

CÔNG THƯƠNG

TẠP CHÍ - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG ISSN: 0866-7756

VIET NAM TRADE AND INDUSTRY REVIEW

CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

SỐ 21 - THÁNG 9/2021



Website: <http://tapchicongthuong.vn>



HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. Trần Thọ Đạt

GS.TS. Trần Văn Địch

GS.TS. Nguyễn Bách Khoa

GS.TSKH. Đỗ Ngọc Khuê

GS.TSKH. Bành Tiến Long

GS.TSKH. Nguyễn Xuân Quỳnh

GS.TS. Đinh Văn Sơn

GS.TSKH. Trần Văn Sung

GS.TS. Lê Văn Tán

GS. TS. Phạm Minh Tuấn

GS.TSKH. Đào Trí Úc

GS.TSKH. Đặng Ứng Vận

GS.TS. Võ Khánh Vinh

TỔNG BIÊN TẬP

ThS. Đặng Thị Ngọc Thu

ĐT: 0968939668

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

Ngô Thị Diệu Thúy

ĐT: 024.22218228 - 0903223096

Phạm Thị Lệ Nhung

ĐT: 0912093191

TÒA SOẠN

Tầng 8, số 655 Phạm Văn Đồng,
Bắc Từ Liêm, Hà Nội.

Ban Trị sự - ĐT: 024.22218238

Fax: 024.22218237

Ban Thư ký - Xuất bản

ĐT: 024.22218230

Ban Truyền thông - ĐT: 024.22218239

Ban Chuyên đề - ĐT: 024.22218229

Ban Phóng viên - ĐT: 024.22218232

Trung tâm Thông tin Đa phương tiện

ĐT: 024.2221 8231

Email: tapchicongthuong.moit@gmail.com

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PHÍA NAM

Số 12 Nguyễn Thị Minh Khai, P. Đa Kao,

Q. 1, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: (028) 38213488

Fax: (028) 38213478

Giấy phép hoạt động báo chí số:

60/GP-BTTTT

Cấp ngày 05/3/2013

Trình bày: Tại Tòa soạn

In tại Công ty CP Đầu tư và

Hợp tác quốc tế

Giá 250.000 đồng

Website: www.tapchicongthuong.vn

MỤC LỤC

CONTENTS

ISSN: 0866-7756 số 21 - Tháng 9/2021

LUẬT

LƯU ĐỨC QUANG

Triển khai các hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật tại đồng bằng sông Cửu Long và một số khuyến nghị
The implementation of public legal education in the Mekong River Delta and some recommendations 8

NGUYỄN KHẮC CHINH

Một số giải pháp hoàn thiện pháp luật thích ứng các cam kết về quyền sở hữu trí tuệ
theo Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
Some solutions to complete Vietnam's regulations on intellectual property to meet the CPTPP's commitments 15

TRƯƠNG THÀNH THIỆN

Đăng ký doanh nghiệp theo pháp luật Việt Nam: Thực tiễn tại Thành phố Hồ Chí Minh
The business registration under Vietnam's regulations: The practice in Ho Chi Minh City22

NGUYỄN LÊ PHƯƠNG ANH

Điều kiện cấp phép kinh doanh du lịch: Một số vấn đề lý luận và pháp lý
Tourism licensing conditions: Some theoretical and legal issues 28

PHẠM HỒNG NHẬT

Giải quyết các xung đột điều ước quốc tế
Resolving conflicts of treaties 34

PHẠM VĂN CAO

Thay đổi cách tiếp cận kiểm soát tập trung kinh tế:
Những thuận lợi và thách thức đối với cơ quan thực thi
Changes in economic concentration management approach:
Advantages and new challenges for the Vietnam Competition and Consumer Authority 38

ĐOÀN TRỌNG CHÍNHH

Quyết định hình phạt đối với tội cướp tài sản trong trường hợp phạm tội có tổ chức theo quy định
của Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017)
Deciding penalties for organized property robbery under provisions
of the 2015 Penal Code (amended and supplemented in 2017)..... 44

HÀ THỊ HỒNG THẨM

Một số ý kiến về hành vi phạm tội trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản theo quy định của Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017)

Some opinions on the crime of fraudulent appropriation of property under provisions of the 2015 Penal Code (amended and supplemented in 2017) 49

KINH TẾ

ĐỖ MINH ĐỨC - NGUYỄN THẾ ĐẠI

Kinh tế tư nhân và một số rào cản vĩ mô

The private sector and macro-level barriers against its growth..... 54

VŨ THÀNH TOÀN - TRẦN THỊ VÂN ANH

Một số khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực thích ứng của doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19

Some recommendations for Vietnamese enterprises to improve their adaptive capacity during the on-going COVID-19 pandemic 62

PHẠM THỊ VÂN ANH

Tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa 6 tháng đầu năm 2021 và một số khuyến nghị

Vietnam's imports and exports in the first half of 2021 and some recommendations..... 67

NGUYỄN PHÚC QUỲNH NHƯ - TỪ NGUYỄN THANH THẢO

Tái cấu trúc thị trường - Bài toán cho nhu cầu về vốn của các doanh nghiệp logistics Việt Nam

Market restructuring - Capital problem for Vietnamese logistics enterprises 71

TRẦN THỊ BÍCH TUYẾN - ĐỒNG THỊ THANH PHƯƠNG - PHAN VĂN NHIỆM

Thu hút FDI vào Việt Nam từ các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới: Cơ hội và thách thức

Attracting more FDI into Vietnam via new-generation FTAs: Opportunities and challenges 78

NGUYỄN THU HẰNG

Phân tích xu hướng dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào châu Á

Analyzing changes in FDI inflows into Asia 85

TRINH XUAN HOANG - NGUYEN THI MY DIEM - NGUYEN XUAN HAI

Factors affecting market price of commercial apartments for middle income buyers

in 8 District and Thu Duc District, Ho Chi Minh City

Các nhân tố ảnh hưởng đến giá thị trường của căn hộ chung cư thương mại cho người mua

có thu nhập trung bình trên địa bàn Quận 8 và Quận Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh..... 94

ĐÀO ĐĂNG KIÊN

Một số kinh nghiệm của thành phố Hải Phòng về phát triển kinh tế và phòng chống dịch Covid-19

Some initial results of Hai phong City about economic development and COVID-19 prevention..... 101

TRẦN THỊ THANH NHÀN - HOÀNG THỊ HOÀI HƯƠNG - ĐÀO QUYẾT THẮNG

Đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ứng dụng

công nghệ cao trong ngành chăn nuôi

Proposing the research model of factors affecting the use

of high technology in livestock farming..... 106

QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ

TRẦN QUẢNG SƠN

Giải pháp chuyển đổi số thúc đẩy sự tham gia điện tử của công dân vào chính quyền điện tử tại Việt Nam
Digital transformation solutions to encourage the e-participation of citizens into Vietnam's e-government 113

VÕ THỊ NGỌC PHƯƠNG - ĐỒNG THỊ THANH PHƯƠNG - PHAN VĂN NHIỆM

Văn hóa tổ chức ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu
Factors of organizational culture affecting the working motivation of employees working for Ba Ria - Vung Tau University 118

LÊ NHẬT LINH

Giải pháp hoàn thiện công tác quản lý tài chính tại Tổng Công ty cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19
Solutions to improve the financial management of PetroVietnam Construction Joint Stock Corporation in the context of COVID-19 pandemic 124

TRẦN NAM TRUNG

Đổi mới phương pháp dạy và học các môn học chuyên ngành Kế toán trong giai đoạn hiện nay tại Khoa Tài chính - Thương mại, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh
Changing and upgrading accounting teaching methods of the Faculty of Finance and Commerce, Ho Chi Minh City University of Technology 132

VÕ THỊ MINH NGÂN

Lợi ích và thách thức việc áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược trong dạy và học tiếng Anh ở Việt Nam
Benefits and challenges brought by the implementation of the flipped classroom method in teaching and learning English language in Vietnam 136

TRẦN LÊ HOÀI VŨ

Sử dụng phương pháp thuyết trình theo nhóm như một công cụ đánh giá quá trình trong giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên Việt Nam
Using the group presentation to assess the English learning outcomes of students in Vietnam 142

LÊ ANH ĐỨC

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên các trường đại học
The innovative entrepreneurship of students in Vietnamese universities 148

PHẠM THỊ THÙY TRANG - CHU BẢO HIỆP - ĐÀO THỊ THU HIỀN

Nâng cao nhận thức năng lực nghề nghiệp của sinh viên tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành
Raising the students' awareness of professional competencies in Nguyen Tat Thanh University 155

PHẠM NGỌC DƯƠNG - HỒ QUANG ÁI NHÂN

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng hệ thống điện mặt trời mái nhà của người dân Thành phố Hồ Chí Minh
Factors affecting the decision of people in Ho Chi Minh City to use rooftop solar power systems..... 160

ĐỖ MINH NAM - ĐỖ VĂN DŨNG - TRƯƠNG THỊ THANH LOAN

Doanh nghiệp E - logistics ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp
E-logistics enterprises in Vietnam: Current situation and solutions 166

NGÔ MINH THUẬN

Nâng cao văn hóa kinh doanh trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay
Improving the business culture in Vietnam's current socialist-oriented market economy 172

NGUYỄN MINH TRÍ

Tác động của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên
tại Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT
Impacts of the corporate culture on the organizational commitment of employees
at FPT Informatics Services Co., Ltd 178

NGUYỄN HOÀNG GIANG - NGUYỄN NHƯ HOÀNG

Nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp của VNPT Nghệ An tại thị trường viễn thông tỉnh Nghệ An
Enhancing the business competitiveness of VNPT Nghe An in the telecommunication market
of Nghe An Province 186

VŨ THỊ LAN

Kinh nghiệm về cải cách hành chính của một số quốc gia và bài học cho Việt Nam
Experience of some countries in implementing the administration reform
and lessons learnt for Vietnam 194

KHÔNG TIẾN DŨNG - NGUYỄN ĐỖ NHƯ LOAN - ĐỖ THỊ HOÀI GIANG

Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia hợp tác xã của nông hộ tại tỉnh Hậu Giang
Factors affecting the decision of farmer households in Hau Giang Province
to take part in cooperatives 200

NGUYỄN TRỌNG NHÂN - NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG

Đánh giá thực trạng quản lý nhà nước về thương mại điện tử
Assessing the current state management of e-commerce activities in Vietnam 206

KINH DOANH

NGUYỄN THANH VŨ - NGUYỄN TUẤN KIỆT

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ chuyển phát nhanh
tại Công ty TNHH XNK Gateway Express
Factors affecting the satisfaction of customers about the quality
of Gateway Express Import-Export Co., Ltd's express delivery services 214

VO HONG TU - NGUYEN THUY TRANG

Consumer willingness to pay for the country-of-origin attribute:
A case study of fresh grapes in Can Tho City
Sự sẵn lòng chi trả của người tiêu dùng đối với thuộc tính quốc gia xuất xứ sản phẩm:
Nghiên cứu về nho tươi tại thành phố Cần Thơ 222

TRẦN THỊ TUẤN ANH

Giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing điện tử tại các
doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam
Solutions to enhance the effectiveness of marketing activities
in Vietnamese service enterprises 228

TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG - BẢO HIỂM

LÊ TRUNG HIẾU - NGÔ THỊ PHƯƠNG DUNG

Các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Trà Vinh
Factors affecting the credit risk of individual customers at Saigon Thuong Tin Commercial Joint Stock Bank - Tra Vinh Province Branch 234

PHẠM QUỐC HUÂN

Các nhân tố tác động đến rủi ro tín dụng của ngân hàng thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội
Factors affecting the credit risk management of commercial banks in Hanoi City 240

BÙI VĂN THỤY - NGUYỄN QUỐC TRỌNG - PHAN THỊ ĐIỂM NHẬT

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong giao dịch thương mại điện tử của khách hàng cá nhân tại Vietcombank - Chi nhánh Đông Đồng Nai
Factors affecting the decision to use credit cards for e-commerce transactions of VCB East Dong Nai Branch's individual customers..... 247

TRẦN PHẠM HỮU CHÂU

Thực trạng triển khai định danh điện tử (eKYC) tại các ngân hàng thương mại Việt Nam
The current electronic Know Your Customer (eKYC) implementation of Vietnamese commercial banks..... 254

LÊ MINH THỐNG - PHẠM THANH PHƯƠNG

Thực trạng tình hình tài chính của các công ty cổ phần khai thác than trên thị trường chứng khoán Việt Nam
The financial performance of coal mining joint stock companies listed in Vietnam's stock market 260

DƯƠNG THỊ ÁI NHI - NGUYỄN THỊ THÚY ANH

Công tác quản lý chi quỹ bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk trong giai đoạn năm 2018 - 2020
Expenditure management of Dak Lak Province's social insurance fund over the period from 2018 to 2020..... 268

LÊ THỊ ANH

Xây dựng mô hình xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi quản trị lợi nhuận của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam
Building a model for determining factors affecting the earnings management behavior of listed companies on Vietnam's stock market 274

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

NGUYỄN TRỌNG PHƯƠNG - NGUYỄN KHẢ ĐỒNG

Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn chính sách kế toán của doanh nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ
Factors affecting the choice of accounting policy of wood processing enterprises in the Southeast of Vietnam 280

LÊ VŨ PHƯƠNG THẢO

Tầm quan trọng của việc áp dụng Chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSAS)
The importance of applying International Public Sector Accounting Standards 286

NGUYỄN THỊ THANH TRÂM

Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định
Factors affecting the quality of financial statements of SMEs in Binh Dinh Province 293

TRIỂN KHAI CÁC HÌNH THỨC PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

● LƯU ĐỨC QUANG

TÓM TẮT:

Bài viết tổng hợp việc triển khai các hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật tại một số địa phương đồng bằng sông Cửu Long (thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Bạc Liêu, Bến Tre, Cà Mau, Hậu Giang, Kiên Giang, Sóc Trăng, Trà Vinh) trong những năm gần đây. Bên cạnh đó, tác giả đưa ra một số khuyến nghị về việc hoàn thiện pháp luật cũng như thực hành phổ biến, giáo dục pháp luật.

Từ khóa: triển khai (áp dụng); phổ biến, giáo dục pháp luật; đồng bằng sông Cửu Long.

1. Triển khai các hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật tại đồng bằng sông Cửu Long

Theo kết quả nghiên cứu của Dự án VIE/98/001 về tăng cường năng lực pháp luật tại Việt Nam - giai đoạn II, các hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật (PBGDPL), bao gồm: (1) Phổ biến, giáo dục pháp luật trực tiếp (tuyên truyền miệng); (2) Phổ biến, giáo dục pháp luật trên các phương tiện thông tin đại chúng; (3) Biên soạn giáo trình, tài liệu phổ biến, giáo dục pháp luật; (4) Giáo dục pháp luật trong nhà trường; (5) Tổ chức thi tìm hiểu pháp luật; (6) Phổ biến, giáo dục pháp luật thông qua sinh hoạt của các câu lạc bộ pháp luật; (7) Xây dựng, quản lý, khai thác tủ sách pháp luật; (8) Phổ biến, giáo dục pháp luật thông qua hoạt động tư vấn pháp luật và trợ giúp pháp lý; (9) Phổ biến, giáo dục pháp luật thông qua hoạt động hòa giải ở cơ sở; (10) Phổ biến, giáo dục pháp luật thông qua hoạt động

văn hóa, nghệ thuật, đặc biệt là các loại hình sinh hoạt văn hóa truyền thống¹. Trong những năm gần đây, tại một số địa phương vùng đồng bằng sông Cửu Long như thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Bạc Liêu, Bến Tre, Cà Mau, Hậu Giang, Kiên Giang, Sóc Trăng, Trà Vinh, hoạt động PBGDPL đã được tiến hành với nhiều hình thức và khá đồng bộ, cụ thể như sau:

1.1. Phổ biến, giáo dục pháp luật trực tiếp

Hội đồng phối hợp PBGDPL các cấp thường tổ chức Hội nghị triển khai các văn bản quy phạm pháp luật (Luật An ninh mạng; Luật Biên giới quốc gia; Luật Phòng, chống ma túy; Luật Chăn nuôi; Luật Trồng trọt; Luật Tín ngưỡng, tôn giáo,...); thậm chí là các văn bản hành chính (Chỉ thị số 10/CT-TTg ngày 22/4/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường, xử lý, ngăn chặn có hiệu quả tình trạng những nhiễu, gây phiền hà cho

người dân, doanh nghiệp trong giải quyết công việc - tỉnh Hậu Giang). Bên cạnh đó, PBGDPL thông qua sinh hoạt “Ngày Pháp luật” để tập trung triển khai phổ biến các văn bản pháp luật gắn với nhiệm vụ ngành, lĩnh vực hoạt động, công tác của từng cơ quan, đơn vị, nhiệm vụ chính trị địa phương, các văn bản quy phạm pháp luật mới ban hành và các văn bản liên quan đến quyền lợi thiết thực của cán bộ, công chức, viên chức và nhân dân. Hình thức PBGDPL được tổ chức khá đa dạng, như: tổ chức học tập, quán triệt các văn bản pháp luật tập trung; tọa đàm, giao lưu, trao đổi thảo luận về các nội dung pháp luật; nghiên cứu tài liệu qua tủ sách pháp luật, phương tiện thông tin đại chúng; lồng ghép với các buổi sinh hoạt của cơ quan, đơn vị, đoàn thể; sưu tầm tài liệu để nghiên cứu,... Tại Hậu Giang, đến nay, phần lớn các sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh và các cơ quan, đơn vị cấp huyện và UBND cấp xã đã tổ chức triển khai thực hiện “Ngày Pháp luật” một cách đồng bộ, có hiệu quả, định kỳ mỗi tháng sinh hoạt một lần, thông qua nhiều hình thức phong phú.

