

**Tạp chí  
Nghiên cứu**

**TÀI CHÍNH  
KẾ TOÁN**

**TỔNG BIÊN TẬP**

PGS.TS.NGND NGUYỄN TRỌNG CƠ

**PHÓ TỔNG BIÊN TẬP**

PGS.TS.NGƯT TRƯƠNG THỊ THÙY

**CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP**

GS.TS.NGND NGÔ THẾ CHI

**ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP**

GS.TS.NGND VŨ VĂN HÓA

GS.TS.NGƯT NGUYỄN ĐÌNH ĐỒ

GS.TS.NGƯT ĐOÀN XUÂN TIỀN

GS.TS.ĐINH VĂN SƠN

PGS.TS.NGƯT PHẠM NGỌC ÁNH

PGS.TS.NGƯT PHẠM VĂN ĐĂNG

PGS.TS.NGƯT PHẠM VĂN LIÊN

PGS.TS.NGƯT NGUYỄN VŨ VIỆT

PGS.TS.NGND TRẦN XUÂN HẢI

PGS.TS.NGƯT HOÀNG TRẦN HẬU

PGS.TS.NGƯT NGUYỄN THỊ THƯƠNG HUYỀN

PGS.TS.NGUYỄN BÁ MINH

PGS.TS.LƯU ĐỨC TUYẾN

PGS.TS.BÙI VĂN VĂN

TS.NGUYỄN VIỆT LỢI

TS.NGUYỄN THỊ LAN

PGS.TS.NGUYỄN MẠNH THIỀU

**THƯ KÝ TÒA SOẠN**

ThS.NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN

ĐT: 0904755576

**TRỊ SỰ**

PGS.TS.NGÔ THANH HOÀNG

**TÒA SOẠN**

SỐ 58 LÊ VĂN HIẾN

QUẬN BẮC TỪ LIÊM - HÀ NỘI

Điện thoại: 024.32191967

E-mail: tapchinctckt@hvtc.edu.vn

Website: <https://tapchitckt@hvtc.edu.vn>

**TÀI CHÍNH VĨ MÔ**

- 5 Sắp xếp lại quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách - Lý luận và thực trạng ở Việt Nam

**TS. Phạm Hoàng Phương**

- 11 Phân tích một số nhân tố tác động đến năng suất lao động tại Việt Nam

**TS. Võ Thị Vân Khánh**

- 16 Tăng cường quản lý nhà nước đối với quỹ tín dụng nhân dân Việt Nam

**TS. Lã Thị Lâm**

- 20 Những nhân tố định hướng sự chấp nhận sử dụng thanh toán số tại Việt Nam

**Nguyễn Ngọc Anh\***

- 28 Nâng cao hiệu quả huy động vốn cho chương trình xây dựng nông thôn mới

**Ths. Nguyễn Tiến Trường**

**NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI**

- 32 Các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính tại các bệnh viện công lập ở Việt Nam hiện nay

**TS. Nguyễn Thị Thanh**

- 39 Ảnh hưởng của chỉ số lerner đến tăng trưởng tín dụng của các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam

**Võ Thị Thu Hằng - Nguyễn Thị Minh Ngọc**

- 43 Tác động của tính bảo mật, sự riêng tư và niềm tin nhà cung cấp đến ý định mua sắm trực tuyến tại Thành phố Hồ Chí Minh

**Trần Văn Đạt**

- 46 Thực trạng kết quả hoạt động kinh doanh và khả năng sinh lời của Tập đoàn Hòa Phát

**TS. Phạm Thị Quyên - Ths. Nguyễn Hữu Tân**

- 52 Ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy môn học kế toán hành chính sự nghiệp tại Học viện Tài chính

**Ths. Phạm Thu Trang - Ths. Lê Thanh Dung**

**58** Giải pháp quản trị chi phí nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sản xuất

**Ths. Nguyễn Thị Mai Hương**

**60** Am hiểu tài chính của sinh viên học viện tài chính - Thực trạng và một số đề xuất về chương trình giáo dục tài chính

**TS. Trần Thanh Thu - TS. Đào Hồng Nhung  
Ths. Phạm Minh Đức**

**64** Các nhân tố tác động đến hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam

**Ths. Vũ Thị Hằng Nga**

**69** Cơ cấu nguồn vốn và vòng đời của doanh nghiệp - Bằng chứng thực nghiệm từ các doanh nghiệp niêm yết ngành vật liệu xây dựng tại Việt Nam

**Ths. Phạm Minh Đức**

**73** Nâng cao chất lượng, hiệu quả kiểm toán hoạt động tại Kiểm toán Nhà nước

**Ths. Lê Hoài Châu**

## **TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP**

**78** Nhận biết thương hiệu siêu thị điện máy Việt Nam tại Hà Nội: Thực trạng và giải pháp

**PGS.TS. Đào Thị Minh Thanh  
Phạm Đào Thùy Linh - Đinh Thúy Hạnh**

**82** Bàn về đánh giá an toàn tài chính doanh nghiệp thông qua chỉ tiêu hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu và đề xuất kiến nghị

**TS. Lưu Thị Thu Hà**

**86** Quản trị nhân sự tại các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay

**Trương Thị Hoàng Lan**

**91** Trách nhiệm xã hội đối với môi trường của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

**TS. Nguyễn Văn Sanh - TS. Đào Thị Hương**

## **TÀI CHÍNH QUỐC TẾ**

**94** Mối quan hệ giữa tăng trưởng xanh và tăng trưởng bền vững - Kinh nghiệm của một số quốc gia

**TS. Nguyễn Thị Thúy Nga**

In tại Nhà xuất bản Thống kê - Giấy phép số: 144/GP-BTTTT ngày 28/3/2016  
In xong và nộp lưu chiểu tháng 11 năm 2021.

**Journal of  
FINANCE &  
ACCOUNTING  
RESEARCH**

---

**EDITOR IN CHIEF**

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN TRONG CO

5

**ASSOCIATE EDITOR**

ASSOCIATE PROFESSOR TRUONG THI THUY

16

**CHAIRMAN OF EDITORIAL BOARD**

PROFESSOR NGO THE CHI

20

**MEMBERS OF EDITORIAL BOARD**

PROFESSOR VU VAN HOA

PROFESSOR NGUYEN DINH DO

PROFESSOR DOAN XUAN TIEN

PROFESSOR DINH VAN SON

ASSOCIATE PROFESSOR PHAM NGOC ANH

ASSOCIATE PROFESSOR PHAM VAN DANG

ASSOCIATE PROFESSOR PHAM VAN LIEN

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN VU VIET

ASSOCIATE PROFESSOR TRAN XUAN HAI

ASSOCIATE PROFESSOR HOANG TRAN HAU

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN THI THUONG HUYEN

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN BA MINH

ASSOCIATE PROFESSOR LUU DUC TUYEN

ASSOCIATE PROFESSOR BUI VAN VAN

DOCTOR NGUYEN VIET LOI

DOCTOR NGUYEN THI LAN

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN MANH THIEU

28

32

36

39

**SECRETARY:**

MA. NGUYEN THI THANH HUYEN

Phone: 0904755576

43

**MANAGER:**

ASSOCIATE PROFESSOR NGO THANH HOANG

46

**EDITORIAL OFFICE**

No. 58 LE VAN HIEN

BAC TU LIEM DISTRICT - HA NOI

Phone: 024.32191967

Email: tapchinctckt@hvtc.edu.vn

Website: <https://tapchitckt@hvtc.edu.vn>

52

58

64

69

73

78

82

86

91

94

Printed by Statistical Publishing House - Licence No.: 144/GP-BTTTT dated March 28<sup>th</sup>, 2016  
Prints and deposits completed in November, 2021.

# SẮP XẾP LẠI QUỸ TÀI CHÍNH NHÀ NƯỚC NGOÀI NGÂN SÁCH - LÝ LUẬN VÀ THỰC TRẠNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

TS. Phạm Thị Hoàng Phương\*

Tại các quốc gia trên thế giới, sự tồn tại của các quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách (TCNNNS) bên cạnh quỹ ngân sách nhà nước (NSNN) là tất yếu khách quan. Ở Việt Nam hiện nay có hơn 40 quỹ TCNNNS trong đó có 24 quỹ do trung ương quản lý. Mặc dù sự tồn tại của các quỹ này trong một giai đoạn nhất định là cần thiết khách quan để thực hiện các nhiệm vụ chính trị, kinh tế - xã hội mà NSNN không thực hiện được. Tuy nhiên, việc có nhiều quỹ TCNNNS mang đến nhiều hệ lụy như: mất đi tính tổng thể của NSNN; thiếu sự minh bạch và có thể một phần NSNN không được giám sát bởi cơ quan dân cử. Vì thế, việc phân loại và sắp xếp lại các quỹ TCNNNS là cần thiết để đảm bảo minh bạch và hiệu quả trong quản lý tài chính công. Bài viết này có mục tiêu nghiên cứu khái quát những vấn đề lý luận về sắp xếp các quỹ TCNNNS; thực trạng hệ thống các quỹ TCNNNS của Việt Nam hiện nay.

• Từ khóa: quỹ TCNNNS, NSNN, sắp xếp, phân loại, quỹ an sinh xã hội, quỹ khoa học công nghệ, quỹ bảo vệ môi trường.

*In countries around the world, the existence of non-budget state financial funds in addition to state budget funds is an objective necessity. In Vietnam, there are more than 40 non-budget state financial funds, of which 24 are managed by the central government. Although the existence of these funds in a certain period is objectively necessary to carry out political, economic and social tasks that the state budget cannot perform. However, having many state budget funds brings many consequences such as: violation of the principle of unity and universality of State budget; lack of transparency and possibly part of the state budget is not monitored by National Assembly and People's Councils at all levels. Therefore, it is necessary to make classification and rearrangement of non-budget state financial funds to ensure transparency and efficiency in public finance management. This article has the objective of studying the general theoretical issues of the arrangement of non-budget state financial funds and the current situation of the system of non-budget state financial funds in Vietnam.*

• Keywords: non-budget state financial fund, state budget, arrangement, classification, social security fund, science and technology fund, environmental protection fund.

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phản biện: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## Đặt vấn đề

Việc hình thành các quỹ TCNNNS là một tất yếu khách quan nhằm tạo dựng nguồn tài chính độc lập với NSNN để thực hiện một số nhiệm vụ chi quan trọng, có tính chuyên biệt mà NSNN không kịp thời hoặc không có khả năng đảm bảo. Như vậy, các quỹ TCNNNS hiện diện ở các lĩnh vực đòi hỏi có sự điều tiết của Nhà nước, trong đó chủ yếu là lĩnh vực an sinh xã hội, kinh tế, xã hội, đầu tư cơ sở hạ tầng... Việc thành lập các quỹ TCNNNS đã và đang góp phần thu hút được các nguồn lực cả trong và ngoài nước nhằm thực hiện các nhiệm vụ kinh tế - xã hội đặc thù trong từng lĩnh vực và trong từng thời kì, đồng thời giảm bớt sự phụ thuộc vào NSNN.

Quỹ TCNNNS tồn tại khá phổ biến ở nhiều nước trên thế giới, tuy nhiên số lượng và loại quỹ lại rất khác nhau. Các quốc gia đều muốn kiểm soát hệ thống các quỹ TCNNNS để không tồn tại nhiều quỹ dẫn đến các hệ lụy như: mất đi tính tổng thể của NSNN các nhà chính trị sẽ khó hơn khi đưa ra các quyết định về phân bổ ngân sách đảm bảo thứ tự ưu tiên cân đối với tổng thể nguồn lực; thiếu sự minh bạch và không đảm bảo nguyên tắc một tài liệu ngân sách duy nhất; hoạt động của các quỹ không được giám sát bởi cơ quan dân cử nên có thể dẫn đến sử dụng lãng phí nguồn lực và sai mục đích...

## Quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách là gì?

Theo Luật NSNN số 83/2015: “Quỹ TCNNNS là quỹ do cơ quan có thẩm quyền quyết định thành lập, hoạt động độc lập với ngân sách nhà nước,

\* Học viện Tài chính

nguồn thu, nhiệm vụ chi của quỹ để thực hiện các nhiệm vụ theo quy định của pháp luật.” [4; Khoản 19, Điều 4]

Theo Báo cáo nghiên cứu Quỹ TCNNNS ở Việt Nam, ADB, 2020: “Quỹ TCNNNS là tổ chức có tư cách pháp nhân, do cơ quan nhà nước có thẩm quyền quyết định thành lập, có nguồn thu theo quy định của pháp luật hoặc được NSNN cấp, với mục đích tập trung nguồn lực để đáp ứng một số nhiệm vụ chi được xác định theo chức năng nhất định”. [3; Tr9]

Theo GFS 2014 quỹ TCNNNS được hiểu là tài chính các đơn vị ngoài ngân sách. Đây là các đơn vị hoạt động dưới sự thành lập, quản lý, kiểm soát của chính quyền các cấp. Các đơn vị này có nguồn thu độc lập và có quyền tự định đoạt về mức chi và cơ cấu chi. Các báo cáo tài chính về hoạt động của các đơn vị này nằm ngoài báo cáo tài chính của chính quyền các cấp. [5; Tr24]

Quỹ TCNNNS có các đặc điểm: (1) Là tổ chức có tư cách pháp nhân, được cơ quan nhà nước có thẩm quyền quyết định thành lập; (2) Có khả năng tài chính độc lập; (3) Có nhiệm vụ chi độc lập với các nhiệm vụ chi của NSNN; (4) Có quy chế hoạt động và cơ chế quản lý tài chính quỹ.

### **Sự cần thiết phải sắp xếp lại các quỹ TCNNNS**

Theo quan niệm của tác giả, *sắp xếp các quỹ TCNNNS là việc phân loại các quỹ TCNNNS theo các tiêu chí nhất định, từ đó rà soát để giữ lại, loại bỏ hoặc sáp nhập các quỹ TCNNNS phù hợp với mục đích quản lý của Nhà nước.*

#### ***Việc sắp xếp lại các quỹ TCNNNS xuất phát từ các lý do cơ bản sau:***

*Thứ nhất*, sắp xếp lại để đảm bảo không tồn tại quá nhiều các quỹ TCNNNS gây ra những tác động không tốt đến hệ thống NSNN như: (1) Làm phân tán nguồn lực và không đảm bảo được hiệu quả phân bổ ngân sách đặc biệt đối với các quỹ của các ngành; (2) Nhiệm vụ chi của các quỹ TCNNNS trùng với các nhiệm vụ chi của ngân sách nhà nước, làm giảm hiệu quả chi lãng phí nguồn lực.

*Thứ hai*, đặc điểm các quỹ TCNNNS chỉ tồn tại để phục vụ các mục đích nhất định, mục đích đó có thể thay đổi theo thời gian và theo mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của nhà nước, nên khi mục đích

để hình thành quỹ không còn phù hợp thì cần phải loại bỏ các quỹ đó.

*Thứ ba*, trong điều kiện bộ máy quản lý các quỹ TCNNNS hoạt động không hiệu quả dẫn đến thất thoát quỹ, sẽ gây ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý tài chính công nói chung, thì cũng cần phải sắp xếp để sáp nhập hoặc loại bỏ các quỹ hoạt động kém hiệu quả.

#### ***Việc sắp xếp lại các quỹ TCNNNS dựa trên các tiêu chí:***

##### ***(1) Mục đích hình thành quỹ***

Theo tiêu chí này có thể giữ lại các quỹ có vai trò quan trọng phục vụ các mục đích về chính trị, kinh tế, xã hội của quốc gia trong mọi thời kỳ như: quỹ an sinh xã hội, quỹ bảo vệ môi trường; quỹ dự trữ quốc gia.

Đối với các quỹ có mục đích đầu tư, hỗ trợ các hoạt động phát triển kinh tế, hỗ trợ các hoạt động phát triển xã hội cần được phân loại và sắp xếp theo mức độ cần thiết theo giai đoạn phù hợp với mục tiêu hỗ trợ của nhà nước cho các lĩnh vực cụ thể để giữ lại hoặc sắp xếp sáp nhập, loại bỏ.

##### ***(2) Sự độc lập của các quỹ TCNNNS***

Theo khái niệm về quỹ TCNNNS thì các quỹ TCNNNS phải độc lập về nguồn thu và có nhiệm vụ chi không trùng với các nhiệm vụ chi của NSNN. Như vậy, nếu trong quá trình hình thành, hoạt động của các quỹ TCNNNS phát sinh các quỹ không độc lập về nguồn thu hoặc có nhiệm vụ chi trùng với các nhiệm vụ chi của NSNN thì cần phải rà soát để sắp xếp lại các quỹ để đảm bảo sự tách biệt giữa quỹ TCNNNS và quỹ NSNN, tránh tình trạng không minh bạch khi các nhiệm vụ chi của các quỹ TCNNNS trùng với nhiệm vụ chi của NSNN nhưng lại không được giám sát đầy đủ bởi cơ quan dân cử.

Bên cạnh việc sử dụng độc lập hai tiêu chí nêu trên để sắp xếp các quỹ TCNNNS, có thể sử dụng kết hợp giữa giữa hai tiêu chí để việc rà soát và sắp xếp các quỹ TCNNNS được thực hiện một cách toàn diện nhất và có thể đưa ra các quyết định giữ lại, sáp nhập hay loại bỏ một quỹ TCNNNS nào đó.

#### **Thực trạng phân loại và sắp xếp các quỹ TCNNNS ở Việt Nam hiện nay**

Ở Việt Nam hiện nay có khoảng hơn 40 quỹ TCNNNS được thành lập và hoạt động theo quy

định của pháp luật, bao gồm 24 quỹ do Trung ương quản lý được giao về cho 17 Bộ và cơ quan trung ương quản lý và hơn 17 quỹ được thành lập và quản lý ở các địa phương. Trong đó, quy mô của 24 quỹ TCNNNS do trung ương quản lý chiếm khoảng 95% tổng nguồn vốn hoạt động của các quỹ TCNNNS. Trong đó, trên 80% kinh phí và nhiệm vụ chi thuộc về 10 quỹ TCNNNS, các quỹ còn lại khác có quy mô nhỏ và phạm vi hoạt động hẹp.

Dựa trên các tiêu chí mục đích hình thành quỹ và nguồn vốn của quỹ để phân loại, sắp xếp các loại quỹ như nêu trên thì các quỹ TCNNNS của Việt Nam được phân loại và sắp xếp như sau:

**(1) Theo mục đích hoạt động các quỹ TCNNNS gồm:**

**Bảng 1: Phân loại các quỹ TCNNNS theo mục đích hoạt động**

STT	Mục đích	Tên quỹ
1	Hỗ trợ thực hiện các chính sách an sinh xã hội, phát triển cộng đồng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quỹ bảo hiểm xã hội</li> <li>- Quỹ bảo hiểm y tế;</li> <li>- Quỹ bảo hiểm thất nghiệp;</li> <li>- Quỹ bảo hộ công dân và pháp nhân Việt Nam ở nước ngoài;</li> <li>- Quỹ hỗ trợ nông dân;</li> <li>- Quỹ phòng chống tội phạm;</li> <li>- Quỹ trợ giúp pháp lý;</li> <li>- Quỹ quốc gia về việc làm;</li> </ul>
2	Dự phòng, dự trữ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quỹ phòng chống thiên tai;</li> <li>- Quỹ dự phòng rủi ro, bồi thường thiệt hại về môi trường.</li> </ul>
3	Đầu tư, hỗ trợ phát triển kinh tế	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quỹ đầu tư phát triển của địa phương;</li> <li>- Quỹ phát triển nhà ở của địa phương;</li> <li>- Quỹ phát triển đất của địa phương;</li> <li>- Quỹ hỗ trợ phát triển hợp tác xã;</li> <li>- Quỹ phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa;</li> <li>- Quỹ bảo lãnh tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa;</li> <li>- Quỹ hỗ trợ sắp xếp và phát triển doanh nghiệp.</li> </ul>
4	Hỗ trợ phát triển các hoạt động xã hội (văn hóa, giáo dục, thể dục thể thao, khoa học...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quỹ hỗ trợ phát triển điện ảnh;</li> <li>- Quỹ phát triển khoa học và công nghệ quốc gia;</li> <li>- Quỹ đổi mới công nghệ quốc gia;</li> <li>- Quỹ bảo vệ môi trường;</li> <li>- Quỹ bảo trì đường bộ;</li> <li>- Quỹ dịch vụ viễn thông công ích.</li> </ul>

Nguồn: Báo cáo nghiên cứu Quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách nhà nước ở Việt Nam, ADB, 2020

**(2) Theo nguồn vốn của quỹ thì các quỹ TCNNNS gồm:**

**Bảng 2: Phân loại các quỹ theo nguồn vốn hình thành quỹ**

STT	Nguồn vốn	Tên quỹ
1	Nguồn vốn được hình thành do NSNN cấp, gồm được NSNN cấp vốn thành lập ban đầu (vốn điều lệ) và tiếp tục hỗ trợ trong quá trình hoạt động hàng năm.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quỹ phát triển khoa học và công nghệ quốc gia;</li> <li>- Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam;</li> <li>- Quỹ quốc gia giải quyết việc làm;</li> <li>- Quỹ phát triển hợp tác xã Việt Nam...</li> </ul>
2	Nguồn vốn từ nhiều nguồn: nguồn NSNN cấp, các khoản đóng góp, các khoản tài trợ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quỹ hỗ trợ việc làm nước ngoài;</li> <li>- Quỹ hỗ trợ người nhiễm HIV/AIDS;</li> <li>- Quỹ dịch vụ viễn thông công ích...</li> </ul>
3	Nguồn vốn từ các khoản đóng góp an sinh xã hội, từ phí sử dụng dịch vụ, từ bán hàng hoá hoặc dịch vụ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quỹ tích lũy trả nợ;</li> <li>- Quỹ hỗ trợ sắp xếp và phát triển doanh nghiệp;</li> <li>- Quỹ bình ổn giá xăng dầu</li> <li>- Quỹ bảo hiểm y tế;</li> <li>- Quỹ bảo hiểm xã hội bắt buộc;</li> <li>- Quỹ bảo hiểm xã hội tự nguyện;</li> <li>- Quỹ bảo hiểm thất nghiệp.</li> </ul>

Nguồn: Báo cáo nghiên cứu Quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách nhà nước ở Việt Nam, ADB, 2020

Trong đó, hiện có 8 quỹ được Ngân sách trung ương cấp vốn điều lệ. Tổng số vốn cấp tính đến hết năm 2017 là trên 4 nghìn tỷ đồng.

**Bảng 3: Các quỹ TCNNNS được ngân sách trung ương cấp vốn điều lệ**

Đơn vị: Tỷ đồng

STT	Tên quỹ	Số vốn cấp
1	Quỹ phát triển khoa học công nghệ quốc gia	1.796
2	Quỹ đổi mới công nghệ quốc gia	804
3	Quỹ phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa	837
4	Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam	733,8
5	Quỹ hỗ trợ nông dân trung ương	640
6	Quỹ hỗ trợ phát triển Hợp tác xã	100
7	Quỹ bảo vệ và phát triển rừng Việt Nam	100
8	Quỹ hỗ trợ phụ nữ nghèo	90

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo Bộ Tài chính, 2017

Có 4 quỹ được NSNN cấp hỗ trợ ban đầu khi thành lập (cấp 1 lần) và 9 quỹ TCNNNS được NSNN cấp bổ sung kinh phí hoạt động.

**Bảng 4: Các quỹ được NSNN cấp hỗ trợ ban đầu và bổ sung kinh phí hoạt động**

STT	Tên quỹ
<b>1</b>	<b>Các quỹ được NSNN cấp hỗ trợ ban đầu</b>
	- Quỹ hỗ trợ người nhiễm HIV/AIDS; - Quỹ bảo vệ và phát triển rừng Việt Nam; - Quỹ hỗ trợ vận động cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài; - Quỹ hỗ trợ các hoạt động ngoại giao phục vụ kinh tế.
<b>2</b>	<b>Các quỹ được NSNN bổ sung kinh phí hoạt động</b>
	- Quỹ Bảo hiểm xã hội; - Quỹ Bảo hiểm y tế; - Quỹ Bảo hiểm thất nghiệp; - Quỹ bảo trì đường bộ Trung ương; - Quỹ phát triển khoa học công nghệ quốc gia; - Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam; - Quỹ bảo trợ trẻ em Việt Nam; - Quỹ hỗ trợ sáng tạo kỹ thuật Việt Nam; - Quỹ bảo hộ công dân và pháp nhân Việt Nam ở nước ngoài.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

### Vấn đề thảo luận

**Thứ nhất**, để sắp xếp quỹ TCNNNS thành công, việc đầu tiên là xây dựng tiêu chí sắp xếp. Có thể sử dụng tiêu chí được sử dụng phổ biến hoặc xây dựng tiêu chí riêng để phù hợp với quy định pháp luật và ưu tiên của Nhà nước trong từng thời kì.

Xuất phát từ thực trạng các quỹ TCNNNS như trình bày trên cho thấy, cần phải rà soát về sự cần thiết giữ lại các quỹ khi tính đến yếu tố mức độ quan trọng của quỹ và tính độc lập về tài chính của các quỹ. Vậy tiêu chí được sử dụng để sắp xếp có thể dựa trên mức độ cần thiết của quỹ kết hợp với tính độc lập về tài chính, độc lập về nhiệm vụ chi của quỹ. Để từ đó giữ lại các quỹ có mức độ cần thiết trong thời gian dài, có tính độc lập về nguồn thu và không có nhiệm vụ chi trùng với nhiệm vụ chi của NSNN; có thể rà soát để sáp nhập các quỹ có nhiệm vụ chi trùng với nhiệm vụ chi của NSNN và loại bỏ các quỹ không còn cần thiết trong giai đoạn hiện tại hoặc không độc lập về nguồn thu.

**Thứ hai**, khi sắp xếp các quỹ cần nhắc ưu tiên duy trì tồn tại của các quỹ có mục đích phục vụ an sinh xã hội và phát triển khoa học công nghệ

Kinh nghiệm của các quốc gia đều cho thấy, tất cả các quốc gia nghiên cứu đều tồn tại quỹ an sinh xã hội. Điều đó cho thấy sự tồn tại của quỹ an sinh xã hội là tất yếu và có vai trò không thể phủ nhận.

Tiếp sau quỹ an sinh xã hội, quốc gia nào cũng thành lập và phát triển quỹ công nghệ thể hiện sự chăm chú cho sự phát triển của khoa học công nghệ. Hiện nay các quỹ phát triển khoa học công nghệ quốc gia vẫn đang được NSNN cấp kinh phí hỗ trợ hoạt động theo năm. Các quỹ phục vụ an sinh xã hội về cơ bản độc lập về nguồn thu và có nhiệm vụ chi không trùng với nhiệm vụ chi của NSNN.

**Thứ ba**, cần cân nhắc kỹ càng quyết định thành lập mới các quỹ TCNNNS đặc biệt các quỹ của Trung ương do các Bộ, ngành quản lý.

Các quốc gia đều có xu hướng thắt chặt các quỹ TCNNNS hình thành từ nguồn vốn ngân sách trung ương cấp, gia tăng nguồn vốn tự huy động của các địa phương. Kinh nghiệm của các quốc gia cho thấy rằng nguồn thu từ ngân sách nhà nước cấp cho các quỹ TCNNNS đều có xu hướng giảm. Nhà nước khuyến khích các quỹ TCNNNS tự huy động nguồn vốn từ đó giúp giảm gánh nặng về chi tiêu của nhà nước.

### Kết luận

Trong bối cảnh cải cách tài chính khu vực công diễn ra mạnh mẽ ở Việt Nam hiện nay, với các mục tiêu của quản lý tài chính công đảm bảo kỷ luật tài khoá, hiệu quả phân bổ và hiệu quả hoạt động thì việc rà soát, phân loại và sắp xếp các quỹ TCNNNS là đòi hỏi cấp thiết để đảm bảo minh bạch trong quản lý tài chính công, NSNN. Đồng thời việc rà soát sắp xếp các quỹ TCNNNS cũng nhằm khai thác được hết các ưu điểm, thế mạnh của các quỹ TCNNNS giúp cho Chính phủ có thể thực hiện được tốt nhất các chức năng quản lý kinh tế - xã hội, mang lại lợi ích cao nhất cho người dân.

### Tài liệu tham khảo:

Kachanova, E.A. (2011), *The financial basis of local government: theoretical and practical problems*, Monograph. Ekaterinburg: IE UB RAS, 296.

Kraan, D. Jan (2004), *Off-budget and Tax Expenditures*, OECD Journal on Budgeting - Volume 4 - No. 1

Nguyễn Việt Lợi, Nguyễn Minh Tân (2020), *Báo cáo nghiên cứu Quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách nhà nước ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp, thuộc đề tài cấp Nhà nước Luận cứ khoa học về cơ cấu lại ngân sách nhà nước và quản lý nợ công ở Việt Nam trong tình hình mới*. Mã số: ĐTDL.XH - 02/17.

Quốc hội (2015), *Luật Ngân sách nhà nước số 83/2015/QH13 ngày 25 tháng 6 năm 2015*.

WB, MOF, IMF (2020), *Cẩm nang hướng dẫn Thống kê tài chính Chính phủ tại Việt Nam*.



# PHÂN TÍCH MỘT SỐ NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG TẠI VIỆT NAM

TS. Võ Thị Vân Khánh\*

*Ngân sách nhà nước (NSNN) đóng vai trò quan trọng không thể thiếu đối với nền kinh tế mỗi quốc gia, là công cụ huy động nguồn tài chính để đảm bảo các nhu cầu chi tiêu của nhà nước, là công cụ điều tiết vĩ mô nền kinh tế, thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Thâm hụt ngân sách (NS) tại Việt Nam tác động tới tăng trưởng kinh tế qua nhiều kênh khác nhau, trong đó vốn đầu tư phát triển nền kinh tế được xem là kênh truyền dẫn trực tiếp. Việc duy trì mức thâm hụt NSNN hợp lý để đảm bảo mục tiêu tăng trưởng kinh tế luôn là một vấn đề nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà kinh tế. Nghiên cứu đã chỉ ra được các biện pháp kiểm soát thâm hụt NSNN như vay nước ngoài, tăng thu trong nước, cơ cấu lại chi NS một cách hợp lý đã giúp đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam. Đồng thời, những hạn chế về nợ công, về quản lý thu chi NSNN cũng đã được phân tích và từ đó đưa ra các giải pháp khắc phục.*

• Từ khóa: năng suất lao động, tăng trưởng kinh tế, trình độ khoa học công nghệ, trình độ nhân lực, mức độ hội nhập kinh tế.

*The article summarizes the current situation of the quantity and structure of labor by economic sector in the period 2005-2020, simultaneously, analyzes some factors affecting the labor productivity such as economic growth, science and technology, and human resources, and the degree of economic integration. The results show that economic growth is a driving factor to improve labor productivity, while it is still necessary to improve the level of science and technology, human resource level, and level of economic integration to help improve the labor productivity.*

• Keywords: labor productivity, economic growth, science and technology, human resources, economic integration.

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phản biện: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Giới thiệu

Năng suất lao động (NSLĐ) thường được định nghĩa là số lượng sản phẩm (GDP) được tạo ra trên một đơn vị người lao động làm việc (hoặc trên mỗi giờ lao động). Theo hướng dẫn về đo lường năng suất của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (Organization for Economic Cooperation

and Development - OECD), NSLĐ dựa trên giá trị gia tăng là thông số phổ biến nhất để tính toán NSLĐ. Để tính được NSLĐ tổng, Tổ chức Lao động Quốc tế (International Labour Organization - ILO) sử dụng số liệu có thể so sánh được trên phạm vi quốc tế lấy từ Các chỉ số Phát triển Thế giới (World Development Indicators) của Ngân hàng Thế giới (để tính GDP theo sức mua tương đương (Purchasing Power Parity - PPP) và Mô hình Kinh tế lượng về Xu hướng của ILO (để tính tổng số việc làm). NSLĐ dựa trên giá trị gia tăng là một chỉ số gián tiếp tốt thể hiện mức độ phát triển của nền kinh tế của một quốc gia.

Với tình hình của Việt Nam, NSLĐ xã hội là chỉ tiêu phản ánh hiệu suất làm việc của lao động, thường đo bằng tổng sản phẩm trong nước tính bình quân một lao động trong thời kỳ tham chiếu, thường là một năm lịch, được tính theo công thức:

$$\text{Năng suất lao động xã hội (VND/lao động)} = \frac{\text{Tổng sản phẩm trong nước (GDP)}}{\text{Tổng số người làm việc bình quân}}$$

Việc phân tổ chỉ tiêu NSLĐ xã hội phụ thuộc vào cách phân tổ tổng sản phẩm trong nước và số người làm việc bình quân. Trong điều kiện số liệu hiện nay, NSLĐ được phân tổ theo ngành (hoặc

\* Học viện Tài chính

khu vực) kinh tế và loại hình kinh tế. Số liệu được công bố theo quý hoặc theo năm. Số liệu dùng để tính NSLĐ xã hội được lấy từ hai nguồn: Số liệu tổng sản phẩm trong nước hàng năm do Tổng cục Thống kê tính từ các cuộc điều tra thống kê, chế độ báo cáo thống kê cấp bộ, ngành; hoặc từ các cuộc Điều tra lao động và việc làm.

Năng suất lao động của Việt Nam vẫn thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực và khoảng cách chênh lệch này vẫn tiếp tục gia tăng. Xét về giá trị tuyệt đối, theo số liệu của Ngân hàng Thế giới, NSLĐ theo sức mua tương đương (tính theo PPP 2011) năm 2019 của Việt Nam chỉ bằng 7,64% mức năng suất của Singapore; 19,53% của Malaysia; 37,92% của Thái Lan; 45,56% của Indonesia; 56,88% của Philippines; 88,05% của Lào. NSLĐ của Việt Nam trong khu vực Đông Nam Á chỉ cao hơn NSLĐ của Campuchia (gấp 1,6 lần). Đáng chú ý là chênh lệch về mức NSLĐ giữa Việt Nam với các nước vẫn tiếp tục gia tăng. Cụ thể: Chênh lệch mức NSLĐ (tính theo PPP 2011) của Singapore và Việt Nam tăng từ 132.559 USD năm 2011 lên 142.095 USD năm 2019; của Malaysia từ 42.389 USD lên 48.431 USD; Thái Lan từ 14.977 USD lên 19.251 USD; Philippines từ 6.164 USD lên 8.914 USD. Điều này cho thấy, khoảng cách và thách thức nền kinh tế Việt Nam phải đối mặt để có thể bắt kịp mức NSLĐ của các nước.

Tuy nhiên, điểm sáng rất đáng chú ý là, so với các nước trong khu vực ASEAN, thời gian qua Việt Nam là quốc gia có tốc độ tăng NSLĐ khá cao. Tính chung giai đoạn 2011 - 2019, NSLĐ theo sức mua tương đương PPP 2011 của Việt Nam tăng trung bình 4,87%/năm, cao hơn so với mức tăng bình quân của Singapore (1,37%/năm); Malaysia (2,04%/năm); Thái Lan (3,17%/năm); Philippines (4,33%/năm); Indonesia (3,59%/năm).

Xét về tốc độ tăng NSLĐ thì NSLĐ của Việt Nam có tăng, nhưng xét về mặt giá trị tuyệt đối thì Việt Nam lại thấp hơn nhiều so với các nước ASEAN. NSLĐ được đo bằng tổng hòa nhiều yếu tố, gồm có yếu tố vĩ mô như quy mô nền kinh tế, thể chế, cơ chế chính sách..., hay yếu tố vi mô như quy mô, nội lực của doanh nghiệp, khả năng ứng dụng những thành tựu KHCN vào sản xuất

kinh doanh; chất lượng nguồn nhân lực, kỹ năng của người lao động, khả năng sử dụng nhân lực của các doanh nghiệp... các chủ thể sử dụng lao động, đã tác động đến việc tăng NSLĐ và các yếu tố khác cũng ảnh hưởng tới sự tăng lên hoặc giảm đi của NSLĐ.

Trên thế giới, theo ý kiến của một số nhà kinh tế ưu tú của cả hai bờ Đại Tây Dương (Bernanke, 2007; Salvador, 2006), từ một khoảng thời gian khá lớn, NSLĐ đã có những xu hướng khác nhau trong hai khối kinh tế Châu Âu và Hoa Kỳ. Sự cải tiến NSLĐ trong khu vực đồng euro (được đo bằng GDP thực tế trên giờ làm việc), bắt đầu từ nửa sau của những năm 1990 khá thấp, giảm từ mức trung bình 2,1% trong giai đoạn 1990-1995 xuống chỉ còn 1,2% trong giai đoạn 1996-2005 (Salvador, 2006). Tại Hoa Kỳ, từ đầu những năm 1970 cho đến 1995, sự gia tăng NSLĐ đã được ghi nhận trong lĩnh vực phi nông nghiệp với tốc độ trung bình 1,5% mỗi năm, con số khá thấp nhưng cũng tương tự kết quả hoạt động của các quốc gia công nghiệp phát triển khác trong cùng thời kỳ. Bắt đầu từ năm 1995 đến năm 2000, tốc độ tăng NSLĐ đã tăng đáng kể lên 2,5%/năm, và từ cuối năm 2000 đến cuối năm 2003, tỷ lệ NSLĐ hàng năm là 3,5%. Sau khi điều chỉnh giảm, người ta ước tính rằng NSLĐ đã tăng với tỷ lệ bình quân hàng năm là 2,25% so với cuối năm 2003.

Những diễn biến về năng suất trong hai khối kinh tế có thể được giải thích như sau: Thứ nhất, NSLĐ trong khu vực đồng euro giảm là do cung cấp vốn thấp hơn, một phần có liên quan đến nhịp độ tăng việc làm bền vững từ nửa cuối năm 1990, bao gồm việc sử dụng nhiều lao động có kỹ năng thấp hơn. Thứ hai, từ góc độ ngành, các ngành công nghiệp không sản xuất và không sử dụng công nghệ thông tin dường như là nguyên nhân gây ra sự suy giảm mức tăng NSLĐ trung bình ở khu vực đồng euro, từ giữa những năm 1990. Nền kinh tế của khu vực đồng euro dường như được hưởng lợi ít hơn nhiều từ những yếu tố này, thể hiện ở sự đầu tư vào công nghệ thông tin thấp hơn so với Hoa Kỳ và các rào cản trong việc phổ biến, sử dụng hợp lý các công nghệ mới.

Gần đây, chủ đề này vẫn tiếp tục được quan tâm nghiên cứu, như Abramova & Grishchenko

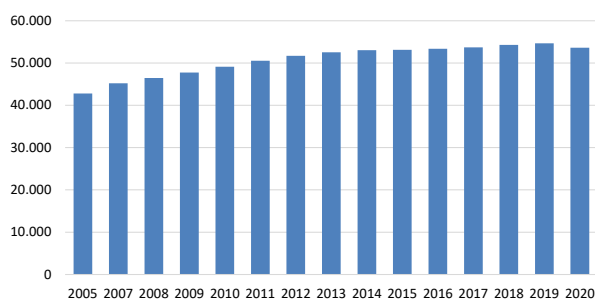
(2020) cho rằng công nghệ thông tin và truyền thông (CNTT-TT, hay ICT) là một trong những yếu tố quan trọng tạo nên những thay đổi cơ bản trong các ngành công nghiệp. Cùng với tác động được đánh giá tích cực của CNTT-TT đối với tăng trưởng năng suất lao động, có những lo ngại về khả năng thất nghiệp trong công nghiệp. Việc phân tích mối quan hệ giữa CNTT-TT, năng suất lao động và việc làm so sánh giữa các ngành ở Nga cho thấy những tác động không đồng nhất tùy thuộc vào các ngành cụ thể. Bất chấp sự lan rộng đáng kể của CNTT-TT trong những năm gần đây, các phát hiện chỉ ra rằng ảnh hưởng của chúng đối với năng suất lao động và việc làm được đặc trưng bởi những thay đổi dần dần và tính bền vững trong một số ngành nhất định.

Như vậy, có thể thấy, nghiên cứu về NSLĐ và các nhân tố thúc đẩy NSLĐ vẫn luôn là chủ đề nhận được nhiều quan tâm. Trước thực trạng về NSLĐ thấp của Việt Nam, chúng ta cần tích cực tìm giải pháp tối ưu để nâng cao NSLĐ, tạo tiền đề để thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế nước nhà. Với mục tiêu đó, bài viết này muốn cung cấp thông tin phân tích định lượng chi tiết hơn về NSLĐ của Việt Nam giai đoạn 2005-2020. Kết cấu phần còn lại của bài viết bao gồm: Phần 2 trình bày Phân tích NSLĐ trên đầu người của Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu. Phần 3 đưa ra Kết luận và khuyến nghị.

## 2. Thực trạng năng suất lao động trên một người của Việt Nam

Trong giai đoạn phân tích, tổng số lao động tăng từ 42.774,9 nghìn người năm 2005 lên 53.609,58 nghìn người năm 2020, tăng gấp 1,25 lần (Hình 1).

Hình 1. Tổng số lao động của Việt Nam theo ngành nghề giai đoạn 2005-2020 (Nghìn người)



Nguồn: Tác giả

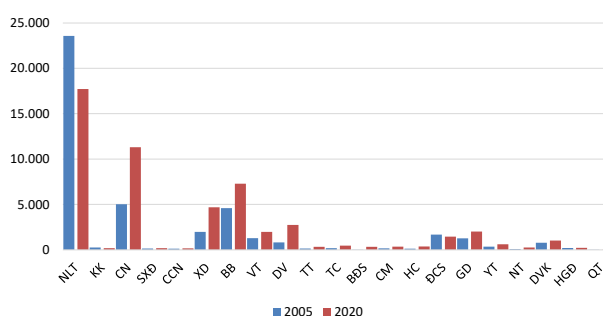
Hình 2 thể hiện so sánh lao động theo ngành nghề năm 2005 và năm 2020.

Trong đó, các thành phần kinh tế được ký hiệu lần lượt như sau:

NTL - Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản; KK - Khai khoáng; CN - Công nghiệp chế biến, chế tạo; SXĐ - Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí; CCN - Cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải; XD - Xây dựng; BB - Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác; VT - Vận tải, kho bãi; DV - Dịch vụ lưu trữ và ăn uống; TT - Thông tin và truyền thông; TC - Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm; BDS - Hoạt động kinh doanh bất động sản; CM - Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ; HC - Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ; ĐCS - Hoạt động của Đảng Cộng sản, tổ chức chính trị - xã hội, quản lý Nhà nước, an ninh quốc phòng; đảm bảo xã hội bắt buộc; GD - Giáo dục và đào tạo; YT - Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội; NT - Nghệ thuật, vui chơi và giải trí, DVK - Hoạt động dịch vụ khác; HGD - Hoạt động làm thuê các công việc trong hộ gia đình, sản xuất sản phẩm vật chất và dịch vụ tiêu dùng của hộ gia đình; QT - Hoạt động của các tổ chức và cơ quan quốc tế.

Hình 2 cho thấy số lượng lao động trong các ngành Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản; Khai khoáng; Hoạt động của Đảng Cộng sản, tổ chức chính trị - xã hội, quản lý Nhà nước, an ninh quốc phòng; đảm bảo xã hội bắt buộc; Hoạt động của các tổ chức và cơ quan quốc tế giảm, còn số lượng lao động trong tất cả các ngành còn lại đều tăng.

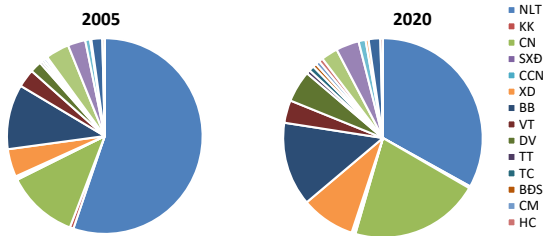
Hình 2. Số lượng lao động theo ngành nghề năm 2005 và 2020



Nguồn: Tác giả

Cơ cấu lao động cũng có sự thay đổi tương ứng, thể hiện sự chuyển dịch cơ cấu lao động. Điều này được thể hiện trong Hình 3.

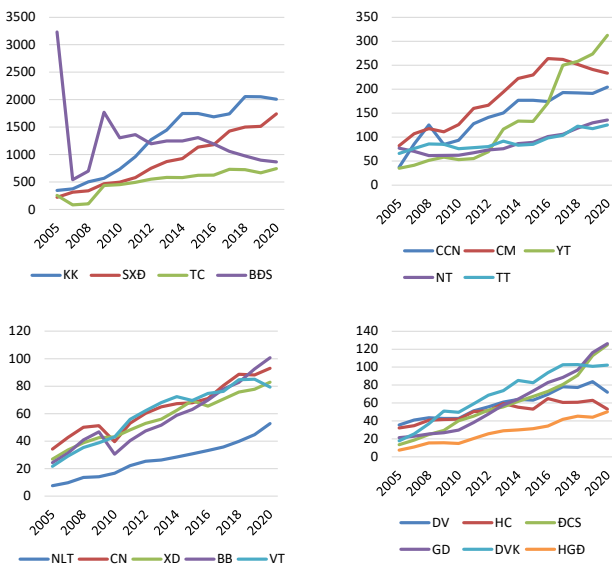
Hình 3. Cơ cấu lao động theo ngành nghề năm 2005 và 2020



Nguồn: Tác giả

Năng suất lao động trên một người sử dụng trong các ngành nghề được tính theo công thức ở phần 1. Hình 4 sau đây mô tả NSLĐ theo từng ngành nghề qua các năm từ 2005 đến 2020. Các ngành tập trung lao động chính ở nước ta là Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản; Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí; và Vận tải, kho bãi. Thể hiện rằng Việt Nam cơ bản vẫn là một nước nông nghiệp, đang trên đà phát triển và kiên trì với mục tiêu hướng tới trong giai đoạn 2021 - 2030 là: Khởi dậy khát vọng phát triển đất nước, phát huy mạnh mẽ giá trị văn hoá, con người Việt Nam và sức mạnh thời đại, huy động mọi nguồn lực, phát triển nhanh và bền vững trên cơ sở khoa học,

Hình 4. Năng suất lao động theo ngành nghề từ năm 2005 đến năm 2020



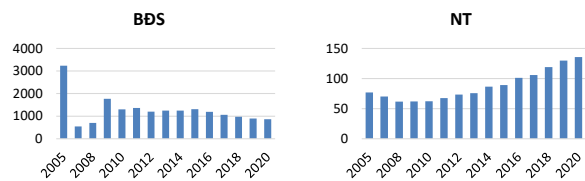
Nguồn: Tác giả

công nghệ và đổi mới sáng tạo; đến năm 2030 là nước đang phát triển có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao và đến năm 2045 trở thành nước phát triển, thu nhập cao.

Hình 4 thể hiện năng suất bình quân lớn nhất trong ngành Khai khoáng (1.282,569), rồi đến năng suất trong ngành Bất động sản (1.259,532) và Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí (896,656). Năng suất bình quân thấp nhất của các ngành Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản (26,722) và Hoạt động làm thuê các công việc trong hộ gia đình, sản xuất sản phẩm vật chất và dịch vụ tiêu dùng của hộ gia đình (27,845).

Hình 4 còn cho thấy chỉ có ngành kinh doanh bất động sản và ngành Nghệ thuật vui chơi giải trí có biến động năng suất theo xu hướng khác biệt so với các ngành còn lại, còn các ngành khác năng suất đều có xu hướng tăng dần theo thời gian. Sự khác biệt đó thể hiện trong Hình 5 sau.

Hình 5. Năng suất lao động ngành Bất động sản và Nghệ thuật vui chơi giải trí



Nguồn: Tác giả

Cụ thể, năng suất lao động tính theo mỗi lao động ngành Bất động sản, giảm mạnh sau năm 2005, đến 2009 được cải thiện, sau đó có xu hướng giảm dần qua các năm đến năm 2020. Trong khi NSLĐ tính theo mỗi lao động ngành Nghệ thuật vui chơi giải trí giảm dần xuống đáy năm 2009 và sau đó tăng dần cho đến nay theo đường parabol.

### 3. Phân tích tác động của một số nhân tố đến năng suất lao động

#### 3.1. Số liệu nghiên cứu

Như phân tích trong “Năng suất lao động của Việt Nam: Thực trạng và giải pháp” do Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương, Trung tâm Phân tích và Dự báo thuộc Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam, Tổ chức Lao động

Quốc tế tại Việt Nam và một số cơ quan liên quan thực hiện năm 2019 đã nêu một số nhân tố tác động đến NSLĐ như các yếu tố kinh tế vĩ mô, vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế, trình độ khoa học công nghệ, chất lượng nhân lực... Để nghiên cứu tác động của một số nhân tố đó đến NSLĐ tại Việt Nam, tác giả lựa chọn các biến nghiên cứu như trong Bảng 1 sau đây. Giai đoạn nghiên cứu từ năm 2005 đến năm 2019.

**Bảng 1. Các biến nghiên cứu**

Biến	Ký hiệu	Nguồn
<i>Biến phụ thuộc</i>		
Năng suất lao động	NSLD	Tổng cục thống kê
<i>Biến độc lập</i>		
GDP bình quân đầu người	GDP	Ngân hàng thế giới
Trình độ khoa học công nghệ, đại diện bởi xuất khẩu hàng hóa CNTT (% tổng xuất khẩu hàng hóa)	ICT	Ngân hàng thế giới
Mức độ hội nhập (đo bởi độ mở thương mại)	OPEN	Tính toán của tác giả dựa trên số liệu của Ngân hàng thế giới theo công thức: $OPEN = \frac{\text{Nhập khẩu} + \text{Xuất khẩu}}{GDP}$
Chất lượng nguồn nhân lực (đo bởi tỷ lệ lao động có trình độ đại học, % trong tổng số)	HUMAN	Ngân hàng thế giới

Nguồn: Tác giả tổng hợp

### 3.2. Kết quả nghiên cứu

Các chuỗi thời gian được lựa chọn nghiên cứu đều không dừng, nhưng chuỗi sai phân của chúng đều là các chuỗi dừng. Nhờ phương pháp hồi quy bình phương nhỏ nhất, chúng ta có mô hình tác động như trong Bảng 2 sau:

**Bảng 2. Kết quả ước lượng mô hình**

Các biến	Hệ số ước lượng	Sai số chuẩn	Giá trị thống kê t	Giá trị xác suất
C	0.622521	0.681672	0.913228	0.3849
D(GDP)	1.714804	0.169135	10.13865	0.0000
D(ICT)	-0.068102	0.115019	-0.592093	0.5684
D(HUMAN)	-0.130758	0.154827	-0.844545	0.4202
D(OPEN)	-0.056067	0.024622	-2.277073	0.0488

Nguồn: Tác giả

Sau đó, các kiểm định cần thiết theo Gujarati (2004) cho thấy mô hình không mắc các khuyết tật về phương sai sai số thay đổi, tự tương quan, đa cộng tuyến và phần dư của mô hình có phân phối chuẩn, kết quả như trong Bảng 3.

**Bảng 3. Kết quả kiểm định mô hình**

Kiểm định khuyết tật	Kết quả
Phương sai sai số thay đổi	H0: Mô hình không mắc khuyết tật phương sai sai số thay đổi Thống kê F của kiểm định White: 0,399082 Giá trị xác suất tương ứng: 0,8838
Tự tương quan	H0: Mô hình không có tự tương quan bậc 1 Thống kê F của kiểm định Breuch-Godfrey: 1,566572 Giá trị xác suất tương ứng: 0,2461
Đa cộng tuyến	Giá trị VIF của các biến D(GDP), D(ICT), D(HUMAN), D(OPEN) lần lượt là 1,066; 1,278; 1,259 và 1,024
Phần dư có phân phối chuẩn	H0: Phần dư có phân phối chuẩn Thống kê Jarque-Bera: 1,123 Giá trị xác suất: 0,5702

Nguồn: Tác giả

Do đó, có thể thấy, với tình huống của Việt Nam, độ mở thương mại chưa giúp nâng cao NSLĐ, thể hiện ở hệ số hồi quy của D(OPEN) là -0,056, mang dấu âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Trong khi đó, tăng trưởng GDP bình quân đầu người đã trở thành động lực cải thiện NSLĐ, thể hiện ở hệ số hồi quy là 1,71, mang dấu dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Trình độ công nghệ thông tin tác động ngược chiều đến NSLĐ nhưng không có ý nghĩa thống kê. Nguồn nhân lực có trình độ đại học chưa giúp nâng cao NSLĐ thể hiện ở hệ số hồi quy không có ý nghĩa thống kê. Từ kết quả phân tích này, tác giả đề xuất một số khuyến nghị như trong Mục 4 sau đây.

### 4. Một số khuyến nghị

Dựa vào kết quả ước lượng mô hình trong Mục 3, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm tăng NSLĐ cho toàn nền kinh tế, như sau:

**Một là**, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác quản lý Nhà nước cũng như

sản xuất. Vì bằng chứng cho thấy trình độ khoa học công nghệ trên thế giới đã phát triển, đặc biệt là trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0, nhưng lực lượng lao động Việt Nam vẫn chưa bắt kịp, lĩnh hội được các thành tựu đó để nâng cao NSLĐ.

**Hai là**, theo cơ cấu nền kinh tế được trình bày trong Mục 1, từ năm 2005 đến nay lao động chủ yếu tập trung trong ngành nông nghiệp, lâm nghiệp và ngư nghiệp nên nhà nước cần đẩy mạnh cơ cấu lại nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới. Tăng cường ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, nhất là công nghệ sinh học, công nghệ thông tin và phát triển mạnh công nghiệp phục vụ nông nghiệp. Thu hút mạnh doanh nghiệp đầu tư vào địa bàn nông thôn để chuyển nhanh lao động nông nghiệp sang công nghiệp, dịch vụ có năng suất cao hơn. Đồng thời, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu ngành dựa vào lợi thế, tiềm năng phát triển các vùng, các ngành kinh tế và gắn với khía cạnh đóng góp của chuyển dịch cơ cấu vùng, ngành vào NSLĐ ngành và NSLĐ toàn nền kinh tế. Chuyển dịch từ nông nghiệp sang công nghiệp và dịch vụ có giá trị cao.

**Ba là**, bằng chứng thực nghiệm cho thấy, mức độ hội nhập thể hiện bằng độ mở thương mại của Việt Nam chưa thúc đẩy tăng NSLĐ, nên Việt Nam cần chủ động hội nhập kinh tế quốc tế theo hướng gắn kết hơn với đổi mới kinh tế - xã hội trong nước để nâng cao hiệu quả và tăng cường hợp tác hỗ trợ giữa Việt Nam với các nước vì mục tiêu phát triển chung của đất nước. Tập trung khai thác hiệu quả các Hiệp định, cam kết thương mại cho phát triển và chuyển dịch cơ cấu ngành theo hướng công nghiệp hóa.

**Bốn là**, kết quả thực nghiệm cho thấy nguồn lao động có trình độ đại học chưa giúp nâng cao NSLĐ, bởi vậy Việt Nam cần đẩy mạnh xã hội hóa hoạt động đầu tư cho khoa học công nghệ (KH-CN), thu hút các thành phần xã hội tham gia hoạt động KH-CN, tăng cường sự gắn kết chặt chẽ giữa KH-CN với sản xuất, gắn kết các viện

nghiên cứu, các trường đại học với doanh nghiệp nhằm thương mại hóa sản phẩm nghiên cứu. Phát triển mạnh, đầy đủ thị trường khoa học và công nghệ. Cần nghiên cứu xây dựng hệ thống các tổ chức hỗ trợ trung gian hiệu quả nhằm gắn kết hai bên cung - cầu của thị trường KH-CN, đẩy mạnh quá trình thương mại hóa sản phẩm, gia tăng sản phẩm KH-CN trên thị trường và tăng cường đổi mới công nghệ của doanh nghiệp. Đồng thời, đổi mới giáo dục, đào tạo và dạy nghề theo hướng hiện đại, đáp ứng nhu cầu của xã hội và hội nhập quốc tế. Đẩy mạnh xã hội hóa giáo dục để tăng cường huy động các nguồn vốn cho phát triển nhân lực.

**Cuối cùng**, kết quả ước lượng mô hình thể hiện GDP bình quân đầu người là động lực giúp nâng cao NSLĐ, do đó, Nhà nước nên nghiên cứu cải cách chính sách tiền lương, tiền công theo nguyên tắc thị trường, phù hợp giữa tăng tiền lương và tăng NSLĐ, bảo đảm mức sống tối thiểu của người lao động.

#### Tài liệu tham khảo:

Abramova, N. & Grishchenko, N. (2020). "ICTs, Labour Productivity and Employment: Sustainability in Industries in Russia", *Procedia Manufacturing*, Vol. 43, Pages 299-305, <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.02.161>.

Bernanke, Ben S., *Productivity, Remarks before Leadership South Carolina, August 31, 2007.*

Gujarati, D., *Basic Econometrics. 4th Edition, McGraw-Hill Companies, New York. 2004.*

Salvador, Ramon Gomez; Musso, Alberto; Stocker, Marc; Turunen, Jarkko, *Labor Productivity developments in the euro area, European Central Bank, Occasional Paper Series, nr.53/October 2006.*

Tổng cục Thống kê (2019), "Báo cáo Năng suất lao động của Việt Nam: Thực trạng và giải pháp", <https://www.gso.gov.vn/wp-content/uploads/2019/05/2-Bao-cao-Nang-suat-lao-dong-cua-Viet-Nam.pdf>

Tổng cục Thống kê, <https://www.gso.gov.vn/>

Ngân hàng thế giới, <https://data.worldbank.org/>

# TĂNG CƯỜNG QUẢN LÝ CỦA NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI QUỸ TÍN DỤNG NHÂN DÂN VIỆT NAM

TS. Lã Thị Lâm\*

Từ những năm 90 đến nay, hệ thống quỹ tín dụng nhân dân không ngừng được hoàn thiện về cơ cấu tổ chức và quy mô hoạt động. Tuy nhiên, do (i) Quỹ tín dụng nhân dân chủ yếu nằm ở khu vực nông thôn, nơi nhạy cảm với các yếu tố bên ngoài và (ii) một số quỹ tín dụng nhân dân hoạt động không theo đúng mục tiêu và chính sách của quỹ, xảy ra rủi ro liên quan đến nợ xấu, gây ra khả năng vỡ nợ và tác động tiêu cực đến người gửi tiền. Những điều này càng dễ dẫn đến tình trạng mất an ninh xã hội. Vì vậy, chắc chắn vai trò của cơ quan quản lý nhà nước đối với những vấn đề này, đặc biệt cơ quan quản lý chuyên môn là Ngân hàng Nhà nước là vô cùng quan trọng.

• Từ khóa: quỹ tín dụng nhân dân; quản lý nhà nước; ngân hàng nhà nước; giám sát, kiểm tra..

Since the early '90s, the people's credit fund system has been continuously improved in terms of organizational structure and scale of operations. Nevertheless, due to (i) People's credit funds operating in rural areas, which are vulnerable and sensitive to external factors and (ii) some People's credit funds not operating in accordance with its goals and policies, risk involve bad debts, causing possibility of default and in turn, negatively impacted depositors. These further lead to social insecurity. Therefore, the role of the state management in these matters, especially the specialized management agency, the State Bank of Vietnam, is undoubtedly important.

• Keywords: people's credit funds, state management, state bank of Vietnam (state bank), supervision, inspection.

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phân biện: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phân biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

Quỹ tín dụng nhân dân (QTDND) là loại hình Tổ chức tín dụng (TCTD) hợp tác xã hoạt động trong lĩnh vực tiền tệ, ngân hàng, có địa bàn hoạt động chủ yếu ở khu vực nông nghiệp, nông thôn. Bộ máy tổ chức được xây dựng theo mô hình kinh tế hợp tác, hoạt động theo nguyên tắc tự nguyện, tự chủ, tự chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động. Hoạt động chủ yếu là huy động vốn để cấp tín

dụng và dịch vụ ngân hàng cho các thành viên của mình trên nguyên tắc tương trợ.

