có trách nhiệm giải quyết các khiếu nại, thắc mắc từ phía Chủ thẻ khi có các lỗi phát sinh từ phía Ngân hàng”. Các nội dung về

chịu trách nhiệm giải quyết rủi ro, bồi thường tài sản thiệt hại hay quy trình điều tra sự cố đều không được đề cập hoặc chỉ quy định một cách mơ hồ.

Thứ hai, về phí sử dụng dịch vụ thẻ ngân hàng.

Hiện nay, chi phí sử dụng dịch vụ ATM được xem là vấn đề nhức nhối nhất khi mà thực tế chỉ ra với mỗi chiếc thẻ ATM được sử dụng, người tiêu dùng phải chi trả đến hàng chục loại phí. Ngoài 6 loại phí cơ bản, như: rút tiền, chuyển tiền, phát hành thẻ, phí thường niên, truy vấn số dư, in sao kê thì lại xuất hiện thêm nhiều loại phí lạ và cao, chẳng hạn như: phí phát hành lại, phí cấp lại pin, phí đòi bồi hoàn, phí rà soát khiếu nại, phí duy trì thẻ hay thậm chí là phí không giao dịch, phí báo mất thẻ... Có thể kể đến như Ngân hàng Agribank đang thu khoảng 25 loại phí giao dịch trên một thẻ ATM tùy theo giao dịch trong hay ngoài hệ thống ngân hàng; BIDV đang thu 20 loại phí trên chiếc thẻ tín dụng quốc tế, 16 loại phí trên thẻ ghi nợ quốc tế...² Thông tư số 35/2012/TT-NHNN quy định về phí ghi nợ thẻ nội địa tuy đã có quy định về khoảng giới hạn phí sử dụng thẻ, nhưng khoảng giới hạn này lại có biên độ chênh lệch lớn, dẫn đến mỗi ngân hàng tính toán chi phí hoạt động khác nhau so với mặt bằng lãi suất thẻ tín dụng phổ biến (ở mức 30 - 40%/năm). Với số lượng phí quá nhiều và cách thức tính phí hoàn toàn khác nhau, câu hỏi được đặt ra ở đây đó là quyền lợi của người sử dụng thẻ liệu có được đảm bảo??

Bên cạnh đó, theo Thông tư số 35/2012/TT-NHNN quy định về phí ghi nợ thẻ nội địa, ngoài những khoản phí cơ bản kể trên, còn có thêm quy định: “Phí dịch vụ thẻ khác, theo biểu phí dịch vụ của các tổ chức phát thẻ”. Có thể dễ dàng nhận ra, đây là một quy định theo hướng mở mang tính dự liệu. Tuy nhiên, theo tình hình thực tiễn hiện nay, việc quy định như vậy là quá mở và ưu ái đối với các tổ chức phát hành thẻ. Chính điều này đã dẫn đến sự tùy tiện trong việc đưa ra các loại phí dịch vụ liên quan đến sử dụng thẻ, gây phương hại lớn đến quyền lợi của người tiêu dùng.

Thứ ba, vấn đề lãi suất khi sử dụng thẻ ghi nợ (thẻ thấu chi).

Như đã đề cập, khi chủ thẻ thực hiện một giao dịch bằng thẻ ghi nợ, số tiền chủ thẻ chi trả bằng

thẻ này chính là số tiền mà chủ thẻ đã vay TCTD. Tuy nhiên, có 2 vấn đề đang tồn tại khi sử dụng loại thẻ này:

Một là, mức lãi suất cho vay đối với thẻ ghi nợ quá cao.

Theo Thông tư số 39/2016/TT-NHNN quy định về hoạt động cho vay của TCTD và chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng (Thông tư 39) cũng như Thông tư số 43/2016/TT-NHNN quy định cho vay tiêu dùng của công ty tài chính (Thông tư 43), cụ thể về mức lãi suất cho vay theo quy định của pháp luật giao động từ 10 -12%/ năm và lãi suất chậm trả không được vượt quá 150% lãi suất cho vay trong hạn. Tuy nhiên, trên thực tế, các chủ thẻ ghi nợ đã phải trả mức lãi suất cao hơn rất nhiều so với quy định. Ví dụ như Anh Hiếu, chủ thẻ Visa debit của Techcombank, bị ngân hàng trừ 85.000 đồng khi anh rút 1 triệu đồng tại máy rút tiền của Sacombank. Nhân viên Techcombank giải thích là khi rút tiền ngoài mạng, chủ thẻ phải trả 4% phí (tối thiểu là 50.000 đồng), trường hợp anh Hiếu phải trả thêm 5.000 đồng tiền thuế của 50.000 đồng phí tối thiểu một lần rút và 30.000 đồng phí do Sacombank thu³. Theo cách tính này thì lãi suất người tiêu dùng phải trả quá cao so với mức đáng lẽ họ phải trả.

Hai là, người tiêu dùng không được biết những thông tin khi sử dụng thẻ ghi nợ.

Điều 8.2, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 quy định quyền của người tiêu dùng: “Một trong những quyền lợi của người tiêu dùng là được biết mọi thông tin về các giao dịch của mình”. Tuy nhiên, trên thực tế, quyền này của người tiêu dùng không được bảo đảm. Qua khảo sát ở hầu hết cổng thông tin điện tử của các ngân hàng thương mại đều không quy định mức lãi suất cụ thể mà người tiêu dùng phải trả khi sử dụng thẻ ghi nợ. Các ngân hàng chỉ quy định rất chung chung: “Mức lãi suất thẻ thấu chi: theo lãi suất quy định hiện hành của ngân hàng (ABBANK)”⁴. Rõ ràng, người tiêu dùng cần phải biết mọi thông tin để đưa ra quyết định của bản thân khi lựa chọn các dịch vụ của ngân hàng, dịch vụ sử dụng thẻ ngân hàng nói chung và thẻ ghi nợ nói riêng. Đã đến lúc, các ngân hàng cần phải công bố mọi thông tin liên quan đến các dịch vụ mà

khách hàng lựa chọn, để bảo đảm quyền lợi của người tiêu dùng.

3. Kiến nghị bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng sử dụng dịch vụ thẻ ngân hàng

Thứ nhất, vấn đề hợp đồng soạn sẵn.

Để có thể giải quyết vấn đề này, cần phải triển khai những giải pháp hiệu quả, tác động về cả phía chủ thẻ và ngân hàng.

Về phía khách hàng, phương pháp cần thiết và mang lại hiệu quả khả quan nhất, trong giai đoạn hiện nay, chính là nâng cao nhận thức người tiêu dùng. Theo Nghị quyết số 39/248 của Đại Hội Đồng Liên hợp quốc về Các Nguyên tắc chỉ đạo về Bảo vệ Người tiêu dùng được thông qua vào ngày 9 tháng 4 năm 1985, người tiêu dùng ở các quốc gia phát triển và đang phát triển trên thế giới được tôn trọng và đảm bảo các quyền lợi và nhu cầu của mình, và một trong những phương thức để phát huy là thông qua Quyền được giáo dục tiêu dùng. Theo đó, Quyền được giáo dục tiêu dùng có nghĩa là quyền có được các kiến thức và thông tin cần thiết để có thể là một người tiêu dùng có hiểu biết⁵. Chính sự tuyên truyền, nâng cao hiểu biết của chính quyền và các tổ chức xã hội sẽ giúp người tiêu dùng nhận thức rõ ràng về quyền lợi của mình, qua đó có thể đưa ra những quyết định sáng suốt trong quá trình sử dụng dịch vụ. Chính vì vậy, việc tăng cường tổ chức các buổi hội thảo về quyền lợi người tiêu dùng, các buổi tọa đàm, chia sẻ kinh nghiệm là vô cùng cần thiết. Bên cạnh đó, việc xây dựng các chương trình hành động cụ thể ở từng địa phương như tổ chức các buổi hướng dẫn thủ tục, tuyên truyền các rủi ro về hợp đồng... sẽ giúp người tiêu dùng có những quyết định tỉnh táo, chính xác trước khi sử dụng bất kì loại hình dịch vụ nào.

Về phía các tổ chức phát hành thẻ, việc yêu cầu điều chỉnh các nội dung trong hợp đồng sử dụng thẻ là hết sức cần thiết, hướng đến việc cân bằng và đảm bảo quyền lợi các bên.

Theo kinh nghiệm ở các nước thuộc Liên minh Châu Âu - EU, Hợp đồng theo mẫu được coi là bất bình đẳng, toàn bộ hay một phần, nếu trái với yêu cầu chung về tinh thần hợp tác, hợp đồng gây ra sự bất bình đẳng lớn đối với quyền lợi và nghĩa vụ của các bên, hợp đồng gây tổn hại cho người tiêu

dùng. Hợp đồng theo mẫu là hợp đồng do người bán áp đặt đối với người mua mà không có khả năng đàm phán thảo luận và/hoặc sửa đổi các điều khoản hợp đồng⁶. Do đó, ở các quốc gia thuộc Liên minh châu Âu - EU, Hiệp hội người tiêu dùng được trao quyền rất lớn, có nhiệm vụ rà soát tất cả các điều khoản bất bình đẳng trong tất cả các lĩnh vực, bao gồm cả ngân hàng và viễn thông. Với mỗi trường hợp phát hiện vi phạm, Hiệp hội người tiêu dùng được quyền đệ trình lên Tòa án có thẩm quyền các đơn kiện liên quan đến bản hợp đồng soạn sẵn, có quyền yêu cầu xóa bỏ các điều kiện bất bình đẳng trong hợp đồng đó và thực hiện mọi hành động được cho là cần thiết để bảo vệ người tiêu dùng.

Xét tình hình thực tiễn ở Việt Nam, có thể thấy hoạt động của Hội Khoa học kỹ thuật về tiêu chuẩn hóa chất lượng và Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam (Vietnam Standard and Consumers Association - VINAQUALITY) chưa thật sự hiệu quả và phát huy tác dụng. Những hành động đấu tranh cương quyết để đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng hầu như chưa có, mới chỉ dừng lại ở mức độ khiếu nại, phản ánh. Do đó, thông qua kinh nghiệm từ các nước EU, có thể nhận thấy việc phát triển và nâng cao tầm ảnh hưởng của VINAQUALITY là vô cùng cần thiết. Không những vậy, việc sử dụng quyền lực Nhà nước tác động lên các tổ chức phát hành thẻ, buộc họ thay đổi nội dung hợp đồng soạn sẵn là khá khó khăn nếu so sánh với việc sử dụng sức ép từ cộng đồng người tiêu dùng, buộc các ngân hàng phải tự ý thức và định hướng lại các điều khoản sử dụng thẻ.

Thứ hai, vấn đề phí sử dụng dịch vụ.

Đối với vấn đề tín dụng/ thẻ ghi nợ, EU luôn nhắc nhở người tiêu dùng phải “kiểm tra chính sách của tổ chức phát hành thẻ trước khi sử dụng thẻ tín dụng hay thẻ ghi nợ. Những chính sách này giữa các tổ chức khác nhau có thể khác nhau và một số ngân hàng hay TCTD có nhiều ưu đãi hơn”⁷. Nếu có đơn khiếu nại từ người tiêu dùng và Hiệp hội người tiêu dùng, EU sẽ bắt đầu điều tra trên cơ sở Luật Cạnh tranh nhằm xác minh liệu phí dịch vụ mà một số ngân hàng ở các nước thành viên EU thu từ người tiêu dùng có hợp lý hay không, hay thực ra

là “hành vi kinh doanh không lành mạnh”? Khi cuộc điều tra kết thúc, Ủy ban Liên minh châu Âu sẽ thông qua một quyết định nghiêm cấm các ngân hàng tự do quy định các loại khoản phí dịch vụ khác. Kết quả là, mức phí trung bình của các ngân hàng EU được hạ thấp đáng kể.

Liên hệ thực tiễn ở Việt Nam, tương tự như EU, để có thể hạn chế sự tăng lên tùy tiện của các loại phí sử dụng thẻ, phương pháp hiệu quả và duy nhất chính là sự vào cuộc mạnh mẽ của các cơ quan có thẩm quyền. Chỉ có như vậy mới có thể đưa ra được một biểu phí vừa đảm bảo tính linh hoạt, phù hợp với quy luật thị trường, vừa đảm bảo các quyền lợi và nhu cầu cho người tiêu dùng Việt Nam. Song song đó, việc yêu cầu các tổ chức phát hành thẻ loại bỏ các khoản phí vô lý cũng như quy định quy trình điều tra các hình vi phạm và các hình thức xử phạt phù hợp không thể đến từ các tổ chức xã hội mà chỉ có thể do các cơ quan nhà nước có thẩm quyền thi hành và đảm bảo việc thực hiện.

Thứ ba, vấn đề lãi suất của thẻ ghi nợ (thẻ thấu chi).

Như đã phân tích ở trên, mức lãi suất cho vay đối với thẻ ghi nợ là khá cao. Để bảo đảm quyền lợi của người tiêu dùng, tác giả đưa ra hai kiến nghị, cụ thể:

Một là, Ngân hàng Nhà nước cần ban hành Thông tư quy định cụ thể trần lãi suất đối với thẻ ghi nợ.

Theo đó, cần quy định mức lãi suất cho vay đối với thẻ ghi nợ không được vượt quá mức trần lãi suất cho vay mà Ngân hàng Nhà nước đã quy định - chỉ nên giao động từ 12-15%/năm. Xét về mặt an toàn tín dụng, điều này hoàn toàn hợp lý. Tương tự hình thức như cho vay tín chấp, TCTD đã nắm đầy đủ các thông tin của khách hàng, bao gồm: Họ và tên, ngày tháng năm sinh, số chứng minh thư nhân dân, địa chỉ thường trú,... Thêm vào đó, để giảm thiểu rủi ro, TCTD có thể quy định hạn mức cho thẻ thấu chi. Kết hợp hai yếu tố đó, chắc chắn sẽ bảo đảm hài hòa quyền lợi của người tiêu dùng và lợi ích của TCTD.

Hai là, cần cung cấp đầy đủ thông tin về dịch vụ thẻ ghi nợ cho khách hàng khi sử dụng.

Tham khảo Đạo luật số 145/2010 về tín dụng tiêu dùng của Cộng hòa Séc, có thể thấy rằng, để đánh giá khả năng sinh lời của khoản vay được tính

chủ yếu là tỷ lệ phần trăm hàng năm (RPSN). Khi tính RPSN sẽ đưa vào tài khoản không chỉ số tiền nợ và lãi suất, mà còn có các khoản thu phí khác mà người tiêu dùng phải trả liên quan đến các khoản vay (ví dụ: phí liên quan đến hợp đồng, phí duy trì tài khoản, bảo hiểm...). Vậy nên, RPSN thường sẽ cao hơn lãi suất. Theo kinh nghiệm này, Ngân hàng Nhà nước cần ban hành Thông tư quy định về việc công bố thông tin tín dụng về lĩnh vực dịch vụ thẻ ngân hàng nói chung và thẻ ghi nợ nói riêng. Cụ thể, cần quy định chi tiết trong hợp đồng bao gồm: tổng số tiền, thời gian và điều kiện phát hành thẻ ghi nợ, việc quản lý rút vốn, RPSN (bao gồm tất cả chi phí liên quan đến dịch vụ thẻ ghi nợ), lãi suất vay vốn, số lượng và các đợt trả dần, thông tin về quyền rút khỏi hợp đồng và quyền trả nợ trước hạn (bao gồm cả thông tin về việc làm thế nào để chấm dứt hợp đồng). Người tiêu dùng có quyền nhận được tất cả các thông tin - bằng văn bản hoặc trên một phương tiện lưu trữ thông tin, và có thể hiểu một cách thấu đáo các thông tin đó. Không những vậy, khi cần thiết họ có thể tham khảo ý kiến với

một người khác hoặc so sánh với bất kỳ phụ phí khác trước khi quyết định ký kết hợp đồng. Sau khi rút khỏi hợp đồng, người tiêu dùng có nghĩa vụ phải hoàn trả lại số nợ một cách không chậm trễ và không quá 30 ngày, kể từ ngày gửi đơn rút khỏi hợp đồng. Hoàn lại số tiền vay cộng với lãi mà chủ nợ được hưởng nếu không rút khỏi hợp đồng, trong thời gian tính từ ngày bắt đầu được vay cho đến ngày số tiền nợ được hoàn trả⁸.

4. Kết luận

Thẻ ngân hàng - ATM ngày càng được sử dụng rộng rãi và có xu hướng thay thế thói quen dùng tiền mặt ở Việt Nam. Điều này hoàn toàn phù hợp với thông lệ quốc tế và xu thế hội nhập kinh tế quốc tế. Mặc dù vậy, qua việc phân tích thực trạng sử dụng thẻ ngân hàng, có thể thấy rằng quyền lợi của người tiêu dùng chưa được đảm bảo và cân bằng với ngân hàng khi sử dụng dịch vụ. Bài viết đề xuất một vài kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả để bảo đảm quyền lợi người tiêu dùng, hy vọng sẽ góp phần hỗ trợ người tiêu dùng hiểu rõ hơn về các rủi ro có thể gặp phải khi ký vào hợp đồng mở thẻ ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Viet Capital Bank, “Điều khoản và điều kiện sử dụng thẻ ghi nợ nội địa”, https://www.vietcapitalbank.com.vn/documents/10176/37523/Dieu+khoan+&+Dieu+Kien_Viet+Capital+E-Plus.pdf/208726d1-d46c-4c7b-ae77-a2c5c2bee34c

²Hồng Sương - Thanh Xuân (2017), “Chủ thẻ gánh phí nặng”, <http://thanhnien.vn/kinh-doanh/chu-the-ganh-phi-nang-828771.html>

³Bài viết “Thành con nợ với thẻ tín dụng thấu chi” được đăng trên <http://www.baomoi.com/thanh-con-no-voi-the-tin-dung-thau-chi/c/2956724.epi> truy cập lần cuối vào lúc 10:00 ngày 12/6/2017.

⁴<https://www.abbank.vn/cho-vay-thau-chi>

⁵Báo cáo chuyên đề “So sánh Luật bảo vệ người tiêu dùng một số nước trên thế giới - Bài học kinh nghiệm và đề xuất một số nội dung cơ bản quy định trong Dự thảo Luật Bảo vệ người tiêu dùng của Việt Nam”.

⁶EU - Việt Nam Mutrap III (2011), “Các thông lệ tốt về bảo vệ người tiêu dùng từ quan điểm châu Âu”, Dự án Mutrap do Liên minh Châu Âu tài trợ, Bộ Công Thương Việt Nam phối hợp thực hiện.

⁷EU - Việt Nam Mutrap III (2011), “Các thông lệ tốt về bảo vệ người tiêu dùng từ quan điểm châu Âu”, Dự án Mutrap do Liên minh Châu Âu tài trợ, Bộ Công Thương Việt Nam phối hợp thực hiện.

⁸Tác giả bài viết tham khảo GLE_ochrana-spotrebitele, 2014, *Bảo vệ người tiêu dùng tại Cộng hòa Séc khi viết mục này.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2010), *Luật Bảo vệ người quyền lợi người tiêu dùng 2010*.
2. Quốc hội (2010), *Luật Các tổ chức tín dụng 2010*.
3. Hiệp hội Ngân hàng châu Âu (2011), *Các nguyên tắc hướng dẫn thực hiện* (<http://www.ebf-fbe.eu/index.php?page=guiding-principles>).
4. Hội đồng Thanh toán châu Âu, *Khuôn khổ pháp lý về Thanh toán thẻ chung trong khu vực thanh toán chung bằng đồng Euro*. (<http://www.europeanpaymentscouncil.eu>).

Ngày nhận bài: 15/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/4/2020

Thông tin tác giả:

TRẦN THỊ DIỆU HÀ

Giảng viên Trường Đại học Luật - Đại học Huế

**PROTECTING CONSUMER RIGHTS
WHEN USING BANK CARDS**

● **TRAN THI DIEU HA**

Lecturer, School of Law, Hue University

ABSTRACT:

In current technological era, consumers are gradually shifting from using cash to using money via bank accounts. Consumers not only use their bank cards to withdraw money at automated teller machines (ATMs) but also to purchase goods and services. However, this change in consumer behavior creates issues that make consumers' rights are not protected when using banking services via their ATM card. This article focuses on analyzing the status of consumers' rights infringement when using ATM cards, thereby proposing solutions to ensure consumers' rights.

Keywords: Security, consumer, bank card, ATM, bank.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN KHI CHẤP NHẬN DỊCH VỤ MOBILE BANKING TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● TRẦN HỮU ÁI - CAO HÙNG TẤN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố: Giá trị chi phí, điều kiện thuận lợi, động lực hân hoan, nhận thức bảo mật, ảnh hưởng xã hội và niềm tin là những nhân tố ảnh hưởng đáng kể đến ý định sử dụng dịch vụ mobile banking. Kết quả nghiên cứu cho thấy mối quan hệ có ý nghĩa thống kê của các yếu tố tác động từ cao đến thấp là: điều kiện thuận lợi, động lực hân hoan, giá trị chi phí, nhận thức bảo mật, ảnh hưởng xã hội và niềm tin.

Từ khóa: Ảnh hưởng xã hội và niềm tin, động lực hân hoan, nhận thức bảo mật, điều kiện thuận lợi, giá trị chi phí.

1. Giới thiệu

Mobile banking bao gồm quản lý tài khoản qua thiết bị di động đã thay đổi đáng kể hoạt động của ngân hàng. Góp phần giúp các ngân hàng trong việc giảm chi phí và tăng hiệu quả cho khách hàng. Thiết bị di động, đặc biệt là điện thoại thông minh và PDA (thiết bị kỹ thuật số cầm tay), là những phương pháp hứa hẹn nhất để tiếp cận khách hàng, do khả năng cung cấp dịch vụ mọi lúc, mọi nơi, tỷ lệ thâm nhập cao và tiềm năng phát triển (Meyer, 2007; Ondiege, 2010). Nhiều nghiên cứu đưa ra những nhân tố khác tác động đến ý định sử dụng mobile banking như nhận thức về lợi thế dịch vụ (Brown và cộng sự, 2003); khả năng tương thích, niềm tin của khách hàng (Lee và cộng sự, 2003); chuẩn mực xã hội (Riquelme và Rios, 2010); nhân khẩu học (Laukkanen và Pasanen, 2008; Yu, 2012). Bên cạnh đó, có những nghiên cứu cho thấy nhận thức về rủi ro, chi phí, dễ sử dụng (Suoranta và cộng sự, 2005; Koenig - Lewis và cộng sự, 2010); nhận thức về sự tin cậy (Alam, 2014) không ảnh hưởng đến ý định sử dụng mobile banking. Các nghiên cứu cho thấy trong bối cảnh khác nhau thì

các nhân tố ảnh hưởng cũng có sự khác nhau; mặt khác, biến nhân khẩu chủ yếu được xem xét là biến kiểm soát chứ chưa được coi như là một biến điều tiết từng nhân tố đến ý định sử dụng mobile.

2. Cơ sở lý thuyết

Ngân hàng điện tử (e-banking) hay còn được gọi là ngân hàng trên internet (internet banking) được hiểu là việc ngân hàng sử dụng các mạng điện tử và viễn thông để cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng (Aduda và Kingoo, 2012). Ngân hàng điện tử đã cải thiện hiệu quả làm việc của ngân hàng, thay đổi đáng kể hoạt động của các ngân hàng bán lẻ, đồng thời tăng lợi ích cho khách hàng (Pousttchi và Schurig, 2004).

Theo Shaikh và Karjaluoto (2015), mobile banking được thực hiện kể từ cuối những năm 1990, khi công ty Paybox của Đức, hợp tác với Deutsche Bank, đã đưa ra dịch vụ đầu tiên. Ban đầu, nó đã được triển khai và được kiểm tra chủ yếu ở các nước châu Âu như: Đức, Tây Ban Nha, Thụy Điển, Áo và Mỹ. Mặc dù ATM, telephone banking, internet banking cung cấp các kênh phân phối hiệu quả, nhưng kênh phân phối mới nhất

mobile banking được tạo ra bởi các ngân hàng bán lẻ có ảnh hưởng lớn đến thị trường (Safeena và cộng sự, 2012). Mobile banking có thể được chia thành hai nội dung chính: thứ nhất, gồm giao dịch cổ phiếu và sử dụng các dịch vụ liên quan khác qua điện thoại di động; thứ hai, trong mobile banking (theo nghĩa hẹp), bao gồm việc quản lý tài khoản với sử dụng các dịch vụ liên quan quan thiết bị di động (Pousttchi và Schurig, 2004). Dịch vụ mobile banking cho phép người dùng nhận được thông tin về số dư tài khoản của họ qua SMS. Điện thoại di động hỗ trợ giao thức ứng dụng vô tuyến WAP, điện thoại sử dụng dịch vụ vô tuyến gói tổng hợp GPRS hỗ trợ nhiều loại hình ngân hàng các dịch vụ như chuyển tiền giữa các tài khoản, chứng khoán giao dịch và xác nhận thanh toán trực tiếp thông qua điện thoại (Mallat và cộng sự, 2004). Mobile banking là việc thực hiện các giao dịch của khách hàng với ngân hàng bằng điện thoại di động hoặc một thiết bị kỹ thuật số hỗ trợ cá nhân không dây có kết nối với internet (Rios, 2010).

Nghiên cứu trước đây cho thấy, việc chấp nhận và sử dụng công nghệ là một tất yếu trước sự đổi mới về khoa học công nghệ (Al-Jabri và Sohail, 2012). Trong số các mô hình khác nhau được đề xuất trước đây thì 05 mô hình lý thuyết được chiếm ưu thế trong các nghiên cứu (Hoehle và cộng sự, 2012), cho đến khi Venkatesh và cộng sự (2003) đã đưa ra lý thuyết hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT), với sự phát triển thông qua sự đánh giá, sắp xếp và tổng hợp của 8 lý thuyết và mô hình chủ yếu, bao gồm: Lý thuyết hành động hợp lý (TRA) (Fishbein và Ajzen, 1975); Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) (Davis, 1989); Lý thuyết thúc đẩy (MM) (Davis và cộng sự, 1992); Lý thuyết hành vi có hoạch định (TPB) (Ajzen, 1991); kết hợp của Lý thuyết hành vi có hoạch định và Lý thuyết chấp nhận công nghệ (C-TPB-TAM) (Taylor và Todd, 1995); Mô hình sử dụng máy tính (MPCU) (Thompson và cộng sự, 1991); Lý thuyết phổ biến sự đổi mới (IDT) (Rogers, 1995) và Lý thuyết nhận thức xã hội SCT (Compeau và Higgins, 1995). Mô hình TAM là mô hình lý thuyết đơn giản và thiết thực (Gang và cộng sự, 2008). Nó là một bản chuyển thể được rút ra từ TRA và lĩnh vực tâm lý học cho các hệ thống thông tin (Hanafizadeh và cộng sự, 2013), và xuất hiện được chấp nhận rộng rãi nhất trong số các hệ thống thông tin nghiên cứu (Luarn và Lin, 2005).

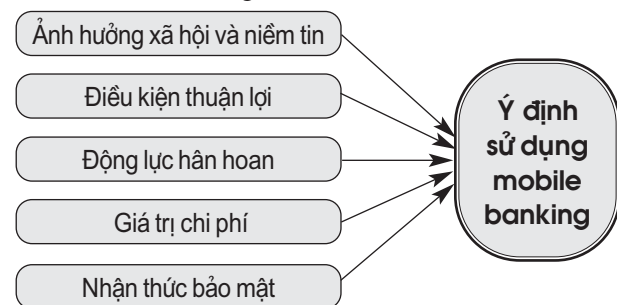
Ảnh hưởng xã hội và niềm tin được định nghĩa là mức độ mà một cá nhân nhận thức được rằng những người quan trọng đối với cá nhân đó tin tưởng việc sử dụng công nghệ là quan trọng (Diaz và Lorass, 2010). Sự thiếu tin tưởng của khách hàng là một trong những lý do khách hàng không chấp nhận và sử dụng mobile banking (Alalwan và cộng sự, 2013). Điều kiện thuận lợi được định nghĩa là mức độ mà một cá nhân tin rằng cần có những nguồn lực cần thiết để hỗ trợ việc sử dụng hệ thống (Venkatesh và cộng sự, 2012). Động lực hân hoan (Hedonic) được định nghĩa là niềm vui hoặc niềm vui do sử dụng công nghệ theo cách riêng của mình và nhận thấy được tính hữu ích hay hiệu quả nào đó có thể dự đoán được (Davis, Bagozzi và Warshaw, 1992). Giá trị chi phí được hiểu là sự cân bằng nhận thức của người tiêu dùng giữa lợi ích của ứng dụng mang lại và chi phí tiền tệ để sử dụng chúng (Venkatesh và cộng sự, 2012).

Ý định sử dụng mobile banking là sự sẵn sàng của một người chấp nhận sử dụng dịch vụ (David và cộng sự, 1989). Venkatesh và Zang (2010) đã chứng minh ý định hành vi có ảnh hưởng đáng kể đến việc sử dụng công nghệ.

3. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên những phân tích tổng quan nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng mobile banking, tác giả lựa chọn hướng tiếp cận và thừa kế các mô hình nghiên cứu mô hình TAM là mô hình lý thuyết đơn giản và thiết thực (Gang và cộng sự, 2008) và mô hình (Venkatesh và cộng sự, 2003). (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu bao gồm:

- Giả thuyết H1: Ảnh hưởng xã hội và niềm tin ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng mobile banking;
- Giả thuyết H2: Điều kiện thuận lợi ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng mobile banking;

- Giả thuyết H3: Động lực hân hoan ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng mobile banking;
- Giả thuyết H4: Giá trị chi phí ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng mobile banking;
- Giả thuyết H5: Nhận thức bảo mật ảnh hưởng tích cực tới ý định sử dụng mobile banking.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Mẫu điều tra: Những người được điều tra khảo sát là những cá nhân đang sử dụng và chưa sử dụng mobile banking. Họ là những người có sử dụng điện thoại di động và có giao dịch với các ngân hàng thương mại tại TP. HCM. Mẫu được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện dựa trên sự giới thiệu của cá nhân này đến cá nhân khác. Người được hỏi sẽ trả lời cho biết dịch vụ của ngân hàng mà mình đang sử dụng. Khảo sát được tiến hành từ tháng 10/2019 đến 12/2019.

Theo Bollen (1989) và Hair & cộng sự (1998), để thỏa mãn yêu cầu về dữ liệu của phân tích định lượng, một biến cần có 5 quan sát tương ứng với 5 đáp viên. Bảng câu hỏi đưa ra có 27 biến nên mẫu tối thiểu là 135 người. Thực hiện điều tra theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản với tổng số phiếu phát ra $n = 330$. Tỷ lệ phản hồi của các đối tượng được điều tra là 91,51 % thu về được 302 phiếu. Số phiếu sử dụng để phân tích phục vụ cho nghiên cứu chiếm 93,71% là 283 phiếu (có 28 phiếu bị loại do đối tượng trả lời không đầy đủ, trả lời một phương án ở tất cả các câu hỏi). (Bảng 1)

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha các thang đo

Bảng 2 cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của tất cả các thang đo đều lớn hơn 0,7, các hệ số tương quan-biến tổng đều lớn hơn 0,4. Do đó, tất cả các thang đo đều được sử dụng trong bước phân tích

Bảng 1. Mô tả mẫu nghiên cứu (N=283)

Nội dung		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	123	43,46
	Nữ	160	56,53
Trình độ	TC-CD	166	23,32
	ĐH	140	49,47
	Khác	77	27,21
Nghề nghiệp	CNV	89	31,45
	Doanh Nhân	103	36,40
	Khác	22	7,77
Độ tuổi	Dưới 30	45	56,32
	Từ 31 - 40	120	40,66
	Từ 41 - 50	88	2,47
	Trên 51	24	0,55

Nguồn: Dữ liệu nghiên cứu định lượng chính thức

EFA và hồi quy (Nunnally & Burnstein, 1994). (Bảng 2)

5.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy 23 biến quan sát trong 5 thành phần của thang đo NLCT của NHTM cũng giữ nguyên 5 nhân tố với 23 biến quan sát. Hệ số KMO = 0,790 nên EFA phù hợp với dữ liệu và thống kê Chi-square của kiểm định Bertlett đạt giá trị 6874,384 với mức ý nghĩa 0.000; do vậy các biến quan sát có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể. Phương sai trích bằng 72,071 thể hiện rằng 5 nhân tố rút ra được giải thích từ 72,071% biến thiên của dữ liệu, tại hệ số eigenvalue bằng 1,322. Do vậy, các thang đo rút ra là chấp nhận được. (Bảng 3)

Bảng 2. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha các thang đo

STT	Thang đo	Số biến quan sát	Hệ số tin cậy	Hệ số tương quan - biến tổng nhỏ nhất
1	Ảnh hưởng xã hội và niềm tin	5	0,889	0,696
2	Điều kiện thuận lợi	5	0,891	0,675
3	Động lực hân hoan	5	0,823	0,580
4	Giá trị chi phí	4	0,901	0,688
5	Nhận thức bảo mật	4	0,778	0,495
6	Ý định sử dụng mobile banking	4	0,898	0,463

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 3. Bảng tóm tắt kết quả kiểm định thang đo

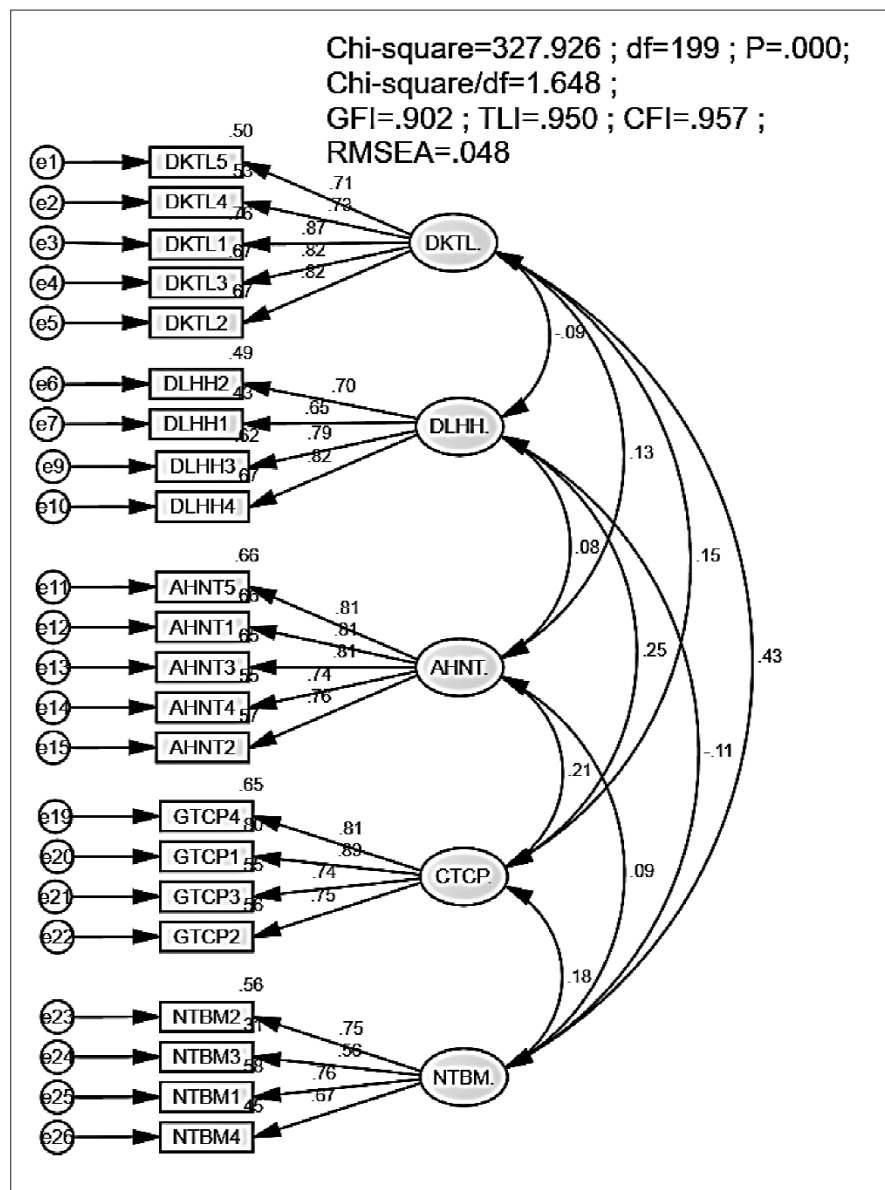
Thành phần	Số biến quan sát	Độ tin cậy Alpha	Phương sai Trích (%)	Đánh giá
Giá trị chi phí (GTCP)	5	0,889	21.753	Đạt yêu cầu
Điều kiện thuận lợi (DKTL)	5	0,891	16.623	
Ảnh hưởng xã hội và niềm tin (AHNT)	5	0,823	13.103	
Động lực hân hoan (DLHH)	4	0,901	9.494	
Nhận thức bảo mật (NTBM)	4	0,778	7.599	
Ý định sử dụng mobile banking (YDSD)	4	0,860	70,861	

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

5.3. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Về mức độ phù hợp chung, phân tích nhân tố khẳng định cho thấy mô hình này có giá trị thống kê chi bình phương là 327,926 với 199 bậc tự do ($p = 0,000$). Chi bình phương tương đối theo bậc tự do CMIN/df là 1,648 ($< 0,2$). Các chỉ tiêu khác như GFI= 902 ($> 0,9$), TLI = 0,950 ($> 0,9$), CFI = 0,957 ($> 0,9$) và RMSEA = 0,048 ($< 0,08$). Do đó, mô hình này phù hợp với dữ liệu thị trường. Điều này cũng cho phép rút ra nhận định về tính đơn hướng của các biến quan sát. Về giá trị hội tụ, các trọng số chuẩn hóa của các thang đo đều $> 0,5$ và có ý nghĩa thống kê $p < 0,5$. Do đó, các thang đo đạt được giá trị hội tụ. (Hình 2)

Hình 2: Kết quả phân tích CFA



5.4. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

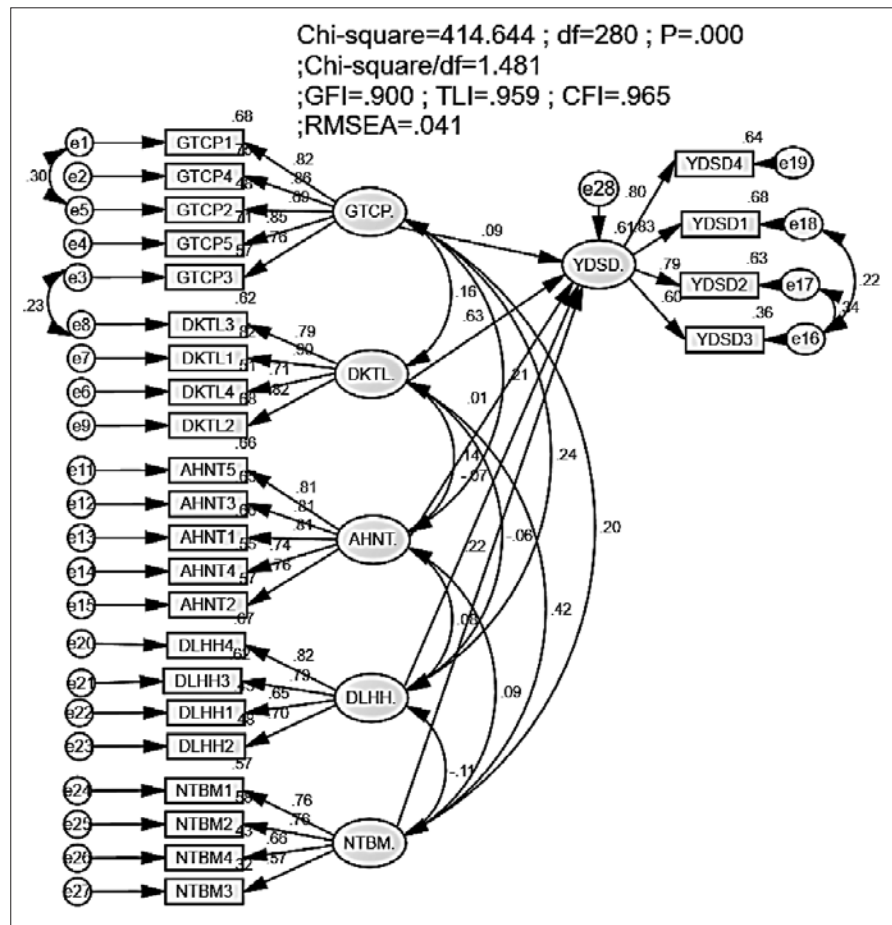
Trong mô hình nghiên cứu có 5 khái niệm nghiên cứu, trong đó có 5 biến độc lập gồm: Ảnh hưởng xã hội và niềm tin, Điều kiện thuận lợi, Động lực hân hoan, Giá trị chi phí, Nhận thức bảo mật và biến phụ thuộc là Ý định sử dụng mobile banking. Kết quả cho thấy, mô hình cấu

trúc tuyến tính có giá trị thống kê chi bình phương là 414,644 với 280 bậc tự do ($p = 0,000$). Chi bình phương tương đối theo bậc tự do CMIN/df là 1,481 ($< 0,2$). Các chỉ tiêu khác như GFI= 0,900 (0,9), TLI = 0,959 ($> 0,9$), CFI = 0,965 ($> 0,9$) và RMSEA = 0,041 ($< 0,08$). Do đó, mô hình này đạt độ tương thích với dữ liệu thị trường. Điều này đồng nghĩa với việc chấp nhận các giả thuyết H1, H2, H3, H4, và H5. (Hình 3)

6. Thảo luận kết quả và hướng nghiên cứu tiếp theo

Theo kết quả điều tra khảo sát 283 người chưa sử dụng mobile banking và đang sử dụng mobile banking, nữ giới hiện nay đang tiếp cận với mobile banking nhiều hơn nam giới. Kết quả kiểm định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng mobile banking cho thấy nam giới bị chịu ảnh hưởng bởi sự dễ dàng sử dụng (Điều kiện thuận lợi), trong khi nữ giới không chịu ảnh hưởng. Kết quả này có vẻ ngược với thực tế khi mà nữ giới thường ít thạo về công nghệ hơn nam giới, có thể do nam giới cho rằng mobile banking càng dễ sử dụng thì họ càng có ý định sử dụng là vì tính cẩn thận, chi tiết của nam giới bằng nữ giới. Trên thực tế, để cài đặt được ứng dụng mobile banking, khách hàng cần phải có điện thoại tương thích hay máy tính bảng. Tuy nhiên, nhiều khách hàng chưa sử dụng mobile banking, mặc dù họ đáp ứng được các điều kiện ứng dụng mobile banking. Nhiều khách hàng cho rằng, mobile banking có những điều thú vị thì sẽ có ý định sử dụng mobile banking cao hơn. Thực tế, nhiều người sử dụng vì sự tiện lợi của mobile banking và do ảnh hưởng xã hội, chứ họ chưa cảm nhận hết được lợi ích từ mobile banking mang lại. Nên tác động của nhân tố này đến ý định sử dụng là chưa cao. Đối với những người đang sử dụng mobile banking hầu hết đều lựa chọn mobile banking vì họ cảm nhận được

Hình 3: Kết quả phân tích SEM



lợi ích chi phí mà mobile banking mang lại như có thể thanh toán hóa đơn, thực hiện các giao dịch 24/7. Ảnh hưởng xã hội có một vai trò rất quan trọng, không chỉ đối với lĩnh vực mobile banking mà còn đối với các dịch vụ ngân hàng điện tử khác của ngân hàng như internet banking, ATM. Đặc biệt là đối với những dịch vụ công nghệ còn mới mẻ. Đối với những người có ý định sử dụng mobile banking thì niềm tin rất quan trọng. Nếu họ càng tin tưởng dịch vụ, ý định sử dụng dịch vụ của họ càng cao. Điều này phù hợp với các nghiên cứu trước đây trong lĩnh vực mobile banking như Lee và cộng sự (2007, Mohammadi (2015). Đối với khách hàng, họ cho rằng việc sử dụng mobile banking càng dễ lại càng có ý định sử dụng mobile banking. Điều này phù hợp với mô hình gốc và của hầu hết các nghiên cứu như Alam (2014).