1.2. Phổ biến, giáo dục pháp luật trên các phương tiện thông tin đại chúng

Các địa phương thường thực hiện nhiều chuyên trang, chuyên mục, đăng tải các bài viết, tin ảnh, các chính sách, pháp luật mới trên Báo tỉnh, Đài phát thanh và truyền hình, Cổng thông tin điện tử. Tại Hậu Giang, Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh đã phát sóng chuyên đề “*Pháp luật và cuộc sống*”; bản tin “*Chính phủ và người dân*”, “*Tin tức đồng tây*”, “*Chuyển động đồng tây*”; chương trình “*Có thể bạn quan tâm*”; tiết mục “*Cải cách hành chính*”; chuyên đề “*Pháp luật và cuộc sống*”; chuyên mục “*Hộp thư truyền hình*”,... liên quan đến việc phổ biến các văn bản pháp luật, các chính sách mới. Báo Hậu Giang tiếp tục duy trì chuyên mục “*Tìm hiểu pháp luật*”, “*Đoàn Đại biểu Quốc hội*”, “*Hội đồng Nhân dân*”, “*Ủy ban Mặt trận Tổ quốc*”,...

Tại Cần Thơ, Sở Tư pháp và Đài Phát thanh - Truyền hình Thành phố đã phối hợp thực hiện chuyên mục “*Phổ biến pháp luật*” được phát sóng hàng ngày (12 phút/ngày qua 2 sóng phát thanh và truyền hình); chương trình “*Gặp gỡ và đối thoại*”

về cải cách hành chính phát sóng mỗi tháng 1 kỳ; chương trình “*Hộp thư truyền hình*” phát sóng mỗi tuần 15 phút để trả lời các khiếu nại, thắc mắc của công dân; các chuyên trang pháp luật, chương trình bạn xem đài, bản tin thời sự giới thiệu trên sóng phát thanh về các văn bản quy phạm pháp luật mới ban hành.

Một số địa phương đã triển khai PBGDPL trên nền tảng mạng xã hội. Tại Bến Tre, Sở Tư pháp và Đài Phát thanh - Truyền hình tỉnh đã phối hợp thực hiện nhiều chương trình, chuyên mục PBGDPL trên sóng phát thanh, truyền hình và được phát trực tiếp trên trang thông tin điện tử (www.thbt.vn) và fanpage của Đài Phát thanh - Truyền hình Bến Tre (<https://vi-vn.facebook.com/BenTreTV>). Đây là một trong những nội dung ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin, tạo tương tác giữa khán thính giả với các chương trình PBGDPL của địa phương. Sở Tư pháp tỉnh Bạc Liêu đã xây dựng trang thông tin có tên gọi “*Phổ biến giáo dục pháp luật Bạc Liêu*” trên mạng xã hội Facebook. Đến nay, trang thông tin này đã thu hút hàng ngàn người kết bạn, theo dõi.

1.3. Biên soạn tài liệu phổ biến, giáo dục pháp luật

Tuyên truyền thông qua việc in ấn và phát hành tài liệu pháp luật luôn chiếm ưu thế trong các hình thức PBGDPL vì khả năng thích hợp với nhiều đối tượng. Năm 2019, Sở Tư pháp tỉnh Trà Vinh phát hành 6 số tờ Tin tư pháp với 7.200 cuốn gửi các sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh, huyện, xã, các trường học, các điểm chùa Khmer trên địa bàn để tuyên truyền pháp luật; biên soạn “*Sổ tay kiến thức pháp luật về quyền dân sự, chính trị phục vụ việc dạy và học pháp luật trong các cơ sở giáo dục của hệ thống giáo dục quốc dân*” gồm 9 chuyên đề gửi Sở Giáo dục và Đào tạo, các Trường Đại học, Cao đẳng Y tế, Cao đẳng nghề, Trung cấp Văn hóa Nghệ thuật và Thể thao, UBND các huyện, thị xã, thành phố để triển khai trong các nhà trường trên địa bàn tỉnh. Năm 2019, Sở Tư pháp Cần Thơ đã thành lập tờ “*Thông tin phổ biến pháp luật*” và phát hành 4.250 tờ thông tin đến các Phòng Tư pháp quận, huyện; UBND xã, phường, thị trấn trên địa bàn thành phố.

1.4. Giáo dục pháp luật trong nhà trường

Bên cạnh hoạt động giáo dục pháp luật trong chương trình chính ngoại khóa của các nhà trường, một số địa phương đã triển khai các hoạt động kết nối với nhà trường. Tỉnh Sóc Trăng triển khai Chương trình phối hợp về PBGDPL trong nhà trường bằng nhiều hình thức như: tổ chức hội nghị phổ biến kiến thức pháp luật cho 400 giáo viên dạy môn Giáo dục công dân trên địa bàn tỉnh; phối hợp cùng với Tỉnh Đoàn, Sở Giáo dục và Đào tạo tổ chức tuyên truyền, phổ biến pháp luật tại 15 điểm trường THPT và THCS trên địa bàn tỉnh cho 10.000 học sinh bao gồm các nội dung như Luật Phòng, chống bạo lực gia đình; Luật Hôn nhân và Gia đình; Luật Bảo vệ môi trường, Luật Phòng, chống ma túy, Luật Phòng, chống HIV/AIDS,...

1.5. Tổ chức thi tìm hiểu pháp luật

Các địa phương đã tổ chức nhiều cuộc thi tìm hiểu pháp luật dành cho các đối tượng khác nhau. Tại Tiền Giang, cuộc thi Tìm hiểu Hiến pháp và pháp luật dành cho mọi công dân cư trú trên địa bàn tỉnh được tổ chức từ năm 2017. Người tham gia dự thi truy cập vào Trang thông tin điện tử của Sở Tư pháp (<http://sotuphap.tiengiang.gov.vn>) hoặc thitruoctuyen.tiengiang.gov.vn để đăng ký thông tin và tham gia thi. Mỗi thí sinh dự thi chọn một bộ đề có 20 câu hỏi trắc nghiệm về pháp luật. Trong thời gian 6 phút, thí sinh trả lời các câu hỏi bằng cách chọn đáp án đúng. Hệ thống phần mềm tự động tính giờ làm bài của thí sinh và thông báo kết quả. Mỗi thí sinh được tham gia thi tối đa 3 lần/tháng, nhưng được tính kết quả cao nhất trong tháng. Hàng tháng, Ban tổ chức sẽ lựa chọn 3 thí sinh đạt số điểm cao nhất để khen thưởng và tham gia thi Vòng chung kết. Năm 2019, Hội đồng phối hợp PBGDPL tỉnh Hậu Giang tổ chức Hội thi hòa giải viên giỏi với 3 phần thi gồm tự giới thiệu; trả lời câu hỏi, xử lý tình huống của Ban tổ chức và diễn tiểu phẩm.

1.6. Phổ biến, giáo dục pháp luật thông qua sinh hoạt của các câu lạc bộ pháp luật

Một số địa phương đã tổ chức PBGDPL thông qua sinh hoạt của các câu lạc bộ pháp luật dành cho nhiều đối tượng. Hiện, trên địa bàn tỉnh Hậu

Giang có 384 Câu lạc bộ pháp luật, trong đó có 57 Câu lạc bộ của xã, phường, thị trấn; 105 Câu lạc bộ của ấp, khu vực; 36 Câu lạc bộ Trợ giúp pháp lý; 4 Câu lạc bộ Tuổi trẻ phòng, chống tội phạm; 48 Câu lạc bộ Nông dân với pháp luật; 36 Câu lạc bộ Trường học; 52 Câu lạc bộ Phụ nữ với pháp luật và 46 Câu lạc bộ pháp luật khác (Gia đình trẻ; Phòng, chống bạo lực gia đình,...).

Tại tỉnh Bến Tre, hoạt động PBGDPL cho thanh thiếu niên trong hệ thống Đoàn Thanh niên gồm nhiều hình thức, mô hình đa dạng như "Học kỳ quân đội"; chương trình "Học làm người có ích", cảm hóa đối tượng chậm tiến, "Phiên tòa giả định" của Đội hình "Luật gia trẻ",... Đội hình "Luật gia trẻ" được Đoàn khối các cơ quan tỉnh thành lập từ năm 2009 nhằm thực hiện PBGDPL trong chiến dịch tình nguyện hè hàng năm. Các thành viên gồm có đoàn viên tại chi đoàn Sở Tư pháp, Tòa án Nhân dân tỉnh, Viện Kiểm sát nhân dân tỉnh, Cục Thi hành án dân sự tỉnh. Đối tượng hướng đến trong hoạt động của Đội hình "Luật gia trẻ" là người dân, thanh thiếu niên nông thôn, học sinh tại các trường trung học. Từ khi được thành lập đến nay, Đội hình "Luật gia trẻ" luôn chú trọng thay đổi phương thức hoạt động, nội dung PBGDPL để ngày càng đáp ứng được yêu cầu xã hội. Đội hình "Luật gia trẻ" đã cải tiến hình thức PBGDPL theo chuyên đề và tư vấn trực tiếp thành "Phiên tòa giả định". Đây là phiên tòa được tái hiện như một phiên tòa thật, do các đoàn viên có trình độ cử nhân Luật đã được đào tạo nghiệp vụ thẩm phán, kiểm sát viên, luật sư, trợ giúp viên pháp lý thực hiện. Nội dung các vụ án được lựa chọn trong "Phiên tòa giả định" phù hợp với đối tượng cần được tuyên truyền. Ngoài ra, trước khi phiên tòa diễn ra, thành viên Đội hình "Luật gia trẻ" biểu diễn tiểu phẩm tình huống tái hiện quá trình vi phạm pháp luật của các đối tượng. Sau "Phiên tòa giả định", Đội hình này còn tổ chức sinh hoạt chuyên đề pháp luật phù hợp với tình hình thực tế tại địa phương mà người dân và thanh thiếu niên quan tâm, phát hàng ngàn tờ gấp tuyên truyền, sổ tay pháp luật,...; tiếp nhận câu hỏi từ người tham dự và giải đáp những thắc mắc pháp luật trực tiếp làm cho các buổi sinh

hoạt rất sôi nổi, lôi cuốn. Mô hình này được đánh giá là mô hình PBGDPL cho thanh thiếu niên đạt hiệu quả.

1.7. Xây dựng, quản lý, khai thác tủ sách pháp luật

Tất cả địa phương đều xây dựng và vận hành các Tủ sách pháp luật cấp xã cũng như tại các cơ quan, đơn vị. Hiện nay, tỉnh Kiên Giang đã thành lập 1.859 tủ sách pháp luật với 964.783 đầu sách tại xã, phường, thị trấn, cơ quan, trường học, ấp, khu phố. Tỉnh Hậu Giang có 1.226 tủ sách pháp luật; trong đó 13 cơ quan cấp tỉnh thành lập và quản lý 517 tủ sách pháp luật (Sở Giao thông vận tải, Sở Lao động - Thương binh và Xã hội, Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Tài chính, Sở Y tế, Sở Tài nguyên và Môi trường, Sở Công Thương, Sở Giáo dục và Đào tạo, Công an tỉnh, Bộ Chỉ huy quân sự tỉnh, Hội Liên hiệp phụ nữ tỉnh); 376 tủ sách pháp luật do Hội Nông dân các cấp thành lập, quản lý; 112 tủ sách pháp luật tại các cơ quan cấp huyện; 76 tủ sách pháp luật ở xã, phường, thị trấn; 15 tủ sách pháp luật tại các chùa Khmer; 8 tủ sách pháp luật đặt ở điểm Bưu điện văn hóa xã; 122 tủ sách pháp luật tại các trường học.

Tại Cần Thơ, hiện có 110 điểm “Quán cà phê pháp luật” trên toàn thành phố. Các tủ sách, kệ sách đặt tại điểm quán được trang bị từ 50 đầu sách trở lên, với số lượng sách mỗi tủ từ 100 đến 300 quyển. Tủ sách pháp luật còn được đặt tại 03 điểm chùa Khmer ở huyện Thới Lai và quận Ô Môn. Ngoài ra, mô hình “Điểm hẹn pháp luật” tại các chùa, tổ chức sinh hoạt pháp luật vào ngày 15 hàng tháng, đã thu hút nhiều người dân tham dự với nội dung sinh hoạt là những quy định, chính sách về dân tộc, tôn giáo...

1.8. Phổ biến, giáo dục pháp luật thông qua hoạt động tư vấn pháp luật và trợ giúp pháp lý

Luật phổ biến, giáo dục pháp luật năm 2012 đã xác định 6 nhóm đối tượng đặc thù đó là: người dân ở vùng dân tộc thiểu số, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, ven biển, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn và ngư dân; người lao động trong các doanh nghiệp; nạn nhân bạo lực

gia đình; người khuyết tật; người đang chấp hành hình phạt tù, người đang bị áp dụng biện pháp đưa vào trường giáo dưỡng, cơ sở giáo dục bắt buộc, cơ sở cai nghiện bắt buộc; người đang bị áp dụng biện pháp giáo dục tại xã, phường, thị trấn, người bị phạt tù được hưởng án treo.

Tại An Giang, mô hình “4 kèm 1” nhằm trợ giúp pháp lý cho thanh niên chậm tiến đã được thực hiện trên cơ sở một nhóm 4 người gồm 1 cảnh sát khu vực, 1 cán bộ Đoàn cấp xã, 1 cựu chiến binh và 1 người thân trong gia đình cùng chịu trách nhiệm giúp đỡ 1 thanh, thiếu niên chậm tiến. Tuy nhiên, cơ cấu, thành phần những người chịu trách nhiệm giúp đỡ các em tùy vào tình hình thực tế có thể được vận dụng linh hoạt. Ví dụ: tại vùng đồng bào dân tộc Khmer, mô hình có thể được vận dụng gồm 1 cán bộ Đoàn cấp xã, 1 cảnh sát khu vực, 1 người thân trong gia đình và 1 sư cả ở nhà chùa để tác động đến các thanh, thiếu niên chậm tiến cũng như gia đình họ bởi sự cả rất có uy tín trong cộng đồng dân tộc Khmer.

Tại Bạc Liêu, năm 2019, công tác PBGDPL cho đối tượng đặc thù được triển khai khá toàn diện. Đối với đồng bào thiểu số và theo đạo, tỉnh đã tổ chức 10 cuộc tập huấn kiến thức an ninh - quốc phòng và các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước có liên quan đến đồng bào dân tộc thiểu số, tôn giáo cho hơn 500 đại biểu tham dự là người có uy tín, dòng họ tộc và chức sắc, chức việc của cơ sở tôn giáo trên địa bàn. Đối với nạn nhân bạo lực gia đình, tỉnh đã tổ chức 25 cuộc truyền thông về phòng, ngừa bạo lực trên cơ sở giới, công tác phòng, chống xâm hại trẻ em, công tác phòng, tránh tai nạn thương tích, ngôi nhà an toàn,... cho hơn 2.050 người; thực hiện đăng tải 1 kỳ trên Bản tin Tư pháp Bạc Liêu với số lượng phát hành 1.790 quyển. Đối với người đang chấp hành hình phạt tù, người đang bị áp dụng biện pháp đưa vào trường giáo dưỡng, cơ sở giáo dục bắt buộc, cơ sở cai nghiện bắt buộc, tỉnh đã tổ chức 91 cuộc tuyên truyền phòng, chống ma túy, mại dâm, mua bán người,... cho hơn 5.300 người; tổ chức 1 cuộc tuyên truyền các quy định của pháp luật về cải tạo đối với phạm nhân đang chấp hành án, các quy

định về đặc xá, tha tù trước thời hạn, quyên và nghĩa vụ của người chấp hành án treo.

1.9. Phổ biến, giáo dục pháp luật thông qua hoạt động hòa giải ở cơ sở

Triển khai thực hiện Luật Hòa giải ở cơ sở và các văn bản hướng dẫn thi hành, các địa phương đều thành lập các tổ hòa giải ở cơ sở cũng như tiến hành tập huấn nghiệp vụ cho hòa giải viên. Tỉnh Kiên Giang đã cấp phát 1.000 sổ theo dõi hoạt động hòa giải ở cơ sở và 1.000 sổ tay hướng dẫn nghiệp vụ hòa giải ở cơ sở cho các tổ hòa giải và hòa giải viên; phối hợp với Hội Nông dân tỉnh tập huấn 3 lớp nghiệp vụ hòa giải ở cơ sở cho thành phố Rạch Giá, huyện Vĩnh Thuận và Giang Thành. Tỉnh Cà Mau có 949 tổ hòa giải với 6.394 hòa giải viên. Tỉnh Sóc Trăng có 784 tổ hòa giải với 4.317 hòa giải viên. Cơ cấu mỗi tổ hòa giải có ít nhất 1 nữ; ít nhất 1 hòa giải viên là người Khmer, Chăm trong tổ hòa giải vùng đồng bào dân tộc thiểu số; đồng thời, khuyến khích Trưởng ban nhân dân khóm, ấp trở thành hòa giải viên. Do vậy, tỷ lệ hòa giải thành ở Bạc Liêu, Trà Vinh, Cà Mau, Sóc Trăng đã đạt trên 80% tổng số vụ việc được hòa giải.

2. Một số khuyến nghị

Trong những năm gần đây, các địa phương vùng đồng bằng sông Cửu Long đã triển khai khá toàn diện các hình thức PBGDPL, đẩy mạnh xã hội hóa, cũng như tăng cường thực hiện các giải pháp chuyển đổi số đối với hoạt động này. Để phát huy hiệu quả PBGDPL xuất phát từ những điều kiện kinh tế - xã hội đặc thù của vùng này, chúng tôi có một số khuyến nghị sau đây.

Một là, các địa phương cần tiến hành đánh giá hiệu quả đối với việc triển khai các hình thức PBGDPL. Hiện nay, các báo cáo tổng kết hoạt động PBGDPL chúng tôi thu thập được vẫn thiên về liệt kê những hình thức PBGDPL đã được triển khai bằng hệ thống số liệu khá cụ thể mà chưa

đánh giá hiệu quả thực tế từ những hoạt động này dựa trên quan điểm tiếp cận pháp luật.