Ở Việt Nam, tiền thân của mô hình QTDND là các Hợp tác xã tín dụng được hình thành theo phong trào hợp tác hóa từ những năm 1960, cùng với sự thay đổi về mọi mặt đời sống kinh tế - xã hội, loại hình này cũng đã có những thay đổi cả về tên gọi, cơ cấu tổ chức và hình thức hoạt động. Ngày 27/7/1993, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định 390/QĐ-TTg về việc triển khai thí điểm thành lập QTDND. Tính đến đầu năm 2021, trên phạm vi cả nước có gần 1.200 QTDND cơ sở, hoạt động ở 57/63 tỉnh, thành với tổng tài sản hơn 140.000 tỷ đồng. Bên cạnh đó, ngân hàng hợp tác xã (Tiền thân là QTDND Trung ương) với vai trò là tổ chức đầu mối có Hội sở chính tại Hà Nội và 32 chi nhánh tại các tỉnh và thành phố. Theo báo cáo thống kê của NHNN, QTDND đang là mô hình có tỷ lệ nợ xấu thấp, tỷ suất sinh lời đứng thứ hai trong hệ thống TCTD (sau các công ty tài chính). Nhiều quỹ hoạt động rất hiệu quả, đóng góp đáng kể cho sự phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống của thành viên và đặc biệt là việc phát triển nông nghiệp nông thôn; góp phần tích cực vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thực hiện mục tiêu xoá đói, giảm nghèo và hạn chế việc cho vay nặng lãi.

Hiện nay, nhu cầu tín dụng khu vực nông nghiệp, nông thôn ngày càng tăng, vì vậy, việc mở rộng, thúc đẩy tăng trưởng hoạt động hệ thống QTDND là cần thiết. Tuy nhiên, do đặc thù hoạt động trong khu vực nông nghiệp, nông thôn - một

\* Học viện Tài chính

khu vực được cho là rất nhạy cảm và dễ bị tổn thương trước các điều kiện ngoại cảnh. Cùng với đó vẫn có tình trạng một số QTDND hoạt động không đúng mục tiêu, nguyên tắc hoạt động dẫn đến những rủi ro như thất thoát tài sản gây nguy cơ đổ vỡ, phá sản, làm ảnh hưởng không nhỏ đến quyền lợi của người gửi tiền tại các QTDND và là nguyên nhân dẫn đến những bất ổn về an ninh, xã hội tại các địa bàn hoạt động. Chính vì vậy, vai trò của quản lý nhà nước - đặc biệt là của cơ quan quản lý chuyên ngành là NHNN đối với hoạt động của QTDND Việt Nam là hết sức quan trọng.

### **Những kết quả đạt được trong quản lý của Ngân hàng Nhà nước đối với hệ thống QTDND Việt Nam**

Trong thời gian vừa qua, công tác quản lý nhà nước đối với hệ thống QTDND ngày càng được hoàn thiện, thể hiện từ chiến lược nhất quán trong chỉ đạo của Đảng, Chính phủ và các cơ quan quản lý chuyên ngành về phát triển QTDND. Chỉ thị 57/CT-TW của Bộ Chính trị, đã xác định chủ trương của Nhà nước là “Phát triển QTDND thực sự trở thành TCTD hợp tác độc lập, dựa trên nguyên tắc tự nguyện, tự chủ, tự chịu trách nhiệm kết quả hoạt động và nhằm mục đích chủ yếu là tương trợ giữa các thành viên”. Cùng với đó là Chỉ thị 06/CT-NHNN của NHNN thể hiện sự quyết liệt trong việc xây dựng một hệ thống QTDND phát triển bền vững và an toàn thông qua việc chấn chỉnh, tăng cường phòng, chống, ngăn ngừa vi phạm pháp luật nhằm đảm bảo an ninh, an toàn hoạt động trong hệ thống QTDND đã được ban hành. Trên cơ sở chiến lược phát triển đã được xây dựng, cơ sở pháp lý nền tảng phục vụ cho việc quản lý hệ thống QTDND đã được dần được hoàn thiện, phù hợp với điều kiện thực tế và yêu cầu phát triển bền vững đối với hệ thống QTDND.

Quản lý Nhà nước đã góp phần cơ cấu lại mô hình tổ chức cũng như hoạt động của hệ thống và mỗi QTDND ngày càng được hoàn thiện. Theo đó, hệ thống QTDND Việt Nam hiện nay gồm: Bộ phận trực tiếp kinh doanh và bộ phận liên kết phát triển; trong đó các QTDND đóng vai trò nền tảng, NHHTX đóng vai trò trung tâm điều phối các hoạt động liên kết kinh tế, đảm bảo khả năng chi trả và khả năng thanh toán của cả hệ thống, Hiệp hội thực hiện chức năng đại diện và định hướng hoạt động chung của toàn hệ thống. Cơ cấu tổ chức của từng bộ phận cấu thành hệ thống khá hoàn chỉnh,

phù hợp với thông lệ quốc tế và điều kiện thực tiễn của Việt Nam; trong đó, sự phân định chức năng, nhiệm vụ của bộ máy quản trị, điều hành và kiểm soát khá rõ ràng và phù hợp với đặc thù của loại hình TCTD là HTX. Đây chính là điều kiện cơ bản để các QTDND phát huy nguyên tắc dân chủ, bình đẳng và tự chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động kinh doanh; đồng thời tạo thuận lợi cho sự phối kết hợp giữa các bộ phận trong từng tổ chức.

Một trong những thành công về công tác quản lý Nhà nước đối với hệ thống QTDND Việt Nam còn phải kể đến là công tác thanh tra, giám sát của NHNN. Hệ thống pháp lý về thanh tra, giám sát ngân hàng và công tác tổ chức bộ máy, hiệu quả hoạt động thanh tra, giám sát ngày càng được hoàn thiện. Công tác giám sát đã tập trung hơn vào việc cảnh báo sớm các rủi ro, nguy cơ tiềm ẩn trong hoạt động của QTDND. Qua hoạt động thanh tra tại chỗ đã phát hiện kịp thời một số sai phạm trong hoạt động, nguyên nhân, quy trách nhiệm cụ thể đối với tập thể, cá nhân có liên quan và kiến nghị các biện pháp xử lý theo quy định của pháp luật.

### **Những hạn chế trong quản lý của Ngân hàng Nhà nước đối với QTDND Việt Nam**

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, trước những yêu cầu đặt ra về phát triển quỹ TDND giai đoạn hiện nay, công tác quản lý Nhà nước về QTDND còn bộc lộ một số hạn chế như sau:

**Thứ nhất**, hệ thống pháp lý đối với hoạt động của QTDND còn chậm được ban hành trước những yêu cầu thực tế đòi hỏi.

Từ năm 2015 đến nay, hàng loạt các văn bản quy phạm pháp luật về tổ chức cũng như an toàn hoạt động của QTDND đã được ban hành mới và chỉnh sửa trong quá trình thực thi. Tuy nhiên, việc ban hành có thể nói còn chậm và “chưa đi trước đón đầu” so với yêu cầu hoạt động thực tế. Quy định pháp lý về an toàn hoạt động đối với QTDND mặc dù khá đầy đủ nhưng chưa có tính đặc thù phù hợp với quy mô hoạt động của các quỹ TDND.

**Thứ hai**, công tác thanh tra, giám sát chưa thực sự đáp ứng yêu cầu quản lý, đảm bảo an toàn đối với hoạt động của QTDND.

Công tác giám sát từ xa chưa thực sự trở thành công cụ hữu hiệu giúp thanh tra QTDND đảm bảo cho mục tiêu an toàn hệ thống, các công cụ phục vụ cho giám sát dựa trên rủi ro còn thiếu. Các mô hình



phân tích, định lượng, dự báo và đánh giá rủi ro để cảnh báo sớm với từng QTDND hay toàn hệ thống chưa được phát triển. Việc khai thác thông tin từ chương trình phần mềm giám sát từ xa để phục vụ cho công tác thanh tra giám sát tại chi nhánh còn hạn chế, điều này xuất phát từ một thực trạng là phần mềm giám sát từ xa đã quá cũ và lạc hậu dẫn đến các thông tin thu thập chưa có giá trị phục vụ cao. Việc vận hành chương trình giám sát từ xa chủ yếu mới chỉ dừng lại ở tổng hợp báo cáo. Từ đó, hiệu quả của sự phối hợp giữa hoạt động giám sát từ xa và thanh tra tại chỗ còn thấp, chưa phân tích, dự báo tìm ra vấn đề để chỉ dẫn cho thanh tra tại chỗ. Hơn nữa, các chỉ tiêu được xây dựng trong chương trình giám sát từ xa còn ít, chưa phản ánh hết được đầy đủ nội dung cần thu thập. Đó là chưa kể đến tần suất thanh tra tại chỗ hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn, chính vì vậy, thanh tra tại chỗ chưa thực sự phát hiện hết được những vi phạm của QTDND, các phát hiện sai phạm mới chỉ nhỏ lẻ mang tính vụ việc.

Những lỏng lẻo trong công tác quản lý đã dẫn đến tình trạng vi phạm nguyên tắc tôn chỉ hoạt động của một số QTDND, điều này gây nên rủi ro tiềm ẩn không chỉ với bản thân các QTDND này mà còn có nguy cơ gây ảnh hưởng đến sự an toàn của các QTDND khác trên địa bàn và của cả hệ thống.

**Thứ ba**, cơ chế quản lý chậm đổi mới để phù hợp với thực tế yêu cầu quản lý quỹ tín dụng nhân dân.

Hiện tại mô hình quản lý Nhà nước đối với QTDND vẫn chưa có sự thay đổi, việc quản lý QTDND vẫn mang tính “cào bằng”, chưa có sự phân cấp theo quy mô tài sản, điều kiện quản trị rủi ro hay năng lực cán bộ nhằm đảm bảo sát sao và phù hợp hơn với đặc điểm của từng QTDND.

### **Giải pháp hoàn thiện quản lý của Ngân hàng Nhà nước đối với hệ thống QTDND Việt Nam**

**Một là**, hoàn thiện cơ chế quản lý đối với quỹ tín dụng nhân dân

Trong bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội đã có nhiều thay đổi, đặt ra những yêu cầu thay đổi để thích ứng của quỹ TDND, cụ thể:

- Việc xây dựng cơ chế quản lý hệ thống QTDND phải dựa trên quy mô, căn cứ vào quy mô để quy định về bộ máy quản trị, điều hành, kiểm soát, kiểm toán nội bộ và cơ sở vật chất, công nghệ

thông tin; Chiến lược phát triển nguồn nhân lực cho hệ thống quỹ TDND;

- Cơ chế quản lý phải đảm bảo việc xây dựng hệ thống liên kết đủ mạnh để đảm bảo sự tồn tại và phát triển bền vững của hệ thống quỹ TDND;

- Cơ chế quản lý phải được xây dựng trên nền tảng đáp ứng yêu cầu của các thành viên, đảm bảo các thành viên có thể nhận được nhiều quyền lợi chăm sóc để họ gắn bó với quỹ. Không chỉ dừng lại ở những dịch vụ của các thành viên nhận được hiện nay là sản phẩm tiết kiệm và tín dụng, các dịch vụ cần được mở rộng như các dịch vụ bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm tai nạn; các dịch vụ ủy thác... Dĩ nhiên, việc mở rộng các dịch vụ cung cấp của QTDND cần có lộ trình thực thi thích hợp để đảm bảo yêu cầu phát triển bền vững các quỹ TDND.

**Hai là**, tiếp tục hoàn thiện quy định pháp lý liên quan đến tổ chức, hoạt động của quỹ tín dụng nhân dân.

- Việc hoàn thiện hệ thống pháp lý theo hướng hỗ trợ các QTDND phát triển theo đúng nguyên tắc HTX, phù hợp với đặc thù của một loại hình TCTDHT có quy mô nhỏ, đẩy mạnh tính hợp tác của các thành viên trong nội bộ từng QTDND, tăng cường tính liên kết với cộng đồng và sự giám sát của cộng đồng đối với hoạt động của QTDND. Đồng thời, hoàn thiện hành lang pháp lý cho việc áp dụng cơ chế quản lý theo quy mô, cấp độ gia tăng tài sản của mỗi quỹ.

- Xem xét lại tính thống nhất giữa các quy định pháp lý liên quan đến hoạt động của quỹ TDND.

- Cần thường xuyên rà soát, xem xét sửa đổi, bổ sung một số văn bản quy phạm pháp luật bất cập, không còn phù hợp với thực tiễn, nhằm đảm bảo hoạt động QTDND có hiệu quả. Hoàn thiện hệ thống pháp luật về quản lý hoạt động QTDND nhất là các quy định về an toàn theo chuẩn mực quốc tế và phù hợp với Việt Nam.

- Hoàn thiện các quy định liên quan đến xử lý rủi ro, phá sản đối với quỹ TDND nhằm hạn chế tối đa biến động, giữ được ổn định tình hình kinh tế, chính trị - xã hội địa phương.

**Ba là**, tăng cường công tác thanh tra, giám sát đối với hệ thống quỹ TDND.

- NHNN tiếp tục chỉ đạo, giám sát các QTDND triển khai thực hiện phương án cơ cấu lại với trọng

tâm là hướng về thành viên, kiểm soát chất lượng tín dụng, xử lý nợ xấu, tăng vốn điều lệ, thu hẹp phạm vi hoạt động, hoàn thiện cơ cấu quản trị, điều hành, BKS);

- Nâng cao chất lượng giám sát trên cơ sở rủi ro, cần xây dựng một hệ thống chỉ tiêu giám sát khoa học, sử dụng công nghệ hiện đại, thực hiện tốt việc dự báo và cảnh báo rủi ro; từng bước xây dựng và phát triển kho thông tin dữ liệu, cập nhật tình hình hoạt động thanh tra tại chỗ, giám sát từ xa, kết quả kiểm toán độc lập, thông tin báo cáo từ hoạt động kiểm toán, kiểm soát nội bộ của QTDND;

- Công tác xử lý vi phạm sau thanh tra cần được thực hiện kiên quyết và kịp thời theo thẩm quyền, đúng quy định của pháp luật. Việc xử lý vi phạm cần áp dụng chế tài phù hợp, tăng cường tính răn đe đối với các QTDND có vi phạm.

**Bốn là**, tăng cường chỉ đạo của NHNN trong việc tái cấu trúc QTDND, đặc biệt xử lý quyết liệt với những QTDND yếu kém.

Xác định nhiệm vụ trọng tâm đối với tái cơ cấu các QTDND giai đoạn này là chủ yếu tập trung vào khắc phục những hạn chế, bất cập trong nội tại của các QTDND, nhằm điều chỉnh, hướng hoạt động của hệ thống theo đúng mục tiêu, tôn chỉ, phục vụ thành viên, phát triển theo đúng các chuẩn mực của nguyên tắc hợp tác xã, đổi mới chính sách thành viên, nâng cao năng lực quản trị điều hành và một số nội dung khác.

NHNN sẽ tiếp tục rà soát đánh giá quy mô thị trường trên từng địa phương để tiếp tục sắp xếp lại, xác định sự cần thiết khách quan số lượng QTDND tại từng địa phương theo yêu cầu an toàn, ổn định là mục tiêu trước mắt. Đồng thời, tăng cường các chính sách, cơ chế hỗ trợ khi gặp khó khăn về thanh khoản, tương trợ lẫn nhau trong quá trình hoạt động giữa các QTDND cho đúng với bản chất mô hình của loại hình tín dụng hợp tác.

NHNN Chi nhánh sẽ định hướng việc kiện toàn, thành lập và giám sát hoạt động của các Ban xử lý công nợ tại các QTDND có nợ xấu cao, tiềm ẩn nhiều rủi ro; Giám sát chặt chẽ các chỉ tiêu đảm bảo an toàn trong hoạt động của QTDND; xử lý kiên quyết các vi phạm về chế độ tín dụng, an toàn kho quỹ.

Tập trung xử lý quyết liệt những Quỹ tín dụng nhân dân yếu kém tùy theo tình hình thực tế của các quỹ TDND.

**Năm là**, tăng cường ứng dụng tin học trong công tác quản lý nhà nước đối với quỹ Tín dụng nhân dân.

Cùng với sự hoàn thiện về hệ thống pháp lý, tăng cường ứng dụng công nghệ tin học trong công tác quản lý Nhà nước đối với quỹ TDND là một trong những nền tảng quan trọng, giúp cơ quan quản lý nhà nước có thể nắm bắt nhanh thông tin quản lý, để có những giải pháp xử lý kịp thời rủi ro, hạn chế thấp nhất những tổn thất xảy ra. Chính vì vậy, NHNN cần thúc đẩy việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin, cụ thể:

- Hoàn thiện phần mềm chương trình giám sát từ xa, triển khai đồng bộ toàn hệ thống từ trung ương đến các NHNN chi nhánh tỉnh;

- Thiết kế phần mềm quản lý nghiệp vụ quỹ TDND dựa trên những yêu cầu quản lý xuất phát từ chính bản thân các QTD cơ sở nêu ra, như quản lý nghiệp vụ huy động tiết kiệm; quản lý cho vay thành viên; Quản lý thành viên; xem thông tin nhanh; báo cáo thống kê... Trong điều kiện nguồn lực của các quỹ TDND còn hạn hẹp, nguồn nhân lực công nghệ thông tin còn yếu thì NHNN có thể hỗ trợ vốn, máy tính, đào tạo... đến các quỹ TDND;

- Để đảm bảo tính đồng bộ trong đầu tư công nghệ, ứng dụng tin học trong việc thực hiện nghiệp vụ và quản lý nghiệp vụ đối với quỹ TDND, NHNN cần chỉ đạo đối với hiệp hội quỹ TDND trong việc thiết kế, cài đặt, triển khai, hỗ trợ và đào tạo các quỹ TDND về phần mềm quản lý nghiệp vụ quỹ TDND.

**Kết luận:** Với mô hình hoạt động của mình, QTDND có vai trò hết sức quan trọng trong việc cung cấp vốn cho khu vực nông nghiệp nông thôn. Sự phát triển và lớn mạnh của QTDNDVN phụ thuộc rất lớn vào vai trò quản lý của NHNN. Việc hoàn thiện cơ chế quản lý, hệ thống pháp lý, công tác thanh tra giám sát cũng như quyết liệt chỉ đạo của NHNN là những giải pháp cần thiết để ngày càng nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước đối với hệ thống QTDND hiện nay.

#### Tài liệu tham khảo:

*Nhuệ Mẫn (2019), Quỹ tín dụng nhân dân: Trọng tâm xử lý trong năm 2019, Đầu tư chứng khoán.*

*Phạm Bảo Khánh - Phó Tổng giám đốc DIV (2019), Thực trạng hoạt động của quỹ TDND ở Việt Nam.*

# NHỮNG NHÂN TỐ ĐỊNH HƯỚNG SỰ CHẤP NHẬN SỬ DỤNG THANH TOÁN SỐ TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Ngọc Anh\*

*Sự phát triển nhanh chóng của các công nghệ số mới và các hệ sinh thái, nền tảng số và các giải pháp di động thông minh đã mang đến sự phát triển của nhiều hình thức số khác nhau trong các phương thức thanh toán số. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện để xác định những nhân tố quyết định định hướng người tiêu dùng Việt Nam có ý định chấp nhận sử dụng thanh toán số và đưa ra một mô hình nghiên cứu tổng quan nhằm xem xét tác động của các nhân tố: hữu ích, chi phí, khả năng sử dụng, thái độ (thái độ cảm xúc và nhận thức thái độ), tính di động để dẫn đến mối quan hệ giữa thanh toán số và sự chấp nhận của khách hàng Việt Nam. Kết quả phân tích dữ liệu với mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) và mô hình Path (Path Analysis Model) cho thấy tác động của 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận của khách hàng Việt Nam.*

• Từ khóa: chuyển đổi kỹ thuật số, fintech, thanh toán kỹ thuật số, áp dụng, phương thức thanh toán kỹ thuật số.

*The rapid development of new digital technologies and ecosystems, digital platforms and smart mobile solutions has brought about the development of various digital forms in digital payment methods. Therefore, this study was conducted to identify the determinants of Vietnamese consumers' intention to accept the use of digital payments and provide an overview research model to examine the impact of digital payments, factors: usefulness, cost, usability, attitude (emotional attitude and perceived attitude), mobility easily lead to the relationship between digital payment and Vietnamese customer acceptance. The results of data analysis with the linear structural model (SEM) and the Path model (Path Analysis Model) show the impact of 5 factors affecting the acceptance of Vietnamese customers.*

• Keywords: digital transformation, fintech, digital payments, adoption, digital payment methods.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phản biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## I. Giới thiệu

Với sự phát triển nhanh, mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), bao gồm các

thiết bị thông minh IoT như điện thoại thông minh, đồng hồ thông minh, đã cung cấp khả năng công nghệ và tiết kiệm chi phí mua sắm, giá cả cho người tiêu dùng Việt Nam khi họ mua sắm số. Sự phổ biến rộng rãi của các thiết bị di động thông minh có kết nối Internet, 4G và 5G đang cung cấp một môi trường thuận lợi cho chiến lược chuyển đổi số và thương mại hóa các phương thức thanh toán số trong các lĩnh vực khác nhau. Chúng bao gồm hóa đơn dịch vụ thanh toán, chuyển khoản, thanh toán tại điểm bán hàng, thanh toán trực tuyến để mua hàng hóa và dịch vụ như marketing di động, bán vé, chiết khấu hoặc phiếu giảm giá,... (Oliveira và cộng sự, 2016). Phần lớn các phương thức thanh toán số đều hướng tới người tiêu dùng, ví dụ như hệ thống thanh toán di động (M-Payment), dùng để chỉ việc thanh toán hàng hóa và dịch vụ bằng thiết bị di động thông minh (Chen, 2008; Slade và cộng sự, 2015).

Có một số lợi ích nhưng các phương thức thanh toán số vẫn chưa được áp dụng rộng rãi như mong đợi ở cả các nước đang phát triển như Việt Nam, Kenya và Philippines, nơi các hình thức thanh toán số có thể dễ dàng được chấp nhận do thiếu các hình thức thanh toán nhanh chóng tiện lợi của hệ thống ngân hàng truyền thống (Patil P., 2017; Patil P. và cộng sự, 2018; Augsburg C. và cộng sự, 2014). Việc người tiêu dùng chậm chấp nhận sử dụng các phương pháp thanh toán số ở nhiều nước đang phát triển đã tạo động lực và sự phù hợp để thực

\* Học viện Công nghệ Bru chính Viễn thông

hiện các nghiên cứu trong lĩnh vực này. Trong khi một số nghiên cứu đã được tiến hành để xem xét các nhân tố định hướng việc sử dụng các phương thức thanh toán số ở các nước tiên tiến hơn.

## II. Tổng quan lý thuyết nghiên cứu

ICT và công nghệ số mới được các chính phủ sử dụng để cung cấp các dịch vụ số trực tuyến cho công dân của họ, hay xây dựng chính sách và chuyển đổi số nhiều chức năng cốt lõi của hoạt động chính phủ. Nghiên cứu này sử dụng mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) để giải thích các nhân tố định hướng sự chấp nhận sử dụng thanh toán số tại Việt Nam. TAM được giới thiệu để giải thích và ước tính hành vi của người dùng công nghệ (Davis, 1989). TAM đã trở thành mô hình phổ biến để dự đoán cả khi sự chấp nhận sử dụng công nghệ mới và ý định sử dụng công nghệ mới (Lu và cộng sự, 2003).

Do đó, nhóm sẽ nghiên cứu: Những nhân tố định hướng sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam. Và dựa trên kết quả phân tích và tích hợp từ các nghiên cứu trước đây được thực hiện bằng cách sử dụng tìm kiếm dựa trên từ khóa. Các từ khóa được tìm kiếm trong cơ sở dữ liệu của Google Scholar, Scopus là: Thanh toán số hoặc thanh toán di động (mobile payment), chấp nhận, sử dụng, hữu ích, chi phí, dễ sử dụng, thái độ (cảm xúc và thái độ nhận thức), tính di động để thực hiện. Mặc dù có hơn 100 nghiên cứu xuất hiện trong kết quả tìm kiếm ban đầu, nhưng chỉ có hơn 30 nghiên cứu phù hợp trực tiếp để đưa vào phân tích các tài liệu tập trung vào sự chấp nhận của người tiêu dùng và việc sử dụng các phương thức thanh toán số.

Tổng quan các tài liệu liên quan đến thanh toán số, thanh toán di động được xem xét bởi các nghiên cứu hiện nay (Chen, 2008; Slade, E., 2015; Patil P., 2017; Patil P. và cộng sự, 2018). Do đó, rất cần thiết phải thực hiện các nghiên cứu khoa học để đánh giá về thanh toán kỹ thuật số hoặc thanh toán di động. Và trọng tâm của nghiên cứu này được trình bày để đưa ra được đánh giá và tóm tắt vai trò của các tác nhân (tức là tính hữu ích, chi phí, tính dễ sử dụng, thái độ (thái độ cảm xúc và thái độ nhận thức, tính di động) được xem xét trong phần này. Tổng quan chi tiết về phân tích tổng hợp và kết quả thu được từ đó là giả thuyết cho mô hình nghiên cứu và kiểm chứng định lượng mô hình đó.

## III. Giả thuyết nghiên cứu

Tính cảm nhận hữu ích được coi là niềm tin rằng sử dụng một hệ thống cụ thể sẽ nâng cao hiệu suất công việc (Davis, 1989; Chandra và cộng sự, 2010). Nó cũng có thể như một niềm tin về việc sử dụng một giải pháp thay thế sử dụng tiền mặt (Tzou và Lu, 2009). Một số lượng đáng kể tài liệu đã được tổng quan để giải thích mối quan hệ giữa tính cảm nhận hữu ích và thái độ chấp nhận sử dụng (Davis, 1989; Adams và cộng sự, 1992; Fenech, 1998). Davis (1989) nhận thấy rằng tính cảm nhận hữu ích có ảnh hưởng đáng kể đến ý định sử dụng hay thái độ chấp nhận sử dụng và phải độc lập với thời gian và địa điểm, để các cá nhân có thể cảm nhận hữu ích. Do đó, tác giả rút ra giả thuyết sau:

*H1: Tính cảm nhận hữu ích có ảnh hưởng tích cực tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

Mối quan hệ giữa sự chấp nhận của khách hàng và chi phí sử dụng thanh toán số. Nhiều nghiên cứu ((van der Heijden, 2002; Zhou T., 2011; Lu Y., 2011; Phonthanakitithaworn, C., 2015; Luarn P., 2005; Schierz P. G., 2010) đã xem xét và nâng cao hiệu quả đáng kể của chi phí, như cảm nhận chi phí để chấp nhận sử dụng các phương thức thanh toán số. Tác giả nhận thấy cảm nhận chi phí của việc sử dụng các phương thức thanh toán số sẽ tác động đến sự chấp nhận của khách hàng, dẫn đến giả thuyết sau:

*H2a: Tính cảm nhận chi phí có ảnh hưởng tích cực tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

*H2b: Tính cảm nhận chi phí có ảnh hưởng tích cực tới sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

Davis (1989) cũng giải thích mức độ dễ sử dụng được coi là mức độ cảm nhận mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống cụ thể sẽ dễ dàng. Các nhà khoa học xã hội nhất trí rằng cảm nhận dễ sử dụng là một nhân tố của việc chấp nhận sử dụng sản phẩm hay giải pháp (Davis, 1989; Gefen và Straub D. W., 2000; Venkatesh, 2000). Một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng, một hệ thống được quản lý dễ dàng và học sử dụng dễ dàng, sẽ làm hài lòng các người dùng và làm tăng ý định, cũng như thái độ chấp nhận sử dụng hệ thống (Childers và cộng sự, 2002; Szymanski và Hise, 2000). Do đó, nhóm nghiên cứu đưa ra giả thuyết rằng:

**H3:** *Tính cảm nhận dễ sử dụng có ảnh hưởng tích cực tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

Mối quan hệ giữa sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng và tính di động, dễ mang theo. Một số nghiên cứu (Mallat, N., 2006; Huang J.J, 2007; Park E., 2013; Schierz P.G, 2010; Liu B., 2012) đã xem xét vai trò của tính di động để giải thích sự chấp nhận của khách hàng hay thái độ khách hàng khi có thể áp dụng. Ngoài ra, vai trò của “tính di động” với tư cách là đối tượng chấp nhận của khách hàng đã được xem xét trong bối cảnh của Trung Quốc và Đức, Tây Ban Nha. Từ những thảo luận trên, giả thuyết sau được rút ra:

**H4:** *Tính di động có ảnh hưởng tích cực tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

Piao và cộng sự (2012) đã chỉ ra trong nghiên cứu thực nghiệm của mình rằng, nhận thức của người tiêu dùng (consumer awareness) có ảnh hưởng tích cực đến thái độ và sự chấp nhận sử dụng các dịch vụ số mới. Phát hiện này ủng hộ việc tổng quan các tài liệu rằng có mối liên hệ chặt chẽ giữa nhận thức của người tiêu dùng và sự chấp nhận thanh toán số (Alqatan và cộng sự, 2012; Piao và cộng sự, 2012, Yeh & Li, 2009, Gefen, 2000; Cho và cộng sự, 2007; Hollingsworth & Dembla, 2013; Li & Li, 2008; Wong & Hsu, 2008; Gefen, 2006). Do đó, nhóm nghiên cứu đưa ra giả thuyết rằng:

**H5a:** *Nhận thức của người tiêu dùng có ảnh hưởng tích cực tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

**H5b:** *Nhận thức của người tiêu dùng có ảnh hưởng tích cực tới sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

Thái độ đề cập đến xu hướng và cảm xúc của cá nhân đối với một đối tượng, một ý tưởng hoặc một hành vi (Küçük, 2011). Thái độ là một chỉ số của hành vi và nó được hình thành ngay trước khi có hành vi. Thái độ cũng làm sáng tỏ hành vi (Kalkan, 2011). Và vai trò của thái độ (thái độ cảm xúc và thái độ nhận thức) cũng đã được kiểm tra bởi nhiều nghiên cứu (Cakir R, 2015; Safeena R., 2011; Wessels L., 2010; Moody, Galletta, & Lowry, 2010; Chiravuri & Nazareth, 2001; Pavlou, 2003; Susanto, 2012; Zhou T., 2011; Schierz P.G, 2010), tất cả đều có ảnh hưởng đáng kể đến sự chấp nhận của khách hàng, bằng cách thay đổi thái

độ của khách hàng về cảm xúc và nhận thức cũng tác động đến sự chấp nhận của khách hàng khi sử dụng thanh toán số. Do đó, tác giả rút ra giả thuyết sau:

**H6:** *Thái độ của người tiêu dùng có ảnh hưởng tích cực tới sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

Trong nhiều năm qua, có nhiều nghiên cứu đã tập trung vào xem xét ý định hay chấp nhận sử dụng công nghệ mới sử dụng các đặc điểm như: tuổi tác, giới tính, mức thu nhập, kinh nghiệm và xu hướng công nghệ, tần suất sử dụng, bậc học vấn để xem có thể ảnh hưởng đến nhận thức và đánh giá của khách hàng về ý định hay chấp nhận sử dụng của người tiêu dùng (Zeithaml và cộng sự, 2000; Zhang và Prybutok, 2005; Alqatan và cộng sự, 2012; Hillman và cộng sự, 2001; Salo & Karjaluto, 2007; Joubert & Van Belle, 2009; Siau và cộng sự, 2003; Corbitt và cộng sự, 2003). Do đó, tác giả rút ra giả thuyết sau:

**H7a:** *Bậc học vấn (education) có ảnh hưởng ‘kiểm soát’ tích cực tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

**H7b:** *Tần suất sử dụng (frequency) có ảnh hưởng ‘kiểm soát’ tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

**H7c:** *Giới tính vấn (gender) có ảnh hưởng ‘kiểm soát’ tích cực tới thái độ chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

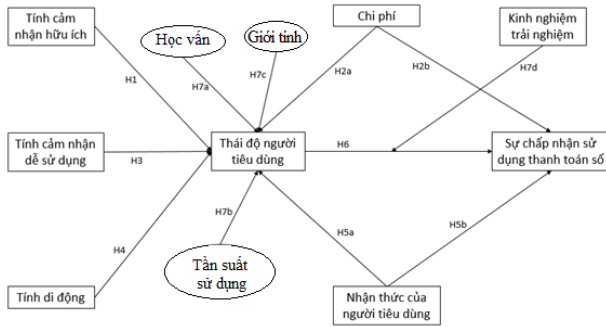
**H7d:** *Kinh nghiệm trải nghiệm của người dùng có ảnh hưởng ‘điều tiết’ tích cực giữa mối quan hệ thái độ chấp nhận sử dụng và sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.*

Tác giả đánh giá tổng quan chi tiết, tác giả tìm ra vài lý thuyết phù hợp với mối quan hệ giữa thanh toán số và sự chấp nhận của khách hàng Việt Nam. Do đó, tác giả đề xuất một mô hình bao gồm tất cả các giả thuyết trên: H1, H2a & H2b, H3, H4, H5a & H5b, H6, H7a & H7b & H7c, H7d. Mô hình nghiên cứu được đề xuất cho các nhân tố định hướng sự chấp nhận sử dụng thanh toán số tại Việt Nam, dựa trên các giả thuyết với các nhân tố có ảnh hưởng tích cực đến sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam.

#### IV. Phương pháp luận nghiên cứu

Để kiểm định mô hình và các giả thuyết được xây dựng, phương pháp nghiên cứu định lượng

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



được sử dụng trong nghiên cứu này. Các thang đo được sử dụng lại từ nghiên cứu được nêu trong giả thuyết vì tính tương đồng về tính chất và ngữ cảnh nghiên cứu. Để thích ứng các thang đo với ngữ cảnh nghiên cứu hiện tại, nhóm đã tiến hành phỏng vấn chuyên sâu đối với 7 sinh viên là người sử dụng thanh toán số tại Hà Nội. Kết quả thu được đã cho phép chúng tôi hiệu chỉnh thang đo và xây dựng bảng hỏi qua Google Forms phục vụ cho cuộc khảo sát trực tuyến được thực hiện vào tháng 5 và 6 năm 2021. Đề nghiên cứu thực địa, chúng tôi tập trung vào nghiên cứu sự chấp nhận sử dụng thanh toán số của khách hàng tại Việt Nam, cụ thể Hà Nội. Tổng số có 739 người tham gia cuộc khảo sát, tất cả trong độ tuổi trên 18 tuổi và ở Việt Nam, trong đó mẫu hợp lệ để phân tích là 377.

Dữ liệu định lượng thu thập được đầu tiên sẽ phân tích trên phần mềm SPSS. Các kỹ thuật phân tích được sử dụng ở giai đoạn này bao gồm: (1) thống kê mô tả nhằm kiểm tra chất lượng dữ liệu; (2) phân tích nhân tố sơ bộ (EFA) trên từng nhân tố nhằm sàng lọc những thang đo (items) không phù hợp; (3) tính hệ số alpha Cronbach nhằm kiểm tra sơ bộ độ tin cậy của thang đo. Kết quả phân tích cho thấy các thang đo (items) đã được hiệu chỉnh và các nhân tố được đưa vào mô hình nghiên cứu là phù hợp, các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy với hệ số alpha Cronbach lớn hơn 0.6.

Ở giai đoạn tiếp theo, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) trên phần mềm AMOS đối với từng nhân tố trước khi tiến hành CFA trên mô hình tổng thể được tiến hành nhằm giá trị hóa công cụ đo lường. ác mô hình đo lường được ước lượng theo kỹ thuật Maximum Likelihood. Để đánh giá sự phù hợp của mô hình với dữ liệu, các chỉ số với các ngưỡng xem xét được sử dụng theo gợi ý của (Chin, 1998; Haenlein & Kaplan, 2004; Hair, 2009; Hair và cộng sự, 2013). Kết quả CFA trên mô hình

tổng thể cho thấy tất cả các chỉ số đo lường sự phù hợp của mô hình đều vượt qua ngưỡng giá trị chấp nhận đặt ra, với  $\chi^2 = 416,115$ ,  $df = 278$ ,  $CMIN/DF = 1,497$ ,  $GFI = 0,922$ ,  $TLI (rho2) = 0,974$ ,  $CFI = 0,977$ ,  $RMSEA = 0,036$ . Như vậy, có thể thấy mô hình phù hợp với dữ liệu thu thập được. Với kết quả CFA, theo gợi ý của Roussel & cộng sự (2007), việc đánh giá độ tin cậy và tính hiệu lực của thang đo được tiến hành bằng cách tính toán model validity measures. Như vậy, độ tin cậy và tính hiệu lực của các thang đo được đảm bảo.

V. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

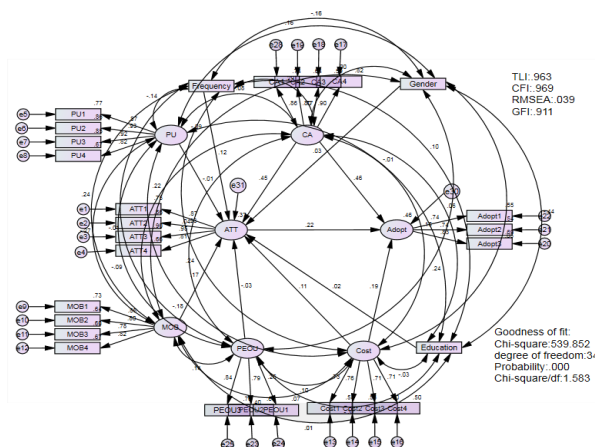
Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu của mô hình nghiên cứu, phương pháp phân tích mô hình Path và CB-SEM trên phần mềm AMOS v.23 được sử dụng. Các tiêu chuẩn để kiểm định được sử dụng giống như trong giai đoạn CFA để kiểm định các mô hình đo lường. Các thông tin chi tiết về mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu và giả thuyết được trình bày trong bảng 2 và 3, và các thông tin về thang đo đã chỉnh sửa cùng hệ số Alpha Cronbach được trình bày trong bảng 1 và 2.

Bảng 1: Thang đo đã chỉnh sửa và hệ số Cronbach's Alpha

Các thang đo	Nội dung các thang đo (Items)	Cronbach's Alpha
Nhận thức của người tiêu dùng (CA)	Trong một mối quan hệ thương mại mới, tôi phải cẩn thận cho đến khi tôi nhìn thấy bằng chứng về độ tin cậy của một công ty.	0,900
	Tôi rất quen thuộc với thanh toán số.	
	Tôi biết về các dịch vụ/ ứng dụng thanh toán di động ở Việt Nam.	
	Tôi có (các) kinh nghiệm tích cực trong việc thực hiện thanh toán số.	
Tính cảm nhận hữu ích (PU)	Sử dụng thanh toán số trong các giao dịch của tôi giúp tôi kiểm soát công việc tốt.	0,934
	Sử dụng thanh toán số trong các giao dịch của tôi sẽ nâng cao hiệu công việc.	
	Tôi thấy thanh toán số hữu ích với tôi.	
	Sử dụng thanh toán số giúp dễ dàng trong công việc hơn.	

Các thang đo	Nội dung các thang đo (Items)	Cronbach's Alpha
Tính cảm nhận dễ sử dụng (PEOU)	Tôi thấy dễ dàng áp dụng tài khoản thanh toán số trong các giao dịch của mình.	<b>0,647</b>
	Sử dụng thanh toán số rất dễ dàng và dễ hiểu.	
	Sử dụng thanh toán số linh hoạt hơn để làm việc so với thanh toán truyền thống.	
Thái độ (ATT)	Sử dụng dịch vụ thanh toán số là một ý kiến hay.	<b>0,938</b>
	Sử dụng dịch vụ thanh toán số là khôn ngoan và có lợi	
	Tôi nghĩ rằng việc sử dụng thanh toán số trong công việc là có giá trị. Tôi nghĩ rằng đó là một xu hướng sử dụng thanh toán số trong công việc.	
Tính di động (MOB)	Tính di động giúp tôi có thể theo dõi và đánh giá theo thời gian thực các giao dịch và thanh toán số.	<b>0,885</b>
	Tính di động dựa trên thiết bị thông minh di động là một lợi thế nổi bật của thanh toán số.	
	Tôi tin rằng thanh toán số không phụ thuộc vào không gian và thời gian.	
	Tôi có thể sử dụng thanh toán số bất cứ khi nào, bất cứ nơi nào.	
Cảm nhận giá (Cost)	Chi phí sử dụng thanh toán số cao hơn so với sử dụng các kênh giao dịch ngân hàng khác.	<b>0,819</b>
	Chi phí kết nối 4G, 5G đắt hơn các kết nối di động khác.	
	Việc thiết lập thiết bị di động để sử dụng thanh toán số khiến tôi tốn rất nhiều tiền.	
	Sử dụng dịch vụ thanh toán số là gánh nặng chi phí đối với tôi.	
Chấp nhận sử dụng (Adopt)	Tôi có xu hướng và thích sử dụng các thanh toán số trong công việc của mình.	<b>0,809</b>
	Tôi tăng số lần thanh toán số trong công việc.	
	Tôi sẽ khuyến nghị những người khác sử dụng hệ thống thanh toán số.	

Hình 2: SEM in AMOS



Bảng 2: Kết quả đánh giá mô hình phù hợp (Model Fit)

Đo lường	Đánh giá	Ngưỡng	Giải thích
CMIN	539,852	--	--
DF	341	--	--
CMIN/DF	1,583	Giữa 1 và 3	Rất tốt
CFI	0,969	>0,95	Rất tốt
SRMR	0,044	<0,08	Rất tốt
RMSEA	0,039	<0,06	Rất tốt
PClose	0,998	>0,05	Rất tốt

Hu và Bentler (1999) và Gaskin, J. & Lim, J. (2016), Mô hình phù hợp của mô hình nghiên cứu được chấp nhận như trên Hình 3.

Nhóm nghiên cứu kiểm tra giả thuyết H7d với biến điều tiết “kinh nghiệm trải nghiệm” (Experience) bằng phương pháp phân tích mô hình Path trong AMOS v.23

Theo kết quả cho thấy chỉ có Thái độ (Attitude) và Sự chấp nhận sử dụng (Adopt) là có P-Value <0.05. Còn lại đều có P-Value >0.05. Do đó, giả thuyết H7d về biến điều tiết bị bác bỏ.

Hình 3: Kết quả Path model trong AMOS



**Bảng 3: Mối quan hệ giữa các khái niệm và kết quả kiểm định các giả thuyết**

Giả thuyết	Mối quan hệ	P-value	Kết quả
H3	ATT <--- PU	0,766	Bác bỏ
H4	ATT <--- MOB	0,002	Ủng hộ
H1	ATT <--- PEOU	0,575	Bác bỏ
H2a	ATT <--- Cost	0,043	Ủng hộ
H5a	ATT <--- CA	***	Ủng hộ
H7b	ATT <--- Frequency	0,009	Ủng hộ
H7c	ATT <--- Gender	0,596	Bác bỏ
H7a	ATT <--- Education	0,713	Bác bỏ
H6	Adopt <--- ATT	***	Ủng hộ
H2b	Adopt <--- Cost	***	Ủng hộ
H5b	Adopt <--- CA	***	Ủng hộ
H7d	Adopt <--- Experience	0,07	Bác bỏ
	Adopt <--- ATT	***	
	Adopt <--- Int_ExtAtt	0,888	

Kết quả kiểm định cho thấy sự phù hợp giữa mô hình và dữ liệu.  $R^2$  của Adopt là 0,84. Điều này có nghĩa là 84% sự biến thiên của Sự chấp nhận sử dụng (Adopt) được giải thích bởi các biến ngoại sinh. Kết quả kiểm định cũng cho thấy các giả thuyết: H4, H2a, H2b, H5a, H5b, H6, H7b có ý nghĩa với  $p < 0,05$  nhỏ hơn ngưỡng chấp nhận ( $p < 0,05$ ). Với kết quả trên, có thể thấy, các giả thuyết khác (H3, H1, H7a, H7c, H7d) đều bị bác bỏ do có  $p > 0,05$ .

## VI. Kết luận và đề xuất

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm giải thích các nhân tố định hướng sự chấp nhận sử dụng thanh toán số tại Việt Nam. Cụ thể, nghiên cứu đã đề xuất 12 giả thuyết về sự chấp nhận của 2 nhóm động cơ: bên ngoài (nhu cầu về lợi ích vật chất, nhu cầu hòa đồng xã hội, nhu cầu học hỏi) và bên trong (sự đồng cảm, nhu cầu tự thể hiện bản thân và nhu cầu giải trí). Kết quả kiểm định giả thuyết cho thấy 7 trên 12 giả thuyết được đề xuất được chấp nhận. Kết quả nghiên cứu gợi ý rằng muốn thúc đẩy sự chấp nhận sử dụng thanh toán số tới những người tiêu dùng Việt Nam và để họ chấp nhận sử dụng các phương pháp thanh toán số thì các thông điệp truyền thông phải nhắm tới chi phí, dễ dàng sử dụng và tiện lợi.

Điều này đã làm hạn chế khả năng nhân rộng của kết quả nghiên cứu và làm giảm giá trị của nghiên cứu hiện tại. Những hạn chế trên đây có thể mở ra một số hướng cho những nghiên cứu trong tương lai. Cụ thể, các nhà nghiên cứu trong tương

lai nên mở rộng phạm vi nghiên cứu so với nghiên cứu này, như nghiên cứu các nhóm người sử dụng thanh toán số như: các sản phẩm fintech hay coins, tokens và cho những lĩnh vực kinh doanh khác có nhu cầu sử dụng thanh toán số.

### Tài liệu tham khảo:

Alqatan, S., Singh, D., & Kamsuriah, A. (2012). Study on success factors to enhance customer trust for mobile commerce in small and medium-sized tourism enterprises (SMTEs) - A conceptual model. *Journal of Theoretical & Applied Information Technology*, 46(2), 550.

Andreev, P., Pliskin, N., Rafaeli, S.: Drivers and inhibitors of mobile-payment adoption by smartphone users. *Int. J. E-Business Res.* 8, 50–67 (2012).

Augsburg, C., Hedman, J.: Value added services and adoption of mobile payments. In: *Proceedings of the 16th International Conference on Electronic Commerce*, 5–6 August 2014. ICEC, Philadelphia (2014).

Bannister, F., Connolly, R.: Trust and transformational government: A proposed framework for research. *Government Information Quarterly*, Volume 28, Issue 2, Pages 137-147, 2011.

Bean, C.: How for Long? Causes and Consequences of Persistently Low Interest Rates, *Geneva Reports on the World Economy* 17, 2015.

Berrado, A. et al.: Using data mining techniques to investigate the factors influencing mobile payment adoption in Morocco, *8th International Conference on Intelligent Systems: Theories and Applications (SITA)*, Rabat, pp. 1-5, 2013.

Cakir, R.; Solak, E. Attitude of Turkish EFL Learners towards e-Learning through Tam Model. *Procedia Soc. Behav. Sci.* 2015, 176, 596–601.

Chandra, S., Srivastava, S., & Theng, Y. (2010). Evaluating the role of trust in consumer adoption of mobile payment systems: an empirical analysis. *Communications of the Association for Information Systems*, 27(1).

Chen, L.-D., Nath, R.: Determinants of mobile payments: an empirical analysis. *J. Int. Technol. Inf. Manag.* 17(1), 2 (2008).

Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2002). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of Retailing*, 77(4), 511-535.

Chin, W. W. (1998). *The partial least squares approach for structural equation modeling Modern methods for business research* (pp. 295-336). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Chiravuri, A., & Nazareth, D. (2001). Consumer trust in electronic commerce: an alternative framework using technology acceptance. Paper presented at the *Seventh Americas Conference on Information Systems*, Boston, USA.

Cho, D.Y., Kwon, H.J. and Lee, H.Y. (2007). Analysis of trust in internet and mobile commerce adoption, *Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Science*, Hawaii, USA.

Corbitt, B. J., Thanasankit, T., & Yi, H. (2003). Trust and e-commerce: a study of consumer perceptions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2(3), 203-215.

Davis, F.D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Q.* 1989, 13, 319–340.



# NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN CHO CHƯƠNG TRÌNH XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI

Nguyễn Tiến Trường\*

*Xây dựng nông thôn mới, phát triển kinh tế nông thôn, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của nông dân, giảm dần khoảng cách giàu nghèo giữa người dân nông thôn với thành thị, bảo vệ môi trường là nhiệm vụ chiến lược lâu dài, là cơ sở để đảm bảo an ninh, trật tự, ổn định tình hình chính trị, phát triển kinh tế - xã hội hài hòa và bền vững. Xây dựng nông thôn mới là một quá trình lâu dài và đòi hỏi phải có nguồn vốn lớn. Trong bài viết này tác giả phân tích thực trạng huy động vốn cho xây dựng nông thôn mới trong giai đoạn 2011-2019, đưa ra một số giải pháp để nâng cao hiệu quả huy động vốn cho thực hiện Chương trình xây dựng nông thôn mới.*

• Từ khóa: xây dựng nông thôn mới; huy động vốn; vốn.

*Building new rural areas, developing rural economy, improving the material and spiritual life of farmers, reducing the gap between rich and poor rural and urban people, and protecting the environment are strategic tasks in the long term. These are the basis for ensuring security, order, stabilizing the political situation, developing socio-economic harmoniously and sustainably. New rural construction is a long-term process and requires large capital. While our country is still poor, the state budget revenue is limited, the income and accumulation of rural people is low, many localities in the country have been facing many difficulties about mobilizing capital for Program. In this article, the author analyzes the situation of mobilizing capital for new rural construction in the period of 2011-2019, offer some solutions to improve the efficiency of mobilizing capital for the new rural construction program.*

• Keywords: building new rural areas; mobilizing capital; capital.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phản biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

việc huy động vốn từ nguồn vốn đối ứng của địa phương có sự cải thiện rõ rệt. Nguồn huy động từ nội lực ngân sách địa phương còn thấp chỉ đạt 82.839 tỷ đồng, chiếm 9,89%. Nguồn vốn trực tiếp cấp cho Chương trình từ NSTW là 15.624 tỷ đồng, chiếm 1,86%, bao gồm từ nguồn trái phiếu chính phủ, vốn đầu tư phát triển và vốn sự nghiệp.

*Giai đoạn 2016-2019:* Nguồn vốn đối ứng từ ngân sách địa phương cho chương trình là nguồn vốn chủ yếu chiếm tỷ trọng cao nhất (11,56%) có sự gia tăng so với giai đoạn 2011-2015, điều đó cho thấy việc huy động vốn từ nguồn vốn đối ứng của địa phương có sự cải thiện rõ rệt. Nguồn huy động từ vốn lồng ghép từ các Chương trình dự án có giảm so với giai đoạn trước chỉ đạt 136.574 tỷ đồng chiếm 9,23%. Nguồn vốn trực tiếp cấp cho Chương trình từ NSTW là 34.241 tỷ đồng chiếm 2,31%, mặc dù nguồn vốn này còn rất hạn chế tuy nhiên đã có sự gia tăng so với giai đoạn 2011-2015 hơn gấp đôi (219%) tương ứng 18.617 tỷ đồng.

Tổng số vốn huy động từ NSNN cho XD NTM trong cả hai giai đoạn là 610.560 tỷ đồng. Cơ cấu nguồn vốn huy động từ NSNN có sự khác biệt khá lớn giữa các vùng và các giai đoạn cụ thể:

## Thực trạng huy động vốn cho Chương trình xây dựng nông thôn mới

### Huy động vốn từ nguồn ngân sách nhà nước

*Giai đoạn 2011-2015:* Nguồn vốn lồng ghép từ các chương trình, dự án là nguồn vốn chủ yếu chiếm tỷ trọng cao nhất (20,32%) có sự gia tăng so với giai đoạn 2011-2015, điều đó cho thấy

\* Cục thuế Hà Nội

*Giai đoạn 2011-2015:* Nguồn vốn đầu tư trực tiếp từ ngân sách trung ương cho xây dựng NTM trong cả nước đạt mức 15.624 tỷ đồng (chiếm 5,82% nguồn từ NSNN), trong đó nguồn vốn này đạt mức cao nhất là vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ (5.246 tỷ đồng, chiếm 1,95%) thấp nhất là vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên (2.621 tỷ đồng, chiếm 0,98%). Nguồn huy động từ NS địa phương cả nước đạt 82.839 tỷ đồng (chiếm 30,83%) trong đó nguồn vốn này đạt mức cao nhất là vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ (39.247 tỷ đồng, chiếm 14,61%) và thấp nhất là vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên (7.025 tỷ đồng, chiếm 2,61%). Nguồn vốn lồng ghép từ những chương trình, dự án khác trong cả nước đạt 170.212 tỷ đồng, chiếm 63,35%, trong đó nguồn vốn này đạt mức cao nhất là miền núi phía Bắc (47.796 tỷ đồng, chiếm 17,79%) và thấp nhất là vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên (34.381 tỷ đồng, chiếm 12,8%).

*Giai đoạn 2016-2019:* Nguồn vốn đầu tư trực tiếp từ ngân sách trung ương cho xây dựng NTM trong cả nước đạt mức 34.241 tỷ đồng (chiếm 10,02% nguồn từ NSNN), trong đó nguồn vốn này đạt mức cao nhất là miền núi phía Bắc (12.497 tỷ đồng chiếm 3,66%) thấp nhất là vùng Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long (6.163 tỷ đồng, chiếm 1,8%). Nguồn huy động từ NS địa phương cả nước đạt 171.070 tỷ đồng (chiếm 50,04%), trong đó nguồn vốn này đạt mức cao nhất là vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ (92.987 tỷ đồng, chiếm 27,2%), thấp

nhất là miền núi phía Bắc (12.233 tỷ đồng, chiếm 3,58%). Nguồn vốn lồng ghép từ những chương trình, dự án khác trong cả nước đạt 136.574 tỷ đồng, chiếm 39,95%, trong đó nguồn vốn này đạt mức cao nhất là vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ (39.205 tỷ đồng chiếm 11,47%), thấp nhất là vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên (26.582 tỷ đồng, chiếm 7,78%).

### Huy động vốn từ nguồn ngoài ngân sách nhà nước

#### *Giai đoạn 2011-2015*

Nguồn vốn tín dụng: đây là nguồn vốn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng số vốn huy động ngoài ngân sách. Tổng số vốn tín dụng huy động trong giai đoạn này là 419.282 tỷ đồng (chiếm 73,67%) trong đó nguồn vốn này đạt mức cao nhất Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long là 164.794 tỷ đồng (chiếm 28,96%), thấp nhất là miền núi phía Bắc đạt 62.720 tỷ đồng (chiếm 11,02%).

Nguồn vốn huy động từ doanh nghiệp cho xây dựng NTM cả nước đạt 43.386 tỷ đồng (chiếm 7,62%), đây là nguồn vốn huy động chiếm tỷ trọng thấp nhất, trong đó vùng đạt giá trị cao nhất là miền núi phía Bắc (16.695 tỷ đồng, chiếm 3%), thấp nhất là vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên (4.041 tỷ đồng, chiếm 0,71%).

Nguồn vốn huy động từ cộng đồng, người dân tự động đóng góp và nguồn vốn khác cho xây dựng NTM cả nước là 106.463 tỷ đồng, chiếm 18,71%, trong đó vùng đạt vốn huy động cao nhất Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long

**Bảng 1. Vốn huy động từ NSNN cho xây dựng nông thôn mới phân theo vùng giai đoạn 2011-2019**

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Khu vực	Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ		Đông Nam Bộ và ĐBS Cửu Long		Duyên hải NTB và Tây Nguyên		Miền núi phía Bắc		Tổng	Tỷ trọng
<b>Giai đoạn 2011-2015</b>										
Ngân sách Trung ương	5.246	1,95%	3.063	1,14%	2.621	0,98%	4.694	1,75%	15.624	5,82%
Đối ứng ngân sách địa phương	39.247	14,61%	29.308	10,91%	7.025	2,61%	7.259	2,70%	82.839	30,83%
Lồng ghép từ những chương trình, dự án khác	40.291	15,00%	47.744	17,77%	34.381	12,80%	47.796	17,79%	170.212	63,35%
<b>Giai đoạn 2016-2019</b>										
Ngân sách Trung ương	9.117	2,67%	6.163	1,80%	6.464	1,89%	12.497	3,66%	34.241	10,02%
Đối ứng ngân sách địa phương	92.987	27,20%	52.173	15,26%	13.677	4,00%	12.233	3,58%	171.070	50,04%
Lồng ghép từ những chương trình, dự án khác	39.205	11,47%	33.817	9,89%	26.582	7,78%	36.970	10,81%	136.574	39,95%

Nguồn: [1], [2], [3], [4], [5]

(42.211 tỷ đồng, chiếm 7,42%), thấp nhất là vùng miền núi phía Bắc (12.065 tỷ đồng, chiếm 2%).

#### Giai đoạn 2016-2019

Nguồn vốn tín dụng: trong giai đoạn này nguồn vốn tăng 2,3 lần so với giai đoạn 2011-2015, đạt mức 967.429 tỷ đồng, chiếm 85,02%. Trong đó vùng đạt mức huy động từ nguồn này lớn nhất là vùng Đồng bằng sông Cửu Long (470.759 tỷ đồng, chiếm 41,37%), thấp nhất là miền núi phía Bắc (104.338 tỷ đồng chiếm 9,17%).

Nguồn vốn huy động từ doanh nghiệp trong giai đoạn này 78.142 tỷ đồng, mặc dù so với giai đoạn trước tăng gần gấp 2 lần nhưng tỷ trọng của nguồn vốn này trong giai đoạn lại sụt giảm chỉ chiếm 6,87%. Huy động nguồn vốn này có sự biến động so với giai đoạn 2011-2015, trong đó vùng huy động nguồn vốn từ doanh nghiệp lớn nhất là Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ (35.903 tỷ đồng, chiếm 3,2%), thấp nhất là vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên (4.239 tỷ đồng, chiếm 0,37%).

Nguồn vốn huy động từ cộng đồng, người dân tự đóng góp và nguồn vốn khác đạt 92.325 tỷ đồng, chiếm 8,11%, có thể thấy nguồn vốn này có sự sụt giảm đáng kể so với giai đoạn 2011-2015, giảm 14.138 tỷ đồng, trong giai đoạn này tỷ trọng của nguồn vốn này thấp chỉ chiếm 8,11%.

Theo Tổng điều tra dân số năm 2019, dân số khu vực nông thôn là 63.149.249 người, chiếm 65,6% dân số cả nước. Như vậy, mỗi người dân nông thôn đóng góp vào Chương trình xây dựng

nông thôn mới giai đoạn 2011-2019 số tiền bình quân là 3.147.908 đồng/người.

#### Đánh giá thực trạng huy động vốn cho Chương trình xây dựng nông thôn mới

##### Những kết quả đạt được

*Thứ nhất*, xác định rõ nguồn lực và tỷ lệ đóng góp của nguồn lực đó cho Chương trình xây dựng NTM. Nguồn lực huy động để thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới được quy định tại Quyết định số 800/QĐ-TTg ngày 04/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ bao gồm: (i) Ngân sách (bao gồm NSTW và NSDP) chiếm tỷ trọng lớn nhất (khoảng 40%); (ii) Vốn tín dụng (khoảng 30%); (iii) Vốn từ các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế khác (khoảng 20%); (iv) Huy động đóng góp của cộng đồng dân cư (khoảng 10%).

*Thứ hai*, nguồn vốn huy động cho Chương trình xây dựng NTM khá đa dạng. Nguồn vốn được huy động từ nguồn NSNN bao gồm: Vốn trực tiếp từ ngân sách trung ương, vốn đối ứng của NSDP và vốn lồng ghép từ các chương trình dự án khác. Nguồn vốn huy động ngoài NSNN bao gồm: vốn tín dụng, vốn từ các DN, vốn huy động từ cộng đồng, người dân tự đóng góp và nguồn vốn khác.