Tuy nhiên, nghiên cứu còn hạn chế là mẫu nghiên cứu chưa mang tính chất đại diện rộng đầy đủ đặc biệt là khu vực nông thôn, và còn có thể có những nhân tố khác nhưng tác giả chưa phát hiện ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Aboelmaged, M., và Gebba, T. R. (2013), "Mobile banking adoption: an examination of technology acceptance model and theory of planned behavior", *International Journal of Business Research and Development*, 2(1).
2. Ahmed, Z., Kader, A., Rashid, H. U., & Nurunnabi, M. (2017), "User Perception of Mobile Banking Adoption: An Integrated Ttf-Utaut Model", *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(3), 1-19.
3. Afshan, S., và Sharif, A. (2016), "Acceptance of mobile banking framework in Pakistan", *Telematics and Informatics*, 33(2), 370-387.
4. Alam, M. M. (2014), "Factors Affecting Consumers' Adoption of Mobile Banking in Bangladesh: An Empirical Study", *TNI Journal of Engineering and Technology*, 31-37.
5. Koenig-Lewis, N., Palmer, A., và Moll, A. (2010), "Predicting young consumers' take up of mobile banking services", *International journal of bank marketing*, 28(5), 410-432.
6. Lin, H. F. (2011), "An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust", *International journal of information management*, 31(3), 252-260.
7. Mohammadi, H. (2015), "A study of mobile banking loyalty in Iran", *Computers in Human Behavior*, 44, 35-47.

Ngày nhận bài: 16/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 6/4/2020

Thông tin tác giả:

1. NCS. TRẦN HỮU ÁI
Trường Đại học Văn Hiến

2. ThS. CAO HÙNG TẤN
Trường Đại học Văn Lang

FACTORS AFFECTING THE INTENTION IN USING MOBILE BANKING SERVICES OF CUSTOMERS LIVING IN HO CHI MINH CITY

● Ph.D's Student **TRAN HUU AI**

Van Hien University

● MBA **CAO HUNG TAN**

Văn Lang University

ABSTRACT:

The study determines how these following factors: the value of transaction costs, favorable conditions, hedonic motivation, security awareness, social influence and trust are significant factors affect the intention in using mobile banking services. The study's results show that there are statistically significant relationships among these factors and the intention in using mobile banking services. The most influencing factor is favorable conditions, following by hedonic dynamics and cost value of security awareness, social influence and trust; these factors are listed in descending order of influencing level.

Keywords: Social influence and belief, hedonic motivation, security awareness, favorable conditions, cost value.

SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ MOBILE BANKING CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TẠI ĐỒNG NAI

● BÙI VĂN THỤY - NGUYỄN TIẾN QUANG

TÓM TẮT:

Mục tiêu của bài báo là đề xuất giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ Mobile Banking. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ Mobile Banking của các ngân hàng thương mại tại Đồng Nai bao gồm: sự đồng cảm, sự đáp ứng, ưu đãi, sự bảo đảm, sự hiệu quả, thiết kế và bảo mật. Đây chính là cơ sở để các ngân hàng tham khảo nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ Mobile Banking của mình.

Từ khóa: Sự hài lòng, các yếu tố ảnh hưởng, mobile banking, ngân hàng thương mại.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển của khoa học công nghệ đang đem lại cho con người những tiện ích tuyệt vời trên chiếc điện thoại di động. Điện thoại giờ đây không chỉ còn là một phương tiện liên lạc thông thường nữa, mà đã trở thành một kênh giao dịch ưu việt để ngân hàng có thể cung cấp các dịch vụ cho các khách hàng. Mobile Banking là dịch vụ ngân hàng hiện đại, cho phép khách hàng sử dụng điện thoại di động có kết nối Internet để thực hiện các giao dịch. Lợi ích đem lại của Mobile Banking là rất lớn cho khách hàng, ngân hàng cung ứng và cho nền kinh tế nhờ những tiện ích, sự nhanh chóng và chính xác. Vì vậy, để tồn tại và phát triển, các ngân hàng thương mại (NHTM) đang nỗ lực hết mình hiện đại hóa ngân hàng, trong đó có chú trọng phát triển dịch vụ Mobile Banking. Một

trong những vấn đề các NHTM quan tâm để phát triển dịch vụ Mobile Banking đó là chất lượng dịch vụ, sự hài lòng (SHL) của khách hàng về dịch vụ. Đây chính là lý do nhóm nghiên cứu thực hiện đề tài, nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ Mobile Banking của các NHTM tại Đồng Nai.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Khi nghiên cứu về chất lượng dịch vụ và cảm nhận chất lượng dịch vụ, nhiều nhà nghiên cứu đã sử dụng mô hình SERVQUAL của Parasurama và ctg (1985) và SERPERE của Parasurama và ctg (1988). Tuy nhiên hai mô hình này không phù hợp với sự phát triển của dịch vụ thương mại điện tử (TMĐT). Parasuraman và ctg (2000) đã đưa ra mô hình E-SQ. Mô hình E-SQ được thiết kế chuyên

biệt để đo lường chất lượng dịch vụ TMĐT, 11 yếu tố ảnh hưởng đến cảm nhận dịch vụ TMĐT, gồm: độ tin cậy, khả năng đáp ứng, khả năng tiếp cận, độ linh hoạt, trang web dễ sử dụng, sự hiệu quả, sự đảm bảo, hiểu biết về giá cả, thiết kế trang web và mức độ cá nhân hóa dịch vụ. Sau đó, 11 yếu tố này được rút gọn còn 7 yếu tố và tách thành hai mô hình: E-S-QUAL và E-RecS-QUAL.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Từ tình hình thực tế tại các NHTM trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, kế thừa cơ sở lý thuyết của mô hình E-S-QUAL, E-RecS-QUAL và các nghiên cứu trước đây, Tác giả đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Mobile Banking của các NHTM tại Đồng Nai.

Sự hiệu quả (HQ): Là sự dễ dàng trong thực hiện, dễ hiểu và dễ xử lý thông tin, tốc độ truy cập và sử dụng trang web/phần mềm cung cấp dịch vụ (Parasuraman & ctg, 2005).

Bảo mật (BM): Parasuraman và ctg (2005), Kenova và Jonasson (2006) cho rằng tính bảo mật bao gồm việc giữ bí mật thông tin cá nhân của khách hàng, thông tin giao dịch, các hoạt động trên web/phần mềm hay cho phép thực hiện các cách thức, biện pháp bảo mật mà người dùng cảm thấy an toàn hơn.

Sự đáp ứng (DU): Collier & Bienstock (2006),

Kenova & Jonasson (2006) cho rằng thang đo này kết hợp sự phản hồi và liên hệ với nhau giữa khách hàng và ngân hàng cung ứng dịch vụ.

Sự bảo đảm (BD): Parasuraman & ctg (2000) cho rằng sự bảo đảm là sự tự tin khách hàng cảm thấy trong việc xử lý trên trang web/phần mềm và do danh tiếng của đơn vị cung cấp trang web/phần mềm.

Thiết kế (TK): Bao gồm thiết kế phần mềm/webs bắt mắt, nội dung cập nhật phù hợp giao diện thiết bị, quá trình giao dịch nhanh chóng (Ho và Lin,2010).

Sự đồng cảm (DC): Parasuraman và ctg (1985) cho rằng sự đồng cảm là cung cấp sự chăm sóc, quan tâm đến khách hàng sử dụng dịch vụ của NHTM.

Ưu đãi (UD): Yếu tố này là bao gồm sự bồi thường, giá cả dịch vụ và khuyến mãi (Parasuraman và ctg, 2005).

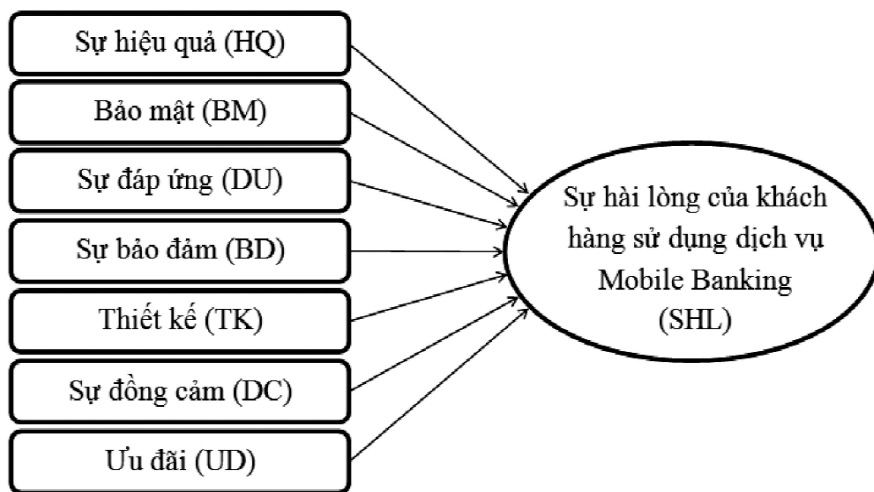
SHL của khách hàng là phản ứng sự cảm nhận của họ dựa trên kinh nghiệm sử dụng dịch vụ và sự mong đợi về dịch vụ (Parasuraman & ctg, 1988). SHL của khách hàng về dịch vụ Mobile Banking là phản ứng của khách hàng đối với việc NHTM có đáp ứng những mong muốn, thỏa mãn mong ước của mình.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp điều tra trực tiếp thông qua bảng câu hỏi khảo sát. Số liệu thu thập được, tác giả tổng hợp và phân tích bằng phần mềm SPSS.

Kích thước mẫu được xác định dựa trên nghiên cứu của Bollen (1998) và Hair & Ctg (1998) (trích theo Nguyễn Đình Thọ, 2011), tức cần ít nhất 5 quan sát cho một biến đo lường và số quan sát không dưới 100. Do đó nghiên cứu này cần đảm bảo kích thước mẫu tối thiểu là 160. Nghiên cứu tiến hành thu thập dữ liệu thông qua khảo sát trực tiếp 320

Sơ đồ 1: Các yếu tố ảnh hưởng đến SHL của khách hàng sử dụng dịch vụ Mobile Banking



khách hàng cá nhân đang sử dụng dịch vụ Mobile Banking của các NHTM tại Đồng Nai.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích nhân tố EFA

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố EFA lần 1, kết quả cho thấy biến BM1 có hệ số Factor Loading < 0.5 nên loại khỏi phân tích EFA, kết quả phân tích nhân tố EFA lần 2 như Bảng 1.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy = 0.858 > 0.5 và Sig = 0.00 < 0.05 nên dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là thích hợp. (Bảng 2).

Eigenvalue = 1.469 > 1 đại diện cho phần biến

thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất.

Tổng phương sai trích (Cumulative %) = 76.911% > 50% điều này chứng tỏ 76.911% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 7 nhân tố được đo lường thông qua 29 biến quan sát.

4.2. Kiểm định Cronbach's Alpha

Kiểm định Cronbach's Alpha để kiểm tra sự chặt chẽ và tương quan giữa các biến quan sát, từ đó loại bỏ những biến không phù hợp và giữ lại các biến phù hợp trong mô hình nghiên cứu. Các biến có Corrected Item - Total Correlation > 0.3 và Cronbach's Alpha > 0.7 sẽ được giữ lại.

Kết quả Bảng 3 cho thấy, các biến thang đo của từng yếu tố đều có Corrected Item Total Correlation > 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha > 0.7. Điều này chứng tỏ 29 các biến thang đại diện cho 7 yếu tố là phù hợp.

Bảng 1. Kiểm định KMO và Bartlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.858
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7729.517
	df	406
	Sig.	.000

Nguồn: Phân tích SPSS

Bảng 2. Tổng phương sai trích kết quả EFA

Nhân tố	Giá trị ban đầu Eigenvalues			Tổng trích phương sai hệ số tải			Tổng xoay phương sai hệ số tải		
	Tổng	Phương sai (%)	Tích lũy (%)	Tổng	Phương sai (%)	Tích lũy (%)	Tổng	Phương sai (%)	Tích lũy (%)
1	9.203	31.735	31.735	9.203	31.735	31.735	3.752	12.939	12.939
2	3.007	10.367	42.103	3.007	10.367	42.103	3.536	12.194	25.133
3	2.861	9.864	51.967	2.861	9.864	51.967	3.526	12.158	37.291
4	2.270	7.829	59.796	2.270	7.829	59.796	3.155	10.880	48.171
5	1.921	6.623	66.419	1.921	6.623	66.419	3.117	10.749	58.920
6	1.574	5.428	71.847	1.574	5.428	71.847	2.658	9.166	68.085
7	1.469	5.064	76.911	1.469	5.064	76.911	2.560	8.826	76.911
29	.038	.132	100.000						

Bảng 3. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha các yếu tố ảnh hưởng đến SHL của khách hàng sử dụng Mobile Banking

Tên nhân tố	Biến thang đo	Cronbach's Alpha	Kết luận
Sự hiệu quả	HQ1, HQ2, HQ3, HQ4, HQ5	.884	Đạt
Bảo mật	BM2, BM3, BM4, BM5	.804	Đạt
Sự đáp ứng	DU1, DU2, DU3	.896	Đạt
Sự bảo đảm	BD1, BD2, BD3, BD4, BD5	.892	Đạt
Thiết kế	TK1, TK2, TK3, TK4	.832	Đạt
Sự đồng cảm	DC1, DC2, DC3, DC4	.801	Đạt
Ưu đãi	UD1, UD2, UD3, UD4	.847	Đạt

Nguồn: Phân tích SPSS

Bảng 4. Kết quả hồi quy

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.002	.275		-7.287	.000
HQ	.128	.049	.101	2.599	.010
BM	.100	.053	.082	2.088	.048
DU	.310	.050	.235	6.221	.000
BD	.207	.063	.147	3.275	.001
TK	.128	.054	.098	2.369	.018
DC	.421	.052	.358	8.037	.000
UD	.230	.054	.160	4.262	.000

a. Dependent Variable: SHL

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.787 ^a	.619	.611	.61933	2.092

Nguồn: Phân tích SPSS

4.3. Kết quả hồi quy và kiểm định

$$SHL = -2.002 + 0.421*DC + 0.310*DU + 0.230*UD + 0.207*BD + 0.128*HQ + 0.128*TK + 0.100*BM$$

Kết quả Bảng 4, cho thấy 7 yếu tố giải thích được 61.1% sự biến thiên về SHL của khách hàng về dịch vụ Mobile Banking và có ý nghĩa thống kê (sig. < 0.05).

Nghiên cứu thực hiện thêm các kiểm định khác, kết quả cho thấy mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến, không xảy ra hiện tượng tự tương quan và hoàn toàn phù hợp với dữ liệu.

5. Một số giải pháp

Từ kết quả nghiên cứu, các NHTM tại Đồng Nai có thể nâng cao SHL của khách hàng về dịch vụ Mobile Banking thông qua các giải pháp sau: (1) Cải thiện sự đồng cảm, như: cung cấp đầy đủ thông tin các tính năng của phần mềm, có hướng dẫn sinh động về sử dụng dịch vụ,...; (2) Cải thiện sự đáp ứng, như: nâng cấp phần mềm nhằm đáp ứng các nhu cầu của khách hàng, mở thêm các kênh hỗ trợ, nghiên cứu mở rộng các dịch vụ mới; (3) Tiếp tục thực hiện chính sách ưu đãi, như: áp dụng phí và lãi suất phù

hợp cho từng đối tượng khách hàng, có những chính sách khuyến mãi khi thực hiện giao dịch, có chính sách bồi hoàn nhanh chóng kịp thời; (4) Thực hiện các chính sách bảo đảm, như: luôn duy trì danh tiếng và hình ảnh của ngân hàng, luôn duy trì hệ thống giao dịch ổn định hạn chế các sự cố tới mức thấp nhất; (5) NHTM cần thực hiện các giải pháp khác nhằm đảm bảo và duy trì hiệu quả hoạt động của dịch vụ, phần mềm và đảm bảo tính bảo mật của giao dịch.

6. Kết luận

Sự hài lòng của khách hàng là yếu tố sống còn và là mục tiêu mà các NHTM hiện nay trong cung ứng dịch vụ. Trong dịch vụ Mobile Banking thì sự thỏa mãn nhu cầu khách hàng càng có ý nghĩa quan trọng trong xu hướng phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại. Kết quả nghiên cứu trên sẽ giúp NHTM tại Đồng Nai có cơ hội hiểu rõ hơn về nhu cầu khách hàng, đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ Mobile Banking và nhận biết yếu tố ảnh hưởng, từ đó nâng cao chất lượng hoạt động và nâng cao SHL của khách hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nhà xuất bản Lao động xã hội, Hà Nội.

2. Collier & Bienstock, Measuring service quality in e-retailing, *Journal of Service Research*, Vol. 8, no. 3, 2006.
3. Ho & Lin, Measuring the Service Quality of Internet Banking: Scale Development and Validation, *European Business Review*, Vol. 22, 2010.
4. Kenova & Jonasson, Quality Online Banking Services, *Technical Report*, Jonkoping International Business School, 2006.
5. Parasuraman & ctg, E-S-QUAL, A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality, *Journal of Service Research*, Vol.7, 2005.
6. Parasuraman, & ctg, A conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49: 41-50, 1985.
7. Parasuraman, & ctg, SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 12-40, 1988.

Ngày nhận bài: 18/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. BÙI VĂN THUY

ThS. NGUYỄN TIẾN QUANG

Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Lạc Hồng

THE SATISFACTION OF CUSTOMERS WITH MOBILE BANKING SERVICES PROVIDED BY COMMERCIAL BANKS IN DONG NAI PROVINCE

● Master. **BUI VAN THUY**

Faculty of Accounting and Finance, Lac Hong University

● Master. **NGUYEN TIEN QUANG**

Faculty of Accounting and Finance, Lac Hong University

ABSTRACT:

This study is to find out how to improve the satisfaction of customers with mobile banking services. The study's results show that factors affecting the satisfaction of customers with mobile banking services include empathy, response, incentives, guarantees, efficiency, design, and security factor. This find out is expected to help commercial banks improve the satisfaction of customers with their mobile banking services.

Keywords: Satisfaction, affecting factors, mobile banking, commercial banks.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG TIẾP CẬN VỐN VAY NGÂN HÀNG: PHÂN TÍCH CÁC BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI VIỆT NAM

● NGUYỄN VĂN THỤY - NGÔ THỊ XUÂN BÌNH - NGUYỄN QUỐC BỬU

TÓM TẮT:

Nghiên cứu thực hiện đánh giá và phân tích những nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn vay ngân hàng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (Small and Medium Enterprises - SMEs) ở Việt Nam. Bài viết sử dụng phương pháp tổng hợp và phân tích các công trình nghiên cứu trước để cho thấy bức tranh tổng thể về thực trạng khả năng tiếp cận vốn của các doanh nghiệp SMEs của Việt Nam và những nguyên nhân từ thủ tục hành chính, quy trình từ cả phía các tổ chức tín dụng và SMEs. Các hàm ý đề xuất nhằm tăng cường khả năng tiếp cận nguồn vốn đáp ứng hoạt động sản xuất - kinh doanh cho doanh nghiệp thông qua quá trình cải cách thủ tục hành chính. Kết quả nghiên cứu cho thấy, SMEs vẫn còn nhiều khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn vay của ngân hàng, trong đó có yếu tố liên quan đến thủ tục vay vốn ngân hàng. Để nâng cao khả năng tiếp cận vốn vay, các ngân hàng cần cải tiến lại thủ tục hồ sơ cho vay và có hướng dẫn cụ thể hơn cho các SMEs khi họ có nhu cầu vay vốn.

Từ khóa: Doanh nghiệp nhỏ và vừa, khả năng tiếp cận vốn, thủ tục của ngân hàng, Việt Nam.

1. Giới thiệu

Theo Nghị định số 39/2018/NĐ-CP, SMEs được phân theo quy mô bao gồm doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp vừa. Các chỉ tiêu xác định SMEs tập trung ở 2 yếu tố tùy theo lĩnh vực hoạt động, bao gồm số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm và tổng

doanh thu (hoặc tổng nguồn vốn), cụ thể được thể hiện ở Bảng 1.

Theo số liệu thống kê của VCCI, trong 500.000 các doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam có 97% là các SMEs. Khu vực SMES đóng một vai trò quan trọng trong các nền kinh tế đang phát triển trong cuộc chiến chống lại

Bảng 1. Tiêu chí xác định SMES ở Việt Nam

Loại hình doanh nghiệp	Số lao động (Người)	Tổng Doanh thu (Tỷ Đồng)	Tổng Nguồn vốn (Tỷ Đồng)
Siêu nhỏ			
+ Nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản và lĩnh vực công nghiệp, xây dựng	≤10	≤ 3	≤ 3
+ Thương mại, dịch vụ	≤10	≤ 10	≤ 3
Nhỏ			
+ Nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản và lĩnh vực công nghiệp, xây dựng	≤100	≤ 50	≤ 20
+ Thương mại, dịch vụ	≤50	≤ 100	≤ 50
Vừa			
+ Nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản và lĩnh vực công nghiệp, xây dựng	≤ 200	≤ 200	≤ 100
+ Thương mại, dịch vụ	≤ 100	≤ 300	≤ 100

Nguồn: Nghị định số 39/2018/NĐ-CP

nghèo đói và thất nghiệp. Để các SMEs được phát triển thì một trong những việc cần làm là giải quyết vấn đề tài chính của họ. Do đó, việc giải quyết những hạn chế tiếp cận tín dụng của các SMEs sẽ tạo ra cơ hội giải quyết việc làm, cải thiện thu nhập gia đình và giảm nghèo. Vốn ngân hàng đã góp phần đáng kể vào sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân, đặc biệt là các SMEs. Tuy nhiên, khả năng tiếp cận vốn vay ngân hàng của SMEs vẫn còn những hạn chế nhất định không chỉ ở phía bản thân doanh nghiệp mà còn nhiều vướng mắc về phía ngân hàng.

Nghiên cứu về khả năng tiếp cận vốn của các SMEs đã được thực hiện với nhiều hướng tiếp cận khác nhau tại Việt Nam và trên thế giới. Bài viết sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp kết quả từ các nghiên cứu trước để tìm hiểu một bức tranh tổng thể về thực trạng khả năng tiếp cận vốn của các SMEs ở Việt Nam. Qua đó, bài viết có cơ sở đề ra những giải pháp thích hợp nhằm nâng cao khả năng tiếp cận vốn, giúp cho các doanh nghiệp có nhiều cơ hội hơn để phát triển khi được hỗ trợ tài chính từ ngân hàng.

2. Các nghiên cứu thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn vay của doanh nghiệp SMEs

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn của các SMEs được tiếp cận làm hai hướng tiếp cận chính: Các yếu tố nội bộ và các yếu tố từ bên ngoài.

2.1. Các nghiên cứu của nước ngoài

Bebczuk (2004) nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận tín dụng của các SMES ở Argentina từ kết quả khảo sát 140 doanh nghiệp ở nước này. Kết quả cho thấy, việc chấp nhận thấu chi với kỳ hạn ngắn và lãi suất cao là một yếu tố quan trọng liên quan đến khả năng vay ngân hàng. Trong khi đó, tài sản thế chấp ít có ý nghĩa thống kê trong việc tiếp cận tín dụng. Trong khi đó, Fatoki & Odeyemi (2010) đã nghiên cứu thực nghiệm các yếu tố quyết định tiếp cận tín dụng thương mại bởi các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Nam Phi. Nghiên cứu cho thấy, trong số 417 doanh nghiệp vừa và nhỏ, chỉ có 71 người có thể truy cập tín dụng thương mại. Kết quả của hồi quy logistic chỉ ra rằng, năng lực quản lý, tính sẵn có của kế hoạch kinh doanh, yếu

tổ thuộc về các hiệp hội thương mại, mối quan hệ trước đây, địa điểm, quy mô kinh doanh, bảo hiểm và sự hợp nhất là các yếu tố quyết định tiếp cận tín dụng thương mại của các SMEs mới thành lập. Hơn nữa, việc kết nối giữa các doanh nghiệp và các định chế tài chính làm giảm bất cân xứng thông tin. Điều này có xu hướng ảnh hưởng đến những quyết định tài chính mạo hiểm.

Theo Shaw & Pretorius (2004) đã chỉ ra, thông tin tài chính là một trong những chỉ tiêu chính để đo lường khả năng trả nợ tín dụng của một doanh nghiệp. Thông tin tài chính và kinh doanh thường được thể hiện trong kế hoạch kinh doanh của các SMEs để cung cấp thông tin cho các định chế tài chính khi đi doanh nghiệp đi vay. Thông tin này được sử dụng để xác định hiệu suất hiện tại và dự đoán hiệu suất tương lai. Ngược lại, Dahl & Sorenson (2007) khám phá ra rằng, vị trí cũng ảnh hưởng đến tiềm năng thị trường và cơ hội tăng trưởng của các SMEs. Vị trí địa lý gần với người mua hoặc nhà cung cấp giúp các doanh nghiệp dễ dàng xác định và khai thác các cơ hội tăng trưởng trên thị trường. Gilbert & Keilbach (2008) chỉ ra rằng, khu vực địa lý nơi công ty được đưa ra có ý nghĩa cho việc tiếp cận thị trường và tài nguyên. Các doanh nghiệp ở khu vực đô thị có thể có cơ hội thành công cao hơn so với những khu vực nông thôn. Đối với các công ty Zimbabwe, Fafchamps & ctg (1997) thấy rằng, các công ty lớn hơn có nhiều khả năng nhận tín dụng thương mại hơn. Fafchamps & ctg (1994) nghiên cứu tín dụng thương mại như một nguồn tài chính doanh nghiệp ở Kenya và cho rằng việc sử dụng tín dụng thương mại tăng lên với quy mô doanh nghiệp.

Việc hạn chế tiếp cận đối với tín dụng ngân hàng làm kìm nén tăng trưởng trong SME ngành, với những tác động nghiêm trọng đối với nghèo đói và thất nghiệp (Morewagae & ctg, 1995). Trong khi nghiên cứu thực nghiệm về các hạn chế đối với việc tiếp cận tín dụng của các SMEs mới từ các ngân hàng thương mại và tín dụng thương mại, theo Fatoki & Smit (2011), xác định các yếu tố trong môi trường kinh doanh được phân loại là các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp.

Các yếu tố bên trong gồm có năng lực quản lý, tài sản thế chấp, hệ thống mạng liên kết và thông tin doanh nghiệp. Các yếu tố bên ngoài gồm có kinh tế vĩ mô và tội phạm. Kết quả nghiên cứu của Fatoki & Smit (2011) chỉ ra rằng việc thiếu tài sản bảo đảm thường dẫn đến việc từ chối các đơn đi vay từ các tổ chức tài chính. Hay nói một cách khác, có một mối quan hệ tương đồng đáng kể giữa việc thiếu tài sản bảo đảm và sự không sẵn có các khoản nợ ngân hàng. Kết quả này cũng tìm thấy trong các nghiên cứu của Barbosa & Moraes (2004), Blumberg & Letterie (2008). Ngoài ra, việc thiếu thông tin doanh nghiệp là một trở ngại quan trọng đối với việc tiếp cận tín dụng (Fatoki & Smit, 2011).

Như vậy, có nhiều yếu tố khác nhau ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn vay của các SMEs. Trong đó, khả năng tiếp cận vốn vay từ ngân hàng cũng có những hạn chế nhất định như hạn chế về tài sản bảo đảm, về thông tin doanh nghiệp hay năng lực quản lý.

2.2. Các nghiên cứu tại Việt Nam

Khả năng tiếp cận vốn vay ngân hàng của các SMEs ở Việt Nam thường được nghiên cứu trong các nghiên cứu về khả năng tiếp cận vốn nói chung, dưới đây là một số nghiên cứu tiêu biểu phản ánh một cách nhìn khá toàn diện về thực trạng khả năng tiếp cận vốn vay ngân hàng của các SMEs ở Việt Nam hiện nay.

Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018) tiến hành khảo sát 357 doanh nghiệp SMEs trong các ngành nghề khác nhau nhằm nghiên cứu năng lực quản trị tài chính tại khu vực Đông Nam Bộ bằng phương pháp Friedman đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn của các doanh nghiệp này.

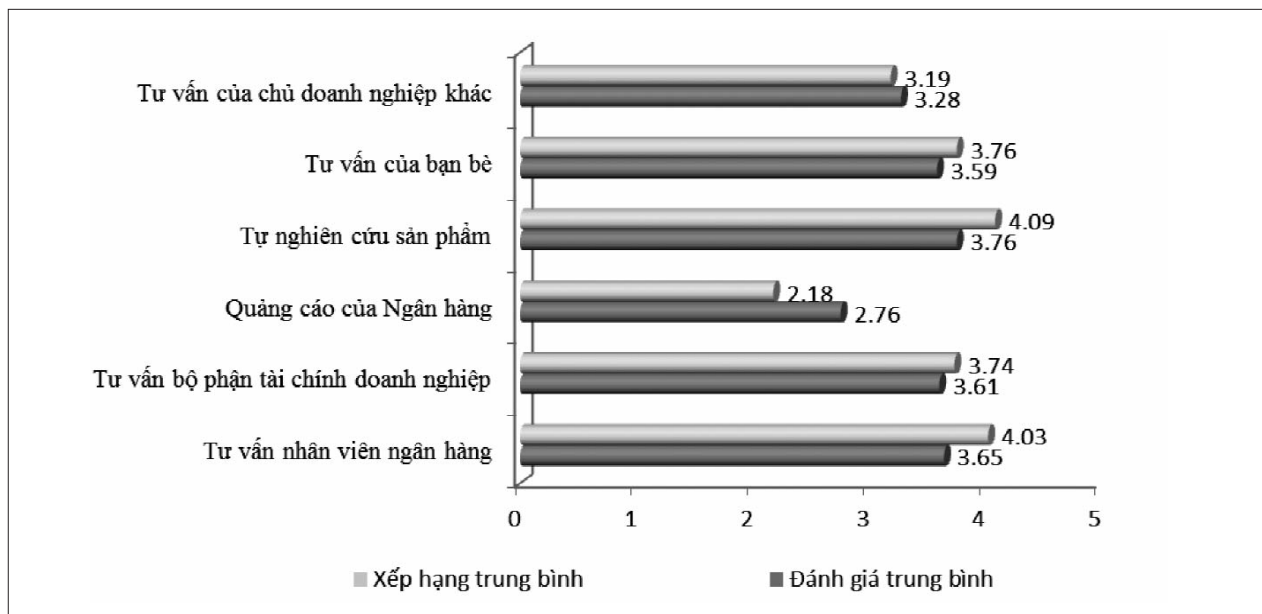
Thứ nhất, về đặc điểm của doanh nghiệp: Kết quả cho thấy, mối quan hệ tỷ lệ thuận giữa quy mô doanh nghiệp (về vốn, lao động) và năng lực quản trị tài chính. Các doanh nghiệp có quy mô lớn có kiến thức về tài chính tốt hơn, có thái độ tích cực với nguồn vốn huy động bên ngoài và có kỹ năng, hành vi quản trị tài chính tốt hơn. Một yếu tố ảnh hưởng nữa là tuổi đời doanh nghiệp. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, các doanh nghiệp

có tuổi đời từ 3 - 10 năm có năng lực quản trị tài chính tốt nhất và có thái độ đối với vốn vay và sử dụng các sản phẩm tài chính tích cực hơn.

Thứ hai, về đặc điểm nhà quản trị: Năng lực quản trị của doanh nghiệp phụ thuộc vào trình độ học vấn, kinh nghiệm và hoạt động đào tạo của nhà quản trị. Nghiên cứu cho thấy trình độ càng cao, việc nhận biết các sản phẩm tài chính, thái độ với vốn vay và kiến thức về xây dựng và thẩm định dự án càng tốt. Nguyen & ctg (2015) nghiên cứu về khả năng tiếp cận tín dụng của các SMEs ở Việt Nam với dữ liệu thu thập từ 487 doanh nghiệp ở Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy, đặc điểm của chủ sở hữu, trình độ học vấn, giới tính là các yếu tố quan trọng nhất trong việc xác định tiếp cận tín dụng, tiếp theo là mối quan hệ giữa các SMEs với ngân hàng và các khách hàng. (Hình 1)

thương mại và tài chính vi mô. Cụ thể hơn trong lĩnh vực ngân hàng, cứ 1% tăng mối liên hệ giữa doanh nghiệp với các quan chức ngân hàng làm tăng khả năng có được khoản vay lên 7% với mức ý nghĩa 1%. Các khoản vay từ ngân hàng thương mại có lãi suất cao hơn so với vay từ các nguồn khác như người thân, bạn bè hoặc tín dụng thương mại. Nghiên cứu của Nguyễn Hồng Hà & ctg (2013) cho rằng, uy tín doanh nghiệp, tài sản đảm bảo, tính minh bạch báo cáo tài chính, năng lực quản lý, khả năng lập phương án kinh doanh, chính sách cho vay, lãi suất,... Trong đó, nhân tố về uy tín doanh nghiệp tác động mạnh nhất đến khả năng tiếp cận vốn tín dụng tại Trà Vinh. Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018) cho rằng, loại hình doanh nghiệp cũng ảnh hưởng khi các công ty cổ phần có khả năng tiếp cận vốn cao hơn các

Hình 1: Nguồn thông tin hỗ trợ doanh nghiệp SMEs ra quyết định sử dụng vốn vay



Nguồn: Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018)

Cuối cùng là hệ thống thông tin tài chính và tổ chức tài chính: Ngân hàng và các tổ chức tài chính đóng vai trò quan trọng ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn vay của SMEs. Theo Nguyen & ctg (2015), thông tin lãi suất vay, đặc điểm chủ sở hữu không ảnh hưởng đáng kể. Nguồn tài chính chi phí cao nhất của các doanh nghiệp là vay tiền từ tư nhân, tiếp theo là vay ngân hàng

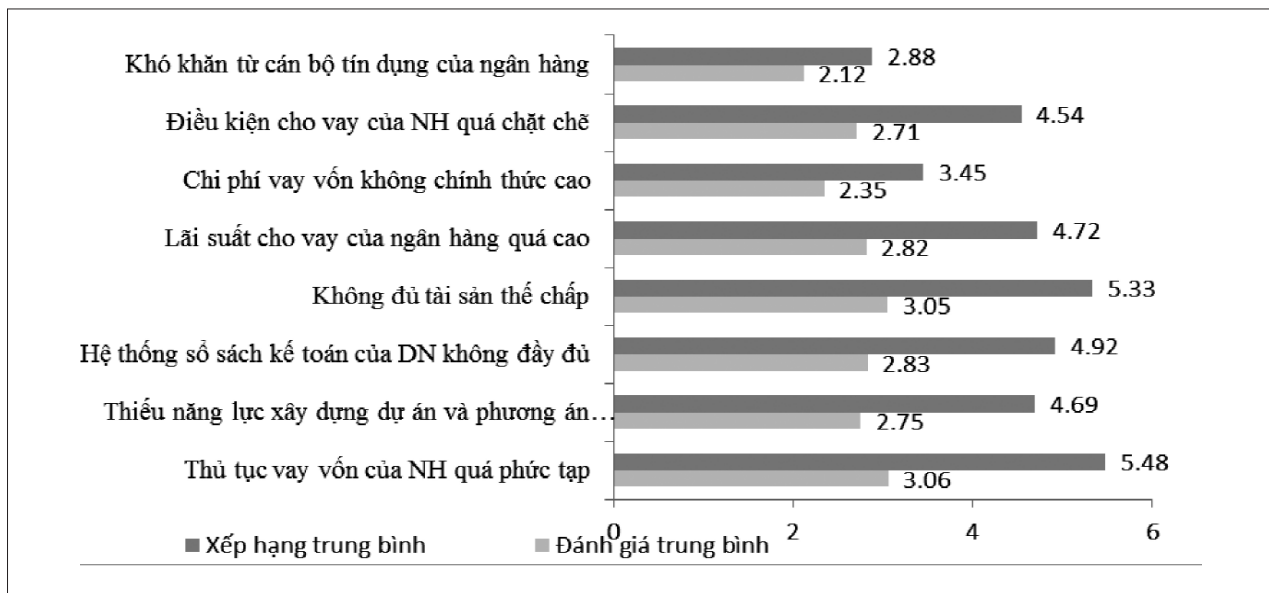
công ty TNHH. Và khi đưa ra quyết định sử dụng các sản phẩm tài chính thì các doanh nghiệp thường dựa nhiều vào tư vấn của nhân viên ngân hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy tư vấn của nhân viên ngân hàng là một trong hai nguồn thông tin (bên cạnh sự tự tìm hiểu của chủ doanh nghiệp về các sản phẩm) ảnh hưởng lớn nhất đến quyết định sử dụng sản phẩm tài chính.