Hai là, Luật PBGDPL cần được sửa đổi theo hướng bổ sung các cơ sở đào tạo luật là một trong những chủ thể của hoạt động xã hội hóa PBGDPL bên cạnh các tổ chức hành nghề về pháp luật và tổ chức xã hội nghề nghiệp về pháp luật pháp luật thông qua chương trình giáo dục thực hành pháp luật. Tính hiệu quả của chương trình giáo dục thực hành pháp luật được tiến hành chủ yếu bởi sinh viên luật đã được khẳng định bằng thực tiễn hoạt động của Đội hình Tư vấn và Giảng dạy Pháp luật Cộng đồng (Trường Đại học Kinh tế - Luật), Câu lạc bộ Thực hành Pháp luật (Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh)...

Ba là, đối với hoạt động PBGDPL cho đồng bào dân tộc thiểu số tại vùng này, mô hình phát huy vai trò của các cơ sở tôn giáo (như chùa Khmer) cùng chức sắc, chức việc tôn giáo (như Phật giáo Nam Tông) có thể xem là mô hình truyền thống. Tuy nhiên, để duy trì tính bền vững cũng như tăng cường mức độ sâu sắc trong PBGDPL cho cộng đồng nói chung, đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số nói riêng, việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ hoạt động này từ sinh viên dân tộc thiểu số phải được xem là mô hình mới thông qua nâng cao hiệu quả giảng dạy các học phần pháp luật cho sinh viên dân tộc Khmer và Chăm; đồng thời có kế hoạch phát triển đội ngũ báo cáo viên pháp luật từ đội ngũ này (đặc biệt là sinh viên chuyên ngành luật) trong tương lai.

Bốn là, đẩy mạnh chuyển đổi số trong PBGDPL thông qua việc phát triển các kênh PBGDPL trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội (Facebook, Zalo,...) hoặc trên nền tảng chia sẻ video trực tuyến (Youtube,...); phát triển các ứng dụng (app) PBGDPL cho điện thoại thông minh; tổ chức thi tìm hiểu pháp luật trực tuyến,... ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (VNU - HCMC) trong khuôn khổ đề tài mã số C2019-34-05.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Dẫn theo: Lê Thị Phương Nga (2018), *Giáo dục pháp luật cho trẻ em ở Việt Nam hiện nay*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 69.

² Xem chi tiết: Báo cáo công tác PBGDPL của thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Bạc Liêu, Bến Tre, Cà Mau, Hậu Giang, Kiên Giang, Sóc Trăng, Trà Vinh giai đoạn 2017 - 2019.

³ Cục Công tác phía Nam - Bộ Tư pháp (2021), Phổ biến, giáo dục pháp luật tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long - Khó khăn, thách thức và đề xuất, Tham luận tại Hội thảo Phổ biến và giáo dục pháp luật cho cộng đồng qua thực tiễn áp dụng tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, Cục Công tác phía Nam (Bộ Tư pháp)- Trường Đại học Kinh tế - Luật và Trường Đại học An Giang tổ chức.

⁴ Cục Công tác phía Nam - Bộ Tư pháp, tđđ.

⁵ Trang thông tin về phổ biến, giáo dục pháp luật (Bộ Tư pháp), Giới thiệu một số mô hình phổ biến, giáo dục pháp luật hiệu quả cho thanh, thiếu niên [<https://pbgdpl.moj.gov.vn/qt/tl-pbgdpl/Lists/Sach/Attachments/205/Gi%E1%BB%9Bi%20thi%E1%BB%87u%20m%E1%BB%99t%20s%E1%BB%91%20m%C3%B4h%C3%ACnh%20PBGDPL%20c%C3%B3%20hi%E1%BB%87u%20qu%E1%BA%A3%20cho%20thanh,%20thi%E1%BA%BFu%20ni%C3%AAn.pdf>].

⁶ Xem thêm: Đỗ Xuân Lâm (2017), Khái niệm, nội dung, hình thức tiếp cận pháp luật [<https://pbgdpl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/trao-doi-kinh-nghiem.aspx?ItemID=74>]

⁷ Xem chi tiết: Lưu Minh Sang - Lê Hoài Nam (2021), Mô hình tuyên truyền phổ biến pháp luật cho cộng đồng thông qua chương trình giáo dục pháp luật thực hành tại các trường luật, Tham luận tại Hội thảo Phổ biến và giáo dục pháp luật cho cộng đồng qua thực tiễn áp dụng tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, Cục Công tác phía Nam (Bộ Tư pháp) - Trường Đại học Kinh tế - Luật và Trường Đại học An Giang tổ chức.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Báo cáo công tác PBGDPL của thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Bạc Liêu, Bến Tre, Cà Mau, Hậu Giang, Kiên Giang, Sóc Trăng, Trà Vinh giai đoạn 2017 - 2019

2. Cục Công tác phía Nam - Bộ Tư pháp (2021). Phổ biến, giáo dục pháp luật tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long - khó khăn, thách thức và đề xuất. Tham luận tại Hội thảo Phổ biến và giáo dục pháp luật cho cộng đồng qua thực tiễn áp dụng tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, Cục Công tác phía Nam (Bộ Tư pháp) - Trường Đại học Kinh tế - Luật và Trường Đại học An Giang tổ chức.

3. Đỗ Xuân Lâm (2017), Khái niệm, nội dung, hình thức tiếp cận pháp luật. Truy cập tại: <https://pbgdpl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/trao-doi-kinh-nghiem.aspx?ItemID=74>

4. Lê Thị Phương Nga (2018). *Giáo dục pháp luật cho trẻ em ở Việt Nam hiện nay*. NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 69.

5. Lưu Minh Sang - Lê Hoài Nam (2021). *Mô hình tuyên truyền phổ biến pháp luật cho cộng đồng thông qua chương trình giáo dục pháp luật thực hành tại các trường luật*. Tham luận tại Hội thảo Phổ biến và giáo dục pháp luật cho cộng đồng qua thực tiễn áp dụng tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, Cục Công tác phía Nam (Bộ Tư pháp) - Trường Đại học Kinh tế - Luật và Trường Đại học An Giang tổ chức.

6. Trang thông tin về phổ biến, giáo dục pháp luật (Bộ Tư pháp). Giới thiệu một số mô hình phổ biến, giáo dục pháp luật hiệu quả cho thanh, thiếu niên. Truy cập tại: <https://pbgdpl.moj.gov.vn/qt/tl-pbgdpl/Lists/Sach/Attachments/205/Gi%E1%BB%9Bi%20thi%E1%BB%87u%20m%E1%BB%99t%20s%E1%BB%91%20m%C3%B4h%C3%ACnh%20PBGDPL%20c%C3%B3%20hi%E1%BB%87u%20qu%E1%BA%A3%20cho%20thanh,%20thi%E1%BA%BFu%20ni%C3%AAn.pdf>].

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. LƯU ĐỨC QUANG

Trường Đại học Kinh tế - Luật - Đại học Quốc gia Hồ Chí Minh

**THE IMPLEMENTATION OF PUBLIC LEGAL
EDUCATION IN THE MEKONG RIVER DELTA
AND SOME RECOMMENDATIONS**

● **Master. LUU DUC QUANG**

University of Economics and Law
Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This paper summarizes the implementation of public legal education in some provinces of the Mekong River Delta including Can Tho City, An Giang, Bac Lieu, Ben Tre, Ca Mai, Hau Giang, Kien Giang, Soc Trang and Tra Vinh in recent years. In addition, the paper makes some recommendations to improve the effectiveness of laws and the implementation of public legal education.

Keywords: implementation, public legal education, Mekong River Delta.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT THÍCH ỨNG CÁC CAM KẾT VỀ QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ THEO HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN VÀ TIẾN BỘ XUYÊN THÁI BÌNH DƯƠNG

● NGUYỄN KHẮC CHINH

TÓM TẮT:

Chương 18 của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (Hiệp định CPTPP) đặt ra những chuẩn mực bảo hộ mới, cũng như những cam kết cao hơn tiêu chuẩn hiện nay về thực thi quyền sở hữu trí tuệ (SHTT). Nhằm đáp ứng những yêu cầu của Hiệp định CPTPP, Việt Nam cần nhanh chóng hoàn thiện pháp luật SHTT. Để hoàn thành nhiệm vụ này, Việt Nam cần đánh giá thực trạng pháp luật về SHTT hiện nay, đồng thời rà soát các quy định cụ thể nhằm đảm bảo tương thích với cam kết theo Hiệp định CPTPP. Bài viết đề xuất một số giải pháp hoàn thiện pháp luật thích ứng các cam kết về quyền sở hữu trí tuệ theo Hiệp định CPTPP.

Từ khóa: sở hữu trí tuệ, luật sở hữu trí tuệ, Hiệp định CPTPP.

1. Thực trạng và nhu cầu hoàn thiện pháp luật SHTT của Việt Nam

Kể từ năm 1991 cho đến nay, quá trình đổi mới và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã có những bước tiến vượt bậc, trong đó phải kể đến hệ thống pháp luật về SHTT. Theo đánh giá và chia sẻ của các chuyên gia, hệ thống pháp luật về bảo hộ và thực thi quyền SHTT của Việt Nam cơ bản đã đáp ứng được các tiêu chuẩn tối thiểu của WTO, vượt trên ngưỡng yêu cầu của Hiệp

định Thương mại tự do Việt Nam - Hoa Kỳ và đang trên đà hướng tới các chuẩn mực tiên tiến của thế giới theo các cam kết trong các FTA thế hệ mới, với các tiêu chí có lợi hơn cho chủ thể quyền⁽¹⁾. Bảo hộ quyền SHTT không chỉ được quy định trong Hiến pháp năm 2013, Luật SHTT năm 2005 (Sửa đổi năm 2009 và 2019) cùng các văn bản hướng dẫn thi hành Luật này, mà còn các Luật khác có liên quan như Luật Khoa học và Công nghệ, Luật Hải quan, Luật Chuyển giao

công nghệ,... Việt Nam cũng là thành viên của các điều ước quốc tế đa phương quan trọng nhất về SHTT như Hiệp định TRIPS về các khía cạnh thương mại của quyền SHTT trong khuôn khổ các hiệp định của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Công ước Berne về bảo hộ tác phẩm văn học, nghệ thuật, khoa học, Công ước Paris về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp, Công ước UPOV về bảo hộ giống cây trồng mới,...

Đối tượng quyền SHTT được bảo hộ theo pháp luật Việt Nam gồm có: (i) các đối tượng của quyền tác giả (tác phẩm văn học, nghệ thuật, khoa học) và quyền liên quan đến quyền tác giả (quyền của người biểu diễn, tổ chức sản xuất bản ghi âm, ghi hình, tổ chức phát sóng); (ii) các đối tượng của quyền sở hữu công nghiệp (bao gồm: sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, bí mật kinh doanh, nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, thiết kế bố trí mạch tích hợp, quyền chống cạnh tranh không lành mạnh); (iii) các đối tượng của quyền đối với giống cây trồng (giống cây trồng mới). Đối với từng đối tượng, pháp luật Việt Nam quy định rõ các điều kiện bảo hộ, cơ chế xác lập quyền, nội dung và giới hạn quyền, và cơ chế thực thi các quyền này khi xuất hiện hành vi xâm phạm quyền SHTT. Tóm lại, sự phát triển nhanh chóng của hệ thống pháp luật về SHTT của Việt Nam đã đáp ứng được những chuẩn mực của quốc tế như TRIPS. Tuy nhiên, cần phải lưu ý rằng các tiêu chuẩn bảo hộ của Hiệp định TRIPS chỉ đặt ra các tiêu chuẩn mang tính chất khung, định hướng cơ bản, để từ đó mỗi quốc gia tự xây dựng pháp luật SHTT cho riêng mình.

Thực tế, pháp luật về SHTT của Việt Nam vẫn còn cách một khoảng rất xa so với của các nước phát triển như Mỹ, Anh, Trung Quốc. Quy định hiện tại của Việt Nam về SHTT vẫn chưa đầy đủ dẫn đến tình trạng hoạt động thiếu hiệu quả của hệ thống thực thi pháp luật. Điển hình là Tòa án Việt Nam đã gặp rất nhiều khó khăn, trở ngại khi giải quyết các vụ án tranh chấp về quyền SHTT, như: thiếu các quy định cụ thể về xác định hành

vi xâm phạm từng loại đối tượng SHTT; chưa phân biệt được loại hành vi xâm phạm trực tiếp và gián tiếp; cách thức xác định thiệt hại chưa rõ ràng; chế tài áp dụng đối với hành vi xâm phạm chưa đủ nặng, thiếu tính răn đe,... Vì vậy, tình trạng Tòa án phụ thuộc vào ý kiến của cơ quan chuyên môn về SHTT để giải quyết tranh chấp vẫn còn phổ biến, do các quy định chung của TRIPS đã được tiếp nhận trong Luật SHTT năm 2005 không thể đủ sức giải quyết các tranh chấp quyền SHTT vô cùng đa dạng, phong phú trong đời sống, trong khi hệ thống án lệ về SHTT để bổ sung cho các quy định pháp luật thành văn của Việt Nam còn tương đối ít⁽²⁾.

2. Đề xuất một số giải pháp hoàn thiện pháp luật SHTT

Việc gia nhập CPTPP là một bước tiến lớn trong quá trình hoàn thiện pháp luật về SHTT, bởi nó chứa đựng các tiêu chuẩn bảo hộ cao hơn và chi tiết, đầy đủ hơn so với Hiệp định TRIPS. Điều này có ý nghĩa rất lớn đối với các nước đang phát triển như Việt Nam trong quá trình cải cách, hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng⁽³⁾. Vì vậy, để hoàn thiện pháp luật nhằm đáp ứng các cam kết của Hiệp định CPTPP, Việt Nam cần thực hiện những công việc trọng tâm dưới đây.

Một là, các quy định về bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan đến quyền tác giả trong môi trường internet cần được sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện. Hiệp định CPTPP đã quy định rất rõ về các quy định bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan và trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ trung gian trong môi trường internet (Internet Service Provider - ISP). Trong khi đó, pháp luật Việt Nam quy định còn sơ sài khi vấn đề này chỉ được điều chỉnh tại Thông tư 07 năm 2012⁽⁴⁾. Về nguyên tắc, việc quy định trách nhiệm của các ISP phải bảo đảm cân bằng giữa 2 lợi ích: một là, thúc đẩy sự phát triển các dịch vụ trung gian trực tuyến, hai là, cho phép các chủ thể quyền đối phó một cách hiệu quả với hành vi xâm phạm bản

quyền xảy ra trong môi trường internet⁽⁵⁾. Chính vì vậy, các nước thành viên của CPTPP phải xây dựng pháp luật chặt chẽ, quy định rõ trách nhiệm của ISP đối với hành vi xâm phạm quyền tác giả, quyền liên quan của người sử dụng dịch vụ trung gian do mình cung cấp, mặt khác phải quy định rõ những “giới hạn an toàn” cho phép ISP được miễn trừ trách nhiệm⁽⁶⁾. Pháp luật Việt Nam hiện nay có quy định những trường hợp ISP phải chịu trách nhiệm, nhưng đối với các giới hạn an toàn thì chưa. Bên cạnh đó, Thông tư số 07 chỉ quy định ISP phải gỡ bỏ và xóa nội dung thông tin số vi phạm quyền tác giả, quyền liên quan, cắt, ngừng và tạm ngừng đường truyền internet, đường truyền viễn thông khi cơ quan có thẩm quyền yêu cầu bằng văn bản, mà chưa quy định trách nhiệm gỡ bỏ nội dung vi phạm theo yêu cầu của chủ thể quyền, cũng như trách nhiệm bồi thường của người đã đưa ra yêu cầu gỡ bỏ hoặc cung cấp thông tin không đúng cho ISP⁽⁷⁾. Vì vậy, quy định hiện tại của Thông tư 07 cần được sửa đổi hoặc được đưa vào một văn bản mới, nhằm làm rõ trách nhiệm và giới hạn trách nhiệm của ISP trong việc bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan với nội dung phù hợp với quy định của CPTPP. Ngoài ra, cần khuyến khích, hỗ trợ các tác giả chủ động áp dụng công nghệ để bảo vệ mình thay vì chỉ đơn thuần dựa vào pháp luật.

Hai là, pháp luật cần mở rộng phạm vi đối tượng được bảo hộ quyền SHTT. Với sự phát triển nhanh chóng của tri thức, khoa học và công nghệ, sẽ dẫn đến xuất hiện ngày càng nhiều các đối tượng SHTT mới cần được bảo hộ. Để phù hợp với thực tiễn phát triển của pháp luật về SHTT trên thế giới, Việt Nam cần đưa ra các quy định bảo hộ đối với những đối tượng phi truyền thống (không nhìn thấy được như nhãn hiệu mùi hương, hay nhãn hiệu âm thanh)⁽⁸⁾ thay vì chỉ bảo hộ đối với các đối tượng truyền thống (có thể nhìn thấy được)⁽⁹⁾. Không chỉ Mỹ, các nước châu Âu, hay thậm chí Trung Quốc cũng đã có những thay đổi về mặt pháp luật để bảo hộ những đối tượng phi truyền thống này. Ví dụ, Luật Nhãn hiệu Trung Quốc sửa đổi năm 2013 đã xóa bỏ điều

kiện nhãn hiệu phải là dấu hiệu “nhìn thấy được” và chính thức bảo hộ đối với nhãn hiệu âm thanh⁽¹⁰⁾. Theo quy định hiện nay của pháp luật Việt Nam, nhãn hiệu được xác định là nổi tiếng được dựa theo 2 tiêu chí, bao gồm: việc xem xét số lượng quốc gia bảo hộ nhãn hiệu⁽¹¹⁾ và số lượng quốc gia công nhận nhãn hiệu là nổi tiếng⁽¹²⁾. Tuy nhiên, hai tiêu chí này sẽ cần phải xem xét loại bỏ khi Hiệp định CPTPP yêu cầu các nước không được lấy tiêu chí số lượng các quốc gia đã bảo hộ nhãn hiệu, đã công nhận nhãn hiệu nổi tiếng hoặc đã nằm trong danh mục nhãn hiệu nổi tiếng để quyết định việc có hay không bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng đó⁽¹³⁾. Đối với sáng chế, Việt Nam mới chỉ bảo hộ đối với sáng chế đáng sản phẩm và quy trình⁽¹⁴⁾, trong khi Hiệp định CPTPP bảo hộ sáng chế dạng sử dụng, tức là những giải pháp đã được biết đến nếu như chúng được sử dụng theo một cách mới hoặc là phương pháp hay quy trình sử dụng mới của một sản phẩm đã được biết đến⁽¹⁵⁾. Vì vậy, Việt Nam cần phải mở rộng đối tượng được bảo hộ đối với sáng chế. Ngoài ra, đối với kiểu dáng công nghiệp, Việt Nam cũng cần mở rộng phạm vi, đối tượng bảo hộ đối với kiểu dáng được chứa đựng trong một phần sản phẩm, thay vì chỉ bảo hộ kiểu dáng tổng thể bên ngoài của sản phẩm⁽¹⁶⁾.