*Thứ ba*, kết quả huy động vốn cho Chương trình xây dựng NTM rất khả quan. Cụ thể, trong cả giai đoạn 2011-2019, số vốn huy động cho chương trình đạt 1.930.802 tỷ đồng, trong đó vốn từ NSNN là 502.137 tỷ đồng, chiếm 26,01%. Số

**Bảng 2. Vốn huy động từ ngoài NSNN cho xây dựng nông thôn mới phân theo vùng giai đoạn 2011-2019**

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Khu vực	Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ		Đồng Nam Bộ và ĐBS Cửu long		Duyên hải NTB và Tây Nguyên		Miền núi phía Bắc		Tổng	Tỷ trọng
<b>Giai đoạn 2011-2015</b>										
Tín dụng	95.804	16,8%	164.794	28,96%	95.964	16,86%	62.720	11,02%	419.282	73,67%
Doanh nghiệp	10.730	1,9%	11.947	2%	4.014	0,71%	16.695	3%	43.386	7,62%
Cộng đồng, người dân tự động đóng góp và nguồn vốn khác	38.708	6,8%	42.211	7,42%	13.479	2,37%	12.065	2%	106.463	18,71%
<b>Giai đoạn 2016-2019</b>										
Tín dụng	241.606	21,2%	470.759	41,37%	150.726	13,25%	104.338	9,17%	967.429	85,02%
Doanh nghiệp	35.903	3,2%	33.171	2,92%	4.239	0,37%	4.829	0,42%	78.142	6,87%
Cộng đồng, người dân tự động đóng góp và nguồn vốn khác	40.753	3,6%	37.342	3,28%	6.066	0,53%	8.164	0,72%	92.325	8,11%

Nguồn: [1], [2], [3], [4], [5]

vốn ngoài NSNN huy động cho Chương trình xây dựng NTM là 1.428.665 tỷ đồng (chiếm 73,99%)

*Thứ tư*, việc quy định về quản lý và sử dụng vốn NSNN được quy định cụ thể, rõ ràng, chi tiết tới từng nội dung của Chương trình nông thôn mới. Các nội dung NSNN hỗ trợ 100% hay hỗ trợ một phần từ NSNN được quy định chi tiết tại điểm 3 mục IV của Quyết định số 800/QĐ-TTg. Điều này giúp địa phương chủ động trong xây dựng kế hoạch Chương trình nông thôn mới.

*Thứ năm*, việc quản lý và sử dụng vốn cho Chương trình xây dựng nông thôn mới đảm bảo tính công khai, minh bạch phù hợp với nhu cầu của người dân.

#### **Những hạn chế, tồn tại**

*Thứ nhất*, nguồn vốn huy động cho chương trình xây dựng NTM chưa tương xứng với tinh thần của Quyết định số 800/QĐ-TTg ngày 04/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ, theo quyết định này vốn NSNN chiếm 40%, vốn từ các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế khác (khoảng 20%); Huy động đóng góp của cộng đồng dân cư (khoảng 10%) tuy nhiên trong giai đoạn 2011-2019 vốn NSNN huy động cho Chương trình chỉ chiếm 26,01%, Vốn từ các DN chiếm 5,82% và cộng đồng dân cư đóng góp là 9,56%.

*Thứ hai*, nguồn huy động từ xã hội hóa đối với Chương trình nông thôn mới chưa cao, nguồn lực huy động từ dân cư, doanh nghiệp có xu hướng tăng trong những năm đầu thực hiện nhưng sau đó giảm mạnh.

*Thứ ba*, nguồn vốn huy động cho Chương trình xây dựng NTM chưa đồng đều giữa các vùng. Đa phần nguồn vốn huy động cho xây dựng NTM đặc biệt là nguồn vốn ngoài NSNN chỉ tập trung ở các vùng đông dân cư như Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ; Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long. Còn lại các vùng khác nguồn vốn này khá khiêm tốn.

#### **Một số giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn cho xây dựng nông thôn mới**

*Một là*, tăng cường công tác quy hoạch và quản lý xây dựng nông thôn mới dân chủ, công khai, minh bạch.

*Hai là*, xác định rõ danh mục các dự án ưu tiên đầu tư trong từng giai đoạn, trên cơ sở kết quả rà soát quy hoạch, các địa phương cần xác định danh mục các dự án ưu tiên đầu tư theo nguyên tắc ưu tiên cho những công trình thiết thực, phù hợp với khả năng đảm bảo vốn đầu tư.

*Ba là*, tích cực cải thiện môi trường đầu tư và đẩy mạnh hoạt động xúc tiến đầu tư phát triển nông nghiệp và xây dựng NTM.

*Bốn là*, đa dạng hoá nguồn vốn huy động để triển khai thực hiện Chương trình xây dựng NTM.

*Năm là*, tăng cường nâng cao năng lực công tác của đội ngũ cán bộ cơ sở. Đội ngũ cán bộ cơ sở là những người trực tiếp xây dựng kế hoạch, đề ra những biện pháp và trực tiếp tổ chức thực thi các nguồn lực huy động nguồn lực tài chính cho xây dựng NTM, vì vậy nâng cao năng lực mọi mặt cho đội ngũ này có vai trò rất quan trọng trong việc tổ chức huy động nguồn lực tài chính cho xây dựng NTM.

#### **Tài liệu tham khảo:**

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Dự thảo Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ; định hướng xây dựng nông thôn mới giai đoạn sau năm 2020.

2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Dự thảo Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới vùng Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long, định hướng thực hiện giai đoạn sau năm 2020.

3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Dự thảo Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên, định hướng thực hiện giai đoạn sau năm 2020.

4. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Dự thảo Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới khu vực miền núi phía Bắc và định hướng giai đoạn sau năm 2020.

5. Đoàn Thị Hân (2017) "Huy động và sử dụng các nguồn lực tài chính thực hiện chương trình xây dựng Nông thôn mới tại các tỉnh trung du và miền núi phía Bắc Việt Nam", Luận án tiến sĩ, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương - Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÌNH HÌNH HUY ĐỘNG VÀ SỬ DỤNG NGUỒN LỰC TÀI CHÍNH TẠI CÁC BỆNH VIỆN CÔNG LẬP Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

TS. Nguyễn Thị Thanh\*

Các bệnh viện công thực hiện nhiệm vụ khám, chữa bệnh, cung cấp các dịch vụ y tế cho xã hội. Nguồn tài chính của bệnh viện công phụ thuộc vào quyền tự chủ tài chính của bệnh viện công, có thể từ ngân sách nhà nước; doanh thu cung cấp dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh; phí thu nhập; vốn vay, viện trợ, tài trợ và các nguồn thu khác theo quy định của pháp luật... Việc huy động và sử dụng các nguồn lực tài chính tại các bệnh viện công ở Việt Nam chịu tác động của nhiều yếu tố trong đó có yếu tố khách quan (ví dụ: sự phát triển của nền kinh tế; cơ chế, chính sách của quốc gia; sự phát triển của khoa học công nghệ và hội nhập quốc tế) và các yếu tố chủ quan (Đặc điểm hoạt động của bệnh viện công; chiến lược phát triển của bệnh viện công; cơ chế quản lý tài chính của bệnh viện; vị thế và thương hiệu của bệnh viện công; cơ cấu tổ chức của bệnh viện;...). Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc huy động và sử dụng các nguồn lực tài chính của bệnh viện công sẽ giúp các nhà quản lý đưa ra các giải pháp tiên tiến.

• Từ khóa: nguồn tài chính; bệnh viện công cộng; hệ số; huy động các nguồn tài chính; sử dụng các nguồn tài chính;...

Public hospitals are in charge of medical examination and treatment, providing medical services for society. Financial resources of public hospitals depend on the financial autonomy of public hospitals, which may come from the state budget; revenue from the provision of medical examination and treatment services; fee collection; borrowed capital, aid, sponsorship and other sources of revenue as prescribed by law... Mobilizing and using financial resources at public hospitals in Vietnam is influenced by many factors including objective factors (e.g. the development of the economy; national mechanisms and policies; the development of science and technology and international integration..) and subjective factors (Operating characteristics of the public hospital; the development strategy of the public hospital; the financial management mechanism of the hospital; the position and brand of the public hospital; the organizational structure of the hospital;...). Studying the factors affecting the mobilization and use of financial resources of the public hospital will help the managers to come up with advanced solutions.

• Keywords: financial resources; public hospital; factor; mobilizing financial resources; use of financial resources;...

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phản biện: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

Bệnh viện công lập là bệnh viện do cơ quan Nhà nước có thẩm quyền thành lập, có tư cách pháp nhân, có chức năng khám, chữa bệnh, cung cấp dịch vụ y tế cho xã hội và thực hiện các nghiệp vụ chuyên môn về y tế theo quy định.

Nguồn lực tài chính của các bệnh viện công lập là phạm trù kinh tế, phản ánh các mối quan hệ giữa các bệnh viện công lập với Nhà nước và các chủ thể khác trong quá trình tạo lập và sử dụng các quỹ tiền tệ nhằm thực hiện các nhiệm vụ mà Nhà nước giao.

Tùy thuộc vào mức độ tự chủ tài chính của các bệnh viện công lập mà nguồn lực tài chính huy động tại các bệnh viện công lập bao gồm các nguồn như Nguồn NSNN hỗ trợ phần chi phí chưa kết cấu trong giá dịch vụ y tế (NSNN cấp chi thường xuyên theo chế độ, tiêu chuẩn, định mức phân bổ dự toán ngân sách được cấp có thẩm quyền phê duyệt; nguồn NSNN cấp cho các dịch vụ không thường xuyên như kinh

\* Học viện Tài chính

phí thực hiện nhiệm vụ khoa học đối với đơn vị không phải là tổ chức khoa học - công nghệ; kinh phí theo chương trình mục tiêu quốc gia và chương trình dự án khác; kinh phí mua sắm trang thiết bị phục vụ hoạt động sự nghiệp...); nguồn thu từ hoạt động cung ứng dịch vụ khám, chữa bệnh (bao gồm cả nguồn NSNN đặt hàng cung cấp dịch vụ khám, chữa bệnh theo giá tính đủ chi phí; Nguồn thu phí theo pháp luật về phí và lệ phí được khấu trừ, để lại chi thường xuyên và chi mua sắm, sửa chữa lớn trang thiết bị, tài sản phục vụ công tác thu phí; Nguồn vốn vay, nguồn viện trợ, tài trợ và nguồn thu khác theo quy định pháp luật.

Bên cạnh đó tùy thuộc vào mức tự chủ tài chính mà sử dụng nguồn lực tài chính gồm các nội dung như: Chi thường xuyên (Tiền lương, tiền công, phụ cấp lương và các khoản trích nộp theo lương, các khoản thanh toán khác cho cán bộ, viên chức; chi dịch vụ công cộng; chi chuyên môn nghiệp vụ...); chi không thường xuyên; chi đầu tư từ quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp...

Tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính tại các bệnh viện công lập ở Việt Nam chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố, bao gồm cả nhân tố khách quan và nhân tố chủ quan.

**\* Về nhân tố khách quan:** Nhân tố khách quan ảnh hưởng đến tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính tại các bệnh viện công lập, đó là sự phát triển của nền kinh tế; cơ chế, chính sách của nhà nước; sự phát triển của Khoa học công nghệ và hội nhập quốc tế.

**Thứ nhất,** sự phát triển của nền kinh tế

Sự phát triển của nền kinh tế là yếu tố quan trọng tác động đến mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội. Khi xã hội càng phát triển thì nhu cầu cần chăm sóc sức khỏe của người dân trong xã hội càng tăng lên, yêu cầu đòi hỏi đội ngũ cán bộ y tế phải nâng cao trình độ, trang thiết bị y tế ngày càng hiện đại, môi trường hoạt động cần phải chuyên nghiệp. Yêu cầu đặt ra đối với các bệnh viện công lập ngày càng cao như cần phải bồi dưỡng, đào tạo nguồn nhân lực có trình độ cao, áp dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật hiện đại vào công tác khám, chữa bệnh... Như vậy,

cần huy động nguồn lực tài chính đảm bảo cho hoạt động của bệnh viện công lập phát triển bền vững. Bên cạnh đó, để nâng cao vị thế của Bệnh viện trong giai đoạn nền kinh tế phát triển, nhu cầu xã hội về khám, chữa bệnh tăng thì đòi hỏi các bệnh viện công lập phải sử dụng có hiệu quả các nguồn lực tài chính như chi thường xuyên, nhất là chi lương, tiền công; chi cho đầu tư trang thiết bị y tế phục vụ công tác khám, chữa bệnh; chi sửa chữa, nâng cấp bệnh viện... Chính vì vậy, sự phát triển của nền kinh tế sẽ ảnh hưởng rất lớn đến tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính tại các bệnh viện công lập hiện nay.

**Thứ hai,** cơ chế, chính sách của Nhà nước đối với các bệnh viện công lập

Việc ban hành các chính sách của Nhà nước đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của các bệnh viện công lập mà phải kể đến đó là tình hình huy động và sử dụng các nguồn lực tài chính của các bệnh viện công lập. Cụ thể những chính sách tác động đến tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính của bệnh viện công lập như các văn bản về tự chủ tài chính đơn vị sự nghiệp; tự chủ tài chính Bệnh viện, tổ chức bộ máy, chế độ bảo hiểm Y tế cho người bệnh; bảo hiểm nghề nghiệp,... Cơ chế phân bổ NSNN; chính sách giá và phí dịch vụ công, các định mức kinh tế - kỹ thuật về y tế; chính sách thuế...

Đối với các BV có nguồn tài chính hoạt động bao gồm nguồn NSNN cấp và các nguồn thu từ sản xuất kinh doanh và cung ứng dịch vụ, thì cơ chế phân bổ NSNN và giá dịch vụ khám, chữa bệnh có vai trò tác động trực tiếp đến tình hình huy động nguồn lực tài chính của bệnh viện.

**Thứ ba,** sự phát triển khoa học công nghệ và hội nhập quốc tế

Trong giai đoạn hiện nay, với sự phát triển của khoa học công nghệ trong tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế, đặc biệt tác động lớn đến lĩnh vực y tế, mà trực tiếp là ảnh hưởng đến lĩnh vực chăm sóc sức khỏe, cụ thể là trực tiếp tác động đến việc cung ứng các dịch vụ y tế, thông qua áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ sẽ nâng cao năng suất lao động, tiết kiệm chi phí và giảm giá thành dịch vụ. Trong lĩnh vực y tế, khoa học

công nghệ phát triển làm thay đổi cách thức cung cấp dịch vụ. Để hội nhập quốc tế, cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ đã làm thay đổi cách thức cung cấp dịch vụ; áp dụng khoa học công nghệ để hiện đại hóa bệnh viện, nâng cao chất lượng khám, chữa bệnh. Thực tế hiện nay các bệnh viện đã trang bị nhiều thiết bị y tế hiện đại, nhằm nâng cao hiệu quả công tác khám, chữa bệnh như: mua các máy xét nghiệm tự động, X quang kỹ thuật số, máy siêu âm 4D, 5D; Máy chụp cắt lớp, cộng hưởng từ... Những thiết bị y tế này đã nâng cao hiệu quả công tác khám, chữa bệnh và giúp nền y tế Việt Nam ngày càng phát triển. Chính vì vậy, để áp dụng được khoa học công nghệ hiện đại vào công tác khám, chữa bệnh cần thiết phải có nguồn lực tài chính; huy động nguồn lực tài chính để đổi mới trang thiết bị y tế phục vụ công tác khám, chữa bệnh; để đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực chất lượng cao; để nâng cao chất lượng dịch vụ; để đầu tư xây dựng bệnh viện hiện đại và chuyên nghiệp... và với việc huy động nguồn lực tài chính như vậy thì việc đầu tư nguồn lực như thế nào để mang lại hiệu quả cao là vấn đề hiện nay các nhà quản lý Bệnh viện công lập đang quan tâm. Chính vì vậy, sự phát triển của khoa học công nghệ và căn cứ vào yêu cầu hội nhập quốc tế ảnh hưởng rất lớn đến quá trình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính.

**\* Nhân tố chủ quan:** Nhân tố chủ quan ảnh hưởng đến tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính của bệnh viện công lập đó là: Đặc thù hoạt động của bệnh viện công lập; Chiến lược phát triển của bệnh viện công lập; Cơ chế quản lý tài chính của bệnh viện; Vị thế, thương hiệu của bệnh viện công lập; cơ cấu tổ chức quản lý của bệnh viện công lập;...

**Thứ nhất,** đặc thù hoạt động của bệnh viện công lập

Bệnh viện công lập là một cơ sở dịch vụ phức hợp với nhiều nhóm dịch vụ như: Khám, chữa bệnh, dịch vụ buồng bệnh... Bệnh viện công lập là bệnh viện có chức năng khám, chữa bệnh, cung cấp dịch vụ y tế cho xã hội và thực hiện các nghiệp vụ chuyên môn về y tế theo quy định. Dịch vụ y tế tại các bệnh viện công lập là một

loại hình dịch vụ đặc biệt liên quan trực tiếp đến sức khỏe của con người, đây là loại hình dịch vụ vừa mang tính chất hàng hóa cá nhân, vừa mang tính chất hàng hóa công cộng. Hiện nay có rất nhiều loại hình dịch vụ y tế như khám, chữa bệnh nội trú và khám, chữa bệnh ngoại trú (loại hình dịch vụ chăm sóc sức khỏe cá nhân); dịch vụ phòng bệnh, y tế cộng đồng... Mỗi một dịch vụ y tế nói trên có những đặc điểm kinh tế kỹ thuật khác nhau và định mức riêng làm cơ sở xây dựng và ban hành giá dịch vụ khám, chữa bệnh. Tất cả các đặc điểm của dịch vụ y tế sẽ ảnh hưởng đến hoạt động tài chính và tổ chức hoạt động tài chính tại bệnh viện và như vậy sẽ ảnh hưởng đến quá trình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính tại Bệnh viện công lập.

**Thứ hai,** chiến lược phát triển của bệnh viện công lập

Chiến lược phát triển bệnh viện công lập thể hiện mục tiêu và phương hướng phát triển bệnh viện. Căn cứ vào chiến lược xây dựng và phát triển bệnh viện thì các bệnh viện công lập sẽ xây dựng kế hoạch hoạt động hằng năm theo các mục tiêu cụ thể, một trong những kế hoạch cần đặt ra đó là lập kế hoạch tài chính, khả năng huy động nguồn lực tài chính; kế hoạch phân bổ và sử dụng các nguồn lực tài chính tại các bệnh viện công lập như thế nào để đáp ứng được chiến lược và mục tiêu đề ra, đồng thời việc huy động và phân bổ, sử dụng nguồn lực tài chính cần có kế hoạch theo từng giai đoạn cụ thể. Mỗi một mục tiêu hoạt động của từng giai đoạn sẽ ảnh hưởng đến nhu cầu và khả năng huy động nguồn lực tài chính và bệnh viện sẽ quyết định ưu tiên phân bổ nguồn lực tài chính cho các hoạt động nào. Như vậy, chiến lược phát triển của bệnh viện công lập sẽ ảnh hưởng đến tình hình huy động, phân bổ và sử dụng các nguồn lực tài chính của bệnh viện công lập.

**Thứ ba,** cơ chế quản lý tài chính của bệnh viện công lập

Cơ chế quản lý tài chính của bệnh viện công lập là một trong những nội dung của chính sách kinh tế - tài chính của Bộ chủ quản, với chủ trương sử dụng các nguồn lực đầu tư cho Bệnh viện để cung cấp dịch vụ y tế một cách có hiệu

quả và công bằng đối với mọi cá nhân khi có nhu cầu khám, chữa bệnh. Thực hiện yêu cầu tạo động lực và thúc đẩy sự phát triển các dịch vụ công (nhất là lĩnh vực cung cấp dịch vụ y tế trong các bệnh viện công lập, khuyến khích các bệnh viện công lập tự chủ tài chính. Thực hiện cơ chế tự chủ đối với Bệnh viện công lập đã tác động tích cực đến chất lượng hoạt động, như: Đổi mới cơ chế quản lý; nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ; chủ động huy động các nguồn lực ngoài ngân sách; chủ động trong chính sách đãi ngộ, thu hút cán bộ y tế, đội ngũ chuyên gia, y, bác sĩ có tay nghề cao,... qua đó, nâng cao chất lượng khám, chữa bệnh và cung ứng dịch vụ y tế. Tự chủ về các khoản thu, mức thu; Tự chủ về huy động vốn; Tự chủ về sử dụng nguồn lực tài chính; Tự chủ về sử dụng kết quả hoạt động tài chính trong năm... Với từng mức tự chủ như vậy sẽ ảnh hưởng rất lớn đến cách thức huy động và sử dụng nguồn lực tài chính của bệnh viện công lập.

**Thứ tư**, quy mô, cơ cấu tổ chức quản lý của bệnh viện công lập

Cơ cấu tổ chức quản lý của bệnh viện công lập là nhân tố ảnh hưởng đến tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính của các bệnh viện công lập. Nếu quy mô hoạt động của bệnh viện công lập lớn thì tổ chức bộ máy quản lý rộng, bao trùm và nguồn lực chi cho bệnh viện sẽ lớn và ngược lại, nếu bệnh viện công lập quy mô nhỏ thì bộ máy quản lý đơn giản, việc huy động và sử dụng nguồn lực tài chính thông thường sẽ ít hơn. Cần huy động và sử dụng nguồn lực tài chính tương ứng với quy mô và cơ cấu tổ chức đảm bảo bệnh viện hoạt động có hiệu quả.

**Thứ năm**, vị thế, thương hiệu của bệnh viện công lập

Vị thế, thương hiệu bệnh viện công lập là nhân tố ảnh hưởng đến tình hình huy động nguồn lực tài chính và từ đó thu hút được nhiều nguồn lực đầu tư từ đối tác bên ngoài khi bệnh viện công lập tự chủ tài chính. Thương hiệu của bệnh viện công lập là thế mạnh giúp cho các Bệnh viện phát triển; Thương hiệu của bệnh viện công

lập về cung cấp các dịch vụ y tế sẽ là thế mạnh giúp bệnh viện huy động nguồn lực từ kết quả hoạt động của bệnh viện do thu hút được người dân tin tưởng đến khám, chữa bệnh tại bệnh viện công lập, là cơ sở giúp nhà đầu tư tin tưởng để góp vốn, để đầu tư và tạo cho bệnh viện nâng cao được chất lượng khám, chữa bệnh; phát triển các các dịch vụ y tế, gia tăng nguồn thu, có nguồn lực để đầu tư cơ sở vật chất và trang thiết bị y tế phục vụ khám, chữa bệnh, thu nhập của cán bộ nhân viên trong bệnh viện tăng lên.

Như vậy, thông qua nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình huy động và sử dụng nguồn lực tài chính của các bệnh viện công lập sẽ giúp cho các chủ thể quản lý đưa ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả huy động và sử dụng nguồn lực tài chính tại các bệnh viện công lập.

#### **Tài liệu tham khảo:**

*Bộ Tài chính (2011), Đổi mới cơ chế tài chính đối với đơn vị sự nghiệp y tế, Kỷ yếu hội thảo khoa học.*

*Bộ Y tế (2019), Thông tư số 13/2019/TT-BYT ngày 05/07/2019 sửa đổi bổ sung một số điều của Thông tư 39/TT-BYT ngày 30/11/2018 của Bộ trưởng Bộ Y tế quy định thống nhất giá dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh bảo hiểm y tế giữa các bệnh viện cùng hạng trên toàn quốc và hướng dẫn áp dụng giá, thanh toán chi phí khám bệnh, chữa bệnh trong một số trường hợp, Hà Nội.*

*Chính phủ (2017), Luật số 15/2017/QH14 ngày 21/06/2017, Luật quản lý sử dụng tài sản công, Hà Nội.*

*Chính phủ (2006), Nghị định số 43/2006/NĐ-CP ngày 25/04/2006 quy định về quyền tự chủ tự chịu trách nhiệm về nhiệm vụ, tổ chức bộ máy biên chế về tài chính đối với đơn vị sự nghiệp công lập, Hà Nội.*

*Chính phủ (2006), Nghị định số 85/2012/NĐ-CP ngày 15/10/2012 quy định về cơ chế hoạt động, cơ chế tài chính đối với đơn vị sự nghiệp y tế công lập và giá dịch vụ khám, chữa bệnh của các cơ sở khám, chữa bệnh công lập, Hà Nội.*

*Ngân hàng thế giới (2011), Phân tích việc thực hiện chính sách tự chủ Bệnh viện trên thế giới và ở Việt Nam, sách tham khảo nghiên cứu phối hợp giữa Ngân hàng thế giới và Bộ Y tế.*

*Phạm Thu Trang (2021), Quản trị tài chính các bệnh viện công lập trực thuộc Bộ Y tế Việt Nam, Luận án TS kinh tế.*



# ẢNH HƯỞNG CỦA CHỈ SỐ LERNER ĐẾN TĂNG TRƯỞNG TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM

Võ Thị Thu Hằng\* - Nguyễn Thị Minh Ngọc\*\*

*Năng lực cạnh tranh là một yếu tố quan trọng giúp các ngân hàng thương mại (NHTM) vượt qua các cú sốc của thị trường, khủng hoảng. Chỉ số Lerner là thước đo thường được sử dụng để đo lường năng lực cạnh tranh. Bài báo nhằm phân tích và đo lường sự ảnh hưởng của chỉ số Lerner tới tăng trưởng tín dụng của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam, nghiên cứu 19 ngân hàng thương mại Việt Nam, giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2020. Nhóm tác giả đã làm rõ phản ứng của nguồn cung ứng vốn vay của hệ thống ngân hàng thương mại tùy thuộc vào mức độ cạnh tranh của các ngân hàng. Theo đó, năng lực cạnh tranh gia tăng sẽ giúp hoạt động cho vay của các ngân hàng thương mại thuận lợi và dễ dàng hơn.*

• Từ khóa: tăng trưởng tín dụng, chỉ số Lerner, năng lực cạnh tranh, ngân hàng thương mại.

*Competitiveness is an important factor to help commercial banks overcome market shocks and crises. The Lerner Index is commonly used to measure the competitiveness of commercial banks. The article aims to analyze and measure the influence of Lerner index on credit growth of Vietnam's commercial banking system, studying 19 Vietnamese commercial banks, period from 2006 to 2020. The authors have clarified the response of the capital supply of the commercial banking system depending on the level of competition of the banks. Accordingly, increased competitiveness will make lending activities of commercial banks more convenient and easier.*

• Keywords: credit growth, Lerner index, competitiveness, commercial bank.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phân biên: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phân biên: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Giới thiệu

Trong tình hình nền kinh tế biến động với nhiều sự kiện xảy ra như khủng hoảng kinh tế, dịch bệnh Covid 19... đã làm suy giảm nền kinh tế, ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của hệ thống ngân hàng thương mại. Tăng trưởng tín dụng được hiểu đơn giản là sự tăng lên của các khoản cho vay, đây là một trong những hoạt động đảm bảo cho ngân hàng phát triển về quy mô kinh doanh và tăng trưởng lợi nhuận. Có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng tới tăng

trưởng tín dụng của ngân hàng thương mại, trong bài báo này tác giả ưu tiên nghiên cứu sự ảnh hưởng của năng lực cạnh tranh của các ngân hàng tới tăng trưởng tín dụng trong bối cảnh tổng thể các nhân tố ảnh hưởng khác từ chính sách tiền tệ của ngân hàng thương mại như tỷ giá hay lãi suất tái cấp vốn.

Năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại được chúng tôi biểu thị qua chỉ số Lerner. Qua việc nghiên cứu chỉ số Lerner trong tổng hòa các nhân tố khác tác động tới tăng trưởng tín dụng của 19 ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2020. Chúng tôi nhận thấy việc tăng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại sẽ có ích trong việc tăng trưởng tín dụng cho hệ thống ngân hàng. Qua đó, ngân hàng trung ương sẽ dễ dàng sử dụng truyền dẫn kênh cho vay tới các ngân hàng thương mại để thực hiện việc điều hành chính sách tiền tệ của mình.

## 2. Cơ sở lý luận về ảnh hưởng của chỉ số Lerner đến tăng trưởng tín dụng của các ngân hàng thương mại

### *Năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại và chỉ số Lerner*

Theo Porter (1985) thì “Năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp” được hiểu là khả năng mở rộng thị phần, khả năng duy trì thị phần và đạt được một mức lợi nhuận cao. Năng lực cạnh tranh còn được hiểu là khả năng tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ so với đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp và cũng là khả năng thu lợi nhuận của các doanh nghiệp”. Cũng theo Porter (1998) thì “*Biểu hiện của năng lực cạnh tranh là doanh nghiệp tạo được một mức*

\*, \*\* Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

\* Email: vothithuhang@iuh.com.vn

\*\* Email: nguyenthiminhngoc@iuh.com.vn

chi phí sản xuất thấp hơn hoặc tạo ra được sự khác biệt trong sản phẩm của mình để đạt được mức giá cao hơn trung bình”. Như vậy, có thể khái quát khái niệm về năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại là sự phối hợp của các yếu tố bên trong và bên ngoài của ngân hàng một cách hiệu quả, nhằm duy trì phát triển các lợi thế của ngân hàng và mở rộng thị phần cũng như khách hàng, giúp ngân hàng đạt được lợi nhuận cao hơn mức trung bình ngành và liên tục tăng. Sự phối hợp này giúp các ngân hàng thương mại có thể tận dụng các cơ hội trên cơ sở phát huy lợi thế của mình, đồng thời cũng khắc phục, hạn chế những tác động tiêu cực của môi trường kinh doanh đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Chỉ số Lerner thường được sử dụng để đánh giá sự cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại. Chỉ số Lerner được tính bởi chênh lệch giữa tỉ số giá đầu ra và chi phí biên (Hawtrey, K., & Liang, H., 2008; Maudos, J., & Guevara, J. F., 2004). Chỉ số Lerner giảm khi mức cạnh tranh tăng và ngược lại, công thức tính:

$$\text{Lerner}_{i,t} = \frac{P_{i,t} - MC_{i,t}}{P_{i,t}}$$

Trong đó,  $P_{i,t}$  là tổng doanh thu trên tổng tài sản của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$ ,  $MC_{i,t}$  là chi phí biên của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$ .

Sử dụng chênh lệch sự cạnh tranh thị trường của từng ngân hàng so với sự cạnh tranh thị trường của tất cả các ngân hàng, với công thức như sau:

$$\text{Cạnh tranh thị trường}_{it} = \text{Lerner}_{it} - \frac{1}{T} \sum_t \left( \frac{1}{N_t} \sum_i \text{Lerner}_{it} \right)$$

### Tăng trưởng tín dụng của ngân hàng thương mại

Theo Nguyễn Văn Tiến (2013), tăng trưởng tín dụng là việc các NHTM sử dụng các chính sách nhằm tăng nguồn vốn huy động, đáp ứng cho việc cấp tín dụng, chiết khấu, đầu tư vào những đối tượng là các tổ chức kinh tế, cá nhân... có nhu cầu vay vốn, từng bước nâng cao lợi nhuận, thị phần và thương hiệu trên thị trường. Như vậy, tăng trưởng tín dụng của ngân hàng được hiểu là sự tăng lên của các khoản tín dụng do hệ thống ngân hàng thương mại cung cấp thông qua các khoản cho vay đối với các chủ thể là cá nhân, doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế khác. Đối với các nhà quản trị ngân hàng, vừa duy trì được tốc độ tăng trưởng tín dụng và vừa duy trì được chất lượng tín dụng sẽ đảm bảo cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng ngày

càng phát triển. Tăng trưởng tín dụng phụ thuộc chính vào nguồn lực vốn, nhân lực và công nghệ của ngân hàng đó. Nếu tăng trưởng tín dụng vượt quá kiểm soát sẽ có thể đẩy ngân hàng vào tình trạng mất khả năng thanh toán, nợ xấu và có thể dẫn tới phá sản.

### Ảnh hưởng của chỉ số Lerner đến tăng trưởng tín dụng của ngân hàng thương mại

Zuzana Fungáčová, Laura Solanko, Laurent Weill (2014) đã nghiên cứu sự cạnh tranh ảnh hưởng như thế nào đến kênh cho vay ngân hàng ở các nước khu vực đồng Euro. Nhóm tác giả đã nghiên cứu trên một số lớn ngân hàng 12 quốc gia khu vực đồng Euro trong giai đoạn 2002-2010, để phân tích và làm rõ mức độ phản ứng của nguồn cung vốn vay của chính sách tiền tệ trong bối cảnh nghiên cứu ảnh hưởng của năng lực cạnh tranh của các ngân hàng. Nhóm tác giả đã làm rõ tác động của chính sách tiền tệ đối với hoạt động cho vay của ngân hàng phụ thuộc vào sự cạnh tranh của ngân hàng. Theo đó, đối với các ngân hàng có sức mạnh thị trường rộng khắp tức là chỉ số Lerner cao thì việc truyền tải chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương qua kênh cho vay của ngân hàng ít rõ ràng hơn. Đồng thời, những ngân hàng có ít quyền lực thị trường hơn, tức là chỉ số Lerner thấp thì thông thường nhạy cảm với chính sách cho vay trước cuộc khủng hoảng tài chính. Do đó, sự khác biệt trong chỉ số Lerner của các ngân hàng thương mại có thể dẫn đến tác động không cân xứng của chính sách tiền tệ.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy nghiên cứu của tác giả Fungacova và cộng sự (2014), mô hình nghiên cứu sử dụng trong bài viết này có chỉnh sửa để phù hợp với tình hình tại Việt Nam như sau:

$$\Delta \log(\text{Loan}_{i,t}) = \beta_0 + \beta_1 \Delta \log(\text{Loan}_{i,t-1}) + \beta_2 \Delta \text{Rate}_t + \beta_3 \Delta \log(\text{Gdp}_t) + \beta_4 \text{Size}_{i,t} + \beta_5 \text{Liq}_{i,t} + \beta_6 \text{Cap}_{i,t} + \beta_7 \text{Lerner}_{i,t} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó: (1)  $i = 1 \dots N$  và  $t = 1 \dots T$  với  $N$  là số ngân hàng.  $\beta_0$  là hệ số chặn, thể hiện mức độ tác động của các yếu tố khác đến yếu tố phân tích.  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$  là hệ số ước lượng, thể hiện mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc; (2)  $\Delta \log(\text{Loan}_{i,t})$  là tăng trưởng tín dụng của ngân hàng  $i$  trong năm  $t$ ,  $\Delta \log(\text{Loan}_{i,t-1})$  là tăng trưởng tín dụng của ngân hàng  $i$  trong năm  $t-1$ ,  $\Delta \text{Rate}_t$  là chênh lệch lãi suất tái cấp vốn tại năm  $t$ ,  $\Delta \log(\text{GDP}_t)$  là tăng trưởng kinh tế tại năm  $t$ ,  $\text{Size}_{i,t}$

thể hiện quy mô của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$ ,  $Liq_{i,t}$  thể hiện tính thanh khoản của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$ ,  $Cap_{i,t}$  thể hiện vốn hóa của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$ ,  $Lerner_{i,t}$  thể hiện sức mạnh thị trường của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$ ; (3) Hệ số  $\varepsilon_{it}$  là cho phép các tác động cố định giữa các ngân hàng.

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thu thập 19 ngân hàng thương mại Việt Nam, giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2020. Các dữ liệu về lãi suất tái cấp vốn được thu thập từ dữ liệu của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Tăng trưởng kinh tế được thu thập tại website của Quỹ Tiền tệ Quốc tế. Các biến tăng trưởng tín dụng, quy mô ngân hàng, thanh khoản ngân hàng, vốn hóa ngân hàng, cạnh tranh thị trường của ngân hàng được tính toán từ các báo cáo tài chính và báo cáo thường niên của ngân hàng, dữ liệu thu thập tại website của các ngân hàng thương mại và Vietstock.vn. Tất cả các biến trên dữ liệu đều được thu thập theo năm trong giai đoạn 2005-2020. Sử dụng phần mềm Stata để xử lý số liệu thu thập ta được bảng thống kê mô tả của các biến trong mô hình như bảng 2.

Từ bảng 2 ta thấy được các giá trị cao nhất, nhỏ nhất, trung bình và độ lệch chuẩn của các biến trong mô hình. Để xây dựng được một mô hình phù hợp và có ý nghĩa phải xem xét đến mối quan hệ tuyến tính giữa các biến trong mô hình. Vấn đề này

Bảng 2: Thống kê mô tả các biến trong mô hình

Biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Cao nhất
$\Delta \log(\text{Loan}_{i,t})$	268	0.108851	0.10631	-0.15933	0.78277
$\Delta \log(\text{Loan}_{i,t-1})$	268	0.121326	0.120621	-0.15933	0.928708
$\Delta \text{Rate}_t$	268	-0.00117	0.025672	-0.04375	0.05875
$\Delta \log(\text{GDP}_t)$	268	0.025535	0.00435	0.01244	0.029909
$\text{Size}_{i,t}$	268	0.145031	0.58198	-1.95376	1.256166
$\text{Liq}_{i,t}$	268	0.046178	0.100846	-0.09284	0.363464
$\text{Cap}_{i,t}$	268	0.008754	0.052529	-0.06184	0.296795
$\text{Lerner}_{i,t}$	268	-0.01313	0.191299	-0.36911	0.686001

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata.

Bảng 3. Ma trận tương quan của các biến trong mô hình

	$\Delta \log(\text{Loan}_{i,t-1})$	$\Delta \text{Rate}_t$	$\Delta \log(\text{GDP}_t)$	$\text{Size}_{i,t}$	$\text{Liq}_{i,t}$	$\text{Cap}_{i,t}$	$\text{Lerner}_{i,t}$
$\Delta \log(\text{Loan}_{i,t-1})$	1						
$\Delta \text{Rate}_t$	0.4683	1					
$\Delta \log(\text{GDP}_t)$	0.0878	0.2499	1				
$\text{Size}_{i,t}$	-0.304	-0.1301	-0.1143	1			
$\text{Liq}_{i,t}$	0.2866	0.2223	0.0522	-0.3919	1		
$\text{Cap}_{i,t}$	0.1725	0.1172	-0.0243	-0.6878	0.1442	1	
$\text{Lerner}_{i,t}$	-0.1757	-0.0889	-0.0257	0.456	-0.1242	-0.0607	1

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata

Bảng 1: Tóm tắt các biến sử dụng trong mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Tên biến	Nghiên cứu liên quan	Giả thuyết nghiên cứu	Kỳ vọng tương quan
$\Delta \log(\text{Loan}_{i,t-1})$	Fungacova và cộng sự (2014)	H <sub>1</sub> : Tăng trưởng tín dụng với độ trễ 1 năm tác động cùng chiều với tăng trưởng tín dụng năm hiện hành.	+
$\Delta \text{Rate}_{t-1}$	Nghiên cứu của Kashyap và Stein (2000) Nghiên cứu của Bhaumik và Cộng sự (2011).	H <sub>2</sub> : Lãi suất tái cấp vốn tác động ngược chiều với tăng trưởng tín dụng năm hiện hành.	-
$\Delta \log(\text{GDP}_{t-1})$	Nghiên cứu của Jimborean (2009). Nghiên cứu của Fungáčová và Cộng sự (2014).	H <sub>3</sub> : Tăng trưởng kinh tế tác động cùng chiều với tăng trưởng tín dụng năm hiện hành.	+
$\text{Size}_{i,t-1}$	Nghiên cứu của Matousek và Sarantis (2009). Nghiên cứu của Fungáčová và Cộng sự (2014). Nghiên cứu của Gambacorta (2005).	H <sub>4</sub> : Quy mô của ngân hàng độ trễ 1 năm tác động cùng chiều hoặc ngược chiều với tăng trưởng tín dụng năm hiện hành.	+/-
$\text{Liq}_{i,t-1}$	Nghiên cứu của Ehrmann và Cộng sự (2001).	H <sub>5</sub> : Thanh khoản của ngân hàng độ trễ 1 năm tác động cùng chiều với tăng trưởng tín dụng năm hiện hành.	+
$\text{Cap}_{i,t-1}$	Nghiên cứu của Gambacorta (2005). Nghiên cứu của Jimborean (2009).	H <sub>6</sub> : Vốn hóa của ngân hàng độ trễ 1 năm tác động cùng chiều hoặc ngược chiều với tăng trưởng tín dụng năm hiện hành.	+/-
$\text{Lerner}_{i,t-1}$	Berger và cộng sự (2009) Fungáčová và Cộng sự (2014).	H <sub>7</sub> : Sức mạnh thị trường của ngân hàng độ trễ 1 năm tác động cùng chiều hoặc ngược chiều với tăng trưởng tín dụng năm hiện hành.	+/-

Nguồn: Tác giả tổng hợp

có thể được thể hiện thông qua ma trận tương quan như bảng 3, 4.

Từ bảng ma trận tương quan của tất cả các biến trong mô hình trên, ta thấy hệ số tương quan của tất cả các biến đều nhỏ hơn 0.8 và giao động trong khoảng  $(-1 < R < 0.8)$ . Đồng thời, từ bảng phân tử phóng đại phương sai của tất cả các biến trong mô hình đều nằm trong khoảng  $(1 < \text{VIF} < 10)$ . Vì vậy có thể kết luận rằng, mô hình bị đa cộng tuyến nhưng không nghiêm trọng. Để lựa chọn được mô hình hồi quy thích hợp tác giả thực hiện các mô hình ước lượng: Mô hình OLS gộp (Pooled OLS), Mô hình tác động cố định (FEM), Mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) cùng kiểm định Likelihood Ratio, Hausman và White, kết quả được thể hiện trong các bảng 5, 6.

Bảng 4: Phân tử phóng đại phương sai

Biến	VIF	1/VIF
$\Delta \log(\text{Loan}_{i,t-1})$	3.7	0.270146
$\Delta \text{Rate}_t$	2.51	0.398786
$\Delta \log(\text{GDP}_t)$	1.56	0.639545
$\text{Size}_{i,t}$	1.42	0.704604
$\text{Liq}_{i,t}$	1.42	0.705303
$\text{Cap}_{i,t}$	1.34	0.747315
$\text{Lerner}_{i,t}$	1.13	0.885404
Giá trị trung bình VIF	1.87	

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata.

Bảng 5: Kết quả hồi quy của 3 mô hình: OLS, FEM, REM

Alog(Loan <sub>i,t</sub> )	Pooled OLS		FEM		REM	
	Hệ số hồi quy	P >  z	Hệ số hồi quy	P >  z	Hệ số hồi quy	P >  z
Δlog(Loan <sub>i,t-1</sub> )	0.2899*	0.000	0.1451**	0.016	0.2899*	0.0000
ΔRate <sub>t</sub>	-1.4140*	0.000	-1.2702*	0.000	-1.4140*	0.0000
Δlog(GDP <sub>t</sub> )	4.3788*	0.001	4.2344**	0.002	4.3788*	0.0010
Size <sub>i,t</sub>	-0.0734*	0.000	-0.1119*	0.000	-0.0734*	0.0000
Liq <sub>i,t</sub>	0.1397**	0.030	0.2084*	0.009	0.1397**	0.0290
Cap <sub>i,t</sub>	-0.5294*	0.002	-0.3133***	0.089	-0.5294*	0.0020
Lerner <sub>i,t</sub>	0.0867**	0.018	0.1541*	0.001	0.0867**	0.0170
Hằng số	-0.0298	0.434	-0.0070	0.856	-0.0298	0.4330

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata.  
\*Thể hiện mức ý nghĩa 1%; \*\*Thể hiện mức ý nghĩa 5%; \*\*\*Thể hiện mức ý nghĩa 10%.

Bảng 6: Kết quả hồi quy bằng mô hình GLS

Alog(Loan <sub>i,t</sub> )	Hệ số hồi quy	Sai số chuẩn	Z	P >  z	Khoảng tin cậy 95%	
Δlog(Loan <sub>i,t-1</sub> )	0.3048*	0.0522	5.8400	0.0000	0.2024	0.4071
ΔRate <sub>t</sub>	-0.0544*	0.0139	-3.9200	0.0000	-0.0815	-0.0272
Δlog(GDP <sub>t</sub> )	0.1636*	0.0472	3.4600	0.0010	0.0710	0.2562
Size <sub>i,t</sub>	-0.3618*	0.1377	-2.6300	0.0090	-0.6317	-0.0919
Liq <sub>i,t</sub>	0.0752*	0.0283	2.6600	0.0080	0.0198	0.1305
Cap <sub>i,t</sub>	-1.1432*	0.1840	-6.2100	0.0000	-1.5039	-0.7825
Lerner <sub>i,t</sub>	3.2326*	0.9778	3.3100	0.0010	1.3161	5.1491
Hằng số	-0.0130	0.0281	-0.4700	0.6420	-0.0680	0.0419

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata.  
\*Thể hiện mức ý nghĩa 1%

**Kiểm định Likelihood Ratio:** Sử dụng để so sánh giữ mô hình hồi quy gốc (Pool regression model) và mô hình tác động cố định (FEM) thì mô hình nào có hiệu quả hơn. Đặt giả thiết H<sub>0</sub>: Chọn mô hình hồi quy gốc, cho kết quả như sau: P\_value = 0.0074 với mức ý nghĩa Alpha bằng 5% nên bác bỏ H<sub>0</sub>. Vì vậy chọn mô hình tác động cố định (FEM).

**Kiểm định Hausman:** Sử dụng để so sánh giữa mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) và mô hình tác động cố định (FEM) thì mô hình nào có hiệu quả hơn. Đặt giả thiết H<sub>0</sub>: Chọn mô hình ảnh hưởng ngẫu nhiên (REM), cho kết quả như sau: P\_value = 0.1060 với mức ý nghĩa Alpha bằng 5% nên bác bỏ H<sub>0</sub>. Vì vậy chọn mô hình tác động ngẫu nhiên (REM).

**Kiểm định White:** Để phát hiện mô hình nghiên cứu có hiện tượng sai thay đổi hay không? Tác giả sử dụng kiểm định White với giả thiết H<sub>0</sub>: Không có hiện tượng phương sai thay đổi, cho kết quả như sau: P\_value = 0.0001 với mức ý nghĩa Alpha bằng 5% nên bác bỏ H<sub>0</sub>. Vì vậy mô hình có hiện tượng phương sai thay đổi.

**Kiểm định Wooldridge:** Để phát hiện mô hình nghiên cứu có tự tương quan hay không? Tác giả sử dụng kiểm định Wooldridge với giả thiết H<sub>0</sub>: Không có tự tương quan bậc nhất, cho kết quả như sau: P\_value = 0.0003 với mức ý nghĩa Alpha bằng 5% nên bác bỏ H<sub>0</sub>. Vì vậy mô hình có tự tương quan bậc nhất.

Sau khi sử dụng hai kiểm định Likelihood Ratio và Hausman để lựa chọn mô hình từ 3 phương pháp ước lượng thì mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) mang lại hiệu quả nhất. Tuy nhiên, sau kiểm định White và Wooldridge cho thấy mô hình có hiện tượng phương sai thay đổi và tự tương quan bậc nhất, để khắc phục hiện tượng này thì phải nghiên cứu sử dụng mô hình GLS làm phương pháp ước lượng. Kết quả hồi quy được trình bày trong bảng 6.

4. Kết luận

Từ kết quả mô hình nghiên cứu, năng lực cạnh tranh của hệ thống ngân hàng thương mại có tác động cùng chiều với tăng trưởng tín dụng. Khi năng lực cạnh tranh được nâng lên, các ngân hàng thương mại tăng năng lực quản trị và kiểm soát các khoản vay. Do đó, khả năng các ngân hàng cho khách hàng vay các khoản tín dụng mới được cải thiện lên, chất lượng các khoản vay được quản trị tốt hơn. Vì vậy, khi năng lực cạnh tranh của hệ thống ngân hàng thương mại tăng lên thì kênh truyền dẫn cho vay được phát triển, tốc độ tăng trưởng tín dụng sẽ gia tăng và có chất lượng hơn. Từ góc độ chính sách, năng lực cạnh tranh của các ngân hàng có ý nghĩa lớn đối với tốc độ tăng trưởng tín dụng của hệ thống ngân hàng thương mại, giúp các ngân hàng trung ương thực hiện tốt chính sách tiền tệ của mình. Cụ thể, chính sách tiền tệ sẽ truyền tải hiệu quả hơn đối với một hệ thống ngân hàng cạnh tranh tốt hơn. Do đó, năng lực cạnh tranh ngân hàng và hiệu quả chính sách tiền tệ không phải là mục tiêu mâu thuẫn nhau mà là mục tiêu bổ sung cho nhau trong việc điều hành chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương. Từ góc độ phát triển mỗi ngân hàng, các ngân hàng thương mại nên cải thiện hoạt động kinh doanh của mình để tăng năng lực cạnh tranh. Từ đó, các ngân hàng thương mại hấp thụ nguồn vốn của nền kinh tế tốt hơn, góp phần tăng trưởng tín dụng cao hơn, và bền vững hơn.

Tài liệu tham khảo:

Báo cáo thường niên của các ngân hàng thương mại giai đoạn 2005 - 2020.  
 Nguyễn Văn Tiến (2013). Giáo trình nguyên lý và nghiệp vụ ngân hàng thương mại. NXB Thống kê, Hà Nội.  
 Hawtrey, K., & Liang, H. (2008). Bank interest margins in OECD countries. *The North American Journal of Economics and Finance*, 19(3), 249-260.  
 Maudos, J., & Guevara, J. F. (2004). Factors explaining the interest margin in the banking sectors of the European Union. *Journal of Banking and Finance*, 28(9), 2259-2281.  
 Zuzana Fungáčová, Laura Solanko, Laurent Weill (2014). Does competition influence the bank lending channel in the euro area? *Journal of Banking & Finance*, 34(12), 2929-2940.  
<http://vietstock.vn>

# TÁC ĐỘNG CỦA TÍNH BẢO MẬT, SỰ RIÊNG TƯ VÀ NIỀM TIN NHÀ CUNG CẤP ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẮM TRỰC TUYẾN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Trần Văn Đạt\*

*Nghiên cứu này nhằm mục đích đánh giá mức độ tác động của các nhân tố đến ý định mua sắm trực tuyến và đưa ra các hàm ý quản trị cho các tổ chức hay cá nhân kinh doanh trực tuyến để thúc đẩy ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng tại TP. Hồ Chí Minh ngày càng nhiều hơn nữa. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện và bổ sung kết quả cho các tài liệu liên quan bằng cách lấp đầy khoảng trống của nghiên cứu trước đó và cung cấp các ý nghĩa thiết thực cho các nhà bán lẻ trực tuyến về việc thiết kế và tăng lên phản ứng tích cực của người tiêu dùng.*

• Từ khóa: mua sắm trực tuyến, tính bảo mật, sự riêng tư, niềm tin nhà cung cấp, ý định mua sắm trực tuyến.

*This study aims to evaluate the impact of factors on online shopping intention and provide managerial implications for organizations or individuals doing online business to promote online shopping intention, customer routes in Ho Chi Minh city more and more. This study uses a convenience sampling method and complements the results to the relevant literature by filling in the gaps of previous research and providing practical implications for online retailers about the design and increase positive consumer response.*

• Keywords: online shopping, security, privacy, supplier trust, online shopping intention.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phân biên: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phân biên: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Giới thiệu

Ngày nay với sự phát triển vượt bậc của công nghệ cộng với hình thức thương mại điện tử trên thế giới hay hình thức mua sắm trực tuyến ngày càng phổ biến và được mô tả là phát triển vượt bậc về quy mô và chất lượng. Điều này ngày càng thu hút người tiêu dùng và các nhà sản xuất tham gia nhiều hơn vào hình thức kinh doanh này (Tsai và cộng sự, 2011). Đường như với thương mại

điện tử, người tiêu dùng có thể mua mọi loại hàng hóa từ đơn giản đến phức tạp thông qua trang web của nhà cung cấp dịch vụ mua sắm trực tuyến. Đối với thương mại điện tử, niềm tin là một yếu tố quan trọng tác động đến ý định mua hàng của người tiêu dùng. Đặc biệt, trong thương mại điện tử, nhận thức rủi ro được chia thành nhiều loại tương ứng với các thành phần khác nhau của hoạt động kinh doanh bán lẻ sản phẩm trực tuyến (Jarvenpaa và cộng sự, 2000). Mặt khác, nhận thức rủi ro bị ảnh hưởng bởi các thành phần khác nhau đến từ hoạt động của nhà bán lẻ sản phẩm trực tuyến. Khi mua hàng trực tuyến, hạn chế lớn nhất là khách hàng không liên hệ được với sản phẩm mình muốn mua và còn phải trải qua thời gian chờ đợi để nhận hàng nên khách hàng nhận thức rủi ro là yếu tố rất quan trọng và ảnh hưởng tiêu cực đáng kể đến ý định mua hàng trực tuyến thông qua các kênh thương mại điện tử.

## 2. Cơ sở lý thuyết và các mối quan hệ của các nhân tố

Trong hoàn cảnh phát triển của thương mại điện tử, tại các ứng dụng mua hàng khách hàng sẽ sử dụng các tài khoản cá nhân nhằm đăng nhập và thanh toán, mỗi tài khoản này đều được thiết lập mật khẩu hay phương thức cá nhân chỉ được cung cấp cho riêng cá nhân đó để tăng tính bảo mật, hạn chế việc rò rỉ thông tin và tổn hại về tài

\* Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh

chính cho cá nhân vì vậy không áp dụng các biện pháp an ninh đầy đủ để đảm bảo bảo mật dữ liệu khách hàng là rào cản lớn trước sự phát triển của thương mại điện tử, theo Ryan và Deci (2002).

Đối với người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến điều họ luôn sợ đó chính là thông tin cá nhân hoặc những vấn đề họ muốn bảo mật bị rò rỉ ra bên ngoài hoặc bị cung cấp cho các tổ chức khác mà họ không mong muốn và những điều này đến từ việc họ truy cập trang web hay ứng dụng của các nhà cung cấp, chính vì vậy việc đảm bảo về bảo mật và sự riêng tư của khách hàng là việc rất quan trọng với khách hàng, đồng thời cũng chính nhờ nó mà niềm tin của khách hàng với nhà cung cấp sẽ được cải thiện. Vì vậy những biện pháp an ninh, cơ chế bảo vệ và bảo toàn thông tin cá nhân không bị tiết lộ bởi những hành động cải tiến, phát triển công nghệ của các nhà cung cấp với trang web hay ứng dụng của mình sẽ giúp người tiêu dùng có môi trường mua sắm thuận lợi, tin tưởng, an toàn, hạn chế về suy nghĩ rủi ro khi giao dịch (Kim và cộng sự, 2008; Lu và cộng sự, 2013; Forsythe và Shi, 2003; Weisberg và cộng sự, 2011; Bauman và Bachmann, 2017; Trung và cộng sự, 2018; Đạt, 2020). Vì vậy, hai giả thuyết sau được đề xuất:

*H1: Cảm nhận của khách hàng về tính bảo mật khi sử dụng web/ứng dụng mua sắm trực tuyến có tác động tích cực đến niềm tin nhà cung cấp.*

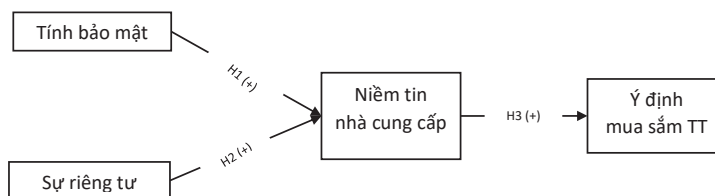
*H2: Cảm nhận của khách hàng về sự riêng tư khi sử dụng web/ứng dụng mua sắm trực tuyến có tác động tích cực đến cảm nhận rủi ro.*

Theo Sharma và cộng sự (2019), niềm tin vào công ty bán hàng trực tuyến ảnh hưởng nghiêm trọng đến thái độ của người tiêu dùng và tác động đến ý định mua hàng. Chen và cộng sự (2017) chỉ ra rằng, các nhà bán lẻ có thể thiết lập mối quan hệ và giữ được thái độ tốt của người mua bằng cách cải thiện sự tin tưởng lẫn nhau. Ahmad cùng cộng sự (2019) nhận thấy rằng, chủng loại và nhãn hiệu của một mặt hàng được sản xuất có độ tin cậy ảnh hưởng đến từng khía cạnh trải nghiệm

và dẫn đến quyết định mua hàng của người dùng. Sự tin tưởng được đề cập “Sự sẵn sàng của một bên để bị tổn thất trước một hành động của một bên khác, dựa trên những sự kì vọng rằng bên kia sẽ thực hiện được một hành động đặc biệt quan trọng đối với người ủy thác, bất kể khả năng giám sát hoặc kiểm soát của bên kia” (Mayer và cộng sự, 1995). Sharma và Bahl (2018) chỉ ra rằng, giá trị cảm nhận ảnh hưởng đến trải nghiệm của niềm tin trực tuyến giữa người mua và cam kết mua lại từ cùng một trang mạng. Vì vậy, với nghiên cứu này giả thuyết được đề xuất:

*H3: Niềm tin về nhà cung cấp của người tiêu dùng có tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng.*

Dựa trên các giả thuyết đề xuất thì mô hình lý thuyết nghiên cứu về mối quan hệ của các nhân tố được đề xuất như sau:



**3. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu này sử dụng hai phương pháp đó là nghiên cứu định tính và định lượng được tiến hành như sau:

Nghiên cứu định tính: Sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm với chuyên gia trong lĩnh vực kinh doanh trực tuyến để xây dựng thang đo và thành lập các giả thuyết nghiên cứu.

Nghiên cứu định lượng: Nghiên cứu này được thực hiện thông qua khảo sát 350 khách hàng tại TP. Hồ Chí Minh thông qua bảng câu hỏi khảo sát, dữ liệu sẽ được phân tích thông qua phần mềm thống kê SPSS 22.0 và kiểm định các giả thuyết thống kê thông qua kết quả của mô hình cấu trúc tuyến tính SEM và AMOS.

**4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

**4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu**

Cuộc khảo sát trực tuyến đã được nhóm tác giả tiến hành để thu thập dữ liệu. Khu vực để khảo

sát là tại TP. Hồ Chí Minh và đối tượng được lựa chọn để khảo sát đó là người tiêu dùng có độ tuổi từ 18 tuổi trở lên, đã mua hàng trực tuyến thông qua các trang web hay các trình duyệt của các kênh mua sắm trực tuyến như Lazada; Shopee; Tiki; Sendo;... đối tượng mà nhóm tác giả tập trung nhiều đó là độ tuổi từ 18 - 31 tuổi, vì đây là nhóm tuổi phổ biến trong việc sử dụng Internet và là nguồn tăng trưởng chính trong tương lai đối với việc mua sắm trực tuyến (Temkin, 2009).

**Bảng 1: Thống kê nhân khẩu học**

		Tần số	Tần suất
Giới tính	Nam	145	41,4%
	Nữ	205	58,6%
Học vấn	Dưới đại học	96	27,4%
	Đại học	181	51,7%
	Trên đại học	73	20,9%
Độ tuổi	Từ 18 - 25 tuổi	113	32,3%
	Từ 25 - 31 tuổi	166	47,4%
	Trên 31 tuổi	71	20,3%
Công việc	Sinh viên ĐH, CĐ, TC,... (còn đi học)	66	18,9%
	Kinh doanh	138	39,4%
	Văn phòng	87	24,9%
	Khác	59	16,9%
Thu nhập	Dưới 5 triệu đồng	66	18,9%
	Từ 5 - 14 triệu đồng	78	22,3%
	Từ 15 - 20 triệu đồng	134	38,3%
	Từ 20 triệu trở lên	72	20,6%
Ứng dụng/web	Tiki	88	25,1%
	Lazada	83	23,7%
	Shopee	61	17,4%
	Sendo	63	18,0%
	Khác (Facebook; Zalo; Viber; Instagram; .....)	55	15,7%
<b>Tổng cộng</b>		<b>350</b>	<b>100,0%</b>

#### 4.2. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha và nhân tố khẳng định CFA

**Bảng 2: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và kiểm định nhân tố khẳng định CFA**

		Hệ số tải nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha
<b>I</b>	<b>Tính bảo mật</b>		<b>0,874</b>
(1)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng có đủ các bảo mật trực tuyến.	0,740*	
(2)	Các trang web/trình duyệt này không thiệt hại về tài chính khi mua sắm trực tuyến.	0,776*	
(3)	Giao dịch trên trang web/trình duyệt bạn sử dụng sẽ được bảo vệ bởi những công cụ tốt nhất.	0,824*	
(4)	Thanh toán khi mua hàng qua các trang web/trình duyệt này an toàn	0,738*	
(5)	Trang web/trình duyệt sử dụng xử lý được các vấn đề liên quan đến từ các hacker (tin tặc)	0,743*	
<b>II</b>	<b>Sự riêng tư</b>		<b>0.840</b>
(6)	Thông tin cá nhân cung cấp cho các trang web/trình duyệt bạn sử dụng luôn bảo mật.	0,728*	
(7)	Thông tin về thanh toán, ngân hàng cho trang web/trình duyệt để mua hàng đều được bảo vệ tốt.	0,704*	
(8)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng những phương pháp phù hợp để lấy thông tin cá nhân của bạn.	0,755*	
(9)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng chỉ lấy thông tin cá nhân cần thiết của bạn.	0,608*	
(10)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng không dùng thông tin cá nhân bạn cung cấp với mục đích khác.	0,753*	
<b>III</b>	<b>Niềm tin nhà cung cấp</b>		<b>0,876</b>
(11)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng có những kĩ năng và chuyên môn để thực hiện các giao dịch như mong đợi.	0,657*	

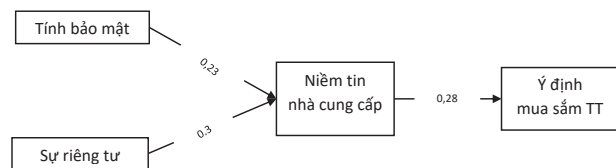
		Hệ số tải nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha
(12)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng có quyền truy cập vào thông tin cần thiết để xử lý các giao dịch một cách thích hợp.	0,919*	
(13)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng luôn công bằng trong việc xử lý các giao dịch cho khách hàng.	0,703*	
(14)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng luôn đảm bảo trong các chính sách dịch vụ cho khách hàng sau khi giao dịch.	0,657*	
(15)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng luôn mở và tiếp nhận các nhu cầu của khách hàng.	0,752*	
(16)	Trang web/trình duyệt bạn sử dụng luôn thực hiện những nỗ lực thiện chí để giải quyết tất cả các mối quan tâm của khách hàng.	0,635*	
(17)	Nhìn chung, trang web/trình duyệt bạn sử dụng đáng tin cậy.	0,617*	
<b>V</b>	<b>Ý định mua sắm trực tuyến</b>		<b>0,841</b>
(18)	Bạn sẽ quay trở lại trang web/trình duyệt để mua hàng.	0,848*	
(19)	Bạn sẽ mua hàng từ trang web/trình duyệt trong thời gian tới.	0,707*	
(20)	Bạn sẽ cân nhắc việc trong ba tháng tới sẽ mua hàng từ trang web/trình duyệt trong năm tới.	0,655*	
(21)	Đối với giao dịch mua hàng thì khả năng bạn mua hàng từ trang web/trình duyệt mà bạn truy cập như thế nào?	0,839*	

(\*) Tương ứng 5%;  $X^2 = 273,525$ ;  $df = 183$  ( $p$ -value = 0,00);  $GFI = 0,934$ ;  $AGFI = 0,917$ ;  $NFI = 0,923$ ;  $CFI = 0,973$ ;  $RMR = 0,015$ ;  $RMSEA = 0,037$

Dựa trên kết quả bảng 2 ta thấy, các nhân tố tính bảo mật, sự riêng tư, niềm tin nhà cung cấp và ý định mua sắm trực tuyến đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn 0,3. Từ đó ta có thể thấy các thang đo có độ tin cậy cao (Thọ và Trang, 2008).