3. Khó khăn trong quá trình tiếp cận vốn vay ngân hàng của các SMEs tại Việt Nam

Theo nghiên cứu của Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018), mặc dù có đến 73% doanh nghiệp có vay vốn ngân hàng, nhưng nguồn vốn chính để hoạt động là từ nguồn lợi nhuận để lại và nguồn khác mà không phải nguồn vốn từ ngân hàng. Có 75,6% số doanh nghiệp vay ngân hàng trả lời vẫn gặp nhiều khó khăn trong vay ngân hàng. Cụ thể như Hình 2.

Theo Dao & ctg (2016) sử dụng mô hình Logit để tìm hiểu khả năng tiếp cận tín dụng của 756 SMEs và bảng câu hỏi để tìm hiểu nguyên nhân thiếu kết nối giữa ngân hàng và các SMEs ở tỉnh Bến Tre. Kết quả chỉ ra rằng, trình độ giáo dục của người quản lý, tài sản thế chấp, giá trị tài sản của doanh nghiệp, khoản vay của doanh nghiệp từ Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam, khoảng cách tới các tổ chức tín dụng và trụ sở chính của doanh nghiệp là những yếu tố ảnh

Hình 2: Khó khăn trong việc vay vốn ngân hàng



Nguồn: Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018)

Phân tích những nguyên nhân khó khăn trong tiếp cận vốn vay, nghiên cứu của Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018) đã đưa ra 8 tiêu chí khảo sát như sau: Thủ tục vay vốn ngân hàng quá phức tạp, thiếu năng lực xây dựng dự án và phương án trả nợ, hệ thống sổ sách kế toán doanh nghiệp không đầy đủ, không đủ tài sản thế chấp, lãi suất cho vay ngân hàng quá cao, chi phí vay vốn không chính thức cao, điều kiện cho vay ngân hàng quá chặt chẽ, khó khăn từ cán bộ tín dụng của ngân hàng. Kết quả khảo sát cho thấy có hai khó khăn lớn nhất của SMEs khi đi vay vốn ngân hàng, đó là thủ tục vay vốn phức tạp (xếp hạng trung bình: 5.48) và không có đủ tài sản thế chấp (xếp hạng trung bình 5.33). Theo kết quả khảo sát, tất cả các doanh nghiệp đi vay đều phải có tài sản thế chấp.

hưởng đến việc tiếp cận tín dụng của các SMEs. Như vậy, trong mối liên hệ với ngân hàng, các yếu tố chính ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận tín dụng của SMEs là tài sản thế chấp và khoảng cách tới các ngân hàng. Tài sản thế chấp ảnh hưởng đáng kể đến khả năng tiếp cận tín dụng. Một doanh nghiệp có tài sản thế chấp có thể giảm 2,55% xác suất gặp khó khăn trong tiếp cận tín dụng và khoảng cách giữa doanh nghiệp và tổ chức tín dụng trên 20km có thể giảm khả năng đối mặt với việc hạn chế tín dụng là 0,92%, khoảng cách ngắn giữa doanh nghiệp và ngân hàng không phải là điều kiện thuận lợi nhất của truy cập tín dụng (Dao & ctg, 2016). Theo Trần Quốc Hoàn (2018) cho thấy, chi phí vay vốn và lịch sử vay nợ có tác động ngược chiều và là hai

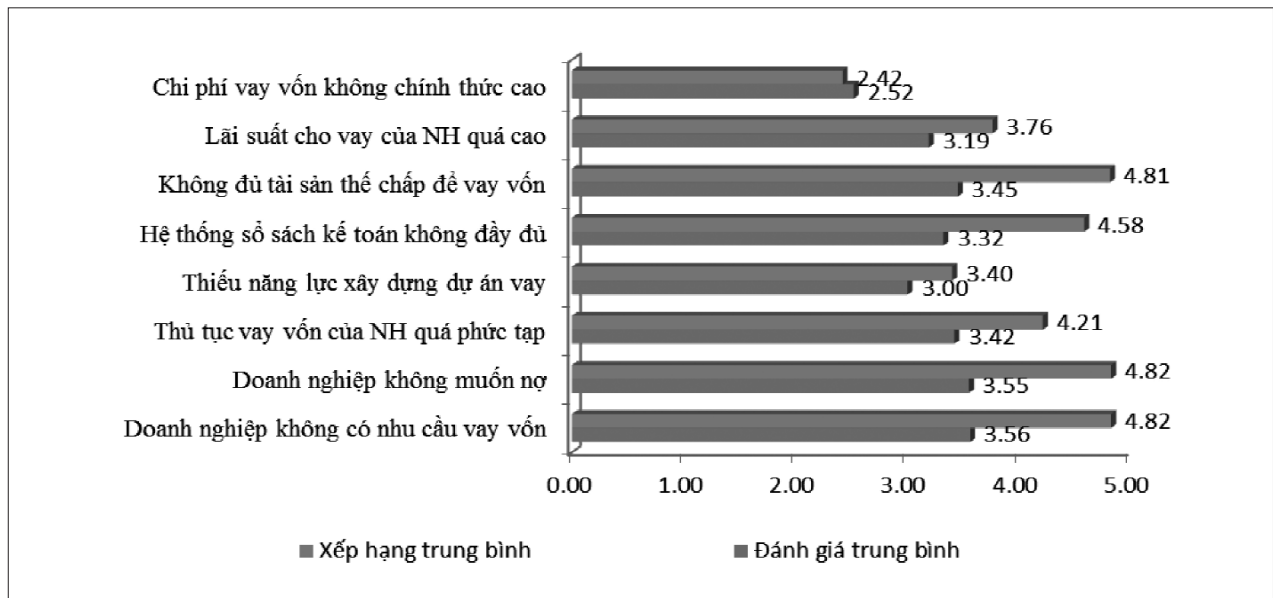
nhân tố ảnh hưởng lớn nhất đến khả năng tiếp cận vốn tín dụng ngân hàng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa; các nhân tố năng lực của lãnh đạo doanh nghiệp và đội ngũ cố vấn, mối quan hệ của doanh nghiệp, tài sản đảm bảo, khả năng trả nợ, chính sách tín dụng của ngân hàng, và chính sách hỗ trợ của chính phủ và địa phương là những nhân tố có tác động thuận chiều đến khả năng tiếp cận vốn tín dụng ngân hàng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Nhóm nguyên nhân kế tiếp là do hệ thống sổ sách kế toán của doanh nghiệp không đầy đủ. Các báo cáo tài chính của SMEs thường không được kiểm toán và độ tin cậy không cao. Điều này khiến việc thu thập thông tin về doanh nghiệp rất khó khăn và tốn kém. Theo Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018) chỉ có 201/357 doanh nghiệp có lập Báo cáo lưu chuyển tiền tệ. Trong khi đó, đây là một báo cáo tài chính rất quan trọng thường được các ngân hàng quan tâm. Đối với các doanh nghiệp không đi vay, trong số 102 doanh nghiệp, có 69 doanh nghiệp không đi vay do thủ tục ngân hàng quá phức tạp, 57 doanh nghiệp lựa chọn không đi vay do không có đủ tài sản đảm bảo. (Hình 3)

4. Kết luận và hàm ý chính sách

Như vậy, theo các nghiên cứu cả trong nước và trên thế giới, khả năng tiếp cận vốn vay ngân hàng của các SMEs còn hạn chế bởi cả những yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Thứ nhất, các nhân tố về phía doanh nghiệp, gồm: (1) Về trình độ học vấn của nhà quản lý doanh nghiệp. Trình độ học vấn của nhà quản lý càng cao, khả năng tiếp cận tín dụng càng cao. (2) Quy mô tài sản của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có quy mô càng lớn càng dễ vay ngân hàng. (3) Tài sản thế chấp của doanh nghiệp. Doanh nghiệp hạn chế vay ngân hàng do không có đủ tài sản thế chấp. (4) Hệ thống sổ sách của doanh nghiệp. Hệ thống sổ sách của SMES còn thiếu sót nên cũng làm hạn chế khả năng vay vốn ngân hàng. Do vậy, các nhà quản trị doanh nghiệp phải không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn, quản lý, để có đầy đủ kiến thức tham gia điều tiết hoạt động của doanh nghiệp. Nhà quản lý doanh nghiệp cần tổ chức quản lý sổ sách, chứng từ kế toán cho phù hợp với quy định hiện hành. Bên cạnh đó, cần hướng đến xu thế mở rộng quy mô hoạt động, nâng cao giá trị tổng tài sản và kiểm soát tương ứng với quy mô mở rộng. Thứ

Hình 3: Nguyên nhân doanh nghiệp không vay vốn ngân hàng



Nguồn: Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018)

hai, các nhân tố về phía ngân hàng: (1) Lãi suất vay của ngân hàng. Các nghiên cứu cho thấy lãi suất vay vốn ngân hàng cao hơn lãi suất vay từ người thân, bạn bè hoặc từ tài chính vi mô. Vì vậy, các SMES cũng e ngại khi vay ngân hàng nếu xét từ góc nhìn chi phí tài chính. (2) Mối liên hệ giữa doanh nghiệp và ngân hàng. Doanh nghiệp có mối liên hệ với ngân hàng thì khả năng vay vốn ngân hàng cao hơn các doanh nghiệp không có mối liên hệ với ngân hàng. (3) Thủ tục vay ngân hàng. Thủ tục vay ngân hàng quá phức tạp cũng làm cho các doanh nghiệp e

ngại, không muốn tiếp cận nguồn vốn từ ngân hàng. Do vậy, các ngân hàng cần thiết kế lại thủ tục nộp hồ sơ vay và có hướng dẫn cụ thể hơn cho các SMES. Đồng thời xem xét đến việc giảm tối đa trong mức có thể lãi suất vay và các yêu cầu liên quan đến tài sản đảm bảo để các doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận tín dụng hơn. Ngoài ra, ngân hàng cũng cần tăng cường mối liên kết với các SMES, tạo một sự gắn kết chặt chẽ giữa ngân hàng và doanh nghiệp, để vừa có thể tăng khả năng cho vay, vừa có thể quản lý tốt việc sử dụng vốn và thu hồi nợ vay của doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bebczuk, R. N. (2004). *What determines the access to credit by SMEs in Argentina?* Documento de Trabajo Nro. 48 Febrero 2004, Universidad Nacional de La Plata.
2. Barbosa, E. G., & Moraes, C. D. C. (2004). Determinants of the firm's capital structure: The case of the very small enterprises. *Economics Working Paper Archive at WUSTL, Finance*, 302001.
3. Blumberg, B. F., & Letterie, W. A. (2008). Business starters and credit rationing. *Small Business Economics*, 30(2), 187-200.
4. Dahl, M., & Sorenson, O. (2007). Home sweet home: Social capital and location choice. *Social Science*, 1-22.
5. Dao, H. T. T., Mai, N. T., & Kim, N. T. (2016). Accessibility to credit of small medium enterprises in Vietnam. *Afro-Asian Journal of Finance and Accounting*, 6(3), 241-257.
6. Fatoki, O., & Odeyemi, A. (2010). Which new small and medium enterprises in South Africa have access to bank credit?. *International Journal of Business and Management*, 5(10), 128.
7. Fatoki, O. O., & Smit, A. V. A. (2011). Constraints to credit access by new SMEs in South Africa: A supply-side analysis. *African Journal of Business Management*, 5(4), 1413-1425.
8. Fafchamps, M., Biggs, T., Conning, J., & Srivastava, P. (1994). Enterprise Finance in Kenya: Regional program on Enterprise Development, Africa Region. *Washington, DC: The World Bank. Spontaneous Market Emergence and Social Networks*, 469.
9. Fafchamps, M. (1997). Trade credit in Zimbabwean manufacturing. *World Development*, 25(5), 795-815.
10. Gilbert, B. A., & Keilbach, M. (2008). New venture performance: does location matters.
11. Morewagae, B. S., Seemule, M., & Rempel, H. (1995). Access to credit for non-formal micro-enterprises in Botswana. *The Journal of Development Studies*, 31(3), 481-504.
12. Nguyễn Hồng Hà, Huỳnh Thị Ngọc Tuyền & Đỗ Công Bình (2013). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn tín dụng của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn tỉnh Trà Vinh, *Tạp chí Khoa học Xã hội và Nhân văn*, (9), 37-45.
13. Nguyễn Thị Hoàng Anh (2018). *Nghiên cứu năng lực quản trị tài chính của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở khu vực Đông Nam bộ*. Đề tài Khoa học và Công nghệ cấp bộ, Mã số: B2016-NTH-03.
14. Chính phủ (2018), Nghị định số 39/2018/NĐ-CP về “Quy định chi tiết một số điều của luật hỗ trợ SMEs”.
15. Nguyen, N., Gan, C., & Hu, B. (2015). *An empirical analysis of credit accessibility of small and medium sized enterprises in Vietnam*. University Library of Munich, Germany.

16. Shaw, G., & Pretorius, M. (2004). Business plans in bank decision-making when financing new ventures in South Africa. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 7(2), 221-241. 7(2): 221-242.

17. Trần Quốc Hoàn (2018), Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn tín dụng ngân hàng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Phú Thọ, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 250(II), 120-128.

Ngày nhận bài: 18/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/4/2020

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN VĂN THUY

2. ThS. NGÔ THỊ XUÂN BÌNH

Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh

3. ThS. NGUYỄN QUỐC BỬU

Ngân hàng SHB Tiền Giang

FACTORS AFFECTING THE BANK LOAN ACCESSIBILITY: ANALYSIS OF EXPERIMENTAL EVIDENCE FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN VIETNAM

● Ph.D **NGUYEN VAN THUY**

Banking University of Ho Chi Minh City

● Master. **NGO THI XUAN BINH**

Banking University of Ho Chi Minh City

● Master. **NGUYEN QUOC BUU**

SHB Bank - Tien Giang Province Branch

ABSTRACT:

This article evaluates and analyses studies on factors affecting the access of small and medium-sized enterprises (SMEs) to bank loans in Vietnam. This article is to present an overview of the status quo of SMEs' access to capital in Vietnam and point out reasons including administrative procedures of both credit institutions and SMEs themselves. This article proposes some implications in order to enhance the capital accessibility of SMEs to finance production and business activities through the reform of administrative procedures. The article finds out that SMEs have faced many difficulties in accessing bank loans, including factors related to bank loan procedures. In order to improve the capital accessibility of SMEs, banks need to reform their loan application procedures and provide more specific guidance for SMEs.

Keywords: Small and medium-sized enterprises, capital access, procedures of the bank, Vietnam.

IMPACTS OF THE INTERNET ON BANKING SERVICES

● LU PHI NGA - NGUYEN QUOC HUY

ABSTRACT:

E-commerce is changing the way we do business today. New business models are replacing outdated ones and businesses including banks are launching new management strategies for new customer relationships. This article addresses issues including strategies for online banking services, impacts of online banking services on customers and experience of customers when using online banking services. This article is expected to help leaders of banks consider online banking services a strategy that can reduce transaction costs while providing good customer services and improving cross-selling opportunities for online banking services.

Keywords: Bank, e-commerce, internet banking services.

1. Introduction

Innovations in IT and communication technologies are taking place at an increasing pace. And even firms are approaching the Internet and related information technologies at an increasing pace to improve business efficiency and service quality and attracting new customers. This also reflects that use of internet in conduct of business is growing at a rapid pace. According to a study more than 95% of firms studied have been using internet to buy and sell. Revenue generated via e-commerce are growing at an exponential rate. The amount of e-commerce revenue generated by business firm with interaction to consumers is many folds not only this but the business-to-business (B2B) e-commerce revenue is increasing at rapid pace. And the major factor contributing this growth is the rapid increase in the number of line users.

Both the Internet and e-commerce is having a revolutionary effect in changing fundamental of business. E-commerce is changing the traditional methods of relationship between internal functions, customers and supply chain partners and is virtualizing the market place in a way which was not possible earlier. Due to its potential, every firm wants to board the train named e-commerce and none of them can afford to miss it.

In other words, we can say that today none of the business is left untouched by Ecommerce so is the case of banking and financial institutions, a revolution of this sort has taken the industry on a new dynamic path in the last few years. The number of households using web and the number of Internet Banking customer has risen sharply in the past few years. And the analysis shows that majority of these online customers are individuals as compared to business.

Even the banks have not disheartened their customers. Almost all banks offer internet banking in its basic form access to accounts, statements, transfers, stop payments and clear item like facilities. Many of these banks also offer 'full service' internet banking including bill payment online loans and brokerage services.

The literature suggests that both customers and banks can benefit from Internet banks. But most of evidence in support of this proposition is either anecdotal or in the form of case studied. There is paucity of empirical research dealing with banks perceptions of internet banking its strategic and operational value, impact on customers and related technology issues. The article addresses following questions:

1. What are banks perception of internet banking and its strategic and operational value?
2. What are banks perception of how internet banking affects customers and their relationship with banks?
3. What are key technology consideration in offering internet banking?

2. Internet Banking Models

There are two prevalent internet models in the banking industry viz: e-banks and e-branches. An e-bank is an institution that exist only on the internet which do not have any geographical location. This concept gives banks a opportunity to exist without paper, with no brick and mortar access. While on the other hand e-branch model is where a traditional bank offers internet banking to its customers. It is quite certain that though e-banks are beginning to gain traction, it is easier for a traditional bank to get existing customer to try internet banking than e-banks to entice customers from traditional banks. In stimulus to the competition created by e-banks, traditional banks have independent e-bank subsidiaries. The reasons which they site for this are as follows:

+ To separate internet banking from traditional banking structure, they have replaced the blow moving corporate structure with entrepreneurial one.

+ It gives the new unit much freedom from bureaucracy, where they aim at creating an autonomous unit in accordance with the recommendation of expert.

+ This approach allows a so called "skunk-works" team to manage internet banking by creating a group of innovative thinkers from existing business lines that reports directly to the CEO.

This has initiated a process on not only establishing new internet only banks but also has provided them a new strategy for many of them make reference to mortgage companies and has alliance with insurance company to offer various plans to customers. These internet clients are mainly offered the services on a remote basis, after having been customer of internet at a previous time. This should be not misunderstood with that, these banks only aim at profit making rather there are banks where seizing customers take precedence over making profit. But with only few barriers any one can enter the banking market and offer customer innovative banking solutions.

3. Advantages to banks

First and fore mostly bank can reduce the cost of transaction and make it a quarter of what it incurs in processing a transaction physically also the bank can present the bills of the customer electronically. Electronic bill presentment costs 40% less than paper delivery. These cost saving can offer customers and banks alike reduced cost of banking and still provide efficient and varied services.

Customer loyalty is the second pillar for internet banking, clients of the bank claim that if their banks offered the financial services they wanted, they would prefer to utilize the bank's service, taking it into consideration banks services which includes bill presentment and payment, financial planning, estate planning, insurance, loans and brokerage services all this is only possible with internet.

Websites that offer financial convergence for the customer will create a more involved banking

customer who will more frequently patronize the banking site and more likely use the services offered. The basic idea behind it is by creating a more loyal customer who depends on a bank for many financial services, more bundling can occur and higher revenue per customer can be generated.

Simply having an internet presence does not provide banks a revenue stream. However, by providing distinguished and differentiated products and services banks can benefit from internet integration. By creating financial portals where customer can manage a broad range of financial activities such as stock & mortgages, banks can profit from offering internet capabilities to clients. This in turn increases the involvement of customers who will patronize the banking site and more frequently and will use the services offered.

Apart from core banking, banks can also offer additional services which further increases the role of bank in serving clients by offering a wide array of product and services, banks can benefit from internet integration by creating financial portals where consumers can manage a broad range of financial activities such as stock & Mortgages, banks can profit from offering internet capabilities to clients.

A judicious mix of E-commerce with existing banking operations can lead to substantial cost savings and higher profitability. Automated customer transaction like fund transfer, balance enquiries etc. strategic alliance with insurance companies, mortgage companies and stock brokerage firms can lead additional business opportunities that otherwise will go unrealized and are also major course of cost saving, offering these added value services helps banks to retain their customers. The demographics of internet banking customers are enticing i.e. they have decent level of annual average income, with higher education level and also this group is more profitable than their counterpart.

4. Benefit to consumers

Cyberspace is cheaper to operate than brick & mortar structure and its cost benefit is often passed

along to consumers. Many banks offer more interest rate to their clients who transact online as compared to their counterpart. Some of them even offer advance facility too their customers for electronic bill payment and offering the services for no extra cost while on the contrary in case of brick & mortar form customers are charged to do the same.

Basic transactional web sites allow customers to review account balances, holding and recent banking statement. System that allows customers to initiate transaction online such as transferring money between accounts or making payments, provide additional advantage to the customer. These enhanced web sites enable customer to pay bills, apply for the review loans and mortgages, and check credit card bills. Institutions offering online services are well positioned to be market leaders by offering this large array of services from one trusted banking institution these firms will be able to garner a greater share of a customer financial business. Customers will benefit by having a wider selection of services available from one trusted institutions. These features improves stickiness of customers leading to a lower attrition rate.

Banks are adding real time loan application, the ability to make IRA investment and the opportunity to trade in stock through their web site. This has given birth to a concept of "one-stop" shopping which is not of convenient but also leads to more satisfied customers.

5. Threats to internet banking

Security of Internet transaction is of paramount concern to most customers particularly where financial information is involved. It depends on the bank to convince their customer that their website are secure and sufficient measures has been taken to assure security at transaction level. Also safeguarding the privacy of customers financial information and profile are imperative if public is to embrace internet banking. These should be broad guidelines regarding customer privacy threat of intrusion from hacker's and issues of surrounding the

relationship of customer anonymity on the internet and also banks responsibility to monitor any suspicious activity.

While a study reveals that 44% of banks offering internet banking services had not fully adopted web banking risk measures proposed by regulators. These security measure include inadequate agreement with third party vendors, insufficient strategic planning and incomplete audit procedure for the online banking system. The highly advanced and sophisticated encryption technology that is available today points to a lack of clearly defined security. Implementing the available security technology in the appropriate manner, the safety and security of an internet bank should not pose a severe risk to the accounts of individuals.

A study suggests that almost a one-third of the people who sign up for online banking discontinued due to various reason viz-internet banking was too time consuming, unhappy with customer service, no need or interest in service, too costly, and concern for privacy.

A lack of knowledge about customer perception of what internet banking can offer might present some explanation for why these customers have closed their internet accounts. This further clarified that users' satisfaction and retention must be addressed for the internet banking to become well accepted.

Even with the best internet has to offer in banking services, consumers still need to visit on ATM or a bank branch to withdraw cash. Customers also have to deposit checks by mail, through an ATM or by visiting branch. ATM's are currently the most convenient means of acquiring paper money from an internet bank. And most ATM transaction are chargeable. To overcome this problem many e-banks reimburse customers for a limited number of ATM transaction each month. In future electronic cash could provide a possible solution. But so far, electronic / digital cash has not been well received by the public. These limitation and issue of e-banking need to be addressed in order to make it more convenient.

6. Conclusion

The sole purpose of this article is to bring out perception of banks regarding the strategic and operational value of web-based banking it's benefit to customer & banks and the key technology consideration. We can say that internet banking is in its nascent stage only a small number of banks offer web-based banking to customer and full benefit of internet banking are still to be realized by many banks. On the other hand, a significant number of banks believe that providing these services to customers in the new economy is essential for survival and thus mandatory. Another benefit of internet banking was the impression it gave to the public of cutting-edge bank, thereby enhancing its reputation.

The article shows that e-banks are not perceived as a threat by many brick- and-mortar banks. In fact, most e-banks are attempting to form alliances and partnership with bank, financial institution, and other business with physical presence in order to provide service that cannot be delivered on the web alone.

From operational perspective banks with web-based banking realized significant benefits but simultaneously majority of banks concerned about customer reduction trust in bank and a degradation in the customer - bankers relationship as a result of internet banking. Technologically implementing web-based banking so that it is transparent to the end user is challenging careful planning is pre requisite if full benefits are to be realized.

In not shell we can say that banks are embracing e-commerce slowly. They appear to realize the potential to this profound change and do not want to be left behind. Banks are very well aware of strategic and operational value of internet as an effective channel and seen to realize that the benefit outweigh the cost. However, they have a variety of concerns ranging from security to the integration of the internet channel with existing business processes and system. Despite these concerns in the future banks will have to include web-based services in their portfolio of offerings to customer or else risk losing customer to the bank do ■

REFERENCES:

1. Brymman, A. and Bell, E. (2007). *Business research strategies*. United States: Oxford University Press.
2. Edward E. Leamer (2008). *Specification problems in econometrics*. The New Palgrave Dictionary of Economics.
3. Robert Hinson (2006). Determinants of Ghanaian bank service quality in a universal banking dispensation. *International Journal of Business and Management*.
4. Trujillo-Ponce, A. (2012). What determines the profitability of Banks. Evidence from Spain. *Journal of accounting and Finance*.
5. Thierry Buchs and Johan Mathisen (2007). *Competition and Efficiency in Banking: Behavioral Evidence from Ghana*. Strategic Management Journal.

Receiving date: April 3rd, 2020

Reviewing date: April 12th, 2020

Accepting date: April 22th, 2020

Author's information:

LU PHI NGA

NGUYEN QUOC HUY

Lac Hong University

TÁC ĐỘNG CỦA INTERNET ĐẾN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG

● LỮ PHI NGA

● NGUYỄN QUỐC HUY

Trường Đại học Lạc Hồng

TÓM TẮT:

Thương mại điện tử đang thay đổi các phương thức kinh doanh hiện nay. Các mô hình kinh doanh mới đang thay thế những mô hình lỗi thời. Và các doanh nghiệp, bao gồm cả ngân hàng đang đưa ra các chiến lược quản lý đối với các mối quan hệ khách hàng mới. Bài viết này phân tích các vấn đề, gồm chiến lược về dịch vụ ngân hàng trực tuyến, ảnh hưởng của dịch vụ ngân hàng trực tuyến đến khách hàng, cũng như trải nghiệm của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến. Nghiên cứu được kỳ vọng giúp các lãnh đạo ngân hàng nhìn nhận dịch vụ ngân hàng trực tuyến là một chiến lược có thể giảm chi phí giao dịch, cung cấp dịch vụ khách hàng tốt và cải thiện các cơ hội bán chéo dịch vụ ngân hàng trực tuyến.

Từ khóa: Ngân hàng, thương mại điện tử, dịch vụ ngân hàng trực tuyến.

TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC LỒNG GHÉP TÀI CHÍNH VÀO XÓA ĐÓI GIẢM NGHÈO THÔNG QUA CÁC NGÂN HÀNG HỢP TÁC

● LÊ MINH TRANG

TÓM TẮT:

Mục đích của bài viết này là trình bày tác động của việc đưa tài chính vào xóa đói giảm nghèo thông qua các ngân hàng hợp tác. Nghiên cứu cho thấy, việc lồng ghép tài chính thông qua các ngân hàng hợp tác có tác động trực tiếp và đáng kể đến việc xóa đói giảm nghèo. Kết quả của nghiên cứu góp phần giúp các nhà hoạch định chính sách và các bên liên quan khác của các ngân hàng hợp tác trong việc thúc đẩy thói quen ngân hàng của các hộ gia đình nghèo ở cả cấp quốc gia và quốc tế.

Từ khóa: Tài chính, xóa đói giảm nghèo, ngân hàng.

1. Đặt vấn đề

Tài chính thông qua các ngân hàng hợp tác thường được coi là một cách hiệu quả để giảm nghèo, vì tiếp cận tài chính cho phép các đại lý kinh tế đưa ra quyết định tiêu dùng và đầu tư dài hạn; tham gia vào các hoạt động sản xuất và đối phó với những cú sốc ngắn hạn bất ngờ (Caskey và cộng sự, 2006). Tài chính vừa là một liên kết quan trọng đầu tiên (Lakshmiand Valuakshmi, 2013), 2009; Chakrabarty, 2011). Tăng cường khả năng tiếp cận tín dụng của người nghèo cho phép họ thoát nghèo bằng cách đầu tư vào nguồn nhân lực và doanh nghiệp siêu nhỏ của họ (Sukhla và cộng sự., 2012; Chibango, 2014).

Hiểu được mối liên hệ giữa bao gồm tài chính, nghèo đói và bất bình đẳng thu nhập ở cấp quốc gia sẽ giúp các nhà hoạch định chính sách thiết kế và thực hiện các chương trình mở rộng khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính, dẫn đến giảm tỷ lệ nghèo và bình đẳng thu nhập (World Bank, 2001). Ngoài ra, sự bao gồm tài chính thông qua các ngân hàng hợp tác có tiềm năng giảm nghèo và điều kiện kinh tế điều kiện kinh tế tài chính. Các sản phẩm và dịch vụ tài chính mới đặc biệt nhắm đến người nghèo ở nông thôn có thể phát triển, phát triển kinh tế, phát triển kinh tế, tăng trưởng và giảm nghèo (Kelkar, 2010; Devaki, 2008).

2. Cơ sở lý thuyết

Sự tăng trưởng toàn diện của nền kinh tế không thể mang lại công bằng xã hội và sự phát triển trừ khi đi đôi với giảm nghèo và tạo cơ hội việc làm cho các bộ phận xã hội bị tước đoạt và bị thiệt thòi (Chibango, 2014; Donnan, 2015). Mối đe dọa của sự lạc hậu, dư thừa và nghèo đói đan xen tạo thành một vòng luẩn quẩn. Nghèo đói là sự khan hiếm nói chung hoặc tình trạng khan hiếm hoặc tình trạng của một người thiếu một lượng tài sản hoặc tiền bạc nhất định. Nó đề cập đến sự thiếu hụt các nhu cầu cơ bản của con người, thường bao gồm thực phẩm, nước, vệ sinh, quần áo, nơi ở, chăm sóc sức khỏe và giáo dục. Nghèo đói cũng có thể được hiểu là một khía cạnh của địa vị xã hội bất đối xứng và các mối quan hệ xã hội không công bằng. Đó là một rào cản giữa quyền lợi, tiếp cận thu nhập, việc làm và các nhu cầu cơ bản của cuộc sống. Bên cạnh đó, những người nghèo và yếu hơn trong xã hội phải đối mặt với việc khai thác các loại khác nhau bao gồm phân biệt đối xử xã hội, làm hạn chế nhận thức về quyền của họ và khả năng của họ trong việc truy cập các thông tin về chính sách. Nghèo đói là một trong những vấn đề cốt lõi của mọi nền kinh tế trên toàn thế giới. Khoảng 1,2 tỷ người - khoảng 1/5 dân số thế giới - sống dưới mức nghèo khổ cực độ 1 đô la một ngày vào cuối những năm 1990. Nếu chúng ta sử dụng dòng 2 đô la, con số này tăng lên 2,8 tỷ, hơn một nửa dân số thế giới (Ravallionetal, 2009).

Nghiên cứu được thực hiện bởi Sarath Chandra và Manju (2010) đã chỉ ra rằng tài chính giúp các hộ gia đình có thu nhập thấp tiếp cận các dịch vụ tài chính cơ bản như tiết kiệm, tín dụng và bảo hiểm, từ đó, thúc đẩy sự tự chủ tài chính của họ và do đó khuếch đại tăng trưởng kinh tế. Các dịch vụ tài chính tăng cường không chỉ làm tăng trưởng kinh tế mà còn giảm nghèo và bất bình đẳng thu nhập. Levine (1997) đã ghi nhận, các quốc gia có số lượng lớn các tổ chức tài chính tăng trưởng nhanh hơn trong những thập kỷ tiếp

theo. Một phân tích hồi quy giữa các quốc gia cho thấy, các quốc gia có GDP bình quân đầu người thấp, mức độ bất bình đẳng thu nhập tương đối cao hơn, tỷ lệ biết chữ thấp, đô thị hóa thấp và kết nối kém đường như ít bao gồm tài chính (Sarma và Pais, 2008).

3. Vai trò của các hợp tác xã trong tín dụng

Động lực chính cho sự tăng trưởng đó là một hệ thống tài chính phát triển và toàn diện, mở rộng kiến thức tài chính và hợp lý hóa các cơ chế cung cấp tín dụng (Manju và Mohika, 2014; Chính phủ Ấn Độ, 2006). Trong một nỗ lực để xây dựng các chính sách một cách hiệu quả, ngân hàng hợp tác và các khoản thu nhập thấp của xã hội được phân loại. Cấu trúc ngân hàng hợp tác được thiết kế theo nguyên tắc giúp đỡ lẫn nhau, mở thành viên, kiểm soát dân chủ, tham gia kinh tế, tự chủ, quan tâm đào tạo cho cộng đồng, v.v. (Anubumani, 2007). Ý thức hợp tác là rất cần thiết để khai thác nguồn năng lượng kinh tế to lớn đang chờ được giải phóng ở những người nghèo ở nông thôn (Ramji, 2013; Chibba, 2009). Kinh nghiệm ở các quốc gia đang phát triển cũng đã xác nhận lại sự cần thiết của các ngân hàng hợp tác để đưa phân khúc này vào nền kinh tế chính thống (Mohan, 2006). Ngay từ khi bắt đầu, các ngân hàng hợp tác đã cho thấy sự tăng trưởng vượt bậc về số lượng và độ phức tạp bằng cách cung cấp tín dụng tổ chức với chi phí hợp lý, đặc biệt là ở khu vực nông thôn, nhưng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính đối với một người dân thường vẫn là mơ ước đối với nhiều người dân nông thôn (Banerjee và Đức Phanxicô, 2014). Bằng chứng kinh tế vĩ mô chỉ ra rằng, các công ty tài chính phát triển tài chính, hệ thống tài chính phát triển tài chính, hệ thống tài chính của ngân hàng, được cấp quyền, phát triển tài chính xã hội, cấp quyền, phát triển tài chính xã hội (Uma và cộng sự, 2013; Paramasi-van và Ganeshkumar, 2013).

4. Ý nghĩa và đề nghị

Trên cơ sở phân tích nói trên, những phát hiện chính của nghiên cứu như sau:

(1) Người ta thấy rằng, những người tham gia tín dụng ở nông thôn đặc biệt là ở vùng hẻo lánh ít hài lòng với các chương trình xóa đói giảm nghèo của các ngân hàng hợp tác. Các dịch vụ thiếu thông tin chính thức, các dịch vụ và thiết kế tài chính, dịch vụ không phù hợp, không thích hợp, khoảng cách mở, các chỉ tiêu mở tài khoản rườm rà đã được tìm thấy là những yếu tố hấp dẫn nhất.

(2) Các sản phẩm và dịch vụ tài chính không phù hợp và thiếu thu nhập thường xuyên và đáng kể đã được coi là nguyên nhân loại trừ các yếu tố liên quan đến tài chính. Do đó, có thể kết luận rằng các ngân hàng hợp tác đã thất bại trong việc thiết kế các chương trình ủng hộ phụ nữ để đưa phụ nữ vào hệ thống ngân hàng chính thức.

(3) Người ta cũng thấy rằng, những người thụ hưởng có trình độ chuyên môn thấp phản ứng thấp đối với các chương trình xóa đói giảm nghèo, điều đó cho thấy rằng họ không nhận thức đầy đủ về lợi ích của các chương trình bao gồm tài chính do các ngân hàng hợp tác cung cấp và không có hoặc có rất ít kiến thức về các sản phẩm ngân hàng và dịch vụ.

(4) Một số cán bộ của các ngân hàng hợp tác có trình độ làm việc chưa cao so với nhân viên của ngân hàng thương mại do chính sách tuyển dụng chưa hiệu quả và chất lượng đào tạo chưa cao. Trong hầu hết các trường hợp, nhân sự được bổ nhiệm được rút ra từ cấp thấp hơn, thường hy sinh khả năng cạnh tranh về chất lượng.

(5) Nghiên cứu cũng cho thấy, xét về khía cạnh thất nghiệp, nguồn tài chính không đủ và tình trạng sức khỏe kém đã trở thành một hạn chế lớn đối với các hộ gia đình nông thôn làm việc chăm chỉ và kiếm đủ số tiền để tiếp tục cuộc sống hàng ngày.

Để xóa đói giảm nghèo thông qua các ngân hàng hợp tác, đề nghị sau đây được đưa ra:

(1) Nghiên cứu đã chỉ ra rằng những người thụ hưởng có trình độ thấp hơn không có hoặc có rất ít kiến thức về các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng. Các ngân hàng hợp tác nên cung cấp giáo dục tài chính cho các nhóm mục tiêu khác nhau bao gồm học sinh và sinh viên đại học, nông dân, phụ nữ, nông thôn và thành thị, người hưu trí và các công dân khác để phổ biến thông tin về các sản phẩm và dịch vụ tài chính khác nhau để cho phép họ đưa ra quyết định tài chính.

(2) Các ngân hàng hợp tác phải được can đảm để tiếp nhận tín dụng trên một cách dễ dàng hơn để nó có thể hoạt động trong nền kinh tế phi chính thức ở nông thôn cho người nghèo ở nông thôn. Theo cách này, các ngân hàng hợp tác sẽ có thể làm việc như một phương tiện đặc biệt, trực tiếp cho mục đích tài chính vi mô, nghèo đói và tài chính vi mô, cuối cùng sẽ dẫn đến giảm nghèo.

(3) Các ngân hàng hợp tác nên tuyển dụng sinh viên tốt nghiệp trẻ, năng động, có nền tảng học vấn xuất sắc và sở hữu kiến thức về các chính sách và chương trình ngân hàng để phục vụ khu vực nông thôn.

(4) Những người tham gia chăn nuôi và nông nghiệp có thể là những đối tượng có thu nhập thấp. Điều đó có nghĩa là ngân hàng hợp tác nên hỗ trợ tài chính cho những đối tượng này để thành lập các đơn vị chăn nuôi bò sữa và gia cầm.

(5) Cần có cơ hội kiếm tiền cho những người đang tham gia vào các hoạt động trồng trọt. Các ngân hàng hợp tác nên khuyến khích phát triển ngành tiểu thủ công nghiệp như sản xuất đồ nội thất, làm que diêm, kéo sợi và làm dây,... để xóa sạch nạn thất nghiệp và nghèo đói ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Caskey, J.P., Duran, C.R. and Solo, T.M. (2006), The Urban Unbanked in Mexico and the United States, The World Bank Policy Research Working Paper 3835, Department of finance, private sector and infrastructure for Latin America, Tova Maria Solo.

2. Chakrabarty, K.C. (2011), “Banking and beyond: New challenges before Indian financial system”, (No. id: 3779).
3. Chibango, C. (2014), “Mobile money revolution: An opportunity for financial inclusion in Africa”, *The International Journal of Humanities & Social Studies*, Vol. 2 No. 2, pp. 59-67.
4. Devaki, M. (2008), “Financial inclusion”, *Journal of Indian Institute of Banking and Finance*, April-June, pp. 30-33.

Ngày nhận bài: 19/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ MINH TRANG

Khoa Tài chính ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế

Kỹ thuật công nghiệp

IMPACTS OF FINANCIAL INCLUSION ON POVERTY REDUCTION ACTIVITIES THROUGH COOPERATIVE BANKS

● Master. **LE MINH TRANG**

Faculty of Finance - Banking

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

This study is to analyze the impact of financial inclusion on poverty reduction activities through cooperative banks. This study finds that the financial inclusion has direct and significant impacts on poverty reduction. This study is expected to help policy makers and other stakeholders of cooperative banks in poverty reduction activities encourage the poor use banking services at both national and international levels.