Ba là, quy định các chế tài xử phạt theo hướng đủ mạnh, đảm bảo tính răn đe và ngăn ngừa các hành vi tái phạm trong tương lai đối với hành vi xâm phạm quyền SHTT. Tuy nhiên, các chế tài này vẫn phải đảm bảo việc tránh lạm dụng các thủ tục hành chính, tạo ra phiền hà, những gánh nặng đối với cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp. Đối với chế tài dân sự, quy định về bồi thường thiệt hại theo luật định trong những trường hợp khó xác định thiệt hại và mức bồi thường thiệt hại theo luật định này cần phải đủ lớn để bảo đảm tính răn đe. Ngoài ra, đối với các hành vi cố ý xâm phạm, hoặc vi phạm có chủ đích, Tòa án có thẩm quyền buộc bên xâm phạm phải trả một khoản tiền bồi thường bổ sung, bao gồm cả các khoản bồi thường mang tính chất trừng phạt, răn đe. Nhằm đáp ứng yêu cầu trên, Việt Nam phải sửa đổi Điều 205

Luật SHTT, vì điều này chỉ quy định một cách chung chung về mức bồi thường thiệt hại về vật chất do Tòa án ấn định, nhưng không quá 500 triệu đồng và không có quy định về việc Tòa án có quyền tăng mức bồi thường đối với hành vi xâm phạm cố ý. Đối với chế tài hình sự, cần từng bước hình sự hóa thêm một số hành vi xâm phạm quyền SHTT. Bộ luật Hình sự Việt Nam năm 2015 có 2 điều quy định⁽¹⁷⁾ về Tội xâm phạm quyền tác giả, quyền liên quan và Tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp với rất ít loại hành vi. Vì vậy, Việt Nam cần sửa đổi, bổ sung các hành vi xâm phạm sẽ bị xử lý hình sự đã được liệt kê theo yêu cầu của Hiệp định CPTPP⁽¹⁸⁾.

Bốn là, hoàn thiện pháp luật về quy trình xác lập quyền sở hữu công nghiệp và các quy định pháp luật có liên quan như pháp luật về hợp đồng, giao dịch bảo đảm và chuyển giao công nghệ. Các quy định về xác lập quyền sở hữu công nghiệp cần được sửa đổi, bổ sung để thích ứng với việc mở rộng phạm vi bảo hộ cho nhãn hiệu âm thanh, nhãn hiệu mùi, kiểu dáng công nghiệp của một phần sản phẩm, sáng chế dạng sử dụng,... Những quy trình xác lập quyền phải đảm bảo tính hiệu quả, đơn giản, minh bạch và tạo thuận lợi cho bên nộp đơn và tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin. Pháp luật về giao dịch bảo đảm và pháp luật về chuyển giao công nghệ cần quy định rõ hơn về cơ chế nhận bảo đảm bằng tài sản trí tuệ, nhận diện rõ các loại tài sản trí tuệ có thể sử dụng làm tài sản bảo đảm. Điều này sẽ giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo dễ dàng hơn khi tiếp cận các nguồn vốn đầu tư. Cùng với đó, Việt Nam cũng cần cân nhắc kinh nghiệm từ các nước phát triển, nhằm thúc đẩy hoạt động cho vay có bảo đảm bằng tài sản trí tuệ.

Năm là, cần hoàn thiện pháp luật theo hướng cân bằng giữa lợi ích việc bảo hộ quyền SHTT, cụ thể là đối với Dữ liệu bí mật hoặc Các dữ liệu khác liên quan đến dược phẩm và quyền tiếp cận thuốc của cộng đồng. Tại Tuyên bố Doha 2001⁽¹⁹⁾, tất cả các thành viên WTO, bao gồm các

quốc gia thành viên CPTPP⁽²⁰⁾ đã ghi nhận tầm quan trọng, sự cần thiết và phù hợp đạo đức của việc áp dụng linh hoạt các quy định của TRIPS, nhằm bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Lạm dụng độc quyền sáng chế đối với dược phẩm đã vấp phải rất nhiều phản đối ngay từ những vòng đàm phán đầu tiên của Hiệp định TPP và sau này là CPTPP khi nó trực tiếp ảnh hưởng đến quyền tiếp cận thuốc của cộng đồng, đặc biệt tại các quốc gia nghèo, hoặc đang phát triển. Vì thế, trên cơ sở vận dụng linh hoạt các điều khoản tùy nghi của Hiệp định TRIPS, tinh thần của Tuyên bố Doha, trên cơ sở phù hợp với các cam kết trong CPTPP, Việt Nam cần áp dụng một số biện pháp để bảo vệ sức khỏe cộng đồng và ngăn chặn việc lạm dụng độc quyền sáng chế đối với dược phẩm. Các quy định về chuyển giao quyền sử dụng sáng chế bắt buộc trong lĩnh vực dược phẩm cần được nới lỏng. Theo đó, Việt Nam có thể áp dụng linh hoạt Điều 18.40 của Hiệp định CPTPP nhằm cho phép chuyển giao quyền sử dụng sáng chế trong lĩnh vực dược phẩm. Hiện nay, Luật SHTT Việt Nam cũng đã quy định cụ thể các căn cứ bắt buộc chuyển giao sáng chế, như: áp dụng sáng chế vì mục đích công cộng, đảm bảo đáp ứng các nhu cầu cấp thiết của xã hội; chủ sở hữu sáng chế không thực hiện nghĩa vụ sử dụng sáng chế hoặc thực hiện hành vi phản cạnh tranh;... Tuy nhiên, không phải lúc nào cơ quan có thẩm quyền cũng có đầy đủ căn cứ nhằm bắt buộc chuyển giao quyền sử dụng sáng chế. Đồng thời, người được chuyển giao quyền sử dụng sáng chế dược phẩm theo quyết định bắt buộc khi thực hiện sản xuất cũng bị hạn chế rất nhiều về quy mô sản xuất và phạm vi sử dụng.

Xây dựng cơ chế cho việc nhập khẩu song song dược phẩm sẽ là một giải pháp, vì đây là việc nhập khẩu các sản phẩm thuốc được đưa ra thị trường nước ngoài một cách hợp pháp. Tại Việt Nam, đối với các loại thuốc nước ngoài, đặc biệt là các loại thuốc được sản xuất theo quy định bắt buộc chuyển giao quyền sử dụng sáng chế, thường có giá thấp hơn so với thuốc được sản xuất theo sự cho phép của chủ sở hữu sáng chế, mặc

dù đã bao gồm thuế nhập khẩu. Mặc dù cơ chế này đã được tạo điều kiện thông qua Luật SHTT, tuy nhiên, việc cấp phép lưu hành, mức thuế áp dụng, hay cơ chế điều chỉnh giá thuốc,... vẫn còn nhiều bất cập, dẫn đến tình trạng nhiều tổ chức, doanh nghiệp không mặn mà với chính sách nhập khẩu song song này. Vì vậy, Việt Nam cần tạo điều kiện thuận lợi thông qua các hành lang pháp lý, nhằm hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp thực hiện việc nhập khẩu song song các loại dược phẩm. Việt Nam cũng nên xem xét việc quy định hành vi lạm dụng quyền SHTT là một trong những hành vi phản cạnh tranh, đặc biệt đối với trường hợp độc quyền sử dụng sáng chế. Trong thực tế, việc độc quyền sử dụng sáng chế không những đem về các lợi ích kinh tế cho chủ sở hữu quyền, mà còn có rất nhiều đặc ân đi kèm. Tuy nhiên, để cân bằng lợi ích giữa các chủ thể, pháp luật về SHTT vẫn trao cho chủ sở hữu quyền những độc quyền trong một thời gian nhất định - thời hạn đó là chấp nhận được khi nó đã được nghiên cứu kỹ dựa trên cơ sở cân bằng lợi ích của các bên, đảm bảo tính cạnh tranh lành mạnh trên thị trường giữa các chủ sở hữu. Vì vậy, các trường hợp cố tình, hoặc trì hoãn việc kết thúc thời gian độc quyền được ấn định, thì nên bị xem xét là hành vi lạm dụng quyền SHTT và gây hạn chế cạnh tranh một đáng kể. Tóm lại, pháp luật về cạnh tranh của Việt Nam nên cân nhắc để bổ sung, sửa đổi các quy định cụ thể về hành vi lạm dụng quyền SHTT và coi đó là một hành vi phản cạnh tranh.

Cuối cùng, Việt Nam cần nhanh chóng hoàn thiện hệ thống án lệ về SHTT, bởi vì đây là một nhu cầu hết sức cấp thiết. Hệ thống án lệ không chỉ cho phép thẩm phán, các cán bộ thực thi, các luật sư, học giả và sinh viên luật có thể tiếp cận và nghiên cứu các bản án về SHTT, để có được một cái nhìn đầy đủ, toàn diện các khía cạnh biểu hiện của quyền SHTT trong thực tế, về thực trạng các giao dịch liên quan đến tài sản trí tuệ, cách giải quyết của Tòa án và cơ quan hành chính đối với các vụ xâm phạm quyền SHTT, mà còn hỗ trợ họ trong việc phát hiện những lỗ hổng, điểm

chưa tương thích giữa thực tế và pháp luật, từ đó có kiến nghị, đề xuất các phương án hoàn thiện. Qua đó, vô hình chung thúc đẩy việc áp dụng pháp Luật SHTT thống nhất hơn, khi lý luận về pháp luật SHTT sẽ không ngừng được bổ sung bởi hệ thống án lệ phong phú. Hơn nữa, việc công bố các bản án, các quyết định xử phạt hành chính về SHTT là một biện pháp gián tiếp để thu hút đầu tư nước ngoài, bởi nó thể hiện cam kết mạnh mẽ của Việt Nam trong việc tuân thủ Hiệp định TRIPS và các FTA thế hệ mới, đồng thời tăng cường tính minh bạch trong thực thi quyền SHTT. Việc phát triển hệ thống án lệ về SHTT cũng sẽ góp phần nâng cao năng lực của Tòa án trong việc xét xử các tranh chấp quyền SHTT. Điều này sẽ đưa cơ chế thực thi quyền SHTT tại Việt Nam về đúng với bản chất của nó, đó là cơ chế khởi kiện dân sự. Bởi vì, chỉ khi các tranh chấp về quyền SHTT được thực hiện thông qua cơ chế này, các chủ thể quyền SHTT mới được bảo vệ đầy đủ, trọn vẹn, được hưởng các chế tài dân sự mà biện pháp hành chính không thể mang lại cho họ như chế tài bồi thường thiệt hại. Hơn nữa, cơ chế khởi kiện dân sự sẽ đảm bảo tính minh bạch, dân chủ, công khai, chặt chẽ về thủ tục để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các bên đương sự. Cơ chế này sẽ cho phép đánh giá đầy đủ các tình tiết, chứng cứ, lập luận của các bên để đưa ra quyết định chính xác, đúng với thực tế, bởi các hành vi xâm phạm quyền SHTT ngày càng tinh vi, phức tạp, có tổ chức và gây thiệt hại vô cùng lớn đối với chủ thể quyền.

3. Kết luận

Trải qua quá trình dài phát triển của Luật SHTT cho thấy, để bảo hộ và thực thi hiệu quả quyền SHTT, cần phải thực hiện các biện pháp một cách đồng bộ và thống nhất. Trước hết, pháp luật cần phải được hoàn thiện một cách đồng bộ, tránh sự chồng chéo giữa các bộ luật, các văn bản pháp luật khác nhau, đặc biệt là các luật chuyên ngành. Bên cạnh đó, cần có sự tham gia tích cực của tất cả các chủ thể, bao gồm: các cơ quan nhà nước ở Trung ương và địa phương, đến các tổ

chức, doanh nghiệp và mọi cá nhân trong xã hội. Lợi ích từ bảo hộ và thực thi quyền SHTT hiệu quả sẽ đóng góp quan trọng cho việc thúc đẩy, hỗ trợ các hoạt động đổi mới sáng tạo, từ đó tạo nên một môi trường kinh doanh bình đẳng, minh bạch dựa trên nguyên tắc cạnh tranh lành mạnh. Đây là được xem là một trong những nhiệm vụ

trọng tâm, nhằm thu hút đầu tư nước ngoài, chuyển giao công nghệ, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Những mục tiêu trên sẽ đáp ứng được nhu cầu hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO VÀ TRÍCH DẪN:

(1) Bộ Khoa học và Công nghệ. “Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam: Việt Nam phải vươn lên thứ 2 ASEAN về sở hữu trí tuệ”, <<https://www.most.gov.vn/vn/tin-tuc/7078/pho-thu-tuong-vu-duc-dam--viet-nam-phai-vuon-len-thu-2-asean-ve-so-huu-tri-tue.aspx>>.

(2) Hiện nay chỉ có 6 án lệ liên quan đến quyền SHTT, <<https://thuvienphapluat.vn/banan/tin-tuc/tong-hop-ban-an-ve-cac-vu-tranh-chap-lien-quan-den-so-huu-tri-tue-2233>>.

(3) Báo Đầu tư online. “Không TPP, áp lực cải cách sẽ càng mạnh mẽ”, <<https://baodautu.vn/khong-tpp-ap-luc-cai-cach-se-cang-manh-me-d55249.html>>.

(4) Thông tư Liên tịch số 07/2012/TTLT-BTTTT-BVHTTDL ngày 19/6/2012 của Bộ Thông tin và Truyền thông và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định trách nhiệm của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trung gian trong việc bảo hộ quyền tác giả và quyền liên quan trên môi trường mạng internet và mạng viễn thông.

(5) Khoản 1 Điều 18.82 Hiệp định CPTPP

(6) Khoản 2 Điều 18.82 Hiệp định CPTPP

(7) Khoản 3 Điều 18.82 Hiệp định CPTPP

(8) Điều 18.18 Hiệp định CPTPP

(9) Khoản 1 Điều 72 Luật SHTT năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009)

(10) Điều 8 Luật Nhãn hiệu Trung Quốc 2013, <<http://www.chinaiplawyer.com/full-text-2013-china-trademark-law/>>.

(11) Khoản 6 điều 75 Luật SHTT năm 2005

(12) Khoản 7 điều 75 Luật SHTT năm 2005

(13) Điều 18.22 Hiệp định CPTPP

(14) Khoản 12 Điều 4 Luật SHTT năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009)

(15) Điều 18.37 Hiệp định CPTPP

(16) Điều 18.55 Hiệp định CPTPP

(17) Điều 225 và 226 Bộ luật Hình sự năm 2015

(18) Điều 18.77 Hiệp định CPTPP

(19) Tuyên bố Doha 2001 về Hiệp định TRIPS và sức khỏe cộng đồng, <https://www.wto.org/english/res_e/books_p_e/ddec_e.pdf>.

(20) Điều 18.6 Hiệp định CPTPP.

Ngày nhận bài: 1/7/2021

Ngày phản ứng đánh giá và sửa chữa: 1/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN KHẮC CHINH

Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội

SOME SOLUTIONS TO COMPLETE VIETNAM'S REGULATIONS ON INTELLECTUAL PROPERTY TO MEET THE CPTPPS COMMITMENTS

● Master. **NGUYEN KHAC CHINH**

Faculty of Law, Vietnam National University - Hanoi

ABSTRACT:

The Chapter 18 on Intellectual Property in the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) sets new standards of intellectual property protection which are stricter than Vietnam's current regulations on intellectual property. In order to meet the CPTPP's requirements, it is essential for Vietnam to quickly complete its regulations on intellectual property. As a result, it is important for Vietnam to assess the current regulations on intellectual property and also review specific regulations to ensure the compatibility of these regulations with the CPTPP's commitments. This paper proposes some solutions to complete Vietnam's regulations on intellectual property to meet the CPTPP's commitments.

Keywords: intellectual property, law on intellectual property, the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP).