Đồng thời kết quả kiểm định nhân tố khám phá CFA cho thấy dữ liệu tương thích với mức độ phù hợp của thị trường = 273,525;  $df = 183$  ( $p$ -value = 0,00);  $GFI = 0,934$ ;  $AGFI = 0,917$ ;  $NFI = 0,923$ ;  $CFI = 0,973$ ;  $RMR = 0,015$ ;  $RMSEA = 0,037$ . Trọng số tải nhân tố của các quan sát đều lớn hơn 0,05 với mức ý nghĩa 5%, điều này khẳng định tính đơn nguyên và hội tụ của các biến quan sát thuộc thành phần của các nhân tố tính bảo mật, sự riêng tư, niềm tin nhà cung cấp và ý định mua sắm trực tuyến (Thọ và Trang, 2008).

4.3. Kết quả mô hình tuyến tính SEM



Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính SEM như sau:  $X^2 = 294,450$ ;  $df = 186$ ;  $p$ -value = 0,00;  $GFI = 0,927$ ;  $AGFI = 0,91$ ;  $NFI = 0,916$ ;  $CFI = 0,967$ ;  $RMR = 0,022$ ;  $RMSEA = 0,041$  và  $X^2(X^2/df)$  là 1.583. Với kết quả của các hệ số này thì mô hình cấu trúc tuyến tính SEM đủ điều kiện để có thể đưa ra kết luận tác động của các nhân tố với nhau (Thọ và Trang, 2008).

Kết luận

Ta thấy hệ số bê ta tác động của tính bảo mật và sự riêng tư đối với niềm tin nhà cung cấp là 0,23 và 0,3 chứng tỏ rằng tính bảo mật, sự riêng tư có tác động tích cực với niềm tin nhà cung cấp, hay nói cách khác, nếu nhà cung cấp thiết kế web hay các ứng dụng đảm bảo cho khách hàng về những thông tin cá nhân, các bảo mật về tài khoản ngân hàng hay các ứng dụng khác và các thông tin cá nhân không bị rò rỉ ra bên ngoài để trực lợi gây sự phiền toái hay tổn hại về tài chính, tinh thần thì niềm tin với nhà cung cấp ngày càng cao hơn (Bauman và Bachmann, 2017; Trung và cộng sự, 2018; Đạt, 2020). Vì vậy, giả thuyết H1 và H2 được chấp nhận.

Hệ số bê ta tác động của niềm tin nhà cung cấp với ý định mua sắm trực tuyến là 0,28 chứng tỏ niềm tin nhà cung cấp có tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến, hay nói cách khác, sau



hàng loạt nỗ lực của nhà cung cấp về việc nâng cấp, cải tiến liên tục về trang web, giao diện và các ứng dụng bán hàng trực tuyến của mình để đảm bảo cho khách hàng sự tiện lợi về sử dụng, bảo vệ sự bảo mật hay riêng tư về thông tin của khách hàng sẽ làm cho họ tin tưởng nhiều hơn và từ đó cũng nâng cao ý định mua sắm trực tuyến nhiều hơn (Sharma và cộng sự, (2019); Sharma và Bahl, (2018).

Dựa trên cơ sở lý thuyết về các nhân tố và việc đưa ra các giả thuyết cho mô hình nghiên cứu cùng với việc phát triển từ hai mô hình nghiên cứu thực nghiệm của Hsu (2014) và Shu và cộng sự (2016), tác giả đã tiến hành các khảo sát với các đối tượng khách hàng đã từng mua sắm trực tuyến hay có ý định mua sắm trực tuyến với các trang web hay trình duyệt của các nhà cung cấp tại TP. Hồ Chí Minh như Lazada; Shoppe; Tiki;... Kết quả sau quá trình nghiên cứu đã đem lại ý nghĩa nhất định cho ngành bán lẻ đặc biệt là lĩnh vực Online Shopping. Theo kết quả của nghiên cứu này, thì hai yếu tố tính bảo mật và sự riêng tư có quan hệ ngược chiều với nhận thức rủi ro của khách hàng khi tiến hành mua sắm trực tuyến nguyên nhân là do bản chất việc mua sắm trực tuyến khách hàng không được trực tiếp xem qua sản phẩm hay có trải nghiệm thực tế với nó, đó là một nhược điểm lớn mà các nhà cung cấp cần phải làm cho khách hàng thấy việc rủi ro xảy ra là không nhiều. Mặt khác, trong nghiên cứu này cũng đã chỉ rõ, nếu tính bảo mật và sự riêng tư của khách hàng có thể bị xâm phạm hoặc bị đánh cắp, đe dọa đến việc họ bị tổn thất về tinh thần, tài chính sẽ làm họ gia tăng nhận thức rủi ro, nhất là vào giai đoạn sự phát triển của công nghệ và hoạt động của các hackers (Hunter và cộng sự, 2004; Pires và cộng sự, 2004).

#### Tài liệu tham khảo:

- Ahmad, S. Z., Abu Bakar, A. R., & Ahmad, N. (2019). Social media adoption and its impact on firm performance: The case of the UAE. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(1), 84–111. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2017-0299>
- Bauman, A., & Bachmann, R. (2017). Online consumer trust: Trends in research. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(2), 68–79. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000200008>.
- Bhatti, A., & Ur Rahman, S. (2019). Perceived benefits and perceived risks effect on online shopping behavior with the mediating role of consumer purchase intention in Pakistan. *International Journal of Management Studies*, 26(1), 33–54.
- Chiu, C.-M., Wang, E. T., Fang, Y.-H., & Huang, H.-Y.

(2014). Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: The roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk. *Information Systems Journal*, 24(1), 85–114. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2012.00407.x>

Choi, M., Law, R., and Heo, C. Y. (2018). An investigation of the perceived value of shopping tourism. *J. Travel Res.* 57, 962–980. doi: 10.1177/0047287517726170

Dat T. V. (2020). The Relationship among Product Risk, Perceived Satisfaction and Purchase Intentions for Online Shopping. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 7 No 6 (2020) 221–231

Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W. (2003), "Trust and TAM in online shopping: an integrated model", *MIS Quarterly*, Vol. 27 No. 1, pp. 51–90.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6th ed., Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.

Hunter, L.M., Kasouf, C.J., Celuch, K.A. and Curry, K.A. (2004), "A classification of business-to-business buying decisions: risk importance and probability as a framework for e-business benefits", *Industrial Marketing Management*, Vol. 33 No. 2, pp. 145–154.

McKnight, D.H., Choudhury, V. and Kacmar, C. (2002), "The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model", *Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 11 Nos 3/4, pp. 297–323.

Mohseni, S., Jayashree, S., Rezaei, S., Kasim, A., & Okumus, F. (2018). Attracting tourists to travel companies' websites: The structural relationship between website brand, personal value, shopping experience, perceived risk and purchase intention. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 616–645. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1200539>

Pavlou, P.A. (2003), "Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7 No. 3, pp. 101–134.

Ruyter KD, Wetzels M, Kleijnen M. Customer adoption of e-service: an experimental study. *International Journal of Service Industry Management* 2001;12(2):184–207.

Ryan, R.M. and Deci, E.L. (2002), "An overview of self-determination theory: an organismic dialectical perspective", in Deci, E.L. and Ryan, R.M. (Eds), *Handbook of Self-Determination Research*, The University of Rochester Press, Rochester, NY, pp. 3–36.

Shu-Hao Chang; Wen-Hai Chih; Dah-Kwei Liou and Yu-Ting Yang, (2016), "The mediation of cognitive attitude for online shopping", *Information Technology & People*, Vol. 29 Iss 3 pp. 618 - 646

Sikandar Ali Qalati, Esthela Galvan Vela, Wenyuan Li, Sarfraz Ahmed Dakhan, Truong Thi Hong Thuy & Sajid Hussain Merani. (2021). Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on purchase intention: The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping. *Cogent Business & Management*, 8:1, 1869363

Suryadi, N., Suryana, Y., Komaladewi, R., & Sari, D. (2018). Consumer, customer and perceived value: Past and present. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(4), 1–9.

Trung, P.T.; Phuc, T.X.; Sanjay, M.; Rytis, M.; and Robertas, D. (2018). Relationship between Convenience, Perceived Value, and Repurchase Intention in Online Shopping in Vietnam. *Sustainability* 2018, 10, 156; doi:10.3390/su10010156

Wheaton, B., Muthen, B., Alvin, D.F. and Summers, G. (1977), "Assessing reliability and stability in panel models", *Sociological Methodology*, Vol. 8 No. 1, pp. 84–136.

Wu, J.-J., Hwang, J.-N., Sharkhuu, O., & Tsogt-Ochir, B. (2018). Shopping online and off-line? Complementary service quality and image congruence. *Asia Pacific Management Review*, 23(1), 30–36. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.01.004>

Zimmer, J.C., Aarsal, R.E., Al-Marzouq, M. and Grover, V. (2010), "Investigating online information disclosure: effects of information relevance, trust and risk", *Information & Management*, Vol. 47 No. 2, pp. 115–123.

# THỰC TRẠNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA TẬP ĐOÀN HÒA PHÁT

TS. Phạm Thị Quyên - Ths. Nguyễn Hữu Tân\*

**Tập đoàn Hòa Phát - Tập đoàn sản xuất công nghiệp hàng đầu của Việt Nam đã có đóng góp đáng kể trong công cuộc phát triển kinh tế của đất nước và thực hiện trách nhiệm với cộng đồng. Trong giai đoạn 2016-2020, Tập đoàn Hòa Phát đã đạt được những thành công rất lớn, nhưng cũng còn một số hạn chế nhất định cần khắc phục. Do vậy, việc nghiên cứu để chỉ rõ những kết quả đã đạt được, những hạn chế của Tập đoàn sẽ giúp cho các nhà quản trị có các giải pháp phù hợp để không ngừng phát triển thương hiệu của Tập đoàn với triết lý "Hòa hợp cùng phát triển". Trong phạm vi của bài viết, nhóm tác giả nghiên cứu về kết quả hoạt động kinh doanh và khả năng sinh lời của Tập đoàn Hòa Phát.**

• Từ khóa: Tập đoàn Hòa Phát, thu nhập từ hoạt động kinh doanh, khả năng sinh lời.

*Hoa Phat group - leading industrial manufacturing group in Vietnam - has significantly contributed to the national economic development and fulfilled corporate social responsibility. During the 2016-2020 period, Hoa Phat Group achieved tremendous success but still showed certain limitations to be addressed. Therefore, research that clearly indicates past achievements and current limitations would provide management of the group with prompt solutions, hence constantly expanding the brand of the group, whose business philosophy is 'Harmony for joint development'. Within the scope of this article, the authors investigated into Hoa Phat Group's operating income and profitability.*

• Keywords: Hoa Phat group, operating income, profitability.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phản biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Giới thiệu

Tập đoàn Hòa Phát là Tập đoàn sản xuất công nghiệp hàng đầu Việt Nam. Khởi đầu từ một Công ty chuyên buôn bán các loại máy xây dựng từ tháng 8/1992, Hòa Phát lần lượt mở rộng sang các lĩnh vực khác như: nội thất, ống thép, thép xây dựng, điện lạnh, bất động sản và nông nghiệp. Ngày 15/11/2007, Hòa Phát chính thức niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán Việt Nam với mã chứng khoán HPG.

\* Học viện Tài chính

Hiện nay, Tập đoàn Hòa Phát có 11 Công ty thành viên với 25.424 CBCNV, hoạt động trải rộng trên phạm vi cả nước và 01 văn phòng tại Singapore. Sản xuất thép là lĩnh vực cốt lõi chiếm tỷ trọng trên 80% doanh thu và lợi nhuận toàn Tập đoàn. Các sản phẩm chính trong chuỗi sản xuất thép của Hòa Phát bao gồm: thép xây dựng, thép cuộn cán nóng (HRC), thép dự ứng lực, thép rút dây, ống thép và tôn mạ màu các loại. Với công suất lên đến trên 8 triệu tấn thép các loại, Tập đoàn Hòa Phát là doanh nghiệp sản xuất thép xây dựng và ống thép lớn nhất Việt Nam.

Trong nhiều năm liền, Tập đoàn Hòa Phát được công nhận là Thương hiệu Quốc gia, nằm trong Top 50 doanh nghiệp lớn nhất và hiệu quả nhất Việt Nam; Top 10 Công ty tư nhân lớn nhất Việt Nam, Top 50 Thương hiệu giá trị nhất Việt Nam.

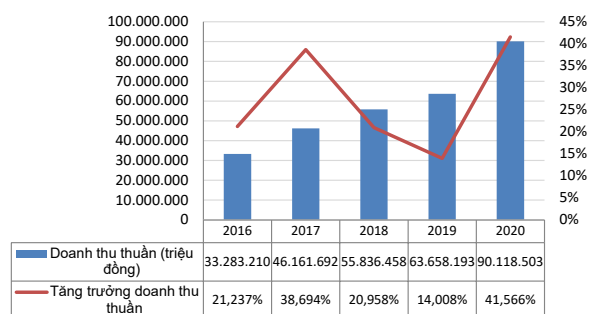
## 2. Thực trạng kết quả hoạt động kinh doanh của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016-2020

Trong giai đoạn này, nhìn chung kết quả kinh doanh của Tập đoàn Hòa Phát tương đối tốt. Tuy nhiên, kết quả kinh doanh của Tập đoàn đã giảm vào năm 2019.

**Về doanh thu:** Doanh thu thuần của Tập đoàn Hòa Phát nhìn chung có xu hướng tăng trong cả giai đoạn nghiên cứu, tốc độ tăng trung bình khoảng 28%/năm. Đặc biệt, năm 2020, doanh thu thuần của tập đoàn tăng trưởng nhanh chóng, với mức tăng 41,57% so với năm 2019 (Biểu đồ 1).

Trong giai đoạn 2016 - 2017, đối với Tập đoàn Hòa Phát, đánh dấu sự tăng trưởng vượt bậc về

Biểu đồ 1: Tăng trưởng doanh thu thuần của Tập đoàn Hòa Phát



Nguồn: Tính toán từ BCTCHN của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016 - 2020

doanh thu. Tập đoàn Hòa Phát đạt 33.283.210 triệu đồng và 46.161.692 triệu đồng doanh thu lần lượt trong năm 2016 và 2017, tăng tương ứng 21,24% và 38,69% so với năm trước. Lĩnh vực thép vẫn đóng vai trò chủ đạo và khẳng định là mảng kinh doanh cốt lõi của Tập đoàn. Kết thúc năm 2017, Tập đoàn Hòa Phát đã xác lập kỷ lục kinh doanh cao nhất với 3 triệu tấn thép thành phẩm các loại. Trong tổng sản lượng trên, thép xây dựng chiếm 2,2 triệu tấn, ống thép đóng góp 600.000 tấn và còn lại là tôn mạ kẽm. Đây là lần đầu tiên thép xây dựng Hòa Phát vượt mốc 2 triệu tấn/năm, tăng trưởng 20% so với năm 2016. Bên cạnh đó, Tập đoàn Hòa Phát đã xuất bán ra thị trường trong và ngoài nước 79.000 tấn phôi thép. Đến hết tháng 12/2017, thép xây dựng và ống thép Hòa Phát lần lượt chiếm 24% và 26,4% thị phần thép xây dựng và ống thép trên toàn quốc. Lĩnh vực sản xuất công nghiệp khác và bất động sản tiếp tục ổn định, giữ vững thị phần, duy trì tăng trưởng lợi nhuận trung bình ở mức 10%/năm, đồng thời đẩy mạnh công tác nghiên cứu phát triển. Lĩnh vực bất động sản bắt đầu ghi nhận Doanh thu lợi nhuận từ Dự án Mandarin Garden 2 nên có sự tăng trưởng nhất định. Với lĩnh vực nông nghiệp, Tập đoàn Hòa Phát đã vượt qua giai đoạn xây dựng nền tảng và bước đầu có những kết quả nhất định, dù vậy, tỷ trọng đóng góp còn nhỏ trong

cơ cấu doanh thu lợi nhuận chung. Bức tranh tái cấu trúc ngành chăn nuôi cũng như ngành nông nghiệp tại Việt Nam đã trở nên rõ nét hơn, doanh nghiệp nào trường vốn và có tiềm lực tài chính mạnh sẽ giữ vững được vị thế của mình. Tập đoàn Hòa Phát tiếp tục cam kết nuôi dưỡng lĩnh vực nông nghiệp để lĩnh vực này có đà phát triển xa và rộng hơn, tiến tới thực hiện mục tiêu lâu dài Tập đoàn đã đề ra. (Bảng 1)

Trong giai đoạn 2018 - 2019, tốc độ tăng trưởng doanh thu của Tập đoàn Hòa Phát chậm lại. Năm 2018, toàn Tập đoàn đạt 55.836.458 triệu đồng doanh thu thuần, (tăng 21% so với năm 2017), năm 2019, doanh thu thuần, đạt 63.658.193 triệu đồng (tăng 14% so với năm 2018). Trong giai đoạn này, ngành thép Việt Nam gặp nhiều thách thức, nhất là giá quặng sắt tăng mạnh làm giảm biên lợi nhuận ngành. Sự tăng trưởng này trong bối cảnh thị trường ngành có nhiều khó khăn cho thấy độ phủ rộng và uy tín rõ rệt của Hòa Phát trên thị trường. Trong đó, đóng góp chính vẫn là ngành thép khi doanh thu tăng trưởng phần lớn đến từ tăng sản lượng bởi Dung Quất cùng với việc Công ty TNHH Thiết bị phụ tùng Hòa Phát đổi tên thành Công ty TNHH Chế tạo kim loại Hòa Phát chuyển sang sản xuất và kinh doanh thép (gồm thép rút dây và thép dự ứng lực). Song song với việc tăng trưởng, mảng thép vẫn là mảng chủ lực đóng góp vào 80% tổng doanh thu toàn Tập đoàn. Năm 2019, tổng sản lượng các loại thép tiêu thụ là 3.618.000 tấn, tăng 14% so với 2018. Trong khi toàn thị trường thép thành phẩm các loại tiêu thụ tăng trưởng 6,4% so với cùng kỳ năm 2018. Thép xây dựng và ống thép Hòa Phát tiếp tục duy trì thị phần số 1 trên thị trường lần lượt là 26,2% và 31,5%. Lĩnh vực nông nghiệp của Tập đoàn cũng phát triển đáng kể khi tăng trưởng doanh thu đạt 72%, tăng tỷ trọng doanh thu từ 8% (2018) lên 12% (2019). Giai đoạn 2018 - 2019 là giai đoạn khá thành công đối với lĩnh vực nông nghiệp của Hòa Phát với sự tăng trưởng mạnh mẽ của các mảng

Bảng 1: Doanh thu Tập đoàn Hòa Phát theo lĩnh vực hoạt động

Lĩnh vực	2016		2017		2018		2019		2020	
	Doanh thu (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)
Thép	28.854.965	86,70	39.737.649	86,08	46.424.438	83,14	51.233.120	80,48	76.334.475	84,70
Nông nghiệp	1.394.967	4,19	2.895.445	6,27	4.596.185	8,23	7.985.316	12,55	10.552.657	11,71
BĐS	435.463	1,31	760.366	1,65	1.672.193	2,99	1.622.044	2,55	726.373	0,81
SXCN khác	2.597.815	7,80	2.768.232	6,00	3.143.642	5,64	2.817.712	4,42	2.504.998	2,78
<b>Tổng</b>	<b>33.283.210</b>	<b>100,00</b>	<b>46.161.692</b>	<b>100,00</b>	<b>55.836.458</b>	<b>100,00</b>	<b>63.658.192</b>	<b>100,00</b>	<b>90.118.503</b>	<b>100,00</b>

Nguồn: Tính toán từ BCTCHN của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016 - 2020

chăn nuôi và thức ăn chăn nuôi. Các sản phẩm nông nghiệp như cung cấp bò Úc, trứng gà sạch của Tập đoàn Hòa Phát thuộc top đầu của thị trường, qua đó thể hiện tiềm năng lớn để phát triển.

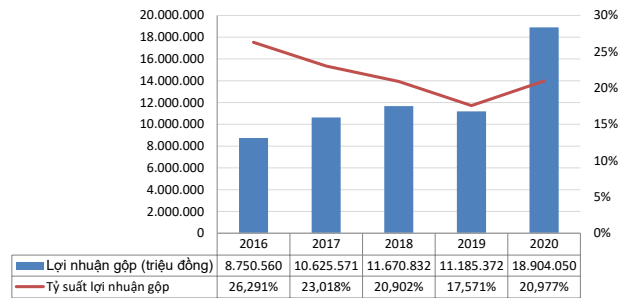
Đến năm 2020, dù nhiều thách thức, doanh thu năm 2020 vượt 6% kế hoạch đề ra và tăng tới 41% so với năm 2019. Sản xuất thép (bao gồm thép xây dựng, thép cuộn cán nóng, ống thép, tôn mạ màu, thép dự ứng lực...) vẫn tiếp tục đóng vai trò chủ đạo và khẳng định là mảng kinh doanh cốt lõi của Tập đoàn. Doanh thu nhóm này tăng trưởng 81%, phần lớn đến từ tăng sản lượng của dự án Khu liên hợp gang thép Hòa Phát Dung Quất. Doanh thu của lĩnh vực Thép chiếm 84% của toàn Tập đoàn. Năm 2020, tổng sản lượng các loại thép xây dựng, phi thép, ống và tôn tiêu thụ là 6.770.000 tấn, tăng 1,2 lần so với 2019. Trong khi sản lượng tiêu thụ thép thành phẩm các loại của toàn thị trường tăng trưởng âm 1,18% so với cùng kỳ năm 2019, thép xây dựng Hòa Phát tăng trưởng 22,53%. Thép xây dựng và ống thép Hòa Phát tiếp tục duy trì thị phần số 1 trên thị trường, lần lượt là 32,5% và 31,7%. Thép cuộn cán nóng (HRC) bắt đầu cung cấp cho thị trường bên ngoài từ tháng 11/2020. Lĩnh vực Nông nghiệp cũng có những bước tiến vượt bậc khi tăng trưởng doanh thu đạt 32% và đóng góp 12% doanh thu của Tập đoàn, với sự tăng trưởng mạnh mẽ của các mảng chăn nuôi và thức ăn chăn nuôi. Các sản phẩm nông nghiệp như bò Úc, heo an toàn sinh học, trứng gà sạch của Hòa Phát thuộc top đầu của thị trường, qua đó thể hiện tiềm năng lớn để phát triển trong các năm tới.

**Về lợi nhuận gộp:** Nhìn chung, tỷ suất lợi nhuận gộp của Tập đoàn Hòa Phát trong giai đoạn 2016 - 2019 giảm dần (từ 26,29% năm 2016 xuống 17,57% năm 2019), đến năm 2020, tỷ suất lợi nhuận gộp của Tập đoàn Hòa Phát đã tăng 20,98% song vẫn thấp hơn các năm 2016-2017.

Trong giai đoạn 2016, với lượng hàng tồn kho được duy trì ở mức ổn định, khi giá thép tăng đột biến trong giai đoạn, Tập đoàn Hòa Phát đã có sẵn lượng hàng tồn kho với giá thấp nên tỷ suất lợi nhuận gộp đạt mức cao. Đối với ngành thép, độ lớn trữ lượng hàng tồn kho ảnh hưởng trực tiếp đến tỷ suất lợi nhuận gộp hàng năm và chính sách lưu trữ hàng tồn kho của doanh nghiệp phải rất linh hoạt theo giá nguyên liệu đầu vào.

Trong giai đoạn 2017 - 2019, sau khi đạt đỉnh, giá thép thế giới sụt giảm mạnh vào năm 2017 và biến động khó lường, xuất khẩu thép gặp nhiều khó

Biểu đồ 2: Lợi nhuận gộp của Tập đoàn Hòa Phát



Nguồn: Tính toán từ BCTCHN của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016 - 2020

khăn do căng thẳng thương mại và sự trở dậy của chủ nghĩa bảo hộ. Bên cạnh đó, thị trường trong nước bị cạnh tranh khốc liệt do thị trường bất động sản và xây dựng hạ nhiệt; tình hình xuất khẩu sắt thép cũng gặp không ít khó khăn do thị trường xuất khẩu đang dần bị thu hẹp, áp lực cạnh tranh về giá ngày càng gay gắt ngay ở khu vực Đông Nam Á, khi các nhà máy thép trên thế giới đang dần đổi thị trường xuất khẩu. Điều này gây sức ép khá lớn lên ngành thép trong nước khi các sản phẩm nội địa bắt buộc phải giảm giá nhằm có thể cạnh tranh với thép Trung Quốc. Do đó, kể từ cuối năm 2017, các doanh nghiệp thép trong đó có Hòa Phát đã hạ giá bán nhằm có thể cạnh tranh với hàng Trung Quốc, khiến tỷ suất lợi nhuận gộp sụt giảm.

Bên cạnh đó, sự biến động khó lường của các yếu tố đầu vào như quặng sắt, than cốc hay giá điện đã tác động không nhỏ tới giá thành cũng như kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp ngành thép. Từ giữa năm 2016 trở lại đây, giá quặng sắt loại 62%Fe và giá than luyện cốc - nguyên liệu chính để sản xuất thép liên tục tăng cao. Cụ thể, giữa năm 2016 giá than luyện cốc khoảng 60 USD/tấn thì đến cuối năm 2018 đã tăng lên tới khoảng 120 USD/tấn. Giá quặng sắt cũng có những biến động khó lường. Sau khi giảm từ 90 USD/tấn xuống gần 60 USD/tấn vào giữa năm 2017 thì sau đó, giá quặng sắt đã tăng nhanh chóng, đến giữa năm 2019 giá quặng sắt đã vượt 120 USD/tấn. Năm 2020, tỷ suất lợi nhuận gộp tăng lên so với năm 2019 là do sự tăng trở lại của giá thép trên thị trường.

**Về lợi nhuận sau thuế:** Nhìn chung, tổng lợi nhuận sau thuế (LNST) của Tập đoàn Hòa Phát tăng trong giai đoạn 2016 - 2018 tăng từ 6.606 tỷ đồng lên 8.601 tỷ đồng, nhưng suy giảm trong năm 2019. Đến năm 2019, LNST của Hòa Phát chỉ còn đạt 7.578 tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng của LNST nhìn chung suy giảm trong cả giai đoạn 2016 - 2019, từ 88,51% trong năm 2016 xuống còn 7,31%

năm 2018 và thậm chí đến năm 2019 đã âm. Tuy nhiên, năm 2020, đánh dấu LNST của tập đoàn tăng mạnh, đạt 13.450 tỷ, tăng gấp đôi so với năm 2019.

Trong giai đoạn 2017-2019, doanh thu lớn, nhưng tốc độ tăng trưởng lợi nhuận sau thuế của Tập đoàn Hòa Phát tương đối thấp cho thấy chi phí sản xuất rất lớn đã ảnh hưởng tới lợi nhuận. Chi phí sản xuất lớn xuất do chi phí sản xuất của các DN thép nói chung, Hòa Phát nói riêng rất lớn mà chủ yếu là chi phí nguyên vật liệu (quặng sắt, than cốc) và điện năng. Quặng sắt, than cốc, thép phế và điện chiếm khoảng 70% chi phí sản xuất. Trong thời gian vừa qua, sự biến động khó lường của các yếu tố đầu vào này đã tác động không nhỏ tới giá thành cũng như kết quả kinh doanh của Hòa Phát. Từ giữa năm 2016 trở lại đây, giá quặng sắt và giá than luyện cốc liên tục tăng cao. Cụ thể, giữa năm 2016 giá than luyện cốc khoảng 60 USD/tấn thì đến cuối năm 2018 đã tăng lên tới khoảng 120 USD/tấn. Giá quặng sắt cũng có những biến động khó lường. Sau khi giảm từ 90 USD/tấn xuống gần 60 USD/tấn vào giữa năm 2017 thì sau đó, giá quặng sắt đã tăng nhanh chóng, đến giữa năm 2019 giá quặng sắt đã vượt 120 USD/tấn. Ngoài ra, giá điện bình quân của Việt Nam liên tục được điều chỉnh tăng. Giá điện được điều chỉnh tăng liên tục 12 lần, từ 842 đồng/kWh tăng lên 1.866,44 đồng/kWh trong lần điều chỉnh gần nhất là đầu năm 2019. Điều này đã làm tăng giá thành sản xuất, từ đó làm giảm lợi nhuận của tập đoàn.

Còn đối với năm 2020, LNST của Tập đoàn Hòa Phát thép tăng mạnh là do giá thép tăng mạnh. So với quý I/2019, giá thép đã tăng khoảng 50% do sự phục hồi sản xuất trên thế giới sau đại dịch và khan hiếm nguyên liệu. Ngoài ra, kinh tế Việt Nam tiếp tục phục hồi và nằm trong nhóm nước tăng trưởng nhanh. Nhu cầu sản phẩm sắt thép tăng mạnh do ngành bất động sản và xây dựng hạ tầng hồi phục

khi Chính phủ triển khai các dự án đầu tư công lớn như Sân bay Long Thành, đường cao tốc Bắc - Nam và các đường dây truyền tải điện 500KV sau khi Quy hoạch điện VIII được thông qua.

LNST của Tập đoàn Hòa Phát tập trung chủ yếu ở lĩnh vực sản xuất và kinh doanh thép, luôn chiếm trên dưới 90% tổng LNST của toàn Tập đoàn. LNST của các lĩnh vực hoạt động khác của Tập đoàn chiếm tỷ trọng nhỏ, đều dưới 7%. (Bảng 2)

**Bảng 2: Cơ cấu LNST theo lĩnh vực hoạt động**

Đơn vị tính: %

Lĩnh vực hoạt động	2016	2017	2018	2019	2020
Sản xuất và kinh doanh thép	90,17	90,85	88,94	92,66	91,92
Nông nghiệp	0,41	0,59	1,73	3,01	5,66
Bất động sản	2,97	3,12	5,52	2,40	1,35
Sản xuất công nghiệp khác	6,45	5,44	3,81	1,93	1,07
<b>Tổng</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Nguồn: Tính toán từ BCTCHN của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016 - 2020

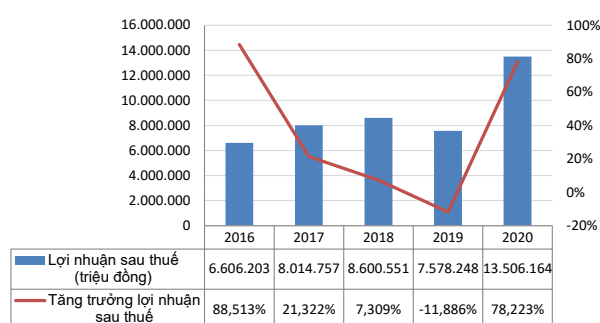
### 3. Thực trạng sinh lời của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016-2020 (Biểu đồ 4)

Trong giai đoạn nghiên cứu, hoạt động kinh doanh của Tập đoàn Hòa Phát mang lại hiệu quả. Tuy nhiên, các chỉ tiêu sinh lời không ổn định.

#### Tình hình sinh lời hoạt động

Khả năng sinh lời hoạt động của Tập đoàn Hòa Phát nhìn chung giảm trong giai đoạn 2016 - 2019 và có xu hướng cải thiện trong năm 2020. Nguyên nhân khiến khả năng sinh lời hoạt động giảm trong giai đoạn 2016 - 2019 là do xuất khẩu thép gặp nhiều khó khăn do căng thẳng thương mại Mỹ - Trung và sự trở dậy của chủ nghĩa bảo hộ. Bên cạnh đó, thị trường trong nước bị cạnh tranh khốc liệt do thị trường bất động sản và xây dựng hạ nhiệt, áp lực cạnh tranh về giá ngày càng gay gắt ngay ở khu vực Đông - Nam Á khi các nhà máy thép trên thế giới đang dần đổi thị trường xuất khẩu. Điều này gây sức ép khá lớn lên ngành thép trong nước. Do đó, Tập đoàn Hòa Phát đã hạ giá bán nhằm có thể cạnh tranh với hàng Trung Quốc, khiến tỷ suất lợi nhuận sụt giảm. Năm 2020, trong nửa cuối năm, nhu cầu thép trong nước gia tăng khi hoạt động xây dựng được trở lại bình thường, hoạt động đẩy nhanh giải ngân đầu tư công từ Chính phủ, cũng như việc tăng nhanh giá thép trong khu vực và Việt Nam kích thích việc mua hàng và dự trữ từ các đại

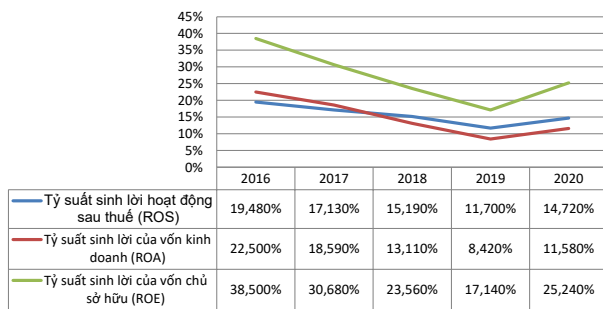
**Biểu đồ 3: Tăng trưởng lợi nhuận sau thuế của Tập đoàn Hòa Phát**



Nguồn: Tính toán từ BCTCHN của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016 - 2020

lý. Ngoài ra, diễn biến giá thép cán nóng giảm sâu và tăng trở lại sau đó, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà sản xuất các sản phẩm liên quan đến thép cán nóng dự trữ tồn kho và tìm kiếm được mức lợi nhuận gộp tăng tốt trong năm 2020, trong đó có Tập đoàn Hòa Phát.

Biểu đồ 4: Khả năng sinh lời của Tập đoàn Hòa Phát



Nguồn: Tính toán từ BCTCHN của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016 -2020

**Tình hình sinh lời của vốn kinh doanh và sinh lời của vốn chủ sở hữu**

Khả năng sinh lời của vốn kinh doanh của Tập đoàn Hòa Phát có xu hướng giảm trong giai đoạn 2016 - 2019, trước khi tăng vào năm 2020. Năm 2016, ROA đạt 22,50%, giảm còn 8,42% trong năm 2019. Nhưng đến năm 2020, ROA tăng và đạt 11,58%. Khả năng sinh lời vốn chủ sở hữu của Tập đoàn Hòa Phát nhìn chung có xu hướng giảm trong giai đoạn 2016 - 2019, sau đó bật tăng mạnh trong năm 2020. ROE của Tập đoàn Hòa Phát năm 2016 đạt 38,50%, đến năm 2019 giảm chỉ còn 17,14%, sau đó tăng mạnh trong năm 2020 và đạt 25,24%.

Trong giai đoạn 2016 - 2017, kết quả hoạt động kinh doanh gặp nhiều thuận lợi, LNST tăng tương đối nhanh chóng (khoảng 21%), nhưng ROE vẫn giảm là do ngành thép tăng trưởng nhanh chóng, Tập đoàn Hòa Phát mở rộng quy mô kinh doanh để gia tăng thị phần. Điều này đã đòi hỏi tập đoàn phải tăng cường huy động vốn đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô. Bên cạnh vay nợ, tập đoàn đã chủ động phát hành cổ phiếu huy động vốn cổ phần để đáp ứng nhu cầu tài trợ vốn, từ đó làm gia tăng vốn chủ sở hữu. Còn trong giai đoạn 2018 - 2019, ROE của Tập đoàn Hòa Phát sụt giảm nhanh chóng (giảm khoảng 30% mỗi năm) do tình hình kinh doanh, xuất khẩu thép gặp nhiều khó khăn, căng thẳng thương mại và sự gia tăng của chủ nghĩa bảo hộ, thị trường trong nước bị cạnh tranh khốc liệt do thị trường bất động sản và xây dựng hạ nhiệt, dẫn

tới lợi nhuận sau thuế suy giảm nhanh chóng. Năm 2020, ROE của Tập đoàn Hòa Phát tăng chủ yếu là do ROS tăng. Khả năng sinh lời của Tập đoàn Hòa Phát năm 2020 được cải thiện là do giá thép tăng mạnh. Ngoài ra, kinh tế Việt Nam tiếp tục phục hồi và nằm trong nhóm nước tăng trưởng nhanh. Nhu cầu sản phẩm sắt thép tăng mạnh do ngành bất động sản và xây dựng hạ tầng hồi phục khi Chính phủ triển khai các dự án đầu tư công lớn. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đã gia tăng dự trữ tồn kho trước đó tìm kiếm được mức lợi nhuận tăng tốt.

**4. Kết luận**

Trong giai đoạn 2016-2020, Tập đoàn Hòa Phát đã đạt được thành công cơ bản, đó là: kết quả kinh doanh của tăng dần trong giai đoạn nghiên cứu, chỉ riêng năm 2019 thì doanh thu vẫn tăng nhưng LNST giảm. Tập đoàn Hòa Phát luôn duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh có lãi. Các chỉ tiêu hệ số sinh lời luôn dương và biến động tăng vào năm 2020. Bên cạnh những kết quả trên, Tập đoàn Hòa Phát còn một số hạn chế, là: LNST giảm mạnh vào năm 2019, các chỉ tiêu sinh lời đều giảm dần trong giai đoạn 2017-2019. Mặc dù, các chỉ tiêu sinh lời năm 2020 đã tăng so với năm 2019 nhưng vẫn thấp hơn giai đoạn 2016-2018. Nhằm cải thiện tình hình sinh lời trong giai đoạn tới, Tập đoàn Hòa Phát có thể nghiên cứu một số giải pháp sau: (1) Thúc đẩy tiêu thụ vừa giảm lượng thành phẩm tồn kho, vừa tăng công suất hoạt động để tận dụng năng lực hiện có: Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, duy trì và mở rộng các kênh phân phối trong và ngoài nước, tăng cường các hoạt động hỗ trợ thúc đẩy tiêu thụ. (2) Tăng cường quản trị đối với hàng tồn kho nhằm giảm lượng vốn tồn kho vẫn đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh diễn ra liên tục: Chú trọng việc phân tích, dự báo tình hình thị trường cung ứng nguyên nhiên vật liệu để điều chỉnh mức dự trữ phù hợp với diễn biến của thị trường. (3) Chủ động triển khai các giải pháp tiết kiệm năng lượng, giảm sự phụ thuộc vào nguồn tài nguyên nhằm giảm chi phí tạo cơ sở cạnh tranh về giá.

**Tài liệu tham khảo:**

- Báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn Hòa Phát giai đoạn 2016-2020.
- Báo cáo ngành thép tháng 12/2020 - <http://www.vcb.com.vn>
- Báo cáo thị trường thép năm 2019 - <http://vietnambiz.vn>
- Giới thiệu về Tập đoàn Hòa Phát - <https://www.hoaphat.com.vn>

# ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG GIẢNG DẠY MÔN HỌC KẾ TOÁN HÀNH CHÍNH SỰ NGHIỆP TẠI HỌC VIỆN TÀI CHÍNH

Ths. Phạm Thu Trang - Ths. Lê Thanh Dung\*

*Trong những năm gần đây, Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động mạnh mẽ và sâu rộng đến tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội, trong đó có hoạt động đào tạo kế toán. Đổi mới phương pháp dạy học là một trong những biện pháp quan trọng giúp nâng cao chất lượng đào tạo kế toán, đáp ứng yêu cầu của xã hội. Bài viết đã nghiên cứu ứng dụng công nghệ thông tin đối với kế toán và giảng dạy đào tạo kế toán tại các trường Đại học trong thời đại công nghệ 4.0, thực trạng và giải pháp hoàn thiện đào tạo giảng dạy môn học kế toán hành chính sự nghiệp tại Học viện Tài chính trong điều kiện ứng dụng công nghệ thông tin, nhằm thay đổi toàn diện từ phương pháp giảng dạy đến nội dung kiến thức truyền đạt, từ chương trình đào tạo đến phương pháp tiếp cận thực tế.*

• Từ khóa: ứng dụng công nghệ thông tin, kế toán hành chính sự nghiệp, kế toán.

*In recent years, the industrial revolution 4.0 has strongly and deeply affected all areas of socio-economic life, including accounting training activities. Innovating teaching methods is one of the important measures to improve the quality of accounting training to meet the requirements of society. The article has studied the application of information technology to accounting and teaching accounting training at universities in the 4.0 technology era. It will also mention the current situation and solutions to improve the training and teaching of the subject administrative accounting at the Academy of Finance in terms of information technology application in order to comprehensively change from teaching methods to content of knowledge imparted, from training programs to practical approaches.*

• Keywords: information technology application, administrative accounting, accounting.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phân biên: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phân biên: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Khái quát tác động của ứng dụng công nghệ thông tin đến kế toán và giảng dạy, đào tạo kế toán tại các trường đại học

Kế toán là một trong những lĩnh vực chịu tác động mạnh mẽ từ công nghệ thông tin (CNTT). Ứng dụng CNTT có thể thay thế những công việc

thủ công của kế toán như thu thập, xử lý, tính toán số liệu,... Sự hỗ trợ mạnh mẽ của CNTT giúp kế toán sử dụng các nguồn lực hiệu quả hơn, tiết kiệm chi phí, thời gian, nhân lực, tiếp cận gần hơn với hệ thống kế toán quốc tế, tăng cường tính hội nhập. Việc ứng dụng CNTT làm cho điều kiện làm việc thay đổi, các yếu tố của hệ thống kế toán, việc thu thập, xử lý, kiểm tra, phân tích và cung cấp thông tin của kế toán cũng được thay đổi. Tất cả các giai đoạn của kế toán từ thu thập đến cung cấp thông tin đều có thể được máy móc thay thế, tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác, sử dụng nguồn dữ liệu thông tin kế toán nhanh chóng, hiệu quả. Kế toán có thể chiết xuất dữ liệu phục vụ cho tất cả các quyết định ở các cấp quản lý khác nhau; Nâng cao độ tin cậy, hợp lý của báo cáo kế toán, tăng cường tính tự kiểm soát lẫn nhau giữa các bộ phận, các đơn vị. Ứng dụng CNTT tác động mạnh mẽ đến tổ chức kế toán tại các đơn vị kế toán nói chung và đơn vị hành chính sự nghiệp (HCSN) nói riêng.

Trước bối cảnh và sự tác động của CNTT đã làm thay đổi cơ bản phương thức đào tạo giảng dạy đối với nhân lực kế toán tại các trường Đại học, Học viện và Cao đẳng, đòi hỏi người làm kế toán phải có trình độ cao để tiếp cận với công nghệ mới và nâng cao khả năng sáng tạo, khả năng tư duy, tư vấn các vấn đề phục vụ các nhà quản lý. Việc ứng dụng CNTT tạo điều kiện cho giảng viên và sinh viên tiếp cận rất nhiều cơ hội mới: về khả năng tiếp cận nguồn tri thức, cập nhật và nghiên cứu các xu thế trong lĩnh vực kế toán kiểm toán; đa dạng hoá và phát huy được nhiều loại hình nghiên cứu, giảng dạy và học tập; thay đổi chương trình đào tạo theo

\* Học viện Tài chính

hướng tích cực với phương pháp học tập hiệu quả, thực hành mô hình kế toán thực tế ngay trên giảng đường đại học.

Bên cạnh đó, ứng dụng CNTT cũng đặt ra những thách thức lớn cho các cơ sở đào tạo và các giảng viên đào tạo kế toán kiểm toán. Cụ thể, để ứng dụng CNTT cho các trường đại học đòi hỏi sự đầu tư lớn với năng lực tài chính đảm bảo, đồng thời đối với giảng viên đào tạo kế toán phải hoàn thiện quá trình đổi mới tư duy, kỹ năng ứng dụng công nghệ vào giảng dạy, có trình độ ngoại ngữ, năng lực nghiên cứu, tự nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ.

**2. Thực trạng giảng dạy đào tạo môn Kế toán Hành chính sự nghiệp tại Học viện Tài chính hiện nay**

Tại Học viện Tài chính, môn học Kế toán HCSN là môn học do bộ môn Kế toán công - khoa Tài chính công đảm nhiệm. Hiện môn học được giảng dạy cho sinh viên các hệ đào tạo thuộc chuyên ngành đào tạo Kế toán công (mã số 23), Kế toán doanh nghiệp (mã số 21), Kiểm toán (mã số 22) và Quản lý tài chính công (mã số 01). Môn học Kế toán HCSN được chia thành 2 học phần (Kế toán HCSN 1 và Kế toán HCSN 2) nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về kế toán tại đơn vị HCSN.

**Bảng 1: Kết cấu nội dung môn học kế toán HCSN**

Học phần	Nội dung học phần	Chuyên ngành giảng dạy
Kế toán HCSN 1 (2 tín chỉ)	- Tổ chức công tác kế toán HCSN - Kế toán hoạt động HCSN tại đơn vị HCSN: + Kế toán hoạt động tiếp nhận và sử dụng nguồn NSNN cấp + Hoạt động tiếp nhận và sử dụng nguồn viện trợ, vay nợ nước ngoài + Hoạt động thu phí, lệ phí và sử dụng nguồn phí được khấu trừ để lại	- Kế toán công (MS 23) - Kế toán doanh nghiệp (MS 21) - Kiểm toán (MS22) - Quản lý tài chính công (MS 01)
Kế toán HCSN 2 (2 tín chỉ)	- Kế toán hoạt động đầu tư XDCB - Kế toán hoạt động tài chính - Kế toán hoạt động SXKD và cung ứng dịch vụ - Kế toán hoạt động khác - Báo cáo kế toán	- Kế toán công (MS 23) - Quản lý tài chính công (MS 01)

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Trong thiết kế tại các học phần Kế toán HCSN đều có khối lượng bài tập thực hành, bài tập vận dụng khá lớn, quá trình truyền đạt những kiến thức về mặt lý thuyết được các giảng viên lồng ghép kiến thức thực tế, quy định pháp lý hiện hành về kế toán,

kiểm toán, thuế, tài chính... và kỹ năng nghề theo từng giai đoạn cho sinh viên chuyên ngành. Các học phần Kế toán HCSN chuyển từ trọng tâm thực hiện các công việc kế toán (lập chứng từ, ghi sổ, trình bày báo cáo tài chính) sang hướng phân tích bản chất của nghiệp vụ kinh tế, vận dụng các nguyên tắc, phương pháp ghi nhận và trình bày thông tin kế toán theo quy định của chuẩn mực và thông lệ kế toán quốc tế. Hiện nay, với việc triển khai đào tạo theo hệ thống tín chỉ nên thời lượng các học phần Kế toán HCSN đều được phân bổ hợp lý giữa thời gian học tập trên lớp và thời gian tự nghiên cứu, qua đó nhằm phát huy tính chủ động và khả năng tự nghiên cứu của sinh viên, phát triển nghề nghiệp và bản thân trong tương lai.

Mặc dù trong quá trình giảng dạy, giảng viên luôn kết hợp các phương pháp giảng dạy - học tập truyền thống và hiện đại nhằm phát huy tính tích cực và chủ động của người học như thuyết trình, làm việc nhóm, đề xuất và xử lý tình huống thực tế trong công tác kế toán tại các đơn vị HCSN... giúp cải thiện kỹ năng mềm, triển khai công việc và tư duy phản biện cho sinh viên kế toán, kiểm toán. Tuy nhiên, với thời lượng mỗi học phần là 2 tín chỉ, tổng số giờ lên lớp là 30 giờ, số giờ tự học là 15 giờ, sinh viên hiện nay chưa được tiếp cận với thực hành kế toán HCSN qua các phần mềm kế toán trong nội dung giảng dạy của môn học Kế toán HCSN.

Nhìn chung, việc giảng dạy, đào tạo đã tích cực đổi mới cơ bản và toàn diện nội dung chương trình đào tạo, phương pháp nghiên cứu và giảng dạy nhằm thực hiện mục tiêu cung cấp nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán có chất lượng. Với những thách thức đặt ra trong bối cảnh phát triển của CNTT và cuộc cách mạng 4.0 tại Việt Nam đòi hỏi việc nghiên cứu, giảng dạy các môn học kế toán tại Học viện Tài chính nói chung và môn học kế toán HCSN nói riêng cần hoàn thiện trên mọi phương diện trong tương lai.

**3. Giải pháp đổi mới ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy môn Kế toán Hành chính sự nghiệp tại Học viện Tài chính**

**Thứ nhất**, hoàn thiện chương trình đào tạo chuyên ngành Kế toán công, bổ sung môn học Thực hành Kế toán HCSN trong chương trình đào tạo chuyên ngành Kế toán công (Mã số 23) tại Học viện Tài chính. Môn học được tiếp cận theo các giai đoạn đảm bảo có tính kế thừa, đảm bảo nền kiến thức chung về kế toán, tài chính,... phục vụ cho phát triển nghề nghiệp trong tương lai. Môn học Thực hành Kế toán HCSN định hướng cho sinh viên



thực hành kế toán trên các phần mềm kế toán, phát triển theo hướng vận dụng mô hình kế toán ảo có hệ thống, giúp sinh viên được trải nghiệm thực hành kế toán trên các vai trò khác nhau... qua đó hình thành nhóm kỹ năng nghề nghiệp phù hợp với nhu cầu của thị trường lao động hiện nay.

Trong quá trình xây dựng chương trình nội dung môn học, cần triển khai theo hướng đi sâu phân tích bản chất các giao dịch, hướng dẫn sinh viên vận dụng nguyên tắc và chuẩn mực kế toán ghi nhận giao dịch theo đúng bản chất, là cơ sở quan trọng để đảm bảo chất lượng và độ tin cậy của thông tin kế toán, giúp tư vấn hiệu quả hơn cho nhà quản trị đơn vị HCSN trong quá trình điều hành và ra quyết định. Mặt khác, việc xây dựng hệ thống bài tập, tình huống các môn học kế toán HCSN đảm bảo phù hợp với các giao dịch phát sinh trên thực tế.

**Thứ hai**, về phương pháp giảng dạy, giảng viên cần linh hoạt hơn với phương châm lấy người học làm trung tâm. Phương pháp giảng dạy tích cực, đa dạng sẽ giúp sinh viên có cơ hội rèn luyện phát triển các kỹ năng mềm cần thiết trong công việc như kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng thuyết trình, phản biện, phân tích và giải quyết vấn đề. Việc giảng dạy kế toán phải lồng ghép các tình huống thực tế vào các bài giảng để cho sinh viên trải nghiệm với các việc ra quyết định đòi hỏi sự sáng tạo và linh hoạt. Trên cơ sở đó, sinh viên phát huy được năng lực của mình, chủ động tìm hiểu thông tin và kiến thức từ các nguồn tài liệu và phương tiện thông tin khác, nhằm nắm chắc khối lượng kiến thức và mở rộng hơn.

**Thứ ba**, xây dựng và tăng cường hoạt động ngoại khóa thực tế cho sinh viên ngành kế toán nói chung, sinh viên chuyên ngành Kế toán công nói riêng, giúp sinh viên tìm hiểu nội dung tổ chức công tác kế toán tại các đơn vị HCSN.

**Thứ tư**, tăng cường mở rộng liên kết, hợp tác với các tổ chức, hiệp hội nghề nghiệp và cơ sở đào tạo quốc tế, giúp cho hoạt động đào tạo và nghiên cứu được gắn kết, giải quyết được các vấn đề thực tiễn, đáp ứng được các yêu cầu về nguồn lực lao động kế toán cho các đơn vị thuộc khu vực công và tư, đồng thời củng cố nhận thức của sinh viên kế toán tại Việt Nam về tiêu chuẩn nghề nghiệp.

**Thứ năm**, cần tăng cường cơ sở vật chất trong hoạt động nghiên cứu, giảng dạy kế toán trong các trường đại học, học viện, có chiến lược đầu tư đổi mới, hiện đại hóa cơ sở vật chất, hạ tầng thông tin phục vụ nghiên cứu, giảng dạy và học tập. Các trường cần đầu tư công nghệ, các hệ thống phần

mềm mô phỏng phục vụ giảng dạy như mô hình kế toán ảo, để sinh viên thực hành, giúp sinh viên tiếp cận thực tế trong bối cảnh ứng dụng CNTT. Bên cạnh đó, các trường nên đầu tư hệ thống thông tin, thư viện hiện đại, cơ sở dữ liệu lớn phục vụ quá trình nghiên cứu và xây dựng bài giảng cho giảng viên và sinh viên kế toán.

**Thứ sáu**, nâng cao trình độ chuyên môn của giảng viên, bồi dưỡng, cập nhật kiến thức và nghiên cứu, tìm hiểu sâu hơn các vấn đề lý luận và thực tiễn về khoa học kế toán cùng với các môn khoa học khác. Bên cạnh đó, cần tăng cường trao đổi, hợp tác nghiên cứu với các tổ chức giáo dục - đào tạo, chuyên gia trong và ngoài nước giúp phát triển trình độ nghiên cứu khoa học, tiếp cận với những xu thế và thay đổi trong nghề nghiệp của giảng viên kế toán, kiểm toán. Đồng thời, cần có lộ trình xây dựng và triển khai chương trình phát triển kỹ năng tin học, ngoại ngữ cho giảng viên.

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu, việc xây dựng nguồn nhân lực trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán đảm bảo về số lượng, đạt yêu cầu về chất lượng ngày càng trở nên cấp thiết. Chính vì vậy, các trường đại học và học viện phải nỗ lực hơn nữa trong quá trình chuẩn hóa chương trình đào tạo, phương pháp nghiên cứu và giảng dạy kế toán nói chung, môn học kế toán HCSN nói riêng, gắn kết chặt chẽ với các kỹ năng ứng dụng CNTT vào nghề nghiệp và phát triển chuyên môn. Xu hướng tăng mức độ sử dụng CNTT trong hoạt động nghề nghiệp kế toán, kiểm toán yêu cầu đào tạo nghề nghiệp trong lĩnh vực này sẽ tạo ra những con người có năng lực tư duy, sáng tạo, đổi mới, có kỹ năng phân tích và tổng hợp thông tin, có khả năng làm việc độc lập và ra quyết định dựa trên cơ sở phân tích các chứng cứ và dữ liệu.

#### Tài liệu tham khảo:

Chỉ thị số 16/CT-TTg năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ về Tăng cường năng lực tiếp cận cuộc CMCN lần thứ 4.

Bùi Thị Thu Hương, Bùi Tố Quyên, Bài viết Hội thảo Kỳ yếu khoa học quốc gia Kế toán - Kiểm toán Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0 cơ hội và thách thức - 2019: "Nghiên cứu và giảng dạy kế toán tại các trường đại học trong thời đại cách mạng công nghệ 4.0 - những vấn đề trao đổi".

Thái Bá Công, Nguyễn Minh Thành - Học viện Tài chính, Đề tài NCKH cấp Học viện 2018: "Nghiên cứu tác động của cuộc CMCN 4.0 đến ngành nghề kế toán, kiểm toán và khuyến nghị đổi mới chương trình, nội dung và công nghệ đào tạo chuyên ngành kế toán, kiểm toán".

Nguyễn Thị Thu Hà (2019), "Đào tạo Kế toán công trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0", Tạp chí Tài chính số T4/2019.

# GIẢI PHÁP QUẢN TRỊ CHI PHÍ NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT

Ths. Nguyễn Thị Mai Hương\*

*Quản trị chi phí sản xuất là hoạt động mang tính tất yếu cho bất kỳ doanh nghiệp sản xuất nào trong nền kinh tế thị trường trong vấn đề tồn tại và phát triển. Tổ chức công tác kế toán quản trị là một trong những nhiệm vụ quan trọng của đơn vị, nhằm cung cấp các thông tin thích hợp, chính xác, linh hoạt, đầy đủ, kịp thời, phục vụ công tác lập kế hoạch, điều hành, kiểm soát và ra quyết định của nhà quản trị. Có thể nói quản trị chi phí sản xuất bao gồm những vấn đề của chi phí như là: hiểu được các loại chi phí, các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí, chúng ta có thể kiểm soát được chi phí, từ đó có thể tiết kiệm chi tiêu, tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Đây được xác định là một trong những lý luận để có thể đề xuất một số khuyến nghị trong công tác quản trị chi phí tại các doanh nghiệp sản xuất.*

• Từ khóa: kiểm soát, chi phí, hiệu quả hoạt động, doanh nghiệp, sản xuất.

*Cost control is essential for any business. Understanding the types of costs, the factors that affect costs, we can control costs, thereby saving expenses and increasing operational efficiency of the business. In the framework of this article, we will present a summary of the types of costs, the need for cost control in the manufacturing enterprises and then offer some solutions to control costs to increase high operating efficiency of the manufacturing enterprises.*

• Keywords: control, cost, operational efficiency, enterprise, production.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phản biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

Tối ưu hóa chi phí DN là một trong những yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của DN. Tuy nhiên, cắt giảm chi phí nào và cắt giảm ở mức độ nào thì vẫn luôn là bài toán khó. Quản trị chi phí và sử dụng một cách có hiệu quả các nguồn lực nhằm mang lại lợi ích cho DN luôn là câu hỏi mà mỗi nhà quản trị phải xác định câu trả lời cần thực hiện như thế nào? Chuyển hóa các nguồn lực tạo thành để có thể mang lại lợi ích tối đa? Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả sẽ trình bày bày sơ lược về các loại chi phí, sự cần thiết về vấn đề

kiểm soát chi phí trong doanh nghiệp sản xuất từ đó đưa ra một số giải pháp để kiểm soát chi phí nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động trong doanh nghiệp sản xuất.

## 1. Chi phí và phân loại chi phí trong doanh nghiệp sản xuất

Hiện nay, có nhiều tiêu thức phân loại chi phí khác nhau:

- *Phân loại chi phí theo đối tượng hạch toán chi phí:* Căn cứ vào khả năng quy nạp chi phí cho từng đối tượng hạch toán chi phí, chi phí được phân loại thành chi phí trực tiếp và chi phí gián tiếp.

Cách phân loại này giúp cho người sử dụng hiểu rõ vai trò của từng loại chi phí trong hoạt động của DN và phương pháp hạch toán chi phí cho các đối tượng hạch toán chi phí.