Keywords: Finance, poverty reduction, banks.

GIẢI PHÁP ĐỔI MỚI NỘI DUNG CÁC HỌC PHẦN KIỂM TOÁN TRONG ĐÀO TẠO CHUYÊN NGÀNH KẾ TOÁN

● LƯƠNG HUỲNH ANH THƯ

TÓM TẮT:

Hiện nay, để sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành Kế toán có khả năng thực hành kiểm toán tốt, trở thành một kiểm toán viên chuyên nghiệp và có chứng chỉ hành nghề, cần có những giải pháp đổi mới nội dung các học phần kiểm toán trong đào tạo chuyên ngành Kế toán tại các trường đại học. Nghiên cứu phân tích và đưa ra giải pháp đổi mới nội dung các học phần kiểm toán trong đào tạo chuyên ngành Kế toán.

Từ khóa: Học phần kiểm toán, sinh viên, doanh nghiệp, kế toán.

1. Đặt vấn đề

Trong thực tiễn, nếu sinh viên chuyên ngành Kế toán sau khi tốt nghiệp chỉ làm được công việc là kế toán viên thì cơ hội nghề nghiệp sẽ bị thu hẹp. Để sinh viên có thể làm được nhiều nghề - là kiểm toán viên, nhân viên ngân hàng, nhân viên tài chính..., và làm tốt một công việc kiểm toán, ngoài việc hiểu rõ các chuẩn mực kế toán thì cũng cần nắm rõ những sai phạm trong kế toán.

Mỗi quốc gia, mỗi hiệp hội, mỗi nhóm chuyên gia nghiên cứu lại có những phát biểu khác nhau về định nghĩa, khái niệm kiểm toán.

Đầu tiên, Giáo trình “Kiểm toán - NXB Kinh tế” đã nêu một định nghĩa chung về kiểm toán như sau: “Kiểm toán là quá trình thu thập và đánh giá bằng chứng về những thông tin được kiểm tra nhằm xác định vào báo cáo về mức độ phù hợp giữa những thông tin đó với tiêu chuẩn được thiết lập. Quá trình kiểm toán phải được thực hiện bởi các kiểm toán viên có năng lực và độc lập”.

Ngoài ra, tại Giáo trình “Kiểm toán căn bản - NXB Tài chính” cũng đã nêu một định nghĩa chung về kiểm toán như sau: “Kiểm toán là quá trình các chuyên gia độc lập và có thẩm quyền tiến hành thu thập và đánh giá các bằng chứng về các thông tin cần kiểm toán có thể định lượng của một đơn vị cụ thể, nhằm mục đích xác nhận và báo cáo về sự phù hợp giữa các thông tin này với các chuẩn mực đã được thiết lập”.

Ở Việt Nam, Luật Kiểm toán độc lập định nghĩa như sau: “Kiểm toán độc lập là việc kiểm toán viên hành nghề, doanh nghiệp kiểm toán, chi nhánh doanh nghiệp kiểm toán nước ngoài tại Việt Nam kiểm tra, đưa ra ý kiến độc lập của mình về báo cáo tài chính và công việc kiểm toán khác theo hợp đồng kiểm toán”. Kiểm toán báo cáo tài chính là việc kiểm toán viên hành nghề, doanh nghiệp kiểm toán, chi nhánh doanh nghiệp kiểm toán nước ngoài tại Việt Nam kiểm tra, đưa ra ý kiến về tính trung thực và hợp lý trên các khía cạnh trọng yếu của báo cáo tài chính của đơn vị

được kiểm toán theo quy định của chuẩn mực kiểm toán. Kiểm toán hoạt động là việc kiểm toán viên hành nghề, doanh nghiệp kiểm toán, chi nhánh doanh nghiệp kiểm toán nước ngoài tại Việt Nam kiểm tra, đưa ra ý kiến về tính kinh tế, hiệu lực và hiệu quả hoạt động của một bộ phận hoặc toàn bộ đơn vị được kiểm toán. Kiểm toán tuân thủ là việc kiểm toán viên hành nghề, doanh nghiệp kiểm toán, chi nhánh doanh nghiệp kiểm toán nước ngoài tại Việt Nam kiểm tra, đưa ra ý kiến về việc tuân thủ pháp luật, quy chế, quy định mà đơn vị được kiểm toán phải thực hiện.

Giáo trình “Kiểm toán hoạt động - NXB Phương Đông” đã nêu định nghĩa về kiểm toán hoạt động như sau: “Kiểm toán hoạt động là quá trình soát xét các bộ phận của doanh nghiệp, đơn vị nhà nước hoặc một tổ chức không vì lợi nhuận để đo lường tính kinh tế, hiệu quả và hữu hiệu của các hoạt động”.

Hoạt động kế toán đã có lịch sử phát triển rất lâu đời, nó gắn liền với nền phát triển kinh tế xã hội của các nước trên thế giới. Như vậy, sự hình thành kế toán xuất hiện cùng lúc với sự hình thành đời sống kinh tế của xã hội loài người. Lịch sử kế toán có từ thời thượng cổ, hình thành và phát triển theo sự hình thành và phát triển của nền kinh tế.

Cũng có nhiều tác giả đề cập đến định nghĩa kế toán dưới nhiều khía cạnh khác nhau, kể cả những tác giả trong và ngoài nước:

Theo Luật Kế toán Việt Nam thì “Kế toán là việc thu thập, xử lý, kiểm tra, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính dưới hình thức giá trị, hiện vật và thời gian lao động”.

Theo một số tác giả nước ngoài: “Kế toán là một diễn trình ghi chép, đo lường và báo cáo các tài liệu tài chính liên quan đến hoạt động kinh tế của một tổ chức để dùng vào điều hành quyết định”.

Giáo trình “Nguyên lý kế toán - NXB Kinh tế” đã nêu một định nghĩa chung về kế toán như sau: “Kế toán là một khoa học liên quan đến việc ghi nhận, xếp loại, tóm tắt và giải thích các nghiệp vụ tài chính của một tổ chức ban lãnh đạo có thể căn cứ vào đó mà ra quyết định”.

Như vậy, kế toán và kiểm toán có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, nên trong quá trình đào tạo chuyên ngành Kế toán không thể thiếu các môn học kiểm toán. Vì vậy, sinh viên tốt nghiệp ngành Kế toán nên có những kiến thức chuyên sâu trong cả lĩnh vực kiểm toán.

2. Thực trạng

Tại Việt Nam, tác giả xem xét các khung chương trình ngành Kế toán của các trường đại học như: Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP. HCM, Trường Đại học Kinh tế TP. HCM, Trường Đại học Kinh tế quốc dân,..., đều có các môn về kiểm toán như: Kiểm toán căn bản, Kiểm soát nội bộ, Kiểm toán báo cáo tài chính 1, Kiểm toán báo cáo tài chính 2, Kiểm toán P1, Kiểm toán P2...

Nhìn chung, những năm gần đây, các trường đại học tại Việt Nam đã có những thay đổi rõ rệt cả về hình thức và nội dung đào tạo. Tuy nhiên, các học phần kiểm toán tại trường đại học còn nặng về lý thuyết, nội dung thực hành kiểm toán chưa sát với thực tế, sinh viên ít được kiểm toán trên các chứng từ của doanh nghiệp. Sinh viên chuyên ngành Kế toán sau khi tốt nghiệp làm việc tại đơn vị kiểm toán, đòi hỏi không những cần phải vững về lý thuyết mà còn cần có những thực hành kiểm toán trên chứng từ thực tế của các công ty đã và đang hoạt động.

Theo điều tra, những sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành Kế toán của các trường đại học có rất ít sinh viên có thể áp dụng kiến thức kế toán và kiểm toán một cách thành thạo vào công việc, cho dù công việc đơn giản. Kết quả là, sau khi tốt nghiệp đại học chuyên ngành Kế toán cần phải có sự đào tạo lẫn hướng dẫn thực tế tại công ty hay nói cách khác là có sự hướng dẫn lại thì sinh viên mới thực hiện thành thạo được kiến thức mình đã học.

Riêng lĩnh vực kiểm toán, khác với kế toán, kiểm toán sẽ đòi hỏi tính trung thực, thận trọng và công việc gắn với số liệu và phải hiểu số liệu. Sau khi hiểu, sinh viên cần phải phân tích số liệu, từ đó đưa ra các giải pháp về kế toán, kiểm soát... cho các đơn vị.

Sinh viên ngành Kế toán học kiểm toán không chỉ để nắm vững những kiến thức về kiểm toán

mà nên học kế toán trên góc độ của kiểm toán.

Theo quan điểm cá nhân của tác giả thì chương trình đào tạo chuyên ngành Kế toán ở các trường đại học, các học phần kiểm toán còn một số hạn chế sau:

Một là, chương trình đào tạo kế toán, các học phần về kiểm toán là các môn chuyên về học thuật, mang nặng tính lý thuyết và chưa có nhiều học phần thực hành kiểm toán...

Hai là, số lượng bài tập về học phần kiểm toán vẫn còn ít và hạn chế nghiệp vụ phát sinh. Nội dung bài tập hầu hết được lồng ghép vào các bài tập của học phần về kế toán. Có thể thấy rằng, phương pháp học đó chưa thực sự khái quát quy trình thực hiện kiểm toán tại doanh nghiệp.

Ba là, các học phần kiểm toán chưa được cập nhật thường xuyên, như: luật, chuẩn mực kiểm toán, thông tư, nghị định và các chính sách kinh tế trong thời hội nhập. Do mỗi khi cần cập nhật nội dung tài liệu giảng dạy, giáo trình chính và giáo trình tham khảo của các trường đại học phải được thẩm định và phê duyệt. Ngoài ra, khi thay đổi nội dung tài liệu giảng dạy, giáo trình chính và giáo trình tham khảo sẽ tốn rất nhiều chi phí.

Bốn là, một số trường đại học chưa thành lập phòng mô phỏng thực hành kiểm toán nên thời lượng dạy thực hành các môn kiểm toán còn hạn chế, sinh viên chưa nắm vững vấn đề bản chất của kiểm toán. Vì vậy, việc xem xét lại cũng như bổ sung thêm nội dung cho các học phần kiểm toán là cần thiết.

3. Giải pháp

Căn cứ vào những vấn đề đã nêu tại phần thực trạng, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm đổi mới nội dung các học phần kiểm toán trong đào tạo chuyên ngành Kế toán tại các trường đại học như sau:

Một là, các trường đại học cần xây dựng đề án thành lập và phát triển phòng thực hành kiểm toán, nhằm tạo điều kiện cho sinh viên có thể thực hành thực tế trên chứng từ. Tăng cường khả năng thực hiện các công việc của một kế toán kiểm toán viên.

Hai là, các trường đại học cần thường xuyên có những chính sách khuyến khích giảng viên tự

cập nhật kiến thức về kế toán, kiểm toán. Khuyến khích giảng viên tham gia các hội thảo quốc tế về kế toán, kiểm toán, kiểm toán quản trị. Có chính sách hỗ trợ về tài chính cho giảng viên có các chứng chỉ nghề nghiệp, như: CPA, ACCA, Đại lý thuế...

Ba là, xây dựng bổ sung thêm kiến thức phần bài tập của môn kiểm toán. Lưu ý có phần hướng dẫn sinh viên tự học kiểm toán gắn với thực tiễn... Tăng thêm phần số lượng và chất lượng bài tập của học phần kiểm toán, để giúp cho sinh viên hiểu rõ, áp dụng được công việc kiểm toán trong các doanh nghiệp. Không những vậy, cần nâng cao năng lực cạnh tranh cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên. Các trường đại học nên có quy định cụ thể, thủ tục đơn giản khi phê duyệt, cập nhật nội dung mới của các tài liệu giảng dạy, giáo trình chính và giáo trình tham khảo.

Bốn là, tổ chức các buổi sinh hoạt nghề nghiệp cho sinh viên hàng tháng, tăng số lượng kiến tập cho sinh viên tại các doanh nghiệp về kiểm toán. Hiện nay, các trường chỉ mới tổ chức kiến tập kế toán một năm 1 lần cho sinh viên tại các công ty sản xuất, dịch vụ đóng trên địa bàn tỉnh mà trường đại học có trụ sở. Vậy nên, các trường cần tăng cường ký kết với các doanh nghiệp ở lĩnh vực kiểm toán để họ cho sinh viên kiến tập tại doanh nghiệp của họ. Ngoài ra, thường xuyên tổ chức các chuyên đề về “Đạo đức nghề nghiệp đối với nghề kế toán và kiểm toán”, nhằm giúp cho sinh viên có thể áp dụng khi làm việc.

Năm là, bổ sung thêm một số học phần kiểm toán, như: Kiểm toán hoạt động, Kiểm toán nhà nước, Kiểm toán môi trường, Ứng dụng phần mềm trong kiểm toán doanh nghiệp, Seminar Kiểm toán, Chuẩn mực kiểm toán, Pháp luật kiểm toán, Thực hành kiểm toán...

Sáu là, tại trường đại học, hàng năm ngoài tổ chức cuộc thi về kế toán như: “Kế toán viên tài năng”, nên tổ chức thêm cuộc thi về Kiểm toán - chẳng hạn như “Kiểm toán viên tài năng”. Mục đích nhằm tạo nhiều sân chơi cho các viên sinh viên có cơ hội cọ sát với nghề nghiệp trong tương lai.

Bảy là, khuyến khích các sinh viên tham gia

hội thảo quốc tế về kế toán và kiểm toán tại các hội nghề nghiệp, như: Hội Kế toán và Kiểm toán Việt Nam (VAA), Hội Kiểm toán viên hành nghề Việt Nam (VACPA), Hội kế toán TP. HCM (HAA), Hiệp hội Kiểm toán và Kế toán Công chứng Anh quốc (ACCA)...

Trong suốt quá trình học tập tại trường đại học thì đào tạo chuyên ngành Kế toán không thể không có các học phần Kiểm toán. Chính vì vậy, các giải pháp đổi mới nội dung các môn học kiểm toán trong đào tạo chuyên ngành Kế toán tại các trường đại học hiện nay là cần thiết ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Thị Giang Tân và Cộng sự (2017). *Kiểm toán*. Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Nguyễn Việt (2018), *Nguyên lý kế toán*. Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 16/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 6/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. LƯƠNG HUỲNH ANH THƯ

Khoa Kế toán - Tài chính

Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

SOLUTIONS FOR REFORMING CONTENTS OF AUDIT TRAINING MODULES OF ACCOUNTING MAJOR

● **MA. LUONG HUYNH ANH THU**

Faculty of Accounting - Finance

Dong Nai Technology University

ABSTRACT:

Currently, audit training modules are indispensable parts of accounting major at universities. Graduated to help accounting students gain practical knowledge in auditing, becoming professional auditors with practicing certificate, it is necessary to have solutions for reforming contents of audit training modules of accounting major at universities. This study is to analyze and present some solutions for reforming audit training modules's contents of accounting major.

Keywords: Audit module, students, business, accounting.

GIẢI PHÁP VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ THEO MỨC ĐỘ HOẠT ĐỘNG TRONG CÁC DOANH NGHIỆP CHUYÊN KINH DOANH NỘI DUNG SỐ CỦA VIỆT NAM

● HOÀNG THU HIỀN

TÓM TẮT:

Bài viết cung cấp một cái nhìn tổng quan, toàn diện về nội dung của phương pháp kế toán quản trị chi phí theo mức độ hoạt động, một phương pháp quản trị chi phí được áp dụng phổ biến ở các nước trên thế giới. Đồng thời, bài viết nghiên cứu đặc điểm chi phí dịch vụ trong các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam qua khảo sát 75 doanh nghiệp, đưa ra các đặc điểm chi phí của các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số Việt Nam phù hợp với phương pháp kế toán quản trị chi phí theo mức độ hoạt động. Trên cơ sở đó, tác giả khuyến nghị các bước vận dụng phương pháp kế toán quản trị chi phí theo mức độ hoạt động trong các doanh nghiệp này nhằm nâng cao hiệu quả quản trị chi phí dịch vụ.

Từ khóa: Phương pháp xác định chi phí theo mức độ hoạt động, kế toán ABC, các phương pháp xác định chi phí, doanh nghiệp nội dung số.

1. Đặt vấn đề

Nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới. Do các yêu cầu ràng buộc của việc gia nhập các tổ chức kinh tế thế giới và các hiệp định thương mại tự do, doanh nghiệp Việt Nam mà cụ thể là các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam đang và sẽ phải đối mặt với những cạnh tranh gay gắt và khốc liệt từ các doanh nghiệp trên toàn thế giới. Mục tiêu sản xuất sản phẩm dịch vụ đạt chất lượng tốt, giá thành phù hợp với giá thị trường và phù hợp nhu cầu của khách hàng sẽ là mục tiêu sống còn và lâu dài đối với các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam. Trong bối cảnh đó, việc áp dụng phương pháp kế toán quản trị chi phí theo mức độ hoạt động là con đường giúp các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam tồn tại và phát triển trong cạnh tranh.

2. Thực tế kế toán chi phí trong các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam

2.1. Đặc điểm sản phẩm dịch vụ ảnh hưởng đến kế toán chi phí dịch vụ

Thứ nhất: Dịch vụ nội dung số không thể đo lường được bằng các phương pháp đo lường thông thường như thể tích, trọng lượng... Điều này dẫn đến hệ thống định mức, hệ thống chi phí giá thành không thể tính cho một đơn vị sản phẩm dịch vụ mà thường được xây dựng dựa trên tỷ lệ tăng trưởng của năm trước liền kề và tập hợp chi phí giá thành theo từng tháng cho cả một bộ phận sản xuất nội dung hoặc là hợp đồng vụ việc mà không tính giá thành đơn vị sản phẩm dịch vụ.

Thứ hai: Dịch vụ nội dung số không thể dự trữ được dịch vụ nên không thể sản xuất hàng loạt trước để dự trữ khi có nhu cầu cao thì mang ra bán,

hoạt chuyển từ nơi có nhu cầu thấp sang bán nơi có nhu cầu cao để bán. Điều này gây khó khăn cho công tác dự toán chi phí.

Thứ ba: Hàm lượng tri thức trong dịch vụ nội dung số chiếm tỷ trọng lớn. Hầu hết các dịch vụ nội dung số không cần đến nguyên vật liệu đầu vào, mà giữ vai trò quan trọng nhất trong hoạt động dịch vụ nội dung số là yếu tố con người. Chính vì vậy, kết cấu các khoản mục phí dịch vụ nội dung số chủ yếu là chi phí nhân công, chi phí sản xuất chung, chi phí nguyên vật liệu chiếm tỷ trọng nhỏ và gần như không có. Các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam cần xây dựng định mức nhân công tốt, dự toán chi phí nhân công nhằm kiểm soát chi phí nhân công, hạ giá thành tăng lợi nhuận.

Thứ tư: Dịch vụ nội dung số có vòng đời công nghệ ngắn, cần chi phí đầu tư lớn cho việc đào tạo cập nhật công nghệ, marketing tìm kiếm mở rộng thị trường. Các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam cần áp dụng mô hình các phương pháp xác định phí phù hợp nhằm kiểm soát tốt chi phí, thu hồi vốn nhanh và đầu tư mở rộng nhiều sản phẩm dịch vụ mới.

Thứ năm: Vấn đề bản quyền và sở hữu trí tuệ ở Việt Nam đang là một rào cản không nhỏ. Việc số hóa các sản phẩm nội dung số truyền thống cũng gặp một số khó khăn về mặt bản quyền. Chi phí mua bản quyền âm nhạc, phim, nội dung khó dự toán và kiểm soát, đây là chi phí về sở hữu trí tuệ, chưa có qui định chung về giá.

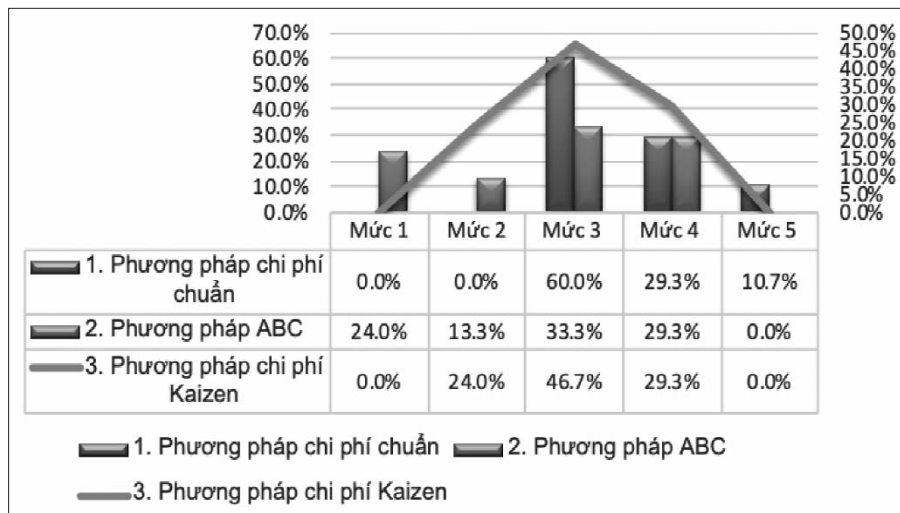
Thứ sáu: Do đặc thù của dịch vụ nội dung số, chi phí dịch vụ chủ yếu là chi phí nhân công. Mặt khác, doanh thu chủ yếu của dịch vụ nội dung số là tiền bán các banner quảng cáo, quảng cáo nội dung. Doanh thu không dựa trên nền tảng chi phí nên mối quan hệ giữa chi phí và doanh thu cho hoạt động này không thể hiện rõ. Vì vậy, phân tích mối quan hệ doanh thu - chi phí - lợi nhuận ít

được đặt ra, trọng tâm của kế toán quản trị chi phí ở đây là kiểm soát chi phí - doanh thu, phân tích chênh lệch chi phí, doanh thu xem có đạt mục tiêu hay không.

2.2. Thực trạng kế toán chi phí trong các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam

Theo kết quả khảo sát, 100% doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam đều sử dụng phương pháp xác định chi phí theo chi phí thực tế phát sinh với đối tượng chịu phí là sản phẩm dịch vụ/nhóm sản phẩm dịch vụ hoàn thành, không có doanh nghiệp nào áp dụng các phương pháp kế toán quản trị chi phí khác, như: phương pháp chi phí chuẩn, phương pháp chi phí Kaizen hay phương pháp ABC. Với nội dung về mức độ hiểu biết của doanh nghiệp cung các phương pháp kế toán quản trị chi phí khác, tác giả thu nhận được kết quả theo Biểu đồ dưới đây:

Biểu đồ Mức độ hiểu biết của các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam về các phương pháp kế toán quản trị chi phí khác



Nguồn: Tác giả tổng hợp

Với đối tượng chịu phí là các sản phẩm dịch vụ/nhóm sản phẩm dịch vụ sản xuất, các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam tiến hành kế toán từng khoản mục chi phí sản xuất, sau đó tập hợp chi phí sản xuất, từ đó tính giá thành sản phẩm dịch vụ/nhóm sản phẩm dịch vụ hoàn thành. Cụ thể, công tác kế toán chi phí sản xuất thực tế tại các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam như sau:

** Hệ thống chứng từ kế toán*

- Đối với chứng từ chi phí NVL: Đây là khoản mục chi phí chiếm tỷ trọng nhỏ trong chi phí sản xuất dịch vụ, hầu như không có của các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam. Chứng từ chủ yếu đều sử dụng Phiếu xuất kho NVL hoặc Lệnh sản xuất có tác dụng như Phiếu xuất kho.

- Đối với chứng từ hạch toán chi phí NCTT: Đây là khoản mục chi phí chiếm tỷ trọng lớn trong chi phí sản xuất dịch vụ của các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam. Cụ thể, chứng từ sử dụng cho khoản mục chi phí này là Bảng chấm công, bảng chấm công làm thêm giờ, bảng thanh toán lương.

- Đối với chứng từ hạch toán các yếu tố chi phí khác bao gồm rất nhiều chứng từ phù hợp với từng loại chi phí phát sinh: Bảng khấu hao TSCĐ, hóa đơn chứng từ phản ánh chi phí bằng tiền, phiếu xuất kho, bảng phân bổ tiền lương và bảo hiểm xã hội...

** Hệ thống tài khoản kế toán chi phí:*

Kết quả khảo sát tác giả tổng hợp được có 72% doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam sử dụng TK 154 để hạch toán chi phí sản xuất dịch vụ nội dung số và chi tiết theo sản phẩm dịch vụ/nhóm sản phẩm dịch vụ hoàn thành. Có tới 28% doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam không sử dụng TK 621, 622, 627, cũng như TK 154 để phản ánh chi phí nhân công trực tiếp theo đúng chế độ kế toán mà sử dụng luôn TK 632 để phản ánh chi phí sản xuất dịch vụ và chi tiết cho sản phẩm dịch vụ/nhóm sản phẩm dịch vụ.

Lí do không sử dụng TK 621, 622, 627/154 để phản ánh chi phí sản xuất dịch vụ là do đặc điểm kinh doanh sản phẩm dịch vụ nội dung số, sản phẩm dịch vụ sản xuất xong đến tay người tiêu dùng luôn, lại không có sản phẩm dở dang, nên các doanh nghiệp này cho rằng không nhất thiết phải sử dụng TK 621, 622, 627/154.

Để tập hợp chi phí liên quan đến các bộ phận, kế toán tại các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam sử dụng các tài khoản sau:

TK 154 - CPSXKD dở dang: dùng để tập hợp các chi phí phát sinh tại bộ phận sản xuất nội dung như tiền lương và các khoản trích theo lương của bộ phận này, chi phí khấu hao TSCĐ, chi phí dịch vụ mua ngoài... và giá vốn của các dịch vụ kinh doanh thương mại.

TK 632 - GVHB: dùng để tập hợp hoặc kết chuyển toàn bộ chi phí sản xuất của bộ phận sản xuất nội dung và giá vốn của hàng hóa, dịch vụ kinh doanh thương mại tiêu thụ trong kỳ.

TK 641 - CPBH: dùng để tập hợp các chi phí phát sinh tại bộ phận bán hàng theo đúng chế độ kế toán qui định.

TK 642 - CPQLDN: dùng để tập hợp các chi phí phát sinh tại bộ phận quản lý doanh nghiệp theo đúng chế độ kế toán qui định.

** Hệ thống sổ kế toán:*

Theo kết quả khảo sát, có tới 86% doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam sử dụng hình thức nhật ký chung để tổ chức ghi chép kế toán và 14% doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số sử dụng hình thức chứng từ ghi sổ để tổ chức ghi chép kế toán.

3. Giải pháp vận dụng kế toán abc trong các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam

3.1. Giải pháp phân loại chi phí phục vụ mục tiêu quản trị doanh nghiệp

Theo tác giả đề xuất, trong các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam, thay vì sử dụng số liệu chi phí theo chức năng hoạt động sẵn có về chi phí NCTT, chi phí SXC, chi phí bán hàng, chi phí QLDN, chi phí tài chính và chi phí khác, ta có thể phân tích các chi phí trên theo từng nhóm chi phí cụ thể. Đồng thời, các chi phí mang tính chất hỗn hợp cũng được phân tích theo mối quan hệ với khối lượng hoạt động (theo ứng xử chi phí) thông qua các kỹ thuật bóc tách cụ thể như: phương pháp bình phương nhỏ nhất, phương pháp cực đại, cực tiểu,...

3.2. Giải pháp tập trung vào các bước kỹ thuật trong thiết kế triển khai kế toán ABC

Để triển khai áp dụng kế toán ABC phù hợp với điều kiện thực tế trong các doanh nghiệp chuyên kinh doanh nội dung số của Việt Nam, tác giả đề xuất thực hiện các bước triển khai theo quy trình lý thuyết mà Horngren và cộng sự (2015) đưa ra. Quy trình này bao gồm: (1) lựa chọn mục tiêu cụ thể khi triển khai; (2) phác họa các vấn đề tổ chức ảnh hưởng tới việc triển khai; (3) xây dựng danh mục các hoạt động và nhóm các hoạt động chủ yếu, gán CP cho mỗi hoạt động; (4) xác định các tiêu thức phân bổ thứ cấp; (5) gán các chi phí cho các đối tượng chịu phí và (6) phân tích dữ liệu chi phí ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Atkinson, Banker, Kaplan, Young (2001), *Management Accounting*, Prentice Hall International, Thirth edition.
2. Channon, D (2005), *Blackwell Encyclopedic Dictionary of Strategic Management*, chief author, Blackwell Oxíbrd, pp. 1-186
3. Imai, M (1986), *Kaizen: The key to Janpan's Competitive success*, McGraw Hill, New York, USA.
4. Jagdeep, S, Hanvinder, S. (2009), *Kaizen Philosophy: A review of Literature, I C Fai University, Journal of Operations Management*, 3 (2).
5. Matti, S., Katja T. (2002), *Process - Based Costing: The Best of Activity- Based Costing*, I pp. 151- 156.
6. Robert, W. I., Thomas L. A., Bruce A. B., Jonh W. H. (1999), *Accounting Information for decisions*, South - Westem College Publishing.

Ngày nhận bài: 19/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. HOÀNG THU HIỀN

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

**SOLUTIONS FOR APPLYING
THE ACTIVITY- BASED COSTING METHOD
IN VIETNAMESE DIGITAL CONTENT BUSINESSES**

● Master. **HOANG THU HIEN**

Faculty of Accounting

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

This article provides an overview on activity-based costing method which is popularly applied in countries around the world. This article also studies the characteristics of service costs of digital content businesses in Vietnam by surveying 75 businesses, showing the cost characteristics of Vietnamese digital content businesses which are suitable for the activity-based costing method. Based on the results, this article recommends steps that Vietnamese digital content businesses should apply activity-based costing method to improve the efficiency of their service cost management.

Keywords: Activity-based costing (ABC) method, ABC accounting, methods of determining costs, digital content businesses.

NÂNG CAO HIỆU QUẢ KIỂM TOÁN NỘI BỘ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

● NGUYỄN THÙY LINH

TÓM TẮT:

Những biến động của thị trường tài chính đã làm gia tăng rủi ro trong các ngân hàng thương mại. Các ngân hàng thương mại cần có công cụ hữu hiệu để có thể đánh giá được tính hiệu quả của các nguồn lực, cũng như các dự án trong nội bộ tổ chức. Thực hiện công tác kiểm toán nội bộ hiệu quả là một giải pháp tối ưu, mang tính chiến lược và cấp thiết trong điều kiện hiện nay. Tuy nhiên, trên thực tế, hoạt động này trong quá trình thực hiện tại các ngân hàng thương mại còn nhiều lúng túng, thiếu kinh nghiệm về cả lý luận lẫn thực tiễn.

Bài viết đánh giá thực trạng, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả kiểm toán nội bộ tại ngân hàng thương mại.

Từ khóa: Kiểm toán nội bộ, ngân hàng thương mại, hiệu quả.

1. Đặt vấn đề

Theo Ngân hàng Nhà nước, thời gian qua, môi trường kinh tế vĩ mô có nhiều biến động. Thị trường tài chính - ngân hàng phát triển nhanh chóng với nhiều hoạt động mới, sản phẩm mới, phân khúc thị trường mới, đồng thời cũng chịu tác động lớn từ bên ngoài do quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Trong bối cảnh đó, những yếu kém, tồn tại về quản trị, điều hành và vi phạm pháp luật trong hoạt động tuy đã bộc lộ tại nhiều ngân hàng nhưng lại chưa được kịp thời khắc phục, xử lý. Vấn đề này đặt công tác cảnh báo, nhận diện, đo lường và kiểm soát rủi ro của các ngân hàng ở Việt Nam trước nhiều khó khăn và thách thức.

Thực tế được Ngân hàng Nhà nước đề cập cụ thể như, đối với công tác quản trị, điều hành, kiểm soát nội bộ, có tình trạng thành viên hội đồng quản trị, ban kiểm soát, ban điều hành tại một số ngân hàng chưa đủ tiêu chuẩn theo quy định. Các quy

trình, quy định nội bộ chưa được tổ chức tin dụng ban hành đầy đủ, nội dung chưa phù hợp với các quy định hiện hành.

Hiện nay, nhiều ngân hàng thương mại (NHTM) chưa tách bạch chức năng giám sát của hội đồng quản trị và ban điều hành; chức năng giám sát của ban kiểm soát tại một số tổ chức tín dụng chưa bao quát toàn bộ các sai phạm, vấn đề rủi ro cao; hệ thống báo cáo kiểm soát nội bộ định kỳ chưa đáp ứng được yêu cầu và vận hành kém hiệu quả.

Đối với kiểm toán nội bộ, ta có thể thấy: Bộ phận kiểm toán nội bộ của một số tổ chức tín dụng thậm chí còn chưa có đủ thành viên, yếu về trình độ chuyên môn, nghiệp vụ; Quy trình kiểm toán nội bộ chưa được xây dựng; Phương pháp kiểm toán nội bộ không định hướng theo rủi ro (risk-focused); Hoạt động của bộ phận kiểm toán nội bộ chưa đảm bảo tính khách quan, độc lập.

Bên cạnh đó, kiểm toán nội bộ tại các ngân hàng thương mại chỉ xây dựng chương trình kiểm toán với nội dung chủ yếu là kiểm toán tuân thủ mà chưa kiểm tra hiệu suất và hiệu quả hoạt động kinh doanh. Do đó, các vấn đề ghi nhận mới chỉ dừng lại ở mức độ phản ánh, chưa đánh giá xác thực tổng thể về hoạt động kinh doanh nói chung và kết quả tài chính nói riêng. Điều này có nguy cơ dẫn đến rủi ro kiểm soát, tức là báo cáo kiểm toán hoặc không đủ, không đúng, không kịp thời hoặc không đưa ra được biện pháp ngăn chặn và xử lý rủi ro phù hợp.

2. Đánh giá thực trạng kiểm toán nội bộ tại ngân hàng thương mại

2.1. Về hoạt động kiểm soát:

Về cơ bản, các ngân hàng thương mại đã ban hành các quy định, nhưng chưa thực sự mô tả đầy đủ nhiệm vụ của các thành viên trong tổ chức. Tại một số tổ chức tín dụng, có thành viên của HĐQT tham gia trực tiếp vào việc phê duyệt các giao dịch/quyết định kinh tế cụ thể; cũng có một số trường hợp thì Chủ tịch HĐQT hoặc thành viên HĐQT đồng thời là thành viên của Hội đồng tín dụng, Hội đồng đầu tư sẽ tham gia và quyết định phê duyệt các giao dịch kinh tế cụ thể. Tuy điều này có thể tạo điều kiện cho Chủ tịch HĐQT hoặc thành viên HĐQT vừa tham gia điều hành kinh doanh hàng ngày vừa giám sát hoạt động, nhưng vai trò giám sát của HĐQT sẽ bị giảm hiệu lực.

Các ngân hàng thương mại đã xây dựng quy trình nghiệp vụ đầy đủ, thiết lập các chốt kiểm soát nhằm ngăn chặn, phát hiện và xử lý các sai phạm nhưng tính hiệu lực của các hoạt động kiểm soát này còn phụ thuộc rất nhiều vào sự tuân thủ quy định từ phía cán bộ, nhân viên. Thực tế cho thấy, hiện nay còn xảy ra nhiều sai phạm trong các hoạt động của ngân hàng, khi nhân viên lợi dụng điểm yếu, những lỗ hổng trong hệ thống KSNB.

Nghiệp vụ tín dụng là một trong những nghiệp vụ chủ yếu của các ngân hàng thương mại, đây là nghiệp vụ chứa đựng nhiều rủi ro, cũng như sai phạm. Sai phạm của các ngân hàng thương mại thường liên quan đến việc không tuân thủ quy định về lưu trữ hồ sơ; làm giả hồ sơ, giấy tờ, chữ ký,...

Ngoài ra, quy trình cấp tín dụng, giám sát thực

hiện hợp đồng tín dụng cũng chưa được tuân thủ đầy đủ, như: cấp tín dụng không đúng đối tượng khách hàng, chấm điểm tín dụng chưa chính xác, áp dụng sai mã sản phẩm...; không thực hiện đầy đủ quy trình kiểm tra, giám sát khoản vay...; thực hiện giao dịch vượt thẩm quyền;...

Các ngân hàng thương mại chưa chú trọng đến hoạt động như: Kiểm soát môi trường, công nghệ thông tin qua chiến lược phát triển công nghệ thông tin, thủ tục thiết lập và phát triển chương trình; Thủ tục sử dụng báo cáo bất thường, thiết lập đường dây nóng để kịp thời phát hiện và xử lý các vấn đề bất thường, các sai sót do gian lận và nhầm lẫn; Thủ tục yêu cầu các cấp quản lý trung gian báo cáo ngay với lãnh đạo mọi trường hợp gian lận, nghi ngờ gian lận, vi phạm nội quy, quy định của ngân hàng cũng như các quy định pháp luật làm giảm uy tín và gây thiệt hại về kinh tế cho ngân hàng,...

2.2. Về giám sát các kiểm soát

Cơ bản các NHTM hiện chưa thực hiện duy trì thành phần giám sát các kiểm soát, nên điểm trung bình rất thấp. Trong quá trình hoạt động, các nhà quản lý cấp cao chưa thực sự quan tâm tới việc kiểm soát thường xuyên, chỉ khi có những sự kiện bất thường xảy ra mới thực hiện kiểm soát.

Hiện nay, bộ phận kiểm toán nội bộ về cơ bản đều được thành lập ở tất cả các ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, cán bộ thuộc bộ phận này thường không đảm bảo số lượng phù hợp với quy mô của ngân hàng. Hoạt động của bộ phận kiểm toán nội bộ đã tiến hành kiểm tra một số hoạt động, một số đơn vị tại ngân hàng, phát hiện tồn tại, thiếu sót và kiến nghị các biện pháp khắc phục.

Số đơn vị được kiểm toán so với mạng lưới hoạt động cho thấy hoạt động kiểm toán còn mỏng, chưa kiểm tra được nhiều đơn vị trong hệ thống và nội dung kiểm tra chưa toàn diện, nên chưa đánh giá tổng quát được hoạt động của ngân hàng, chưa ngăn chặn kịp thời các vi phạm tồn tại.

Các ngân hàng thương mại đã có quy định về thực hiện đánh giá hệ thống KSNB định kỳ nhưng báo cáo chưa đi sâu đánh giá các nguyên tắc căn bản của hệ thống, mà chủ yếu là: mô tả cơ cấu tổ chức của ngân hàng; tóm tắt tình hình thực hiện kế

hoạch kiểm toán trong năm; rà soát hệ thống các văn bản, quy định nội bộ; vai trò của các đơn vị trong hệ thống quản trị rủi ro còn hạn chế;...

3. Giải pháp hoàn thiện kiểm toán nội bộ tại ngân hàng thương mại

Thứ nhất, giải pháp hoàn thiện cơ sở pháp lý

Hoàn thiện các quy định an toàn, các biện pháp thận trọng trong hoạt động ngân hàng - các quy định, chính sách quản lý các loại hình tổ chức tín dụng. Đồng thời, đổi mới nội dung, phương pháp, quy trình thanh tra, giám sát phù hợp với sự phát triển của công nghệ thông tin, công nghệ ngân hàng và trên cơ sở áp dụng các nguyên tắc cơ bản về giám sát ngân hàng có hiệu quả của Ủy ban Giám sát Ngân hàng Basel và các Chuẩn mực quốc tế về Giám sát Ngân hàng (Hiệp ước vốn Basel năm 1988 - Basel I). Từng bước tiến tới thực hiện các nguyên tắc, chuẩn mực cơ bản theo Hiệp ước Basel vốn mới (Basel II) sau năm 2010.

Thứ hai, giải pháp hoàn thiện môi trường kiểm soát

- Hoàn thiện môi trường kiểm soát là nền tảng xây dựng các thành phần còn lại của KSNB.

- Xây dựng hệ thống KSNB đầy đủ, hiệu quả. Phối hợp các bộ phận liên quan, bổ sung các công cụ quản lý tiên tiến, giảm thiểu sai sót mang tính đạo đức nghề nghiệp.