ĐĂNG KÝ DOANH NGHIỆP THEO PHÁP LUẬT VIỆT NAM: THỰC TIỄN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● TRƯƠNG THÀNH THIỆN

TÓM TẮT:

Hoạt động đăng ký doanh nghiệp vô cùng quan trọng không chỉ cho doanh nghiệp thực hiện khởi sự doanh nghiệp, mà còn là cơ sở để Nhà nước quản lý hoạt động đăng ký kinh doanh cho doanh nghiệp. Do đó, để hoạt động đăng ký doanh nghiệp đạt hiệu quả và đảm bảo lợi ích cho các chủ thể, đòi hỏi cần phải có nhiều giải pháp để hoàn thiện trong công tác đăng ký doanh nghiệp. Nghiên cứu này đánh giá thực trạng đăng ký doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh trong thời gian qua và đề xuất một số giải pháp hoàn thiện việc thực thi pháp luật đăng ký doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ khóa: doanh nghiệp, đăng ký kinh doanh, đăng ký doanh nghiệp, Luật Doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) là trung tâm lớn về kinh tế, văn hóa, giáo dục đào tạo, khoa học công nghệ, đầu mối giao lưu và hội nhập quốc tế, có sức thu hút và sức lan tỏa lớn của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và cả nước. Theo Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam (2021), tính đến cuối năm 2020, TP.HCM có 254.699 doanh nghiệp (DN). Tại địa bàn TP.HCM đã tồn tại tình trạng các DN “ma”, “mất tích”, bỏ trốn khỏi địa chỉ đăng ký doanh nghiệp (ĐKDN), nhiều đối tượng đã lợi dụng thủ tục thông thoáng để đăng ký thành lập DN, lấy tư cách pháp nhân của DN để hoạt động vi phạm pháp luật. Bên cạnh những khó khăn trong công tác thực thi pháp luật DN của các cơ quan QLNN TP.HCM, hiện nay, việc thực thi pháp luật

của Sở Kế hoạch và Đầu tư TP.HCM đối với ĐKDN theo Luật DN cũng đang gặp nhiều tồn tại, vướng mắc, cần sớm được cải thiện.

Để tạo điều kiện cho các DN nhanh chóng thành lập, gia nhập thị trường, hạn chế DN vi phạm Luật DN, hướng tới mục đích đảm bảo sự phát triển bền vững của cộng đồng của DN, đảm bảo tính nghiêm minh của pháp luật phục vụ cho việc phát triển kinh tế - xã hội của TP.HCM, việc nghiên cứu công tác thực thi pháp luật ĐKKD trên địa bàn Thành phố để tìm ra những ưu điểm, hạn chế của pháp luật, cũng như việc thực thi pháp luật của Sở Kế hoạch và Đầu tư TP.HCM đối với ĐKDN với mục đích hoàn thiện pháp luật tăng cường hiệu quả việc thực thi có vai trò vô cùng quan trọng và mang tính cấp thiết.

2. Tình hình thi hành pháp luật về ĐKDN ở TP.HCM

Với những diễn biến phức tạp của dịch bệnh Covid-19 cùng với tác động cộng hưởng từ những yếu tố khác, tình hình DN đăng ký thành lập mới trong năm 2020 của TP.HCM đã có sự sụt giảm đáng kể so với cùng kỳ năm 2019. Trong năm 2020, TP.HCM có 41.423 DN thành lập mới (bằng 92,5% so với năm 2019) với số vốn đăng ký đạt 1.131.281 tỷ đồng. Mặc dù chịu tác động tiêu cực của dịch bệnh Covid-19, nhưng Thành phố đã đạt được một số kết quả đáng ghi nhận. Công tác hỗ trợ thông tin, xúc tiến mở rộng thị trường được tăng cường thông qua các hoạt động giao thương giữa các DN trong và ngoài nước.

Các hội, hiệp hội DN đã tích cực phát huy vai trò cầu nối giữa DN với chính quyền với nhiều hoạt động thiết thực, như: thành lập Trung tâm Hỗ trợ DN nhỏ và vừa, “Café doanh nhân cuối tuần”,... đồng thời duy trì và tổ chức thường xuyên sinh hoạt định kỳ hàng tháng để tạo điều kiện cho các DN giao lưu, gặp gỡ, liên kết kinh tế và nắm bắt các chủ trương, chính sách của Thành phố.

Công tác thông tin, đối thoại DN được triển khai nhanh, rộng khắp, tạo niềm tin trong cộng đồng DN. Các chương trình tọa đàm, đối thoại DN với nội dung thiết thực, từng bước tháo gỡ khó khăn, giải quyết dứt điểm các vấn đề bức xúc của các nhà đầu tư, nhất là các nhà đầu tư lớn.

TP.HCM không ngừng nỗ lực cải cách thủ tục hành chính, giảm thời gian thực hiện các thủ tục hành chính từ 30% - 40%, có những thủ tục giảm 10 lần so với trước đây, đơn cử như rút ngắn thời gian giải quyết hồ sơ cấp phép lao động cho người nước ngoài từ 15 ngày xuống còn 9 ngày. TP.HCM cũng rút ngắn thời gian hoàn thành thủ tục khai thuế, nộp thuế; đơn giản hóa và rút ngắn thời gian xử lý nhiều thủ tục khác liên quan đến DN, như: Thủ tục đăng ký DN qua mạng, cấp phép xây dựng, cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, chuyển phát nhanh kết quả giải quyết về tận nhà cho DN. Đặc biệt, bộ phận tiếp nhận và trả kết quả tập trung của Thành phố đã tạo thuận lợi trong việc liên thông, liên kết các thủ tục hành chính với nhau theo một quy trình phối

hợp, liên kết chặt chẽ giữa các cơ quan, đơn vị.

2. Đánh giá việc thực thi pháp luật về đăng ký DN trên địa bàn TP.HCM

2.1. Ưu điểm

Thứ nhất, TP.HCM đã cơ bản đạt được những mục tiêu của Chương trình cải cách ĐKDN Quốc gia sau 10 năm triển khai thực hiện một cách triệt để và sâu rộng, góp phần chuẩn hóa, pháp lý hóa, tin học hóa quy trình nghiệp vụ ĐKDN.

Thứ hai, với vai trò là cơ quan nhà nước thực hiện nghiệp vụ ĐKDN, tạo điều kiện cho DN gia nhập thị trường, cơ quan ĐKDN TP.HCM đã từng bước kiện toàn bộ máy tổ chức, xây dựng hình ảnh cơ quan ĐKDN tiên tiến, hiệu quả, đáp ứng tốt hơn nữa các yêu cầu của DN, của các cơ quan QLNN và của cộng đồng.

Thứ ba, TP.HCM đã phối kết hợp trong việc xây dựng và vận hành Cơ sở dữ liệu quốc gia về ĐKDN bao gồm toàn bộ thông tin có giá trị pháp lý về DN trên phạm vi cả nước, tiếp tục khẳng định vai trò là cơ quan đầu mối tổng hợp thông tin về ĐKDN để phản ánh kịp thời và đầy đủ tình trạng pháp lý của DN trên thị trường, đáp ứng các yêu cầu thống kê của các cơ quan và phục vụ các báo cáo kinh tế - xã hội của trung ương cũng như địa phương.

Thứ tư, các quy định về đăng ký thành lập DN là một bộ phận quan trọng của ngành Luật kinh doanh, là công cụ pháp lý quan trọng để quản lý DN có hiệu quả. Từ khi có Luật DN năm 1990 đến nay, chế định về đăng ký thành lập DN ngày càng hoàn thiện hơn, đã thể hiện rõ các căn cứ, cơ sở, nội dung và các vấn đề cụ thể của đăng ký thành lập DN. Đăng ký thành lập DN được lập trên quy mô cả nước, các cấp, giúp cho công tác quản lý DN hiệu quả hơn.

Thứ năm, pháp Luật DN nói chung, đăng ký thành lập DN nói riêng đã góp phần khắc phục được tình trạng phân biệt đối xử, tạo dựng được thể và lực trong thương mại quốc tế, mở rộng thị trường thu hút đầu tư, được hưởng những ưu đãi thương mại, tạo dựng được môi trường phát triển kinh tế, nâng cao vị thế của đất nước, góp phần giữ gìn hòa bình, tiếp thu trình độ quản lý và chuyển giao công nghệ.

Công tác đăng ký thành lập DN của các cấp, các ngành đã trở thành cơ sở quan trọng để định hướng cho phát triển thống nhất và đồng bộ, trở thành công cụ để quản lý và cũng trở thành phương tiện để đảm bảo sự đồng thuận xã hội. Đăng ký thành lập DN đã tích cực hỗ trợ cho phát triển kinh tế được cân đối, phát triển có chính sách hỗ trợ cho các DN nhỏ và vừa, chính sách phát triển thương nghiệp miền núi, hải đảo và đồng bào dân tộc. Đồng thời, quy trình tổ chức thực hiện đăng ký thành lập DN cũng là dịp để doanh nhân tham gia cụ thể vào sự nghiệp chung có ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp đến lợi ích thiết thực của mình. Qua đó trật tự xã hội được bảo đảm, củng cố lòng tin của nhân dân vào chính quyền, tạo điều kiện thuận lợi cho nhiệm vụ QLNN xây dựng chính quyền vững mạnh.

2.2. Hạn chế

- Bất cập liên quan đến quản lý đăng ký ngành nghề kinh doanh

Quy định của Luật DN hiện hành không ghi ngành nghề kinh doanh trong Giấy Chứng nhận ĐKDN. Tuy nhiên, khi đăng ký thành lập DN, chủ thể kinh doanh vẫn phải đăng ký ngành nghề kinh doanh theo mã ngành cấp IV trong Hệ thống ngành, nghề kinh tế Việt Nam theo quy định tại Điều 7 Nghị định số 01/2021/NĐ-CP.

Trên thực tế, hệ thống ngành kinh tế của Việt Nam hiện nay vẫn chưa bao quát hết tất cả các ngành kinh tế. Có nhiều DN dự định đăng ký kinh doanh những ngành, nghề không thuộc ngành nghề kinh doanh có điều kiện hoặc ngành nghề mà pháp luật không cấm, nhưng những ngành nghề đó không có trong mã ngành kinh tế, hay có quy định, nhưng tên ngành không được đăng ký như mong muốn của DN và pháp luật chuyên ngành cũng không có quy định cụ thể.

Hiện tại, theo quy định của Luật DN, đã bỏ ghi ngành nghề kinh doanh trong giấy chứng nhận ĐKDN, dẫn tới khó khăn cho công tác hậu kiểm. Cụ thể, khi cơ quan chức năng kiểm tra DN có kinh doanh đúng ngành nghề đã đăng ký hay không, thì thay vì kiểm tra trong giấy chứng nhận ĐKDN, cơ quan kiểm tra phải tra soát, đối chiếu, tổng hợp nhiều nguồn từ quy định chung đến quy

định của luật chuyên ngành. Đối với DN chỉ kinh doanh một vài ngành nghề, công tác kiểm tra còn đơn giản; nhưng đối với DN kinh doanh nhiều ngành nghề, việc kiểm tra sẽ khó khăn.

- Bất cập về thủ tục hành chính

Một số thủ tục hành chính không còn phù hợp, không cần thiết, tạo ra gánh nặng chi phí và làm chậm quá trình gia nhập thị trường.

Theo quy định tại Điều 32 Luật DN 2020 quy định: “DN sau khi được cấp Giấy chứng nhận ĐKDN, phải thông báo trên Cổng thông tin quốc gia về ĐKDN theo trình tự, thủ tục và phải nộp phí theo quy định”. Trong khi đó, tại Khoản 3 Điều 35 Nghị định số 01/2021/NĐCP quy định về trình tự thủ tục công bố nội dung ĐKDN như sau: “Việc đề nghị công bố nội dung ĐKDN được thực hiện tại thời điểm DN nộp hồ sơ ĐKDN”. Như vậy, thời điểm công bố nội dung ĐKDN được quy định chưa thống nhất.

Theo quy định tại Điều 206 Luật DN 2020 quy định: “DN có quyền tạm ngừng kinh doanh, nhưng phải thông báo bằng văn bản về thời điểm và thời hạn tạm ngừng hoặc tiếp tục kinh doanh cho Cơ quan đăng ký kinh doanh...”. Theo quy định tại Điều 45 Luật DN năm 2014, Điều 44 Luật DN 2020, các chi nhánh, văn phòng đại diện của DN đều là đơn vị phụ thuộc của DN. Các hoạt động, nhiệm vụ của chi nhánh, văn phòng đại diện do DN ủy quyền, nên tình trạng pháp lý của DN và chi nhánh, văn phòng đại diện phải giống nhau. Tuy nhiên, Luật DN chưa quy định khi DN tạm ngừng kinh doanh, hoặc tiếp tục kinh doanh trước thời hạn thì chi nhánh, văn phòng đại diện sẽ bị tạm ngừng kinh doanh hoặc tiếp tục kinh doanh trước thời hạn theo DN, để phù hợp với quy định tại Điều 44 Luật DN 2020. Việc này dẫn đến khó khăn cho công tác quản lý DN sau thành lập của các cơ quan QLNN nói chung và cơ quan quản lý thuế (cơ quan thuế, cơ quan hải quan) nói riêng.

- Bất cập về phiếu lý lịch tư pháp

Theo khoản 4 Điều 2 Luật lý lịch tư pháp năm 2009 quy định “Phiếu lý lịch tư pháp là phiếu do cơ quan quản lý cơ sở dữ liệu lý lịch tư pháp cấp có giá trị chứng minh cá nhân có hay không có án tích, bị cấm hay không bị cấm đảm nhiệm

chức vụ, thành lập, quản lý DN, hợp tác xã trong trường hợp DN, hợp tác xã bị Tòa án tuyên bố phá sản”.

Theo quy định tại Khoản 2 Điều 17 Luật DN 2020 quy định tổ chức, cá nhân sau đây không có quyền thành lập và quản lý DN tại Việt Nam: “Người đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự, chấp hành hình phạt tù, quyết định xử lý hành chính tại cơ sở cai nghiện bắt buộc, cơ sở giáo dục bắt buộc hoặc đang bị cấm hành nghề kinh doanh, đảm nhiệm chức vụ hoặc làm công việc nhất định liên quan đến kinh doanh theo quyết định của Tòa án; các trường hợp khác theo quy định của pháp luật về phá sản, phòng, chống tham nhũng”. Đồng thời, cũng tại khoản này quy định: “Trường hợp Cơ quan đăng ký kinh doanh có yêu cầu, người đăng ký thành lập DN phải nộp Phiếu lý lịch tư pháp cho Cơ quan đăng ký kinh doanh”. Như vậy, khi thực hiện thủ tục đăng ký thành lập DN, Cơ quan đăng ký kinh doanh có thể yêu cầu người đăng ký thành lập DN cung cấp Phiếu Lý lịch tư pháp.

Tuy nhiên, theo quy định từ Điều 19 đến Điều 22 Luật DN 2020 thành phần hồ sơ ĐKDN của công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty hợp danh, DN tư nhân, công ty cổ phần không có thành phần bắt buộc là Phiếu Lý lịch tư pháp. Hơn nữa theo quy định tại Khoản 2 Điều 9 Nghị định số 01/2021/NĐ-CP: “Cơ quan đăng ký kinh doanh không được yêu cầu người thành lập DN hoặc DN nộp thêm hồ sơ hoặc giấy tờ khác ngoài các giấy tờ trong hồ sơ đăng ký DN theo quy định”. Do vậy, khi Cơ quan đăng ký kinh doanh xét thấy cần thiết hoặc thấy nghi ngờ về nhân thân chủ thể ĐKDN thuộc trường hợp không có quyền thành lập và quản lý DN tại Việt Nam tại điểm e khoản 2 Điều 18 Luật DN 2014, Cơ quan đăng ký kinh doanh mới yêu cầu nộp bổ sung Phiếu Lý lịch tư pháp.

Thực tế, lợi dụng tình trạng cơ quan đăng ký kinh doanh không thể biết được về người xin thành lập DN một cách chính xác, nên một số đối tượng tại TP.HCM đã thành lập DN không nhằm mục đích kinh doanh, mà thực tế là lừa gạt, gian lận. Hiện tượng thường xuyên xảy ra là người thành lập DN mang tính thời vụ, chỉ trong thời

gian ngắn, thuê mướn người lao động không có trình độ, kiến thức làm giám đốc - người đại diện pháp luật, rồi lấy tư cách pháp nhân của DN để trốn thuế, buôn bán hàng lậu, xuất nhập khẩu hàng lậu, buôn bán bất động sản - lừa đảo, buôn bán hóa đơn bất hợp pháp,... Có những trường hợp giám đốc DN là công nhân, thợ hồ, người tàn tật, mất trí nhớ, thậm chí cả những người đã chết từ lâu vẫn được đứng tên là người đại diện pháp luật của DN.

- Bất cập về đặt tên DN

Hiện nay chưa có quy định rõ ràng về đặt tên DN. Tại Điều 38 Luật DN 2020 quy định cấm “Sử dụng từ ngữ, ký hiệu vi phạm truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức và thuần phong mỹ tục của dân tộc khi đặt tên DN hoặc hộ kinh doanh”. Ngày 01/10/2014, Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch ban hành Thông tư số 10/2014/TT-BVHTTDL hướng dẫn đặt tên DN phù hợp với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục của dân tộc. Tuy nhiên, những quy định cũng chưa rõ, còn mơ hồ, khó xác định trên thực tế. Quy định này mang tính nguyên tắc, chưa rõ ràng, nội hàm của “văn hóa”, “đạo đức” và “thuần phong mỹ tục” là vô cùng đa dạng và khó có sự thống nhất chung.

Có những cái tên DN gây nhiều tranh cãi, nhiều cách hiểu khác nhau, hoặc không có nghĩa, nghe rất kỳ lạ. Thực tế tại TP.HCM, cũng có nhiều cái tên DN nghe kỳ lạ, cơ quan đăng ký kinh doanh không có cơ sở để xác định vi phạm “văn hóa”, “đạo đức” hay “thuần phong mỹ tục”, nên vẫn cấp giấy chứng nhận DN, chẳng hạn như: quán Buddha Bar and Grill, Công ty TNHH Dịch vụ A đến Z,...

3. Giải pháp hoàn thiện việc thực thi pháp luật ĐKDN tại TP.HCM

Thứ nhất, tăng cường sự phối kết hợp giữa cơ quan thuế và cơ quan đăng ký kinh doanh. Đây là một trong những yêu cầu của quá trình cải cách thủ tục hành chính trong lĩnh vực đăng ký kinh doanh nhằm nâng cao sự minh bạch, giảm thiểu chi phí không cần thiết cho DN, tạo được niềm tin cho các cá nhân, DN khi tham gia, gia nhập thị trường.