- *Phân loại chi phí theo quan hệ với quá trình sản xuất:* Theo cách phân loại này, chi phí được chia thành chi phí sản xuất và chi phí ngoài sản xuất.

- *Phân loại chi phí theo quan hệ với báo cáo tài chính:* Dựa vào mối quan hệ của chi phí với các báo cáo tài chính, chi phí được chia thành chi phí sản phẩm và chi phí thời kỳ. Các chi phí này phát sinh ở kỳ nào thì được coi là chi phí hoạt động trên báo cáo kết quả kinh doanh của kỳ đó.

\* Học viện Ngân hàng

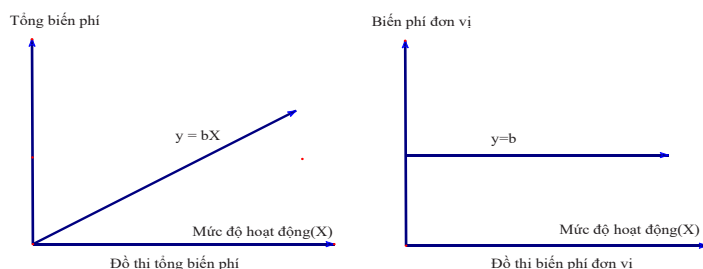
### - Phân loại chi phí theo mối quan hệ của chi phí với mức độ hoạt động

Theo cách phân loại này, chi phí bao gồm biến phí, định phí.

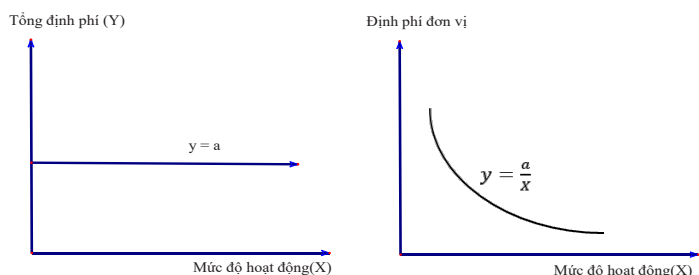
*Biến phí* hay còn gọi là chi phí biến đổi là chi phí nếu xét về tổng số sẽ thay đổi tỷ lệ thuận với mức độ hoạt động. Biến phí xuất hiện khi doanh nghiệp hoạt động, mức độ hoạt động lớn hơn không; và sẽ bằng không khi doanh nghiệp ngưng hoạt động hoặc khi mức độ hoạt động bằng không.

Trong một doanh nghiệp sản xuất, biến phí tồn tại khá phổ biến như chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp, chi phí năng lượng...

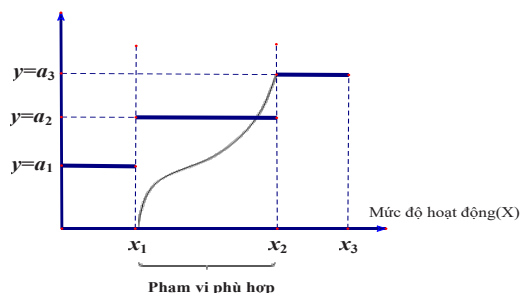
Sơ đồ 1: Đồ thị biến phí và biến phí đơn vị



Sơ đồ 2: Đồ thị tổng định phí và định phí đơn vị



Sơ đồ 3: Đồ thị phạm vi phù hợp của định phí



Định phí là những khoản chi phí không thay đổi về tổng số khi mức độ hoạt động thay đổi trong phạm vi phù hợp. Phạm vi phù hợp là khoảng cách giữa mức độ hoạt động tối thiểu và mức độ hoạt động tối đa mà doanh nghiệp có thể thực hiện với năng lực hoạt động hiện có.

Xét về tổng chi phí, định phí không thay đổi nhưng nếu xem xét chúng trên một đơn vị mức độ hoạt động, định phí đơn vị sẽ tỷ lệ nghịch với mức độ hoạt động. Như vậy, định phí sẽ luôn tồn tại cho dù doanh nghiệp có hay không có hoạt động và khi mức độ hoạt động của doanh nghiệp tăng thì định phí tính cho một đơn vị mức độ hoạt động sẽ giảm đi. Khi hoạt động của doanh nghiệp đạt công suất tối đa thì định phí cho một đơn vị mức độ hoạt động sẽ là thấp nhất.

Tuy bản chất của định phí không thay đổi khi mức độ hoạt động thay đổi, mức độ của định phí cũng chỉ có thể đảm bảo cho một phạm vi phù hợp của mức độ hoạt động. Vì vậy, cần lưu ý là khái niệm trên của định phí chỉ tương xứng với phạm vi phù hợp. Một khi mức độ hoạt động vượt quá phạm vi phù hợp nhất thì định phí lại thay đổi theo cấp bậc mới để phù hợp với mức hoạt động này.

Phạm vi phù hợp là phạm vi giữa mức độ hoạt động tối thiểu và tối đa có thể tiến hành sản xuất mà doanh nghiệp không phải đầu tư thêm định phí.

Trong thực tế, không phải khi nào cũng có thể xác định được các chi phí biến đổi và chi phí cố định. Một số loại chi phí có thể bao gồm chi phí cố định và chi phí biến đổi.

## 2. Sự cần thiết phải quản trị chi phí trong doanh nghiệp sản xuất

Chi phí sản xuất là một trong những yếu tố quyết định đến lợi nhuận và giá thành sản phẩm. Việc kiểm soát tốt chi phí có thể làm tăng lợi nhuận và giảm được giá thành sản phẩm. Đây là yếu tố quyết định, không chỉ tác động đến việc nên hay không nên kiểm soát chi phí mà nó còn giữ vai trò quyết định sự thành công hay thất bại của DNSX. Hiểu được các loại chi phí, các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí, DNSX có thể kiểm soát

được chi phí, từ đó tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả hoạt động của DN. Chính vì vậy, kiểm soát chi phí là mối quan tâm hàng đầu của các nhà quản trị. Một trong những nhiệm vụ quan trọng của quản lý chi phí là xem xét, lựa chọn cơ cấu chi phí sao cho tiết kiệm, hiệu quả nhất. Quản lý chi phí cần tiến hành những nội dung sau: Phân tích và đưa ra một cơ cấu chi phí và nguồn vốn huy động tối ưu cho DN trong từng thời kỳ; Thiết lập một chính sách phân chia chi phí cùng các mức lợi nhuận một cách hợp lý đối với DN; Kiểm soát việc sử dụng cả các tài sản trong DN, tránh tình trạng sử dụng lãng phí, sai mục đích. Kiểm soát chi phí là việc tổng hợp, phân tích, đánh giá thực trạng về sử dụng các nguồn vốn và chi phí, từ đó đưa ra những quyết định về các chi phí ngắn hạn, dài hạn của DN. Kiểm soát chi phí là một hoạt động quan trọng của quản lý chi phí. Đối với nhà quản trị, để kiểm soát được chi phí phát sinh hàng ngày, điều quan trọng là nhận diện ra các loại chi phí, đặc biệt là nên nhận dạng những chi phí kiểm soát được để đề ra biện pháp kiểm soát chi phí thích hợp.

### 3. Thực trạng quản trị chi phí trong các doanh nghiệp sản xuất hiện nay

Quá trình sản xuất trong các doanh nghiệp hiện nay thường phát sinh 3 khoản mục chi phí chính, đó là chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp và chi phí sản xuất chung. Nội dung kiểm soát chi phí sản xuất được thể hiện theo trình tự sau: Dự toán chi phí sản xuất; kế toán chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm; kiểm tra kết quả tính toán; đánh giá hoặc phân tích chênh lệch giữa chi phí và giá thành dự toán với chi phí và giá thành thực tế. Thực tiễn triển khai các bước kiểm soát chi phí sản xuất tại doanh nghiệp như sau:

**Thứ nhất**, về dự toán chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm: Nhìn chung, nhà quản trị rất coi trọng việc xây dựng dự toán giá thành sản phẩm, bởi đây là cơ sở để nhà quản trị ra quyết định kinh doanh và đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất. Dự toán được phân công thực hiện bởi bộ phận lập kế hoạch phối kết hợp với bộ phận kỹ thuật. Tuy nhiên, hiện nay, các dự toán thường được thực hiện bán thủ công hoặc thủ công, chưa

có phần mềm riêng để dự toán chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm. Các bảng tính trong Excel được sử dụng nhiều nhất để tính toán giá dự toán theo định mức tiêu hao nguyên vật liệu và thời gian gia công đối với từng chi tiết của sản phẩm. Cuối cùng, số liệu dự toán được nhà quản trị phê chuẩn nhằm ban hành khung giá cơ bản hoặc được điều chỉnh, phê duyệt trong một số trường hợp đặc biệt.

**Thứ hai**, kế toán chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm. Đối với chi phí nguyên vật liệu, việc theo dõi khoản chi phí nguyên liệu được thực hiện khá chặt chẽ, kết hợp với việc theo dõi chi tiết cho từng loại nguyên liệu, theo từng nguồn gốc mua vào (nhập khẩu hay mua nội địa), được xuất dùng cho từng đơn hàng... Việc làm này giúp doanh nghiệp kiểm soát tốt giá trị cũng như chất lượng nguyên liệu đầu vào. Đối với chi phí nhân công, bao gồm tiền lương, tiền thưởng và các khoản trích theo lương DN phải trả cho bộ phận công nhân trực tiếp sản xuất tại các phân xưởng sản xuất. Do vậy, kế toán chi phí nhân công trực tiếp thường được tiến hành chi tiết cho từng phân xưởng và tuân thủ đúng các quy định của Nhà nước về chế độ tiền lương, thưởng cho người lao động.

Đối với chi phí sản xuất chung, các khoản chi phí phát sinh chung cho toàn phân xưởng được tập hợp và phân bổ cho từng nhóm sản phẩm sản xuất trong kỳ theo chi phí nguyên liệu tiêu hao. Tuy nhiên, hiện nay chi phí sản xuất chung không được kế toán theo dõi tách biệt giữa chi phí sản xuất chung cố định và chi phí sản xuất chung biến đổi. Rõ ràng cách phân loại chi phí này mới chỉ dựa trên khía cạnh kế toán tài chính, chưa đáp ứng được các yêu cầu cung cấp thông tin của quản trị nội bộ.

**Thứ ba**, kiểm tra kết quả báo cáo từ kế toán chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm. Đây là một khâu quan trọng, thể hiện vai trò kiểm soát của nhà quản trị đối với kết quả công việc do bộ phận kế toán báo cáo.

**Thứ tư**, phân tích, đánh giá chênh lệch giữa chi phí, giá thành dự toán với chi phí, giá thành thực tế nhằm cung cấp thông tin cho việc ra quyết

định của nhà quản lý: Việc đánh giá hiệu quả theo sản phẩm hiện nay chỉ mới chú trọng tới tiêu chí đánh giá năng suất lao động theo từng sản phẩm. Năng suất lao động theo từng sản phẩm được sắp xếp theo thứ tự giảm dần cung cấp thông tin, từ đơn hàng hiệu quả cao nhất đến đơn hàng hiệu quả thấp nhất, tạo cơ sở để lãnh đạo DN ra các quyết định sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, DN mới chỉ sử dụng phương thức đánh giá này để so sánh các sản phẩm theo năng suất lao động cao hay thấp, chưa có sự đánh giá liên quan tới lợi nhuận thu được từng sản phẩm. Vì vậy, việc đánh giá và phân tích hiệu quả hoạt động tại các DN mới chỉ ở mức độ giản đơn.

#### 4. Một số giải pháp quản trị chi phí trong doanh nghiệp sản xuất

Để tiếp tục duy trì và đẩy mạnh công tác kiểm soát chi phí sản xuất cũng như khắc phục những hạn chế còn tồn tại, doanh nghiệp sản xuất cần chú trọng một số giải pháp sau:

**Thứ nhất**, cần xây dựng và áp dụng mô hình kế toán quản trị phù hợp, có hiệu quả; Tổ chức thu thập, tổng hợp hệ thống thông tin kế toán quản trị nhằm đảm bảo cung cấp đầy đủ, kịp thời các thông tin, thực hiện các định mức, tiêu chuẩn, đơn giá, dự toán để phục vụ cho việc lập kế hoạch, kiểm tra, điều hành cũng như ra các quyết định kinh doanh.

**Thứ hai**, cần quan tâm tới việc nhận diện và phân loại chi phí theo các cách khác như phân loại theo hình thái chi phí thành các chi phí biến đổi và chi phí cố định để phục vụ cho mục đích xem xét việc thay đổi của chi phí khi mức độ hoạt động thay đổi, từ đó cung cấp thông tin thích hợp cho nhà quản trị, lập dự toán và kiểm soát chi phí một cách hiệu quả. Bởi vì, đối với nhà quản trị, để kiểm soát được chi phí phát sinh, điều quan trọng là phải nhận diện ra các loại chi phí, đặc biệt là phải nhận diện được chi phí nào có thể giảm được (chi phí biến đổi) và chi phí nào không thể giảm được (chi phí cố định).

**Thứ ba**, cần xây dựng định mức chi phí phù hợp. Định mức chi phí là khoản chi được định trước bằng cách lập ra những tiêu chuẩn gắn với từng trường hợp hay từng điều kiện làm việc cụ

thể. Định mức chi phí không những chỉ ra được các khoản chi dự kiến mà còn xác định nên chi trong trường hợp nào. Tuy nhiên, trong thực tế chi phí luôn thay đổi vì vậy các định mức cần phải được xem xét lại thường xuyên để đảm bảo tính hợp lý của chúng.

**Thứ tư**, kiểm soát chi phí sản xuất sẽ không có hiệu quả nếu bộ phận kế toán của DN không thực hiện việc so sánh giữa chi phí và giá thành sản xuất thực tế với chi phí và giá thành sản xuất dự toán. Vì vậy, DN cần tăng cường phân tích và đánh giá các chênh lệch giữa chi phí sản xuất dự toán với chi phí sản xuất thực tế nhằm phát hiện các chênh lệch, phân tích và tìm hiểu nguyên nhân, từ đó đưa ra quyết định điều chỉnh hoặc xử lý kịp thời. DN nên áp dụng phần mềm trong ước tính, đánh giá và phân tích chi phí sản xuất để hỗ trợ trong công tác lập dự toán và phân tích kết quả. Chi phí phát sinh thực tế có thể cao hơn hoặc thấp hơn so với định mức ban đầu, điều này tạo nên sự biến động chi phí so với định mức. Biến động có thể là bất lợi khi chi phí thực tế cao hơn chi phí định mức hoặc có lợi khi chi phí thực tế thấp hơn chi phí định mức. Mục đích phân tích biến động các khoản mục chi phí nhằm đánh giá chung mức chênh lệch giữa thực tế so với định mức để làm rõ mức tiết kiệm hay vượt chi của từng khoản mục chi phí phát sinh. Doanh nghiệp cần phân tích biến động của một số loại chi phí sau:

- Phân tích các biến động chi phí nguyên vật liệu trực tiếp: Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp là một loại chi phí biến đổi, khi chi phí nguyên vật liệu thực tế khác với định mức chi phí nguyên vật liệu thì ta gọi mức chênh lệch đó là biến động chi phí nguyên vật liệu. Sự biến động này gồm biến động lượng sử dụng và biến động giá nguyên vật liệu. Trong thực tế, sự biến động giá phụ thuộc vào cả nguyên nhân khách quan (quan hệ cung cầu thay đổi trên thị trường, sự thay đổi chính sách của Nhà nước,...) và nguyên nhân chủ quan (chọn chất lượng hàng mua, phương pháp tính trị giá nguyên liệu xuất kho,...). Biến động về lượng nguyên vật liệu sử dụng phụ thuộc vào trình độ quản lý nguyên vật liệu, tay nghề của công nhân trực tiếp sản xuất, tình trạng hoạt động

của máy móc thiết bị, điều kiện nơi sản xuất,... Sự phân tích các biến động nói trên phải được tiến hành càng sớm càng tốt, nhằm phát hiện kịp thời những bất hợp lý để điều chỉnh nhằm tìm ra nguyên nhân và đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả chi phí nguyên vật liệu.

- Phân tích các biến động chi phí lao động trực tiếp: Chi phí lao động trực tiếp là một loại chi phí biến đổi, vì vậy việc phân tích các biến động của nó cũng dùng mô hình chung về phân tích biến động chi phí biến đổi. Biến động chi phí lao động trực tiếp có thể chi tiết hóa như sau:

- + Biến động năng suất lao động.
- + Biến động thời gian nhân rồi (ngừng sản xuất).
- + Biến động đơn giá tiền lương.

Biến động năng suất phụ thuộc vào công nhân phải mất thời gian sản xuất nhiều hay ít hơn so với định mức. Nhà quản lý cần đặc biệt quan tâm về biến động năng suất bất lợi và xác định rõ người chịu trách nhiệm và lý do vì sao thời gian sản xuất lại kéo dài. Năng suất lao động tăng hay giảm có thể thường do ảnh hưởng của các nguyên nhân: Sự thay đổi cơ cấu lao động; năng suất lao động cá biệt; tình trạng hoạt động của máy móc thiết bị; chất lượng của nguyên liệu được sử dụng; các biện pháp quản lý sản xuất; chính sách trả lương cho công nhân,....

Biến động thời gian nhân rồi hay còn gọi là biến động chi phí thời gian xảy ra khi thời gian công nhân không có công việc để làm lâu hơn so với dự kiến.

Biến động lương xảy ra khi doanh nghiệp phải trả lương thực tế cho công nhân cao hơn hoặc thấp hơn so với dự kiến. Đơn giá tiền lương tăng do nhiều nguyên nhân, có thể tổng hợp thành hai nguyên nhân: Do đơn giá tiền lương của các bậc thợ tăng lên; Sự thay đổi về cơ cấu lao động. Tiền lương tăng lên khi cơ cấu lao động thay đổi theo hướng tăng tỷ trọng công nhân bậc cao và giảm tỷ trọng công nhân bậc thấp tính trên tổng số giờ lao động được sử dụng.

- Phân tích biến động của chi phí sản xuất chung: Chi phí SXC là loại chi phí khá phức tạp,

bởi nó là một chi phí gián tiếp với nhiều loại chi phí khác nhau về tính chất và được tính vào giá thành các sản phẩm thông qua sự phân bổ, vì vậy sẽ không có một mô hình duy nhất về phương pháp để phân tích chung cho các doanh nghiệp. Thông thường phân tích biến động chi phí sản xuất chung được thực hiện như sau:

+ Phân tích biến động chi phí sản xuất chung biến đổi: Sự tăng giảm chi phí sản xuất chung biến đổi so giữa thực tế và định mức (hay dự toán) có thể chia thành hai loại biến động: Biến động giá và biến động năng suất. Mặc khác, do chi phí sản xuất chung có nhiều khoản mục nên doanh nghiệp cần lập một bảng tính toán tổng hợp các biến động và xem đó là báo cáo thực hiện chi phí sản xuất chung khả biến.

+ Phân tích biến động chi phí SXC cố định: đặc điểm cơ bản của chi phí cố định là không thay đổi cùng với những thay đổi của các mức độ hoạt động. Do vậy, khi phân tích chi phí sản xuất chung cố định cần lưu ý một số điểm sau: Mọi sự chia nhỏ chi phí cố định đều có bản chất giả tạo vì chúng không phụ thuộc vào mức hoạt động. Xây dựng đơn giá phân bổ chi phí sản xuất chung cố định là cần thiết cho quá trình tính toán biến động nhưng không có giá trị đối với việc kiểm soát chi phí đặt trong mối quan hệ với mức hoạt động. Vì những lý do này nên biến động chi phí sản xuất chung cố định thường được biểu hiện dưới dạng vật chất thay vì tiền tệ. Sự thể hiện các biến động dưới hình thái vật chất sẽ cung cấp cho nhà quản lý một cách rõ ràng và cụ thể hơn nguyên nhân biến động, từ đó sẽ có biện pháp kiểm soát biến động hữu hiệu hơn.

**Tài liệu tham khảo**

Nguyễn Vũ Việt, Mai Ngọc Anh. (2020), *Giáo trình kế toán quản trị doanh nghiệp*, Học viện tài chính, NXB Tài chính.

Nguyễn Thị Hồng Mai, Đặng Thị Hòa. (2020), *Giáo trình kế toán quản trị doanh nghiệp*, Đại học Thương mại, NXB Thống kê.

Trần Anh Quang, “Kiểm soát chi phí nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sản xuất” (2021), *hội thảo khoa học quốc gia “Kế toán - Kiểm toán - Tài chính Việt Nam - Đổi mới và hội nhập”*, Nhà xuất bản Dân trí.

# AM HIỂU TÀI CHÍNH CỦA SINH VIÊN HỌC VIỆN TÀI CHÍNH - THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT VỀ CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC TÀI CHÍNH

TS. Trần Thanh Thu - TS. Đào Hồng Nhung - Ths. Phạm Minh Đức\*

Sự bùng nổ của Fintech trong ngành dịch vụ tài chính đã mang đến những sản phẩm đầu tư linh hoạt, năng động cho giới trẻ. Đầu tư vào tiền kỹ thuật số và giao dịch trên các sàn giao dịch ảo gia tăng trong bối cảnh Covid-19 lan rộng. Song rủi ro tiềm ẩn của các sản phẩm và dịch vụ tài chính đòi hỏi người dùng phải có một mức độ am hiểu nhất định về tài chính và sản phẩm dịch vụ Fintech để tự bảo vệ mình. Điều này đặc biệt quan trọng với nhóm người dùng là sinh viên bởi đây là nhóm có tư duy nhạy bén, dễ dàng nắm bắt các xu hướng mới và các công nghệ hiện đại, nhanh chóng thích ứng với các sản phẩm dịch vụ mới; song cũng là nhóm đối tượng dễ bị lôi kéo, chịu tổn thương khi gặp phải rủi ro. Trong điều kiện khung khổ pháp lý cho Fintech và các giao dịch tài chính điện tử chưa được ban hành, nâng cao am hiểu tài chính cho người trẻ để họ có thể tự bảo vệ mình trên thị trường tài chính là điều vô cùng cần thiết. Nghiên cứu này làm rõ thực trạng am hiểu tài chính của sinh viên Học viện Tài chính (HVTC), từ đó đưa ra một số đề xuất về chương trình đào tạo nhằm tăng cường hiểu biết tài chính cho sinh viên HVTC nói riêng và sinh viên đại học nói chung trong bối cảnh số hoá ngành dịch vụ tài chính Việt Nam.

• Từ khóa: am hiểu tài chính, giáo dục tài chính, sinh viên, số hoá, dịch vụ tài chính, HVTC.

The boom of Fintech in the financial service industry recently has brought flexible and dynamic investment products for the young generation. Investment in cryptocurrency and trade on virtual platforms increase in the widespread of Covid-19. However, the potential risks of financial products and services require users to have a certain level of knowledge about Fintech financial products and services to protect themselves. That is increasingly important to students because of their sharp minds, grasping new trends and modern technology, quickly adapting to new products and services, but easily manipulated and vulnerable when facing risks. In the context of no legal framework for Fintech and digital financial transactions, it is essential to improve financial literacy for the students to protect themselves in the financial market. This study clarifies the financial literacy of the students of the Academy of Finance in particular and university students in general, then making some recommendations on the financial education program to enhance the students' financial literacy in the context of digitalizing the financial service industry in Vietnam.

• Keywords: financial literacy, financial education, students, digitalization, financial services, AOF.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phản biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Giới thiệu vấn đề nghiên cứu

Sự bùng nổ của Fintech trong vòng ba năm trở lại đây cho phép nhóm người dùng trẻ dễ dàng tiếp cận với những dịch vụ tài chính như ngân hàng điện tử, thẻ tín dụng, đầu tư tự động, cho vay ngang hàng. Tuy nhiên, rủi ro tiềm ẩn từ các sản phẩm dịch vụ Fintech đòi hỏi người dùng có một mức độ am hiểu nhất định về tài chính và sản phẩm dịch vụ Fintech để tự bảo vệ mình. Điều này đặc biệt quan trọng với sinh viên bởi đây là nhóm người dùng có tư duy nhanh nhạy, dễ dàng nắm bắt những tiến bộ công nghệ, nhanh chóng thích ứng với các sản phẩm dịch vụ mới, song cũng là nhóm đối tượng dễ dàng bị tác động bởi các nền tảng trực tuyến, gặp rủi ro cao trong sử dụng sản phẩm dịch vụ công nghệ. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 bùng phát, thanh toán không dùng tiền mặt và các dịch vụ tài chính trên nền tảng di động gia tăng mạnh. Sự tăng giá như

\* Học viện Tài chính

vũ bão của Bitcoin và một số đồng tiền ảo, các nền tảng gọi vốn đa cấp, các nền tảng cho vay ngang hàng đã và đang đặt người sử dụng dịch vụ vào nguy cơ mất vốn, rò rỉ dữ liệu cá nhân, bị đánh cắp tiền trong tài khoản, thậm chí là bị tống tiền, giao dịch nặc danh, hoặc liên đới về mặt pháp lý. Những vấn đề này đặt ra nhiều thách thức đối với các nhà quản lý trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người sử dụng dịch vụ tài chính. Trong khi khung khổ pháp lý cho Fintech và các giao dịch tài chính điện tử chưa được ban hành, điều cần làm ngay lúc này là có một chương trình giáo dục tài chính tăng cường am hiểu tài chính cho người sử dụng dịch vụ để họ có thể tự bảo vệ mình trên thị trường tài chính (Trần & Đào, 2020).

Bài viết đưa ra một số đề xuất về chương trình giáo dục tài chính nhằm tăng cường am hiểu tài chính cho sinh viên Học viện Tài chính nói riêng và sinh viên đại học nói chung trong bối cảnh số hoá ngành dịch vụ tài chính dựa trên kết quả khảo sát trực tiếp 140 sinh viên Học viện Tài chính. Bài viết gồm 5 phần, ngoài phần mở đầu và kết luận, bài viết lần lượt làm rõ nền tảng lý thuyết, phương pháp và mẫu nghiên cứu, kết quả nghiên cứu và hàm ý cho chương trình giáo dục tài chính (GDTC).

## 2. Khung khổ lý thuyết của vấn đề nghiên cứu

Am hiểu tài chính (AHTC) là một khái niệm đa chiều cạnh, được định nghĩa từ những góc độ nghiên cứu khác nhau. OECD/INFE (2016) định nghĩa am hiểu tài chính là “*sự kết hợp của nhận thức, kiến thức, kỹ năng, thái độ và hành vi cần thiết để đưa ra những quyết định tài chính tin cậy và có ý nghĩa nhằm mục tiêu cuối cùng là đạt được sự hài lòng tài chính cá nhân*”. Đây cũng là khái niệm AHTC được sử dụng phổ biến nhất. Công cụ phổ để đo lường am hiểu tài chính được sử dụng nhiều nhất là bộ câu hỏi dành cho người trưởng thành của OECD/INFE (2016) với ba khía cạnh là kiến thức tài chính, hành vi tài chính, và thái độ đối với lập kế hoạch tài chính dài hạn.

AHTC của sinh viên là vấn đề nghiên cứu được quan tâm bởi sinh viên là lực lượng lao

động trong tương lai, là phân khúc khách hàng tiềm năng của các công ty dịch vụ tài chính. Nghiên cứu tiên phong của Danes&Hira (1987) mô tả kiến thức quản lý tiền của các sinh viên đại học, nhận diện nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt trong hiểu biết về tiền. Các tác giả định nghĩa hiểu biết tài chính “*là tổng hợp kiến thức về thể tín dụng, bảo hiểm, các khoản vay, ghi chép chi tiêu, quản lý tài chính chung*”. Volpe và cộng sự (1996), Chen&Volpe (1998), Bowen (2002) đo lường kiến thức tài chính của sinh viên. Những nghiên cứu này đã tập trung nhiều vào kiến thức tài chính hơn là thái độ và hành vi tài chính. Theo Jump\$tart (1997), am hiểu tài chính là “*khả năng sử dụng kiến thức và kỹ năng của một cá nhân để quản lý nguồn lực hiệu quả, đảm bảo an toàn tài chính trọn đời*”. Khái niệm này có nhiều điểm tương đồng với OECD về AHTC khi chú trọng đến việc vận dụng kiến thức tài chính trong thực tiễn nhằm đảm bảo an toàn tài chính trọn đời cho mỗi cá nhân. Đây là khái niệm phù hợp với đối tượng sinh viên.

Nhóm tác giả tiếp cận khái niệm AHTC của OECD song có điều chỉnh cho phù hợp với chủ thể sinh viên. Theo đó, “*am hiểu tài chính của sinh viên là sự tổng hoà của kiến thức, thái độ, và hành vi tài chính. Am hiểu tài chính của sinh viên phản ánh khả năng nắm bắt, hiểu và vận dụng những kiến thức tài chính có được vào việc lập các kế hoạch tài chính cá nhân nhằm đạt được mục tiêu an toàn tài chính trọn đời*”. Nhóm tác giả sử dụng bộ công cụ của OECD (2018) để đo lường am hiểu tài chính của sinh viên. Những câu hỏi sau khi được Việt hoá sẽ được điều chỉnh về các dữ liệu đầu vào và cách diễn đạt để phù hợp với văn phong và tư duy của sinh viên Việt Nam. Theo bộ câu hỏi của OECD (2018), am hiểu tài chính là sự kết hợp của Kiến thức tài chính, Thái độ tài chính và Hành vi tài chính. Trong đó, kiến thức tài chính phản ánh khả năng nắm bắt và hiểu những nội dung cơ bản về tài chính gồm lãi suất, lạm phát, lãi kép, rủi ro. Thái độ tài chính phản ánh thái độ của sinh viên với việc tiêu dùng, tiết kiệm và đầu tư. Thái độ tài chính cho thấy quan điểm của sinh viên trong quản lý tiền bạc. Hành vi tài chính phản ánh khả năng vận dụng kiến



thức để đưa ra những quyết định tài chính cá nhân dài hạn hoặc ứng phó với những điều bất thường phát sinh trong thực tế cuộc sống.

### 3. Thực trạng am hiểu tài chính của sinh viên - Nghiên cứu tình huống tại HVTC

#### 3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu gồm 140 sinh viên đang học tập tại khoa TCDN - HVTC. Nhóm nghiên cứu lựa chọn sinh viên của Khoa TCDN - HVTC làm đối tượng khảo sát bởi ba lý do: (i) Đây là một trong hai khoa có số lượng sinh viên đông nhất tại Học viện Tài chính; (ii) Các chuyên ngành thuộc Khoa TCDN đòi hỏi sự kết hợp về mặt kiến thức và kỹ năng của rất nhiều chủ điểm tài chính khác nhau; (iii) Sinh viên các chuyên ngành thuộc Khoa TCDN sẽ trở thành các chuyên gia tài chính và đầu tư trong tương lai, là đội ngũ lan toả kiến thức và kỹ năng tài chính trong xã hội.

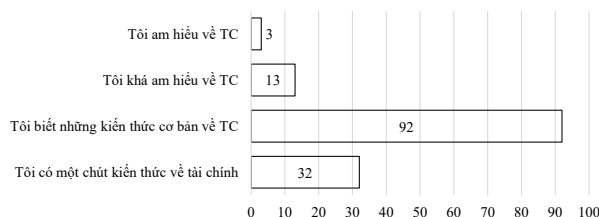
Nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn chuyên sâu để đánh giá mức độ phù hợp của câu hỏi với sinh viên TCDN. Bảng hỏi sau khi được điều chỉnh đã được phát rộng rãi tại các lớp thuộc chuyên ngành TCDN (hệ CLC và hệ chuẩn) và chuyên ngành Phân tích tài chính. Thời gian thu thập số liệu là từ tháng 12/2019 đến tháng 9/2020. Tỷ lệ phản hồi đạt 20% với số lượng bảng hỏi có dữ liệu thu về là 140 bảng hỏi gồm 37 sinh viên TCDN chất lượng cao, 43 sinh viên Phân tích tài chính hệ chuẩn, 60 sinh viên TCDN hệ chuẩn.

**Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu**

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ trọng
<b>Thời gian học tập</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>
Sinh viên năm thứ 3	80	57,1%
Sinh viên năm thứ 4	60	42,9%
<b>Chuyên ngành</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>
TCDN CLC	37	26,4%
TCDN hệ chuẩn	60	42,9%
PTTC	43	30,7%
<b>Giới tính</b>	<b>140</b>	<b>100,0%</b>
Nam	25	17,9%
Nữ	115	82,1%

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp từ kết quả điều tra

**Hình 1. Tự đánh giá về kiến thức TC của SV Học viện Tài chính**



#### 3.2. Kiến thức tài chính của sinh viên HVTC

Đối với câu hỏi tự đánh giá về mức độ am hiểu tài chính, không có SV nào chọn mức (1) - Tôi hầu như không có kiến thức tài chính. 100% sinh viên chọn mức 2 trở lên. Nói cách khác, 100% SV tự đánh giá mình là có kiến thức về tài chính. Có 17 SV tự đánh giá có kiến thức tài chính cao. Đây cũng là những SV có điểm trả lời những câu trắc nghiệm khách quan về kiến thức tài chính cao nhất. Điểm trung bình về tự đánh giá kiến thức tài chính là 2,9/5,0.

**Bảng 2. Tự đánh giá kiến thức tài chính theo nhóm sinh viên**

Chỉ tiêu	Có một chút kiến thức	Hiểu biết cơ bản	Khá am hiểu	Am hiểu	Tổng
Sinh viên năm 3	27	46	7	0	80
Tỷ lệ	33,8%	57,5%	8,8%	0%	100%
Sinh viên năm 4	4	47	6	2	60
Tỷ lệ	22,9%	66,4%	9,3%	1,4%	100%

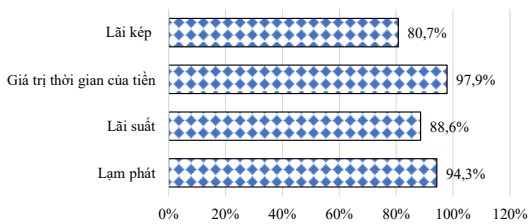
Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp từ kết quả điều tra

Bảng 2 cho thấy SV năm thứ 4 có xu hướng tự đánh giá kiến thức tài chính cá nhân cao hơn so với SV năm thứ 3. Có 78,3% SV năm thứ 4 đánh giá mức kiến thức của mình ở cấp độ căn bản và 10% SV năm thứ 4 đánh giá mức kiến thức ở mức khá am hiểu. Mối tương quan thuận chiều giữa số năm học tập và mức độ tự đánh giá về kiến thức tài chính có ý nghĩa thống kê ở mức p-value <1%.

Đánh giá khách quan về kiến thức tài chính của sinh viên HVTC được thực hiện thông qua 7 câu trả lời trắc nghiệm về lạm phát, lãi suất, lãi kép, rủi ro và tỷ suất sinh lời. Điểm chi tiết cho từng câu hỏi như sau:

Tỷ lệ trả lời đúng các câu hỏi tài chính căn bản của sinh viên HVTC ở mức trên 80%. Những

Hình 2. Tỷ lệ trả lời đúng câu hỏi căn bản



câu hỏi về giá trị thời gian của tiền và lạm phát đạt tỷ lệ trên 90%. Đây là những câu hỏi rất căn bản về kiến thức kinh tế và công cụ tài chính mà phần lớn SV được học từ năm thứ 2. Kết quả này cho thấy, sinh viên HVTC đã ghi nhớ và nắm bắt được kiến thức nền tảng về tài chính. Tuy nhiên, sang đến câu hỏi vận dụng kiến thức tài chính ở mức độ trung cấp, tỷ lệ câu trả lời đúng đã giảm đi đáng kể. Đối với câu hỏi về tương quan giữa rủi ro và TSSL trong đầu tư, 100% sinh viên được hỏi trả lời sai. Câu hỏi về lạm phát và đa dạng hoá danh mục đầu tư có gần 16% sinh viên trả lời sai. Kết quả này cho thấy việc vận dụng các kiến thức nền tảng vào thực tiễn vẫn gây khó khăn cho một bộ phận không nhỏ SV.

Bảng 3. Kiến thức tài chính của sinh viên HVTC

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ trọng	Giá trị trung bình mẫu
<b>Điểm kiến thức căn bản</b>			3,61
Mức 0	0	0,00%	
Mức 1	2	1,43%	
Mức 2	8	5,71%	
Mức 3	24	17,14%	
Mức 4	106	75,71%	
<b>Điểm kiến thức trung cấp</b>			1,69
Mức 0	6	4,29%	
Mức 1	32	22,86%	
Mức 2	102	72,86%	
Mức 3	0	0,00%	

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp từ kết quả điều tra

Số liệu tại bảng 3 cho thấy điểm kiến thức tài chính căn bản của sinh viên HVTC ở mức rất cao. Có 106 SV (75,71%) trả lời đúng toàn bộ các câu hỏi tài chính căn bản. Tuy nhiên, không có sinh viên nào trả lời đúng cả 3 câu hỏi thuộc phần kiến thức tài chính trung cấp. 72,86% SV trả lời đúng 2 câu hỏi tài chính trung cấp, điểm kiến thức trung cấp là 1,69/3.

Bảng 4. Kiến thức tài chính theo nhóm sinh viên

Kiến thức tài chính căn bản						
Nhóm sinh viên	Mức 0	Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Tổng
Sinh viên năm 3 - số lượng	0	0	1	12	67	80
Tỷ lệ	0%	0%	1,2%	15%	83,8%	100%
Sinh viên năm 4 - số lượng	2	2	7	12	37	60
Tỷ lệ	3,3%	3,3%	11,7%	20,0%	61,7%	100%
Kiến thức tài chính trung cấp						
Nhóm sinh viên	Mức 0	Mức 1	Mức 2	Tổng số		
Sinh viên năm 3 - số lượng	2	24	54	80		
Tỷ lệ	2,5%	30,0%	67,5%	100%		
Sinh viên năm 4 - số lượng	4	8	48	60		
Tỷ lệ	6,7%	13,3%	80,0%	100%		

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp từ kết quả điều tra

Bảng 4 cho thấy sự khác biệt về KTTC giữa các nhóm sinh viên theo năm. Sinh viên năm thứ 3 có KTTC căn bản tốt hơn sinh viên năm thứ 4. Mức ý nghĩa thống kê của mối tương quan thuận chiều là 1%. Điều này có thể lý giải một phần bởi những câu hỏi về kiến thức tài chính căn bản thuộc nội dung chương trình học năm thứ 3, do vậy, mức độ ghi nhớ và nắm bắt của sinh viên năm 3 sẽ tốt hơn sinh viên năm cuối. Tuy nhiên, đối với kiến thức tài chính trung cấp, sinh viên năm cuối cho thấy tỷ lệ trả lời đúng cao hơn. Có 80% sinh viên năm cuối đạt mức 2/3 điểm trong khi con số này của sinh viên năm 3 là 67,5%. Song, có đến 6,7% sinh viên năm cuối trả lời sai toàn bộ 3 câu hỏi phần kiến thức trung cấp và chỉ có 2,5% sinh viên năm thứ 3 trả lời sai. Không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về điểm kiến thức tài chính trung cấp giữa sinh viên năm 3 và năm cuối.

### 3.3. Thái độ tài chính của sinh viên HVTC

Bảng 5. Thái độ tài chính của sinh viên Học viện Tài chính

Câu hỏi	Số lượng	Tỷ lệ
<b>Tiêu tiền hiện tại mang lại sự hài lòng cao hơn là tiết kiệm cho tương lai</b>	126	90,00%
Hoàn toàn không đồng ý	11	8,73%
Không đồng ý	36	28,57%
Bình thường	54	42,86%
Đồng ý	17	13,49%
Hoàn toàn đồng ý	8	6,35%

Câu hỏi	Số lượng	Tỷ lệ
<b>Tôi đã chuẩn bị cho rủi ro bằng cách tiết kiệm hoặc đầu tư</b>	<b>125</b>	<b>89,29%</b>
Hoàn toàn không đồng ý	10	8,00%
Không đồng ý	4	3,20%
Bình thường	37	29,60%
Đồng ý	60	48,00%
Hoàn toàn đồng ý	14	11,20%
<b>Tôi muốn tiêu tiền cho hiện tại và không quan tâm nhiều đến tương lai</b>	<b>125</b>	<b>89,29%</b>
Hoàn toàn không đồng ý	42	33,60%
Không đồng ý	60	48,00%
Bình thường	20	16,00%
Đồng ý	2	1,60%
Hoàn toàn đồng ý	1	0,80%

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp từ kết quả điều tra

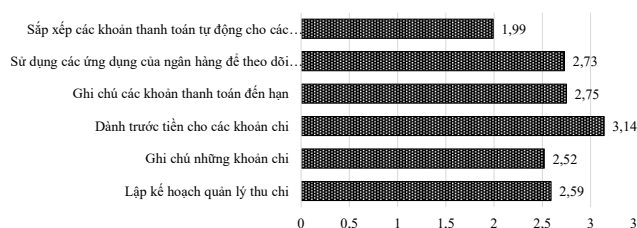
Có khoảng 10% sinh viên không đưa ra câu trả lời cho câu hỏi về thái độ tài chính. Nhìn chung, SV có thái độ né tránh rủi ro, coi trọng tiết kiệm và đầu tư để phòng ngừa rủi ro và có sự chuẩn bị cho tương lai. Về thái độ đối với chi tiêu và tiết kiệm, 54 SV (42,86%) có thái độ bàng quan, không phân biệt giữa tiết kiệm cho tương lai và tiêu dùng cho hiện tại. 47 sinh viên (37,03%) cho thấy thái độ tích cực với việc tiết kiệm cho tương lai. Tỷ lệ SV có xu hướng ưa thích tiêu dùng cho hiện tại chỉ chiếm 19,84%.

Về thái độ đối với rủi ro, 74 SV (chiếm 59%) cho thấy thái độ phòng ngừa rủi ro trong tương lai thông qua tiết kiệm và đầu tư. Sinh viên đã hình thành thái độ tài chính đúng đắn để chuẩn bị cho những bước ngoặt tiếp theo trong cuộc đời. Chỉ có 14 sinh viên cho thấy thái độ không quan tâm đến rủi ro trong tương lai.

Về thái độ đối với việc tiêu tiền, 81,6% sinh viên lựa chọn không đồng ý với nhận định “tiêu tiền cho hiện tại và không quan tâm đến tương lai”. Điều này cho thấy phần lớn sinh viên có tâm thế chuẩn bị cho tương lai và ưa thích tiết kiệm cho tương lai hơn và thỏa mãn tiêu dùng cho hiện tại. Một lý do là phần lớn sinh viên trong mẫu là sinh viên năm thứ 3 và năm thứ 4 nên đã có những nhận thức và sự chuẩn bị cho tương lai. Lý do thứ hai là gần 83% sinh viên trong mẫu sống độc lập ở Hà Nội, phải tự cân đối chi tiêu cá nhân và chuẩn bị cho tương lai nghề nghiệp của mình.

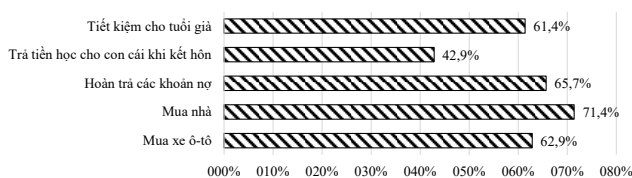
### 3.4. Hành vi tài chính của sinh viên HVTC

Hình 4. Mức độ thường xuyên thực hiện các hoạt động quản lý tài chính cá nhân



55/140 SV thường xuyên dành trước tiền cho các khoản chi trong tháng. Sinh viên cũng sử dụng các ứng dụng ngân hàng để theo dõi các khoản chi. Ứng dụng được sử dụng nhiều là các nền tảng thanh toán di động của các ngân hàng (internet banking), ví điện tử (Momo hoặc Moca) để phục vụ cho hoạt động mua sắm online của sinh viên. Sắp xếp các khoản thanh toán tự động cho các khoản chi thường xuyên đạt số điểm bình quân thấp nhất, chỉ có khoảng 20% sinh viên thực hiện hoạt động này, trong khi 47% sinh viên không bao giờ thực hiện tiện ích này trên các nền tảng số.

Hình 5. Mục tiêu tài chính dài hạn của SV Học viện Tài chính



Về mục tiêu tài chính, mua nhà và mua xe ô-tô là hai mục tiêu được lựa chọn nhiều nhất trong dài hạn. Điều này hoàn toàn phù hợp trong bối cảnh kinh tế hiện tại khi nhà ở và xe ô-tô trở thành thước đo mức độ tự do tài chính của người trẻ. Đồng thời, phần lớn sinh viên trong mẫu là sinh viên ngoại tỉnh, do đó, mua nhà là một mục tiêu rất thực tiễn. Một mục tiêu khác là hoàn trả các khoản nợ, chiếm đến 65,71% số sinh viên được hỏi. Phỏng vấn chuyên sâu cho thấy sinh viên có hai khoản nợ là khoản nợ tín dụng sinh viên và khoản nợ do vay mua điện thoại, máy tính, xe máy trả góp.

Đối với những mục tiêu cho cuộc sống trong tương lai như lập kế hoạch cho con cái sau khi kết hôn hoặc tiết kiệm cho tuổi già, có 61,43% sinh

viên chọn mục tiêu lập kế hoạch tiết kiệm cho tuổi già và chỉ có 42,86% sinh viên nghĩ đến kết hôn và lập kế hoạch chi tiêu khi có con. Phòng vấn chuyên sâu cho thấy nhiều sinh viên chưa nghĩ đến việc kết hôn và lập kế hoạch tài chính sau kết hôn vì muốn phấn đấu cho sự nghiệp và trải nghiệm thêm về cuộc sống. Song đa phần sinh viên sợ rủi ro khi về già và có tâm lý chuẩn bị tài chính cho tuổi già.

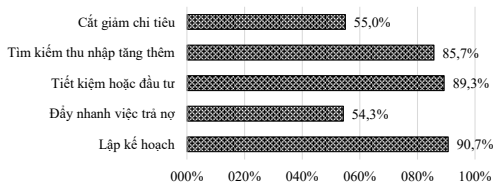
Để đạt được những mục tiêu tài chính dài hạn đã nêu trên, có 90,71% lập kế hoạch tài chính; 89,29% thực hiện tiết kiệm hoặc đầu tư và gần 86% đã có những công việc để tích lũy thu nhập tăng thêm. Chỉ có 54,29% sinh viên lựa chọn cắt giảm chi tiêu. Điều này phần nào phản ánh hành vi tài chính của giới trẻ hiện nay. Giới trẻ có xu hướng gia tăng thêm thu nhập thay vì cắt giảm chi tiêu và thực hành đầu tư từ rất sớm. Nhiều sinh viên năm thứ 3 và năm thứ 4 đã có thu nhập tăng thêm nhờ làm thêm hoặc đầu tư chứng khoán. Việc tiếp cận sớm với những thông tin đầu tư đã giúp sinh viên tự thiết lập được mục tiêu tài chính dài hạn cho mình. Tính chủ động trong hành vi tài chính của thế hệ cuối 9X đầu 2000 đã được thể hiện rất rõ nét.

Câu hỏi về cách thức vượt qua những thiếu hụt tài chính ngắn hạn cho thấy có 78/140 sinh viên thường xuyên phải đối mặt với vấn đề chi nhiều hơn thu nhập trong 1 tháng. Đây cũng là

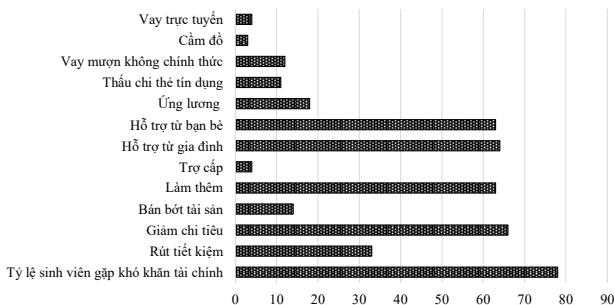
tình trạng phổ biến mà rất nhiều sinh viên đại học phải đối mặt. Cách thức ứng phó với những biến cố tài chính cho thấy 4 cách ứng phó chính gồm (i) cắt giảm chi tiêu với 66/78; (ii) làm thêm với 63/78; (iii) hỗ trợ của gia đình với 64/78; (iv) hỗ trợ từ bạn bè (63/78). Số lượng sinh viên sử dụng tín dụng phi chính thức chiếm một tỷ trọng nhỏ, song vẫn tồn tại phương thức này trong sinh viên. Có 11 sinh viên chọn vay mượn không chính thức và 8 sinh viên chọn thấu chi thẻ tín dụng. 100% sinh viên không lựa chọn trì hoãn hoặc chậm trả các hoá đơn. Như vậy, khi gặp các biến cố tài chính ngắn hạn, sinh viên cố gắng tìm kiếm nguồn tài chính để bù đắp thay vì khất nợ hoặc trì hoãn các khoản nợ.

Trong dài hạn, khi gặp biến cố về mất nguồn thu nhập hàng tháng, phần lớn sinh viên cho thấy mình chỉ có thể duy trì được cuộc sống bình thường không quá một tháng. Chỉ có 4,29% sinh viên có khả năng duy trì cuộc sống được trên 6 tháng. Tỷ lệ sinh viên duy trì được cuộc sống bình thường từ 1 đến 3 tháng là 24,29%. Có 25,7% sinh viên chỉ duy trì được mức sống bình thường trong vòng 1 tuần. Điều này cho thấy mức độ phụ thuộc tài chính của sinh viên vào gia đình còn cao, mặc dù đã hình thành thái độ tích cực với tiết kiệm và lập kế hoạch tài chính cho tương lai, khả năng chịu đựng biến cố tài chính của sinh viên còn thấp.

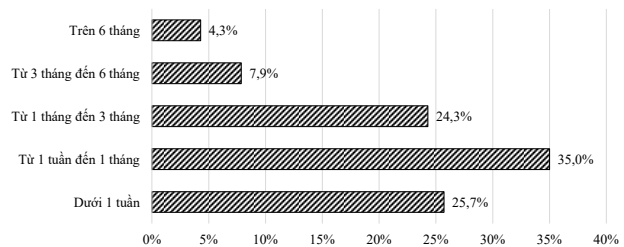
Hình 6. Cách thức đạt mục tiêu tài chính dài hạn của SV Học viện Tài chính



Hình 7. Cách thức vượt qua thiếu hụt tài chính ngắn hạn



Hình 8. Khả năng chống chịu với biến cố về tài chính



### 3.4. Tương quan giữa Kiến thức - Thái độ - Hành vi tài chính

Bảng 6 mô tả mối tương quan giữa kiến thức tài chính - thái độ tài chính - hành vi tài chính của sinh viên HVTC. Có thể rút ra một số điểm sau đây về am hiểu tài chính của SV HVTC:

(i) Kiến thức tài chính căn bản và kiến thức tài chính trung cấp có tương quan có ý nghĩa thống

Bảng 6. Tương quan Kiến thức - Thái độ - Hành vi tài chính

	Kế hoạch dài hạn	Thái độ với tiêu tiền ở hiện tại	Thái độ với rủi ro	Thái độ với tiết kiệm	Ứng phó thiếu hụt tài chính	Ứng phó biến cố tài chính	Kiến thức cơ bản	Kiến thức trung cấp	Tự đánh giá KTTC
Kế hoạch dài hạn	1	-0,145	-0,09	-0,202*	0,165	0,098	0,344**	0,312**	-0,066
Thái độ với tiêu tiền ở hiện tại		1	0,271**	0,0294**	-0,213*	0,026	-0,147	-0,014	0,105
Thái độ với rủi ro			1	-0,193*	-0,246**	-0,002	0,051	-0,036	0,093
Thái độ với tiết kiệm				1	-0,012	-0,021	-0,244**	-0,063	0,020
Ứng phó thiếu hụt tài chính					1	-0,146	0,168*	-0,118	-0,181*
Ứng phó biến cố tài chính						1	0,052	0,080	0,225**
Kiến thức cơ bản							1	0,301**	-0,103
Kiến thức trung cấp								1	0,071
Tự đánh giá KTTC									1

Ghi chú: (\*) mức ý nghĩa thống kê  $p$ -value < 0.05; (\*\*) mức ý nghĩa thống kê  $p$ -value < 0.01

kê ở mức  $p$ -value < 1%. Kiến thức tài chính căn bản có tương quan dương có ý nghĩa thống kê với kế hoạch hành động dài hạn để đạt được mục tiêu tài chính dài hạn. Sinh viên có kiến thức tài chính càng cao càng có xu hướng tiết kiệm (saving) và tránh được những thiếu hụt về tài chính trong ngắn hạn, đồng thời duy trì hành vi tài chính để đạt được mục tiêu tài chính dài hạn.

(ii) Sinh viên có mức tự đánh giá tài chính ở mức cao càng có khả năng chống đỡ với những biến cố tài chính cao hơn. Tự đánh giá KTTC cho thấy tương quan thuận chiều với khả năng ứng phó các biến cố tài chính ở mức ý nghĩa thống kê  $p$ -value < 1%.

(iii) Những sinh viên có hành vi tích cực để đạt đến mục tiêu tài chính dài hạn có xu hướng tiết kiệm. Những sinh viên e ngại rủi ro và có tâm lý phòng ngừa rủi ro thông qua tiết kiệm và đầu tư có thể chống đỡ tốt hơn với những biến cố tài chính.

#### 4. Một số đề xuất về chương trình giáo dục tài chính cho sinh viên

Căn cứ vào kết quả phân tích thống kê mô tả và kết quả phân tích tương quan, nhóm tác giả đề xuất một số kiến nghị về chương trình giáo dục tài chính dành cho sinh viên HVTC như sau:

**Thứ nhất**, về sự cần thiết của chương trình giáo dục tài chính đối với sinh viên HVTC: Mặc dù điểm kiến thức tài chính và mức độ tự đánh giá kiến thức tài chính của sinh viên HVTC ở mức khá cao song vẫn tồn tại nhóm sinh viên đã được học trong chuyên ngành nhưng không trả lời được những câu kiểm tra kiến thức căn bản hoặc không trả lời đúng toàn bộ các câu hỏi về kiến thức tài chính dù được đào tạo đúng chuyên ngành đó. Mặt khác, thái độ tài chính và hành vi tài chính của sinh viên HVTC cho thấy đại bộ phận sinh viên đã nhận thức được tầm quan trọng của việc thiết lập mục tiêu tài chính dài hạn và tìm cách để đạt được những mục tiêu đó, thái độ tài chính thận trọng và có xu hướng phòng ngừa rủi ro trong tương lai. Xuất phát từ những lý do này, chương trình giáo dục tài chính cá nhân dành cho sinh viên HVTC là một đòi hỏi cấp thiết.

**Thứ hai**, về đơn vị chủ trì, Khoa Tài chính doanh nghiệp, đặc biệt là chuyên ngành tài chính doanh nghiệp phải trở thành lực lượng nòng cốt xây dựng và triển khai thực hiện chương trình do lợi ích kép mang lại cho sinh viên và Học viện. Đội ngũ nhà khoa học của Khoa TCDN với nền tảng vững chắc về tài chính sẽ trở thành những nhà giáo dục tài chính tích cực và hiệu

quả. Bên cạnh đó, sinh viên khoa TCDN năng động và tự tin sẽ lan toả kiến thức và những kinh nghiệm quản lý tài chính hiệu quả đến đông đảo sinh viên.

**Thứ ba**, về nội dung giáo dục tài chính, cần gia tăng tính thực tiễn và cơ hội trải nghiệm cho người học bởi những kiến thức lý thuyết đã được truyền đạt tại lớp học. Nội dung giáo dục tài chính cũng cần bám sát mong muốn và mục tiêu tài chính cá nhân của người học. Cần giới thiệu những công cụ Fintech đầu tư, tiết kiệm, bảo hiểm bên cạnh những công cụ hoặc ứng dụng thanh toán trực tuyến để giúp sinh viên được trải nghiệm về công nghệ cũng như tài chính.

**Thứ tư**, về phương thức giáo dục tài chính, khuyến khích sự chủ động của sinh viên thông qua chia sẻ trải nghiệm cá nhân hoặc các bí quyết thành công của những gương mặt sinh viên tiêu biểu trong thiết lập mục tiêu tài chính dài hạn và cách thức đạt được mục tiêu tài chính cá nhân dài hạn. Khuyến khích sự tham gia của khối doanh nghiệp và các tổ chức tài chính như ngân hàng, công ty quản lý quỹ, các quỹ đầu tư, các công ty chứng khoán vào chương trình giáo dục trải nghiệm.

**Thứ năm**, phối hợp giáo dục tài chính với hiểu biết về công nghệ và an toàn thông tin để sinh viên có thể tự bảo vệ mình trước những nền tảng trực tuyến lừa đảo hoặc những sản phẩm Fintech rủi ro. Phát huy vai trò của Đoàn Thanh niên, Ban công tác chính trị sinh viên, Ban quản lý đào tạo, Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo để sinh viên được tiếp cận và nắm bắt sâu hơn về những sản phẩm Fintech, chuẩn bị cho những biến động trong ngành dịch vụ tài chính do tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 và số hóa ngành tài chính.

**Kết luận**

Cách mạng công nghiệp 4.0 và số hoá ngành tài chính đặt ra những thách thức to lớn cho tất cả các chủ thể tham gia ngành dịch vụ tài chính. Cấu trúc ngành thay đổi sẽ tác động mạnh đến hành vi của người sử dụng. Đồng thời, lực lượng lao động trong ngành sẽ có những biến động lớn do tự động hoá sẽ cắt giảm đi nhiều vị trí việc làm truyền thống và tạo ra nhiều loại hình công việc mới. Là người sử dụng dịch vụ cũng như là

lực lượng lao động tương lai của ngành tài chính, sinh viên chuyên ngành kinh tế - tài chính - kế toán phải chuẩn bị kiến thức, thái độ, hành vi tài chính phù hợp, nhằm thích ứng với sự thay đổi như vũ bão của công nghệ, cũng như chuẩn bị tâm thế để trở thành lực lượng lao động nòng cốt của ngành dịch vụ tài chính. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả làm rõ am hiểu tài chính sinh viên HVTC. Kết quả nghiên cứu khẳng định tầm quan trọng của kiến thức tài chính ở cấp độ căn bản cũng như cấp độ trung cấp trong việc hình thành thái độ và hành vi tài chính. Đồng thời, sinh viên HVTC cho thấy thái độ thận trọng và né tránh rủi ro tài chính trong tương lai, có thái độ ưa thích tiết kiệm và hoạch định mục tiêu tài chính cá nhân rõ ràng. Mặc dù đã hết sức nỗ lực, song nghiên cứu còn rất nhiều hạn chế. Thứ nhất, nghiên cứu chưa xây dựng được mô hình hồi quy phản ánh sự tương quan giữa kiến thức - thái độ - hành vi tài chính. Thứ hai, quy mô mẫu nghiên cứu còn nhỏ, cần được mở rộng trong tương lai.

**Tài liệu tham khảo:**

Bowen, C. (2003), *Financial knowledge of teens and their parents. Journal of Financial Counselling and Planning*, 13, 93-102.

Chen, H. & Volpe, R.P (1998), *An analysis of personal financial literacy among college students. Financial Services Review*, 11, 289-307.

Danes, Sharon M. and Hira, Tahira K. (1987), *Money Management Knowledge of College Students, Journal of Student Financial Aid: Vol. 17, Iss.1, Article 1.*

Jump\$tart Coliation for Personal Financial Literacy (1997), *National standards in K-12 personal finance education.*

OECD (2016), *International Survey of Adult Financial Literacy Competencies. Paris: OECD.*

OECD/INFE (2018), *Toolkit to measure financial literacy and inclusion.*

Trần Thanh Thu & Đào Hồng Nhung (2020), *Chương 8, Tài chính toàn diện: Lý luận và thực tiễn Việt Nam, NXB Đại học kinh tế quốc dân.*

Volpe, R., Chen, H. & Pavlicko, D. (1996), *Personal investment literacy among college students: a survey. Financial Practice and Education*, 6, 86-94.

# CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI MUA HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VIỆT NAM

Ths. Vũ Thị Hằng Nga\*

Việt Nam là một quốc gia có tốc độ phát triển Internet nhanh trong những năm qua, đặc biệt là sau cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Với độ phủ sóng ngày một rộng khắp của Internet và sự tăng trưởng nhanh chóng của các lĩnh vực kinh doanh hiện nay, mua sắm trực tuyến không còn xa lạ và thậm chí còn trở thành thói quen hấp dẫn thu hút khách hàng bởi những đặc tính vô cùng tiện lợi giúp người tiêu dùng không nhất thiết phải đến cửa hàng, siêu thị, trung tâm thương mại để mua sắm mà có thể sử dụng internet để mua hàng. Theo báo cáo về chỉ số thương mại điện tử (TMĐT) Việt Nam của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM, 2020), một vài năm trở lại đây, mô hình bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam có tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ và là một trong những lĩnh vực tăng trưởng TMĐT lớn nhất với tỷ lệ là 30% năm 2020. Để duy trì và phát triển kinh doanh TMĐT, các nhà bán lẻ phải đối mặt với những thách thức để có thể thu hút khách hàng mới, đồng thời giữ được những khách hàng hiện có và tìm ra các giải pháp để khách hàng tìm đến website của họ. Bài viết sau đây tác giả sẽ đưa ra khái niệm cơ bản về mua hàng trực tuyến và hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng, cũng như nhận diện và phân tích những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam, từ đó đề xuất những giải pháp phù hợp để phát triển lĩnh vực này.

• Từ khóa: hành vi mua hàng trực tuyến, người tiêu dùng, Việt Nam.

Vietnam is a country with rapid Internet development in recent years, especially after the Fourth Industrial Revolution. With the increasingly widespread coverage of the Internet and the rapid growth of today's business, online shopping is no longer a strange concept and has even become a magnet to attract customers because of its unique features, such as so convenient that consumers are not necessary to go to stores, supermarkets, commercial centers to shop but can use the Internet to buy goods. According to the report on Vietnam e-commerce index of Vietnam E-commerce Association (VECOM, 2020), in the past few years, the online retail model in Vietnam has grown rapidly and is one of the areas with largest growth in e-commerce with a rate of 30% in 2020. To maintain and develop e-commerce business, retailers face challenges to be able to attract new customers, while retaining existing customers and finding solutions for customers to reach their website. In the following article, the author will introduce the basic concept of online shopping and online purchasing behavior of consumers, as well as identify and analyze the important factors affecting online shopping behavior of Vietnamese consumers, thereby proposing appropriate solutions to develop this field.

• Keywords: online shopping behavior, consumers, Vietnam.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phản biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

**1. Mô hình nghiên cứu đề xuất:** Mô hình nghiên cứu đề xuất của tác giả kế thừa từ các mô hình lý thuyết và các công trình nghiên cứu trước đây đặc biệt là chấp nhận công nghệ TAM và lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ của Venkatesh và các cộng sự (2003). Theo đó, có 8 nhân tố (biến độc lập) là nhận thức về tính hữu ích, nhận thức về tính dễ sử dụng, ảnh hưởng xã hội, điều kiện thuận lợi, sự thụ hưởng, sự tin cậy, nhận thức rủi ro liên quan đến sản phẩm/dịch vụ và nhận thức rủi ro liên quan đến giao dịch trực tuyến tác động đến yếu tố (biến phụ thuộc) hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam. Mô hình nghiên cứu được thể hiện như trong Hình 1.

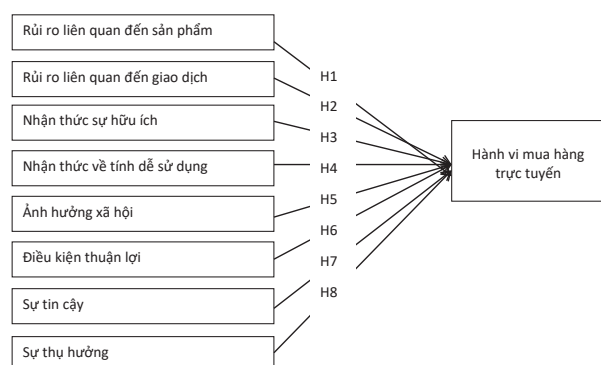
## • Các giả thuyết nghiên cứu

H1: Rủi ro liên quan đến sản phẩm có tác động ngược chiều đến hành vi mua sắm trực tuyến.

H2: Rủi ro liên quan đến giao dịch có ảnh hưởng tiêu cực đến quyết định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam.

\* Học viện Tài chính

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



H3: Nhận thức sự hữu ích có ảnh hưởng tích cực đến hành vi tìm kiếm thông tin trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam.

H4: Nhận thức về tính dễ sử dụng có ảnh hưởng tích cực đến hành vi tìm kiếm thông tin trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam.

H5: Ảnh hưởng xã hội có tác động thuận chiều tới hành vi mua sắm trực tuyến trên smartphone.

H6: Các điều kiện thuận lợi có tác động thuận chiều tới hành vi mua.

H7: Sự tin cậy có tác động thuận chiều đến hành vi mua sắm trực tuyến trên smartphone.

H8: Sự thụ hưởng có tác động thuận chiều đến hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam.

Thang đo và các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu chính thức:

**Bảng 1. Thang đo và các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu chính thức**

Mã hóa	Thang đo và biến quan sát
SP	Nhận thức rủi ro liên quan đến sản phẩm/dịch vụ
SP1	Thật khó đánh giá chất lượng sản phẩm/dịch vụ khi mua sắm trực tuyến.
SP2	Sản phẩm/dịch vụ có thể không tốt như đã quảng cáo trên Webstie.
SP3	Có thể nhận được hàng hóa bị hỏng hóc.
GD	Nhận thức rủi ro liên quan đến giao dịch trực tuyến.
GD1	Thông tin cá nhân của anh/chị có thể bị đánh cắp khi mua sắm trực tuyến.
GD2	Thói quen tiêu dùng của anh/chị có thể bị theo dõi.

Mã hóa	Thang đo và biến quan sát
GD3	Quá trình xử lý và giao hàng tốn khá nhiều thời gian.
HI	Nhận thức sự hữu ích.
HI1	Mua sắm trực tuyến giúp anh/chị thực hiện các giao dịch một cách nhanh chóng.
HI2	Mua sắm trực tuyến giúp anh/chị thực hiện giao dịch ở bất kỳ đâu.
HI3	Khi mua sắm trực tuyến sẽ mang lại nhiều lợi ích cho anh/chị.
SD	Nhận thức về tính dễ sử dụng
SD1	Thực hiện mua sắm trực tuyến là dễ dàng đối với anh/chị
SD2	Anh/chị tương tác với các website bán hàng trực tuyến rất dễ dàng.
SD3	Anh/chị thấy việc tìm kiếm thông tin và mua sắm trực tuyến khá đơn giản.
SD4	Các chức năng trong các website mua sắm trực tuyến là rõ ràng và dễ hiểu
XH	Sự ảnh hưởng của xã hội
XH1	Người thân của anh/chị nghĩ rằng anh/chị nên mua sắm trực tuyến.
XH2	Bạn bè của anh/chị nghĩ rằng anh/chị nên mua sắm trực tuyến.
XH3	Những đánh giá của cộng đồng mạng có ảnh hưởng đến việc mua sắm trực tuyến của anh/chị.
XH4	Những người bán hàng trực tuyến khuyên anh/chị nên mua sắm trực tuyến.
TL	Điều kiện thuận lợi
TL1	Anh/chị có các nguồn lực cần thiết để mua sắm trực tuyến
TL2	Anh/chị có kiến thức cần thiết để mua sắm trực tuyến
TL3	Người hỗ trợ trực tuyến sẽ sẵn sàng hỗ trợ anh/chị khi cần thiết
TC	Sự tin cậy
TC1	Anh/chị tin tưởng các hứa hẹn của nhà bán lẻ sẽ được thực hiện
TC2	Anh/chị tin tưởng các nhà bán lẻ mang đến những lợi ích tốt nhất.
TC3	Nhìn chung, các nhà bán lẻ trực tuyến là đáng tin cậy



Mã hóa	Thang đo và biến quan sát
TH	Sự thụ hưởng
TH1	Quá trình lướt website mua sắm trực tuyến khá thú vị.
TH2	Trong quá trình mua sắm trực tuyến anh/chị đã có những trải nghiệm thú vị.
TH3	Anh/chị tin rằng mua sắm trực tuyến là một niềm vui.
TH4	Nhìn chung, mua sắm trực tuyến đem lại nhiều niềm vui.
HV	Hành vi mua hàng trực tuyến
HV1	Anh/chị đã mua sắm trực tuyến được một thời gian.
HV2	Anh/chị đã giới thiệu cho bạn bè, người thân mua sắm trực tuyến.
HV3	Anh/chị sẽ tiếp tục mua sắm trực tuyến trong thời gian tới.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

## 2. Thiết kế nghiên cứu định lượng và phân tích kết quả nghiên cứu

Quá trình xử lý và phân tích số liệu được thực hiện thông qua phần mềm SPSS 22 theo các bước sau:

**Bước 1: Thống kê mô tả:** Khảo sát được tiến hành thông qua phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi và phỏng vấn trực tuyến trên Google Form. Kết quả thu được 249 mẫu trong đó có 31 mẫu không hợp lệ, trong 218 mẫu hợp lệ có 32 mẫu thu được từ phỏng vấn trực tiếp (chiếm 14.68%) và 186 mẫu thu được từ phỏng vấn trực tuyến (chiếm 85.32%). Kết quả phân tích thống kê mô tả các biến nhân khẩu học như sau: Trong 218 người tiêu dùng được phỏng vấn có 115 nữ (chiếm 52.8%) và 103 nam (chiếm 47,2%), người trả lời phỏng vấn đa số có tuổi đời trong khoảng 23 đến 35 (chiếm 84.4%), trình độ đại học chiếm đến 72.9%, đa số người được khảo sát có thu nhập từ 5 đến 10 triệu (chiếm đến 52,3%) và họ chủ yếu là nhân viên kỹ thuật/ văn phòng.

**Bước 2: Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha loại các biến rác có hệ số tương quan biến tổng nhỏ:** Phân tích Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố

	Nhân tố								Tên nhân tố	
	1	2	3	4	5	6	7	8		
XH3	.895									Ảnh hưởng xã hội
XH2	.886									
XH1	.843									
XH4	.835									
HI3		.880								Nhận thức sự hữu ích
HI2		.842								
HI1		.826								
SD3			.842							Nhận thức tính dễ sử dụng
SD1			.818							
SD2			.737							
TL3				.800						Điều kiện thuận lợi
TL2				.730						
TL1				.717						
TH3					.770					Sự thụ hưởng
TH2					.717					
TH1					.698					
SP1						.759				Rủi ro liên quan đến sản phẩm
SP2						.751				
SP3						.698				
GD2							.769			Rủi ro liên quan đến giao dịch
GD1							.746			
GD3							.737			
TC1								.761		Sự tin cậy
TC3								.731		
TC2								.718		

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Bảng 3. Kết quả phân tích nhân tố hành vi mua sắm trực tuyến

KMO and Bartlett's Test						
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		<b>0.691</b>				
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	220.513				
	DF	3				
	Sig.	<b>0.000</b>				
Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues		Extraction		Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Total	% of Variance	Total	Cumulative
1	2.164	72.144	2.164	72.144		72.144
2	.512	17.053				
3	.324	10.803				
Extraction Method: Principal Component Analysis.						
Component Matrix <sup>a</sup>						
Component	Component					
	1					
HV2						.885
HV1						.857
HV3						.804
Extraction Method: Principal Component Analysis.						
a. 1 components extracted.						

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

chẽ mà các biến quan sát trong thang đo tương quan với nhau, giúp loại bỏ các biến quan sát hoặc thang đo không phù hợp. Thang đo chấp nhận được khi có trị số Cronbach's Alpha từ 0.6 cho mục đích nghiên cứu khám phá (Nunnally và Burnstein, 1994).

Hệ số tương quan biến tổng là hệ số tương quan của một biến với điểm trung bình của các biến khác trong cùng một thang đo. Do đó, hệ số này càng cao thì sự tương quan của các biến với các biến khác trong cùng một nhóm càng cao. Hệ số tương quan biến tổng phải lớn hơn 0.3. Các biến có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3 được xem là biến rác và bị loại khỏi thang đo (Nunnally và Burnstein, 1994; Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Kết quả kiểm định như sau: Từ 30 biến quan sát ban đầu cho 9 thang đo, sau khi loại biến quan

sát SD4 còn lại 29 biến quan sát của 9 thang đo được đưa vào phân tích nhân tố EFA tiếp theo.

**Bước 3: Phân tích nhân tố khám phá EFA:** Sau khi chạy phân tích nhân tố 2 lần, các biến quan sát được gom lại theo đúng 8 giả thuyết ban đầu của tác giả, không có sự gộp biến hay tách biến sang một nhóm nhân tố khác và các biến đều đạt giá trị phân biệt. Tuy nhiên có sự thay đổi thứ tự các nhân tố.

Như vậy, sau khi tiến hành phân tích nhân tố, mô hình nghiên cứu giữ nguyên gồm 8 biến độc lập (nhận thức rủi ro liên quan đến sản phẩm, nhận thức rủi ro liên quan đến giao dịch trực tuyến, cảm nhận tính hữu ích, cảm nhận tính dễ sử dụng, ảnh hưởng xã hội, điều kiện thuận lợi, sự tin cậy, sự thụ hưởng) có ảnh hưởng đến hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam. Tuy nhiên, 8 biến độc lập này được đo lường bằng 25 biến quan sát thay vì 27 biến quan sát như ban đầu.

**Bước 4: Phân tích tương quan**

Sau khi chạy trên phần mềm SPSS, kết quả phân tích tương quan cho thấy: Các biến độc lập ảnh hưởng xã hội, nhận thức sự hữu ích, nhận thức tính dễ sử dụng, điều kiện thuận lợi, sự thụ hưởng, sự tin cậy, rủi ro liên quan đến sản phẩm đều có tương quan tuyến tính khá mạnh với biến phụ thuộc hành vi, các hệ số tương quan đều có ý nghĩa thống kê (sig <0.05). Trong đó, biến điều kiện thuận lợi có tương quan mạnh nhất (0.591) và biến rủi ro liên quan đến sản phẩm có tương quan thấp nhất (-0.199). Tuy nhiên, biến độc lập rủi ro liên quan đến giao dịch không có tương quan với biến phụ thuộc hành vi mua hàng trực tuyến do Sig=0.599 > 0.05, hay nhân tố rủi ro liên quan đến giao dịch trực tuyến không có tác động đến hành vi mua hàng trực tuyến. Nên biến rủi ro liên quan đến giao dịch trực tuyến sẽ bị loại khỏi mô hình hồi quy tuyến tính bội. Biến rủi ro liên quan đến sản phẩm có tương quan nghịch chiều với hành vi mua sắm trực tuyến. Các biến còn lại có tương quan cùng chiều với hành vi mua sắm trực tuyến.

Bảng 4: Phân tích hồi quy lần 1

Mô hình	Trọng số hồi quy mô hình					Thống kê đa cộng tuyến		
	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa		T	Sig.	Hệ số Tolerance	Hệ số phóng đại phương sai VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Hàng số)	-.161	.321			-.502	.616		
XH	.186	.037	.234	5.086	.000	.905	1.105	
HI	.309	.040	.386	7.649	.000	.752	1.330	
SD	.178	.057	.153	3.091	.002	.788	1.269	
TL	.279	.051	.278	5.466	.000	.740	1.351	
TH	.047	.052	.046	.913	.362	.772	1.296	
SP	-.130	.043	-.147	-3.059	.003	.829	1.207	
TC	.178	.052	.155	3.416	.001	.936	1.069	

Bảng 5: Phân tích hồi quy lần 2

Mô hình	Coefficients*					Thống kê đa cộng tuyến		
	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa		T	Sig.	Hệ số Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Hàng số)	-.099	.313			-.316	.752		
XH	.187	.036	.235	5.112	.000	.905	1.105	
HI	.316	.040	.395	7.972	.000	.780	1.282	
SD	.189	.056	.162	3.377	.001	.828	1.208	
TL	.288	.050	.286	5.720	.000	.764	1.308	
SP	-.133	.043	-.150	-3.118	.002	.832	1.202	
TC	.185	.051	.161	3.595	.000	.957	1.045	

a. Dependent Variable: HV

**Bước 5: Phân tích hồi quy:** Phân tích hồi quy được tiến hành với 7 biến độc lập là nhận thức sự hữu ích (HI), nhận thức tính dễ sử dụng (SD), sự ảnh hưởng xã hội (XH), điều kiện thuận lợi (TL), sự tin cậy (TC), sự thụ hưởng (TH), rủi ro liên quan đến sản phẩm (SP) và một biến phụ thuộc hành vi mua sắm trực tuyến trên smartphone (HV), sử dụng phương pháp Enter. Nghĩa là phần mềm SPSS xử lý tất cả các biến đưa vào một lần và đưa ra các thông số thống kê liên quan đến các biến.

Kết quả cho thấy, trong khi sáu nhân tố: ảnh hưởng xã hội, nhận thức sự hữu ích, nhận thức tính dễ sử dụng, điều kiện thuận lợi, rủi ro liên quan đến sản phẩm, sự tin cậy có hệ số Sig. nhỏ hơn 0.05 thì nhân tố sự thụ hưởng (Sig.=0.362) > 0.05, vì vậy giả thuyết H8: Sự thụ hưởng có ảnh hưởng tích cực đến hành vi mua sắm trực tuyến trên smartphone bị bác bỏ. Do đó, ta có thể nói rằng, xét về mặt thống kê thì hệ số beta nhân tố thụ hưởng không lớn hơn 0 với mức ý nghĩa 5%. Vì thế, ta loại biến độc lập sự thụ hưởng ra khỏi

mô hình hồi quy vì trọng số của biến này không có ý nghĩa thống kê.

Kết quả phân tích hồi quy lần 1 và lần 2 được thể hiện trong Bảng 4 và Bảng 5 dưới đây.

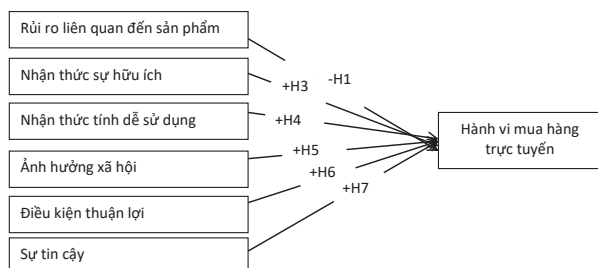
#### • Phương trình hồi quy

Phương trình hồi quy bội từ kết quả phân tích hồi quy như sau:

$$HV = -0.099 + 0.187 * XH + 0.316 * HI + 0.189 * SD + 0.288 * TL - 0.133 * SP + 0.185 * TC$$

**Bước 6: Kiểm định các giả thuyết:** Từ kết quả phân tích hồi quy bội, nghiên cứu tìm ra 6 yếu tố có tác động đến hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng tại Việt Nam như sau:

Hình 2. Mô hình nghiên cứu hoàn chỉnh



Kết quả kiểm định các giả thuyết được trình bày trong bảng sau:

Bảng 6. Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Nội dung	Sig.	VIF	Kết quả
H1	Rủi ro liên quan đến sản phẩm có tác động ngược chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	0.002	1.202	Chấp nhận
H2	Rủi ro liên quan đến giao dịch có tác động ngược chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	Bác bỏ		
H3	Nhận thức về sự hữu ích có tác động thuận chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	0.000	1.282	Chấp nhận

Giả thuyết	Nội dung	Sig.	VIF	Kết quả
H4	Nhận thức tính dễ sử dụng có tác động thuận chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	0.001	1.208	Chấp nhận
H5	Sự ảnh hưởng xã hội có tác động thuận chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	0.000	1.105	Chấp nhận
H6	Các điều kiện thuận lợi có tác động thuận chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	0.000	1.308	Chấp nhận
H7	Sự tin cậy có tác động thuận chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	0.000	1.308	Chấp nhận
H8	Sự thụ hưởng có tác động thuận chiều đến hành vi mua hàng trực tuyến.	Bác bỏ		

Tóm lại, từ các giả thuyết trình bày trong mô hình sau khi phân tích nhân tố và kết quả phân tích tương quan pearson, phân tích hồi quy lần 1 và lần 2 nghiên cứu đã loại bỏ các giả thuyết H2, H8 ra khỏi mô hình. Các giả thuyết H1, H3, H4, H5, H6, H7 được chấp nhận.

### 3. Một số kiến nghị thúc đẩy hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam

**Thứ nhất,** nâng cao nhận thức về sự hữu ích: Để nâng cao hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng, các doanh nghiệp cần: Xây dựng một quy trình giao dịch thật dễ dàng, an toàn và nhanh chóng từ khâu tìm kiếm, đánh giá thông tin về sản phẩm/dịch vụ, quy trình đặt hàng, thanh toán, giao nhận hàng hóa, giải đáp thắc mắc và chăm sóc khách hàng; giảm thiểu thời gian chờ đợi đăng nhập trang web và thực hiện giao dịch; đảm bảo website hoạt động liên tục thông suốt không bị gián đoạn giúp khách hàng có thể truy cập website bất kỳ lúc nào; cần có sự liên kết chặt chẽ giữa nhà cung cấp và nhà bán lẻ, các nhà bán lẻ với nhau để tạo một danh mục sản phẩm/dịch vụ phong phú.

**Thứ hai,** nâng cao nhận thức về điều kiện thuận lợi: Tạo ra những website tương thích với mọi thiết bị và xây dựng các ứng dụng trên di động nhằm tạo ra những điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng tìm kiếm thông tin và thực hiện giao dịch trực tuyến; phối hợp với các nhà cung cấp dịch vụ internet di động trong việc cung cấp những gói cước internet giá rẻ, tốc độ cao khi khách hàng truy cập vào website hoặc sử dụng các ứng dụng di động của doanh nghiệp; xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng sẵn sàng hỗ trợ khách hàng.

**Thứ ba,** nâng cao nhận thức về sự ảnh hưởng của xã hội: Phải tận dụng những công cụ mạng xã hội như facebook, zalo, google plus, youtube... để xây dựng cộng đồng ví dụ như xây dựng fanpage trên facebook, xây dựng kênh youtube giúp doanh nghiệp có thể quảng bá, đánh giá sản phẩm dịch vụ thông qua video; cần quan tâm dịch vụ sau bán hàng, đem đến cho người tiêu dùng những trải nghiệm thú vị; chú trọng đến các chương trình tiếp thị cho tập thể, tổ chức như chương trình giảm giá đặc biệt khi mua hàng theo nhóm...

**Thứ tư,** nâng cao nhận thức tính dễ sử dụng: Doanh nghiệp nên thiết kế website rõ ràng, dễ thao tác, khách hàng không cần thực hiện quá nhiều bước mới có thể mua được sản phẩm; cung cấp thông tin về sản phẩm một cách chi tiết và đầy đủ (ngoài những thông tin bằng chữ thì cần những thông tin bằng hình ảnh, video để phần nào giảm bớt yếu tố vô hình trong mua sắm trực tuyến và cần có thêm những đánh giá về sản phẩm/dịch vụ của những người tiêu dùng đã mua trước đây).

**Thứ năm,** nâng cao nhận thức về sự tin cậy: Các doanh nghiệp cần tạo sự tin cậy từ phía người tiêu dùng thông qua các biện pháp sau: Hoạt động đúng pháp luật, website cần được đăng ký thông tin với Bộ Công Thương, gắn biểu tượng đã đăng ký lên website. Cung cấp đầy đủ thông tin về người bán, đường dây nóng hỗ trợ giải quyết khi khách hàng có thắc mắc, khiếu nại. Cần có các chứng chỉ đảm bảo (Trust-Mark) do một bên thứ ba cấp để phân biệt với những người bán hàng có

chứng nhận này với những người bán trực tuyến khác; sử dụng các công cụ bảo mật thông tin và cam kết với khách hàng rằng các thông tin cá nhân của họ sẽ được mã hóa khi nhập vào website giúp củng cố niềm tin và tạo cho khách hàng cảm thấy an toàn và đảm bảo khi mua hàng trực tuyến. Xây dựng chính sách hoàn trả, bồi thường và khiếu nại của khách hàng.

**Thứ sáu,** giảm nhận thức rủi ro liên quan đến sản phẩm: Cần cung cấp thông tin về sản phẩm một cách đầy đủ và chính xác, không thổi phồng sự thật. Đăng tải trên website và ứng dụng di động những bằng chứng hữu hình về sản phẩm/dịch vụ như giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm/dịch vụ... Sản phẩm trước khi giao cho khách hàng cần được kiểm tra, bao gói sản phẩm cẩn thận trước khi giao hàng. Khi giao hàng cần yêu cầu khách hàng kiểm tra sản phẩm thật kỹ trước khi nhận hàng, nếu có bất kỳ sự cố gì xảy ra có thể kịp thời giải quyết.

Các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến không nên chỉ tập trung hết nguồn lực vào một nhân tố nào đó mà bỏ qua các nhân tố khác, mà cần phối hợp tổng hòa các biện pháp đã nêu ở trên vì tất cả các nhân tố tìm ra trong nghiên cứu đều có tác động đến hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng.

**Tài liệu tham khảo:**

*Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam VECOM, Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2020 (VECOM, 2020).*

*Lê Nguyễn Lộc (2016), Nghiên cứu hành vi mua sắm trực tuyến trên smartphone của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.*

*Những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng trực tuyến ngẫu hứng và mua hàng trực tuyến liên tục ở Việt Nam (2021)*

*<<https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/nhung-yeu-to-anh-huong-den-hanh-vi-mua-hang-truc-tuyen-ngau-hung-va-mua-hang-truc-tuyen-lien-tuc-o-viet-nam-334035.html>>*

# CƠ CẤU NGUỒN VỐN VÀ VÒNG ĐỜI CỦA DOANH NGHIỆP - BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT NGÀNH VẬT LIỆU XÂY DỰNG TẠI VIỆT NAM

Ths. Phạm Minh Đức\*

*Bài báo làm rõ tác động của vòng đời doanh nghiệp đến cơ cấu nguồn vốn của các doanh nghiệp niêm yết (DNNY) ngành vật liệu xây dựng (VLXD) tại Việt Nam. Kết quả mô hình nghiên cứu định lượng trên mẫu nghiên cứu gồm 30 DNNY ngành VLXD trong giai đoạn 2010-2020 cho thấy, các DNNY ngành VLXD có sự điều chỉnh cơ cấu nguồn vốn theo từng giai đoạn của vòng đời doanh nghiệp. Các DN có xu hướng sử dụng nhiều nợ vay để tài trợ cho nhu cầu đầu tư ở giai đoạn tăng trưởng và phát triển; đồng thời, giảm dần hệ số nợ khi bước vào giai đoạn suy thoái. Kết quả này cũng cho thấy bằng chứng ủng hộ lý thuyết trật tự phân hạng khi ra quyết định tài trợ của các DNNY ngành VLXD.*

• Từ khóa: cơ cấu nguồn vốn, vòng đời doanh nghiệp, doanh nghiệp niêm yết, ngành vật liệu xây dựng, Việt Nam.

*This paper examines the impact of corporate life cycle on the capital structure of listed companies in the construction material industry in Vietnam. Results on the sample of 30 listed companies from 2010 to 2020 show that the listed companies in the construction material industry adjusted their capital structure in each stage of the firm life cycle. The companies tend to use more debts for financing investments in growth and development stage; and decreasing debt ratio when approaching the decline stage. The finding also supports the pecking order theory when financing decision is made in the listed companies in the construction material industry.*

• Keywords: capital structure, corporate life cycle, listed companies, construction material industry, Vietnam.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phản biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

Khôi Nguyên & Ramachandran (2006); Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008); Đoàn Ngọc Phi Anh (2010); Trần Hùng Sơn (2013); Nguyễn và cộng sự (2012), Võ (2017); Vũ và cộng sự (2020).

Tuy nhiên, nghiên cứu làm rõ sự thay đổi của cơ cấu nguồn vốn theo từng giai đoạn của vòng đời doanh nghiệp tại Việt Nam không nhiều. Đối với ngành VLXD, nghiên cứu về CCNV nói chung và tác động của vòng đời doanh nghiệp đến CCNV nói riêng còn khá ít. Ngoài nghiên cứu của Lê Thị Minh Nguyên (2017) trên 17 doanh nghiệp xi măng giai đoạn 2007-2013, chưa có một nghiên cứu nào cung cấp cái nhìn toàn diện về CCNV của các DNNY ngành VLXD, đặc biệt là sự thay đổi CCNV theo chu kỳ sống của DN.

Trong bài viết này, tác giả làm rõ tác động của vòng đời doanh nghiệp đến cơ cấu nguồn vốn của các doanh nghiệp niêm yết (DNNY) ngành vật liệu xây dựng (VLXD) tại Việt Nam. Nội dung của bài viết gồm 4 phần, lần lượt từ giới thiệu vấn đề nghiên cứu, tổng quan nghiên cứu và giả thuyết, số liệu và phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu và thảo luận.

## 1. Giới thiệu vấn đề nghiên cứu

Cơ cấu nguồn vốn là một chủ đề nghiên cứu không mới ở Việt Nam. Đây là vấn đề được nhiều tác giả làm rõ trong các bài báo, công trình nghiên cứu khoa học, luận án tiến sĩ. Bằng chứng thực nghiệm về các nhân tố ảnh hưởng đến cơ cấu nguồn vốn của các doanh nghiệp Việt Nam cũng như doanh nghiệp ở từng ngành nghề, lĩnh vực được cung cấp đa dạng. Một số nghiên cứu điển hình phải kể đến nghiên cứu của Trần Đình

\* Học viện Tài chính

**2. Tổng quan nghiên cứu về cơ cấu nguồn vốn và vòng đời doanh nghiệp**

Lý thuyết về chu kỳ sống của doanh nghiệp (Corporate Life-Cycle Theory) được ứng dụng vào nghiên cứu về tổ chức từ những năm 1960. Theo Chandler (1962), tại mỗi giai đoạn của quá trình phát triển, sẽ có sự thay đổi của các quyết định tài chính nói chung và cơ cấu nguồn vốn nói riêng do có sự thay đổi về chiến lược và cấu trúc. Có rất nhiều quan điểm về chu kỳ sống của một doanh nghiệp. Miller & Friesen (1984) chia chu kỳ sống của một doanh nghiệp thành 5 giai đoạn, bao gồm: giới thiệu (birth), tăng trưởng (growth), trưởng thành (maturity), ổn định (revival), suy thoái (decline). Wernerfelt (1985) chia chu kỳ sống của doanh nghiệp dựa vào quy mô đầu tư của doanh nghiệp; Dickinson (2011) căn cứ vào dấu của dòng tiền từ hoạt động kinh doanh, hoạt động đầu tư, và hoạt động tài chính, chia chu kỳ sống của doanh nghiệp thành 4 giai đoạn: giới thiệu, tăng trưởng, khủng hoảng và suy giảm.

Những nghiên cứu xem xét sự thay đổi của hệ số nợ theo từng giai đoạn của chu kỳ sống sử dụng rất nhiều cách khác nhau để xác định số giai đoạn cũng như đặc điểm của từng giai đoạn. Nghiên cứu của Castro và cộng sự (2016) dựa trên cách phân loại của Dickinson (2011) song có điều chỉnh cho tốc độ tăng trưởng và rủi ro, bởi đây là hai nhân tố cho thấy sự khác biệt rõ rệt giữa các giai đoạn. Chu kỳ sống của doanh nghiệp được chia làm ba giai đoạn là giới thiệu (Introduction), tăng trưởng (Growth), và trưởng thành (Maturity). Nghiên cứu của Rehman & Yu (2016) chia chu kỳ sống của doanh nghiệp thành ba giai đoạn là tăng trưởng (growing), trưởng thành (mature), và suy thoái (decline). Nghiên cứu này sử dụng cách phân loại đa biến dựa trên các tiêu thức: tỷ lệ chi trả cổ tức, tuổi đời doanh nghiệp và tốc độ tăng trưởng của doanh thu. Đây là cách phân loại được sử dụng khá phổ biến trong các nghiên cứu trước đây như nghiên cứu của Jekins và cộng sự (2004), Ashsan và cộng sự (2016). Nghiên cứu của Dehan (2014) nhấn mạnh đến đặc điểm của ngành nghề kinh doanh và sử dụng tiêu thức này để phân loại doanh nghiệp. Những doanh nghiệp ở giai đoạn đầu chu kỳ sống, so với những doanh nghiệp đã trưởng thành, có xu hướng tài trợ bằng vốn chủ sở hữu nhiều hơn là đi vay hoặc phát hành trái phiếu.

Nghiên cứu của Frieinghaus và cộng sự (2005), dựa trên khung lý thuyết của Adizes (1979) để xác định 10 giai đoạn trong chu kỳ sống của doanh nghiệp. Nghiên cứu được thực hiện trên 81 doanh nghiệp ở Nam Phi và cho thấy các giám đốc tài chính có sự điều chỉnh cơ cấu nguồn vốn để đánh giá sự phù hợp của cơ cấu nguồn vốn vào từng giai đoạn phát triển của doanh nghiệp. Kết quả cũng cho thấy bằng chứng ủng hộ lý thuyết trật tự phân hạng của Myers (1984) và không cho thấy bằng chứng ủng hộ lý thuyết đánh đổi dạng tĩnh. Nhóm tác giả cho rằng những doanh nghiệp có khả năng sinh lời cao sử dụng nợ vay thấp vì họ đã là những doanh nghiệp dẫn đầu trong ngành và không có nhu cầu về những lợi ích từ việc vay nợ.

Dựa trên những nghiên cứu trước đây về cơ cấu nguồn vốn và vòng đời của doanh nghiệp, tác giả đưa ra giả thuyết cho các DNNY ngành VLXD tại Việt Nam như sau:

*H1 - Chu kỳ sống của doanh nghiệp có tác động đến cơ cấu nguồn vốn của các DNNY ngành VLXD tại Việt Nam.*

**3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu**

**3.1. Dữ liệu nghiên cứu**

Bài báo sử dụng số liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo tài chính hợp nhất của 30 DNNY ngành VLXD trong giai đoạn 2010-2020. Mẫu nghiên cứu gồm 10 DNNY thuộc phân ngành thép; 10 DNNY thuộc phân ngành xi măng; 10 DNNY thuộc phân ngành gạch-đá xây dựng.

**3.2. Phương pháp nghiên cứu**

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để làm rõ sự thay đổi của cơ cấu nguồn vốn theo từng giai đoạn của vòng đời doanh nghiệp. Mô hình nghiên cứu định lượng của bài báo như sau:

$$Hd_{i,t} = \beta_{01} + B * X + \varepsilon_{1i,t}(1)$$

$$Lev_{i,t} = \beta_{02} + B * X + \varepsilon_{1i,t}(2)$$

Trong đó: B là vector hệ số hồi quy; X là vector các biến độc lập;  $\varepsilon$  là sai số của mô hình.

Biến độc lập và biến giải thích của mô hình như bảng 1.

Trước hết, dữ liệu được kiểm định để đảm bảo tính dừng của dữ liệu mảng (panel data). Kết quả

**Bảng 1. Giải thích các biến của mô hình định lượng**

Tên biến	Ý nghĩa	Cách thức đo lường
<b>Biến phụ thuộc</b>		
Hd	Hệ số nợ tổng quát của doanh nghiệp tại thời điểm cuối năm t. Không phân biệt nợ vay có trả lãi và nợ chiếm dụng.	$Hd = \frac{\text{Tổng nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$
Lev	Hệ số nợ vay của doanh nghiệp tại thời điểm cuối năm t. Chỉ xét phần nợ vay có trả lãi.	$Lev = \frac{\text{Vay ngắn hạn} + \text{Vay dài hạn}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$
<b>Biến giải thích</b>		
L1	Doanh nghiệp thuộc giai đoạn giới thiệu	Để xác định giai đoạn trong chu kỳ sống cho doanh nghiệp, tác giả dựa trên bốn chỉ số: tốc độ tăng trưởng doanh thu, chính sách cổ tức, dòng tiền đầu tư vào TSCĐ và hệ số Z-Score. Tác giả bổ sung thêm yếu tố đo lường rủi ro đồng thời không đưa vào yếu tố tuổi của DN bởi các DN trong mẫu đều có thời gian hoạt động khá tương đồng nhau.
L2	Doanh nghiệp thuộc giai đoạn trưởng thành	
L3	Doanh nghiệp thuộc giai đoạn phát triển	
<b>Biến kiểm soát</b>		
Size	Quy mô của công ty	Size = ln (Doanh thu thuần)
Tang	Quy mô TSCĐ	Tang = Tỷ trọng TSCĐ trong TTS
MTB	Cơ hội tăng trưởng thị trường	$MTB = \frac{GTTT \text{ VC\$_H} + GTSS \text{ N\$_} \text{vay}}{GTSS \text{ Tài sản}}$
Sale_growth	Cơ hội tăng trưởng kinh doanh	$Sale\_growth_{it} = \frac{Sale_{it} - Sale_{it-1}}{Sale_{it-1}}$
MarPower	Sức mạnh thị trường	Tỷ trọng doanh thu trong tổng doanh thu của ngành.
Stateownership	Tỷ trọng sở hữu nhà nước	Đo lường bằng tỷ trọng phần VDL của công ty thuộc Nhà nước
BODownership	Tỷ trọng sở hữu nội bộ	Đo lường bằng tỷ trọng sở hữu của HĐQT & Ban TGĐ trong phần VDL của công ty
Orisk	Rủi ro kinh doanh	$Orisk = \frac{\text{Tốc độ thay đổi của EBIT}}{\text{Tốc độ thay đổi của Sale}}$
Prob_Bankrupt	Rủi ro phá sản	Xác suất phá sản của DN dựa trên hệ số Z-score
Tax_Shield	Lã chắn thuế từ khấu hao	$Tax\_shield = \frac{\text{Thay đổi KHTSCĐ}}{TTS}$
Inter_Cap	Nguồn vốn nội sinh	$Inter\_Cap = \frac{\text{Tổng LN\$_T chưa phân phối}}{\text{Vốn góp của C\$_H}}$
Steel	Sản phẩm thép	$Steel = \begin{cases} 1 \text{ nếu DN sản xuất thép} \\ 0 \text{ nếu DN không sản xuất thép} \end{cases}$
Cement	Sản phẩm xi măng	$Cement = \begin{cases} 1 \text{ nếu DN sản xuất xi măng} \\ 0 \text{ nếu DN không sản xuất xi măng} \end{cases}$
Ceramic	Sản phẩm gạch - đá xây dựng	$Ceramic = \begin{cases} 1 \text{ nếu DN sản xuất gạch, đá} \\ 0 \text{ nếu DN không sản xuất gạch đá} \end{cases}$
Period <sup>(*)</sup>	Chu kỳ của ngành	$Period = \begin{cases} 1 \text{ cho giai đoạn trước 2015} \\ 0 \text{ cho giai đoạn 2015} \end{cases}$

<sup>(\*)</sup> Tác giả lựa chọn năm 2015 làm mốc nghiên cứu vì 3 lý do: Thứ nhất, đây là giai đoạn 5 năm đầu sau khủng hoảng tài chính thế giới 2008. Thứ hai, đây là giai đoạn lãi suất cho vay bình quân trên thị trường biến động mạnh và đạt đỉnh ở mức 17% vào năm 2011. Lãi suất cho vay giảm dần cho đến năm 2015. Từ năm 2015 trở đi, nền kinh tế bước vào chu kỳ tăng trưởng mới. Năm 2015 cũng là năm bắt đầu lộ trình cắt giảm mức thuế suất thuế TNDN từ 25% xuống còn 22% và 20%. Thứ ba, giai đoạn 2015-2020 là giai đoạn thị trường xây dựng & BĐS dần phục hồi trở lại, giai đoạn Chính phủ triển khai hàng loạt các dự án đầu tư công xây dựng cơ sở hạ tầng. Những bối cảnh này có tác động mạnh mẽ đến DN ngành VLXD.

**Bảng 2. Thống kê mô tả các biến sử dụng trong mô hình**

Tên biến	GTTB	ĐLC	GTNN	GTLN
Hd	.558131	.1730708	.0690151	.8714774
Lev	.3558273	.2061416	0	.772
Size	7.086484	1.628094	3.020305	11.40888
Tang	.4614375	.2258229	.0089171	.9011479
MTB	.8228456	.2791205	.058035	2.716309
Sale_growth	.0911542	.2684832	-.6446562	2.688135
Stateownership	.3041403	.3036984	0	.7969
BODownership	.0464959	.0923212	0	.6446
Orisk	5.35177	49.31115	-194.0316	532.8481
Tax_Shield	.0394557	.0346252	-.1108599	.256305
Inter_Cap	.1042576	.2379044	-1.416144	1.252207
Prob_Bankrupt	.1927957	.2120699	1.09e-17	.9145233
MarPower	.0333333	.0603732	.0001059	.4657772

kiểm định cho thấy giá trị p-value của unit root test đều nhỏ hơn 1%. Điều này đồng nghĩa với việc dữ liệu có tính dừng và đảm bảo điều kiện để thực hiện các bước nghiên cứu tiếp theo. Mô hình hồi quy POOL OLS, FEM, và REM lần lượt

được chạy và lựa chọn. Các kiểm định sau hồi quy được thực hiện để xác định các khuyết tật của mô hình. Từ đó, đưa ra biện pháp khắc phục và lựa chọn mô hình phù hợp nhất.

#### 4. Kết quả mô hình định lượng và thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả ước lượng trên toàn mẫu nghiên cứu cho thấy bằng chứng chấp nhận các giả thuyết nghiên cứu từ H1 về mặt thống kê. Biến L1 và L2 cho thấy tác động thuận chiều đến hệ số nợ tổng quát và hệ số nợ vay của các DN ở mức p-value <1%; biến L3 cho thấy tác động thuận chiều đến Hd và Lev ở mức p-value <5%. Như vậy, doanh nghiệp khi chuyển từ giai đoạn tăng trưởng sang giai đoạn phát triển có xu hướng sử dụng nhiều nợ vay để tài trợ cho nhu cầu đầu tư phát triển. Doanh nghiệp chuyển từ giai đoạn phát triển vào giai đoạn ổn định tiếp tục duy trì hệ số nợ vay cao. Tuy nhiên, khi bước vào giai đoạn tiền suy thoái, doanh nghiệp có xu hướng giảm bớt hệ số nợ. Như vậy, cơ cấu nguồn vốn của các DNNY ngành VLXD theo các chu kỳ phát triển DN lần lượt là cao - cao - thấp. Các DN phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn tín dụng để tài trợ cho nhu cầu đầu tư phát triển của mình. Điều này một phần do nguồn vốn tín dụng ngân hàng chiếm ưu thế trong

thị trường tài chính tại Việt Nam, phần khác do sự chưa phát triển và hoàn thiện của thị trường chứng khoán tại Việt Nam.

Cơ cấu nguồn vốn của các DNNY ngành VLXD cũng có sự thay đổi rõ rệt theo chu kỳ ngành và vòng đời của doanh nghiệp. Ở giai đoạn tăng trưởng và phát triển, các DN trong ngành có xu hướng sử dụng nhiều nợ vay để tài trợ cho nhu cầu đầu tư, song sẽ giảm dần nợ vay khi bước vào giai đoạn tiền suy thoái. Kết quả này cũng cho thấy xu hướng tuân theo trật tự phân hạng khi ra quyết định CCNV của các nhà quản trị.

Chiến lược phát triển tổng thể ngành Vật liệu xây dựng (VLXD) đến năm 2030, tầm nhìn 2050 chú trọng đến phát triển bền vững, loại bỏ những công nghệ sản xuất lạc hậu tiêu tốn năng lượng và

có mức phát thải cao, đầu tư có chiều sâu vào những công nghệ hiện đại tiết kiệm năng lượng và phát thải thấp; sắp xếp lại các doanh nghiệp sản xuất VLXD theo các địa bàn sao cho phù hợp với thế mạnh, nhu cầu tiêu thụ, cũng như quy hoạch phát triển tổng thể của từng địa phương. Bối cảnh này đòi hỏi các DN ngành VLXD phải đảm bảo một lượng vốn lớn đáp ứng nhu cầu đầu tư theo chiều sâu và tái cấu trúc doanh nghiệp toàn diện. Việc phụ thuộc rất lớn vào nợ vay để tài trợ cho nhu cầu đầu tư phát triển đặt ra những thách thức không nhỏ cho các nhà quản trị tài chính của DNNY ngành VLXD trong hoạch định chính sách huy động vốn.

hạn. Để giảm bớt chi phí lãi vay, các DN có thể tái cơ cấu các khoản nợ nhằm tận dụng mức lãi suất cho vay ưu đãi hiện tại của các ngân hàng. Các DN ngành VLXD, đặc biệt là DN nhỏ, đang phụ thuộc lớn vào nguồn vốn ngắn hạn để đáp ứng nhu cầu VLĐTX. Trong bối cảnh hiện tại, để tăng nguồn vốn lưu động thường xuyên, các DN này nên kết hợp tăng vốn chủ sở hữu cùng với giảm bớt những TSCĐ lạc hậu, có hiệu quả sử dụng thấp. Một số DN nhỏ song có cổ phiếu ở vùng giá tốt có thể xem xét phát hành cổ phần thường cho cổ đông hiện hữu hoặc trả cổ tức bằng cổ phiếu.

Bảng 3. Kết quả mô hình nghiên cứu định lượng

Tên biến	Biến phụ thuộc Hd			Biến phụ thuộc Lev		
	MH 1-a GLS	MH 1-b GLS	MH 1-c GLS	MH 2-a FEM	MH 2-b FEM	MH 2-c POOL
Size	.0712689***	.0709848***	.0766028***	-.0395573	.0046978	.0748374***
Tang	.1811391***	.179881***	.1358803***	.3934037**	.337654*	.2837518***
MTB	-.0006463	.0307519	.0266503	-.0155948	-.0024761	-.0020256
MarPower	-.83541***	-1.0027***	-.93798***	.90176	.56919	-.78586***
Sale_growth	.0593371*	.0122007	.0109123	.0891249**	.062676*	.0416554
Prob_Bankrupt	.0955409**	.0581495	.0235405	.1093095	.0672061	.0722137
Orisk	.0002142	.0001776	.0001401	.0002203**	.0002295**	.0003381**
Tax_Shield	-.0232481	.2941657	.415814*	-.9061122**	-.7782675*	.3041921
Inter_Cap	-.17672***	-.1254***	-.1285***	-.1489***	-.14970***	-.23600***
Stateownership	-.0371916	-.0379187	-.0504139*	-.0527755	-.0379629	-.1841722***
BODownership	.0459048	-.026672	.0379174	-.1100502	-.1119481	-.0364235
Period		.0919627***			.058262**	
Cement		.0275322				
Steel		.0525899*				
L1			.0823882***			.1139368***
L2			.1512636***			.0946909***
L3			.0586146**			.0480211*
_cons	.00142	-.08733*	-.07807	.4795**	.1665	-.26568***

Ghi chú: (\*\*\*), (\*\*), (\*) có ý nghĩa thống kê ở mức p-value < 1%, 5%, 10%.

Các DN lớn và dẫn đầu các phân ngành có thể xem xét huy động thêm vốn chủ sở hữu từ phát hành cổ phần thường dành cho cổ đông hiện hữu, trả cổ tức bằng cổ phiếu hoặc chia cổ phiếu thưởng. Hiện tại cổ phiếu của những doanh nghiệp này vẫn đang được thị trường định giá cao nên tăng vốn cổ phần thường là một giải pháp có tính khả thi. Ngoài ra, các DN này cũng cần rà soát lại các loại tài sản cố định và có kế hoạch thanh lý những tài sản lạc hậu, những công nghệ cũ kỹ để có dòng tiền trả bớt nợ vay, tận dụng mức lãi suất thấp trên thị trường hiện tại để giảm bớt chi phí lãi vay cũng như chi phí sử dụng vốn bình quân.

Đối với các DN nhỏ và không còn cơ hội tăng trưởng hoặc gặp nhiều khó khăn trong huy động vốn đổi mới công nghệ, cần xác định vị trí phù hợp trong chuỗi giá trị ngành để có chiến lược kinh doanh phù hợp. Trong giai đoạn 5 năm sắp tới, các DN này cần hạ thấp hệ số nợ mục tiêu một cách thận trọng, giảm bớt tỷ trọng nợ vay dài hạn sau đó đến nợ vay ngắn

Tài liệu tham khảo:

Ahsan T, Wang M, Qureshi MA (2016b). How do they adjust their capital structure along their life cycle? An empirical study about capital structure over life cycle of Pakistani firms. *Journal of Asia Business Study*, 10(3), 276-302.

Ajid ur Rehman, Man Wang, & Haoyang Yu (2016). Dynamics of financial leverage across firm life cycle in Chinese firms: an empirical investigation using dynamic panel data model. *China Finance and Economic Review* 2016, 4-19.

Castro, P., Fernández, M.T.T, Amor-Tapia, B., Miguel, A. (2016). Target leverage and speed of adjustment along the life cycle of European listed firms. *Business Research Quarterly*, 19, 188-205.

Chase Parket DeHan (2014). Capital Structure over the Life Cycle. *Advances in Business Research*, Vol.5, 16-32.

Đoàn Ngọc Phi Anh (2010). Các nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc tài chính và hiệu quả tài chính: Tiếp cận theo phương pháp phân tích đường dẫn. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng*, 5(40), 14-21.

Jenkins DS, Kane GD, Velury U (2004). The impact of the corporate life-cycle on the value-relevance of disaggregated. *Review of Accounting and Finance* 3:5-20.

Nguyen, T.D, Diaz-Rainey, I., Gregoriou, A. (2012). Financial Development and the Determinants of Capital Structure in Vietnam”, tại link: <https://www.nzfc.ac.nz/archives/2013/papers/updated/46.pdf>

Thu Minh Thi VU, Chung Quang TRAN, Duong Thuy DOAN, Thang Ngoc LE (2020), Determinants of Capital Structure: The Case in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 159-168.

Tran Dinh Khoi Nguyen, Ramachandran, Neelakantan (2006). Capital structure in Small and Medium-sized Enterprises: The Case of Vietnam. *Asean Economic Bulletin*, Volume 23, Number 2, August 2006, 192-211.

Trần Hùng Sơn (2013). Xây dựng cấu trúc vốn mục tiêu cho các doanh nghiệp sản xuất công nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh. *Luận án Tiến sĩ, Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh*.

Trương Đông Lộc, Võ Kiều Trang (2008). Các yếu tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các công ty cổ phần niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, số 361.

Xuan Vinh Vo (2017). Determinants of capital structure in emerging markets: Evidence from Vietnam. *Research in International Business and Finance*, 40, 105-113.



# NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG, HIỆU QUẢ KIỂM TOÁN HOẠT ĐỘNG TẠI KIỂM TOÁN NHÀ NƯỚC

Ths. Lê Hoài Châu \*

• Từ khóa: kiểm toán hoạt động, Kiểm toán nhà nước.

*Performance auditing is an independent, objective and reliable examination of whether government undertakings, systems, operations, programmes, activities or organisations are operating in accordance with the principles of economy, efficiency and effectiveness and whether there is room for improvement. Performance auditing encourages learning and change within the public sector by providing new information and drawing attention to various challenges. It contributes to improvement and reform in public administration, providing the government with recommendations based on independent analysis...*

• Keywords: performance audit, State audit Office of Vietnam.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày gửi phân biện: 10/7/2021

Ngày nhận kết quả phân biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Tăng cường kiểm toán hoạt động, yêu cầu tất yếu khách quan đối với Kiểm toán Nhà nước

Kiểm toán hoạt động (KTHĐ) là loại hình kiểm toán để kiểm tra, đánh giá tính kinh tế, tính hiệu quả, tính hiệu lực trong quản lý và sử dụng tài chính, tài sản công (Luật KTNN 2015). Kiểm toán hoạt động tập trung vào việc xem xét, đánh giá các chương trình, dự án, các hoạt động, các đơn vị, các nguồn công quỹ và các chính sách (gọi tắt là chủ đề kiểm toán) có vận hành theo các nguyên tắc về tính kinh

tế, tính hiệu quả, tính hiệu lực không và có cân cải tiến không.

Trong xu thế phát triển và hội nhập của đất nước ngày càng mạnh mẽ, yêu cầu đổi mới quản lý kinh tế - xã hội đặt ra cho các cơ quan quản lý nhà nước phải có những thay đổi nhằm thích ứng được nhiệm vụ trong từng giai đoạn cụ thể. Xu thế chung về hoạt động của các cơ quan kiểm toán tối cao trên thế giới chuyển dần từ kiểm toán tài chính, kiểm toán tuân thủ sang kiểm toán hoạt động. Đây là xu thế đổi mới hoạt động kiểm toán tất yếu, khách quan trước những yếu tố chủ yếu như: (i) Nhu cầu quản trị công: Quan tâm đến kết quả đầu ra, trách nhiệm giải trình đối với việc sử dụng các nguồn lực công; (ii) Vị trí, vai trò của cơ quan kiểm toán tối cao trong đánh giá tính kinh tế, tính hiệu lực và tính hiệu quả của việc quản lý, sử dụng tài chính, tài sản công; Kiểm toán hoạt động với đặc điểm là có tính hệ thống, tính độc lập cao, phạm vi rộng lớn, phương pháp kỹ thuật và thủ tục kiểm toán linh hoạt đã ngày càng khẳng định vị trí tiên phong trong xu thế kiểm toán hiện đại trên thế giới. Kiểm toán nhà nước (KTNN) Việt Nam cũng không ngoại lệ trong quy luật đổi mới tất yếu này và đang từng bước xây dựng những giải pháp phát triển KTHĐ nhằm phát huy vai trò quan trọng của KTNN trong đánh giá tính kinh tế, tính hiệu lực và tính hiệu quả của việc quản lý, sử dụng tài chính, tài sản công

Bên cạnh sự phát triển của các loại hình kiểm toán tài chính, kiểm toán tuân thủ; cần phát triển loại hình kiểm toán có thể khắc phục những hạn chế của hai loại hình kiểm toán truyền thống trên trong việc đáp ứng nhu cầu quản trị công;

\* *Kiểm toán Nhà nước*

Vì vậy, Chiến lược phát triển KTNN đến năm 2030 được Ủy ban Thường vụ Quốc hội phê duyệt năm 2020 tại Nghị quyết số 999/2020/UBTVQH14 đã đặt ra định hướng chiến lược hoạt động KTNN: *“Phấn đấu giai đoạn 2026 - 2030 tăng cường kiểm toán hoạt động, kiểm toán chuyên đề, kiểm toán công nghệ thông tin, kiểm toán môi trường đạt tỷ lệ khoảng 30% đến 40% số lượng các cuộc kiểm toán hằng năm”*.

**2. Thực trạng Kiểm toán hoạt động**

**2.1. Kết quả đạt được**

Với định hướng từ Chiến lược phát triển KTNN, KTNN đã tập trung thực hiện các mục tiêu chiến lược như: (i) Xây dựng và hoàn thiện các hướng dẫn về KTHĐ; (ii) Xây dựng và ban hành Quy trình Kiểm toán hoạt động; (iii) Tăng cường năng lực KTHĐ thông qua việc cử các KTV có tiềm năng ra nước ngoài học tập; mở rộng chương trình đào tạo chuyên môn về KTHĐ; (iv) Tổ chức thực hiện các cuộc KTHĐ, với một số kết quả đạt được chủ yếu:

KTNN đã tổ chức thực hiện KTHĐ với số lượng cuộc kiểm toán tăng dần qua các năm, tỷ trọng các cuộc KTHĐ độc lập chiếm khoảng 10-15% số lượng cuộc kiểm toán hằng năm; chủ đề KTHĐ tương đối đa dạng, từ các chương trình/dự án phục vụ an sinh xã hội, các quy trình, hoạt động quản lý nhà nước, đến các vấn đề đang được dư luận xã hội quan tâm. Các cuộc KTHĐ cơ bản đã được tổ chức, thực hiện một cách bài bản, đúng quy trình, trình tự, thủ tục từ khâu khảo sát lập KHKT, thực hiện kiểm toán đến khâu kiểm tra thực hiện kiến nghị kiểm toán. Kết quả của một số cuộc KTHĐ đã chỉ ra được những bất cập, hạn chế của hệ thống quản lý, điều hành, tổ chức thực hiện nhiệm vụ trong một số lĩnh vực chuyên môn sâu; đưa ra các đánh giá tương đối toàn diện về những ưu điểm và những hạn chế; phân tích được nguyên nhân cụ thể và đánh giá được tác động của những hạn chế, làm căn cứ đề đưa ra được các kết luận rõ ràng và các kiến nghị khả thi đối với chủ đề kiểm toán.

Bên cạnh việc tổ chức các cuộc KTHĐ độc lập, nội dung KTHĐ trong các cuộc kiểm toán kết hợp nhiều nội dung kiểm toán ngày càng được quan tâm hơn, đạt được nhiều kết quả tích cực, đặc biệt các cuộc kiểm toán chuyên đề.

Kết quả kiểm toán đã nhận được sự đồng thuận cao từ các đơn vị được kiểm toán, góp phần không nhỏ vào việc nâng cao hiệu quả, hiệu lực của công tác quản lý nhà nước, tăng cường trách nhiệm giải trình và tính minh bạch của các cơ quan quản lý nhà

nước, gia tăng lợi ích xã hội; đồng thời góp phần tăng uy tín của KTNN, đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của Quốc hội và công chúng.

**2.2. Một số tồn tại, hạn chế**

Năng lực và kinh nghiệm về KTHĐ trong những năm qua mặc dù đã từng bước được nâng cao, song vẫn còn hạn chế trên các mặt: Cách thức lựa chọn chủ đề kiểm toán; kỹ thuật xây dựng tiêu chí kiểm toán; tính đa dạng và linh hoạt của các phương pháp kiểm toán; đặc thù về kết luận, kiến nghị trong KTHĐ.

Cơ sở dữ liệu, thông tin chưa đầy đủ, nhất là hệ thống thông tin về các đầu mối thuộc phạm vi kiểm toán của KTNN do đó việc lựa chọn chủ đề kiểm toán vẫn chủ yếu thông qua việc thu thập thông tin trên phương tiện thông tin đại chúng, chưa có thông tin chính xác về việc triển khai thực hiện chương trình/dự án, chủ đề kiểm toán nên khi thực hiện kiểm toán không có cơ sở đánh giá kết quả đầu ra như dự kiến ban đầu.

Việc khảo sát, thu thập thông tin để lập KHKT chưa được chú trọng cả về nhân lực và thời gian, chất lượng thông tin thu thập được chưa đảm bảo đánh giá được một cách toàn diện trọng yếu và rủi ro nên chưa xác định được đầy đủ nội dung, phạm vi, đối tượng kiểm toán, hoặc xác định phạm vi, nội dung kiểm toán quá rộng, phức tạp; việc xác định các nội dung, tiêu chí kiểm toán còn mang tính chủ quan chưa đảm bảo đầy đủ căn cứ và tính khả thi, hoặc còn chung chung, chưa đưa ra được tiêu chí cụ thể để đánh giá, từ đó ảnh hưởng lớn đến kết quả kiểm toán.

Nhiều chủ đề kiểm toán cần có sự hiểu biết chuyên môn về nhiều lĩnh vực nên việc sử dụng chuyên gia là cần thiết. Tuy nhiên, để tìm kiếm, lựa chọn được chuyên gia có năng lực chuyên môn cao; là cá nhân có uy tín trong lĩnh vực đó và đảm bảo tính độc lập với đơn vị được kiểm toán vẫn còn khó khăn. Nhiều vấn đề có tính chuyên sâu nhưng chưa có các tài liệu quy định, hướng dẫn cụ thể nên vẫn dựa vào ý kiến chuyên gia (có thể mang tính chủ quan) dẫn đến ý kiến, kết luận của KTNN không đạt được sự đồng thuận cao của đơn vị (trong khi KTNN phải chịu trách nhiệm khi sử dụng ý kiến chuyên gia).

Kết quả kiểm toán chủ yếu mới chỉ đánh giá được việc tuân thủ các quy định hiện hành, chưa phân tích được sâu về công tác quản lý, điều hành, sử dụng các nguồn lực để xác định được các nguyên nhân cốt lõi đối với các tồn tại, qua đó có kiến nghị

phù hợp nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả liên quan các chủ đề kiểm toán (các kiến nghị chủ yếu là kiến nghị về tuân thủ như: Chấn chỉnh, hoàn thiện, rút kinh nghiệm...).