Thứ ba, giải pháp hoàn thiện quy trình đánh giá rủi ro

Cần xây dựng và duy trì hoạt động bộ phận quản lý rủi ro với kênh thông tin đầy đủ nhằm phân tích, đánh giá, nhận diện rủi ro kịp thời để tránh, không chỉ là ngăn ngừa và phát hiện như hiện tại. Xây dựng hệ thống lỗi, sai phạm của các nghiệp vụ.

Thứ tư, giải pháp hoàn thiện hoạt động kiểm soát

Cần quy định rõ ràng công việc của các vị trí trong tổ chức; kiểm soát quá trình xử lý thông tin, như: kiểm soát hoạt động của trung tâm dữ liệu, kiểm soát phần mềm hệ thống, hệ thống quản trị cơ sở dữ liệu, kiểm soát việc truy cập hệ thống.

Thứ năm, giải pháp hoàn thiện hệ thống thông tin và truyền thông

Hiện đại hóa hệ thống công nghệ thông tin,

phát triển hệ thống quản lý nội bộ, nâng cấp hệ thống ngân hàng lõi phù hợp với quy mô, mức độ phức tạp hoạt động và yêu cầu quản trị, điều hành ngân hàng.

Thứ sáu, giải pháp hoàn thiện giám sát các kiểm soát

Hoàn thiện giám sát các kiểm soát để đảm bảo tính minh bạch và tăng cường sự giám sát của HĐQT. Ngân hàng cần tách bạch giữa chức năng giám sát của HĐQT với chức năng điều hành kinh doanh của Ban Điều hành. Thành viên HĐQT không nên trực tiếp phê duyệt các giao dịch kinh tế cụ thể.

Hoàn thiện hệ thống KSNB theo COSO

Hoàn thiện hệ thống KSNB theo COSO 1992 và 17 nguyên tắc mở rộng của COSO 2013, theo mô hình kết cấu bởi 5 thành phần cấu thành của hệ thống KSNB.

Thứ bảy, giải pháp hoàn thiện về việc đánh giá hệ thống KSNB

Hoàn thiện việc đánh giá hệ thống KSNB dựa trên 3 tuyến phòng thủ, gồm:

(i) Tuyến phòng thủ đầu tiên là lớp trực tiếp giao dịch với khách hàng.

(ii) Tuyến phòng thủ thứ hai là khối phê duyệt.

(iii) Tuyến phòng thủ thứ ba là hệ thống các phòng ban giám sát sau khi thực hiện giao dịch, giải ngân,...

Ngoài ra, cần đánh giá hiệu quả của các chốt kiểm soát trong hệ thống KSNB. Cụ thể, chỉ ra các chốt kiểm soát trong quy trình được thiết kế và vận hành nhằm ngăn chặn, phát hiện và sửa chữa những sai phạm có thể xảy ra trong quá trình hoạt động, ảnh hưởng tới việc đạt mục tiêu của NHTM, bao gồm: mục tiêu hoạt động, mục tiêu liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính và mục tiêu tuân thủ.

Thứ tám, giải pháp hoàn thiện nguồn nhân lực

Thường xuyên đào tạo các kiểm toán viên đối với việc đánh giá KSNB; thường xuyên tích lũy thêm các kiến thức chuyên sâu và kỹ năng nghề nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2014), *Luật Các Tổ chức tín dụng*.
2. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2011), *Thông tư 44/2011/TT-NHNN quy định về hệ thống kiểm soát nội bộ và kiểm toán nội bộ của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài*.
3. Vũ Thuý Ngọc (2006), Hệ thống kiểm soát nội bộ của một số ngân hàng hiện đại. *Tạp chí Ngân hàng*, số 9/2006.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả

ThS. NGUYỄN THÙY LINH

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**IMPROVING THE EFFECTIVENESS
OF INTERNAL AUDIT ACTIVITIES
AT COMMERCIAL BANKS IN VIETNAM**

● Master. **NGUYEN THUY LINH**

Faculty of Accounting

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Commercial banks will face higher risks when fluctuations in financial markets occur. It is important for commercial banks to have effective tools that help them assess the effectiveness of their resources and projects. Implementing effective internal audit is an optimal and strategic solution for commercial bank in the context of current conditions.

However, the implementation of internal audit activities at commercial banks in Vietnam is quite ineffective due to the lack of experience in both theory and practice. This article assesses the status quo of internal audit at commercial banks in Vietnam, thereby proposing solutions to improve the efficiency of internal audit at Vietnamese commercial banks.

Keywords: Internal audit, commercial bank, effective.

ÁP DỤNG PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ TRONG NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM

● PHẠM HOÀI NAM

TÓM TẮT:

Kế toán quản trị là một hệ thống cung cấp thông tin hữu hiệu trong công tác quản trị nội bộ của doanh nghiệp (DN) nói chung và doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) nói riêng. Việc vận dụng kế toán quản trị chịu sự tác động của nhiều nhân tố cả bên trong và bên ngoài DN.

Trong bài viết này, tác giả sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) để nhận diện và đo lường mức độ ảnh hưởng của 7 nhân tố đến khả năng vận dụng kế toán quản trị trong DNNVV ở Việt Nam. Từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao khả năng vận dụng kế toán quản trị, góp phần gia tăng hiệu quả trong công tác quản trị doanh nghiệp.

Từ khóa: Phân tích nhân tố khám phá, nhân tố, vận dụng, kế toán quản trị, doanh nghiệp nhỏ và vừa.

1. Đặt vấn đề

Việc tham gia vào Tổ chức thương mại thế giới đồng thời từng bước thực thi các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, đã mở ra cho doanh nghiệp (DN) nói chung và doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) nói riêng của Việt Nam nhiều cơ hội kinh doanh. Tuy nhiên, điều này cũng đẩy các DN vào những thách thức, cạnh tranh khốc liệt.

Theo kết quả Tổng điều tra kinh tế năm 2017, cả nước có gần 517.900 DN đang hoạt động, tăng 51,6% so với năm 2012, trong đó DNNVV chiếm 98,1%. Để các DNNVV Việt Nam hiện nay có thể tồn tại và đứng vững trên thị trường, thì việc nắm được những thông tin liên quan đến hoạt động một

cách kịp thời, chính xác là cần thiết. Và một trong những công cụ hữu hiệu nhất để cung cấp thông tin, đó chính là hệ thống kế toán quản trị (KTQT) trong nội bộ DN. Tuy nhiên, việc vận dụng KTQT ở Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập.

Qua việc nghiên cứu các công trình đã công bố và kết quả khảo sát của tác giả, việc vận dụng KTQT vào hoạt động quản trị trong các DNNVV vẫn còn nhiều vướng mắc, hệ quả tất yếu là tỷ lệ vận dụng KTQT trong các DN này còn rất thấp. Điều này chịu sự tác động của nhiều nhân tố bên trong lẫn bên ngoài DN, có thể làm gia tăng tính khả thi của việc vận dụng KTQT trong DN hoặc ngược lại.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Mô hình lý thuyết về các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT trong các DN

Cho đến nay, đã có nhiều công trình trong và ngoài nước nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT trong các DN nói chung và DNNVV nói riêng. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng, sự thay đổi trong hệ thống KTQT hay việc vận dụng các kỹ thuật KTQT bị ảnh hưởng bởi cả nhân tố bên ngoài và các nhân tố nội tại tại của DN (Nghiên cứu của Tuan Mat (2010), Alper Erserim (2012), Ahmad & cộng sự (2012) và Lucas, Prowle and Lowth (2013)). Một số nghiên cứu tại Việt Nam, bao gồm của Đoàn Ngọc Phi Anh (2012), Trần Ngọc Hùng (2016), Thái Anh Tuấn (2019)... , đều cho thấy mối liên hệ chặt chẽ giữa các nhân tố ảnh hưởng tới việc vận dụng KTQT trong các DN. Nghiên cứu của Trần Ngọc Hùng (2016) xác định và đo lường mức độ ảnh hưởng của 8 nhân tố đến việc vận dụng KTQT trong DNNVV Việt Nam, bao gồm: quy mô DN, chi phí tổ chức KTQT, văn hóa DN, trình độ của kế toán viên, chiến lược kinh doanh, mức độ sở hữu của Nhà nước trong DN, mức độ cạnh tranh của thị trường và nhận thức của người điều hành DN. Trong nghiên cứu của Thái Anh Tuấn (2019) đo lường và phân tích 5 nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT, cụ thể: áp lực cạnh tranh, mức độ phân quyền trong DN, áp dụng CNTT, sự quan tâm của nhà quản trị đến KTQT và trình độ của nhân viên kế toán.

Từ kết quả của việc tổng hợp các lý thuyết, các nghiên cứu trong và ngoài nước trước đây về các nhân tố ảnh hưởng tới việc vận dụng KTQT trong các DNNVV, nhóm tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu bao gồm 7 nhân tố ảnh hưởng, gồm: quy mô DN, yêu cầu chi phí tổ chức KTQT, văn hóa DN, trình độ của kế toán viên, chiến lược kinh doanh, áp lực cạnh tranh và nhận thức của người chủ/ nhà quản trị DN.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp chọn mẫu nghiên cứu

Phương pháp phân tích dữ liệu được sử dụng cho nghiên cứu là phân tích nhân tố khám phá (phân tích EFA). Để có thể sử dụng công cụ phân tích EFA kích thước mẫu phải lớn. Tuy nhiên, việc xác định cỡ mẫu phù hợp là rất phức tạp nên thường dựa vào kinh nghiệm. Theo Hair & cộng sự (2006) trích trong Lê Đình Hải (2018), tối thiểu là

5 quan sát cho một tham số ước lượng (biến quan sát). Với nghiên cứu này có 27 tham số cần ước lượng (biến quan sát) thì cỡ mẫu tối thiểu là: . Vì vậy, nghiên cứu này với dung lượng mẫu được chọn là 150 quan sát, đảm bảo yêu cầu đặt ra. Các dữ liệu sau khi thu thập được xử lý trên phần mềm SPSS 20. Kết quả sẽ được sử dụng cho việc phân tích, thống kê, xử lý dữ liệu và phân tích hồi quy tuyến tính.

2.2.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

Thông tin sơ cấp được thu thập thông qua bảng hỏi. Bảng hỏi được chuẩn bị trước để tiến hành phỏng vấn và xin ý kiến chuyên gia về các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT trong các DNNVV. Tiếp đó, sau khi tổng hợp ý kiến của chuyên gia, đối chiếu với các kết quả nghiên cứu trước đó để lựa chọn những nhân tố sẽ ảnh hưởng phù hợp với mẫu nghiên cứu. Bảng hỏi sau đó được hoàn thiện từng nội dung, từng thành phần cũng như thang đo của từng nhân tố. Tất cả các biến quan sát trong bảng hỏi đều sử dụng thang đo Likert 5 mức độ: (1) rất không đồng ý; (2) không đồng ý; (3) phân vân; (4) đồng ý; (5) rất đồng ý. Mô hình phân tích bao gồm: 7 nhân tố ảnh hưởng tới việc vận dụng KTQT trong DNNVV - với tổng số 27 biến quan sát; và 1 thang đo đại diện cho khả năng vận dụng KTQT trong DNNVV - với 5 biến quan sát (Bảng 1).

2.2.3. Phương pháp tổng hợp, xử lý và phân tích số liệu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 20 cho việc phân tích nhân tố khám phá để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT. Kết quả của phân tích EFA sẽ là cơ sở cho việc đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng vận dụng KTQT trong các DNNVV Việt Nam.

Bước 1: Kiểm định chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kiểm định độ tin cậy của thang đo là đo lường độ tin cậy của tập hợp các biến quan sát, xem chúng có đáng tin cậy khi thể hiện tính chất của nhân tố đó hay không và giữa chúng có mối tương quan chặt chẽ với nhau hay không. Theo Đinh Phi Hồ (2018), thang đo được coi là tốt nếu thỏa mãn hai tiêu chuẩn: (1) hệ số Cronbach Alpha từ 0,6 trở lên và (2) các biến quan sát có hệ số tương quan với biến tổng (item-total correlation) lớn hơn 0,3. Hệ số Cronbach Alpha càng cao thì thang đo càng đáng tin cậy.

Bảng 1. Mã hóa các thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT trong DNNVV

STT	Thang đo	Biến quan sát	Ký hiệu biến
1	Quy mô của DN - QM	+ Doanh thu + Số lượng nhân viên + Số lượng các phòng ban, chi nhánh	QM1 QM2 QM3
2	Trình độ của nhân viên kế toán - TDNV	+ NVKT có trình độ từ trung cấp, cao đẳng nghề + NVKT có trình độ đại học trở lên + NVKT có chứng chỉ kế toán trong nước + NVKT có chứng chỉ kế toán chuyên quốc tế	TDNV1 TDNV2 TDNV3 TDNV4
3	Văn hóa DN - VH DN	+ Sự hỗ trợ của nhà quản trị đối với nhân viên + Sự hỗ trợ lẫn nhau giữa các nhân viên + Sự đồng thuận về mục tiêu chung của DN	VH DN1 VH DN2 VH DN3
4	Yêu cầu về chi phí cho việc tổ chức KTQT - YCCP	+ Chi phí về đầu tư công nghệ phục vụ tổ chức KTQT (máy móc, thiết bị, mạng Internet...) + Chi phí tư vấn từ các đơn vị, tổ chức, chuyên gia về tổ chức KTQT	YCCP1 YCCP2
5	Chiến lược kinh doanh - CLKD	+ Cung cấp sản phẩm có chất lượng cao + Sự đa dạng và sẵn có của hàng hóa + Linh hoạt trong thay đổi thiết kế + Dịch vụ sau bán hàng + Sản xuất theo yêu cầu giao hàng + Sản xuất hàng hóa, dịch vụ chuyên biệt	CLKD1 CLKD2 CLKD3 CLKD4 CLKD5 CLKD6
6	Áp lực cạnh tranh - ALCT	+ Mức độ hành động của đối thủ cạnh tranh + Mức độ cạnh tranh về các kênh phân phối + Mức độ cạnh tranh về thị phần + Số lượng đối thủ cạnh tranh trong cùng phân khúc + Mức độ cạnh tranh về giá cả	ALCT1 ALCT2 ALCT3 ALCT4 ALCT5
7	Nhận thức về KTQT của người chủ/nhà quản trị DN - NTC	+ Người chủ/nhà quản trị đánh giá cao về tính hữu ích các công cụ kỹ thuật KTQT + Người chủ/nhà quản trị có hiểu biết về các công cụ kỹ thuật KTQT + Người chủ/nhà quản trị có nhu cầu cao về việc vận dụng KTQT + Người chủ/nhà quản trị chấp nhận mức chi phí cao trong việc đầu tư vận dụng KTQT	NTC1 NTC2 NTC3 NTC4
8	Khả năng vận dụng KTQT trong DNNVV	+ Khả năng vận dụng các kỹ thuật KTQT chi phí + Khả năng vận dụng các kỹ thuật KTQT dự toán + Khả năng vận dụng các kỹ thuật KTQT đánh giá hiệu suất + Khả năng vận dụng kỹ thuật KTQT hỗ trợ ra quyết định + Khả năng vận dụng các kỹ thuật KTQT chiến lược	KNVD1 KNVD2 KNVD3 KNVD4 KNVD5

Bước 2: Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để xác định giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và thu gọn các tham số ước lượng cho các nhóm biến (Theo Lê Đình Hải, 2018). Nghiên cứu sử dụng kiểm định Barlett được dùng để xem xét các biến

quan sát trong nhân tố có tương quan với nhau hay không. Kiểm định Barlett có ý nghĩa thống kê khi Sig.<0,05, chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Phương pháp này chỉ được sử dụng khi hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) phải đạt giá trị từ 0,5

trở lên. Nếu KMO < 0,5 thì phân tích nhân tố không thích hợp với dữ liệu (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005). Trong bước này, các biến có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 sẽ tiếp tục bị loại. Tiếp đó, nghiên cứu phân tích giá trị riêng và tổng phương sai trích để xác định số lượng nhân tố trong phân tích EFA và cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Sau khi loại các biến không phù hợp, để kiểm tra độ phù hợp của các biến sau khi được hiệu chỉnh, nghiên cứu sử dụng kiểm định Cronbach Alpha để khẳng định lại một lần nữa độ tin cậy của thang đo.

Bước 3: Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết

Theo Cooper và Schindler (2006), hồi quy tuyến tính thường được sử dụng để kiểm định và giải thích lý thuyết nhân quả. Vì vậy, các thang đo được đánh giá đạt yêu cầu được đưa vào để phân tích tương quan và phân tích hồi quy để kiểm định các giả thuyết. Để đảm bảo mô hình hồi quy phù hợp sẽ tiến hành kiểm định các giả thuyết, như: không có hiện tượng đa cộng tuyến thông qua hệ số VIF, phương sai của phần dư không đổi.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kiểm định chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Qua việc kiểm định độ tin cậy của 8 thang đo bằng kiểm định Cronbach Alpha ở Bảng 2, ta thấy hệ số Cronbach Alpha của tất cả các thang đo đều lớn hơn 0,6. Vì vậy, tất cả các thang đo đều có ý nghĩa thống kê và đạt độ tin cậy cần thiết, 8 nhân tố này có đủ điều kiện để tiếp tục được sử dụng trong các phân tích tiếp theo.

Bảng 2: Tổng hợp kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha

TT	Thang đo	Biến đặc trưng	Số biến	Hệ số Cronbach Alpha
1	Quy mô của DN	QM1,QM2,QM3	3	0,775
2	Trình độ của NVKT	TDNV1,TDNV2,TDNV3,TDNV4	4	0,828
3	Văn hóa DN	VHDN1, VHDN2, VHDN3	3	0,836
4	CP tổ chức KTQT	YCCP1,YCCP2	2	0,751
5	Chiến lược kinh doanh	CLKD1,CLKD2,CLKD3,CLKD4,CLKD5,CLKD6	6	0,789
6	Áp lực cạnh tranh	ALCT1, ALCT2, ALCT3, ALCT4, ALCT5	5	0,826
7	Nhận thức chủ/NQT DN	NTC1,NTC2,NTC3,NTC4	4	0,820
8	Khả năng vận dụng KTQT	KNVD1,KNVD2,KNVD3,KNVD4,KNVD5	5	0,832

3.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

3.2.1. Kiểm định tính thích hợp của phân tích nhân tố khám phá

Trong Bảng 3, hệ số KMO = 0,815 > 0,5, như vậy phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

Bảng 3. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett

Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)		.815
Bartlett's Test of Sphericity	Giá trị (Approx. Chi-Square)	3982.212
	Bậc tự do (df)	351
	Mức ý nghĩa (Sig.)	.000

3.2.2. Kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện

Trong Bảng 3, kiểm định Bartlett có giá trị Sig.=.000 < 0,05, cho thấy các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện.

3.2.3. Kiểm định mức độ giải thích của các biến quan sát đối với nhân tố

Trong Bảng 4, tổng phương sai được giải thích có 7 nhân tố có Eigenvalue > 1 và tổng phương sai trích là 65,621%, thỏa mãn điều kiện > 50%. Điều này có nghĩa là 65,621% thay đổi của các nhân tố này được giải thích bởi các biến quan sát. Từ các phân tích nêu trên có thể thấy rằng, phân tích nhân tố khám phá EFA là phù hợp với dữ liệu tổng thể.

Bảng 4. Tổng phương sai giải thích của các nhân tố

Biến quan sát	Eigenvalues khởi tạo Initial Eigenvalues			Tổng bình phương của hệ số tải nhân tố được trích (Extraction Sums of Squared Loadings)			Tổng bình phương của hệ số tải nhân tố xoay (Rotation Sums of Squared Loadings)		
	Tổng	% của phương sai	Tỷ lệ % tích lũy	Tổng	% của phương sai	Tỷ lệ % tích lũy	Tổng	% của phương sai	Tỷ lệ % tích lũy
1	5.659	20.960	20.960	5.659	20.960	20.960	3.421	12.671	12.671
2	4.204	15.571	36.532	4.204	15.571	36.532	3.234	11.978	24.649
3	2.249	8.329	44.860	2.249	8.329	44.860	2.875	10.647	35.297
4	2.120	7.851	52.711	2.120	7.851	52.711	2.358	8.733	44.029
5	1.342	4.970	57.681	1.342	4.970	57.681	2.280	8.445	52.474
6	1.080	4.002	61.683	1.080	4.002	61.683	2.218	8.215	60.689
7	1.063	3.937	65.621	1.063	3.937	65.621	1.331	4.931	65.621
...									
27	.119	.440	100.000						

3.2.4. Kết quả của phân tích nhân tố khám phá

Từ kết quả phân tích bảng ma trận xoay nhân tố, nghiên cứu loại bỏ những biến quan sát xấu của các nhân tố:

+ Nhân tố chiến lược kinh doanh: loại bỏ biến quan sát CLKD5 vì có hệ số tải lên cả hai nhân tố.

+ Nhân tố áp lực cạnh tranh: loại bỏ biến quan sát ALCT1 vì có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5.

+ Nhân tố nhận thức về KTQT của người chủ/nhà quản trị DN loại bỏ biến quan sát NTC4 vì có hệ số tải nhỏ hơn 0,5.

+ Các nhân tố còn lại, các biến quan sát có hệ số tải đều lớn hơn 0,5 nên đều có ý nghĩa thống kê tốt.

Sau khi phân tích EFA, ta vẫn rút trích được 7 nhân tố như đã xây dựng ban đầu. Tuy nhiên, có 3 nhân tố có sự thay đổi về biến quan sát nên cần kiểm tra lại thang đo của 3 nhân tố đó. Sau khi điều chỉnh lại thang đo, thông qua kiểm định Cronbach Alpha của 3 nhân tố, kết quả cho thấy, các nhân tố đều có trị số Cronbach Alpha > 0,6 và hệ số tương quan với biến tổng đều lớn hơn 0,3. Vì vậy, các thang đo sau khi được điều chỉnh biến quan sát mới trở nên đáng tin cậy.

3.2.5. Phân tích hồi quy

Việc xem xét trong các nhân tố tác động đến việc vận dụng KTQT trong DNNVV Việt Nam được thực hiện bằng mô hình hồi quy tuyến tính:

$$KNVD = \beta_1 + \beta_2CLKD + \beta_3TDNV + \beta_4VHDN + \beta_5ALCT + \beta_6NTC + \beta_7QM + \beta_8YCCP + u$$

Trong đó, các biến đưa vào phân tích hồi quy được xác định bằng cách tính điểm của các nhân tố.

Từ Bảng 5, các hệ số hồi quy đều có giá trị Sig. < 0,05 nên các hệ số hồi quy đều có ý nghĩa thống kê, tức là các biến độc lập trong mô hình đều giải thích cho sự thay đổi của biến phụ thuộc. Hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2 nên mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập. Từ bảng tóm tắt mô hình, ta có hệ số xác định . Điều này cho thấy, có 61,2% sự thay đổi về việc vận dụng KTQT được giải thích bởi 7 biến độc lập trong mô hình. Từ bảng phân tích phương sai, ta thấy giá trị của kiểm định là nên hàm hồi quy được xây dựng là phù hợp.

3.2.6. Thảo luận kết quả của mô hình hồi quy

Kết quả kiểm định phân tích hồi quy cho thấy, các biến độc lập trong mô hình đều giải thích cho sự thay đổi của biến phụ thuộc, mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập và có 61,2% sự thay đổi về việc vận dụng KTQT được giải thích bởi 7 biến độc lập trong mô hình. Ngoài ra, còn 38,8% bị thất thoát bởi các nhân tố khác chưa được phát hiện.

Nhìn vào Bảng 5 ở trên có thể thấy, tác động

Bảng 5: Kết quả phân tích hồi quy

Biến độc lập	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa (B)	Giá trị t	Mức ý nghĩa thống kê (Sig.)	VIF	Hệ số hồi quy chuẩn hóa (Beta)	Giá trị tuyệt đối của Beta	Mức độ đóng góp của các biến (%)	Tầm quan trọng của các biến
(Constant)	1.122E-016	.000	1.000					
CLKD	.268	6.233	.000	1.000	.268	.268	16,3%	4
TDNV	.322	7.488	.000	1.000	.322	.322	19,6%	2
VHDN	.121	2.814	.003	1.001	.121	.121	7,4%	6
ALCT	.128	2.977	.002	1.000	.128	.128	7,8%	5
NTC	.115	2.674	.004	1.002	.115	.115	7%	7
QM	.298	6.930	.000	1.000	.298	.298	18,1%	3
YCCP	.391	9.093	.000	1.000	.391	.391	23,8%	1

của các nhân tố ảnh hưởng tới việc vận dụng KTQT trong DNNVV Việt Nam được sắp xếp theo thứ tự từ YCCP, TDNV, QM, CLKD, ALCT, VHDN, NTC với mức độ đóng góp lần lượt là: 23,8%, 19,6%, 18,1%, 16,3%, 7,8%, 7,4% và 7%.

3.3. Đề xuất các giải pháp

3.3.1. Tổ chức kế toán quản trị trong doanh nghiệp với chi phí hợp lý

Tại các DNNVV Việt Nam, khi xem xét đến việc tổ chức KTQT trong DN luôn cần quan tâm đến các vấn đề như: chi phí về trang thiết bị, chi phí về nhân lực thực hiện KTQT và chi phí tư vấn.

(1) Về nhân lực KTQT: Để có thể tận dụng và phát huy trong năng lực hiện có của các DNNVV, đồng thời hạn chế được chi phí phát sinh, nghiên cứu đề xuất mô hình tổ chức bộ máy kế toán của các DN là mô hình kết hợp giữa KTTC và KTQT, tuy nhiên sẽ phân công ít nhất một nhân sự đảm nhận công việc KTQT trong đó.

(2) Về trang thiết bị: Các DNNVV Việt Nam cần tăng cường việc ứng dụng công nghệ thông tin vào việc xử lý số liệu. DN có thể lựa chọn phần mềm thương mại được thiết kế sẵn, hoặc thuê thiết kế phần mềm theo nhu cầu của DN kết hợp sử dụng những công cụ khác như Excel,... để có thể thiết kế những báo cáo KTQT linh hoạt và hiệu quả hơn.

3.3.2. Nâng cao trình độ nhân viên KTQT

Nhân sự luôn đóng vai trò quan trọng đối với sự thành bại của một DN. Nếu trình độ chuyên môn của nhân viên về KTQT không đáp ứng được

yêu cầu sẽ khiến việc vận dụng không được thực hiện hoặc thực hiện nhưng không hiệu quả. Do đó, để có thể tận dụng nguồn nhân lực hiện có của DN cần tạo điều kiện cho nhân viên được tham gia các khóa học về KTQT để nâng cao trình độ, hoặc có thể căn cứ vào tình hình tài chính của đơn vị để mời các chuyên gia về tập huấn, hướng dẫn và triển khai bước đầu về KTQT trong DN.

3.3.3. Thay đổi quy mô của doanh nghiệp

Khi tham gia vào thị trường có quá nhiều đối thủ cạnh tranh, trong khi DN không có khả năng mang lại sự khác biệt quá lớn, thì các DNVVN có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh bằng sự liên kết. Việc liên kết phù hợp này giúp các DN cùng tạo lập một chuỗi giá trị hiệu quả cho khách hàng, giúp nâng cao giá trị của DN. Các DNNVV cần xây dựng chiến lược gắn kết cộng đồng hay tạo ra môi trường sinh thái lành mạnh. Việc liên kết với DN khác giúp DN đa dạng hóa hoạt động, phát huy được điểm mạnh và hạn chế những điểm yếu của mình.

3.3.4. Xây dựng chiến lược kinh doanh linh hoạt

DNNVV với lợi thế quy mô nhỏ, tính linh hoạt cao hơn nên các DN này có khả năng nhanh chóng tạo và nắm bắt thời cơ hơn, đặc biệt là khai thác và tận dụng các thị trường ngách. Các DNNVV phải tìm cách nắm bắt những xu hướng tiêu dùng của khách hàng, đáp ứng nhu cầu của họ nhằm nâng cao lợi thế cũng như năng lực cạnh tranh của DN trên thị trường. Nhà quản trị DN phải cân nhắc từ các hoạt động đầu tiên, như giới thiệu sản phẩm cho khách, đến việc đa dạng hóa mẫu mã, chất

lượng, giá cả của sản phẩm, để có thể tận dụng hết các phân đoạn thị trường mà DN đang có, mở rộng thị phần cho sản phẩm của DN. Vì vậy, các chiến lược kinh doanh của DNNVV phải hết sức linh hoạt và phù hợp với từng giai đoạn của DN, từng phân khúc thị trường, từng loại sản phẩm... nhằm tạo ra sự khác biệt, lợi thế cạnh tranh trong dài hạn so với các đối thủ khác trên thị trường.

3.3.5. Áp lực cạnh tranh của thị trường

Áp lực cạnh tranh là yếu tố bên ngoài DN nhưng lại đứng vị trí quan trọng thứ 5 trong các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng vận dụng thành công KTQT. Để có thể hạn chế những áp lực cũng như tận dụng cơ hội để phát triển, các nhà quản trị có thể thông qua các kênh truyền thông để tuyên truyền đến mọi nhân viên của DN, trên cơ sở đó xây dựng một văn hóa DN vững mạnh, đồng lòng. Mặt khác, như phân tích ở trên, các DNNVV Việt Nam có thể liên kết với nhau để tạo ra một chuỗi giá trị hợp lý, nhằm giảm bớt áp lực cạnh tranh, phát huy được ưu thế của DN trên thương trường.

3.3.6. Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp vững mạnh

Xuất phát từ đặc điểm của DNNVV, ta cần phải nghiên cứu và quan tâm đến những vấn đề sau: các thành viên của DN phải nhận thức được tầm quan trọng và sự cần thiết của việc xây dựng văn hóa DN; các thành viên của DN có sự đồng thuận, chia sẻ, cùng thực hiện công việc để hướng về mục tiêu chung của DN là hướng đi đúng và hiệu quả; các thành viên của DN, đặc biệt đội ngũ quản trị và làm nhân sự phải phát huy vai trò chủ động, tích

cực khi tham gia vào việc hình thành và phát triển văn hóa DN.

3.3.7. Nâng cao nhận thức của người chủ/nhà quản trị doanh nghiệp về KTQT

Trong DNNVV, người chủ/nhà quản trị DN phải nhận thức được tầm quan trọng, vai trò của thông tin thì việc tổ chức và triển khai KTQT mới được thực hiện và có hiệu quả. Mặt khác, các thông tin KTQT sẽ phục vụ trực tiếp cho người chủ/nhà quản trị DN để hoạch định chiến lược kinh doanh, ra quyết định về hoạt động sản xuất kinh doanh trong DN. Vì vậy, tại các DNNVV Việt Nam, các nhà quản trị cần ưu tiên việc cải thiện trình độ quản lý và có sự thay đổi tích cực về tính hữu ích của các kỹ thuật KTQT và của các thông tin KTQT.

4. Kết luận

Việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTQT trong DNNVV Việt Nam là vô cùng cấp thiết. Sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá để nghiên cứu vấn đề này nhằm xây dựng và kiểm định mô hình biểu thị mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng vận dụng KTQT trong DNNVV. Kết quả khảo sát 150 DNNVV đã xác định được 7 nhân tố ảnh hưởng đến khả năng vận dụng KTQT. Đồng thời, nghiên cứu cũng đo lường mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố, trên cơ sở đánh giá và xếp hạng tầm quan trọng của các nhân tố. Nghiên cứu cũng đã đề xuất các giải pháp để góp phần nâng cao khả năng vận dụng KTQT trong DNNVV theo thứ tự ưu tiên của các nhân tố đó ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2006), *Thông tư số 53/2006/TT-BTC ngày 12/06/2006 của Bộ Tài chính, hướng dẫn áp dụng kế toán quản trị trong doanh nghiệp*.
2. Đinh Phi Hồ, Võ Văn Nhị, Trần Phước, (2018). *Nghiên cứu định lượng trong Kế toán - Kiểm toán*, NXB Tài chính.
3. Lê Đình Hải, (2018), *Áp dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá trong việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động trực tiếp tại Tập đoàn Sentec Việt Nam, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp, số 1 -2018, 167 -177*.
4. Trần Ngọc Hùng, (2016), *Các nhân tố tác động đến việc vận dụng kế toán quản trị trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam, LATS*.
5. Abdel-Kader M. and Luther. R, (2006), *Management accounting practices in the British food and drinks industry. British Food Journal, 108: 336-357*.
6. Hair, JF., Black, W.C., Babin., Anderson, R.E., (2010), *Multivariate data analysis*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

7. Tuan Zainun Tuan Mat, (2010), *Management accounting and organizational change: impact of aligenment of management accounting system, structure and strategy on performance*. PhD thesis. Edith Cowan University, Perth Western Autralia.
8. PV (2018), <http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tai-chinh-doanh-nghiep/doanh-nghiep-nho-va-vua-chiem-981-144150.html>
9. An Chi (2019), <https://theleader.vn/go-3-nut-that-cho-doanh-nghiep-nho-va-vua-1553877735991.htm>
10. Hoàng Thị Tâm (2020), <https://congnghiepmoitruong.vn/ke-toa-n-qua-n-tri-doanh-nghiep-nho-va-vua-loi-the-tu-cach-mang-cong-nghiep-40-5515.html>
11. Phương Thảo (2018), <https://marketingai.admicro.vn/dau-se-la-loi-the-canh-tranh-cho-doanh-nghiep-vua-va-nho/>.

Ngày nhận bài: 13/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 23/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/4/2020

Thông tin tác giả:

TS. PHẠM HOÀI NAM

Học viện Ngân hàng

IMPLEMENTING THE EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS METHOD INTO IDENTIFYING FACTORS AFFECTING THE ABILITY OF APPLYING THE MANAGGEMENT ACCOUNTING AT VIETNAMESE SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

● Ph.D **PHAM HOAI NAM**
Banking Academy

ABSTRACT:

The management accounting is an effective system that provides useful information for the internal management of enterprises in general and small and medium-sized enterprises in particular. The implementattion of management accounting system is affected by many factors including both external and internal factors of enterprises. By using the Exploratory Factor Analysis (EFA) method, this study is to identify and measure the influencing level of 7 factors which affect the ability of apply the management accounting in Vietnam's small and medium-sized enterprises, thereby proposing solutions to improve the abillity of implementing the management accounting, contributing to the improvement of efficiency of management accounting in enterprises.

Keywords: Exploratory Factor Analysis, factors, application, management accounting, small and medium-sized enterprises.

ĐẶC ĐIỂM VÀ ẢNH HƯỞNG CỦA DOANH NGHIỆP XÂY DỰNG NHỎ VÀ VỪA ĐẾN KẾ TOÁN CHI PHÍ SẢN XUẤT, GIÁ THÀNH SẢN PHẨM XÂY LẮP

● PHẠM THỊ TƯỚI

TÓM TẮT:

Hiện nay, ở Việt Nam, các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) nói riêng đang ngày càng khẳng định vai trò đối với nền kinh tế đất nước. Để có thể tồn tại và cạnh tranh trên thị trường, các DNNVV cần tìm cách tiết kiệm chi phí và hạ giá thành sản phẩm. Muốn làm được điều đó, công tác kế toán chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm phải được thực hiện một cách chính xác và hiệu quả.

Bài viết phân tích đặc điểm và ảnh hưởng của DNNVV đến kế toán chi phí sản xuất, giá thành sản phẩm xây lắp.

Từ khóa: Xây dựng, doanh nghiệp nhỏ và vừa, chi phí, giá thành.

1. Đặc điểm doanh nghiệp xây dựng nhỏ và vừa

DNNVV được hiểu là các doanh nghiệp có quy mô hoạt động nhỏ, xét về số lao động, quy mô kinh doanh và tổng doanh thu.

Theo Nghị định 39/2018/NĐ-CP của Chính phủ về việc quy định chi tiết một số điều của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, DNNVV được phân theo quy mô, bao gồm: doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp vừa.

Doanh nghiệp siêu nhỏ trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản và lĩnh vực công nghiệp, xây dựng có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 10 người và tổng doanh thu của năm không quá 3 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn không quá 3 tỷ đồng.

Doanh nghiệp siêu nhỏ trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 10 người và tổng doanh thu của năm không quá 10 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn không quá 3 tỷ đồng.

Doanh nghiệp nhỏ trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản và lĩnh vực công nghiệp, xây dựng có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 100 người và tổng doanh thu của năm không quá 50 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn không quá 20 tỷ đồng, và không phải là doanh nghiệp siêu nhỏ theo quy định.

Doanh nghiệp nhỏ trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 50 người và tổng doanh

thu của năm không quá 100 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn không quá 50 tỷ đồng, và không phải là doanh nghiệp siêu nhỏ theo quy định.

Doanh nghiệp vừa trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản, lĩnh vực công nghiệp, xây dựng có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 200 người và tổng doanh thu của năm không quá 200 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn không quá 100 tỷ đồng, và không phải là doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp siêu nhỏ theo quy định.

Doanh nghiệp vừa trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 100 người và tổng doanh thu của năm không quá 300 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn không quá 100 tỷ đồng, và không phải là doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ theo quy định.

Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa được xác định căn cứ vào quy định của pháp luật về hệ thống ngành kinh tế và quy định của pháp luật chuyên ngành.

Trường hợp hoạt động trong nhiều lĩnh vực, DNNVV được xác định căn cứ vào lĩnh vực có doanh thu cao nhất. Trường hợp không xác định được lĩnh vực có doanh thu cao nhất, DNNVV được xác định căn cứ vào lĩnh vực sử dụng nhiều lao động nhất.

Từ khi đất nước chuyển sang cơ chế thị trường, các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa nói chung có xu hướng chiếm ưu thế hơn so với các doanh nghiệp lớn. Các doanh nghiệp này có những đặc điểm sau:

- Lĩnh vực hoạt động kinh doanh của các DNNVV thường tập trung vào những ngành nghề kinh doanh chính. Các nghiệp vụ kinh tế phát sinh trong các doanh nghiệp thường là những nghiệp vụ cơ bản, gắn liền với hoạt động sản xuất kinh doanh chủ yếu.

- Tổ chức sản xuất kinh doanh, tổ chức bộ máy quản lý của các DNNVV thường linh hoạt, gọn nhẹ.

- Quy mô hoạt động kinh doanh, quy mô vốn đầu tư ban đầu không lớn.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật thường yếu kém, trình độ công nghệ thường đơn giản.

Các DNNVV hoạt động trong nhiều lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực xây lắp. Các doanh nghiệp xây lắp nhỏ và vừa cũng có những đặc điểm chung của DNNVV và có những đặc trưng riêng:

- Các doanh nghiệp xây lắp nhỏ và vừa thường tổ chức các tổ (đội) thi công trực thuộc. Tuy nhiên, các tổ (đội) hầu hết đều hạch toán phụ thuộc với các doanh nghiệp.

- Vốn đầu tư thực hiện các công trình xây lắp thi công trong các DNNVV thường không lớn, thời gian thi công không dài do hạn chế về nguồn lực.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật và trình độ công nghệ của các doanh nghiệp xây lắp nhỏ và vừa còn hạn chế. Các doanh nghiệp này phần lớn phải thuê ngoài MTC để thi công các công trình.

2. Đặc điểm hoạt động sản xuất xây lắp ảnh hưởng đến kế toán chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm xây lắp

So với các ngành sản xuất khác, ngành xây dựng cơ bản có những đặc điểm về kinh tế - kỹ thuật riêng biệt, thể hiện rõ nét ở sản phẩm xây lắp và quá trình tạo ra sản phẩm của ngành. Điều này đã chi phối đến công tác kế toán chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm trong các doanh nghiệp xây lắp.

Thứ nhất, sản phẩm xây lắp là những công trình xây dựng, vật kiến trúc... có quy mô lớn, kết cấu phức tạp mang tính đơn chiếc, thời gian sản xuất sản phẩm xây lắp lâu dài... Do đó, việc tổ chức quản lý và hạch toán sản phẩm xây lắp phải lập dự toán. Quá trình sản xuất phải so sánh với dự toán, lấy dự toán làm thước đo, đồng thời để giảm bớt rủi ro phải mua bảo hiểm cho công trình xây lắp.