Thứ hai, rút ngắn, đơn giản hóa quy trình đăng ký kinh doanh bằng cách rà soát triệt để những khâu yếu và lấy đi nhiều thời gian như trình ký lãnh đạo, công tác văn thư, văn phòng. Kinh nghiệm ở các nước cho thấy quy trình ở Việt Nam vẫn còn tốn nhiều thời gian của DN và nó làm giảm chỉ số hấp dẫn đầu tư của Việt Nam rất nhiều. Do vậy, chúng ta phải xem xét lại quy trình để có thể làm giảm được thời gian và thủ tục nâng cao được vị thế của Việt Nam trong mắt các nhà đầu tư.

Thứ ba, đào tạo nguồn nhân lực cho cán bộ làm công tác đăng ký kinh doanh. Thường xuyên tổ chức tập huấn, hướng dẫn nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ quản lý công tác đăng ký kinh doanh. Cần nêu cao tinh thần, thái độ phục vụ nhân dân, tăng cường kỷ luật, công tác phối hợp thanh tra, kiểm tra, giám sát trong thực hiện thủ tục hành chính.

Thứ tư, thường xuyên rà soát các văn bản pháp luật chuyên ngành và pháp luật liên quan trong quá trình thực hiện; trên cơ sở kết quả rà soát đó, cơ quan có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung, thay thế, hủy bỏ theo quy định. Bên cạnh đó, liên tục cập nhật các văn bản pháp luật về ĐKDN và các văn bản khác có liên quan khi có sự thay đổi, bổ sung một cách công khai đến người dân và DN.

Thứ năm, hoàn thiện mạng thông tin trên toàn quốc, triển khai tới 63 tỉnh thành; Tăng cường tính minh bạch của môi trường kinh doanh thông qua việc công khai hóa và xã hội hóa thông tin có giá trị pháp lý về ĐKDN; Nghiên cứu, hoàn thiện các ứng dụng, dịch vụ trên Hệ thống thông tin ĐKDN quốc gia, cho phép các DN có vốn đầu tư nước ngoài, các DN đặc thù thực hiện đăng ký thông qua Hệ thống.

Thứ sáu, nâng cao chất lượng QLNN đối với

DN sau đăng ký thành lập qua việc tăng cường phối hợp và trao đổi thông tin giữa các cơ quan nhà nước liên quan.

Thứ bảy, tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách về ĐKDN, tiến tới thống nhất việc ĐKDN cho mọi loại hình DN thuộc mọi khu vực kinh tế, không phân biệt trong nước và nước ngoài.

Thứ tám, chủ động và bằng nhiều cách thức tuyên truyền, phổ biến pháp luật về DN cho cộng đồng DN và người dân; phối hợp với Đài Truyền hình, Báo chí, Ban Tuyên giáo, các tổ chức Hội, Hiệp hội,... xây dựng các chương trình tuyên truyền Luật DN, Luật Đầu tư, tiếp tục tích cực viết bài để đăng trên Cổng thông tin ĐKDN quốc gia, Website của Sở.

Thứ chín, hợp tác quốc tế học hỏi kinh nghiệm của các quốc gia tiên tiến, đặc biệt các quốc gia, vùng lãnh thổ hàng đầu về chỉ số môi trường kinh doanh: Cử các cán bộ, công chức tham gia công tác, học hỏi kinh nghiệm về quá trình đăng ký DN, kỹ thuật soạn thảo, tư duy làm luật... trong các chương trình hợp tác quốc tế

4. Kết luận

Luật DN năm 2020 đã có những bước tiến mới, song việc hướng dẫn thi hành để bắt nhịp và đáp ứng yêu cầu cuộc sống là vấn đề thiết thực cấp bách, đòi hỏi phải có những phương hướng và giải pháp thiết thực. Sự thay đổi của hệ thống pháp luật cùng những chính sách phù hợp từ phía các ban ngành như sự thay đổi về cơ quan đăng ký DN với những chức năng, nhiệm vụ được cụ thể hóa sẽ tạo ra môi trường làm việc để tiếp nhận các chủ thể đến đăng ký DN dễ dàng hơn. Đây thực sự là một cải cách rất tiến bộ trong hoạt động cấp phép đăng ký DN, tạo ra môi trường thông thoáng trong hoạt động đầu tư ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Minh Chiến (2016). Nội dung giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp - Đổi mới quan trọng của Luật Doanh nghiệp năm 2014. *Tạp chí Dân chủ và Pháp luật số 1(286)*, tr.25-29.

2. Lê Thị Thanh - Đỗ Ngọc Thanh (2016). Pháp luật tài chính doanh nghiệp so sánh giữa Luật Doanh nghiệp 2014 và Luật Doanh nghiệp 2005. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/phap-luat-tai-chinh-doanh-nghiep-so-sanh-giua-luat-doanh-nghiep-2014-va-luat-doanh-nghiep-2005-109000.html>
3. Nguyễn Thị Thu Thủy (2015). Hoàn thiện pháp luật về đăng ký kinh doanh ở Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Dân chủ và Pháp luật*, Hà Nội.
4. Nguyễn Thanh Tùng (2020). Một số bất cập, hạn chế về thành lập, tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp theo Luật Doanh nghiệp năm 2014. Truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/mot-so-bat-cap-han-che-ve-thanh-lap-to-chuc-va-hoat-dong-cua-doanh-nghieptheo-luat-doanh-nghiep-nam-2014-72708.htm>

Ngày nhận bài: 2/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. TRƯƠNG THÀNH THIÊN

Công ty Luật Trương Thành Thiên

THE BUSINESS REGISTRATION UNDER VIETNAM'S REGULATIONS: THE PRACTICE IN HO CHI MINH CITY

● Master. **TRUONG THANH THIEN**
Truong Thanh Thien Law Firm

ABSTRACT:

The business registration is a very important activity as it enables the enterprise to officially do business activities and it helps the state to govern enterprises. In order to make the business registration more effective and beneficial for enterprises, it is important to complete the business registration process. This paper assesses the current business registration in Ho Chi Minh City in recent years. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to strengthen the enforcement of business registration in Ho Chi Minh City.

Keywords: enterprise, business registration, the Law on Enterprises.

ĐIỀU KIỆN CẤP PHÉP KINH DOANH DU LỊCH: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ PHÁP LÝ

● NGUYỄN LÊ PHƯƠNG ANH

TÓM TẮT:

Du lịch không chỉ đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế của đất nước, mà còn tạo động lực phát triển các ngành kinh tế khác, tạo ra được nhiều cơ hội việc làm và tăng thu nhập cho người dân. Bài viết cung cấp khái quát về mặt lý luận và pháp lý điều kiện cấp phép kinh doanh du lịch từ Luật Du lịch 2017, cùng các văn bản hướng dẫn luật, giúp các tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch nắm bắt rõ nét hơn về pháp luật du lịch hiện hành.

Từ khóa: cấp phép, kinh doanh du lịch, lý luận, pháp lý, du lịch.

1. Khái niệm điều kiện cấp phép kinh doanh du lịch

1.1. Khái niệm du lịch

“Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ và hiện tượng phát sinh từ cuộc hành trình và lưu trú tạm thời của các cá nhân tại những nơi không phải là nơi ở và nơi làm việc thường xuyên của họ”. Trong khái niệm này, sự tiến triển lớn trong nhận thức về du lịch được thể hiện khi người đưa ra khái niệm đề cập đến đồng thời hoạt động của người đi du lịch và những hoạt động khác liên quan được bắt nguồn từ việc đi du lịch của khách du lịch. Những hoạt động đó có thể được phát sinh nhằm hỗ trợ cho việc đi du lịch của khách du lịch được thuận tiện hơn, cũng có thể là những tương tác giữa khách du lịch với những yếu tố hoặc những người họ gặp trong chuyến hành trình của mình.

Pháp luật về du lịch là tổng thể các nguyên tắc và quy phạm pháp luật do Nhà nước ban hành và bảo đảm thực hiện để điều chỉnh các quan hệ pháp lý phát sinh trong quá trình tổ chức, quản lý và thực hiện các hoạt động du lịch. Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 1 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác.

1.2. Điều kiện cấp phép kinh doanh du lịch

Pháp luật về cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch là hệ thống các quy phạm pháp luật điều chỉnh các mối quan hệ xã hội trong lĩnh vực cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch và hoạt động quản lý nhà nước về việc đăng ký cấp phép kinh doanh

dịch vụ du lịch. Ở những thế kỷ trước, các nhà khoa học, các nhà kinh doanh quan niệm du lịch là hoạt động mang tính chất văn hóa giúp cho con người thỏa mãn nhu cầu giải trí, tìm hiểu của con người và khi đó du lịch không được xem là hoạt động kinh tế, không mang tính chất kinh doanh và ít được chú trọng đầu tư phát triển. Hiện nay, du lịch đang được cả thế giới chú ý đến và được xem là một ngành kinh tế tổng hợp từ các ngành khác đóng góp đáng kể vào nền kinh tế của các nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Du lịch bao gồm các hoạt động khá đa dạng từ dịch vụ kinh doanh khách sạn, nhà hàng và dịch vụ ăn uống, cung cấp quà lưu niệm cho du khách. Từ việc tổng hợp các kiến thức lý luận và từ thực tiễn về hoạt động du lịch tại Việt Nam hiện nay, tại Khoản 3 Điều 3 Luật Du lịch năm 2017 đã định nghĩa hoạt động du lịch: “là hoạt động của khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch và cơ quan, tổ chức, cá nhân, cộng đồng dân cư có liên quan đến du lịch”.

Chương V, Luật Du lịch năm 2017 quy định rõ ràng các mục của từng hình thức kinh doanh du lịch: Kinh doanh dịch vụ lữ hành; Kinh doanh vận tải khách du lịch; Kinh doanh lưu trú du lịch; Kinh doanh dịch vụ khác (bao gồm các dịch vụ như dịch vụ ăn uống, dịch vụ mua sắm, dịch vụ vui chơi và giải trí, dịch vụ thể thao, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, và các dịch vụ khác phục vụ cho du khách).

Trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường, việc mở rộng quyền tự do kinh doanh luôn được các quốc gia trên thế giới coi trọng. Hiến pháp năm 2013 hiện hành đã quy định việc thể chế hóa quyền tự do kinh doanh của công dân tại Điều 33, như sau “Mọi người có quyền tự do kinh doanh trong những ngành, nghề mà pháp luật không cấm”. Các nhà nghiên cứu pháp luật cho rằng, quyền tự do kinh doanh chính là quyền tự do trong hoạt động kinh tế, tạo ra của cải vật chất cho xã hội. Tuy nhiên, quyền tự do kinh doanh cũng luôn có những ràng buộc nhất định mà khuôn khổ pháp luật của mỗi quốc gia quy định. Khi đó, tự do trong kinh doanh và giới hạn quản lý của Nhà nước đối với sự phát triển của thị trường luôn có quan hệ mật thiết. Ứng với mỗi giai đoạn phát triển, pháp

luật lại có những thay đổi nhất định trong việc xác định nội hàm của quyền tự do trong kinh doanh. Một lẽ đương nhiên khi quyền tự do kinh doanh của cá nhân được mở rộng, pháp luật phải thay đổi cách thức và nội dung quản lý nhà nước đối với thị trường.

Khoản 2 Điều 7 Luật Doanh nghiệp năm 2005 trước đây đã định nghĩa về điều kiện kinh doanh như sau: “Điều kiện kinh doanh là yêu cầu mà doanh nghiệp phải có hoặc phải thực hiện khi kinh doanh ngành, nghề cụ thể, được thể hiện bằng giấy phép kinh doanh, giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh, chứng chỉ hành nghề, chứng nhận bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp, yêu cầu về vốn pháp định hoặc yêu cầu khác”. Luật Doanh nghiệp năm 2020 không nêu ra định nghĩa hoặc khái niệm về điều kiện kinh doanh hoặc những ngành, nghề kinh doanh có điều kiện mà thay vào đó tại khoản 1 Điều 7 Luật Đầu tư năm 2020: “Ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện là ngành, nghề mà việc thực hiện hoạt động đầu tư kinh doanh trong ngành, nghề đó phải đáp ứng điều kiện vì lý do quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, đạo đức xã hội, sức khỏe của cộng đồng”.

Từ những lý do trên đây cho thấy điều kiện cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch là yêu cầu mà các tổ chức, cá nhân phải buộc phải đáp ứng khi kinh doanh dịch vụ du lịch được quy định cụ thể trong các văn bản quy phạm pháp luật và các điều ước quốc tế mà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên, thể hiện bằng các hình thức theo quy định của pháp luật.

1.3. Đặc điểm và vai trò của điều kiện cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch

1.3.1. Đặc điểm của điều kiện cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch

Với đặc điểm thị trường du lịch, các điều kiện về cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch bao gồm:

Một là, Chủ thể kinh doanh du lịch bao gồm: Các tổ chức, cá nhân được cơ quan có thẩm quyền ra quyết định thành lập, chấp nhận cấp giấy phép cho đầu tư kinh doanh.

Hai là, Ký quỹ doanh nghiệp: Từng loại hình kinh doanh du lịch mà có mức ký quỹ khác nhau đã được pháp luật du lịch Việt Nam quy định.

Ba là, Cơ sở vật chất - cơ sở hạ tầng: Phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn phòng cháy chữa cháy, cơ sở hạ tầng theo đúng pháp luật quy định đối với các doanh nghiệp, các công ty.

Bốn là, Điều kiện về trình độ và nghiệp vụ của người quản lý phải đúng và hợp pháp.

Năm là, Các điều kiện khác: An ninh trật tự, vệ sinh an toàn thực phẩm, đảm bảo chất lượng,... phải được đảm bảo.

Điều kiện cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch được áp dụng với các điều kiện kinh doanh riêng phụ thuộc vào từng lĩnh vực mà chủ thể đăng ký cấp phép kinh doanh. Nói chung, các quy định pháp luật tuy có khác biệt trong các thời kỳ khác nhau theo từng giai đoạn theo tiến trình của hội nhập kinh tế quốc tế nhưng giữa các quy định này vẫn có sự nhất quán về nhiều nội dung cơ bản.

1.3.2. Vai trò của điều kiện cấp phép kinh doanh du lịch

Pháp luật du lịch Việt Nam quy định về các điều kiện để được cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch dựa trên tính đặc thù, cũng như vai trò của ngành Du lịch như sau:

Một là, đối với chính trị - an ninh quốc gia: Du lịch góp phần củng cố và mở rộng các quan hệ đối ngoại giữa các quốc gia trên thế giới, tăng cường sự hiểu biết về đất nước, con người, lịch sử, truyền thống văn hóa dân tộc, kinh tế - xã hội của các nước mà du khách đến tham quan du lịch. Du lịch là hoạt động gắn kết con người sống ở các khu vực khác nhau hiểu biết nhau hơn và xích lại gần nhau, do đó các hoạt động kinh doanh du lịch theo chủ đề đã và đang được thực hiện, kêu gọi hàng triệu người quý trọng văn hóa, lịch sử và truyền thống của các quốc gia, giáo dục lòng mến khách và trách nhiệm của chủ nhà đối với khách du lịch, tạo nên sự hiểu biết về tình hữu nghị của các dân tộc.

Hai là, đối với hoạt động về kinh tế: Hoạt động kinh doanh du lịch, dịch vụ du lịch có tác động tích cực đến nền kinh tế của một đất nước, một vùng, một địa phương thông qua việc tiêu dùng của khách du lịch. Đồng thời, thông qua lĩnh vực lưu thông, du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển của nhiều ngành công nghiệp và nông nghiệp (như công nghiệp sản xuất vật liệu xây

dựng, công nghiệp thực phẩm, công nghiệp gỗ, công nghiệp dệt, ngành trồng trọt, ngành chăn nuôi,...). Du lịch là ngành luôn đòi hỏi hàng hóa chất lượng cao, đa dạng và phong phú về chủng loại, thẩm mỹ về hình thức, góp phần phát triển thị trường sản xuất hàng hóa.

Ba là, đối với văn hóa, xã hội: Trong đời sống xã hội của con người, du lịch là hiện tượng khách quan, có vai trò to lớn trong việc giữ gìn, khôi phục sức khỏe và tăng cường sức sống cho nhân dân. Góp phần thay đổi bộ mặt kinh tế vùng có hoạt động du lịch và giảm quá trình đô thị hóa. Dựa vào việc tài nguyên du lịch tự nhiên có ở các vùng hẻo lánh, xa xôi, vùng ven biển,... việc khai thác đưa những tài nguyên này vào sử dụng đòi hỏi phải đầu tư về mọi mặt giao thông, bưu điện, kinh tế, văn hóa, xã hội,... Do vậy, việc phát triển du lịch sẽ làm thay đổi bộ mặt kinh tế - xã hội giữa các vùng trong nước, giảm đi sự chênh lệch về trình độ phát triển kinh tế - xã hội ở những vùng đó, đồng thời góp phần làm giảm sự tập trung dân cư ở những trung tâm. Thông qua việc sử dụng các dịch vụ du lịch, khách du lịch sẽ được thường xuyên tiếp xúc với người dân địa phương làm tăng thêm tình đoàn kết hữu nghị.

Bốn là, đối với môi trường sinh thái: Vai trò sinh thái của du lịch được thể hiện trong việc tạo nên môi trường sống ổn định về mặt sinh thái. Nghỉ ngơi du lịch là nhân tố có tác dụng kích thích việc bảo vệ khôi phục và tối ưu hóa môi trường thiên nhiên bao quanh, bởi vì chính môi trường này có ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe và hoạt động của con người. Việc đẩy mạnh hoạt động du lịch, tăng mức độ tập trung khách vào những vụ nhất định lại đòi hỏi phải tối ưu hóa quá trình sử dụng tài nguyên tự nhiên với mục đích du lịch. Hiện nay, việc khai thác du lịch ở một số nơi chưa tốt, do vậy con người phải đặt ra vấn đề bảo vệ tự nhiên, đảm bảo điều kiện sử dụng nguồn tài nguyên một cách hợp lý.