Trong bối cảnh các cơ chế chính sách của Nhà nước đang trong quá trình hoàn thiện dẫn tới việc kỷ luật về tài chính công, tài sản công của các đơn vị chưa nghiêm; các đơn vị được kiểm toán hiện nay vẫn chủ yếu quan tâm đến kết quả xử lý tài chính, các vấn đề liên quan tới kiểm điểm trách nhiệm tập thể, cá nhân trong khi đó những đánh giá về hiệu lực, hiệu quả và việc thực hiện theo chức năng, nhiệm vụ chưa được quan tâm đúng mức. Từ đó, tầm ảnh hưởng của các nội dung KTHĐ được lồng ghép trong các cuộc kiểm toán tài chính/chuyên đề, đặc biệt là các cuộc KTHĐ độc lập chưa đạt được hiệu quả như mong muốn.

### 3. Một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả Kiểm toán hoạt động

**Một là**, nghiên cứu, xây dựng, ban hành kế hoạch chiến lược và kế hoạch hành động nhằm xác định lộ trình đề từng bước phát triển KTHĐ và nâng cao chất lượng KTHĐ, xây dựng đội ngũ kiểm toán viên các đơn vị khác nhau có năng lực phù hợp.

**Hai là**, tiếp tục nâng cao nhận thức, năng lực, trình độ chuyên môn của KTV về KTHĐ thông qua việc tổ chức thường xuyên các khóa đào tạo, các hội thảo, tọa đàm về KTHĐ; tổ chức phổ biến, hướng dẫn Chuẩn mực KTNN có liên quan đến KTHĐ như CMKTNN số 300, 3000; hồ sơ mẫu biểu về KTHĐ.

**Ba là**, đẩy mạnh trao đổi, tập huấn cùng các KTNN của các Quốc gia khác. Tại các nước phát triển, loại hình KTHĐ đã được thực hiện từ rất lâu, vì vậy, KTNN có thể học tập kinh nghiệm của các cơ quan kiểm toán nhà nước có quan hệ hợp tác quốc tế. Trên nền tảng kinh nghiệm của các nước và thực tiễn quản lý tại Việt Nam, KTNN phải đưa ra được những giải pháp thích hợp với đặc thù quản lý kinh tế và hoạt động kiểm toán của nước ta.

Chú trọng công tác thu thập thông tin để lựa chọn chủ đề kiểm toán, trong đó cần tăng cường việc thu thập thông tin trực tiếp (thông qua văn bản khảo sát, thu thập thông tin và thực hiện khảo sát trực tiếp tại các đơn vị, đầu mối dự kiến được kiểm toán) để đảm bảo chủ đề được lựa chọn có tính khả thi cao.

Các đơn vị chủ trì thực hiện cuộc KTHĐ cần bố trí các KTV có năng lực, kinh nghiệm để tham gia các cuộc KTHĐ (ngay từ khi thu thập thông tin lựa chọn chủ đề kiểm toán, khảo sát thu thập thông tin để xây dựng KHKT...); tăng cường thời

gian khảo sát thu thập thông tin để nâng cao chất lượng lập KHKT, đặc biệt là việc xây dựng các nội dung, tiêu chí kiểm toán đảm bảo được mục tiêu của cuộc kiểm toán cũng như tính khả thi của các kiến nghị kiểm toán.

Xây dựng, hoàn thiện cơ sở dữ liệu, thông tin về các đầu mối/đơn vị thuộc phạm vi kiểm toán của KTNN để giúp nâng cao chất lượng trong việc thu thập thông tin, lựa chọn chủ đề kiểm toán, xác định mục tiêu, tiêu chí và phương pháp kiểm toán thích hợp (ngay từ KHKT trung hạn, KHKT năm).

- Song song với việc triển khai các cuộc KTHĐ độc lập, cần tiếp tục tăng cường hàm lượng nội dung KTHĐ trong các cuộc kiểm toán kết hợp nhiều loại hình (nội dung) kiểm toán; đặc biệt các cuộc kiểm toán chuyên đề. Việc thực hiện các cuộc kiểm toán lồng ghép giữa KTHĐ, kiểm toán tài chính, kiểm toán tuân thủ kết hợp các phát hiện nhằm phân tích làm rõ các tồn tại, hạn chế và trách nhiệm trong việc quản lý, sử dụng tài chính công, tài sản công, nhất là trong việc phân tích nguyên nhân, tác động của các tồn tại, hạn chế; qua đó từng bước nâng cao giá trị của Báo cáo kiểm toán, hiệu lực và hiệu quả hoạt động kiểm toán của KTNN. Thường xuyên đổi mới về nội dung và phương pháp kiểm toán ngân sách bộ, ngành, hướng đến loại hình kiểm toán hoạt động, tăng số lượng các cuộc kiểm toán chuyên đề, kiểm toán hoạt động trong kiểm toán bộ, ngành, lĩnh vực.

### 4. Kết luận

Nâng cao chất lượng kiểm toán hoạt động tại KTNN Việt Nam là việc cần thiết, phù hợp với xu hướng chung của các cơ quan kiểm toán tối cao trên thế giới. Việc nâng cao chất lượng của các cuộc kiểm toán hoạt động, góp phần gia tăng vai trò của Kiểm toán nhà nước trong việc quản lý tài chính công, tài sản công. Các kết quả, kết luận và kiến nghị trong kiểm toán hoạt động là những ý kiến quan trọng đề tư vấn, góp ý cho Quốc hội, Chính phủ để đánh giá về kết quả của các chương trình dự án... để từ đó có những điều chỉnh về cơ chế, chính sách phù hợp. Đồng thời, từ những kết quả của kiểm toán hoạt động góp phần xây dựng Kiểm toán nhà nước ngày càng phát triển, xứng tầm là một thiết chế hiến định độc lập, xứng đáng với niềm tin và sự kỳ vọng của Đảng, Nhà nước và nhân dân./.

#### Tài liệu tham khảo:

- Luật Kiểm toán nhà nước.*
- Hướng dẫn kiểm toán hoạt động của Kiểm toán nhà nước.*
- ISSAI 300 - Principles of Performance audit.*
- Chiến lược phát triển Kiểm toán nhà nước đến năm 2030.*

# NHẬN BIẾT THƯƠNG HIỆU SIÊU THỊ ĐIỆN MÁY VIỆT NAM TẠI HÀ NỘI: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

PGS. Đào Thị Minh Thanh\* - Phạm Đào Thùy Linh\*\* - Đinh Thúy Hạnh\*\*\*

*Nhận biết thương hiệu là một trong các yếu tố cấu thành quan trọng tạo nên giá trị thương hiệu theo định hướng khách hàng. Để nâng cao giá trị thương hiệu của sản phẩm hoặc công ty trên thị trường nói chung và cho các siêu thị điện máy nói riêng, doanh nghiệp cần phải nâng cao được nhận biết thương hiệu trong khách hàng. Muốn được nhận biết thương hiệu cho các siêu thị điện máy trên địa bàn Hà Nội, chúng ta cần nghiên cứu để làm rõ các nội dung như bản chất của nhận biết thương hiệu, thực trạng nhận biết thương hiệu của các siêu thị điện máy Việt Nam trên địa bàn Hà Nội và gợi ý về giải pháp.*

• Từ khóa: thương hiệu, nhận biết thương hiệu, nhận biết thương hiệu trong khách hàng.

*Brand awareness is one of the significant components that create customer-oriented brand value. To improve the brand value of a product or company in the market in general and for electronics supermarkets in particular, retailers have to raise brand awareness among customers. To improve brand awareness for electronics supermarkets in Hanoi, we need to research to clarify the content of customer-oriented brand awareness such as: the nature of brand awareness, the status of brand awareness of Vietnamese electronics supermarkets in Hanoi and suggestions for solutions.*

• Keywords: brand, brand awareness, brand awareness among customers.

Ngày nhận bài: 30/9/2021

Ngày gửi phản biện: 10/10/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 20/10/2021

Ngày chấp nhận đăng: 25/10/2021

## Đặt vấn đề

Hiện nay thị trường bán lẻ Việt Nam đang có một sức hút hấp dẫn với các tập đoàn bán lẻ trên thế giới. Điều này đã đẩy các nhà bán lẻ điện máy Việt Nam vào một môi trường cạnh tranh khốc liệt hơn. Để nâng cao năng lực cạnh tranh trong điều kiện hội nhập đòi hỏi các doanh nghiệp Việt phải nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Tạo dựng và phát triển thương hiệu là một trong những công cụ cạnh tranh sắc bén và là một công cụ cạnh tranh hiệu quả.

Nâng cao nhận biết thương hiệu là tiền đề để doanh nghiệp nâng cao giá trị thương hiệu. Theo Aaker (1996), giá trị thương hiệu được hình thành bởi bốn yếu tố chính, trong đó có nhận biết thương hiệu. Vì vậy, muốn nâng cao giá trị thương hiệu cho các siêu thị điện máy thì trước tiên phải nâng cao nhận biết thương hiệu trong khách hàng. Đây cũng là tiền đề để các siêu thị điện máy Việt Nam xây dựng cho mình một thương hiệu mạnh.

## 1. Cơ sở lý luận về nhận biết thương hiệu

Theo Jack Trout & Steve Rivkin (2004) thì “Thương hiệu là một cam kết tuyệt đối về chất lượng, dịch vụ và giá trị trong một thời gian dài và đã được kiểm chứng qua hiệu quả sử dụng và sự thỏa mãn của khách hàng”. Quá trình tạo dựng thương hiệu cũng chính là quá trình doanh nghiệp từng bước tạo dựng và nâng cao giá trị thương hiệu trong tâm trí của khách hàng mục tiêu. Thực tế, khi nghiên cứu về giá trị thương hiệu cũng có nhiều góc nhìn khác nhau. Trong bài viết này chúng tôi nghiên cứu giá trị thương hiệu theo định hướng khách hàng. Với góc nhìn này Keller (1993) và David Aaker (1996) cho rằng: “Giá trị thương hiệu là hiệu ứng khác biệt của kiến thức thương hiệu lên phản ứng của khách hàng đối với hoạt động marketing thương hiệu”.

Năm 1996, David Aaker đã phát triển lý thuyết về giá trị thương hiệu của Keller và chỉ rõ giá trị thương hiệu theo định hướng khách hàng được xác định dựa trên các yếu tố chính như: (1) Nhận biết thương hiệu, (2) Lòng trung thành thương hiệu, (3) Chất lượng cảm nhận về thương hiệu của khách hàng, (4) Sự liên tưởng thương hiệu và những tài

\* Học viện Tài chính \*\* Sinh viên lớp CQ56/32.03 \*\*\* Sinh viên lớp CQ56/32.04

sản thương hiệu khác (mô tả tại Hình 1).

Theo Hình 1 David Aaker (1996) đã đưa ra khái niệm nhận biết thương hiệu như sau: “*Nhận biết thương hiệu (brand awareness) đề cập đến khả năng của một khách hàng có thể nhận ra hoặc nhớ đến thương hiệu như một yếu tố cấu thành của một sản phẩm nhất định*”. Aaker cũng chỉ rõ “*Nhận biết thương hiệu*” trong khách hàng được biểu hiện thông qua (1) Sự gắn kết các liên tưởng khác nhau của khách hàng về thương hiệu, (2) Sự quen thuộc của thương hiệu, (3) Các tín hiệu hữu hình, (4) Các nhãn hiệu được cân nhắc.

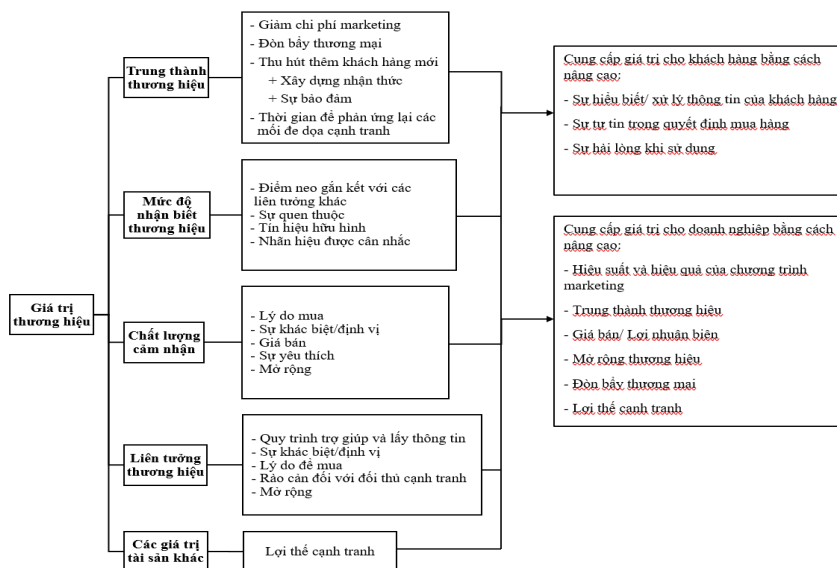
Như vậy, nhận biết thương hiệu sẽ bao gồm nhận dạng thương hiệu và khả năng gợi nhớ về thương hiệu. Nhận dạng thương hiệu phản ánh khả năng ghi nhớ của người tiêu dùng về các yếu tố cấu thành thương hiệu như: tên gọi, biểu tượng, biểu trưng, câu khẩu hiệu,... Khả năng gợi nhớ về thương hiệu là khả năng người tiêu dùng nhận diện được thương hiệu khi tiếp xúc với các tín hiệu có liên quan đến thương hiệu như: sản phẩm, danh mục sản phẩm, logo,...

Từ những cơ sở lý luận trên, chúng ta sẽ nghiên cứu và đánh giá về mức độ nhận biết thương hiệu của người tiêu dùng đối với các siêu thị điện máy Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội thông qua các yếu tố bao gồm: Bộ nhận diện thương hiệu; mật độ, vị trí và không gian mua sắm của cửa hàng; danh mục sản phẩm và thương hiệu sản phẩm kinh doanh; nhân viên bán hàng.

## 2. Thực trạng về mức độ nhận biết thương hiệu của người tiêu dùng với các siêu thị điện máy Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội

Nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát 353 khách hàng tại Hà Nội về các siêu thị điện máy lớn của Việt Nam như: Pico, HC, Mediamart, Điện máy Xanh và một số siêu thị điện máy khác để đánh giá mức độ nhận biết thương hiệu siêu thị điện máy Việt Nam của khách hàng Hà Nội qua 25 câu hỏi được gửi đến khách hàng qua mạng xã hội. Kết quả khảo sát cho thấy, khách hàng chủ yếu lựa chọn một trong bốn siêu thị điện máy là Pico, HC, Mediamart và

Hình 1: Mô hình giá trị thương hiệu của Aaker



Nguồn: David. A. Aaker 1996

Điện máy Xanh. Với kết quả khảo sát từ 4 siêu thị nêu trên cho thấy:

**Về mức độ biết đến thương hiệu qua “Bộ nhận diện thương hiệu”:** Nhìn chung, các siêu thị điện máy Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội đã tạo được mức độ nhận biết thương hiệu nhất định đối với người tiêu dùng thông qua “Bộ nhận diện thương hiệu” của mình. Sự nhận biết thương hiệu này được đo lường bằng khả năng người tiêu dùng có thể nhận biết và gọi tên thương hiệu đó hay không. Kết quả khảo sát cho thấy 100% các đáp viên đều trả lời là biết và gọi đúng tên thương hiệu cùng với các yếu tố khác trong “Bộ nhận diện thương hiệu” của những siêu thị điện máy nêu trên.

**Về mật độ, vị trí và không gian mua sắm:** trong 4 siêu thị nêu trên, hai siêu thị là Điện máy Xanh và Mediamart, việc nhận biết thương hiệu chủ yếu được nhận diện qua mật độ, vị trí và không gian mua sắm của cửa hàng. Việc gia tăng số lượng các siêu thị điện máy mang thương hiệu Điện máy Xanh và Mediamart cùng với sắc màu đặc trưng của từng thương hiệu đã giúp cho sự nhận biết thương hiệu trong khách hàng cao hơn PICO và HC. HC và Pico được khách hàng lựa chọn ít hơn, và cũng là hai thương hiệu có số lượng điểm bán khiêm tốn hơn nhiều so với Điện máy Xanh và Mediamart (xem hình 2)

Điều đó cho thấy, việc tăng số lượng cửa hàng và lựa chọn vị trí kinh doanh có ý nghĩa quan trọng

trong việc thu hút khách hàng hơn là danh mục sản phẩm kinh doanh do lợi thế riêng của yếu tố này.

**Đối với danh mục sản phẩm và thương hiệu sản phẩm kinh doanh:** Danh mục sản phẩm và thương hiệu sản phẩm kinh doanh được biểu hiện thông qua sự đa dạng của sản phẩm kinh doanh, mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong 1 lần mua sắm và nguồn gốc xuất xứ (thương hiệu) của sản phẩm. Cụ thể về sự đa dạng của mặt hàng kinh doanh Siêu thị HC có 85,7% khách hàng đánh giá đồng ý và rất đồng ý; Siêu thị Điện máy Xanh tỷ lệ này là 71,3%. Về nguồn gốc xuất xứ và thương hiệu của sản phẩm kinh doanh thì tỷ lệ tương ứng là 90% cho HC và Điện máy Xanh là 73,5%. Điều này cho thấy mật độ, vị trí và không gian mua sắm của siêu thị có giá trị cao trong thu hút khách hàng, nhưng để khách hàng nhận biết thương hiệu sâu hơn thì Danh mục sản phẩm và thương hiệu sản phẩm kinh doanh lại giữ vị trí quyết định. Điều này được minh chứng thông qua mức độ hài lòng của khách hàng và tỷ lệ khách mua hàng lặp lại (Xem bảng dưới).

**Quan hệ giữa danh mục sản phẩm kinh doanh và sự thỏa mãn khách hàng**

Tên siêu thị điện máy	Mức độ đa dạng của SP KD	Nguồn gốc xuất xứ (Thương hiệu SP KD)	Mức độ hài lòng	Tỷ lệ mua lặp lại
HC	85,7%	90%	97,6%	88%
Điện máy Xanh	71,3%	73,5%	75%	75,7%
Pico	69,4%	71,4%	74,9%	71,4%
Mediamart	65,6%	66,7	73,1%	62,4%

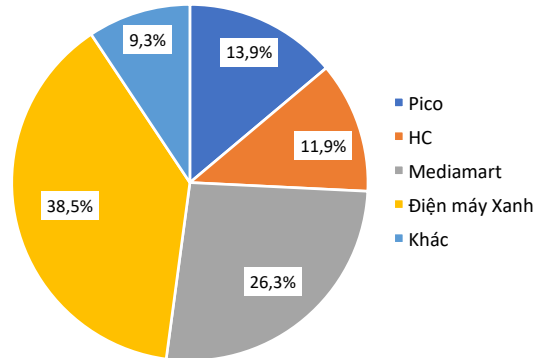
*Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu*

**Về nhận biết thương hiệu qua hình ảnh nhân viên bán hàng**

Hình ảnh nhân viên bán hàng được biểu hiện qua Thái độ và kỹ năng giao tiếp với khách hàng, Sự sẵn sàng trả lời mọi câu hỏi của khách, Sự hiểu biết về sản phẩm,... Đây cũng là một yếu tố được khách hàng cho là quan trọng. Theo kết quả khảo sát thì hầu hết các siêu thị đều được khách hàng đánh giá khá cao về tiêu chí này. Vì vậy, muốn nâng cao nhận biết thương hiệu bền vững thì chất lượng nguồn nhân lực này có ý nghĩa quan trọng.

Kết quả trên cho thấy, các siêu thị điện máy Việt Nam đã bước đầu tạo được sự nhận biết thương hiệu nhất định với người tiêu dùng. Tuy nhiên, mức độ nhận biết thương hiệu của khách hàng về các siêu thị điện máy Việt Nam là không cao, chủ yếu mới dừng lại ở việc gọi đúng tên thương hiệu, còn nhận diện

**Hình 2: Tỷ lệ khách hàng lựa chọn của các siêu thị điện máy Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội**



*Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu*

sâu hơn thông qua các yếu tố khác thì chưa được như mong đợi. Vì vậy, khó có thể tạo ra được những liên tưởng thương hiệu tốt. Thực tế đã chứng minh điều này. Nếu liên tưởng thương hiệu không tích cực thì lòng trung thành thương hiệu, chất lượng cảm nhận về thương hiệu của khách hàng và những tài sản thương hiệu khác cũng bị suy yếu theo. Vì vậy trong thời gian tới, các siêu thị điện máy Việt Nam cần phải tìm ra những giải pháp hữu hiệu để nâng cao nhận biết thương hiệu của mình trong tâm trí của khách hàng mục tiêu.

**3. Giải pháp nâng cao nhận biết thương hiệu của các siêu thị điện máy Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội**

Từ thực trạng nhận biết thương hiệu của các siêu thị điện máy Việt Nam tại Hà Nội như trên, bài viết gợi ý một số giải pháp sau:

**Thứ nhất,** xây dựng chiến lược định vị thương hiệu siêu thị phù hợp với mục tiêu kinh doanh. Các doanh nghiệp bán lẻ muốn nâng cao nhận biết thương hiệu của siêu thị điện máy trong dài hạn thì cần tạo “những điểm nhấn khác biệt cốt lõi” để khi nhắc tới siêu thị điện máy, người tiêu dùng có thể gợi nhớ và tưởng tượng dễ dàng những đặc tính đặc trưng của siêu thị điện máy đó. Kết quả nghiên cứu cho thấy, người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Hà Nội vẫn chưa thực sự ghi nhớ được điểm đặc trưng của từng siêu thị điện máy mà họ lựa chọn khi mua sắm. Nguyên nhân là do các siêu thị chưa có được một chiến lược định vị phù hợp. Một chiến lược định vị tốt giúp nhà quản trị thương hiệu xác định rõ những điểm khác biệt nổi trội nào mà siêu thị cần xây dựng được. Đây là yếu tố quan trọng để nâng cao mức độ nhận biết thương hiệu trong khách hàng.

**Thứ hai**, phải hoạch định được chiến lược quản trị thương hiệu hiệu quả. Một chiến lược quản trị thương hiệu tốt sẽ chỉ rõ những mục tiêu, định hướng, nội dung và cách thức nâng cao nhận biết thương hiệu của các siêu thị điện máy trước những thay đổi của môi trường cạnh tranh, đặc biệt trong bối cảnh hiện nay. Chiến lược thương hiệu được hoạch định phải phù hợp với kết quả định vị thương hiệu nêu trên.

Theo Đào Thị Minh Thanh và Nguyễn Quang Tuấn (2016) trong giáo trình Quản trị thương hiệu, để quản trị thương hiệu hiệu quả, các nhà bán lẻ hàng điện máy Việt Nam cần thực hiện theo quy trình sau: (1) Phân tích, đánh giá để xác định đúng tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của thương hiệu; (2) Xác định rõ đặc tính và hình ảnh của thương hiệu; (3) Phân tích, đánh giá để hoàn thiện bộ nhận diện thương hiệu của siêu thị (4) Xây dựng kế hoạch Marketing để bảo vệ và phát triển thương hiệu hiệu quả.

**Thứ ba**, xác định rõ yêu cầu về nguồn nhân lực, vật lực,... cần thiết đáp ứng được yêu cầu của công tác quản trị thương hiệu của siêu thị điện máy trong từng giai đoạn cụ thể. Trong đó nguồn nhân lực giữ vai trò trọng yếu vì họ là người sử dụng có hiệu quả các nguồn lực khác để nâng cao nhận biết thương hiệu nói riêng và phát triển thương hiệu nói chung. Đặc biệt trong điều kiện hiện nay, môi trường kinh doanh có nhiều biến động thì việc tập trung khai thác thế mạnh của công nghệ số trong kinh doanh nói chung và nâng cao nhận biết thương hiệu nói riêng sẽ có giá trị hữu ích cho việc nâng cao giá trị thương hiệu. Để làm tốt việc này thì phải chú trọng việc nâng cao nhận thức và sự thấu hiểu của đội ngũ nhân viên đối với thương hiệu và hoạt động kinh doanh của siêu thị điện máy. Đồng thời phải đặc biệt coi trọng việc nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc, giải quyết các khiếu nại của khách hàng. Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu cho thấy tiêu chí này của các siêu thị đang bị khách hàng đánh giá khá thấp.

**Thứ tư**, tổ chức vận hành hiệu quả các hoạt động cung ứng dịch vụ cho khách hàng tại các địa điểm bán. Kết quả khảo sát ở cả 4 siêu thị đều cho thấy trên 70% khách hàng coi trọng các dịch vụ khách hàng cả trước, trong và sau khi bán. Vì vậy, tùy vào từng vị trí của siêu thị và không gian mà siêu thị có thể sử dụng, người quản lý siêu thị cần chú ý các dịch vụ cơ bản sau để tạo ấn tượng tốt cho khách hàng:

- Tổ chức không gian mua sắm phù hợp nhất với đặc điểm của khách hàng mục tiêu trên địa bàn kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy khách hàng quan tâm đến việc mua hàng ở đâu và như thế nào hơn là việc họ mua sản phẩm gì. Vì thế, không gian mua sắm, cách bố trí các quầy kệ, cách thức sắp xếp, trưng bày hàng hóa và trang trí nội thất gian hàng như: màu sắc, âm thanh, ánh sáng, kết hợp với hình ảnh, các vật phẩm quảng cáo... có giá trị cao trong việc khắc họa hình ảnh vào tâm trí khách hàng mục tiêu, từ đó tạo ra mức độ nhận biết thương hiệu sâu hơn.

- Quản lý và giám sát chặt chẽ chất lượng các dịch vụ sản phẩm, đặc biệt là dịch vụ trong quá trình bán và dịch vụ sau bán. Việc này sẽ tạo được ấn tượng tích cực với khách hàng từ đó tăng cường sự nhận biết thương hiệu.

**Thứ năm**, tích hợp các công cụ truyền thông hiệu quả.

Truyền thông là giải pháp quan trọng để giúp khách hàng nhanh chóng nhận biết được bộ nhận diện thương hiệu của mỗi siêu thị. Cho dù họ đã mua hay chưa từng mua hàng tại siêu thị đó, nếu các hoạt động truyền thông có chất lượng cao sẽ khắc họa được hình ảnh của thương hiệu vào tâm trí của khách hàng mục tiêu nhanh hơn và bền vững hơn.

**Kết luận:** Nhận biết thương hiệu trong khách hàng là yếu tố đầu tiên giúp các siêu thị điện máy Việt Nam tạo ra được những gợi nhớ khi khách hàng có nhu cầu về sản phẩm điện máy. Nhận biết thương hiệu cao nhất chính là việc làm cho khách hàng nhớ đến tên thương hiệu của siêu thị đầu tiên khi họ có ý định mua hàng. Vì vậy, nâng cao nhận biết thương hiệu không chỉ có giá trị trong việc thu hút và thuyết phục người tiêu dùng chọn doanh nghiệp, mà nó còn là tiền đề quan trọng giúp doanh nghiệp tạo dựng và phát triển thương hiệu cho các siêu thị của mình một cách bền vững.

#### Tài liệu tham khảo:

- Calvo-Porrá, C., Martínez-Fernández, V.-Juanatey-Boga, O., Lévy-Mangin, J.P., 2013 What matters to store Brand Equity? An approach to Spanish large retailing in a downturn context. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 19, 136-146
- David A.Aaker (1996), "Building Strong Brand", Free Press, New York
- Đào Thị Minh Thanh, Nguyễn Quang Tuấn (2016). *Quản trị thương hiệu*, NXB Tài chính, Hà Nội
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of marketing*, 57(1), 1-22.

# BÀN VỀ ĐÁNH GIÁ AN TOÀN TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP THÔNG QUA CHỈ TIÊU HỆ SỐ NỢ PHẢI TRẢ TRÊN VỐN CHỦ SỞ HỮU VÀ ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ

TS. Lưu Thị Thu Hà\*

**Đảm bảo an toàn tài chính là một trong những nhiệm vụ quan trọng đồng thời cũng là vấn đề được các chủ thể liên quan quan tâm nhất đối với doanh nghiệp. Để đánh giá an toàn tài chính của một doanh nghiệp, thì một trong những chỉ tiêu có thể sử dụng phổ biến nhất hiện nay là Hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu. Tuy nhiên, để đánh giá khi nào một doanh nghiệp bị mất an toàn tài chính thì việc quy định tỷ lệ giữa nợ phải trả và vốn chủ sở hữu không thể gò ép và cứng nhắc cho mọi doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế quốc dân. Bài báo đề cập những hạn chế trong quy định về mức độ đảm bảo an toàn tài chính của doanh nghiệp thông qua chỉ tiêu Hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu, qua đó đề xuất một số kiến nghị liên quan đến đánh giá mức độ an toàn tài chính của doanh nghiệp.**

• Từ khóa: an toàn tài chính, nợ phải trả, vốn chủ sở hữu.

*Ensuring financial safety is one of the most important tasks and also the most concerned by stakeholders for businesses. To assess the financial safety of an enterprise, one of the most commonly used indicators today is the debt-to-equity ratio. However, to look incisive when a financial business is not safe and sound, the regulation of the debt-to-equity ratio cannot be forced and inflexible for all businesses operating in the national economy. The article mentions limitations in regulations on the level of financial safety of enterprises through the debt-to-equity ratio, thereby proposing some recommendations related to the assessment of the financial safety of the enterprise.*

• Keywords: financial security, liabilities, equity.

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phản biện: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Một số bất cập trong quy định an toàn tài chính của doanh nghiệp

Theo các văn bản pháp quy trước đây và Điều 20, Nghị định số 91/2015/NĐ-CP của Chính phủ về đầu tư vốn nhà nước vào doanh nghiệp và quản lý, sử dụng vốn, tài sản tại doanh nghiệp có quy định rằng tổng mức vốn huy động để phục vụ sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp nhà nước (bao gồm cả các khoản bảo lãnh vay vốn của các công ty con do doanh nghiệp nhà nước là công ty mẹ theo quy định tại Khoản 1 Điều 189 Luật Doanh nghiệp năm 2014); Nghị định 32/2018/NĐ-CP của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 91/2015/NĐ-CP ngày

13/10/2015 của Chính phủ về đầu tư vốn Nhà nước vào doanh nghiệp và quản lý, sử dụng vốn, tài sản tại doanh nghiệp phải bảo đảm hệ số nợ phải trả không quá ba lần vốn chủ sở hữu được ghi trên báo cáo tài chính quý hoặc báo cáo tài chính năm của doanh nghiệp nhà nước tại thời điểm gần nhất với thời điểm huy động vốn. Có thể thấy việc quy định hệ số an toàn tài chính của doanh nghiệp không vượt quá ba lần chung cho mọi doanh nghiệp hoạt động trong tất cả các ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh là chưa phù hợp. Cụ thể là:

### Về cơ sở khoa học

Để có thể cho rằng một doanh nghiệp có an toàn tài chính hay không cần xem xét Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu trong mối liên quan với một số căn cứ sau:

**Thứ nhất**, ngành nghề, lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp

Mỗi doanh nghiệp khi đăng ký thành lập doanh nghiệp chỉ hoạt động trong một số ngành, lĩnh vực kinh doanh nhất định và mỗi ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh lại có đặc điểm kinh tế - kỹ thuật khác nhau. Ví dụ như các doanh nghiệp hoạt động trong các ngành công nghiệp nặng như luyện kim, khai thác khoáng sản, năng lượng, chế tạo máy, cơ khí trong quá trình hoạt động có nhu cầu vốn đầu tư lớn, thời gian xây dựng cơ bản dài, thời gian thu hồi vốn chậm, đặc biệt là các doanh nghiệp khai thác mỏ hầm lò. Vì vậy, ngoài nguồn vốn chủ sở hữu, các doanh nghiệp này thường phải sử dụng nguồn vốn vay dài hạn rất lớn để đầu tư hình thành tài sản dài hạn và tài sản cố định, ví dụ trong các doanh nghiệp mỏ tỉ lệ tài sản dài hạn chiếm tới 75% tổng tài sản, trong đó TSCĐ chiếm tới hơn 90%, theo đó hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu cũng rất cao. Trong khi đó, các doanh nghiệp hoạt động

\* **Đại học Mỏ - Địa chất**



kinh doanh thương mại, dịch vụ và các lĩnh vực kinh doanh khác lại có đặc điểm nhu cầu vốn đầu tư thấp, nhất là đầu tư vốn cho hình thành tài sản dài hạn và tài sản cố định thấp, chủ yếu là đầu tư hình thành tài sản lưu động (hàng hóa, vật tư, v.v.), vòng quay vốn nhanh nên hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu tương đối thấp.

**Thứ hai,** vòng đời hoạt động của doanh nghiệp

Mức độ an toàn tài chính cần được xem xét trong mối liên hệ với vòng đời của doanh nghiệp. Mỗi một doanh nghiệp trong quá trình hoạt động đều trải qua nhiều giai đoạn của vòng đời: khởi nghiệp - xây dựng - tăng trưởng - trưởng thành - sau tăng trưởng và suy thoái. Trong giai đoạn đầu của vòng đời, doanh nghiệp có nhu cầu vốn đầu tư rất lớn, do đó, doanh nghiệp thường sử dụng nhiều nợ để đáp ứng nhu cầu xây dựng cơ bản, vì vậy, hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu của các doanh nghiệp sẽ có xu hướng cao, trong khi ở giai đoạn trưởng thành, khi mà doanh nghiệp đã đi vào vận hành ổn định, hệ số này thường ở mức thấp, nếu như doanh nghiệp không đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh. Tiếp theo trong giai đoạn sau tăng trưởng và suy thoái tình hình có thể diễn biến ngược lại, hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu tăng lên do hiệu quả kinh doanh suy giảm phải vay nợ để bù đắp, thậm chí rơi vào tình trạng phá sản. Do đó, hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu không những phải xem xét doanh nghiệp đang ở giai đoạn/thời kỳ nào của vòng đời doanh nghiệp mà cần phải xem xét trạng thái biến động của nó theo hướng tốt lên hay xấu đi.

**Thứ ba,** mô hình tổ chức hoạt động của doanh nghiệp

Mức độ an toàn tài chính của doanh nghiệp chịu ảnh hưởng bởi mô hình doanh nghiệp hoạt động độc lập hay là doanh nghiệp hoạt động trong nhóm công ty. Các doanh nghiệp hoạt động trong nhóm công ty như tập đoàn kinh tế, tổng công ty khi có hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu cao song chưa thể nói là doanh nghiệp đó rơi vào tình trạng bị mất an toàn tài chính, vì khi nằm trong nhóm công ty với các mối liên kết về tài chính rất chặt chẽ của công ty mẹ, sự đảm bảo về tài chính thông qua điều tiết tài chính, bảo lãnh, đầu tư vốn, cho vay vốn của công ty mẹ đối với các công ty con nên khả năng mất an toàn tài chính của các công ty này thường thấp hơn so với các doanh nghiệp độc lập, vì vậy, có thể hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu của các doanh nghiệp này cao, song thực tế thì chưa phải chúng đã mất an toàn tài chính (tương tự như một nước không liên kết và một nước liên kết trong một khối kinh tế gồm nhiều nước thì nước liên kết có khả năng chống đỡ mất an toàn tài chính cao hơn nhờ có sự hỗ trợ và bảo đảm của các nước trong khối).

**Thứ tư,** quy mô và tầm quan trọng của DN

Đối với doanh nghiệp có quy mô khác nhau (quy

mô kinh doanh, quy mô ngành nghề kinh doanh, địa bàn kinh doanh, v.v.) và tầm quan trọng đối với nền kinh tế khác nhau thì khả năng chống đỡ trước rủi ro cũng khác nhau, bởi thường các doanh nghiệp có quy mô lớn và có tầm quan trọng hơn thì khả năng chống đỡ khó khăn trước rủi ro tài chính của doanh nghiệp sẽ dễ dàng hơn so với doanh nghiệp có quy mô nhỏ và có tầm quan trọng ít hơn; điều đó vừa do nội lực của bản thân doanh nghiệp vừa do chính sách hỗ trợ của Nhà nước. Bên cạnh đó, quy mô vốn kinh doanh khác nhau cũng đòi hỏi mức độ đa dạng hóa nguồn vốn khác nhau và mức độ đa dạng hóa phương thức huy động vốn khác nhau. Do đó mức độ an toàn tài chính cũng khác nhau giữa các doanh nghiệp này. Điều này cũng giống như các quốc gia, nếu quốc gia lớn và có tiềm lực kinh tế mạnh thì việc vay nợ nhiều cũng chưa thể kết luận rằng quốc gia đó mất an toàn tài chính, trong khi một quốc gia nhỏ và có tiềm lực kinh tế yếu thì chỉ cần vay ít cũng có thể rơi vào tình trạng mất an toàn tài chính rồi.

**Thứ năm,** quy mô vốn chủ sở hữu đã đầu tư

Ta biết rằng, việc quy định phải có vốn chủ sở hữu là nhằm mục đích phản ánh năng lực tài chính và trách nhiệm của nhà đầu tư/doanh nghiệp đối với hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, quy định hiện hành mới chỉ quan tâm đến tỷ lệ của vốn chủ sở hữu trên tổng vốn đầu tư kinh doanh mà chưa quan tâm đến quy mô vốn chủ sở hữu. Ví dụ, nếu quy mô vốn đầu tư 100 tỷ đồng và tỷ lệ vốn chủ sở hữu 25% thì quy mô vốn chủ sở hữu là 25 tỷ đồng (tương ứng với hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu là 3/1); còn nếu quy mô vốn đầu tư 10.000 tỷ đồng và tỷ lệ vốn chủ sở hữu 15% thì quy mô vốn chủ sở hữu sẽ là 1.500 tỷ đồng (tương ứng với hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu là 5,7/1); khi đó không thể đánh giá trường hợp thứ hai có năng lực tài chính và trách nhiệm đối với hoạt động kinh doanh kém hơn trường hợp thứ nhất.

Như vậy có thể thấy rằng, ở góc độ lý thuyết nói chung việc quy định chung về tỷ lệ nợ trên vốn chủ sở hữu để đánh giá mức độ an toàn tài chính cho tất cả các doanh nghiệp là chưa phù hợp.

**Về cơ sở thực tiễn**

**Thứ nhất,** trong thực tế hiện nay nhiều doanh nghiệp có hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu cao hơn nhiều so với quy định (3/1) nhưng cũng chưa mất an toàn tài chính.

Bởi đây là những doanh nghiệp nằm trong nhóm công ty, hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con. Thậm chí, nhiều doanh nghiệp có hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu bằng 7, 8 và có thể lớn hơn nữa song vẫn không rơi vào tình trạng phá sản bởi các doanh nghiệp này có sự đảm bảo của công ty mẹ đối với khoản vay của công ty con. Công ty mẹ tuy không

được trực tiếp vay vốn rồi cho công ty con vay lại tuy nhiên trước uy tín, tiềm lực tài chính của công ty mẹ và sự liên kết hoạt động, điều tiết tài chính trong nội bộ nhóm công ty thì sự đảm bảo an toàn tài chính của công ty con là điều hiển nhiên. Ví dụ, hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu năm 2020 của một số công ty con thuộc Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản (Tập đoàn TKV) đều vượt mức theo quy định của Nhà nước như Công ty CP than Hà Lâm - Vinacomin (10,21); Công ty CP than Núi Béo - Vinacomin (6,52); Công ty CP than Cọc Sáu - Vinacomin (5,32); (Công ty CP Chế tạo máy - Vinacomin (8,67); Công ty than Hòn Gai (7,47); Công ty than Khe Chàm (6,61); Công ty Kho vận và Cảng Cẩm Phả (15,4); Công ty Kho vận Hòn Gai (26,58), tuy nhiên đây đều là các công ty con, chi nhánh thuộc Công ty mẹ Vinacomin nên tình trạng mất an toàn tài chính đã không xảy ra. Trong một số tập đoàn kinh tế, tổng công ty khác tình hình cũng tương tự như vậy.

**Thứ hai**, quy định về hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu để đánh giá mức độ an toàn tài chính doanh nghiệp của các quốc gia đối với doanh nghiệp thuộc các ngành nghề khác nhau cũng khác nhau.

Chẳng hạn theo khuyến nghị của Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) thì doanh nghiệp có tình trạng vốn mỏng trong cơ cấu nguồn vốn khi hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu là 3:1. Song trên thực tế, đa số các nước như New Zealand, Đức, Úc, Nhật Bản, Ba Lan, Hà Lan, Tây Ban Nha, Chile, Peru, Nam Phi, Bồ Đào Nha, Braxin lại quy định khi vốn vay của doanh nghiệp trên vốn chủ sở hữu vượt quá tỷ lệ 3:1 thì mới được coi là vốn mỏng; ở một số nước phát triển quy định tỷ lệ thấp hơn như Canada là 2:1, Pháp, Mỹ là 1,5:1, thậm chí tỷ lệ này ở Venezuela là 1:1; tại một số nước tỷ lệ này còn phân biệt theo đối tượng, chẳng hạn như Trung Quốc quy định tỷ lệ 2:1 đối với doanh nghiệp thông thường, 5:1 đối với các tổ chức tài chính; Nga quy định tỷ lệ 3:1 đối với doanh nghiệp thông thường và tỷ lệ 12,5:1 đối với ngân hàng và các tổ chức tài chính; Hàn Quốc quy định tỷ lệ 3:1 đối với các doanh nghiệp thông thường có khoản vay từ các cổ đông nước ngoài và tỷ lệ 6:1 đối với các tổ chức tài chính.

**Thứ ba**, ở tầm vĩ mô hay ở tầm quốc gia, khi một quốc gia có quy mô vay nợ nhiều hơn so với tiềm lực kinh tế của quốc gia đó cũng chưa thể cho rằng quốc gia đó mất an toàn tài chính. Ví dụ như Mỹ, trong báo cáo công bố ngày 2/9, Văn phòng Ngân sách Quốc hội (CBO) dự đoán đến hết năm tài khóa 2020, tổng số nợ chính phủ mà công chúng nắm giữ sẽ đạt 20.300 tỷ USD, tức 98% tổng sản phẩm quốc nội dự kiến 20.600 tỷ USD trong cùng năm. Cũng theo CBO, nợ công Mỹ sẽ vượt (100%) GDP Mỹ trong năm tới. Đồng thời, có thể lên tới 107% GDP trong năm tài khóa 2023. Còn

theo IMF, tổng nợ chính phủ của Mỹ đạt mốc 131,2% trong năm 2020 và tăng dần lên 136,9% năm 2025, tuy nhiên với tiềm lực tài chính như nước Mỹ thì khả năng vỡ nợ khó xảy ra. Đối với trường hợp Nhật Bản, lâu nay vẫn là nước dẫn đầu thế giới về khối nợ khổng lồ, Nhật Bản gia tăng thêm gần 2.000 tỷ USD nợ nữa trong tài khóa 2020 với những gói kích thích kỷ lục nhằm “chống sốc” cho nền kinh tế trước tác động của dịch COVID-19. Với khối nợ cao khoảng gấp 2,5 lần quy mô nền kinh tế, Nhật Bản vẫn có thể giữ lợi suất trái phiếu chính phủ ở mức siêu thấp và khiến giới đầu tư có niềm tin vững chắc rằng nước này có thể tránh được kịch bản vỡ nợ. Mặc dù quy mô và tỷ lệ nợ công/GDP luôn ở mức cao nhưng cũng phải thấy rằng, Nhật Bản vẫn là cường quốc kinh tế đứng thứ ba thế giới và là nước chủ nợ lớn nhất thế giới, vị trí đã được duy trì suốt 24 năm cho đến nay. Đối với Việt Nam, có thể thấy bức tranh nợ công của Việt Nam đã có sự thay đổi rõ rệt trong giai đoạn 2016 - 2020. Nợ công của Việt Nam giảm đáng kể từ 63,7% GDP cuối năm 2016 xuống còn 54,3% GDP năm 2020 [7]. Mặc dù tỷ lệ nợ/GDP của chúng ta chỉ ở mức thấp so với các nước nêu trên, tuy nhiên với tiềm lực của một nền kinh tế như Việt Nam nguy cơ mất an toàn tài chính quốc gia vẫn luôn hiện hữu. Đối với doanh nghiệp cũng vậy, nếu chỉ nhìn vào quy mô nợ vay của doanh nghiệp thì có những doanh nghiệp quy mô nợ vay rất lớn, song nếu không so sánh với tương quan tiềm lực tài chính, khả năng sinh lời, khả năng trả nợ mà lại cho rằng doanh nghiệp rơi vào tình trạng mất an toàn tài chính là chưa phù hợp.

## 2. Đề xuất một số kiến nghị

Trên cơ sở những căn cứ khoa học cũng như thực tế đã phân tích ở trên, xem xét mức độ an toàn tài chính của một doanh nghiệp thông qua chỉ tiêu hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu cần phải tính đến những yếu tố sau đây:

**Một là**, xác định hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu phải phù hợp với từng ngành nghề, từng loại hình doanh nghiệp. Về ngành nghề của doanh nghiệp, Nhà nước cần xem xét tính chất, đặc điểm của ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp để quy định cụ thể với từng nhóm ngành nghề, lĩnh vực hoạt động khác nhau. Chẳng hạn, hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp nặng có thể quy định ở mức cao hơn tỷ lệ 3/1 theo quy định hiện hành, vì đây là lĩnh vực có nhu cầu vốn đầu tư rất lớn so với quy mô vốn chủ sở hữu và có tài sản cố định hình thành từ đầu tư đảm bảo nên thông thường các doanh nghiệp sẽ sử dụng nợ nhiều hơn để có thể gia tăng sự ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính trong điều kiện vốn chủ sở hữu hạn chế. Việc quy định theo tỷ lệ hiện hành vừa cứng nhắc và vừa hạn chế khả năng huy động vốn vay của nhóm doanh nghiệp này.

**Hai là**, quy định mức độ đảm bảo an toàn tài chính phải căn cứ vào từng giai đoạn thực hiện của vòng đời dự án cũng như cần xem xét mức độ an toàn tài chính trong một khoảng thời gian nhất định. Do vòng đời dự án trải qua nhiều giai đoạn, đặc biệt trong giai đoạn đầu cần vốn cho đầu tư xây dựng cơ bản thì nên quy định hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu ở mức cao hơn (tức là lớn hơn 3/1), bởi khi ở trên mức đó mới thể hiện doanh nghiệp có nguy cơ không đảm bảo an toàn tài chính, bởi vì trong giai đoạn này doanh nghiệp sẽ có xu hướng sử dụng nợ vay cho đầu tư nhiều hơn so với các giai đoạn sau khi doanh nghiệp đã đi vào vận hành. Bên cạnh đó, việc đánh giá mức độ an toàn tài chính của doanh nghiệp chỉ trong vòng một năm là quá ngắn, nó chưa phản ánh được xu thế mất an toàn tài chính của một doanh nghiệp do hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu chỉ được đánh giá ở từng thời điểm nhất định. Cho nên cần quy định hệ số này cho cả giai đoạn (từ 3 đến 5 năm), để có thể thấy được xu hướng gia tăng của hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu, tức là gia tăng khả năng mất an toàn tài chính. Ví dụ, nếu hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu của một doanh nghiệp biến động theo hướng giảm dần, chẳng hạn từ 7, xuống 5, xuống 4, thì tuy là vẫn lớn hơn 3, song có thể đánh giá doanh nghiệp đảm bảo an toàn tài chính. Ngược lại, một doanh nghiệp có hệ số này tăng dần lên, chẳng hạn từ 1 lên 2, lên 3, thì tuy vẫn bằng 3 nhưng rõ ràng có dấu hiệu cảnh báo doanh nghiệp có nguy cơ lâm vào tình trạng mất an toàn tài chính.

**Ba là**, quy định hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu phải kết hợp giữa tỉ lệ và quy mô của vốn chủ sở hữu, theo đó hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu phải được quy định căn cứ theo quy mô vốn đầu tư. Ví dụ, nếu quy mô vốn đầu tư bằng hoặc nhỏ hơn 1.000 tỷ đồng thì vốn chủ sở hữu cần chiếm tối thiểu 30%, còn lại là vay nợ tối đa là 70% khi đó để đảm bảo an toàn tài chính thì hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu có thể là không được vượt quá 2,3/1 (tức là 70%/30%).

Khi quy mô vốn đầu tư từ trên 1.000 tỷ đồng đến 5.000 tỷ đồng thì tỷ lệ vốn chủ sở hữu tối thiểu chỉ cần 25%, còn vay nợ tối đa là 75%, khi đó hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu tối đa có thể bằng 3/1 (tức là 75%/25%). Quy mô vốn huy động từ trên 5.000 tỷ đồng đến 10.000 tỷ đồng thì doanh nghiệp chỉ cần vốn chủ sở hữu chiếm tối thiểu 20%, tối đa đến 80% số vốn còn lại là đi vay khi đó hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu tối đa sẽ là 4/1 (tức là 80%/20%). Còn nếu quy mô vốn huy động trên 10.000 tỷ đồng thì chỉ cần vốn chủ sở hữu chiếm tối thiểu 15% và tối đa đến 85% số vốn còn lại sử dụng nợ, do đó hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu phải sẽ là không quá 5,7/1 (85%/15%). Như vậy, quy mô vốn chủ sở hữu càng lớn thì khả năng trả nợ của doanh nghiệp càng lớn, do đó có thể quy định hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở

hữu ở mức cao hơn. Điều này cũng cho thấy khả năng đảm bảo tài chính tốt hơn so với trường hợp doanh nghiệp có quy mô vốn nhỏ. Tuy nhiên, để đảm bảo an toàn tài chính thì trong sử dụng nợ vay doanh nghiệp cần đa dạng hóa nguồn vay và đang đang hóa phương thức huy động, tránh huy động từ một nguồn và bằng một phương thức bởi vì đa dạng hóa nguồn vay và phương thức huy động vốn cũng là một trong những cách thức phân tán áp lực trả nợ, sự phụ thuộc vào chủ nợ và san sẻ rủi ro tài chính mà doanh nghiệp có thể gặp phải khi chỉ huy động từ một nguồn và bằng một phương thức.

**Bốn là**, quy định hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu phải xem xét đến mô hình tổ chức hoạt động của doanh nghiệp, nếu là doanh nghiệp hoạt động trong nhóm công ty (Tập đoàn kinh tế, Tổng công ty theo mô hình công ty mẹ - công ty con) thì hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu sẽ cao hơn so với doanh nghiệp hoạt động độc lập (không trong nhóm công ty).

Ngoài ra, đối với doanh nghiệp khai thác tài nguyên thiên nhiên, nhất là khai thác tài nguyên khoáng sản, việc quy định hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu phải xét tới quy mô trữ lượng và chất lượng tài nguyên khoáng sản, theo đó, nếu doanh nghiệp có quy mô trữ lượng lớn và chất lượng khoáng sản tốt thì có thể chấp nhận hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu cao hơn và ngược lại. Vì doanh nghiệp có quy mô trữ lượng lớn và chất lượng khoáng sản tốt sẽ có hiệu quả cao hơn, chắc chắn hơn, nhờ đó dễ huy động vốn hơn và đảm bảo mức độ an toàn tài chính cao hơn.

Như vậy, việc quy định hệ số nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu để đánh giá an toàn tài chính doanh nghiệp cần được nhìn nhận, xem xét ở nhiều góc độ khác nhau với các yếu tố khác nhau và phải có tính chất khách quan, phù hợp cả lý luận và thực tiễn hoạt động của các doanh nghiệp. Điều đó đòi hỏi cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước với các doanh nghiệp trong việc ban hành các văn bản quản lý tài chính trong bối cảnh hiện nay.

### Tài liệu tham khảo:

- Dự án Luật sửa đổi, bổ sung Luật thuế thu nhập doanh nghiệp.  
 Báo cáo tài chính của một số doanh nghiệp thuộc Vinacomin năm 2020.  
 Nghị định số 91/2015/NĐ-CP về đầu tư vốn nhà nước vào doanh nghiệp và quản lý, sử dụng vốn, tài sản nhà nước tại doanh nghiệp.  
 Nghị định 32/2018/NĐ-CP của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 91/2015/NĐ-CP ngày 13/10/2015 của Chính phủ về đầu tư vốn Nhà nước vào doanh nghiệp và quản lý, sử dụng vốn, tài sản tại doanh nghiệp  
<http://ncif.gov.vn/Pages/NewsDetail.aspx?newid=22431>  
<https://vietstock.vn/2020/06/vi-sao-nui-no-cua-nhat-ban-van-trong-nguon-an-toan-772-767640.htm>  
<http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/nhip-song-tai-chinh/2021-03-10/no-cong-cua-viet-nam-se-giam-hon-nua-trong-trung-han-100828.aspx>

# QUẢN TRỊ NHÂN SỰ TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

Trương Thị Hoàng Lan\*

*Bài viết này tác giả khái quát về nhân sự và quản trị nhân sự trong các ngân hàng thương mại, đánh giá thực tiễn tại Việt Nam trong thời gian qua thấy rằng quản trị nhân sự là một khía cạnh đáng quan tâm và đang được các ngân hàng thương mại (NHTM) thay đổi tích cực mỗi ngày. Con người vốn vẫn luôn là yếu tố then chốt quyết định sự thành bại của doanh nghiệp. Thay đổi thế nào để bắt kịp với những hệ quả của Cách mạng công nghiệp 4.0 là bài toán không chỉ dành riêng cho các ngân hàng, mà còn cả các cơ sở đào tạo, cơ quan quản lý và chính bản thân người lao động. Những tiến bộ về kỹ thuật công nghệ đã, đang và sẽ không ngừng được cải tiến và biến chuyển. Để phát triển những cách thức, chính sách quản trị nhân lực hay mô hình đào tạo mới trong thời kỳ cách mạng số, các đơn vị liên quan trước tiên cần nắm bắt được các thay đổi và xu hướng then chốt trong nhu cầu tuyển dụng nguồn nhân lực ngân hàng.*

• Từ khóa: quản trị nhân sự, quản trị nhân sự tại các NHTM.

*In this article, the author gives an overview of human resources and human resource management in commercial banks, assessing the reality in Vietnam in recent years, and finding that human resource management is an aspect that is of interest and concern, being actively changed by commercial banks every day. Human capital has always been the key factor determining the success or failure of a business. How to change to catch up with the consequences of the Industrial Revolution 4.0 is a problem not only for banks, but also for training institutions, management agencies and employees themselves. Technological advances have been and will be constantly improved and transformed. In order to develop new ways, human resource management policies or training models in the digital revolution, relevant units first need to grasp the key changes and trends in recruitment demand. banking human resources.*

• Keywords: human resource management, human resource management at commercial banks.

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phân biên: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phân biên: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## I. CƠ SỞ LÝ LUẬN

### 1. Quản trị nhân sự

Nguồn nhân lực chính là nguồn lực về con người, bao gồm tất cả các tiềm năng của con người trong tổ chức hay xã hội (kể cả những thành viên trong ban lãnh đạo doanh nghiệp) tức là tất cả các thành viên trong doanh nghiệp sử dụng kiến thức, khả năng, hành vi ứng xử và giá trị đạo đức để thành lập, duy trì và phát triển doanh nghiệp.

Quản trị nhân sự là công tác quản lý các lực lượng lao động của một tổ chức, công ty, xã hội, nguồn nhân

lực. Chịu trách nhiệm thu hút, tuyển dụng, đào tạo, đánh giá và thưởng người lao động, đồng thời giám sát lãnh đạo và văn hóa của tổ chức, bảo đảm phù hợp với luật lao động và việc làm.

### 2. Nội dung cơ bản của quản trị nhân sự

Quản trị nguồn nhân lực tại doanh nghiệp bao gồm các nội dung cơ bản là: Thiết kế và phân tích công việc; hoạch định nguồn nhân lực, tuyển dụng và bố trí nhân lực, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, đánh giá thực hiện công việc.

**Thiết kế và phân tích công việc:** Trong tổ chức, do chuyên môn hoá lao động mà các nghề được chia ra thành các công việc. Mỗi công việc lại được tạo thành từ nhiều nhiệm vụ cụ thể và được thực hiện bởi một hoặc một số người lao động tại một hoặc một số vị trí việc làm.

**Hoạch định nguồn nhân lực:** Hoạch định nguồn nhân lực là quá trình đánh giá, xác định nhu cầu về nguồn nhân lực để đáp ứng mục tiêu công việc của tổ chức và xây dựng các kế hoạch lao động để đáp ứng được các nhu cầu đó. Hoạch định nguồn nhân lực gồm ước tính xem cần bao nhiêu người có trình độ lành nghề thích ứng để thực hiện các nhiệm vụ đã đặt ra (cần nhân lực); ước tính có bao nhiêu người sẽ làm việc cho tổ chức (cung nhân lực); lựa chọn các giải pháp để cân đối cung và cầu nhân lực của tổ chức tại thời điểm thích ứng trong tương lai.

**Tuyển dụng và bố trí nhân lực:** Tuyển dụng nhân lực là tổng thể các chính sách, biện pháp nhằm thu hút và tuyển chọn những ứng cử viên phù hợp nhất với yêu cầu của công việc ở ngoài thị trường lao động vào làm việc cho tổ chức.

Tuyển dụng nhân lực chịu sự tác động và chi phối bởi hệ thống các nhân tố bên trong (nhu cầu về nhân lực của tổ chức, thành tựu về phân tích công việc, tình

\* Ngân hàng TMCP Tiên Phong

trạng tài chính của tổ chức, các chính sách và quy trình tuyển dụng nhân lực, văn hóa tổ chức,...) và bên ngoài tổ chức (uy tín của tổ chức trên thị trường, tình hình phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia, cung cầu trên thị trường lao động,...).

**Đào tạo và phát triển nhân lực:** Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực hay phát triển nguồn nhân lực theo nghĩa rộng là các hoạt động nhằm duy trì và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của tổ chức. Đó là tổng thể các hoạt động học tập có tổ chức được tiến hành trong những khoảng thời gian nhất định để tạo ra sự thay đổi hành vi nghề nghiệp của người lao động. Xét về nội dung, phát triển nguồn nhân lực bao gồm ba loại hoạt động là giáo dục, đào tạo và phát triển.

**Đánh giá thực hiện công việc:** Đánh giá thực hiện công việc là một nội dung quản lý nguồn nhân lực và được tiến hành trong bất kỳ một tổ chức nào dưới một hệ thống chính thức hay không chính thức. Có nhiều quan niệm và cách gọi khác nhau về công tác này như đánh giá công lao, đánh giá nhân viên, xem xét tình trạng thực hiện công việc.

### 3. Nhân tố ảnh hưởng đến quản trị nguồn nhân lực trong doanh nghiệp

#### **Các nhân tố bên trong doanh nghiệp**

**Văn hóa doanh nghiệp:** Văn hóa doanh nghiệp là yếu tố đặc trưng riêng có của mỗi doanh nghiệp và chi phối mọi hoạt động trong doanh nghiệp đặc biệt là hoạt động Quản trị nguồn nhân lực. Hoạt động Quản trị nguồn nhân lực nếu phù hợp với văn hóa doanh nghiệp sẽ thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp, phát huy được các thế mạnh vốn có của doanh nghiệp, kích thích được lòng tự hào, niềm yêu thích công việc trong người lao động. Nếu hoạt động Quản trị nguồn nhân lực trái với văn hóa doanh nghiệp thì sẽ phá vỡ các truyền thống vốn có trong doanh nghiệp, tác động tiêu cực đến tinh thần làm việc của người lao động.

**Đặc trưng của nguồn nhân lực trong doanh nghiệp:** Mỗi doanh nghiệp đều có đặc điểm về nguồn nhân lực khác nhau và nó biến động theo thời gian, nên việc điều tra và nắm bắt thông tin một cách thường xuyên về người lao động trong doanh nghiệp của mình là hết sức cần thiết đối với nhà Quản trị nguồn nhân lực

**Ban lãnh đạo của doanh nghiệp:** Lãnh đạo là yếu tố quyết định tới các chính sách nói chung của doanh nghiệp trong đó có chính sách về Quản trị nguồn nhân lực. Trước đây hoạt động Quản trị nguồn nhân lực trong nhiều doanh nghiệp chưa được đội ngũ lãnh đạo đánh giá đúng mức mà chỉ coi nó đơn giản là sự kết hợp hữu cơ của các hoạt động về tiền lương và nhân sự. Cho đến nay, đã có sự thay đổi lớn trong nhận thức của lãnh đạo trong doanh nghiệp, hoạt động Quản trị nguồn nhân lực đang cần phải được tách riêng trở thành một ngành riêng, tạo động lực cho các hoạt động khác trong doanh nghiệp.