Thứ hai, sản phẩm xây lắp được tiêu thụ theo giá dự toán hoặc giá thỏa thuận với chủ đầu tư (giá đấu thầu), do đó tính chất hàng hóa của sản phẩm không thể hiện rõ, chi phí chủ yếu phát sinh trong quá trình cung ứng và quá trình sản xuất. Phù hợp với đặc điểm này, kế toán chỉ tập trung theo dõi và tập hợp chi phí trong quá trình sản xuất.

Thứ ba, sản phẩm xây lắp cố định tại nơi sản xuất còn các điều kiện sản xuất (xe máy, thiết bị thi công, người lao động...) phải di chuyển theo địa điểm đặt sản phẩm. Đặc điểm này làm cho công tác quản lý sử dụng, hạch toán tài sản, vật tư rất phức tạp.

Thứ tư, sản phẩm xây lắp từ khi khởi công cho đến khi hoàn thành bàn giao đưa vào sử dụng thường kéo dài. Quá trình thi công được chia thành nhiều giai đoạn, mỗi giai đoạn lại chia thành nhiều công việc khác nhau, các công việc thường diễn ra ngoài trời chịu tác động rất lớn của các nhân tố môi trường - như nắng, mưa, lũ lụt,... Đặc điểm này khiến cho kế toán chi phí trở nên khó khăn, đồng thời đòi hỏi việc tổ chức quản lý, giám sát phải chặt chẽ sao cho bảo đảm chất lượng công trình đúng như thiết kế, dự toán.

Thứ năm, hoạt động xây lắp được các doanh nghiệp tổ chức thực hiện với nhiều hình thức khác nhau trên cơ sở hợp đồng đã được ký kết với chủ đầu tư. Việc tổ chức thi công được thực hiện dưới sự giám sát chặt chẽ của chủ đầu tư cả về kỹ thuật, chất lượng và tiến độ thi công. Khối lượng công tác xây lắp hoàn thành của từng giai đoạn có thể được các bên liên quan nghiệm thu, xác nhận và thanh toán trên cơ sở quy định của hợp đồng.

Thứ sáu, các doanh nghiệp xây lắp thường tổ chức theo hai phương thức khoán, đó là: khoán toàn bộ chi phí (khoán gọn công trình) và khoán theo khoản mục chi phí cho các đơn vị nội bộ trong doanh nghiệp.

Khoán toàn bộ chi phí là hình thức đơn vị khoán giao toàn bộ giá trị công trình cho đơn vị nhận khoán. Đơn vị nhận khoán tự tổ chức cung ứng vật tư, tổ chức lao động để tiến hành thi công. Khi công nhân hoàn thành bàn giao quyết toán sẽ được thanh toán toàn bộ giá trị công trình theo giá nhận khoán và nộp cho đơn vị giao khoán một khoản theo quy định. Đơn vị giao khoán là đơn vị có đủ tư cách pháp nhân và đứng ra ký kết hợp đồng lắp đặt, chịu trách nhiệm pháp lý về chất lượng và tiến độ thi công công trình.

Khoán theo khoản mục chi phí là hình thức

đơn vị giao khoán cho đơn vị nhận khoán nhận các khoản mục chi phí nhất định (thường là chi phí nhân công, vật tư phụ,...), còn các khoản mục còn lại do đơn vị giao khoán tự hạch toán và chịu trách nhiệm giám sát kỹ thuật, chất lượng công trình. Hình thức này áp dụng cho đơn vị nhận khoán là các tổ, đội thi công không đủ điều kiện cung ứng vật tư kỹ thuật, chưa thực hiện hạch toán kinh tế.

Khi nhận khoán, bên giao khoán và bên nhận khoán phải lập hợp đồng giao khoán, trong đó ghi rõ nội dung công việc, trách nhiệm, quyền lợi mỗi bên cũng như thời gian thực hiện hợp đồng. Khi hoàn thành công trình, bên nhận khoán bàn giao, sau đó hai bên lập bản quyết toán khoán và thanh lý hợp đồng.

Nếu đơn vị nhận khoán được phân cấp quản lý tài chính, có tổ chức bộ máy kế toán riêng, đơn vị nhận khoán phải tổ chức hạch toán kế toán hoạt động nhận khoán, theo dõi chi phí sản xuất, tính giá thành sản phẩm, lập báo cáo kế toán theo chế độ hiện hành. Đội trưởng đơn vị nhận khoán phải chịu hoàn toàn trách nhiệm về hoạt động kinh doanh lắp đặt nhận khoán, đảm bảo tuân thủ đúng quy định về chứng từ kế toán, tài khoản kế toán, hệ thống sổ kế toán theo chế độ kế toán hiện hành.

Nếu đơn vị nhận khoán không có tổ chức bộ máy kế toán riêng thì tại đơn vị giao khoán, kế toán hạch toán toàn bộ chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm xây lắp. Tại đơn vị nhận khoán, nhân viên hạch toán chỉ có nhiệm vụ thu thập các chứng từ kế toán phát sinh ở đơn vị và chuyển về cho kế toán ở đơn vị giao khoán làm cơ sở tập hợp chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm xây lắp.

3. Kết luận

Những đặc điểm trên ảnh hưởng rất lớn đến kế toán chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm trong các doanh nghiệp xây lắp. Công tác kế toán vừa phải đáp ứng yêu cầu chung về chức năng, nhiệm vụ kế toán của một doanh nghiệp sản xuất, vừa phải đảm bảo phù hợp với đặc thù của loại hình doanh nghiệp xây lắp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2009), *26 chuẩn mực kế toán Việt Nam và toàn bộ thông tư hướng dẫn các chuẩn mực*, NXB. Thống kê, Hà Nội.
2. Học viện Tài chính (2010), *Giáo trình kế toán doanh nghiệp xây lắp*, NXB. Tài chính, Hà Nội.
3. Tăng Thị Bình - Lê Thị Huyền (2016), *Chế độ kế toán doanh nghiệp nhỏ và vừa*, NXB. Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, TP. Hồ Chí Minh.
4. Website: <http://www.xaydung.gov.vn/>

Ngày nhận bài: 24/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THỊ TUỔI

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế

Kỹ thuật Công Nghiệp

**CHARACTERISTICS AND IMPACTS OF SMALL
AND MEDIUM-SIZED CONSTRUCTION ENTERPRISES
ON THE PRODUCTION COSTS ACCOUNTING AND PRODUCT
CONSTRUCTION CALCULATION**

● Master. **PHAM THI TUOI**

Faculty of Accounting

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

In Vietnam, small and medium-sized enterprises (SMEs) in general, small and medium-sized construction enterprises in particular now are increasingly playing a key role for the country's economy. It is necessary for small and medium-sized construction enterprises in Vietnam to reduce their costs and lower their product construction costs to survive and compete in the market. In order to do that, small and medium-sized construction enterprises need to do accurately and efficiently their accounting of production costs and calculate their product construction costs.

Keywords: Construction, small and medium-sized enterprises, cost, price.

KHẢO SÁT HÀM LƯỢNG POLYPHENOL TỔNG, SAPONIN TỔNG VÀ HOẠT TÍNH KHÁNG OXY HÓA TỪ CAO CHIẾT CÂY ĐÌNH LĂNG (*POLYSCIAS FRUTICOSA* (L.) HARMS)

● NGUYỄN ĐỨC ĐỘ - THỊ LINH DUYÊN - HUỲNH THANH DUY - TRẦN NHÂN DŨNG

TÓM TẮT:

Cao chiết đình lăng được dùng để khảo sát hàm lượng polyphenol, saponin tổng số và khả năng kháng oxy hóa thông qua phương pháp khử DPPH và khử peroxide. Kết quả cho thấy, hàm lượng polyphenol tổng cao nhất ở cao chiết lá - methanol với 72,003 mg GAE/g. Định lượng saponin tổng cho thấy hàm lượng cao nhất trong cao chiết lá - ethanol với 118,44 mg/g. Khả năng oxy hóa của cao chiết lá - ethanol cho hiệu quả cao nhất với giá trị IC_{50} đối với DPPH và peroxide lần lượt là 266,3 μ g/mL và 226,13 μ g/mL.

Từ khóa: Đình lăng, DPPH, khử gốc peroxide, polyphenol tổng, saponin tổng.

1. Đặt vấn đề

Các gốc phản ứng chứa oxy (ROS) và các gốc phản ứng chứa nitơ (RNS) được tạo ra trong cơ thể con người. Chúng có thể gây ra những tổn thương oxy hóa liên quan đến một số bệnh như xơ vữa động mạch, bệnh mạch vành, parkinson, tiểu đường, thoái hóa thần kinh (Alzheimer), lão hóa và ung thư. Vì vậy, việc cân bằng sự sản xuất gốc tự do và mức độ chống oxy hóa là rất cần thiết cho sức khỏe (Rungthip Kawaree và Sombat Chowwanapoonpoh, 2009).

Polyphenol được biết đến là tác nhân chống oxy hóa. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng dẫn xuất polyphenol có thể bảo vệ protein và các vật liệu di

truyền khỏi sự phá hủy của gốc tự do (Gharass, 2009). Saponin có nhiều hoạt tính sinh học trong đó có làm tan máu, bảo vệ gan, giảm suy nhược, kháng virus, chống kí sinh trùng và kháng viêm (Rahimi et al., 2009). Hợp chất này có thể được tìm thấy lượng lớn trong các loại thực vật họ Araliacea, như đình lăng. Ở Việt Nam, nguồn cây đình lăng [*Polyscias fruticosa* (L.) Harm] dồi dào, giá thành và giá trị thấp. Cây đình lăng còn được gọi là cây gỏi cá và được trồng phổ biến để làm cảnh, làm thuốc và gia vị (Đỗ Tất Lợi, 1995). Thấy được tiềm năng tận dụng nguồn nguyên liệu, mang lại các giá trị sức khỏe cho con người, nghiên cứu được thực hiện để khảo sát khả năng chống oxy hóa, hàm

lượng polyphenol và saponin của các chiết xuất bằng dung môi khác nhau ở lá và rễ đinh lăng. Từ đó, có được hướng tận dụng nguồn đinh lăng dồi dào vào thương mại hóa.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Hóa chất: ethanol (EtOH) (Việt Nam), methanol (MeOH) (Việt Nam), H₂SO₄ đậm đặc (Trung Quốc), acid gallic (Trung Quốc), thuốc thử Folin - Ciocalteu (Đức), Na₂CO₃ (Trung Quốc), NaH₂PO₄.2H₂O (Trung Quốc), Na₂HPO₄.12H₂O (Trung Quốc), H₂O₂ (Trung Quốc), vitamin C (Trung Quốc), 2,2-diphenyl-1-picrylhydrazyl (DPPH) (Mỹ).

Nguyên liệu: Rễ và lá cây đinh lăng (*Polyscias fruticosa* (L.) Harm không bị sâu bệnh và tổn thương, được thu hái vào sáng sớm ở tỉnh An Giang. Sau đó rửa sạch và để ráo nước ở nhiệt độ phòng. Mẫu lá và rễ được xay nhuyễn với dung môi (tỷ lệ mẫu: dung môi là 1:5) kết hợp với xử lý sóng siêu âm 120W trong 60 phút và chia thành 4 nghiệm thức, mỗi nghiệm thức gồm 500 gram mẫu (lá hoặc rễ) được ly trích với 2500 mL (methanol 96% hoặc ethanol 96%). Mẫu được để yên trong 24 giờ, rồi tiến hành lọc, cô quay chân không để thu được 4 loại cao chiết: lá - ethanol (LET), lá - methanol (LME), rễ - ethanol (RET) và rễ - methanol (RME).

Định tính các hợp chất thực vật bằng phương pháp đo quang: Thực hiện theo quy trình chuẩn của Harborne (1973).

Định lượng hàm lượng polyphenol tổng: Thực hiện dựa theo mô tả của Yadav và Agarwala (2011) có hiệu chỉnh.

Cho 0,5 mL dung dịch cao chiết (nồng độ 0,5 mg/mL) hoặc dung dịch gallic acid (20, 40, 60, 80, 100, 120 µg/mL) vào ống nghiệm. Sau đó, thêm 1,25 mL thuốc thử Folin-Ciocalteu, để phản ứng trong 5 phút. Tiếp đến thêm vào 1 mL dung dịch Na₂CO₃ 2%. Sau 45 phút phản ứng ở nhiệt độ phòng, tiến hành xác định độ hấp thụ bằng máy đo quang phổ ở bước sóng 765 nm. Đường chuẩn là dung dịch gallic acid. Giá trị OD được ghi nhận và tiến hành vẽ đường thẳng hiệu chuẩn để xác định hàm lượng polyphenol tổng trong các mẫu cao chiết.

Hàm lượng polyphenol tổng được tính bằng cách

dựa vào phương trình $y = ax + b$ của đường chuẩn acid gallic.

Hàm lượng polyphenol tổng: $C = c \times V/m$

Trong đó: C: hàm lượng polyphenol tổng (mg GAE/g chiết xuất); c: giá trị x từ đường chuẩn với acid gallic (µg/mL); V: thể tích dịch chiết (mL); m: khối lượng cao chiết có trong thể tích V (g).

Định lượng hàm lượng saponin tổng: Thực hiện theo mô tả của Hai và cộng sự (1976) có hiệu chỉnh. Chất chuẩn được sử dụng là Rb1, Rg1, Rg3 và các nghiệm thức cao chiết được hòa tan bởi dung môi methanol. Thuốc thử là vanilin 8% được hòa tan bởi dung môi ethanol và dung dịch H₂SO₄ 72%.

Lần lượt cho 500 µL chất chuẩn với nồng độ (10 - 60 µg/mL) hoặc cao chiết vào ống nghiệm. Tiếp theo, thêm vào 100 µL dung dịch vanillin 8%. Sau đó, thêm vào 2 mL H₂SO₄ 72% và trộn đều. Hỗn hợp được ủ trong bể ở 60°C trong 10 phút, sau đó làm lạnh trong 15 phút. Tiến hành ghi nhận kết quả độ hấp thụ của mẫu tại bước sóng 550nm. Mẫu đối chứng được thực hiện chỉ bổ sung hỗn hợp vanillin 8% và dung dịch H₂SO₄ 72%. Hàm lượng saponin được tính bằng cách dựa vào phương trình $y = ax + b$ của đường chuẩn tại các độ hấp thụ của chất chuẩn.

$$\text{Saponin} = \frac{(D - b)}{axV} \times N / W$$

Trong đó: D: Độ hấp thụ của mẫu; a,b: giá trị từ đường chuẩn; V: thể tích của dịch chiết (mL); N: độ pha loãng; W: khối lượng cao chiết có trong thể tích V (mg).

Khảo sát khả năng kháng oxy hóa bằng DPPH: Thực hiện theo mô tả của Blois (1958) có hiệu chỉnh. Hòa tan cao chiết, vitamin C (dùng làm đường chuẩn) và thuốc thử DPPH (2,2-diphenyl-1-picrylhydrazyl) 0,1 mM bằng dung môi methanol. Lần lượt cho 1 mL vitamin C (nồng độ 2; 4; 6; 8; 10; 12 µg/mL): hoặc các nghiệm thức cao chiết và 2 mL DPPH 0,1 mM vào ống nghiệm. Tiếp theo, ủ trong tối ở nhiệt phòng trong 30 phút. Sau đó, tiến hành đo độ hấp thụ ở bước sóng 517 nm. Mẫu control được thực hiện tương tự nhưng thay thế cao chiết bằng MeOH. Khả năng ức chế DPPH được tính theo công thức sau:

$$\text{Phần trăm ức chế DPPH} = \frac{A_0 - A}{A_0} \times 100$$

Trong đó: A0: độ hấp thụ của mẫu đối chứng (không chứa cao chiết); A: độ hấp thụ của mẫu.

Xây dựng đường chuẩn $y = ax + b$ với phần trăm ức chế DPPH ở các nồng độ khác nhau. Từ đó, tính giá trị IC50 của vitamin C hay cao chiết.

Khảo sát khả năng khử gốc peroxide bằng H₂O₂: Thực hiện theo mô tả của Rahate và cộng sự (2013).

Xử lý số liệu: Số liệu thí nghiệm được xử lý bằng phần mềm Excel và phân tích thống kê bằng chương trình Minitab 16, phân tích ANOVA, các giá trị trung bình được so sánh bằng phép thử Tukey.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Định tính một số hợp chất thực vật

Sự hiện diện của các hợp chất hóa học thực vật dựa vào độ hấp thụ của hợp chất đó tại các điểm bước sóng. Độ hấp thụ càng cao cho thấy hàm lượng các hợp chất hiện diện nhiều trong mẫu.

Kết quả định tính (Hình 1) cho thấy trong đỉnh lã có hiện diện các hợp chất hóa học thực vật phổ biến như steroids, triterpenoids, phenolics, quinones, tannins, flavonoid, carotenoids, saponins và alkaloids. Trong đó, sự hiện diện của các hợp chất trong chiết xuất bằng dung môi ethanol cho

hàm lượng các hợp chất cao hơn so với chiết xuất bằng dung môi methanol. Ethanol 95% là dung môi được sử dụng phổ biến cho UV vì hầu hết các hợp chất dễ hòa tan trong nó.

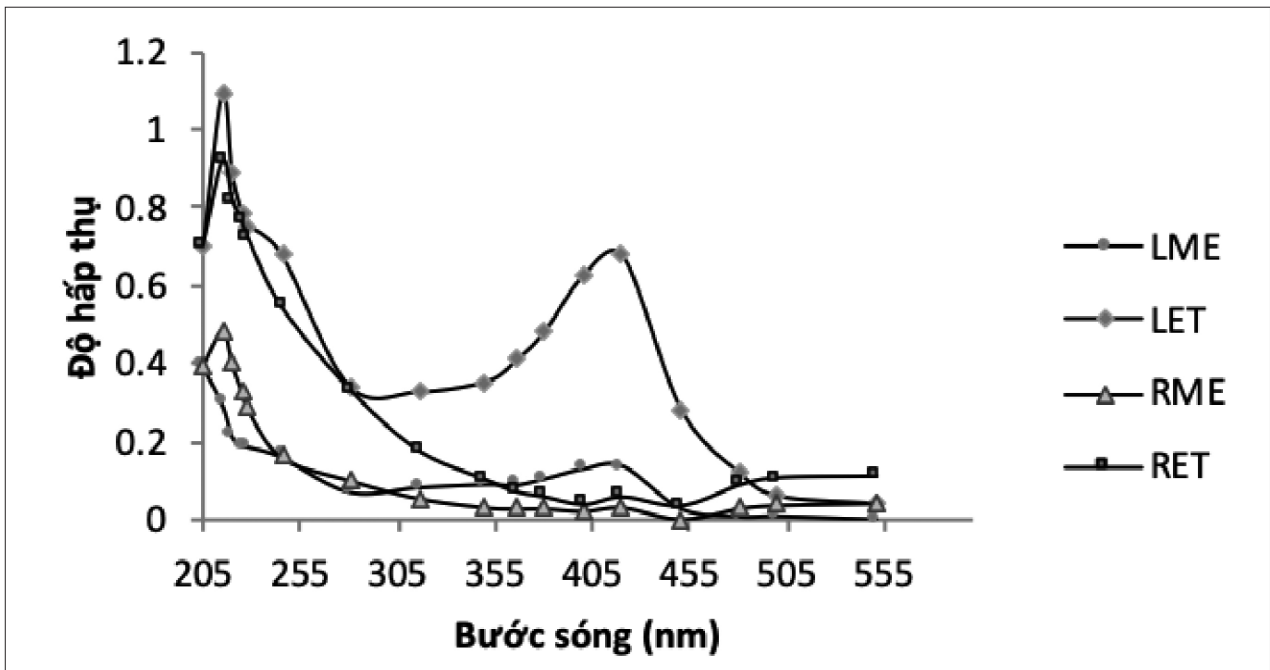
Như vậy, trong các nghiệm thức cao chiết đỉnh lã đã phát hiện được hầu hết các hợp chất hóa học thực vật quan trọng, trong đó cao chiết được ly trích bởi dung môi ethanol cho hàm lượng các hợp chất cao hơn dung môi methanol.

3.2. Định lượng polyphenol và saponin tổng

Giá trị mg GAE/g chiết xuất (hàm lượng polyphenol tổng), mg/g chiết xuất (hàm lượng saponin tổng) càng cao thì hàm lượng chúng có trong cao chiết càng cao và ngược lại.

Hàm lượng polyphenol tổng trong các nghiệm thức cao chiết đỉnh lã dao động trong khoảng $20,71 \pm 0,271$ đến $71,4656 \pm 1,437$ mg GAE/g chiết xuất. Các nghiệm thức của lá đỉnh lã cho thấy hiệu quả chiết xuất các hợp chất polyphenol tổng cao hơn các nghiệm thức của rễ. Theo Lu và Foo (1995), trong quá trình quang hợp, thực vật sản xuất ra các hợp chất phenolic để chống lại các gốc tự do oxy hóa (ROS), nên có sự chênh lệch giữa hàm lượng phenolic ở lá và rễ đỉnh lã. Trên cùng một bộ phận (lá hoặc rễ), các cao chiết

Hình 1: Quang phổ UV-Vis của các nghiệm thức cao chiết Đỉnh lã



Bảng 1: Hàm lượng polyphenol tổng và saponin tổng trong các cao chiết đỉnh lăng

Nghiệm thức	Hàm lượng polyphenol tổng (mg GAE/g chiết xuất)(1)	Hàm lượng saponin tổng (mg/g chiết xuất)(2)
LME	72,003 ± 1,38 ^a	77,16 ± 6,62 ^b
LET	68,325 ± 1,26 ^b	118,44 ± 3,44 ^a
RME	25,644 ± 0,606 ^c	40,38 ± 1,26 ^c
RET	20,71 ± 0,26 ^d	58 ± 4,67 ^{bc}

*Ghi chú: (1): các giá trị trong cột này được xác định dựa vào phương trình đường chuẩn của gallic acid ($y = 0,0126x - 0,0329$; $r_2 = 0,9994$). (2): các giá trị trong cột này được xác định dựa vào phương trình đường chuẩn của Rb1, Rg1, Rg3: $y = 0,0199x + 0,3389$; $r_2 = 0,9968$). Trong cùng một cột, các số trung bình theo sau bởi một hoặc những chữ cái giống nhau thì khác biệt không có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 1% bằng phép thử Tukey.

được ly trích với dung môi methanol có hàm lượng phenolic tổng nhiều hơn các cao chiết được trích bằng dung môi ethanol (Bảng 1). So sánh với hàm lượng phenolic tổng trong dịch trích methanol lá đỉnh lăng trở (Polyscias guilfoylei) là 10,36 mg GAE/g chiết xuất (Sundu và cộng sự, 2015), thấp hơn khoảng 7 lần so với đối tượng khảo sát trong nghiên cứu này.

Hàm lượng saponin tổng có trong các nghiệm thức cao chiết từ 40,38 ± 1,26 đến 118,44 ± 3,44 mg/g chiết xuất. Kết quả cho thấy, hàm lượng saponin trong các nghiệm thức lá đỉnh lăng cao hơn các nghiệm thức rễ và khác biệt có ý nghĩa thống kê.

Như vậy, với dung môi methanol có thể ly trích được nhiều hàm lượng polyphenol tổng điển hình ở nghiệm thức LME, dung môi ethanol có khả năng chiết xuất nhiều hàm lượng saponin tổng, thể hiện ở nghiệm thức LET. Trong cả 2 thí nghiệm, hàm lượng polyphenol tổng và saponin tổng trong lá cao hơn so với rễ.

3.3. Khả năng kháng oxy hóa của cao chiết đỉnh lăng

Hoạt tính chống oxy hóa của các cao chiết đỉnh lăng được đánh giá qua khả năng khử gốc tự do DPPH (2,2-diphenyl-1-picrylhydrazyl) và loại bỏ chất oxy hóa hydrogen peroxide (H₂O₂), khả năng kháng oxy của cao chiết được thể hiện qua giá trị nồng độ của mẫu mà tại đó có thể ức chế 50% gốc tự do. Giá trị IC₅₀ càng thấp mẫu sẽ có hoạt tính chống oxy hóa càng cao và ngược lại.

Bảng 2: Giá trị IC₅₀ của các nghiệm thức cao chiết đỉnh lăng với thuốc thử DPPH và H₂O₂

Nghiệm thức	Nồng độ cao chiết ức chế 50% DPPH (IC ₅₀) (µg/mL)	Nồng độ cao chiết ức chế 50% H ₂ O ₂ (IC ₅₀) (µg/mL)
LME	573 ± 25,8 ^c	230 ± 7,99 ^b
LET	266 ± 22,9 ^d	226 ± 1,1 ^b
RME	1519 ± 41,7 ^a	238 ± 2,71 ^{ab}
RET	1220 ± 59,9 ^b	249 ± 2,24 ^a
Vitamin C	6,00 ± 25,8 ^e	122 ± 0,61 ^c

*Ghi chú: Trong cùng một cột, các số trung bình theo sau bởi một hoặc những chữ cái giống nhau thì khác biệt không có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 1% bằng phép thử Tukey.

Theo Bảng 2, tất cả cao chiết đều có khả năng chống oxy hóa và xu hướng kháng oxy hóa tương tự nhau qua 2 thử nghiệm. Với giá trị IC₅₀ nhỏ nhất lần lượt là 266 ± 22,9 và 226 ± 1,1 µg/mL ở 2 thí nghiệm kháng oxy với thuốc thử DPPH và H₂O₂, nghiệm thức LET cho khả năng kháng oxy hóa mạnh nhất. Cũng với lá Salacca wallichiana khi chiết xuất với dung môi methanol và ethanol, bằng thử nghiệm khử gốc tự do DPPH cho giá trị IC₅₀ lần lượt là 86,03 ± 0,08 và 28,36 ± 0,20 µg/mL (Deepa và Nalini, 2013).

Theo Babu et al. (2013) và Balasundram et al. (2006), khả năng kháng oxy hóa tốt của các chiết xuất thực vật là do sự hiện diện của các nhóm chất

như phenol và tannin, flavonoid, alkaloid, glycoside và saponin nhờ vào số lượng và vị trí của nhóm hydroxyl liên quan đến nhóm carbon chức năng. Kết quả này phù hợp với kết quả định tính, định lượng hàm lượng polyphenol tổng và saponin tổng trước đó. Hơn nữa, hoạt động chống oxy hóa không chỉ dựa vào các hợp chất polyphenol, mà còn có sự tác động của các thành phần khác như carotenoid, vitamin và các khoáng chất (Ratnam et al., 2006). Do đó, có sự khác biệt về mối tương quan giữa hàm lượng polyphenol và saponin đến hoạt tính kháng oxy hóa.

Ở dịch trích methanol lá đỉnh lăng trổ (*Polyscias guilfoylei*), Sundu và cộng sự (2015) đã báo cáo rằng hoạt động kháng oxy hóa của dịch trích này chống lại DPPH và H₂O₂ với giá trị IC₅₀ lần lượt là 1880 và 1320 µg/mL. Điều này cho thấy ở loài đỉnh lăng này có hiệu quả kháng

oxy hóa yếu hơn đối tượng đỉnh lăng được khảo sát trong nghiên cứu.

Như vậy, dung môi ethanol ở chiết xuất lá đỉnh lăng cho hiệu quả kháng oxy tốt nhất so với các nghiệm thức còn lại, với nghiệm thức LET có khả năng chống oxy hóa mạnh nhất.

4. Kết luận

Trong cao chiết đỉnh lăng có hiện diện các hợp chất hóa học thực vật phổ biến như steroids, triterpenoids, phenolics, quinones, tannins, flavonoid, carotenoids, saponins và alkaloids. Hàm lượng polyphenol tổng cao nhất ở nghiệm thức lá - methanol (LME) và nghiệm thức lá - ethanol (LET) cho hàm lượng saponin tổng cao nhất. Các nghiệm thức cao chiết lá và rễ đỉnh lăng đều có khả năng kháng oxy hóa (qua thử nghiệm kháng oxy hóa với DPPH và peroxide) với cao chiết LET đạt khả năng kháng hiệu quả nhất ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đỗ Tất Lợi (1995). *Những cây thuốc và Vị thuốc Việt Nam*, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật, trang 479-482.
2. Balasundram, N., Sundram, K. and Samman, S. (2006). *Phenolic compounds in plants and agri-industrial by-products: Antioxidant activity, occurrence, and potential uses*. Food Chemistry 99: 191-203.
3. Deepa Babu, Prema Gurumurthy, Sai Krishna Borra and K. M. Cherian (2013). Antioxidant and free radical scavenging activity of triphala determined by using different in vitro models. *Journal of Medicinal Plant Research*. Vol. 7(39), pp. 2898-2905.
4. Gharass E. H., 2009. Polyphenols: food sources, properties and applications - A review. *International Journal of Food Science and Technology*, 44:2512-2518.
5. Hiai S, Oura H, Nakajima T, (1976). *Mar Color reaction of some saponins and saponins with vanillin and sulfuric acid*. *Planta Med.* 29(2):116-22.
6. Rahimi, R.; Ghiasi, S.; Azimi, H.; Fakhari, S. & Abdollahi, M. (2009). *A review of the herbal phosphodiesterase inhibitors; future perspective of new drugs*. *Cytokine*, Vol. 49, No. 2, (November 2009), pp. 123-129. ISSN: 1043-4666.
7. Ratnam, D. V., Ankola, D. D., Bhardwaj, V., Sahana, D. K. and Ravi Kumar, M. N. V. (2006). Role of antioxidants in prophylaxis and therapy: A pharmaceutical prospective. *Journal of Controlled Release* 113: 189- 207.
8. Reksi Sundu, Withawat Mingvanish, Enos Tangke Arung, Harlinda Kuspradini, Kriangsak Khownium (2015). *Antioxidant and antimicrobial activities of crude methanolic extract of polyscias guilfoylei leaves*. Pure and Applied Chemistry International Conference 2015 (PACCON 2015).
9. Rungthip Kawaree and Sombat Chowwanapoonpoh (2009). Stability of Chemical Components and Antioxidant Activity of Volatile Oils from Some Medicinal Plants in Thailand, *Chiang Mai University Journal of Natural Sciences*, Vol. 8(1).

Ngày nhận bài: 25/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN ĐỨC ĐỘ

CN. THỊ LINH DUYÊN

CN. HUỠNH THANH DUY

PGS.TS. TRẦN NHÂN DŨNG

Viện Nghiên cứu và Phát triển Công nghệ Sinh học, Trường Đại học Cần Thơ

**A STUDY ON POLYPHENOL, SAPONIN
CONTENT AND ANTIOXIDANT ACTIVITIES
OF *POLYSCIAS FRUTICOSA* (L.) HARMS EXTRACT**

● Ph.D **NGUYEN DUC DO**

Biotechnology Research and Development Institute,
Can Tho University

● **THI LINH DUYEN**

Biotechnology Research and Development Institute,
Can Tho University

● **HUYNH THANH DUY**

Biotechnology Research and Development Institute,
Can Tho University

● Assoc.Prof.Ph.D **TRAN NHAN DUNG**

Biotechnology Research and Development Institute,
Can Tho University

ABSTRACT:

Polyscias fruticosa (L.) Harms extracts were investigated on total polyphenol, saponin content and antioxidant activity by using DPPH and peroxide reduction methods. The result showed that leaf-methanol extracts had the highest polyphenol content with 72.003 mg GAE/g whereas highest saponin content belonged to leaf-ethanol extract with 118.44 mg/g. Leaf-ethanol extract showed the best efficiency with IC₅₀ value on of DPPH and peroxide reduction methods were 266.3 µg/mL and 226.13 µg/mL, respectively.

Keywords: DPPH, hydrogen peroxide scavenging capacity, *Polyscias fruticosa* (L.) Harms, total polyphenol, total saponin.

ẢNH HƯỞNG CỦA PHƯƠNG PHÁP TRÍCH LY VÀ THANH TRÙNG ĐẾN HỢP CHẤT SINH HỌC CỦA NƯỚC GIẢI KHÁT LÁ ỔI (*PSIDIUM GUYJAVA L.*)

● ĐÀO VĂN THANH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được tiến hành để khảo sát ảnh hưởng của phương pháp trích ly và thanh trùng đến các hợp chất sinh học của nước giải khát lá ổi. Kết quả nghiên cứu cho thấy, hàm lượng các hợp chất như flavonoid (11,33 (mg QE/mL)), polyphenol (233,54 (μg GAE/mg)), tanin (1,60 (mg QE/g)) và hoạt tính chống oxy hóa 81,57% sau khi để lá ổi ở điều kiện nhiệt độ phòng sau 4 ngày. Điều kiện thanh trùng ở 85 $^{\circ}\text{C}$ với thời gian 20 phút giữ được hàm lượng các hợp chất sinh học trong nước ổi nhiều nhất.

Từ khóa: Lá ổi, trích ly, nước giải khát, thanh trùng, hợp chất sinh học.

1. Giới thiệu

Ổi là một loại trái cây rất phổ biến ở Việt Nam, không chỉ bổ dưỡng và có hàm lượng vitamin cao nhất mà lá ổi còn được các nhà khoa học nhận định có giá trị điều trị bệnh như một loại thuốc. Lá ổi có tính ấm, vị đắng sáp nhưng lại có công tiêu thũng, giải độc và cầm máu rất tốt. Trong lá ổi có chứa nhiều thành phần tinh dầu, beta-sitosterol, axit guajavalic, cóalpha-limonen, axit maslinic. Đặc biệt, trong lá ổi non hay những ngọn búp non của lá ổi có chứa khoảng 3% nhựa và 7-10 % là tanin.

Ngoài ra, trong lá ổi có chứa chất chống oxy hóa tự nhiên, acid tanic và flavonoid, đây là những chất diệt khuẩn chống viêm tự nhiên [1]. Theo nhiều nghiên cứu cho thấy chất quercetin, vitamin C

trong lá ổi đều là chất chống oxy hóa mạnh, ngăn ngừa sự phát triển của các khối u do ung thư gây ra. Lá ổi có tỷ lệ các hợp chất sinh học có hoạt tính cao. Các chất chống oxy hóa có thể kiểm soát được trọng lượng cơ thể và có giá trị sinh học điều trị các bệnh như đường huyết, rối loạn lipid máu, tăng huyết áp và nguy cơ về tim mạch khác [2].

Sản phẩm trà từ lá ổi có thể ngăn chặn sự hấp thu đường sucrose và đường mantose, nhờ đó lượng đường trong máu sẽ được giảm xuống, vì vậy lá ổi rất tốt cho những bệnh nhân tiểu đường [3, 4]. Bên cạnh đó, trong lá ổi chứa 2 hợp chất chống oxy hóa lycopene - chống oxy hóa mạnh mẽ và flavonoid quercetin với hàm lượng khá cao. Đây là 2 hợp chất chống oxy hóa mạnh và có khả năng ngăn ngừa và điều trị các căn bệnh ung thư.

Nghiên cứu nhằm khảo sát sự thay đổi của các hợp chất sinh học như flavonoid, polyphenol, tanin và hoạt tính chống oxy hóa trong quá trình chế biến nước giải khát từ lá ổi.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Nguyên liệu

Lá ổi thu mua tại vườn ở TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang được đưa về phòng thí nghiệm và tiến hành xử lý theo quy trình nghiên cứu.

2.2. Phương pháp bố trí thí nghiệm

Nghiên cứu tiến hành các khảo sát sau đây:

- Lá ổi được trích ly bằng nước nóng ở 100°C sau khi thực hiện các công đoạn khảo sát: lá ổi để ở nhiệt độ phòng trong vòng 4 ngày; chần ở nhiệt độ 85°C trong 2 phút; chần ở 90°C trong vòng 1 phút và sấy ở nhiệt độ 60°C trong 2 giờ.

- Nước ổi được xử lý nhiệt với thời gian 15, 20 và 25 phút ở các nhiệt độ 80, 85 và 90°C.

- Các thí nghiệm được tiến hành phân tích các hợp chất: flavonoid, polyphenol, tanin và hoạt tính chống oxy hóa.

2.3. Phương pháp phân tích

- Hàm lượng flavonoid (mg QE/mL): Phương pháp Carloni 2.

- Hàm lượng polyphenol tổng (µg GAE/mg): Phương pháp Folin-Ciocalteu.

- Hoạt tính chống oxy hóa (%): Khả năng khử gốc tự do DPPH.

- Hàm lượng tanin (mg QE/g): Phương pháp vanillin hydrochloride.

2.4. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Các mẫu thí nghiệm được tiến hành lặp lại 3

lần, số liệu được phân thống kê theo phương pháp ANOVA qua phép thử LSD với độ tin cậy 95% bằng phần mềm Statgraphic centurion XV.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Ảnh hưởng của quá trình trích ly đến các hợp chất sinh học (flavonoid, chống oxy hóa, tannin) từ lá ổi (Bảng 1)

Kết quả tại Bảng 1 cho thấy, phương pháp trích ly có ảnh hưởng đến các hợp chất sinh học của lá ổi. Nhiệt độ càng cao và thời gian xử lý nhiệt càng dài thì các hợp chất sinh học sẽ càng bị phá hủy. Phương pháp xử lý lá ổi được để héo tự nhiên sau 4 ngày ở nhiệt độ phòng có hàm lượng flavonoid là 11,33 mg QE/g, hoạt tính chống oxy hóa là 81,57% và hàm lượng tanin 1,6 mg QE/g là cao nhất. Trong khi thực hiện theo phương pháp sấy ở nhiệt độ 60°C có hàm lượng polyphenol tổng là cao nhất nhưng không có sự khác biệt nhiều với phương pháp xử lý để héo tự nhiên.

Trong quá trình xử lý trích ly, sấy sẽ làm bất hoạt enzyme polyphenol oxydase, kiểm soát mức độ hợp chất flavonoid trong nhóm flavonol ngăn chặn quá trình oxy hóa enzyme để catechin duy trì các polyphenol ở dạng đơn phân do đó hàm lượng flavonoid sẽ được duy trì. Đối với chần và hấp, tổn thất các hợp chất trong lúc xử lý, khi sử dụng nhiệt độ cao sẽ phá hủy các hợp chất sinh học và một phần các hợp chất này sẽ hòa tan vào trong nước làm tăng thêm tỉ lệ tổn thất các hợp chất có trong lá ổi.

Hoạt tính chống oxy hóa không có sự khác biệt giữa phương pháp để héo tự nhiên, hấp và sấy dao

Bảng 1. Ảnh hưởng của phương pháp xử lý trích ly đến các hợp chất sinh học của lá ổi (*)

Mẫu	Hàm lượng Flavonoid (mg QE/g)	Hàm lượng Polyphenol (mg GAE/g)	Hoạt tính chống oxy hóa (%)	Hàm lượng Tanin (mg QE/g)
Để ở nhiệt độ phòng trong vòng 4 ngày	11,33c	233,54b	81,57b	1,60b
Chần ở nhiệt độ 85°C trong 2 phút	7,49b	220,38a	67,04a	1,05a
Chần ở 90°C trong vòng 1 phút	6,98a	212,98a	80,47b	0,98a
Sấy ở nhiệt độ 60°C trong 2 giờ	11,23c	243,49b	81,55b	1,52b

Ghi chú: (*): trung bình của 3 lần lặp lại. Các số có ký tự a, b, c... theo sau các số trung bình theo cột giống nhau thì không khác biệt ở mức ý nghĩa 5%.

động từ 80,47% đến 81,57%. Khi xử lý nhiệt trong thời gian ngắn, enzyme polyphenol oxydase sẽ bị bất hoạt, ngăn chặn quá trình oxy hóa và duy trì các hợp chất polyphenol có trong lá ổi.

Đối với hàm lượng polyphenol tổng, khi thực hiện ở điều kiện sấy thì hàm lượng polyphenol là cao nhất. Lý do ở điều kiện này tanin bị thủy phân thành các polyphenol đơn giản góp phần làm tăng lượng polyphenol có trong lá ổi. Kết quả cho thấy, hàm lượng polyphenol khi thực hiện phương pháp chần sẽ cao hơn hấp. Lý do khi chần, enzyme polyphenol oxydase cũng bị ức chế, do đó làm chậm quá trình oxy hóa các hợp chất có trong lá ổi.