2. Pháp luật về điều kiện cấp phép kinh doanh du lịch

2.1. Điều kiện cấp phép kinh doanh lữ hành

Các tổ chức, cá nhân có đủ các điều kiện quy định dưới đây được cấp phép kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa hoặc quốc tế

Về chủ thể: Theo quy định tại Điều 31 Luật Du lịch năm 2017, chủ thể kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa và quốc tế “là doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật về doanh nghiệp”.

Điều kiện về ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa được quy định tại điểm b Khoản 1 Điều 31 Luật Du lịch năm 2017. Mức ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa là 100.000.000đ đồng. Đối với kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế đến Việt Nam là 250.000.000đ. Kinh doanh dịch vụ lữ hành đối với khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch ra nước ngoài là 500.000.000đ.

Phương thức ký quỹ: Doanh nghiệp thực hiện ký quỹ bằng đồng Việt Nam tại ngân hàng thương mại, ngân hàng hợp tác xã hoặc chi nhánh ngân hàng nước ngoài thành lập và hoạt động tại Việt Nam và được hưởng lãi suất theo thỏa thuận giữa doanh nghiệp với ngân hàng nhận ký quỹ phù hợp với quy định của pháp luật. Tiền ký quỹ phải được duy trì trong suốt thời gian doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành.

Điều kiện và yêu cầu đáp ứng trình độ chuyên môn:

- *Đối với kinh doanh lữ hành nội địa:* Người phụ trách kinh doanh dịch vụ lữ hành phải tốt nghiệp trung cấp chuyên ngành trở lên; trường hợp tốt nghiệp Trung cấp trở lên của chuyên ngành khác phải có chứng chỉ nghiệp vụ điều hành du lịch nội địa.

- *Đối với kinh doanh lữ hành quốc tế:* Người phụ trách kinh doanh dịch vụ lữ hành phải tốt nghiệp cao đẳng trở lên chuyên ngành về lữ hành; trường hợp tốt nghiệp cao đẳng trở lên chuyên ngành khác phải có chứng chỉ nghiệp vụ điều hành du lịch quốc tế.

Phí thẩm định cấp Giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế, Giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa được thực hiện theo quy định của pháp luật về phí và lệ phí do Bộ Tài chính quy định. Phí thẩm định cấp mới giấy phép: 3.000.000 đồng/giấy phép, phí cấp đổi: 2.000.000 đồng/giấy phép, phí cấp lại: 1.500.000 đồng/giấy phép.

2.2. Điều kiện cấp phép kinh doanh vận tải khách du lịch

Kinh doanh vận tải khách du lịch làm việc cung cấp dịch vụ vận tải đường hàng không, đường biển, đường thủy nội địa, đường sắt, đường bộ chuyên phục vụ khách du lịch theo chương trình du lịch, tại khu du lịch, điểm du lịch. Tổ chức, cá nhân kinh doanh vận tải khách du lịch phải đáp ứng đúng yêu cầu điều kiện kinh doanh vận tải; quy chuẩn kỹ thuật, bảo vệ môi trường của phương tiện vận tải; điều kiện của người điều khiển phương tiện vận tải, nhân viên phục vụ, trang thiết bị, chất lượng dịch vụ trên từng loại phương tiện vận tải theo quy định.

Phương tiện vận tải khách du lịch có biển hiệu được vận tải hành khách theo hợp đồng và được ưu tiên bố trí neo đậu, dừng, đỗ để đón, trả khách du lịch tại sân bay, bến cảng, nhà ga, bến xe, trong khu du lịch, gần địa điểm du lịch, cơ sở lưu trú du lịch và được hoạt động không hạn chế thời gian trên các tuyến giao thông vận tải các địa điểm điểm tham quan du lịch, cơ sở lưu trú du lịch, điểm cung ứng dịch vụ du lịch theo quy định của chính quyền địa phương.

2.3. Điều kiện cấp phép kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch

Cơ sở lưu trú du lịch là cơ sở kinh doanh buồng, giường và các dịch vụ khác đủ tiêu chuẩn để phục vụ khách du lịch gồm: Khách sạn; Biệt thự du lịch; Căn hộ du lịch; Tàu thủy lưu trú du lịch; Nhà nghỉ du lịch; Nhà ở các phòng cho khách du lịch thuê; Bãi cắm trại du lịch; Các cơ sở lưu trú du lịch khác.

Điều kiện kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch được pháp luật quy định như sau:

- Có đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật;

- Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật;

- Đáp ứng điều kiện tối thiểu về cơ sở vật chất kỹ thuật và dịch vụ phục vụ khách du lịch.

Thẩm quyền thẩm định, công nhận hàng cơ sở lưu trú du lịch được quy định như sau:

- Tổng cục Du lịch thẩm định, công nhận cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao và hạng 5 sao;

- Cơ quan chuyên môn về du lịch cấp tỉnh thẩm định, công nhận cơ sở lưu trú du lịch hạng 1 sao, 2 sao và 3 sao.

Hồ sơ đăng ký công nhận hạng cơ sở lưu trú du lịch bao gồm: Đơn đề nghị công nhận hạng cơ sở lưu trú du lịch theo mẫu do Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định; Bản tự đánh giá chất lượng của cơ sở lưu trú du lịch theo quy định trong tiêu chuẩn quốc gia và xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch; Danh sách người quản lý và nhân viên trong cơ sở lưu trú du lịch; Bản sao có chứng thực văn bằng, chứng chỉ, giấy chứng nhận bồi dưỡng nghiệp vụ và giấy chứng nhận thời gian làm việc trong lĩnh vực du lịch của người quản lý, trưởng bộ phận trong cơ sở lưu trú du lịch.

Phí thẩm định công nhận hàng cơ sở du lịch được thực hiện theo quy định của pháp luật về phí và lệ phí (thẩm định công nhận mới hoặc công nhận lại). Hạng 1 và 2 sao: 1.500.000đ/hồ sơ. Hạng 3 sao: 2.000.000đ/hồ sơ. Hạng 4 và 5 sao: 3.500.000đ/hồ sơ.

Tổng cục Du lịch công bố danh sách cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng theo thẩm quyền; hướng dẫn, kiểm tra việc xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch của cơ quan chuyên môn về du lịch cấp tỉnh; tổ chức kiểm tra chất lượng cơ sở lưu trú du lịch trên toàn quốc. Cơ quan chuyên môn về du lịch cấp tỉnh Công bố danh sách cơ sở lưu trú du lịch đã được xếp hạng theo thẩm quyền; tổ chức kiểm tra chất lượng cơ sở lưu trú du lịch trên địa bàn. Cơ quan nhà nước có thẩm quyền công nhận hạng cơ sở lưu trú du lịch thu hồi quyết định công nhận hạn đối với cơ sở lưu trú du lịch không duy trì chất lượng theo tiêu chuẩn đã được công nhận.

2.4. Điều kiện cấp phép kinh doanh dịch vụ du lịch khác

Dịch vụ ăn uống; Dịch vụ mua sắm; Dịch vụ thể thao; Dịch vụ vui chơi, giải trí; Dịch vụ chăm sóc sức khỏe; Dịch vụ liên quan khác phục vụ khách du lịch.

Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ du lịch khác được tự nguyện đăng ký công nhận cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch khác đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch với cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Hồ sơ đăng ký công nhận bao gồm: Đơn đề nghị theo mẫu do Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định; Bản thuyết minh đáp ứng các tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch.

Tổ chức, cá nhân kinh doanh các loại hình dịch vụ du lịch kể trên cũng phải đáp ứng các quy định về điều kiện kinh doanh (nếu có) trong các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan như Luật An toàn thực phẩm năm 2010, các đạo luật về chăm sóc sức khỏe,...

3. Kết luận

Du lịch đang ngày càng khẳng định được tầm quan trọng trong nền kinh tế đất nước. Kinh doanh dịch vụ du lịch là một ngành kinh doanh tổng hợp, có hiệu quả về nhiều mặt chính trị, văn hóa, kinh tế, xã hội, góp phần rút ngắn khoảng cách, chống tụt hậu về mặt kinh tế. Nhà nước đã ban hành nhiều quy định pháp luật điều chỉnh các quan hệ kinh doanh dịch vụ và quản lý nhà nước về du lịch, nổi bật nhất là Luật Du lịch để tạo môi trường pháp lý minh bạch, tạo cơ chế thông thoáng cho các hoạt động liên quan trong lĩnh vực du lịch, giúp ngành Du lịch Việt Nam có lợi thế cạnh tranh với các quốc gia trong khu vực ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2013), *Hiến pháp năm 2013*.
2. Quốc hội (2020), *Luật Doanh nghiệp 2020*.
3. Quốc hội (2017), *Luật Du lịch 2017*.
4. Chính phủ (2017), *Nghị định số 168/2017/NĐ-CP ngày 31/12/2017 quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch*.

5. Trần Đức Thanh (2008), *Nhập môn Khoa học Du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
6. Nguyễn Thị Thanh Ngọc, Đỗ Thị Bông (2020), *Pháp luật du lịch*, NXB Tư pháp.
7. Nguyễn Bá Lâm (2006), *Giáo trình Tổng quan du lịch*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân Hà Nội.
8. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương (2006), *Giáo trình quản trị kinh doanh lễ hành*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân.
9. Baron de Monstes quieu (2010), *Tinh thần pháp luật*, NXB Đà Nẵng.

Ngày nhận bài: 3/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN LÊ PHƯƠNG ANH

Giảng viên Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (HUTECH)

TOURISM LICENSING CONDITIONS: SOME THEORETICAL AND LEGAL ISSUES

● Master. **NGUYEN LE PHUONG ANH**
Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

The tourism industry has greatly contributed to the national economic growth and also has had positive impacts on other industries, creating employment opportunities and increasing income. This paper provides a theoretical and legal overview of tourism licensing conditions under the 2017 Law on Tourism and its guiding documents to help individuals and enterprises in the tourism industry better understand the current regulations on tourism activities.

Keyword: licensing, tourism business, theoretical, legal, tourism.

GIẢI QUYẾT CÁC XUNG ĐỘT ĐIỀU ƯỚC QUỐC TẾ¹

● PHẠM HỒNG NHẬT

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, việc ký kết hoặc gia nhập các điều ước quốc tế song phương và đa phương là nhu cầu cấp thiết giữa các quốc gia. Chính vì vậy, hiện tượng xung đột khi thực hiện các điều ước quốc tế của một quốc gia là điều không tránh khỏi. Bài viết này phân tích về hiện tượng xung đột điều ước quốc tế, trong đó tập trung vào 4 nội dung: khái quát về xung đột điều ước quốc tế; nguyên nhân dẫn tới hiện tượng xung đột điều ước quốc tế; phân loại điều ước quốc tế; cách giải quyết xung đột điều ước quốc tế theo quy định của Công ước Viên về Luật Điều ước quốc tế năm 1969.

Từ khóa: điều ước quốc tế, giải quyết xung đột, công ước Viên, Luật Điều ước quốc tế.

1. Khái quát về xung đột điều ước quốc tế

“Điều ước quốc tế là một thỏa thuận bằng văn bản được ký kết giữa các quốc gia và chịu sự điều chỉnh của luật pháp quốc tế bất kể được chứa đựng trong một hay nhiều văn kiện có liên quan và tên gọi của chúng” (điểm a khoản 1 Điều 2 Công ước Viên về Luật Điều ước quốc tế năm 1969) [1]. Trong quá trình phát triển và hội nhập quốc tế, các quốc gia ký kết và gia nhập các điều ước quốc tế để thể chế các quyền và nghĩa vụ của mình với các chủ thể quốc tế khác. Các điều ước quốc tế được ghi nhận ở nhiều cấp độ, như: song phương (giữa 2 quốc gia với nhau); khu vực (một nhóm quốc gia có đặc điểm chung về vị trí địa lý hoặc lĩnh vực ký kết); đa phương (điều ước quốc tế mang tính toàn cầu) và ở nhiều lĩnh vực khác nhau như: kinh doanh thương mại, dân sự chính trị, hành chính, chủ quyền lãnh thổ,... Vì số lượng lớn các điều ước quốc tế như vậy, nên thực tiễn tồn tại xảy ra hiện tượng có sự không thống nhất giữa một số các quy phạm trong các điều ước quốc tế khác nhau khi tham gia điều chỉnh những quan hệ pháp luật quốc tế nhất định. Ví dụ, Việt Nam và

Chile đều là thành viên của Hiệp định Đối tác toàn diện xuyên Thái Bình Dương - CPTPP. Tuy nhiên, Việt Nam và Chile cũng ký kết Hiệp định Thương mại tự do song phương (VCFTA) năm 2014. Theo CPTPP, Chile sẽ xóa bỏ thuế nhập 828/952 dòng thuế dệt may của Việt Nam ngay khi Hiệp định có hiệu lực, lộ trình 4 năm xóa bỏ 36/952 dòng thuế dệt may và cắt giảm hoặc xóa bỏ 88/952 dòng thuế dệt may trong 4 năm tiếp theo. Tuy nhiên, theo VCFTA, Chile cam kết xóa bỏ thuế quan đối với phân nửa các dòng thuế dệt may ngay khi VCFTA có hiệu lực (năm 2014), các dòng thuế còn lại được cắt giảm và xóa bỏ theo lộ trình 5 - 10 năm [2]. Do đó, CPTPP có thể đem lại lợi thế cho các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam hơn so với VCFTA ở các dòng thuế được xóa bỏ sớm hơn; đồng thời, tạo thêm cơ hội ưu đãi thuế quan, đặc biệt khi khả năng đáp ứng quy tắc xuất xứ trong CPTPP có thể linh hoạt hơn VCFTA. Điều đó cho thấy, có sự quy định khác nhau về các cam kết của Việt Nam với Chile trong 2 Hiệp định CPTPP và VCFTA. Đây được xem là hiện tượng xung đột giữa các điều ước quốc tế.

Vậy có thể hiểu, xung đột điều ước quốc tế là hiện tượng xảy ra khi có 2 hay nhiều điều ước quốc tế cùng có thể được áp dụng để điều chỉnh một số vấn đề liên quan đến 2 hay nhiều quốc gia là thành viên và các điều ước quốc tế này lại có những quy định không giống nhau về vấn đề cần giải quyết.

2. Nguyên nhân dẫn tới hiện tượng xung đột điều ước quốc tế

Thứ nhất, xuất phát từ nguyên tắc mọi quốc gia đều có chủ quyền và chủ quyền đó là bình đẳng với nhau. Tuyên bố về các nguyên tắc cơ bản của Luật Quốc tế trong Nghị quyết 2625 năm 1970 của Đại hội đồng Liên hợp quốc: “Tất cả các quốc gia đều bình đẳng về chủ quyền. Các quốc gia bình đẳng về quyền và nghĩa vụ và là thành viên bình đẳng của cộng đồng quốc tế, bất kể khác biệt về kinh tế, xã hội, chính trị hay các khác biệt khác”. Do đó, mỗi quốc gia đều có quyền tự do tham gia ký kết các điều ước với các quốc gia và các chủ thể khác của Luật Quốc tế. Do nguyên tắc bình đẳng chủ quyền của các quốc gia đã dẫn tới hệ quả có thể xuất hiện một số điều ước quốc tế xung đột nhau [6]. Cũng vì vậy khiến cho việc giải quyết các xung đột này trở nên khó khăn và phức tạp hơn so với việc giải quyết các xung đột pháp luật trong nội bộ 1 quốc gia.

Thứ hai, hiện nay các mối quan hệ giữa các chủ thể luật quốc tế và sự đa dạng về mục đích khi ký kết điều ước trong các lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hóa,... khác nhau của các chủ thể luật quốc tế trong từng giai đoạn lịch sử khá phức tạp. Cấp độ lợi ích, phạm vi hợp tác của mỗi quốc gia cũng rất đa dạng. Mặt khác, chính sách duy trì và củng cố các mối quan hệ truyền thống, hình thành các mối quan hệ đối tác chiến lược ổn định lâu dài của mỗi quốc gia trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng trong mỗi giai đoạn của quá trình phát triển cũng được xây dựng rất linh hoạt và mềm dẻo. Vì vậy, tất cả những điều này sẽ trực tiếp tác động tới nội dung của từng quy phạm trong các điều ước.

3. Phân loại điều ước quốc tế

Tùy vào các căn cứ được sử dụng để phân loại xung đột điều ước quốc tế mà khả năng xung đột điều ước quốc tế có các dạng khác nhau. C. Brière chia xung đột điều ước quốc tế làm 2 loại là xung đột điều ước quốc tế có cùng chủ thể ký kết và xung đột điều ước quốc tế có các chủ thể ký kết khác nhau. Có thể minh họa như sau: Loại xung đột điều ước quốc tế thứ nhất xảy ra khi 1 quốc gia A ký kết 2 điều ước A-B-1 và A-B-2 với quốc gia B; và có sự

mâu thuẫn trong quy định của điều ước A-B-1 với điều ước A-B-2. Loại xung đột điều ước quốc tế thứ hai xảy ra khi quốc gia A ký kết điều ước A-B với quốc gia B và điều ước A-C với quốc gia C; và có sự khác nhau về quyền và nghĩa vụ của A, B hay C giữa 2 điều ước A-B và A-C [5].

Ngoài ra, tùy theo loại điều ước quốc tế có thể có xung đột giữa điều ước quốc tế về nội dung và điều ước quốc tế về xung đột luật; giữa điều ước quốc tế thuộc công pháp quốc tế và điều ước quốc tế thuộc tư pháp quốc tế; giữa điều ước quốc tế đa phương và điều ước quốc tế song phương; giữa điều ước quốc tế ra đời trước và điều ước quốc tế ra đời sau; giữa điều ước quốc tế chung và điều ước quốc tế làm rõ việc thi hành.

Việc rà soát, nhận diện và phân tích khả năng xung đột giữa tất cả các loại điều ước quốc tế là một công việc phức tạp. Vì vậy, tác giả trong bài viết này chỉ tập trung các xung đột điều ước quốc tế theo quy định của Công ước Viên về Luật điều ước quốc tế năm 1969 (Công ước được đông đảo các quốc gia trên thế giới tham gia, trong đó có Việt Nam).