**Tiềm lực tài chính:** Hoạt động Quản trị nguồn nhân lực cũng cần có được nguồn tài chính để đầu tư. Khả năng tài chính của doanh nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến các chính sách quản trị nguồn nhân lực đặc biệt là chính sách lương, thưởng, đãi ngộ cho cán bộ công nhân viên. Ngoài ra khả năng tài chính còn là điều kiện để đầu tư về cơ sở vật chất, trang thiết bị và đào tạo nâng cao trình độ nguồn nhân lực.

#### **Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp**

**Môi trường pháp luật và chính sách đối với người lao động** của nhà nước yếu tố quan trọng tác động đến hoạt động quản trị nguồn nhân lực trong doanh nghiệp.

**Văn hóa và thói quen của người lao động** trong một quốc gia cũng tác động tới hoạt động Quản trị nguồn nhân lực. Văn hóa và thói quen của người lao động luôn chứa đựng cả những yếu tố thuận lợi và yếu tố khó khăn, cản trở đối với hoạt động của doanh nghiệp.

**Hội nhập quốc tế** tác động trực tiếp đến hoạt động Quản trị NNL trong doanh nghiệp. Xu hướng toàn cầu hóa và hội nhập trên thế giới đang diễn ra mạnh mẽ trên khắp thế giới, các quốc gia đang từng bước mở cửa và hòa nhập vào xu hướng chung của thế giới. Mở cửa và hội nhập tạo cơ hội nâng cao chất lượng nhân lực cho lao động, đặc biệt là lao động kỹ thuật trình độ cao.

## II. THỰC TIỄN VÀ ĐỀ XUẤT

### 1. Những thành công

**Thứ nhất,** công tác tuyển dụng tại hầu hết NHTM Việt Nam được xây dựng và thực hiện một cách bài bản với hệ thống văn bản quy định rõ ràng, đầy đủ, chi tiết. Chính sách tuyển dụng có tính hệ thống, đồng bộ, logic, đảm bảo tính công bằng, công khai, kịp thời, công tác tuyển dụng bám sát quy định, chính sách tuyển dụng của NHTM.

Chính sách tuyển dụng của các NHTM Việt Nam ngày càng được hoàn thiện, hàng năm thu hút được nhiều cán bộ trẻ, có chất lượng, được đào tạo có hệ thống, bổ sung kịp thời nhu cầu lao động thiếu ở các vị trí nghiệp vụ chủ yếu, góp phần trẻ hóa và từng bước nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Hiện nay, công tác tuyển dụng nhân lực tại các NHTM Việt Nam hầu hết được thực hiện tập trung hóa tại Ban tổ chức cán bộ. Ban tổ chức cán bộ là đơn vị đầu mối xem xét, trình phê duyệt định biên lao động của từng đơn vị trên cơ sở kế hoạch kinh doanh, hoạt động hàng năm của hệ thống cũng như của từng đơn vị và tổ chức tuyển dụng tập trung thành các đợt trong năm.

Quy mô nguồn nhân lực của các NHTM Việt Nam được mở rộng: số lượng nhân lực liên tục tăng qua các năm đáp ứng được việc tăng quy mô hoạt động, mở

rộng mạng lưới kinh doanh.

Chất lượng nguồn nhân lực của NHTM Việt Nam ngày càng cao: năng lực, trình độ chuyên môn, trình độ công nghệ của cán bộ được nâng lên không chỉ ở năng lực thực tiễn, kỹ năng, kết cấu về trình độ, bằng cấp thay đổi mà quan trọng hơn, hầu hết đội ngũ cán bộ đã dần thoát khỏi tư duy bao cấp, định hình tư duy kinh doanh với nhận thức, hiểu biết cơ bản về ngân hàng hiện đại.

**Thứ hai**, chính sách quản lý sử dụng cán bộ của hầu hết NHTM Việt Nam được thực hiện công khai, rõ ràng, dễ hiểu đến người lao động trong toàn hệ thống.

Công tác quản lý, sử dụng cán bộ ở các NHTM đã bám sát quy định quản lý sử dụng cán bộ, bước đầu đã được tiêu chuẩn hóa, quy trình hóa đi vào nề nếp và khá đồng bộ từ việc sắp xếp, bố trí cán bộ có đủ năng lực, trình độ đảm nhận các vị trí quản lý điều hành, các khâu nghiệp vụ duy trì hoạt động kinh doanh ổn định, từng bước phát triển đến việc đánh giá cán bộ trên cơ sở lấy kết quả, hiệu quả công việc làm thước đo chủ yếu, quy hoạch để có đủ nguồn kế cận, bổ nhiệm, bổ nhiệm lại cán bộ khi hội đủ các điều kiện tạo ra đội ngũ cán bộ chủ chốt có chất lượng, có cơ chế sàng lọc, xử lý thanh loại những cán bộ yếu kém về năng lực, thoái hóa biến chất, vi phạm nội quy lao động góp phần nâng cao chất lượng cán bộ để sử dụng có hiệu quả.

Công tác luân chuyển cán bộ lãnh đạo và nhân viên được các NHTM cổ phần Việt Nam thực hiện thường xuyên, đòi hỏi khả năng thích ứng ở mỗi cán bộ.

**Thứ ba**, chính sách đào tạo và phát triển nguồn nhân lực ở hầu hết các NHTM được quy trình hóa đầy đủ, chi tiết để áp dụng đồng bộ trong toàn hệ thống, nêu đầy đủ các hình thức đào tạo, đối tượng được tham gia đào tạo.

Công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực ở các NHTM đã được đẩy mạnh: Công tác đào tạo phát triển được quan tâm thường xuyên; phát huy nội lực tự đào tạo là chính với hình thức, nội dung, đối tượng đào tạo khá phong phú, đồng bộ, đáp ứng nhu cầu nâng cao, bổ sung cập nhật kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng nghề nghiệp, năng lực quản lý điều hành, kiến thức ngoại ngữ, kiến thức công nghệ thông tin hiện đại, đáp ứng yêu cầu hoạt động kinh doanh, triển khai dự án hiện đại hóa ngân hàng cũng như chuẩn bị đội ngũ nguồn nhân lực có đủ các tố chất cần thiết đi vào hội nhập.

Các NHTM đã chuẩn hóa quy trình nội bộ từ công tác triển khai đào tạo, phát triển bài giảng, tổ chức hậu cần và hoạt động tài vụ. Chuẩn hóa mẫu biểu: Toolkit cho cán bộ quản lý lớp, mẫu biểu và chuẩn định mức cho cán bộ hỗ trợ hậu cần, hồ sơ, thủ tục thanh quyết toán, các mẫu biểu, hợp đồng, báo cáo luôn được hoàn thiện.

**Thứ tư**, các NHTM đã thực hiện áp dụng cơ chế lương mới, gắn tiền lương với hiệu quả và kết quả công việc của đơn vị và người lao động, cơ chế tiền lương khuyến khích đơn vị đạt lợi nhuận cao, khuyến khích các đơn vị có hoạt động. Ngân hàng luôn nằm trong số các doanh nghiệp trong nước có mức thu nhập bình quân nhân viên cao nhất; ngân hàng luôn tạo điều kiện thuận lợi để cán bộ được học tập, thử thách và phát triển, có cơ hội thăng tiến tốt đối với những cán bộ thực sự có năng lực và chí hướng.

Nhiều NHTM đã áp dụng chính sách ghi nhận, khen thưởng kịp thời, phù hợp với hình thức đãi ngộ khác, môi trường làm việc, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, các phúc lợi... được bảo đảm theo quy định của Nhà nước và khả năng của ngân hàng.

## 2. Hạn chế và nguyên nhân

**Một là**, một số NHTM Việt Nam chưa xây dựng được một chiến lược, chương trình quản trị nguồn nhân lực tổng thể, bài bản, nhất quán. Công tác lập kế hoạch tuyển dụng ở một số NHTM Việt Nam chưa đáp ứng được nhu cầu nhân sự dài hạn của đơn vị, tổ chức.

**Hai là**, một số NHTM Việt Nam chưa xây dựng được chiến lược về quản trị nguồn nhân lực, công tác quản trị nguồn nhân lực còn có khoảng cách so với thông lệ tốt nhất. Việc quy hoạch cũng chưa đưa ra được kế hoạch tổng thể hay ma trận về các vị trí cần xây dựng đội ngũ kế cận, chưa xác định được quy mô, số lượng các đối tượng cần quy hoạch phù hợp tại từng vị trí, đơn vị và hệ thống nhằm đảm bảo hiệu quả, mục tiêu tổng thể của công tác quy hoạch.

**Ba là**, chính sách đào tạo ở nhiều NHTM Việt Nam chưa thể hiện được mối liên hệ giữa các hoạt động đào tạo và hoạt động phát triển nguồn nhân lực, văn bản chế độ thiêu tính hệ thống, tính gắn kết, việc các hoạt động đào tạo chưa được gắn kết với nhau thành một chuỗi các hoạt động có kế hoạch nhằm đào tạo và phát triển một cá nhân theo một lộ trình cụ thể.

**Bốn là**, ở một số NHTM đặc biệt là các NHTM Nhà nước, tiền lương mới đã được xây dựng dựa trên vị trí công việc, hiệu quả công việc, nhưng vẫn còn chịu ảnh hưởng của yếu tố thâm niên, tính bình quân, nên cần tiếp tục rà soát, điều chỉnh.

## 3. Giải pháp quản trị nhân sự tại NHTM hiện nay

**Thứ nhất**, về chiến lược phát triển nguồn nhân lực

Cần theo sát chiến lược kinh doanh, quản trị nguồn nhân lực theo thông lệ tốt nhất, quản trị nhân sự theo chiến lược, kế hoạch, đảm bảo chủ động xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng mục tiêu phát triển dài hạn và bền vững. Cần phải thay đổi tư duy quản trị nguồn nhân lực từ “nhân sự hành chính” sang

nhân sự đối tác, hỗ trợ tối đa nguồn nhân lực, thúc đẩy hoạt động kinh doanh.

Nhất quán về khung chính sách, quản trị tốt rủi ro nhân sự, tăng cường tính chuyên môn hóa trong công tác nhân sự, tối ưu hóa giá trị hiệu quả của quản trị nguồn nhân lực, tức là phải nâng cao năng lực cán bộ, phát triển nhân tài, nâng cao năng lực quản lý, sắp xếp, kiện toàn lại lao động, phát triển văn hóa doanh nghiệp, xây dựng văn hóa hướng tới khách hàng và hướng tới người lao động, xây dựng môi trường làm việc đáng mơ ước, ưu tiên mọi nguồn lực cho công tác đào tạo, phát triển nhân tài.

#### **Thứ hai,** về tuyển dụng cán bộ

Trong thời gian qua, hoạt động tuyển dụng tại ngân hàng đã có sự thay đổi đáng kể, số lượng và chất lượng có tăng, tuy nhiên đứng trước yêu cầu của hiện tại, áp lực cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng về tuyển dụng nguồn nhân lực có chất lượng đòi hỏi công tác tuyển dụng cần phải có sự thay đổi từ chính sách đến cách thức triển khai. Cần phải xây dựng được tiêu chí lựa chọn cán bộ tài năng, các tiêu chí cần phải gắn với khung năng lực, phù hợp với kiến thức, kỹ năng cần phải có ở từng vị trí công việc, cấp độ công việc để khi tuyển dụng được thì cán bộ đó phải làm được việc ngay. Cần có các cam kết ràng buộc để khi cán bộ được tuyển dụng sẽ gắn bó làm việc lâu dài tại ngân hàng, cách thức triển khai tuyển dụng cần đa dạng hơn.

#### **Thứ ba,** về công tác bố trí sắp xếp nhân sự

Cơ cấu lao động cần được phân bổ hợp lý tại các đơn vị (tỷ lệ lãnh đạo phù hợp tỷ lệ nhân viên), chất lượng nhân sự cần đồng đều giữa các bộ phận (cán bộ tin dụng, giao dịch viên, kỹ năng giao tiếp khách hàng).

Cần chủ động, quyết liệt trong việc thực hiện tinh giản lao động, nâng cao tỷ lệ nghỉ việc theo chính sách sắp xếp lại lao động, cần thực hiện tốt công tác truyền thông về chính sách sắp xếp lại lao động.

Cần chủ động nhận diện cán bộ nguồn, quan tâm đến cán bộ tiềm năng để đào tạo bồi dưỡng tạo thành nguồn bổ nhiệm khi cần thiết cả về số lượng và chất lượng.

Cần đẩy mạnh công tác chuyển đổi công việc nhằm mục đích đào tạo cán bộ, hạn chế được rủi ro kinh doanh/rủi ro đạo đức để từ đó tìm ra được cán bộ tiềm năng.

#### **Thứ tư,** về đào tạo cán bộ

Sự thay đổi và phát triển của hoạt động quản trị nguồn nhân lực và đào tạo của các ngân hàng theo xu thế chuyển dịch phương thức đào tạo và quản trị nhân tài, mức độ ưu tiên cho mục tiêu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực chưa cao so với các mục tiêu kinh doanh, áp lực công việc ngày càng cao đòi hỏi công

tác đào tạo phải có sự thay đổi, cải tiến để đảm bảo đáp ứng được yêu cầu của cả tổ chức và cá nhân.

Sự tăng trưởng về quy mô nhân sự và phát triển hoạt động kinh doanh tạo nhu cầu đào tạo rất lớn, vì vậy, chính sách đào tạo cần gắn kết với hoạt động quản trị nguồn nhân lực, kết quả của đào tạo phải được đưa vào công tác quản trị nguồn nhân lực là cơ sở để xem xét khi luân chuyển, đề bạt cán bộ. Chất lượng cán bộ chính là yếu tố then chốt để nâng cao hiệu quả của ngân hàng, vì vậy, các đơn vị cần chủ động truyền thông công tác đào tạo, tổ chức các lớp tại đơn vị và sau khi học cán bộ cần thực hành áp dụng kiến thức học được vào công việc để nâng cao hiệu quả hoạt động.

Cần xây dựng lộ trình đào tạo rõ ràng và cam kết thực hiện theo lộ trình đó, đặc biệt là các chương trình đào tạo cho cán bộ lãnh đạo, cán bộ quy hoạch, tiền bổ nhiệm.

#### **Thứ năm,** về đãi ngộ cán bộ

Hiện nay, mức lương của NHTM chi trả tương đối tốt so với các ngành nghề khác, tuy nhiên để thực sự gắn kết được người lao động, thu hút và giữ chân người tài thì NHTM cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế chi trả lương, cần phải phát huy được cơ chế tạo động lực, đãi ngộ đối với cán bộ về công tác tiền lương. Cần áp dụng tiền lương theo thông lệ thị trường: lương cứng, lương mềm, lương SI, phải làm rõ hơn việc phân biệt tiền lương giữa các vị trí, trong cùng vị trí theo năng suất lao động, kết quả thực hiện công việc, nghiên cứu điều chỉnh thang lương đảm bảo cạnh tranh với thị trường. Nghiên cứu chính sách nâng lương nhằm đảm bảo quyền lợi đối với người lao động.

### **III. KẾT LUẬN**

Quản trị nguồn nhân lực có ý nghĩa quyết định đến sự thành công hay thất bại của bất cứ tổ chức nào. Ngày nay thời kỳ chuyển đổi sang ngân hàng số, Quản trị nguồn nhân lực là chiến lược giúp đạt được các mục tiêu của tổ chức. Quản trị nguồn nhân lực chịu sự tác động của các nhân tố thuộc môi trường như luật pháp, văn hóa, kinh tế - xã hội, sự phát triển của khoa học và công nghệ, toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế,... Quản trị nguồn nhân lực còn chịu sự tác động của các nhân tố thuộc về bản thân người lao động như tính cách, đạo đức, năng lực công việc, thái độ,... và các nhân tố thuộc về nội bộ doanh nghiệp như văn hóa doanh nghiệp, nguồn nhân lực của doanh nghiệp, tác phong lãnh đạo, trình độ áp dụng khoa học kỹ thuật.

#### **Tài liệu tham khảo:**

*Đặng Hoàng Linh, Nguyễn Đức Tuấn (2019), Nguồn nhân lực trong hoạt động ngân hàng và một số khuyến nghị. Tạp chí ngân hàng, tháng 09/2019.*

*Mai Văn Lương (2019), Quản trị nguồn nhân lực tại NHTM cổ phần Đầu tư và phát triển Việt Nam. Luận án tiến sĩ kinh tế, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, năm 2019.*

# TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐỐI VỚI MÔI TRƯỜNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY

TS. Nguyễn Văn Sanh\* - TS. Đào Thị Hương\*\*

Ngày nay, doanh nghiệp không chỉ đại diện cho chính mình mà còn đại diện cho quốc gia. Với vai trò trụ cột cho nền kinh tế, hơn bao giờ hết, doanh nghiệp cần phải chứng minh vị thế của mình như một thiết chế kinh tế, một chủ thể quan trọng trong việc tạo ra của cải vật chất cho xã hội, sự tăng trưởng của quốc gia. Tuy nhiên, những hành vi kinh doanh thiếu trách nhiệm của doanh nghiệp lại đang gây ra nhiều hậu quả nghiêm trọng, ảnh hưởng đến đời sống xã hội, môi trường sống. Bài viết nghiên cứu về trách nhiệm xã hội (TNXH) dưới góc độ là một thực thể xã hội và chỉ ra rằng việc thực hiện TNXH đối với môi trường của các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều yếu kém, từ đó đưa ra những định hướng giải pháp để tăng cường thực hiện TNXH trong việc bảo vệ môi trường trong thời gian tới.

• Từ khóa: doanh nghiệp, môi trường, trách nhiệm xã hội, Việt Nam.

*Nowadays, not only do the enterprises represent themselves, but also the nation. With the role of a pillar for the economy, more than ever, the enterprises need to prove their position as an economic institution and a fundamental factor in creating material wealth for the society country growth. However, the irresponsible business behavior of enterprises is causing many severe consequences, affecting the social life and the living environment. The article studies social responsibility from the perspective of a social entity. It points out that the implementation of social responsibility for the environment of Vietnamese enterprises is still weak, thereby making the following decisions: solutions to strengthen the implementation of social responsibility in environmental protection in the coming time.*

• Keywords: enterprise, environment, social responsibility, Vietnam.

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phản biện: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Khái quát về trách nhiệm xã hội và trách nhiệm xã hội trong việc bảo vệ môi trường

Khái niệm Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được hình thành trên thế giới từ giữa những năm 50 của thế kỷ XX. Qua nhiều năm

phát triển, đến nay, có khá nhiều định nghĩa về TNXH, các nghiên cứu về TNXH làm cho quan niệm về nó được mở rộng phù hợp với điều kiện thực tiễn. Trên cơ sở phân tích, kế thừa những quan điểm về TNXH của các nhà nghiên cứu, có thể hiểu rằng:

TNXH là phạm trù phản ánh nhận thức và hành động vì mục tiêu lợi ích, giá trị xã hội của một chủ thể doanh nghiệp theo bốn phạm là một thành viên xã hội.

Từ cách tiếp cận này có thể thấy TNXH của doanh nghiệp là một hiện tượng xã hội, tồn tại tất yếu khách quan trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp và là một thuộc tính vốn có của doanh nghiệp. Với vị thế là một thực thể xã hội, TNXH của doanh nghiệp có nghĩa vụ thực hiện trách nhiệm với môi trường. Doanh nghiệp tồn tại như một thực thể nhất định trong xã hội. Để tồn tại, thực thể ấy không thể không có những tác động vào môi trường tự nhiên. Trong mối quan hệ này, doanh nghiệp có tác động theo những chiều hướng khác nhau đến môi trường tự nhiên.

TNXH về môi trường được thể hiện qua những biểu hiện cụ thể như: Tuân thủ pháp luật, yêu cầu, tiêu chuẩn môi trường; dự báo tác hại với môi trường có thể có, xây dựng phương án, kế hoạch và lập báo cáo định kì với cơ quan quản lý nhà nước và trên phương tiện thông tin địa chúng; cam kết không khai thác bừa bãi nguồn tài

\* Học viện Tài chính \*\* Đại học Thủy Lợi



nguyên thiên nhiên, gây mất cân bằng sinh thái, ô nhiễm môi trường, sử dụng công nghệ, trang thiết bị, nguyên vật liệu sản xuất đúng quy định của pháp luật và theo hướng thân thiện với môi trường; có quy trình xử lý nước thải, chất thải đúng quy định, không xả chất thải rắn, chất thải độc hại hủy hoại môi trường, tham gia hoạt động bảo vệ môi trường sinh thái bằng các hoạt động tài đầu tư các dự án về bảo vệ môi trường...

## **2. Một số kết quả trong thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam với tư cách là một thực thể xã hội - trách nhiệm với môi trường**

Nhiều thập kỷ trước đây, bảo vệ môi trường được coi là trách nhiệm của nhà nước nhằm khẳng định vai trò trong điều kiện kinh tế thị trường. Nhà nước là chủ thể chính, thông qua các công cụ, biện pháp như hệ thống pháp luật, đề ra các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường, hình thành bộ máy hành chính để kiểm tra, giám sát quá trình bảo vệ môi trường trên thực tế, đồng thời cũng đề ra các biện pháp xử lý, khắc phục, giảm thiểu các tác động tiêu cực do doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân trong xã hội gây ra cho môi trường. Nguồn tài chính chủ yếu để nhà nước giải quyết các vấn đề về môi trường là từ ngân sách, doanh nghiệp không phải trả “chi phí” cho những tác động tiêu cực mà họ gây ra cho môi trường sinh thái. Với chức năng kiểm tra - giám sát, Nhà nước sử dụng luật pháp để bắt buộc các chủ thể gây ô nhiễm môi trường như doanh nghiệp, cá nhân, tổ chức trong xã hội phải có trách nhiệm với hậu quả của hành vi gây ô nhiễm. Tuy nhiên, biện pháp mang tính kỹ thuật này được gọi là biện pháp xử lý ô nhiễm “cuối đường ống”, chỉ mang tính khắc phục. Doanh nghiệp thường không quan tâm đầu tư cho bảo vệ môi trường hoặc có biết nhưng cố tình né tránh vì số tiền bỏ ra sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận của mình. Cách tiếp cận này chỉ ra rằng, các chủ thể phải “chủ động phòng ngừa ô nhiễm” chứ không phải là biện pháp “xử lý ô nhiễm”; bên cạnh những công cụ chính sách mang tính mệnh lệnh hành chính nhằm kiểm soát mức độ ô nhiễm, cần sử dụng công cụ kinh tế mang tính chất thay đổi nhận thức và hành vi của các chủ thể.

Trong những năm gần đây, Việt Nam đang đối diện với thách thức lớn về biến đổi khí hậu và tình

trạng ô nhiễm môi trường, đe dọa an sinh xã hội và sức khỏe con người cũng như sự phát triển bền vững của hệ sinh thái. Thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế đi đôi với bảo vệ môi trường, trên cơ sở các cam kết bảo vệ môi trường đã ký với quốc tế như mục tiêu thiên niên kỷ, Đảng và Nhà nước ta đã thống nhất từ quan điểm, định hướng phát triển đến việc ban hành những đạo luật và các văn bản chính sách liên quan đến môi trường. Có thể kể đến một số như: Quy định Điều 43 trong Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam sửa đổi năm 2013, Chương trình quốc gia về phát triển bền vững (Agenda 21, 2003). Luật Bảo vệ môi trường năm 2020 được coi là văn bản pháp lý cao nhất buộc các doanh nghiệp phải hạn chế tối đa tác động tiêu cực tới môi trường sinh thái. Để thực thi hệ thống pháp luật này, hệ thống các cơ quan quản lý Nhà nước về bảo vệ môi trường đã được thành lập. Bộ Tài nguyên và Môi trường là cơ quan chủ quản chịu trách nhiệm về các vấn đề môi trường. Ở cấp độ địa phương, Sở Tài nguyên và Môi trường của các tỉnh, trong đó có phòng môi trường, thanh tra môi trường với chức năng kiểm tra, giám sát việc thực thi luật pháp, chính sách về môi trường trên địa bàn từng địa phương.

Từ năm 2005 đến nay, Việt Nam đã có Báo cáo môi trường quốc gia, mỗi năm nghiên cứu một chủ đề. Ví dụ: Báo cáo hiện trạng môi trường quốc gia năm 2019 - Quản lý chất thải rắn sinh hoạt; Báo cáo Môi trường Quốc gia 2018 - Môi trường nước các lưu vực sông;...

Một số giải thưởng, hoạt động liên quan đến TNXH nhằm tôn vinh những doanh nghiệp thực hiện tốt TNXH, trong đó nổi trội là trách nhiệm môi trường phải kể đến như: Hội đồng trách nhiệm xã hội Việt Nam (VRCC); Giải thưởng TNXH “Trách nhiệm xã hội hướng tới sự phát triển”...

Tháng 10/2014, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Tổng cục Thống kê, Trường Đại học Copenhagen đưa ra báo cáo “Năng lực cạnh tranh và công nghệ cấp độ doanh nghiệp tại Việt Nam năm 2013” nhằm tìm hiểu mức độ thay đổi hành vi TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam và mức độ lồng ghép TNXH vào chiến lược kinh doanh. Thông tin về các yếu tố đó được sử dụng để thiết lập bộ chỉ số TNXH nhằm kiểm tra

mức độ thực hiện hoạt động TNXH của doanh nghiệp. Chương trình quan hệ đối tác của mạng lưới hiệp ước toàn cầu Việt Nam đã tài trợ xây dựng cuốn “Sổ tay TNXH” nhằm hướng dẫn, hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam hoạt động có trách nhiệm hơn với môi trường và xã hội.

Có thể thấy, việc thực hiện TNXH của các doanh nghiệp Việt Nam mặc dù đã được quan tâm hơn nhưng vẫn còn mang tính đơn lẻ, manh mún, tự phát; chưa nâng tầm thành hoạt động có tính chiến lược, chưa xuất phát từ chính nhu cầu tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Cho tới nay, Việt Nam chưa có công bố chính thức về mức đầu tư chung của doanh nghiệp cho bảo vệ môi trường; chỉ có vài nghiên cứu đơn lẻ đề cập đến vấn đề đầu tư của một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, nhưng chỉ ở phạm vi hẹp và mang tính đại diện. Việt Nam cũng đã có quy định về trách nhiệm môi trường trong văn bản pháp luật, tuy nhiên chưa có số liệu nào thống kê tình hình thực hiện của các doanh nghiệp. Dù Luật bảo vệ môi trường 2014 quy định công khai báo cáo tác động môi trường, nhưng lại không quy định đơn vị và thời điểm công khai nên gần như không có chuyện công khai; từ đó, rất khó để có thể tiếp cận báo cáo tác động môi trường.

#### Nguyên nhân của hạn chế

**Thứ nhất**, doanh nghiệp Việt Nam đa số là doanh nghiệp vừa và nhỏ, nguồn lực thiếu thốn, quy mô sản xuất còn hạn chế. Họ nhận thức TNXH của doanh nghiệp như một khoản chi phí, làm giảm lợi ích kinh tế. Nếu doanh nghiệp thực hiện TNXH tốt sẽ làm cho tổng chi phí tăng thêm, trong khi lợi ích đạt được ở tương lai nên dễ khiến doanh nghiệp chối bỏ. Họ chưa ý thức được việc phải thống nhất giữa lợi ích doanh nghiệp với lợi ích của xã hội.

Với tư cách là một thiết chế kinh tế, một thực thể xã hội, doanh nghiệp hoạt động luôn luôn và trước hết vì quyền lợi kinh tế. Các hoạt động mang tính TNXH được tính toán trên cơ sở tiềm lực kinh tế của doanh nghiệp sao cho doanh nghiệp thực hiện TNXH là hoàn toàn tự nguyện, vì sự phát triển của chính doanh nghiệp. Tuy nhiên, TNXH của doanh nghiệp là một hiện tượng xã hội, hình thành phát triển cùng với sự hình thành và phát triển của doanh nghiệp chứ

không phải yếu tố đứng ngoài, tách rời sự vận động của doanh nghiệp để rồi doanh nghiệp cam kết có thực hiện hay không là tùy thuộc ý thích chủ quan. Vì vậy, chính doanh nghiệp là chủ thể quyết định sự thành công hay thất bại của việc thực hiện TNXH; chừng nào chủ thể này chưa nhận thức được việc thực hiện TNXH là cần thiết và đem lại giá trị cho doanh nghiệp thì chừng đó, việc thực thi chỉ mang tính hình thức, đối phó.

**Thứ hai**, mâu thuẫn giữa nhân tố chủ quan và khách quan. Năng lực tự ý thức về TNXH của chủ thể doanh nghiệp ở Việt Nam còn hạn chế hoặc nhận thức được nhưng cố tình không thực hiện. Đội ngũ doanh nhân nước ta còn chưa được đào tạo bài bản về quản trị doanh nghiệp, phần lớn họ trưởng thành từ thực tiễn nên nhận thức về việc thực hiện TNXH của doanh nghiệp còn yếu.

### 3. Một số định hướng nâng cao TNXH đối với môi trường của doanh nghiệp Việt Nam thời gian tới

**Một là**, nâng cao nhận thức và hành động của chủ thể doanh nghiệp về TNXH:

Về nhận thức: DN cần hiểu TNXH là trách nhiệm tự thân, xuất phát từ nhu cầu tồn tại, phát triển của doanh nghiệp và xã hội chứ không phải chỉ do sức ép từ phía đối tác, người tiêu dùng, khách hàng hay từ dư luận xã hội. TNXH không phải là gánh nặng phải làm mà là cơ hội cho doanh nghiệp thay đổi và phát triển.

Về hành động: Hành động có tính TNXH của DN phải mang tính chất phòng ngừa hậu quả mà doanh nghiệp có thể đem lại cho xã hội chứ không phải là hoạt động khắc phục hậu quả doanh nghiệp gây ra.

**Hai là**, tăng cường hoàn thiện khung pháp lý, vai trò điều tiết, vai trò giám sát của nhà nước đối với việc thực hiện TNXH của doanh nghiệp.

Nhà nước nắm trong tay công cụ pháp luật và chính sách có thể điều tiết hành vi của mọi chủ thể, tổ chức trong xã hội nên dễ dàng buộc doanh nghiệp phải thực hiện TNXH. Doanh nghiệp thực hiện TNXH trong mối liên hệ không tách rời yếu tố nhà nước. Nhà nước và doanh nghiệp đều là chủ thể trong xã hội với vị trí, chức năng khác nhau và mang lại lợi ích cho xã hội ở mức độ khác nhau.

**Ba là**, các doanh nghiệp cần phân chia TNXH thành các cấp độ để thực hiện hiệu quả. Việc phân chia này sẽ giúp doanh nghiệp tìm ra những giải pháp cụ thể để thực hiện TNXH trên cơ sở sử dụng phù hợp các nguồn lực. Các cấp độ thực hiện TNXH gồm: Cấp độ 1: Nhận thức đúng đắn và tuyên truyền TNXH; Cấp độ 2: Áp dụng hoạt động TNXH mà không phát sinh chi phí; Cấp độ 3: Nhận thức và thực hiện các hoạt động TNXH làm giảm chi phí, gánh nặng cho xã hội do chính doanh nghiệp gây ra; Cấp độ 4: Sẵn sàng đầu tư và thúc đẩy các chương trình TNXH mang lại giá trị xã hội hoặc giảm chi phí cho xã hội mà không do chính doanh nghiệp tạo ra; Cấp độ 5: Tích hợp chặt chẽ các nguyên tắc TNXH trong tất cả quy trình hoạt động của doanh nghiệp.

**Bốn là**, hình thành và duy trì các kênh đối thoại.

Đây là kênh đối thoại giữa doanh nghiệp và người lao động, doanh nghiệp và các hiệp hội, tổ chức dân sự, doanh nghiệp và nhà nước để nắm bắt tình hình vi phạm TNXH của các doanh nghiệp.

Tóm lại, đối với sự phát triển của thế giới, của mỗi quốc gia và của nền kinh tế, TNXH của doanh nghiệp đối với môi trường được coi là một trong những giải pháp mang tính chiến lược và hiệu quả nhằm giảm thiểu những rủi ro và mặt trái của sự phát triển kinh tế cũng như sự mất cân bằng giữa phát triển kinh tế và phát triển con người, xã hội; giữa lợi ích kinh tế và lợi ích xã hội. Để thực hiện được tốt TNXH đối với môi trường, trước hết phải là từ nhận thức một cách có ý thức của chính chủ thể doanh nghiệp cũng như sự tác động từ nhà nước, cộng đồng xã hội làm cho doanh nghiệp vận động không chệch hướng, từ đó thực hiện TNXH có hiệu quả hơn.

#### Tài liệu tham khảo:

Đinh Thị Cúc (2015), "Trách nhiệm của doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay", Luận án tiến sĩ triết học, Học viện Khoa học Xã hội, Viện Hàn lâm khoa học xã hội.

Nguyễn Thị Kim Chi (2013), "Nâng cao vai trò của Nhà nước đối với việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay", Tạp chí Giáo dục lý luận (202).

Bùi Nhất Giang, Trách nhiệm xã hội với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/trach-nhiem-xa-hoi-voi-su-phat-trien-ben-vung-cua-doanh-nghiep-73233.htm>

Lê Thị Trà My, Nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ở Việt Nam nhằm mục tiêu phát triển bền vững truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nang-cao-trach-nhiem-xa-hoi-cua-doanh-nghiep-o-viet-nam-nham-muc-tieu-phat-trien-ben-vung-72855.htm>

Lê Phước Hương và Lưu Tiến Thuận, (2017), "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - Tổng kết một số chủ đề và đề xuất hướng nghiên cứu". Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ.

Hwy-Chang Moon, Jimmyn Parc, So Hyun Yim and Nari Park (2011), *An Extension of Porter and Kramer's Creating Shared Value (CSV): Reorienting Strategies and Seeking International Cooperation*. *Journal of International and Area Studies*, 18(2).

Ivan Montiel (2008), *Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability: Separate Pasts, Common Futures*. *Organization & Environment*, 21(3).

Polonsky, Michael and Jevons, Colin (2005), *Building a corporate socially responsible brand: An investigation of issue complexity*, *Proceedings of the Australia and New Zealand Marketing Association Conference*, 2005.

UN-DESA (2015), *Report of the capacity building workshop and expert group meeting on integrated approaches to sustainable development planning and implementation*.

Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam (2013), *Phát triển doanh nghiệp và chất lượng tăng trưởng*, Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam 2013, Hà Nội.

Quốc hội, Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ngày 28 tháng 11 năm 2013.

Quốc hội, Luật số 72/2020/QH14, Luật Bảo vệ môi trường.

Skye Schooley, Staff (2019). *What Is Corporate Social Responsibility?*. Retrieved May 01, 2020, from: <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>

Nguyễn Thị Yến, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo quy định tại Luật Doanh nghiệp Việt Nam truy cập tại <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/trach-nhiem-xa-hoi-cua-doanh-nghiep-theo-quy-dinh-tai-luat-doanh-nghiep-viet-nam-78506.htm>

Website: <http://vbcsd.vn/about.asp>

# MỐI QUAN HỆ GIỮA TĂNG TRƯỞNG XANH VÀ TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG - MỘT SỐ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ

TS. Nguyễn Thị Thúy Nga\*

*Bài báo bàn luận về mối quan hệ giữa tăng trưởng xanh hướng tới phát triển bền vững. Tăng trưởng xanh được coi là một công cụ thiết thực để đạt được mục tiêu vượt thời gian, đó là phát triển bền vững. Từ các tổng hợp lý luận, cùng một số kinh nghiệm quốc tế về tăng trưởng xanh, tác giả đưa ra kết luận rằng tăng trưởng xanh là nội dung quan trọng hướng tới phát triển bền vững và là quá trình phát triển có sự kết hợp hài hòa giữa phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ môi trường.*

• Từ khóa: tăng trưởng xanh, phát triển bền vững.

*The paper discusses the relationship among green growth towards sustainable development. Green growth is seen as a practical tool to achieve the timeless goal of sustainable development. From the theoretical synthesis, with some international experience on green growth the author concludes that green growth is an important content towards sustainable development and is a development process with a harmonious combination between economic development and environmental protection.*

• Keywords: green growth, sustainable development.

Ngày nhận bài: 25/7/2021

Ngày gửi phản biện: 30/7/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/8/2021

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2021

## 1. Giới thiệu

Trên phạm vi toàn cầu, một số cuộc khủng hoảng kinh tế và tài chính gần đây đã nhắc nhở con người nên giảm tác động đến môi trường. Tuy nhiên, dự kiến rằng việc quay trở lại con đường tăng trưởng năng động sẽ dẫn đến việc tăng cường gánh nặng môi trường vượt quá mức được ghi nhận trước khi xảy ra khủng hoảng. Để giải quyết những lo ngại này, một chiến lược hành động mới đã được xác định tại cuộc họp của Hội đồng Bộ trưởng OECD - cái gọi là Chiến lược Tăng trưởng Xanh (xem OECD, 2011).

Theo định nghĩa do OECD xây dựng (OECD, 2011), “tăng trưởng xanh” có nghĩa là thực hiện các biện pháp có lợi cho tăng trưởng và phát triển kinh tế, đồng thời đảm bảo rằng tài sản tự nhiên tiếp tục cung cấp các tài nguyên và dịch vụ môi trường góp phần vào sự thịnh vượng của đất nước. Tăng trưởng xanh tập trung vào việc đẩy nhanh các khoản đầu tư và đổi mới sẽ tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững và cung cấp các cơ hội kinh tế mới. Reilly (2012) cho rằng việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế xanh thể hiện ý định hướng nền kinh tế tới các công nghệ và mô hình tiêu dùng tạo ra việc làm và tăng trưởng kinh tế cũng như giảm tác động đến môi trường.

Chiến lược tăng trưởng xanh tập trung vào các cách thức hiệu quả về chi phí để giảm áp lực lên môi trường cho phép chuyển đổi sang các mô hình phát triển mới, do đó sẽ tránh vượt qua các ngưỡng môi trường quan trọng của địa phương, khu vực và toàn cầu. Theo các giả định, các chiến lược tăng trưởng xanh được phát triển ở cấp quốc gia cần khuyến khích hành vi thân thiện với môi trường của các doanh nghiệp và người tiêu dùng, cải thiện việc phân bổ lại lao động, vốn và công nghệ tối ưu theo hướng hoạt động xanh hơn và tạo động lực cho sự phát triển của các đổi mới sinh thái (Kijek, Kasztelan, 2013).

Bài viết này sắp xếp các vấn đề và xác định các thuật ngữ liên quan đến tăng trưởng xanh như đã được trình bày trong Armand Kasztelan (2017). Mục tiêu cơ bản của bài báo là trả lời câu hỏi về mối quan hệ giữa các khái niệm tăng trưởng xanh

\* Học viện Tài chính

và phát triển bền vững. Điểm khởi đầu cho việc xem xét sẽ là sự phân biệt về nguồn gốc và bản chất của các khái niệm được phân tích. Một yếu tố quan trọng tiếp theo sẽ là việc tham chiếu khái niệm tăng trưởng xanh với mô hình phát triển bền vững. Trong phần cuối cùng của nghiên cứu, tác giả sẽ trình bày một mô hình về mối quan hệ giữa tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Có thể nhận thấy, tái cơ cấu nền kinh tế hướng tới các giải pháp tăng trưởng xanh là điều kiện cơ bản để bước vào con đường phát triển bền vững.

Với mục đích nghiên cứu như trên, bài báo sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu, phương pháp so sánh và đối chiếu. Kết cấu phần còn lại của bài báo là: Phần 2 trình bày khái niệm tăng trưởng xanh, Phần 3 là một số kinh nghiệm Quốc tế về tăng trưởng xanh, Phần 4 trình bày mối quan hệ giữa tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Cuối cùng là kết luận trong mục 5.

## 2. Tăng trưởng xanh

Hiện nay thế giới đang phải đối mặt với hai thách thức chính, đó là dân số toàn cầu tăng nhanh và áp lực ngày càng tăng liên quan đến môi trường, dịch bệnh cần được ngăn chặn nhanh chóng chủ yếu thông qua việc xử lý các tác động đến môi trường sống.

Do quy mô của các rủi ro hiện có, các thách thức chính liên quan đến các vấn đề liên quan đến biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường và cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên. Các điều kiện nêu trên đã dẫn đến sự xuất hiện của khái niệm tăng trưởng xanh (Satbyul và cộng sự, 2014).

Năm 2009, một phần để đối phó với suy thoái tài chính toàn cầu, Hàn Quốc đã thông qua Chiến lược Quốc gia về Tăng trưởng Xanh và Kế hoạch 5 năm về Tăng trưởng Xanh. Kể từ thời điểm đó, Hàn Quốc đã là đại sứ chính của chiến lược này. Tại cuộc họp Hội đồng Bộ trưởng OECD vào tháng 6 năm 2009, 30 thành viên và 5 nước ứng cử viên (tổng cộng chiếm khoảng 80% tổng tiềm năng kinh tế toàn cầu) đã thông qua tuyên bố rằng bảo vệ môi trường và tăng trưởng kinh tế có thể song hành. Đồng thời, quyết định bắt đầu các công việc về chiến lược tăng trưởng xanh để có thể xử lý toàn diện các khía cạnh kinh tế, môi trường, xã hội và công nghệ (UNESCAP, 2012). Hiện nay, OECD là tổ chức hàng đầu hỗ trợ việc

thực hiện tăng trưởng xanh ở các quốc gia tương ứng. Ngoài ra, nhiều tổ chức quốc tế khác (Ngân hàng Thế giới, Các nhà lãnh đạo Tăng trưởng Xanh), các tổ chức tư vấn cũng như các đại diện của thế giới khoa học tập trung vào tăng trưởng xanh (Allen và Clouth, 2012). Nói một cách cô đọng, theo World Bank (2012), tăng trưởng xanh là tăng trưởng có hiệu quả trong việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên, giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Thứ nhất, chiến lược tăng trưởng xanh cần góp phần tạo ra và phát triển một khuôn khổ mới cho các tài khoản quốc gia có tính đến các vấn đề môi trường và phúc lợi xã hội nói chung. Thứ hai, cần cung cấp các công cụ và khuyến nghị cụ thể để hoạch định các chính sách quốc gia nhằm giúp các chính phủ thay đổi một cách hiệu quả nhất sang nền kinh tế bền vững và đạt được sự phát triển bền vững. Thứ ba, nó phải tạo thành một nguồn thông tin quan trọng về các cách thức hỗ trợ tăng trưởng xanh ở các nước có nền kinh tế mới nổi và đang phát triển. Thứ tư, chiến lược tập trung vào các vấn đề việc làm, bao gồm các khả năng tạo việc làm mới cả trong ngắn hạn và dài hạn, điều này có ý nghĩa quan trọng theo quan điểm xã hội của phát triển bền vững (OECD, 2009).

## 3. Một số kinh nghiệm quốc tế về tăng trưởng xanh

**Hàn Quốc:** Có thể nói, Hàn Quốc là một trong những Quốc gia đi đầu trong các sáng kiến tăng trưởng xanh. Trong chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh (2009-2050) và Kế hoạch 5 năm (2009-2013) của Hàn Quốc đưa ra khung chính sách toàn diện cho tăng trưởng xanh trong cả ngắn hạn và dài hạn. Trong dài hạn, Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh nhằm mục đích: (i) thúc đẩy tăng trưởng mới thân thiện với môi trường, (ii) nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân và (iii) đóng góp cho các nỗ lực quốc tế để chống biến đổi khí hậu. Kế hoạch 05 năm vạch ra các hành động của chính phủ để thực hiện Chiến lược và các nhiệm vụ chi tiết cho các bộ và các cơ quan quản lý địa phương cũng như các đơn vị ngân sách cụ thể. Theo kế hoạch, Chính phủ sẽ dành khoảng 2% GDP hàng năm cho các chương trình và dự án tăng trưởng xanh. Đầu tư của Chính phủ sẽ được hướng vào các hệ thống cơ sở hạ tầng để thúc đẩy nền kinh tế<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.oecd.org/korea/greengrowthinactionkorea.htm>

**Trung Quốc:** Một quốc gia láng giềng với số dân đông nhất thế giới và với đà phát triển công nghiệp hóa nhanh chóng, tăng cường sản xuất nông nghiệp và đô thị hóa ở Trung Quốc đã mang lại sự thịnh vượng và mức sống cao hơn cho nhiều người, nhưng cũng tạo ra nhu cầu về năng lượng, nguyên liệu thô và tăng áp lực lên hệ sinh thái, từ đó ảnh hưởng đến sức khỏe con người. Chính phủ tăng cường phòng ngừa và kiểm soát rủi ro môi trường và cải thiện các dịch vụ công cộng môi trường. Kế hoạch nêu rõ, Chính phủ trung ương sẽ tăng hỗ trợ tài chính, thông qua các biện pháp như chuyển giao ngân sách và bồi thường sinh thái để cải thiện các dịch vụ công cộng môi trường ở khu vực phía Tây, các khu vực bị cấm hoặc hạn chế phát triển và các khu vực khó khăn khác. Chính quyền địa phương các cấp đảm bảo chi tiêu cho các dịch vụ công cộng môi trường<sup>2</sup>. Bên cạnh đó, Trung Quốc áp dụng chính sách ưu đãi tín dụng giúp cho các doanh nghiệp tiếp cận đa dạng được nguồn vốn ngoài ngân sách cũng như giảm áp lực cho ngân sách nhà nước. Với những dự án dài hạn và rủi ro cao, việc bảo lãnh khoản vay cũng được thực hiện nhằm đảm bảo khả năng vay vốn của doanh nghiệp trong các hoạt động nghiên cứu, đổi mới, đặc biệt là nghiên cứu các vật liệu mới, năng lượng tái tạo.

**Đức:** Đức là một trong những nước đi đầu trong chính sách tín dụng xanh quốc tế. Ngành ngân hàng tham gia vào việc xây dựng và phát triển các nguyên tắc xích đạo một cách tích cực. Khi phê duyệt dự án tín dụng, ngân hàng phân loại các dự án theo Nguyên tắc Xích đạo và Hướng dẫn về môi trường, sức khỏe và an toàn (hướng dẫn EHS), có nghĩa là đánh giá tác động và rủi ro (bao gồm cả khía cạnh sức khỏe và an toàn) mà dự án mang lại cho xã hội và môi trường, đề xuất các phương pháp giảm thiểu và quản lý các tác động tiêu cực. Chính phủ Đức hỗ trợ các ngân hàng chính sách quốc gia KfW sử dụng thị trường vốn và ngân hàng thương mại để thực hiện chính sách hỗ trợ tài chính cho các dự án môi trường. KfW đầu tư vào bảo vệ môi trường trong năm 2008 chiếm 21,66% trong tổng số khoản vay chính sách, bao gồm nhiều khía cạnh như tiết kiệm năng lượng, kiểm soát ô nhiễm nước và không khí và bảo vệ đất. Tổng

các khoản vay dự án tăng trưởng 5% mỗi năm, và đạt 4,8 tỷ Euro trong năm 2008. Ngoài ra, dự án có thể nhận đến 30% lãi chiết khấu được cung cấp bởi Bộ Môi trường. Có tổng cộng 4,2 tỷ Euro của khoản vay trợ cấp trong năm 2008 để đầu tư vào năng lượng tái tạo. Tương tự, các nước Anh, Pháp, Hàn Quốc, Singapore cũng thông qua các ngân hàng thuộc sở hữu của nhà nước hoặc ngân hàng có hậu thuẫn từ chính phủ hay các ngân hàng phát triển quốc gia để cấp tín dụng cho các dự án tái tạo năng lượng và sử dụng năng lượng sạch.

#### 4. Tăng trưởng xanh và phát triển bền vững

Trước hết, phát triển bền vững là một khái niệm đã xuất hiện trong các nghiên cứu khoa học của nhiều lĩnh vực vào cuối những năm 1980, như trong bản báo cáo “Tương lai chung của chúng ta” vào năm 1987. Báo cáo tóm tắt những thành tựu và thất bại của nhân loại trong thế kỷ XX xác định phát triển bền vững là một phương thức khả thi để cải thiện tình hình hiện có. Theo định nghĩa phổ biến và thường được trích dẫn về phát triển bền vững, đây là sự phát triển “đáp ứng các nhu cầu của hiện tại mà không ảnh hưởng đến khả năng của các thế hệ tương lai trong việc đáp ứng các nhu cầu của chính họ” (WCED (UN), 1987). Khái niệm này đã được quan tâm nhiều hơn sau khi Hội nghị thượng đỉnh Trái đất ở Rio de Janeiro (1992) thông qua một chương trình mẫu để thực hiện phát triển bền vững “Chương trình nghị sự 21”. Ngay sau Hội nghị thượng đỉnh Trái đất, nguyên tắc phát triển bền vững đã được các chính phủ thông qua phổ biến và ở nhiều quốc gia, nguyên tắc này đã có tác động đáng kể đến việc ưu tiên xử lý các mục tiêu môi trường (Satbyul và cộng sự, 2014; UNESCAP, 2005).

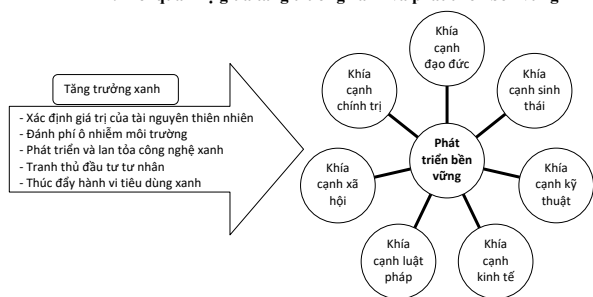
Từ thời điểm định nghĩa đầu tiên về phát triển bền vững do Ủy ban Brundtland đề xuất, một số nỗ lực nhằm đưa ra một định nghĩa thay thế cho khái niệm này đã được thực hiện. Chẳng hạn, Stappen (2008) khẳng định phát triển bền vững là sự phát triển đáp ứng các nhu cầu cơ bản của tất cả con người và bảo tồn, bảo vệ và phục hồi sức khỏe và tính toàn vẹn của hệ sinh thái Trái đất, mà không ảnh hưởng đến khả năng của các thế hệ tương lai đáp ứng nhu cầu của chính họ

<sup>2</sup> <https://www.oecd.org/china/greengrowthinactionchina.htm>

và không vượt quá giới hạn về khả năng lâu dài của hệ sinh thái của trái đất.

Theo Zervas (2012), có thể xác định một số điểm khác biệt giữa khái niệm tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Thứ nhất, phát triển bền vững bao hàm nhiều mục tiêu hơn. Tăng trưởng xanh không đề cập đến các thành phần xã hội, chỉ tập trung vào các vấn đề môi trường và kinh tế. Thứ hai, tăng trưởng xanh, như tên gọi, tập trung vào phạm trù tăng trưởng chứ không phải bản thân tăng trưởng vốn là một thuật ngữ rộng hơn. Tăng trưởng xanh chỉ là tăng trưởng kinh tế dựa trên việc sử dụng môi trường và có thể có tác động nghiêm trọng đến môi trường. Hơn nữa, tăng trưởng xanh là một trong những giải pháp được đề xuất khi đối mặt với cuộc khủng hoảng kinh tế và do đó nó đi kèm với các biện pháp kinh tế hoặc xã hội khác. Và vào tháng 11 năm 2010 tại Hội nghị thượng đỉnh G20 ở Seoul, tăng trưởng xanh được công nhận là một phần không thể thiếu của phát triển bền vững (Barbier, 2011). Hình 1 sau đây thể hiện trực quan mối quan hệ giữa tăng trưởng xanh và phát triển bền vững.

Hình 1. Mối quan hệ giữa tăng trưởng xanh và phát triển bền vững



Nguồn: Armand Kasztelan (2017)

Hình 1 đề xuất để đạt được sự phát triển bền vững cần xuất phát từ một chiến lược tăng trưởng xanh được thiết kế một cách phù hợp. Một lần nữa cần nhấn mạnh rằng tăng trưởng xanh không phải để thay thế phát triển bền vững. Ngược lại, nó phải tạo thành một cách tiếp cận thực tế và linh hoạt để đạt được những tiến bộ cụ thể, có thể đo lường được trên hai khía cạnh chính: kinh tế và môi trường, nhận thức đầy đủ các hậu quả xã hội của việc xanh hóa tăng trưởng của các nền kinh tế. Tăng trưởng xanh có thể cung cấp giải pháp cho các vấn đề kinh tế và sinh thái, đồng thời tạo ra các nguồn tăng trưởng mới thông qua một số con đường truyền dẫn:

- Kích thích gia tăng việc sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên: tăng hiệu quả, giảm lượng chất thải và năng lượng tiêu thụ và đảm bảo sử dụng hiệu quả nhất các nguồn lực sẵn có.

- Đưa ra những đổi mới với các chính sách và các điều khoản chung, cung cấp các cách thức sử dụng các giải pháp mới cho các vấn đề sinh thái.

- Tạo ra thị trường mới nhờ kích thích nhu cầu về công nghệ xanh, hàng hóa và dịch vụ; tạo cơ hội việc làm mới.

- Nâng cao lòng tin của các nhà đầu tư bằng cách tăng khả năng dự đoán và tính ổn định của các hoạt động của chính phủ liên quan đến các vấn đề chính liên quan đến bảo vệ môi trường.

- Đảm bảo cho các nhân tố kinh tế vĩ mô bền vững hơn, sự thay đổi nhỏ hơn về giá của các nguồn tái tạo và hỗ trợ củng cố ngân sách, chẳng hạn, bằng cách xem xét cơ cấu và hiệu quả của chi tiêu công cũng như tăng thu nhập nhờ đánh giá tác động của ô nhiễm (OECD, 2012).

Ngoài những quy định chung cho nền kinh tế thế giới, mỗi quốc gia lại có những căn cứ, hoàn cảnh, điều khoản thi hành khác nhau. Riêng với tình huống của Việt Nam có thể tham khảo Vu Thi Minh Ngọc (2017) và Nguyễn Thị Thanh Tâm (2019). Để đẩy mạnh thực hiện Chiến lược tăng trưởng xanh với Việt Nam cần quan tâm đến các nội dung sau:

**Một là**, tiếp tục hoàn thiện khung chính sách kế hoạch và đầu tư. Cụ thể, cần hoàn thiện và sớm ban hành bộ chỉ tiêu đo lường tăng trưởng xanh cấp quốc gia của Việt Nam. Theo đó, cần bổ sung một số chỉ tiêu tăng trưởng xanh vào hệ thống chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội.

**Hai là**, tiếp tục hoàn thiện khung chính sách tài chính tăng trưởng xanh, phân bổ và quản lý ngân sách quốc gia phục vụ thực hiện Chiến lược tăng trưởng xanh. Bên cạnh đó, hoàn thiện khung chính sách tài chính liên quan tới thúc đẩy thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh, đồng thời xây dựng cơ chế hỗ trợ tư nhân chuẩn bị và thực hiện dự án tăng trưởng xanh.

**Ba là**, tiếp tục nghiên cứu ban hành các định mức, tiêu chuẩn và hướng dẫn kỹ thuật xanh, xây dựng lộ trình cụ thể các hoạt động tăng trưởng xanh và triển khai thực hiện, nâng cao nhận thức

về tăng trưởng xanh cho các cấp lãnh đạo ở các cơ quan quản lý Nhà nước, các ngành, địa phương và khu vực doanh nghiệp.

### 5. Kết luận

Các hoạt động vì tăng trưởng xanh mở ra cánh cửa cho các cuộc tranh luận sâu, rộng rãi, do đó tạo cơ hội để kích hoạt lại mục tiêu chung, đó là phát triển bền vững. Bằng cách định hướng lại nền kinh tế để đảm bảo sức mạnh tổng hợp lẫn nhau giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường, các chiến lược tăng trưởng xanh nhằm hỗ trợ các con đường phát triển kinh tế nhằm thích ứng tốt hơn với việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững. Những chiến lược như vậy có thể giúp xây dựng nền kinh tế xanh, đặc trưng bởi sự gia tăng đáng kể đầu tư vào các lĩnh vực hoạt động kinh tế dựa vào vốn tự nhiên của Trái đất, đồng thời giảm thiểu sự thiếu hụt về sinh thái và môi trường.

Lợi thế chính của việc xuất hiện các khái niệm tăng trưởng xanh là đã kích thích sự chú ý của quốc tế và nỗ lực đổi mới toàn cầu nhằm chuyển đổi mô hình kinh tế không bền vững hiện nay của chúng ta, theo hướng phù hợp với các mục tiêu cấp thiết của phát triển bền vững. Điều quan trọng là, những nỗ lực của các tổ chức quốc tế, các nhóm lợi ích chính, các nhóm chuyên gia và các nhà khoa học (bao gồm cả những người ủng hộ và phản biện) đã dẫn đến việc phát triển các nguyên tắc hoạt động cho tăng trưởng xanh, đồng thời có thể phát triển một bộ các công cụ và biện pháp đối với chính sách quốc gia. Khái niệm “tăng trưởng xanh” đã làm sống lại cuộc tranh luận toàn cầu về một định nghĩa mới về mô hình kinh tế của chúng ta nhằm đạt được mục tiêu cấp thiết, đó là phát triển bền vững.

Tóm lại, tăng trưởng xanh hay tăng trưởng kinh tế góp phần sử dụng hợp lý vốn tự nhiên, ngăn ngừa và giảm thiểu ô nhiễm và tạo cơ hội cải thiện phúc lợi xã hội tổng thể hướng tới con đường hướng tới phát triển bền vững. Đó là mối quan hệ thống nhất giữa tăng trưởng xanh và phát triển bền vững.

### Tài liệu tham khảo:

Allen, C, Clouth, S. (2012). *A Guidebook to the Green Economy. Issue 1: Green Economy, Green Growth, and Low-*

*Carbon Development - History, Definitions and a Guide to Recent Publications. UN Division for Sustainable Development.*

Armand Kasztelan (2017). *Green growth, green economy and sustainable development: Terminology and relational discourse. Prague Economic Papers, 26(4), 487-499, <http://doi.org/10.18267/j.pep.626>.*

Barbier, E. B. (2011). *The Policy Challenges for Green Economy and Sustainable Economic Development. Natural Resources Forum, 35(3), 233-245. <https://doi.org/10.1111/j.1477-8947.2011.01397.x>.*

Kijek, T., Kasztelan, A. (2013). *Eco-Innovation as a Factor of Sustainable Development. Problemy Ekorozwoju/Problems of Sustainable Development, 8(2), 103-112.*

Nguyễn Thị Thanh Tâm (2019), *Tăng trưởng xanh tại Việt Nam và những vấn đề đặt ra, Tạp chí Tài chính online, <https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/tang-truong-xanh-tai-viet-nam-va-nhung-van-de-dat-ra-309335.html>.*

OECD (2009). *OECD and Green Growth. Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.*

OECD (2011). *Green Growth Strategy, Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.*

OECD (2012). *Inclusive Green Growth: For the Future We Want, Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.*

Reilly, J. M. (2012). *Green Growth and the Efficient Use of Natural Resources. Energy Economics, 34, 585-593. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2012.08.033>.*

Satbyul, K. E., Ho, K., Yeora, C. (2014). *A New Approach to Measuring Green Growth: Application to the OECD and Korea. Futures, 63, 37-48. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2014.08.002>.*

Stappen, R. K. (2008). *A Sustainable World is Possible. Problemlösungen für das 21. Jahrhundert mit dem Wise-Consensus Verfahren. [Retrieved 2015-11-03] Available at: <http://www.faaape.org/wise-consensus-4-2008.pdf>*

UNESCAP (2005). *State of Environment Asia and the Pacific 2005. Bangkok.*

UNESCAP (2012). *Green Growth, Resources and Resilience. Environmental Sustainability in Asia and the Pacific. Bangkok. ISBN 978-92-1-120635-7*

Vũ Thị Minh Ngọc (2017), *The FDI attraction policy of Malaysia towards green growth and some suggestions for Vietnam, Tạp chí Kinh tế đối ngoại số 94, tháng 12/2017.*

WCED (UN) (1987). *Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development, New York: World Commission on Environment and Development.*

World Bank (2012). *Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development. Washington D.C.: The World Bank. [http://siteresources.worldbank.org/EXTSDNET/Resources/Inclusive\\_Green\\_Growth\\_May\\_2012.pdf](http://siteresources.worldbank.org/EXTSDNET/Resources/Inclusive_Green_Growth_May_2012.pdf)*

Zervas, E. (2012). *Green Growth versus Sustainable Development. Recent Advances in Energy, Environment and Economic Development, ed. Eslamian S., Proceedings of the 3rd International Conference on Development, Energy, Environment, Economics (DEEE'12), Paris, France, December 2-4, 2012, 399-404.*