Tuy nhiên khi nhiệt độ quá cao, cả enzyme và các hợp chất sẽ bị tiêu diệt và phá hủy gây tổn thất hợp chất sinh học trong lá ổi. Trong quá trình xử lý, hàm lượng tanin giảm dần khi nhiệt độ càng cao. Điều này xảy ra là do tanin bị thoái hóa do quá trình xử lý nhiệt.

Trong một nghiên cứu lá ổi được chế biến thành dạng trà thảo dược kết hợp với các loại rau mùi qua hai quá trình chế biến khác nhau xử lý bằng hơi nước và xử lý bằng nước nóng và sấy hoặc để héo tự nhiên, sau đó sấy và tiến hành phân tích kết quả [5]. Kết quả cũng cho thấy, hàm lượng flavonoid ở lá tươi là 13,292 mg QE/g. Chần và hấp trong nước nóng là 5,552 và 4,604 (mg QE/g). Kết quả thu được tương tự với kết quả nghiên cứu của Akila B và các cộng sự, với hàm lượng flavonoid là 7,49 và 6,98 (mg QE/g) ở phương pháp chần và hấp. Hoạt tính chống oxi

hóa của lá ổi trong nghiên cứu này cũng nằm ở mức 71,16%, trong đó chần và hấp nằm ở mức 89,39 và 91,28%.

Hàm lượng tanin ở mức 2,962 mg CE/g ở lá tươi, ở phương pháp xử lý hấp và chần có hàm lượng tanin là 1,134 và 1,088 mg CE/g. Hàm lượng polyphenol ở lá ổi tươi là 99,25 mg GAE/g. Khi qua xử lý hấp và chần thì hàm lượng polyphenol là cao nhất ở mức 113,5 và 109,5 mg GAE/g và thấp hơn so với kết quả nghiên cứu của thí nghiệm (cao nhất là 234,49 mg GAE/g). Sự khác biệt có thể do ở nghiên cứu trước đây, việc xử lý qua các chuỗi xử lý nhiệt (hấp, chần và sau đó sấy trong thời gian dài) nên đã làm hao hụt một lượng polyphenol đáng kể trong lá ổi.

Qua đó cho thấy, phương pháp xử lý để lá ổi héo tự nhiên ở nhiệt độ phòng và sấy lá ổi trong vòng 2 giờ cho kết quả phân tích có hàm lượng các hợp chất sinh học cao nhất so với các phương pháp còn lại.

3.2. Ảnh hưởng của nhiệt độ và thời gian thanh trùng đến chất lượng của sản phẩm

Các hợp chất sinh học dễ bị tác động bởi nhiệt độ. Kết quả khảo sát sự ảnh hưởng của quá trình thanh trùng đến các hợp chất sinh học của sản phẩm được thể hiện qua kết quả nghiên cứu (Bảng 2).

Kết quả Bảng 2 cho thấy, nhiệt độ và thời gian thanh trùng ảnh hưởng khá rõ rệt đến hàm lượng flavonoid của sản phẩm. Hàm lượng flavonoid dao động từ 5,90 mg QE/g đến 6,69 mg QE/g. Sản phẩm nước lá ổi thanh trùng ở nhiệt độ càng cao thì hàm

Bảng 2. Ảnh hưởng của nhiệt độ và thời gian thanh trùng đến hàm lượng flavonoid (mg QE/g) của sản phẩm (*)

Nhiệt độ (°C)	Thời gian (phút)			TBNT
	15	20	25	
80	6,64	6,67	6,65	6,65b
85	6,60	6,70	6,64	6,65b
90	6,69	6,62	5,90	6,40a
TBNT	6,64B	6,66B	6,39A	

Ghi chú: (*): Trung bình của 3 lần lặp lại. Các chữ cái a, b, c... giống nhau theo cột và các chữ cái A, B, C... giống nhau theo dòng theo sau số trung bình nghiệm thức (TBNT) thì không khác biệt thống kê ($p < 0,05$).

lượng các hợp chất sinh học trong sản phẩm càng giảm. Tuy nhiên, khi tiếp tục tăng nhiệt độ và thời gian thì hàm lượng flavonoid cũng sẽ giảm bởi suy thoái do nhiệt. Cụ thể, đối với hàm lượng flavonoid tổng khi thanh trùng ở 90°C và thời gian là 25 phút thì sự tổn thất là nhiều nhất. Do vậy, chọn nhiệt độ là 85°C và thời gian là 20 phút là tối ưu để thanh trùng để giữ được hàm lượng flavonoid nhiều nhất cho sản phẩm (Bảng 3).

Nhiệt độ và thời gian thanh trùng ảnh hưởng đến hàm lượng polyphenol của sản phẩm (Bảng 3). Hàm lượng polyphenol dao động từ 205,689 GAE/mg đến 225,338 GAE/mg, ở nhiệt độ và thời gian thanh trùng khác nhau, hàm lượng polyphenol giảm khi tăng nhiệt độ và thời gian thanh trùng. Dưới tác dụng của nhiệt độ cao thì sự tổn thất hàm lượng polyphenol tổng số giảm nhưng nhiệt độ thấp mà thời gian nâng nhiệt kéo

dài cũng dẫn đến sự oxi hóa các hợp chất polyphenol xảy ra nhanh hơn do đó tổn thất polyphenol tăng [6]. Bên cạnh đó, khi nhiệt độ quá cao, hàm lượng polyphenol tổng số cũng giảm có thể do sự biến đổi của các hợp chất polyphenol dưới tác động nhiệt.

Trong cùng nhiệt độ thanh trùng thì hàm lượng polyphenol ở nhiệt độ 80 và 85 không có sự khác biệt về mặt thống kê ($p > 0,05$). Do vậy, chọn nhiệt độ là 85°C và thời gian là 20 phút là tối ưu và đảm bảo về an toàn vệ sinh cho sản phẩm. Hàm lượng polyphenol tổng tăng là do nhiệt độ cao sẽ phóng thích phenolic từ các hợp chất phenol ở dạng liên kết, có sự chuyển hóa hợp chất phenolic ở dạng không hòa tan thành hòa tan, có sự phân hủy của lignin dẫn đến phóng thích dẫn xuất acid phenolic hoặc làm phát sinh thêm phenolic mới (Bảng 4).

Bảng 3. Ảnh hưởng của nhiệt độ và thời gian thanh trùng đến hàm lượng polyphenol (GAE/mg) của sản phẩm (*)

Nhiệt độ (°C)	Thời gian (phút)			TBNT
	15	20	25	
80	222,00	223,80	216,13	220,65b
85	223,15	223,01	225,34	223,83b
90	217,05	206,39	205,69	209,71a
TBNT	220,73B	217,74AB	215,72A	

Ghi chú: (*): Trung bình của 3 lần lặp lại. Các chữ cái a, b, c... giống nhau theo cột và các chữ cái A, B, C... giống nhau theo dòng theo sau số trung bình nghiệm thức (TBNT) thì không khác biệt thống kê ($p < 0,05$).

Bảng 4. Ảnh hưởng của nhiệt độ và thời gian thanh trùng đến hoạt tính chống oxi hóa (%) của sản phẩm (*)

Nhiệt độ (°C)	Thời gian (phút)			TBNT
	15	20	25	
80	48,37	47,32	48,41	48,04c
85	47,52	47,71	46,32	47,18b
90	46,02	46,81	44,72	45,85a
TBNT	47,30B	47,28B	46,49A	

Ghi chú: (*): Trung bình của 3 lần lặp lại. Các chữ cái a, b, c... giống nhau theo cột và các chữ cái A, B, C... giống nhau theo dòng theo sau số trung bình nghiệm thức (TBNT) thì không khác biệt thống kê ($p < 0,05$).

Đối với hoạt tính chống oxy hóa của sản phẩm nước ổi, khả năng này giảm dần khi tăng nhiệt độ, cao nhất là 80°C (Bảng 4). Điều này có thể do khi thanh trùng ở nhiệt độ cao trong thời gian dài làm tăng khả năng bị oxy hóa của các hợp chất trong sản phẩm. Đồng thời, nhiệt độ quá cao làm cho các hợp chất có khả năng chống oxy hóa bị phân hủy nên làm giảm khả năng oxy hóa của chúng. Nhiệt độ 85°C và thời gian 20 phút có sự khác biệt nhưng chênh lệch không nhiều với nhiệt độ là 80°C và thời gian là 15 phút. Do đó, chọn nhiệt độ là 85°C và thời gian là 20 phút để đảm bảo an toàn vệ sinh cho sản phẩm (Bảng 5).

mg CE/g và thấp nhất là ở nhiệt độ 90°C. Nhiệt độ 80°C và thời gian 15 phút là tối ưu cho sản phẩm nếu chọn hàm lượng tanin cao. Tuy nhiên, nếu hàm lượng tanin quá nhiều sẽ gây vị chát cho sản phẩm, do đó ta chọn nhiệt độ là 85°C và thời gian là 20 phút là phù hợp.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các hợp chất sinh học như flavonoid, polyphenol, tanin và hoạt tính chống oxy hóa trong sản phẩm nước ổi có sự thay đổi theo phương pháp trích ly và các điều kiện xử lý nhiệt. Nước ổi được trích ly sau khi xử lý lá ổi để ở điều kiện 4 ngày ở nhiệt độ phòng sẽ giữ

Bảng 5. Ảnh hưởng của nhiệt độ và thời gian thanh trùng đến hàm lượng tanin (mg CE/g) của sản phẩm (*)

Nhiệt độ (°C)	Thời gian (phút)			TBNT
	15	20	25	
80	0,29	0,24	0,14	0,23c
85	0,21	0,18	0,16	0,18b
90	0,14	0,13	0,11	0,13a
TBNT	0,22C	0,18B	0,14A	

Ghi chú: (*): Trung bình của 3 lần lặp lại. Các chữ cái a, b, c... giống nhau theo cột và các chữ cái A, B, C... giống nhau theo dòng theo sau số trung bình nghiệm thức (TBNT) thì không khác biệt thống kê ($p < 0,05$).

Tanin cũng là hợp chất tự nhiên thuộc nhóm polyphenol, dễ bị oxy hóa khi chịu sự tác dụng của nhiệt độ, do vậy nếu tăng nhiệt độ tanin sẽ bị oxy hóa và hàm lượng trong sản phẩm ngày càng giảm. Cao nhất là ở 80°C với hàm lượng là 0,23

được các hợp chất sinh học còn lại nhiều nhất. Ngoài ra, chế độ thanh trùng ở nhiệt độ 85oC trong thời gian 20 phút thì các thành phần hợp chất sinh học ít bị biến đổi hơn so với các điều kiện thanh trùng khác ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hồ Bá Vương, Nguyễn Xuân Duy, Nguyễn Anh Tuấn (2015), Ảnh hưởng của điều kiện chiết đến hàm lượng polyphenol và đánh giá hoạt tính chống oxy hóa của dịch chiết từ lá ổi (*Psidium guajava* L.), *Tạp chí Dược học*, 473, 33-38.
2. Võ Thị Kim Thư, Nguyễn Thị Thảo Trân, Đoàn Ngọc Nhuận, Lê Ngọc Thạch (2017). Thành phần hóa học và một số hoạt tính sinh học của tinh dầu lá ổi Đài Loan. *Tạp chí Dược học*, 494, 48-51.
3. Akila B, Vijayalakshmi R, Hemalatha G and Arunkumar R (2018). Development and evaluation of functional property of guava leaf based herbal tea, *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*, 7(3): 3036-3039.
4. Lizette Borreli (2015), *6 Health Benefits Of Guava Leaves*. From Treating Diarrhea To Cancer. Medical Daisy.

5. Jeong S.M., Kim S.Y., Kim D.R., Jo S.C., Nam K.C. and Ahn D.U., 2004. Effect of heat treatment on antioxidant activity of citrus peels. *Journal Agriculture Food Chemistry*, 52, 3389-93.
6. Sandra M. Barbalho, Flávia M. V. Farinazzi-Machado, Ricardo de Alvares Goulart, Anna Cláudia Saad Brunnati, Alda Maria Machado Bueno Ottoboni and Cláudia Cristina Teixeira Nicolau (2012), *Psidium Guajava (Guava): A Plant of Multipurpose Medicinal Applications*, Med Aromat Plants 2012, 1:4.

Ngày nhận bài: 24/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. ĐÀO VĂN THANH

Khoa Nông nghiệp - Tài nguyên Thiên nhiên,

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

**EFFECTS OF EXTRACTION AND PASTEURIZATION
METHODS ON THE BIOACTIVE COMPOUNDS
OF GUAVA LEAF BEVERAGE (*PSIDIUM GUYJAVA L.*)**

● Master. **DAO VAN THANH**

Faculty of Agriculture and National Resources,
An Giang University - Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study is to investigate the effects of extraction and pasteurization methods on the bioactive compounds of guava leaf beverage. This study finds out the content of bioactive compounds such as flavonoids (11.33 (mg QE/mL)), polyphenols (233.54 (µg GAE/mg)), tannins (1.60 (mg QE/g)) and antioxidant activity (81.57%) after leaving guava leaves at room temperature for 4 days. This study also finds that the contents of bioactive compounds in guava leaf beverage are highest when the guava leaf beverage is pasteurized at 85°C for 20 minutes.

Keywords: Leaf guava, beverage, extraction, pasteurization, bioactive compounds.

NGHIÊN CỨU THÀNH PHẦN HÓA HỌC TINH DẦU VỎ QUẢ CAM SÀNH (*CITRUS NOBILIS*), CHÚC (*CITRUS HYSTRIX*) VÀ CHANH TÂY (*CITRUS LIMON*)

● PHẠM THỊ KIM PHƯỢNG - NGUYỄN BÁ TRUNG - NGUYỄN THỊ NGỌC HÂN
- NGUYỄN HỮU NGHI - LÊ THỊ THANH XUÂN

TÓM TẮT:

Bài viết tiến hành nghiên cứu các thành phần hóa học của tinh dầu vỏ quả cam sành (*Citrus nobilis*) Lai Vung - Đồng Tháp, chúc (*Citrus hystrix*) Tịnh Biên - An Giang và chanh tây (*Citrus limon*) Chợ Mới - An Giang, bằng phương pháp chưng cất lôi cuốn theo hơi nước và làm khan bởi Na_2SO_4 . Sau đó, sử dụng phương pháp sắc ký khí ghép khối phổ GC-MS, xác định được 43 cấu tử trong tinh dầu vỏ quả cam sành, thành phần hóa học chính gồm thymol, o-cymene, caryophyllene, trans- α -bergamotene, caryophyllene oxide; 26 hợp chất trong tinh dầu vỏ quả chúc với thành phần hóa học chính D-limonene, β -pinene, sabinene, terpinen-4-ol, cyclene, 3-carene và 32 thành phần hóa học trong tinh dầu vỏ quả chanh tây với các cấu tử chính α -pinene, β -pinene, D-limonene, γ -terpinene, geraniol, citral, neryl acetate.

Kết quả cho thấy, các hợp chất α -Pinene, β -Pinene, D-limonene, linalool, terpinen-4-ol, β -Ocimene, caryophyllene, β -Bisabolene đều có mặt trong cả 3 loại trên với hàm lượng khác nhau.

Từ khóa: Cam sành Lai Vung, chúc Tịnh Biên, chanh tây Chợ Mới, thành phần hóa học, tỉnh An Giang, tỉnh Đồng Tháp.

1. Đặt vấn đề

Chi cam quýt (*Citrus*) có khoảng hơn 20 loài, phân bố tự nhiên ở Ấn Độ, Trung Quốc, Việt Nam, Lào, Campuchia, Thái Lan và Mianma. Trong đó, trung tâm phong phú và đa dạng nhất là khu vực Ấn Độ và Malaixia [15]. Ở Việt Nam, chi *Citrus* - bao gồm các loài như cam, quýt, chanh, bưởi..., là những cây ăn quả có giá trị kinh tế cao, được trồng phổ biến từ lâu trên các vùng địa lý khác nhau [7 - 8]. Tinh dầu vỏ quả, hoa và lá của nhiều giống này có hoạt tính sinh học, như: chống oxy hóa, kháng viêm, kháng khuẩn, ức chế các tế bào ung thư và ngăn ngừa các bệnh về tim mạch [11, 13, 22]. Ngoài ra, phần lớn tinh dầu ở chi cam chanh là

nguồn nguyên liệu quan trọng trong công nghệ chế biến thực phẩm, dược phẩm và hương liệu [7, 18]. Tinh dầu của các loài cam chanh được nghiên cứu và công bố thành phần hóa học dưới hình thức hệ thống các nhóm chất terpene, alcol, sesquiterpene - chủ yếu trên lá một số loài. Tuy nhiên, việc hệ thống các nhóm chất trên vỏ quả của chi *citrus* vẫn còn hạn chế [14, 23].

Bài viết nghiên cứu với mục tiêu cung cấp một số dẫn liệu có hệ thống theo nhóm chất của tinh dầu tách từ vỏ quả 3 giống cam sành (*Citrus nobilis*) Lai Vung - Đồng Tháp, chúc (*Citrus hystrix*) Tịnh Biên - An Giang và chanh tây (*Citrus limon*) Chợ Mới - An Giang.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là vỏ quả cam sành, chóc và chanh tây được thu hái tại các huyện Lai Vung - Đồng Tháp, Tịnh Biên - An Giang và Chợ Mới - An Giang.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Tinh dầu vỏ quả các giống cam chanh được trích ly bằng phương pháp chưng cất lôi cuốn hơi nước theo tiêu chuẩn Dược điển Việt Nam III [3]. Chọn những quả tươi vừa chín tới, vỏ nhẵn, rửa để ráo nước, bỏ cuống, lấy phần vỏ quả xay nhuyễn và chưng cất lôi cuốn hơi nước. Phần dịch sau khi chưng cất chia thành hai lớp, tiến hành chiết nhiều lần tách lấy phần dầu ở lớp trên và làm khan bằng Na₂SO₄, thu được tinh dầu sản phẩm. Tinh dầu Citrus nobilis thơm ngọt dịu thông mũi, màu trắng pha xanh nhạt. Citrus hystrix thơm nồng và Citrus limon có mùi chanh pha lẫn mùi sả, cả hai tinh dầu đều có màu vàng nhạt, nhẹ hơn nước. Hàm lượng tinh dầu vỏ quả các giống cam sành, chóc, chanh tây được tính theo nguyên liệu tươi.

Xác định tỷ trọng bằng tỷ trọng kế thủy tinh. Độ hòa tan của tinh dầu trong ethanol và các chỉ số acid (IA), ester (IE) của tinh dầu cam chanh được xác định theo tiêu chuẩn Pháp [2].

Thành phần hóa học của tinh dầu được xác định bằng phương pháp sắc ký khí (GC) và sắc ký khí ghép khối phổ (GC/MS), tại trung tâm phân tích Trường Đại học Khoa học tự nhiên TP. Hồ Chí Minh. Sắc ký khí 6890 N trên máy Agilent (USA); bao gồm bộ tiêm tự động, buồng tiêm, lò cột, đầu dò MS 5972. Đặc điểm cột HP5 MS (30m x 0.25mm x 0.25µm). Nhiệt độ buồng tiêm 280°C với chế độ tiêm split; tỉ lệ chia dòng 50:1; nhiệt độ đầu dò 150°C. Chương trình nhiệt thực hiện như sau: nhiệt độ cột 50 - 300°C, tốc độ tăng nhiệt 0 - 10°C/phút, thời gian giữ nhiệt 5 phút. Tốc độ khí mang 1.0 ml/phút, sử dụng khí He với thế ion 1900 EMV. Các thành phần tinh dầu được xác nhận bằng cách so sánh các dữ kiện phổ MS với phổ chuẩn đã được công bố trong thư viện NIST 14.

3. Kết quả và thảo luận

Hàm lượng tinh dầu vỏ quả cam sành Lai Vung, chóc Tịnh Biên và chanh tây Chợ Mới so với nguyên liệu tươi tương ứng là: 0,32%; 0,25% và 0,27%.

Từ số liệu Bảng 1 cho thấy, tỷ trọng của vỏ quả cam, chóc và chanh tây lần lượt là 0,932; 0,920; 0,868 đều nhỏ hơn 1, nên nhẹ hơn nước và nổi trên

Bảng 1. Chỉ số hóa lý của tinh dầu từ vỏ quả cam, chóc và chanh tây

Chỉ số lý - hóa	Tỷ trọng	Chỉ số Acid (IA)	Chỉ số Ester (IE)	Độ hòa tan trong ethanol 90%
Cam sành	0,932	1,121	0,432	1:4,01
Chóc	0,920	4,208	21,038	1:4,56
Chanh tây	0,868	1,581	0,882	1:531

bề mặt nước. Chỉ số acid (IA) và ester (IE) của cam, chanh tây lần lượt 1,121; 1,581 và 0,432; 0,882. Trong khi, chóc có chỉ số tương ứng khá cao - 4,208 và 21,038 - nên khả năng chứa nhiều acid béo hơn. Độ hòa tan trong ethanol 90% của cam, chóc, chanh theo trình tự 1:4,01; 1:4,56; 1:531 cho thấy, các tinh dầu đều tan tốt trong các dung môi phân cực.

Bảng 2. Hệ thống phân loại các nhóm chất chứa thành phần hóa học cam, chóc, chanh tây

Tên hợp chất	Hàm lượng % tinh dầu trong vỏ quả		
	Cam sành	Chóc	Chanh tây
Monoterpene	15,96	68,06	77
Sesquiterpene	7,08		2,93
Diterpene	0,46		
Monoterpene aldehydes	2,09		8,71
Monoterpene alcohols	5,33	29,43	6,77
Monoterpene esters	0,13		3,22
Monoterpene phenol	56,11		0,08
Sesquiterpene alcohols			0,1
Sesquiterpene oxid	9,182		
Sesquiterpene esters	0,24		
Tổng lớp chất terpenhydro	24,14	69,2	79,93
Tổng dẫn xuất chứa oxy của terpen	75,85	30,52	19,76

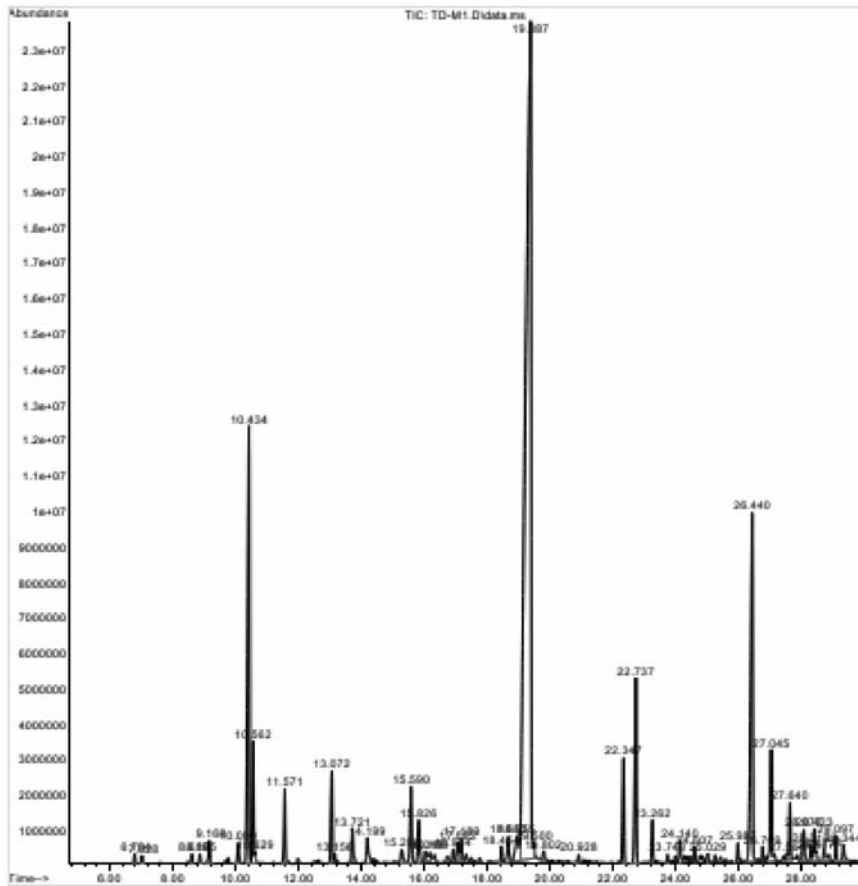
Kết quả tại Bảng 2 cho thấy, tinh dầu vỏ quả của các giống Cam chanh là hỗn hợp gồm nhiều thành phần khác nhau của hydrocarbon, alcohol,

aldehyde, ketone và ester. Trong đó, thành phần thuộc lớp chất terpenhydro chiếm khoảng 24,14 - 79,93 % và thành phần thuộc lớp dẫn xuất chứa oxy của terpen chiếm 19,76 - 75,85 %.

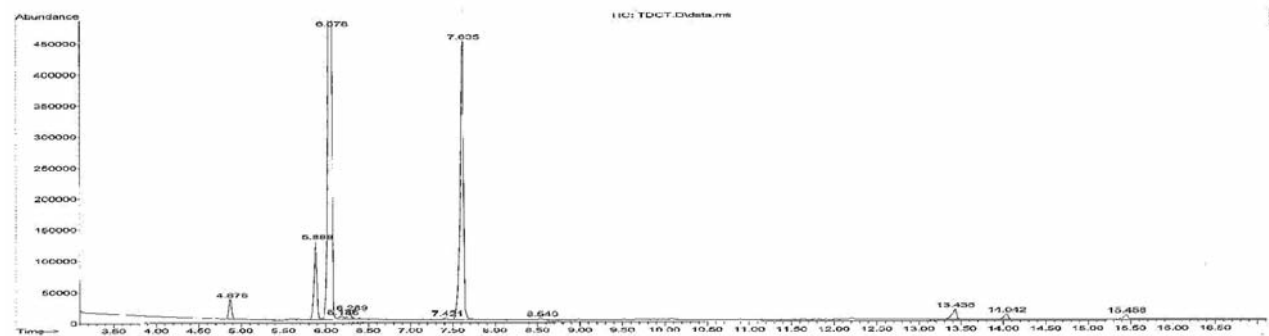
3.1. Tinh dầu vỏ quả cam sành Lai Vung

Tinh dầu cam sành có mùi thơm ngọt dịu, thư thái, thông mũi, vị hơi cay, màu trắng pha xanh nhạt.

Hình 1: Sắc kí đồ tinh dầu vỏ quả cam sành Lai Vung



Hình 2: Sắc kí đồ tinh dầu vỏ quả chóc Tịnh Biên



Dữ liệu phổ đồ của Hình 1 cho thấy, thành phần hóa học của tinh dầu vỏ quả cam sành Lai Vung có 43 hợp chất, bao gồm: 20 thành phần thuộc lớp chất terpenhydro - chiếm 24,14% (nhóm monoterpene: 15,96%; sesquiterpene: 7,08%; diterpene: 0,46% và thành phần khác: 0,64%) và 23 thành phần thuộc dẫn xuất chứa oxy của terpen - chiếm 75,85% (nhóm monoterpene alcohols: 5,33%; monoterpene aldehydes: 2,09; monoterpene esters: 0,13%; monoterpene phenol: 56,11%; sesquiterpene esters: 0,24%; Sesquiterpene oxid: 9,182% và thành phần khác: 2,77 %).

3.2. Tinh dầu vỏ quả chóc Tịnh Biên

Tinh dầu vỏ quả Chóc Tịnh Biên là chất lỏng trong suốt, màu hơi vàng, có vị cay, the và mùi thơm nồng đặc trưng, tạo cảm giác thoải mái.

Bằng phương pháp GC-MS xác định được 26 thành phần hóa học của tinh dầu vỏ quả chóc Tịnh Biên, trong đó có 15 thành phần thuộc lớp chất terpenhydro, chiếm 69,2% (nhóm monoterpene: 68,06%; thành phần khác: 1,14%) và 11 thành phần thuộc dẫn xuất chứa oxy của terpen chiếm 30,52% (nhóm monoterpene alcohols: 29,43%; thành phần khác: 1,09 %).

3.3. Tinh dầu vỏ quả chanh tây Chợ Mới

Tinh dầu vỏ quả chanh tây là chất lỏng trong suốt, màu vàng nhạt, vị cay, the, mùi chanh pha lẫn mùi sả, tạo cảm giác nhẹ nhàng sảng khoái, nhẹ hơn nước.

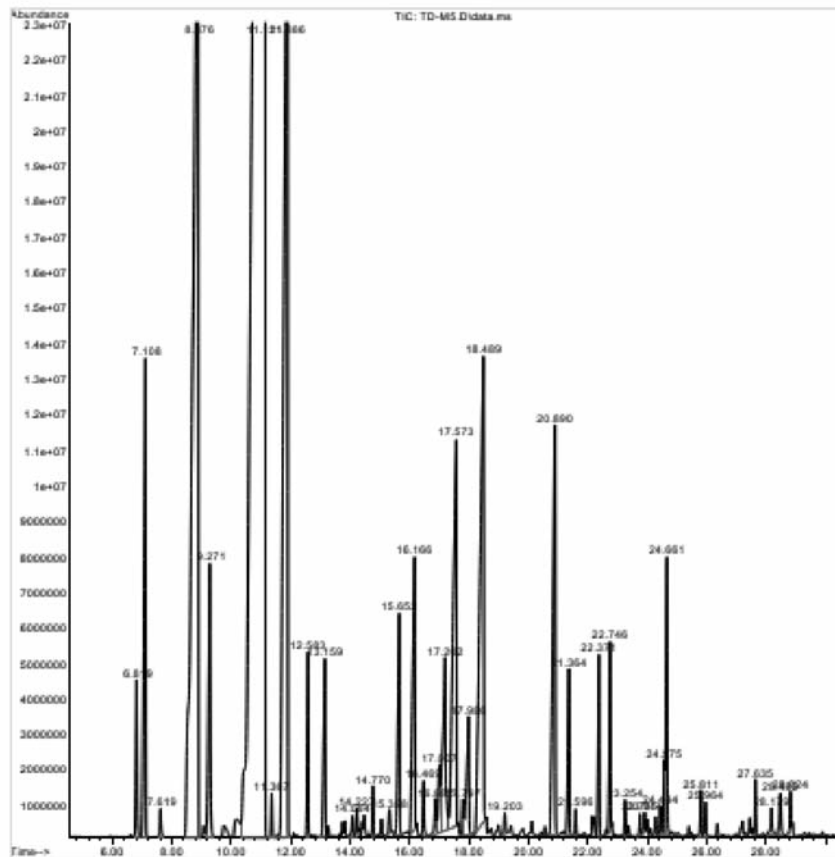
Từ sắc kí đồ của Hình 3, xác định được 32 thành phần hóa học trên tinh dầu vỏ quả chanh tây Chợ Mới với 14 thành phần thuộc lớp chất terpenhydro - chiếm 79,93% (nhóm monoterpene: 77%; sesquiterpene: 2,93%) và 18 thành phần thuộc dẫn xuất chứa oxy của terpen - chiếm 19,76% (nhóm monoterpene alcohols: 6,77%; monoterpene aldehydes: 8,71%; monoterpene esters: 3,22%; monoterpene phenol: 0,08%; sesquiterpene alcohols: 0,1 % và thành phần khác: 0,88%).

3.4. Thảo luận

Do khả năng ứng dụng cao trong nhiều lĩnh vực - như thực phẩm, y học, hương liệu - nên đã có nhiều công trình nghiên cứu với mục đích xác định thành phần của tinh dầu vỏ quả thuộc chi Cam chanh [5, 17, 26]. Tinh dầu cam chanh chứa lượng lớn monoterpene và sesquiterpene, thành phần chứa oxy dẫn xuất từ các hydrocarbon, gồm: alcohol, aldehyde, ketone, ester, ether, phenol và oxide. Đồng thời, thành phần chính của tinh dầu vỏ quả các loài *C. nobilis*, *C. hystrix*, *C. limon* trong cùng một chi có khác nhau, hầu hết đều chứa D-limonene, β -myrcene, pinene, sabinene, γ -terpinene và p-cymene [1, 9, 16].

Kết quả phân tích của nhóm tác giả về tinh dầu từ vỏ quả của 3 giống Cam chanh *C. nobilis*, *C. hystrix*, *C. limon* cho thấy, các hợp chất nhóm monoterpene chiếm chủ yếu (15,96 - 77%), thành phần có hàm lượng lớn nhất là β - pinene, sabinene, D- limonene và o-cymene tương đồng với kết quả nghiên cứu trước. Đáng chú ý là các thành phần như thymol, caryophyllene oxide, citral, geraniol acrylate có hàm lượng khá cao trong nhóm dẫn xuất chứa oxy của terpene (chiếm 19,76 - 75,85%). Đây là điều khác biệt khá rõ khi so sánh với tinh dầu nhiều loài cam

Hình 3: Sắc kí đồ tinh dầu vỏ quả chanh tây Chợ Mới



quýt với các công trình đã công bố đề cập ở trên.

Từ kết quả phân tích cho thấy, tinh dầu vỏ quả Cam sành bao gồm các thành phần chính như: thymol (54,48%), o-cymene (9,77%), caryophyllene (2,09%), trans- α -bergamotene (3,16%), caryophyllene oxide (9,18%). Đặc biệt, các hợp chất D-limonene, γ -terpinene, linalool, p-menth-2,8-dien-1-ol, terpinen-4-ol, cũng như trans-p-mentha-1(7)-8-dien-2-ol, biosol, limona ketone, có hàm lượng < 2%. Nhận thấy, các thành phần limonene, γ -terpinene, linalool, α -pinene, beta pinene, α -thujene, myrcene, terpinen-4-ol trong nghiên cứu của chúng tôi phù hợp với dẫn liệu phân tích của Nevcihan Gursoy và Qingyun Guo. Mặc dù có khác nhau về hàm lượng [20, Correspondence24] Theo công bố Sreepian. A, Trường Đại học Rangsit (Thái Lan), Citrus hystrix D-limonene (25,28%); β -pinene (21,10%); sabinene (14,99%); terpinen-4-ol (5,06%); 22 hợp chất còn lại có hàm lượng từ 0,11 đến 2,82% [27]. Điều này phù hợp với kết quả nghiên cứu về tinh dầu vỏ quả Chóc Tịnh Biên, gồm có 26 hợp chất, thành phần chính thuộc nhóm monoterpene (68,06%) bao gồm β -pinene (30,52

%); D-limonene (28,35%); sabinen (30,96%); 3-Carene (2,42%); cyclene (2,23 %) và 21 hợp chất còn lại có hàm lượng từ 0,03 đến 0,91 %.

Kết quả của những nhóm nghiên cứu trước đây công bố, tinh dầu chanh tây chứa các thành phần hóa học sau: α -thujene; α -pinene; β -pinene; D-limonene; γ -terpinene; p-menth-2,8-dien-1-ol; terpinen-4-ol; β -bisabolene; α -terpineol; geraniol; citral; neryl acetate; citronellal; camphene; asarone; caryophyllene; linalool; β -ocimene; (+)-4-carene; α -caryophyllene; decanal; elemene; α -bergamotene; α -bisabolol; germacrene D; cyclomethicone 7; borneol; carvacrol; eucalyptol và một số cấu tử khác [10, 19, 28]. Sau khi so sánh, nhận thấy kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả gồm các thành phần hóa học chính là: α -thujene (0,58 %); α -pinene (2,30%); β -pinene (15,48%); D-limonene (48,06%); γ -terpinene (9,72%); p-menth-2,8-dien-1-ol (0,10%); terpinen-4-ol (1,09%); β -bisabolene (1,12%); α -terpineol (1,73%); geraniol (2,73%); citral (8,53%); neryl acetate (3,14%); citronellal (0,17%); camphene (0,11%); asarone (0,29%); caryophyllene (0,68%); linalool (0,86%); β -ocimene (0,12%); (+)-4-carene (0,63%); α -caryophyllene (0,15%); decanal (0,21%); elemene (0,25%); α -bergamotene (0,66%); α -bisabolol (0,10%); những thành phần có hàm lượng < 0,1 gồm có germacrene D (0,07%); cyclomethicone 7 (0,07%); borneol (0,09%); carvacrol (0,08%); eucalyptol (0,08%). Hầu hết, các thành phần hóa học trong kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả đều phù hợp với những nghiên cứu đã công bố trước đó. Chỉ khác biệt một số thành phần với hàm lượng rất nhỏ như: p-menth-2,8-dien-1-ol (0,10%); citronellal (0,17%); camphene (0,11%); asarone (0,29%); β -ocimene (0,12%); (+)-4-carene (0,63%); elemene (0,25%); germacrene D (0,07%); cyclomethicone 7 (0,07%); carvacrol (0,08%).

Từ kết quả phân tích, nhóm tác giả nhận thấy 3 loài Cam sành, Chúc, Chanh Tây có thành phần hóa học tương ứng với những kết quả nghiên cứu trước đây, tuy nhiên có sự khác nhau về hàm lượng. Điều này có thể chứng minh với điều kiện địa lý khác nhau, thành phần và hàm lượng các chất trong tinh dầu của cùng một loài có thể khác nhau [25]. Các hợp chất β -pinene, β -pinene, D-limonene, linalool, terpinen-4-ol, β -ocimene, caryophyllene, β -bisabolene đều có mặt trong cả 3 loại cây nghiên cứu. Các hợp chất là dẫn xuất oxy, citral (geraniol và neral), citronellal, decanal, octanal đóng vai trò quyết định đến chất lượng mùi thơm cũng như giá

trị thương phẩm của tinh dầu cam chanh [6]. Ngoài ra, D-Limonene được sử dụng công nghiệp làm nguyên liệu cho chất kết dính, hương liệu và chất tẩy rửa [4]. Tinh dầu cam sành, chúc và chanh tây cũng xác định được khả năng kháng oxy hóa, kháng khuẩn [12, 21, 29]. Đây là những loài cung cấp nguyên liệu chính sản xuất tinh dầu cam quýt trên thế giới, điều này cho thấy, tinh dầu tách từ vỏ quả 3 giống cam chanh nói trên đều có giá trị về chất lượng.

4. Kết luận

Tinh dầu vỏ quả các giống cam chanh gồm 82 hợp chất, trong đó tinh dầu cam sành có mùi thơm ngọt dịu, thư thái, thông mũi, vị hơi cay, màu trắng pha xanh nhạt, chứa 43 cấu tử phần lớn thuộc nhóm monoterpene (15,96%); monoterpene phenol (56,11%) với các thành phần chính như: thymol, o-cymene, caryophyllene, trans- α -bergamotene, caryophyllene oxide.

Tinh dầu chúc là chất lỏng trong suốt, màu hơi vàng, có vị cay, the và mùi thơm nồng đặc trưng, tạo cảm giác thoải mái, có 26 hợp chất chủ yếu trong nhóm monoterpene (68,06%); nhóm monoterpene alcohols (29,43%) bao gồm các thành phần chính: D-limonene, β -pinene, sabinene, terpinen-4-ol, Cyclene, 3-carene.

Với 32 cấu tử được xác định trong tinh dầu chanh tây có chất lỏng trong suốt, màu vàng nhạt, vị cay, the và mùi chanh pha lẫn mùi sả, tạo cảm giác nhẹ nhàng sáng khoái, nhẹ hơn nước. Trong đó nhóm monoterpene chiếm 77%; nhóm monoterpene alcohols có 6,77% và nhóm monoterpene aldehydes khoảng 8,71 %; phần lớn các hợp chất chính chứa α -pinene, β -pinene, D-limonene, γ -terpinene, geraniol, citral, neryl acetate.

Sau khi đối chiếu, nhóm tác giả nhận thấy các hợp chất α -pinene, β -Pinene, D-limonene, linalool, terpinen-4-ol, β -ocimene, caryophyllene, β -bisabolene đều có mặt trong cả 3 loại vỏ quả citrus với các hàm lượng khác nhau. Các chỉ số về tỷ trọng của cam sành, chúc, chanh tây lần lượt là 0,932; 0,920; 0,868 đều nhỏ hơn 1, nên nhẹ hơn nước và nổi trên bề mặt nước. Chỉ số acid (IA) và ester (IE) của cam, chanh tây lần lượt 1,121; 1,581 và 0,432; 0,882. Trong khi, chúc có chỉ số tương ứng khá cao - 4,208 và 21,038 - nên khả năng chứa nhiều acid béo hơn. Độ hòa tan trong ethanol 90% của cam, chúc, chanh với tỉ lệ theo trình tự 1:4,01; 1:4,56; 1:531 cho thấy, các tinh dầu đều tan tốt trong các dung môi phân cực ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. A. Osman, 2019. Citrus Oils. M. F. Ramadan (ed.), *Fruit Oils: Chemistry and Functionality*. © Springer Nature Switzerland AG. https://doi.org/10.1007/978-3-030-12473-1_26.
2. AFNOR, (1992). *Huies essentielles*. Syndicat National des Industries Aromatiques Alimentaires, Paris, 37-156.
3. Bộ Y tế, (2002). *Dược điển Việt Nam III*. Nxb. Y học, Hà Nội, 535 trang.
4. Bradoodck R. J., . 2004. *Major By-Products of the Florida Citrus Processing Industry*. Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida. [http://edis.ifas.ufl.edu.Food Technol., 49\(9\): 74-77](http://edis.ifas.ufl.edu.Food Technol., 49(9): 74-77).
5. Chaturvedi Dev, Shrivastava Rishi Raj Suhane Nidhi, 2016. Basketful benefit of citrus limon. *International research Journal of pharmacy*. DOI: 10.7897/2230-8407.07653.
6. Diaz S., Espinosa S., Brignole E. A., 2005. *Citrus peel oil deterpenation with supercritical fluids optimal process and solvent cycle design*. J. Super Flu., 35(1): 49-61.
7. Đỗ Huy Bích, Phạm Văn Hiến, Trần Toàn, Vũ Ngọc Lộ, 2003. *Cây thuốc và động vật làm thuốc ở Việt Nam*. NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội, 1137 trang.
8. Đỗ Tất Lợi, 2003, *Những cây thuốc và vị thuốc Việt Nam*, NXB Y học Hà Nội.
9. Ferhat M. A., Meklati B. Y., Smadja J., Chemat F., 2006. *An improved microwave Clevenger apparatus for distillation of essential oils from orange peel*. J. Chromatogr A., 1112(1-2): 121-126. DOI: 10.1016/j.chroma.2005.12.030.
10. Ganiyu Oboh, Tosin A. Olasehinde and Ayokunle O. Ademosun (2014). Essential Oil from Lemon Peels Inhibit Key Enzymes Linked to Neurodegenerative Conditions and Pro-oxidant Induced Lipid Peroxidation. *Journal of Oleo Science*. Copyright ©2014 by Japan Oil Chemists' Society doi: 10.5650/jos.ess13166. J. Oleo Sci. 63, (4) 373-381 (2014).
11. Gorinstein S., 2004. *Characterization of antioxidant compounds in Jaffa sweeties and white grapefruits*. Food Chem., 84(4): 503-510.
12. Jean Waikedre.; Annabelle Dugay.; Isabel Barrachina.; Christine Herrenknecht.; Pierre Cabalion.; Alain Fournet, 2010. *Chemical Composition and Antimicrobial Activity of the Essential Oils from New Caledonian Citrus macroptera and Citrus hystrix*. Chemistry & biodiversity - vol. 7 (2010).871-877.
13. Kim H., Moon J. Y., Mosaddik A., Cho S. K., 2010. *Induction of apoptosis in human cervical carcinoma HeLa cells by polymethoxylated flavone-rich Citrus grandis Osbeck (Dangyuja) leaf extract*. Food Chem Toxicol. 2010 Aug-Sep; 48(8-9): 2435-42. doi: 10.1016/j.fct.2010.06.006
14. Kirbaslar G., Kirbaslar S. I., 2004. *Composition of Turkish Bitter Orange and Lemon Leaf Oils*. J. Essent. Oil Res., 16(2): 105-108.
15. Mabberley D. J., 2004. Citrus (Rutaceae): *A Review of Recent Advances in Etymology, Systematics and Medical Applications*. Blumea - Biodiver, Evol. Biogeogr. Plants, 49(2-3): 481-498.
16. Manuel Viuda-Martos, Yolanda Ruiz-Navajas, Juana Fernández-López & José Angel Pérez-Álvarez, 2009. Chemical Composition of Mandarin (C. reticulata L.), Grapefruit (C. paradisi L.), Lemon (C. limon L.) and Orange (C. sinensis L.) Essential Oils. *Journal of essential oil-bearing plants*. JEOP 12(2):236-243. Pages 236-243. DOI: 10.1080/0972060X.2009.10643716
17. Minh Tu N. T., Thanh L. X., Une A., Ukeda H., Sawamura M., 2002. *Volatile constituents of Vietnamese pummelo, orange, tangerine and lime peel oils*. Flavour Fragr J., 17(3): 169-174.
18. Mohamed A. A., El-etary G. A., Ali H. F., 2010. Influence of Some Citrus Essential Oils on Cell Viability, Glutathione-S-Transferase and Lipid Peroxidation in Ehrlich ascites Carcinoma Cells. *Journal of American Science* 6(10): 820-826.
19. Najwa Nasser AL-Jabri, Mohammad Amzad Hossain, 2018. Chemical composition and antimicrobial potency of locally grown lemon essential oil against selected bacterial strains. *Journal of King Saud University - Science* (2018) 30, 14-20.
20. Nevcihan Gursoy Correspondence, Bektas Tepe & Munevver Sokmen, 2010. Evaluation of the Chemical Composition and Antioxidant Activity of the Peel Oil of Citrus nobilis. *International Journal of Food Properties*. Volume 13. 983-991. <https://doi.org/10.1080/10942910902927136>

21. Nguyễn Văn Lợi, Nguyễn Thị Minh Tú, Hoàng Đình Hòa, 2014. Nghiên cứu thành phần hóa học và hoạt tính sinh học của tinh dầu lá bưởi, cam và chanh. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*. Số 52 (5A) (2014) 1- 6.
22. Okonogi S., Duangrat C., Anuchpreeda S., Tachakittirungrod S., Chowwanapoonpohn S. (2007). *Comparison of antioxidant capacities and cytotoxicities of certain fruit peels*. Food Chem. Toxicol. 48(8-9): 2435-2442. 103(3): 839-846.
23. Phan Xuân Thiệu, Hoàng Vĩnh Phú, Nguyễn Anh Dũng, (2013). Thành phần hóa học tinh dầu lá cam chanh- *Citrus sinensis* (L.) Osbeck trồng ở Nghệ An. *Tạp chí Sinh học*, 35(1): 61-66.
24. Qingyun Guo, Ke Liu, Weihui Deng, Balian Zhong, Wenxia Yang, Jiong Chun, 2018. *Chemical composition and antimicrobial activity of Gannan navel orange (Citrus sinensis Osbeck cv. Newhall) peel essential oils*. Food Sci Nutr. 00:1-7. <https://doi.org/10.1002/fsn3.688>
25. Saeb, S., Amin, M., Gooybari, R.S. & Aghel, N. (2016). Evaluation of antibacterial activities of Citrus limon, Citrus reticulata, and Citrus grandis against pathogenic bacteria. *International Journal of Enteric Pathogens*. 4(4): e37103.
26. SompornSriFuengfung, NuntavanBunyapraphatsara, VeenaSatitpatipan, ChanwitTribuddharat, Varaporn BuraphacheepJunyaprasert, WallaTungrugsasut, VimolSrisukh, 2019. Antibacterial oral sprays from Kaffir lime (*Citrus hystrix* DC.) fruit peel oil and leaf oil and their activities against respiratory tract pathogens. *Journal of Traditional and Complementary Medicine*. <https://doi.org/10.1016/j.jtcme.2019.09.003>
27. Sreepian, A., Sreepian, P.M., Chanthong, C., Mingkhwancheep, T. and Prathit P, 2019. *Antibacterial activity of essential oil extracted from Citrus hystrix (Kaffir Lime) peels: An in vitro study*. Tropical Biomedicine 36(2): 531-541 (2019).
28. TCVN 11421:2016. (2016). *Tinh dầu chanh tây Citrus limon (L.) Bururm. F. thu được bằng phương pháp ép*. Tiêu chuẩn Việt Nam. Hà Nội.
29. Wanpeng Xi, Juanfang Lu, Junping Qun, Bining Jiao, 2017. *Characterization of phenolic profile and antioxidant capacity of different fruit part from lemon (Citrus limon Burm.) cultivars*. Association of Food Scientists & Technologists (India). DOI 10.1007/s13197-017-2544-5.

Ngày nhận bài: 9/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/3/2020

Thông tin tác giả:

1. PHẠM THỊ KIM PHƯỢNG

Giảng viên Khoa Sư phạm

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

2. NGUYỄN BÁ TRUNG

Giảng viên Khoa Nông nghiệp - Tài nguyên thiên nhiên

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

3. NGUYỄN THỊ NGỌC HÂN

Sinh viên DH15HH, Khoa Sư phạm

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

4. NGUYỄN HỮU NGHI

Sinh viên DH17HH, Khoa Sư phạm

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

5. LÊ THỊ THANH XUÂN

Trường Đại học Đồng Tháp

**A STUDY ON THE CHEMICAL COMPOUNDS
OF THE ESSENTIAL OILS EXTRACTED FROM *CITRUS NOBILIS*,
CITRUS HYSTRIX AND *CITRUS LIMON***

● **PHAM THI KIM PHUONG**

Lecturer, Faculty of Pedagogy, An Giang University
Vietnam National University - Ho Chi Minh City

● **NGUYEN BA TRUNG**

Lecturer, Faculty of Agriculture - Natural Resources, An Giang University
VIETNAM NATIONAL UNIVERSITY - HO CHI MINH CITY

● **NGUYEN THI NGOC HAN**

Student, DH15HH, Faculty of Pedagogy, An Giang University
Vietnam National University - Ho Chi Minh City

● **NGUYEN HUU NGHI**

Student, DH17HH, Faculty of Pedagogy, An Giang University
Vietnam National University - Ho Chi Minh City

● **LE THI THANH XUAN**

Dong Thap University

ABSTRACT:

This study is to identify chemical compounds of the essential oils extracted from Lai Vung *Citrus nobilis* (Dong Thap Province), Tinh Bien *Citrus hystrix* (An Giang Province) and Cho Moi *Citrus limon* (An Giang Province) by using the steam distillation method with the anhydrous sodium sulphate (Na_2SO_4). By using the gas chromatography–mass spectrometry (GC-MS) method, this study finds that the essential oil of Lai Vung *Citrus nobilis* has 43 chemical compounds including major chemical compounds of thymol, o-cymene, caryophyllene, trans- α -bergamotene and caryophyllene oxide; there are 26 chemical compounds in the essential oil of Tinh Bien *Citrus hystrix* including major chemical compounds like D-limonene, β -pinene, sabinene, terpinen-4-ol, cyclene and 3-carene; there are 32 chemical compounds in the essential oil of Cho Moi *Citrus limon* including α -pinene, β -pinene, D-limonene, γ -terpinene, geraniol, citral and neryl acetate. All these three essential oils have chemical compounds including α -Pinene, β -Pinene, D-limonene, linalool, terpinen-4-ol, β -Ocimene, caryophyllene, β -Bisabolene with different levels.

Keywords: Lai Vung *Citrus nobilis*, Tinh Bien *Citrus hystrix*, Cho Moi *Citrus limon*, chemical components, An Giang Province, Dong Thap Province.

KHẢO SÁT THÀNH PHẦN HÓA HỌC CỦA TINH DẦU LÁ VÀ THÂN CÂY NGŨ GIA BÌ (*SCHEFFLERA OCTOPHYLLA L.*) TRỒNG TẠI AN GIANG

● VƯƠNG BẢO NGỌC

TÓM TẮT:

Bài viết khảo sát thành phần hóa học của tinh dầu lá và thân cây Ngũ gia bì (*Schefflera octophylla L.*) trồng tại tỉnh An Giang. Từ đó, góp phần tạo hướng ứng dụng mới cho tinh dầu, giúp gia tăng giá trị cho cây Ngũ gia bì ở Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hiệu suất thu hồi tinh dầu từ mẫu lá, thân cây Ngũ gia bì tương ứng đạt 0,068% và 0,081%, theo nguyên liệu tươi. Bằng phương pháp sắc ký khí khối phổ (GC-MS) có 23 hợp chất được xác định ở lá, với thành phần chính là: caryophyllene (37,4%), alpha-Selinene và bicyclogermacrene (13,19%), humulene (10,10%), beta- Elemene (10,06%). Bên cạnh đó, xác định được 28 hợp chất trong tinh dầu từ thân và thành phần chính là các hợp chất: caryophyllene (28,85%), alpha-Selinene và bicyclogermacrene (19,29%), beta-Myrcene (9%), humulene (8,15%). Các hợp chất còn lại dao động từ (0,27-3,48%).

Từ khóa: Ngũ gia bì, tinh dầu, lôi cuốn hơi nước, GC-MS, thành phần hóa học.

1. Đặt vấn đề

Ngũ gia bì có tên khoa học là *Schefflera octophylla L.*, thuộc họ Nhân sâm. Ngũ gia bì còn có tên gọi khác chân chim, sâm nam hay cây chân vịt thuộc họ nhân sâm (Araliaceae). Cây có thân đứng cao từ 5 - 15m, lá mọc so le, kép chân vịt, thường có 8 lá chét, phiến lá hình bầu dục, mép lá nguyên. Hoa nhỏ, mọc thành chùm, màu trắng ở đầu cành. Quả mọng hình cầu, khi chín có màu tím sẫm, trong chứa 6 - 8 hạt. Cây Ngũ gia bì là một trong những loài có nguồn tinh dầu dồi dào, và là 1 trong 7 loại cây hiếm hoi có khả năng xua đuổi côn trùng - lá cây khi vo nhẹ sẽ có mùi hương khiến muỗi rất sợ và thường tránh xa. Ngoài ra, thân, lá, rễ của cây cũng thường được dùng làm thuốc. Nhiều vùng còn dùng lá tươi hoặc khô để nấu canh ăn thay rau, giúp tiêu hóa tốt.

Theo y học cổ truyền, Ngũ gia bì có vị đắng, chát, mùi thơm nhẹ, tính mát, có tác dụng tiết mồ hôi, giải tiểu. Trong dân gian, Ngũ gia bì thường được sử dụng để chữa cảm sốt, viêm họng, thấp khớp, đau nhức xương khớp, vết thương sưng đau. Dược điển Việt Nam năm 1983 đã ghi nhận: “Trong Đông y dùng vỏ cây phơi hoặc sấy khô là vị thuốc dùng chữa tê thấp, đau nhức xương”. Ngoài các công dụng trên, Ngũ gia bì còn được dùng làm cây phong thủy hay trang trí trong nhà.

Việc nghiên cứu thành phần hóa học của cây Ngũ gia bì để tìm ra những hợp chất có cấu trúc mới hoặc những chất có tác dụng chính để sử dụng dưới dạng tinh khiết cũng như trong điều trị bệnh là việc làm cần thiết. Bài nghiên cứu tiến hành khảo sát thành phần hóa học của tinh dầu lá và thân cây Ngũ

gia bì (*Schefflera octophylla* L.) trồng tại tỉnh An Giang, góp phần làm rõ cũng như nâng cao giá trị của loại cây này.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Lá và thân cây Ngũ gia bì được thu hái từ vườn nhà tại TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang. Sau đó, được giữ lạnh và đưa về phòng thí nghiệm tiến hành xử lý sơ bộ, rửa sạch loại tạp chất, xay nhuyễn trước khi tiến hành trích ly tinh dầu. Khối lượng mỗi mẫu: 300g.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp trích ly tinh dầu

Lá và thân cây Ngũ gia bì sẽ được xử lý sơ bộ, xay nhuyễn cho vào bình của thiết bị chưng cất lôi cuốn hơi nước theo kiểu Clevenger. Mỗi mẫu thí nghiệm khoảng 300g với 500mL nước cất cho vào bình cầu lắp hệ thống hoàn lưu chưng cất trong thời gian 3 giờ. Đun hỗn hợp tới sôi, hơi nước bay sẽ cuốn theo tinh dầu, hơi nước cùng tinh dầu qua hệ thống sinh hàn sẽ ngưng tụ lại. Để yên cho hỗn hợp thu được trong bộ phận ngưng tụ đến khi tách hoàn toàn thành 2 pha: tinh dầu nhẹ hơn nước sẽ ở pha trên, nước sẽ ở pha dưới. Sau đó, dùng bình chiết phân ly để tách nước và thu hồi tinh dầu. Tinh dầu sau khi thu được sẽ tiến hành phân tích thành phần hóa học bằng phương pháp phân tích sắc ký ghép khối phổ (GC-MS).

2.2.2. Phương pháp khảo sát hiệu suất thu hồi tinh dầu lá và thân cây Ngũ gia bì

Tinh dầu sau khi thu hồi từ phương pháp chưng cất lôi cuốn hơi nước sẽ tiến hành cân khối lượng dầu để xác định hiệu suất thu hồi. Hiệu suất thu hồi (H) được tính theo công thức:

$$H = \frac{m_2}{m_1} \times 100\%$$

Trong đó: H là hiệu suất thu hồi (%), m1 là khối lượng mẫu ban đầu (g), m2 là khối lượng tinh dầu thu được (g).

2.2.3. Phân tích thành phần hóa học của tinh dầu Ngũ gia bì

Thành phần và hàm lượng các cấu tử có trong tinh dầu được phân tích bằng phương pháp sắc ký khí ghép khối phổ (GC-MS), thực hiện trên máy GC Agilent 6890N, MS 5973 inert. Cột HP5-MS, áp suất He đầu cột 9.3 psi. Mẫu tinh dầu (25 µL) pha trong 1.0 mL n-hexan.

Tiêm mẫu: 1.0 µL. Chương trình nhiệt cho mẫu:

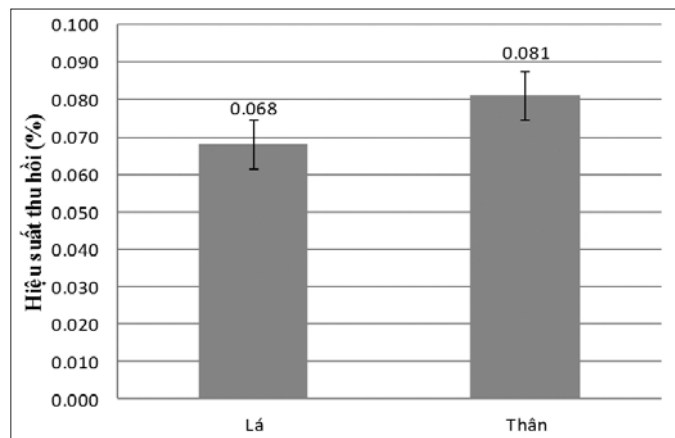
50°C giữ trong 2 phút, sau đó tăng 2°C/phút đến 80°C ; tăng 5°C/phút đến 135°C, giữ 8 phút; tăng 5°C/phút đến 150°C ; tiếp tục tăng 10°C/phút đến 200°C; tăng 20°C/phút đến 300°C, giữ trong 5 phút.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Hiệu suất thu hồi tinh dầu lá và thân cây Ngũ gia bì

Bằng phương pháp chưng cất lôi cuốn đã xác định được hàm lượng tinh dầu trong lá và thân tương ứng là 0,068% và 0,081%. Tinh dầu có màu trắng, mùi thơm tự nhiên. (Hình 1)

Hình 1: Đồ thị biểu diễn sự thay đổi hiệu suất thu hồi (%) tinh dầu lá và thân cây Ngũ gia bì



Kết quả từ Hình 1 cho thấy, tuy dùng cùng phương pháp chưng cất lôi cuốn hơi nước nhưng hiệu suất thu hồi tinh dầu trên lá và thân cây Ngũ gia bì lại khác nhau. Đó là do khi gia nhiệt hỗn hợp nguyên liệu và nước, hơi nước thẩm thấu vào trong các lớp tế bào, làm phá vỡ túi tinh dầu và lôi cuốn tinh dầu theo hơi nước. Mặt khác, do sự khác nhau về chức năng đối với mỗi bộ phận của cây dẫn đến có sự tích lũy khác nhau. Sự tích lũy hợp chất nhiều hay ít còn do điều kiện sinh trưởng và phát triển ở các giai đoạn khác nhau hay điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng, độ ẩm, thời gian sinh trưởng của cây...

3.2. Thành phần hóa học trong tinh dầu lá và thân cây Ngũ gia bì

Chưng cất nhằm lôi cuốn tinh dầu bằng hơi nước là phương pháp phổ biến, sử dụng để tách hỗn hợp không lẫn vào nhau như nước và tinh dầu khi tiếp xúc trực tiếp với nhau. Sử dụng phương pháp sắc ký khí ghép khối phổ đã xác định được thành phần hóa học của tinh dầu từ lá và thân cây Ngũ gia bì (*Schefflera octophylla* L.) (Bảng 1).

Bảng 1. Thành phần hóa học trong tinh dầu lá và thân cây Ngũ gia bì

STT	Hợp chất	Hàm lượng mẫu (%)	
		Lá	Thân
1	10,10-Dimethyl-2,6-dimethylenbicyclo[7.2.0]undecan-5-ol	0,42	-
2	2-Isopropenyl-4a,8-dimethyl-1,2,3,4,4a,5,6,7-octahydronaphthalene, .gamma.-Muurolene và 1 hợp chất không xác định được	0,96	-
3	4-Isopropyl-1,6-dimethyl-1,2,3,4,4a,7-hexahydronaphthalene	0,54	-
4	Alloaromadendrene	0,29	0,25
5	alpha.-Copaene	1,79	1,87
6	alpha.-Cubebene	1,80	1,83
7	alpha.-Muurolene	0,43	-
8	alpha.-Pinene	-	0,24
9	alpha-Selinene và Bicyclogermacrene	13,19	19,29
10	Aromadendrene	-	0,22
11	beta.-Cubebene	1,34	3,48
12	beta.-Elemene	10,06	1,53
13	beta.-Eudesmene và Eremophilene	9,84	0,99
14	beta.-Myrcene	-	9
15	beta.-Pinene	-	0,23
16	Caryophyllene	37,40	28,85
17	Caryophyllene oxide	2,33	5,68
18	Cubebol	-	0,41
19	delta.-Cadinene	2,03	1,39
20	Di-epi-1,10-cubenol	0,32	0,25
21	Elemene isomer	0,17	1,61
22	Falcarinol	2,23	-
23	Germacrene D	0,33	3,21
24	Humulene	10,10	8,15
25	Humulene oxide II	0,34	0,92
26	Isospathulenol	-	0,84
27	m-Camphorene	-	0,73
28	Neointermedeol	0,84	0,78
29	p-Camphorene	-	0,22

STT	Hợp chất	Hàm lượng mẫu (%)	
		Lá	Thân
30	Sabinene	-	0,51
31	Selina-5,11-diene	0,27	-
32	Spathulenol	0,42	6,22
33	Sylvestrene	-	0,21
34	Viridiflorol	-	0,2

Ghi chú: Dấu “-“ không xuất hiện

Kết quả Bảng 1 cho thấy, có sự khác nhau về thành phần và hàm lượng các hợp chất trong tinh dầu lá và thân. Trong đó, có khoảng 17 hợp chất cùng xuất hiện đồng thời trên lá và trên thân với hàm lượng khác nhau. Ở lá được đặc trưng bởi hợp chất caryophyllene (37,40%), trên thân thấp hơn với (28,85%), hay humulene trên lá là 10,10%, tương đương trên thân là 8,15%, beta.-Elemene hay beta.-Eudesmene và eremophilene trên lá gấp 9 lần so với thân. Ngược lại, spathulenol trên thân gấp 6 lần trên lá.

Ngoài các hợp chất cùng thể hiện ở lá và thân thì các hợp chất chỉ có ở lá hoặc chỉ có ở thân điển hình là: beta.-Myrcene (9%) chỉ có ở thân mà không xuất hiện ở lá và Falcarinol (2,23%) chỉ có ở lá nhưng không thấy ở thân. Các hợp chất còn lại chiếm với lượng khá ít, dao động từ (0,22%-3,48%). Như vậy, trong cùng một loài, các thành phần chính trong tinh dầu cũng có sự biến đổi và tùy theo mỗi bộ phận của cây mà có sự tích lũy khác nhau. Mặt khác, sự tích lũy các hợp chất nhiều hay ít còn do điều kiện sinh trưởng, điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng và thời gian sinh trưởng của cây.

4. Kết luận và kiến nghị

4.1. Kết luận

Hiệu suất thu hồi tinh dầu Ngũ gia bì (*Schefflera octophylla* L.) trồng tại tỉnh An Giang, từ mẫu lá, thân tương ứng đạt 0,068% và 0,081%, theo nguyên liệu tươi. Bằng phương pháp sắc ký khí khối phổ (GC-MS), có 23 hợp chất được xác định ở lá, với thành phần chính là: caryophyllene (37,4%), alpha-Selinene và bicyclogermacrene (13,19%), humulene (10,10%), beta- Elemene (10,06%). Đồng thời, cũng đã xác định được 28 hợp chất trong tinh dầu từ thân, với thành phần chính là: caryophyllene (28,85%), alpha-Selinene và bicyclogermacrene (19,29%), beta- Myrcene (9%), humulene (8,15%). Các hợp chất còn lại dao động từ (0,27-3,48%).

4.2. Kiến nghị

- Tiếp tục nghiên cứu các thành phần hóa học trong thân và lá cây Ngũ gia bì (*Schefflera octophylla* L.) từ các dịch chiết khác.

- Tiếp tục phân lập các chất có trong thân và lá cây Ngũ gia bì (*Schefflera octophylla* L.). Sau đó, thử hoạt tính sinh học của các chất đó để nhận định một cách toàn diện hơn về tác dụng điều trị bệnh của cây ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Y tế (1983), *Dược điển Việt Nam, tập 2*, NXB Y học, Hà Nội.
2. Đỗ Tất Lợi (2009), *Những cây thuốc và vị thuốc Việt Nam*, NXB Y học, Hà Nội, 428-472.
3. Lê Thị Thu Hương (2004), *Xác định thành phần hoá học tinh dầu cây Ngũ gia bì chân chim (Schefflera octophylla) thuộc họ Nhân sâm (Araliaceae) ở Nghệ An*. Luận văn thạc sĩ hóa học, Trường Đại học Vinh, Việt Nam.

4. Nguyễn Tấn Phát (2016), *Nghiên cứu thành phần hóa học và hoạt tính sinh học của lá Schefflera sessiliflora de P.V thuộc họ Ngũ gia bì (Araliaceae) ở Việt Nam*. Luận văn tiến sĩ khoa học, Viện Hàn lâm khoa học và Công nghệ Việt Nam. Học viện Khoa học và Công nghệ TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.
5. Nguyễn Văn Hoàn (2011), *Khảo sát sơ bộ thành phần hóa học của cao chiết, định tính và định lượng hợp chất saponin trong thân Schefflera sessiliflora*. Luận văn tốt nghiệp chuyên ngành công nghệ sinh học, Trường Đại học Nông lâm TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.
6. Thuc Dinh Ngoc, Ha Nguyen Thi, Tho Mai Thi, Thanh Le Nguyen & Huy Khuc Duong (2018). Chemical constituents and antimicrobial activity of essential oils from the leaves and stems of *Schefflera palmiformis* Grushv. & N. Skvorts, *Chemistry Research Journal*, 3(1), 118-121.
7. Wu C, Duan YH., Li M M., Tang W., Wu X., Wang GC., ..., Li YL. (2013). *Triterpenoid saponins from the stem barks of Schefflera heptaphylla*, *Planta Med.*, 79, 1348-1355.

Ngày nhận bài: 24/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2020

Thông tin tác giả:

ThS. VƯƠNG BẢO NGỌC

Khoa Nông nghiệp và Tài nguyên thiên nhiên

Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

A STUDY ON THE CHEMICAL COMPOUNDS OF ESSENTIAL OILS FROM LEAVES AND STEMS OF SCHEFFLERA OCTOPHYLLA L. GROWN IN AN GIANG PROVINCE

● **MA. VUONG BAO NGOC**

Faculty of Agriculture and Natural Resources,

An Giang University, Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study is to examine the essential oils extracted from the leaves and stems of *Schefflera octophylla L.* grown in An Giang Province in order to find new application way of the essential oils of *Schefflera octophylla L.*, increasing the plant's economic value. The study's results show that the essential oils extracted from the fresh leaves and stems of *Schefflera octophylla L.* were obtained by steam distillation and yielded at 0,068 % and 0,081% (w/w), respectively. By using the gas chromatography mass spectrometry (GC-MS) method, the study identified 23 chemical compounds in the leaves of *Schefflera octophylla L.* including these following major compounds caryophyllene (37,4%), alpha-Selinene and bicyclogermacrene (13,19%), humulene (10,10%), and beta- Elemene (10,06%). The study also found 28 chemical compounds in the stems of *Schefflera octophylla L.* including caryophyllene (28,85%), alpha-Selinene và bicyclogermacrene (19,29%), beta- Myrcene (9%), and humulene (8,15%). The content of other chemical compounds ranges from 0,27% to 3,48%.

Keywords: *Schefflera octophylla L.*, essential oils, steam distillation, GC-MS, chemical compounds.

TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG THÔNG BÁO

THẺ LỆ VIẾT VÀ GỬI BÀI CÔNG BỐ CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG, CHỈ SỐ ISSN 0866 - 7756, ĐƯỢC XUẤT BẢN BẰNG TIẾNG VIỆT VÀ TIẾNG ANH. TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG ĐÃ ĐƯỢC HỘI ĐỒNG CHỨC DANH GIÁO SƯ NHÀ NƯỚC CÔNG NHẬN TÍNH ĐIỂM CHO CÁC BÀI BÁO KHOA HỌC THUỘC CÁC LIÊN NGÀNH: KINH TẾ HỌC 0 - 0,5 ĐIỂM; LUẬT HỌC 0 - 0,5 ĐIỂM VÀ HÓA HỌC - CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM 0 - 0,5 ĐIỂM.

Hàng tháng, Tạp chí Công Thương sẽ dành 3 số công bố Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, thuộc các ngành: Kinh tế học; Luật học; Hóa học - Công nghệ thực phẩm; Cơ khí - Động lực; Cơ học; Luyện kim; Công nghệ thông tin; Điện - Điện tử - Tin học; Sinh học; Xây dựng - Kiến trúc.

Tạp chí Công Thương trân trọng thông báo và hoan nghênh các cộng tác viên có nhu cầu công bố các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ gửi bài đến Tòa soạn. Tạp chí Công Thương sẽ biên tập, thẩm định để đăng vào số thích hợp nhất.

Thể lệ viết và gửi bài báo khoa học trên Tạp chí Công Thương như sau:

1. YÊU CẦU CHUNG

- Bài gửi Tạp chí Công Thương phải là những bài báo khoa học chưa từng được công bố trên các tạp chí khoa học trong nước và quốc tế.
- Bài viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh.
- Dung lượng bài báo khoảng 4.000 từ. Các danh từ tiếng Việt nếu dịch từ tiếng nước ngoài phải viết kèm theo tiếng nước ngoài. Chữ viết tắt phải có chú thích từ gốc.
- Bài báo gửi về Tòa soạn thông qua hộp thư điện tử được viết dưới dạng file Word; Font chữ Times New Roman.
- Các công trình thuộc đề tài nghiên cứu có cơ quan quản lý, cần kèm theo giấy phép cho công bố của cơ quan (Tên đề tài, mã số, tên chủ nhiệm đề tài, cấp quản lý, ...).

2. YÊU CẦU VỀ TRÌNH TỰ NỘI DUNG

- **Tên bài báo (Title):** phản ánh được nội dung chính của bài báo, cần phải rõ ràng, không dài quá 20 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường, đậm.
- **Tên tác giả (Author's name):** bao gồm cả họ và tên, viết hoa chữ cái đầu, chữ thường, đậm.
- **Tóm tắt (Abstract):** phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài báo và thể hiện rõ những kết quả, đóng góp, điểm mới của bài báo, dài khoảng 100 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường.
- **Từ khóa (Keywords):** thể hiện chủ đề của bài viết, chọn khoảng 3 - 5 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường.
- **Đặt vấn đề (Introduction):** cần trình bày rõ lý do thực hiện nghiên cứu và tầm quan trọng của chủ đề nghiên cứu (có ý nghĩa như thế nào về mặt lý luận và thực tiễn); xác định rõ vấn đề nghiên cứu; nội dung chính mà bài báo sẽ tập trung giải quyết, chữ thường.
- **Tổng quan nghiên cứu và/hoặc Cơ sở lý thuyết (Literature review and/or Theoretical framework):** trình bày khái quát và tổng hợp các công trình nghiên cứu có liên quan, qua đó chỉ ra khoảng trống nghiên cứu (research gap); cơ sở lý thuyết liên quan; khung lý thuyết hoặc khung phân tích sử dụng trong bài.
- **Phương pháp nghiên cứu (Methodology):** có thể là phương pháp nghiên cứu định tính hoặc định lượng, hoặc cả hai tùy theo cách tiếp cận của tác giả, trong đó cần thể hiện mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (nghiên cứu định lượng) và/hoặc thiết kế nghiên cứu định tính; đồng thời cần chỉ ra cách thức thu thập dữ liệu.
- **Kết quả và thảo luận (Results and discussion):** trình bày, phân tích các kết quả phát hiện, thu được trong nghiên cứu; đồng thời thảo luận rút ra mối quan hệ chung, mối liên hệ giữa kết quả nghiên cứu của tác giả với những phát hiện khác trong các nghiên cứu trước đó; chữ thường. Lưu ý: Chú thích bảng/hình được đánh số thứ tự tăng dần, không đánh theo thứ tự các tiêu mục. Mỗi bảng/hình cần phải có tên tương ứng mô tả chính xác nội dung của bảng/hình. Số thứ tự và tên bảng/hình được đặt ở vị trí phía trên cùng của bảng/hình đó theo phương chiều ngang, chữ in đậm. Các bảng/hình phải được dẫn nguồn. Nguồn được đặt dưới cùng của bảng/hình, chữ trình bày in nghiêng, không in đậm.
- **Kết luận hoặc/và giải pháp/khuyến nghị/hàm ý (Conclusions or/and solutions/suggestions/implications):** xuất phát từ kết quả nghiên cứu và tùy theo mục tiêu nghiên cứu, cần có kết luận và đưa ra giải pháp hay khuyến nghị cho các nhà quản lý doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách,... có thể thêm quan điểm của nghiên cứu, chữ thường.
- **Lời cảm ơn (Acknowledgements):** không bắt buộc, dành để cảm ơn các cơ quan, tổ chức tài trợ, các cá nhân có đóng góp, giúp đỡ cho việc viết và hoàn thiện bài báo, chữ thường, đậm, nghiêng.
- **Tài liệu tham khảo (References):** bao gồm các tài liệu đã trích dẫn/ tham khảo trong bài báo; Được trình bày theo thứ tự 1, 2, 3, ... bao gồm các nội dung: Tên tác giả/tên cơ quan chủ quản, (năm xuất bản), tên bài viết/tên tài liệu, tên đơn vị xuất bản/tên địa phương, tập/số, trang nếu có. Các tài liệu tham khảo được sắp xếp theo vần ABC chữ cái đầu tiên, không phân tách tài liệu tiếng Anh hay tiếng Việt, chữ thường. Lưu ý: (1) Giữa tên các tác giả bài báo được đánh dấu phẩy (,), trường hợp bài báo 3 tác giả trở lên, cần ghi tên 3 tác giả đầu và cộng sự (et al - tiếng Anh). Giữa tên các tác giả sách được sử dụng chữ và (hoặc chữ and); trường hợp có 3 tác giả trở lên thì ghi tên tác giả thứ nhất và cụm từ cộng sự (hoặc et al. - tiếng Anh). (2) Ghi nghiêng: Với tạp chí, tập san; Với sách: Tên sách; Với Tài liệu tham khảo là bài báo đăng trong các kỳ yếu của hội nghị, hội thảo, diễn đàn: Tên kỳ yếu/tên hội nghị/tên diễn đàn; Với Tài liệu tham khảo là các giáo trình, bài giảng hay tài liệu lưu hành nội bộ: Tên giáo trình, bài giảng, tài liệu; Với Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn internet, báo mạng: <đường dẫn để tiếp cận tài liệu đó>; Với luận án, luận văn: Tên đề tài luận án, luận văn.
- **Thông tin tác giả (Author's biology):** Ghi rõ học hàm, học vị, chức danh, đơn vị công tác, số điện thoại, email, địa chỉ nhận thư.

THÔNG TIN CHI TIẾT, LIÊN HỆ:

Tòa soạn: TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG

Địa chỉ: Tòa nhà Bộ Công Thương, số 655 Phạm Văn Đồng, Q. Bắc Từ Liêm, TP. Hà Nội (Tầng 8).

Điện thoại: (024) 22218238 - Fax: (024) 22218237 *Website: <http://www.tapchicongthuong.vn>



BỘ CÔNG THƯƠNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP

GIỚI THIỆU CHUNG

Truyền thống:

Là trường Đại học công lập thuộc Bộ Công thương, với bề dày truyền thống 63 năm xây dựng và phát triển. Đến nay, Nhà trường đã đào tạo cho đất nước trên 175.000 cán bộ có trình độ đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp có chất lượng cao và trở thành một địa chỉ đào tạo có uy tín trong cả nước.

Các loại hình đào tạo:

- Đào tạo hệ chính quy ;
- Đào tạo hệ vừa làm vừa học ;
- Đào tạo hệ liên thông ;
- Đào tạo thường xuyên, bồi dưỡng ;
- Đào tạo nghề

Đội ngũ giảng viên:

- Cơ hữu: với 654 giảng viên cơ hữu, trong đó có 02 PGS; 54 TS; 53 NCS; 507 Thạc sỹ; 77 học viên cao học
- Thỉnh giảng: 109 giảng viên thỉnh giảng có trình độ từ Thạc sỹ trở lên, tại các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp tham gia giảng dạy.

Quy mô đào tạo:

- Hàng năm Nhà trường thường xuyên tuyển mới khoảng 4000 sinh viên/năm
- Mở lớp ngắn hạn khoảng 300 lượt người/năm
- Tổng số sinh viên: khoảng 15 000 SV

Cơ hội việc làm :

Sinh viên tốt nghiệp Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp là lựa chọn của nhiều cơ quan, doanh nghiệp trong và ngoài nước. Theo số liệu thống kê trung bình hàng năm, có đến khoảng 60% sinh viên có việc làm ngay, 90% sinh viên có việc làm sau 6 tháng.

Cơ sở đào tạo tại

353 Trần Hưng Đạo, TP Nam Định



Huân chương
Hồ Chí Minh (2016)



Huân chương
Độc lập hạng nhất (2005)



Huân chương
Độc lập hạng nhất (2011)

Trình độ, ngành nghề đào tạo:

- Đào tạo ngành Công nghệ Thực phẩm trình độ Thạc sỹ
- Đào tạo 15 ngành trình độ Đại học, Cao đẳng

- + Công nghệ Sợi, Dệt
- + Công nghệ May
- + Công nghệ Thực phẩm
- + Công nghệ Thông tin
- + Công nghệ kỹ thuật Điều khiển & Tự động hóa
- + Công nghệ kỹ thuật Điện, Điện tử
- + Công nghệ kỹ thuật Điện tử - Viễn thông
- + Công nghệ kỹ thuật Cơ khí
- + Kế toán
- + Tài chính - Ngân hàng
- + Quản trị kinh doanh
- + Kinh doanh thương mại
- + Mạng máy tính và truyền thông dữ liệu
- + Công nghệ kỹ thuật Cơ - Điện tử
- + Ngôn ngữ Anh

- Đào tạo 07 nghề trình độ Cao đẳng, Trung cấp