4. Giải quyết xung đột điều ước quốc tế theo quy định của Công ước Viên về Luật Điều ước quốc tế năm 1969

Theo pháp luật Việt Nam, liên quan đến việc giải quyết xung đột điều ước quốc tế, Điều 3 Luật Điều ước quốc tế năm 2016 đặt ra nguyên tắc cơ bản là: Việc ký kết và thực hiện điều ước quốc tế, phải “tuân thủ điều ước quốc tế, mà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên” (khoản 4). Điều đó cũng có nghĩa, khi có xung đột giữa các điều ước quốc tế thì Công ước Viên về Luật Điều ước quốc tế năm 1969 được áp dụng để giải quyết.

Công ước Viên về Luật Điều ước quốc tế năm 1969 là nỗ lực có quy mô lớn nhất trong việc pháp điển hóa các điều ước quốc tế và giải quyết vấn đề xung đột điều ước quốc tế. Tính đến nay đã có 114 quốc gia là thành viên của Công ước này (Việt Nam gia nhập Công ước này từ tháng 10 năm 2001) [3]. Một trong những cách thức giải quyết xung đột điều ước quốc tế được Công ước quy định tại Điều 30 về việc “Áp dụng các điều ước nối tiếp nhau liên quan đến cùng một vấn đề”.

Thứ nhất, khoản 1 Điều 30 xác lập một nguyên tắc rằng, các quy định được ghi nhận ở Điều 30 sẽ áp dụng vào trường hợp điều ước quốc tế cùng điều chỉnh một vấn đề, trừ trường hợp được trừ định ở Điều 103 Hiến chương Liên hợp quốc.

Điều 103 quy định Hiến chương có vị trí đặc biệt “cao” hơn, “ưu tiên” hơn hẳn so với tất cả các điều ước quốc tế khác: “Trong trường hợp có sự xung đột giữa nghĩa vụ của các thành viên Liên hợp quốc theo Hiến chương này và nghĩa vụ theo bất cứ một thỏa thuận quốc tế nào khác thì nghĩa vụ theo Hiến chương này sẽ được ưu tiên hơn”. Như vậy, trong quan hệ điều ước giữa 193 quốc gia là thành viên của Liên hợp quốc, trong mọi trường hợp xung đột giữa Hiến chương và các điều ước quốc tế khác, các quốc gia sẽ phải thực thi Hiến chương. Việc không thực thi nghĩa vụ trong các điều ước khác không được xem là vi phạm và không làm phát sinh trách nhiệm pháp lý cho quốc gia liên quan.

Thứ hai, khoản 3 Điều 30 Công ước Viên ghi nhận một quy định có nguồn gốc từ pháp luật quốc gia - nguyên tắc *lex posterior derogate legi priori*: luật ra đời sau được ưu tiên so với luật ra đời trước. Khi các quốc gia là thành viên của một điều ước quốc tế ra đời trước đồng thời cũng là thành viên của một điều ước ra đời sau đó, mà điều ước ra đời trước không bị hủy bỏ hay đình chỉ thi hành, thì điều ước ra đời trước đó chỉ có thể áp dụng trong chừng mực phù hợp với điều ước ra đời sau. Ví dụ, Canada và Đan Mạch là thành viên của Công ước Geneva về Thềm lục địa năm 1958 và Công ước Luật Biển năm 1982 (UNCLOS), cả hai Công ước này đều đang có hiệu lực, nhưng Công ước Geneva chỉ được áp dụng trong quan hệ 2 nước nếu các quy định trong đó không trái với UNCLOS. Định nghĩa về thềm lục địa trong 2 Công ước khác nhau, do đó, định nghĩa trong UNCLOS sẽ được áp dụng.

Thứ ba, khoản 4 Điều 30 quy định trường hợp đặc biệt khi 1 quốc gia đồng thời là thành viên của 2 điều ước, nhưng 1 quốc gia khác chỉ là thành viên của 1 trong 2 điều ước. Khi đó, đối với quốc gia đồng thời là thành viên của 2 điều ước, điều ước nào mà cả 2 nước cùng là thành viên sẽ được áp

dụng, bất kể điều ước đó ra đời trước hay sau [1]. Ví dụ, Canada và Mỹ đều là thành viên của Công ước Geneva về Thềm lục địa năm 1958. Canada là thành viên của UNCLOS, nhưng Mỹ thì không. Như vậy, trừ khi có quy định tập quán khác, trong quan hệ giữa Canada và Mỹ, Canada phải áp dụng Công ước Geneva năm 1958.

Thứ tư, khoản 5 Điều 30 ghi nhận các quy định xác định ưu tiên ở khoản 4 không ảnh hưởng đến vấn đề trách nhiệm pháp lý. Nếu việc áp dụng 1 điều ước dẫn đến vi phạm quyền của 1 quốc gia khác, quốc gia bị vi phạm có quyền yêu cầu quốc gia vi phạm chịu trách nhiệm pháp lý quốc tế [4].

Cuối cùng, một quy định khác cũng đôi khi được áp dụng, nhưng không được ghi nhận trong Công ước Viên về Luật Điều ước quốc tế năm 1969, để giải quyết xung đột giữa những điều ước quốc tế về cùng 1 vấn đề là nguyên tắc *lex specialis derogate legi generali*: luật cụ thể được ưu tiên so với luật chung. Nguyên tắc này có thể được hiểu theo 2 cách²: *Một là*, quy định cụ thể được xem là nội hàm được cụ thể hóa của quy định chung khi áp dụng vào 1 tình huống cụ thể. *Hai là*, quy định cụ thể được xem là 1 ngoại lệ của quy định chung. Khác với nguyên tắc *lex posterior*, việc xác định 1 điều ước là “chung” hay “cụ thể” không phải dễ dàng.

Như vậy, có nhiều cách thức để giải quyết các xung đột điều ước quốc tế trong thực tiễn. Tuy nhiên, theo tác giả, việc vận dụng các nguyên tắc giải quyết xung đột điều ước quốc tế cần linh hoạt, không nên áp dụng cứng nhắc 1 nguyên tắc nào đó, mà cần tính đến các hoàn cảnh cụ thể của từng xung đột; Đồng thời, kết hợp với biện pháp đàm phán chính trị, ngoại giao để giải quyết, bởi biện pháp đàm phán ngoại giao có ưu điểm nếu đạt được đồng thuận, sẽ không đặt ra vấn đề về trách nhiệm của Nhà nước khi không tuân thủ cam kết quốc tế ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Bài thực hiện trong khuôn khổ đề tài cấp cơ sở năm 2021, “Giải quyết xung đột nghĩa vụ trong thực hiện các cam kết quốc tế về tự do hóa thương mại”, của Viện Nhà nước và Pháp luật, Chủ nhiệm đề tài: ThS. Phạm Hồng Nhật.

²Report of the Study Group of the International Law Commission, Fragmentation of International Law: Difficulties arising from the diversification and expansion of international law, (2006) Doc. A/CN.4/L.682 35 [56] xem tại http://legal.un.org/ilc/documentation/english/a_cn4_l682.pdf.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Công ước Viên năm 1969, <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Cong-uoc-Vien-Luat-Dieu-uoc-quoc-te-23-05-1969-27-01-1980-86933.aspx>.
2. CPTPP: Cam kết thuế quan của Chile đối với dệt may Việt Nam, <http://hoinhap.org.vn/chuyen-de/hiiep-dinh-da-ky-ke/51-cptpp/28407-cptpp-cam-ke-thue-quan-cua-chlie-doi-voi-det-may-viet-nam.html>.
3. Danh sách các quốc gia thành viên của Công ước Viên, xem tại: https://treaties.un.org/Pages/ViewDetailsIII.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=XXIII-1&chapter=23&Temp=mtdsg3&clang=_en.
4. ILC, Draft Articles on the Law of Treaties (1966), in trong ILC, Yearbook of the International Law Commission 1966, vol. II (United Nations 1967) 217 [11].
5. Ngô Quốc Chiến (2017), Xung đột điều ước quốc tế và hướng giải quyết, *Tạp chí Nhà nước và Pháp luật*, 2/2017, tr. 75-76.
6. Nguyễn Thị Thuận, Giải quyết xung đột về hiệu lực áp dụng giữa các điều ước quốc tế, *Tạp chí Luật học*, số 6, năm 2005, tr.52.
7. Report of the Study Group of the International Law Commission, Fragmentation of International Law: Difficulties arising from the diversification and expansion of international law, (2006) Doc. A/CN.4/L.682 35 [56] xem tại http://legal.un.org/ilc/documentation/english/a_cn4_l682.pdf.

Ngày nhận bài: 3/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM HỒNG NHẬT

Viện Nhà nước và Pháp luật

RESOLVING CONFLICTS OF TREATIES

● Master. **PHAM HONG NHAT**
Institute of State and Law

ABSTRACT:

In the context of globalization and international integration, the participation into bilateral and multilateral international treaties is an urgent need of many countries. Therefore, some conflict situations could arise when a country implement different international treaties. This paper analyzes the conflicts between treaties with four following contents: An overview of conflicts of treaties, Causes of conflicts of treaties, Types of treaties, and Resolving conflicts of treaties under the 1969 Vienna Convention on the Law of Treaties.

Keywords: international treaties, conflict settlement, the Vienna conventions, the Law of Treaties.

THAY ĐỔI CÁCH TIẾP CẬN KIỂM SOÁT TẬP TRUNG KINH TẾ - NHỮNG THUẬN LỢI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CƠ QUAN THỰC THI

● PHẠM VĂN CAO

TÓM TẮT:

Luật Cạnh tranh 2018 đã thay đổi hoàn toàn cách thức tiếp cận kiểm soát tập trung kinh tế. Số lượng giao dịch tập trung kinh tế tăng lên. Cơ quan cạnh tranh được trao công cụ để có những đánh giá sâu hơn, toàn diện hơn đối với một giao dịch tập trung kinh tế. Tuy nhiên, cũng xuất hiện những khó khăn, thách thức mới đối với cơ quan thực thi trong quá trình thực hiện việc kiểm soát các giao dịch này. Do vậy, bài viết sẽ nêu rõ các thuận lợi và thách thức đối với cơ quan cạnh tranh và đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thực thi các quy định mới về kiểm soát tập trung kinh tế.

Từ khóa: Luật Cạnh tranh 2018, tập trung kinh tế, cơ quan cạnh tranh.

1. Những thay đổi trong cách thức tiếp cận kiểm soát tập trung kinh tế

Sau gần 15 năm thực thi, Luật Cạnh tranh năm 2004 đã được thay thế bởi Luật Cạnh tranh năm 2018 với nhiều thay đổi cơ bản về cách thức tiếp cận và điều chỉnh đối với các vấn đề về cạnh tranh. Một trong những chế định có sự thay đổi đáng kể nhất là chế định về kiểm soát tập trung kinh tế.

Luật Cạnh tranh 2004 đã gặp trở ngại lớn về vấn đề ngưỡng thông báo tập trung kinh tế và cách thức kiểm soát các giao dịch tập trung kinh tế. Theo đó, tiêu chí thị phần được sử dụng để làm cơ sở xác định một giao dịch tập trung kinh tế có thuộc diện bị cấm hay không, hay ở mức độ thấp hơn là có thuộc diện phải thông báo với cơ quan cạnh tranh để đánh giá hay không. Với việc quy định các ngưỡng thị phần cố định làm cơ sở xác định cấm hay kiểm soát đối với các giao dịch tập

trung kinh tế, các doanh nghiệp (DN) có cơ sở để cho rằng bản thân DN không xác định được thị phần của mình hoặc tự xác định mức thị phần thấp hơn ngưỡng cấm hay ngưỡng thông báo, theo đó không thông báo với cơ quan cạnh tranh mà mặc nhiên thực hiện giao dịch. Về phía cơ quan cạnh tranh, mặc dù có thể dự báo một giao dịch tập trung nào đó có tác động tiêu cực đến thị trường và các bên liên quan không thực hiện thủ tục thông báo, nhưng cơ quan cạnh tranh cũng khó có thể truy cứu trách nhiệm trong các trường hợp này. Chính vì vậy, số lượng các vụ việc tập trung kinh tế được thông báo đến cơ quan cạnh tranh để xem xét, đánh giá trong những năm vừa qua là không nhiều. Theo báo cáo kết quả 10 năm thực thi Luật Cạnh tranh của Việt Nam, từ năm 2005 đến năm 2015 chỉ có 28 vụ việc tập trung kinh tế được thông báo chính thức đến cơ quan cạnh tranh, ngoài ra có thêm 44 vụ việc tham vấn. Vai

trò của Luật Cạnh tranh trong việc kiểm soát giao dịch tập trung kinh tế, hạn chế các rủi ro cho thị trường không được thể hiện rõ.

Năm 2018, Luật Cạnh tranh mới được ban hành đã khắc phục cơ bản những vướng mắc nêu trên. Theo đó, ngưỡng thông báo tập trung kinh tế không chỉ còn là thị phần mà bao gồm cả giá trị giao dịch, tổng tài sản hay tổng doanh thu của các bên liên quan trên thị trường. Các ngưỡng này được quy định cụ thể tại Nghị định số 35/2020/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật cạnh tranh: (Bảng 1)

Không chỉ thay đổi về quy định ngưỡng thông báo, Luật cũng có những quy định mới về cách thức đánh giá các giao dịch tập trung kinh tế và cả quy trình đánh giá của cơ quan cạnh tranh.

Về cách thức đánh giá, cơ quan cạnh tranh không chỉ đánh giá ngưỡng số liệu một cách đơn thuần để quyết định giao dịch có thuộc diện bị cấm hay không mà sẽ đánh giá tác động tổng thể của một giao dịch tập trung kinh tế dựa trên các tiêu chí khác nhau. Theo quy định mới, một giao dịch tập trung kinh tế có thể gây tác động hoặc có khả năng gây tác động hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể nhưng sẽ được chấp thuận thực hiện nếu kèm theo một số điều kiện nhất định. Các

biện pháp này được quy định rõ tại Điều 42. Theo quy trình mới, cơ quan cạnh tranh sẽ thực hiện trước bước sàng lọc ban đầu đối với các giao dịch tập trung kinh tế được thông báo, hay còn gọi là thẩm định sơ bộ. Trường hợp giao dịch không có vấn đề sẽ được thông qua, còn nếu nghi ngại có vấn đề về cạnh tranh sẽ chuyển sang giai đoạn thẩm định chính thức.

2. Những thuận lợi trong quá trình thực thi quy định mới về kiểm soát tập trung kinh tế

Thời gian gần đây, các ngành chủ yếu thu hút các thương vụ M&A tại Việt Nam là bất động sản, tài chính - ngân hàng, công nghiệp, bán lẻ. Bên cạnh đó, những lĩnh vực có thương vụ đáng chú ý bao gồm logistics, nông nghiệp, dược phẩm - y tế, xây dựng. Bên cạnh đó, các thương vụ M&A được thực hiện trong khá nhiều lĩnh vực của nền kinh tế, như: bia, nước giải khát, sữa, giấy, thực phẩm chế biến, bánh kẹo, thủy sản, vật liệu xây dựng,...

Với việc áp dụng nhiều tiêu chí khác nhau, việc nhận diện các giao dịch thuộc diện phải thông báo với cơ quan cạnh tranh trở nên rất rõ ràng. Theo đó, cộng đồng DN sẽ thuận lợi trong việc tuân thủ pháp luật, cơ quan quản lý cũng không gặp khó khăn trong công tác giám sát, quản lý các giao dịch tập trung kinh tế trên thị trường.

Bảng 1. Các ngưỡng thông báo tập trung kinh tế tại Nghị định số 35/2020/NĐ-CP

Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp	Tổng tài sản	Tổng doanh thu	Giá trị giao dịch	Thị phần kết hợp
Tất cả doanh nghiệp (trừ tổ chức tín dụng, doanh nghiệp bảo hiểm, công ty chứng khoán)	≥ 3.000 tỷ đồng	≥ 3.000 tỷ đồng	≥ 1.000 tỷ đồng	Từ 20% trở lên trên thị trường liên quan
Doanh nghiệp bảo hiểm	≥ 15.000 tỷ đồng	≥ 10.000 tỷ đồng	≥ 3.000 tỷ đồng	Từ 20% trở lên trên thị trường liên quan
Doanh nghiệp chứng khoán	≥ 15.000 tỷ đồng	≥ 3.000 tỷ đồng	≥ 3.000 tỷ đồng	Từ 20% trở lên trên thị trường liên quan
Tổ chức tín dụng	Đạt từ 20% trở lên trên tổng tài sản của hệ thống các tổ chức tín dụng trên thị trường Việt Nam	Đạt từ 20% trở lên trên tổng doanh thu của hệ thống các tổ chức tín dụng trên thị trường Việt Nam	Từ 20% trên tổng vốn điều lệ của hệ thống các tổ chức tín dụng	Từ 20% trở lên trên thị trường liên quan

Quy định này đã cho thấy tính hiệu quả với việc số lượng các thông báo tập trung kinh tế gửi đến cơ quan cạnh tranh đã gia tăng đáng kể từ thời điểm Luật Cạnh tranh 2018 có hiệu lực thi hành. Chỉ trong 2 năm đầu thực thi Luật Cạnh tranh 2018, đã có 125 hồ sơ thông báo tập trung kinh tế gửi đến cơ quan cạnh tranh, gấp 3 lần tổng số hồ sơ trong 14 năm thực thi Luật Cạnh tranh 2004.

Việc quy định rõ các thời hạn, quy trình, đặc biệt là có giai đoạn sàng lọc sơ bộ, cũng giúp cơ quan cạnh tranh thuận lợi hơn trong quá trình tiếp nhận, xem xét các giao dịch tập trung kinh tế một cách hiệu quả. Theo đó, các giao dịch có ít nguy cơ gây tác động hạn chế cạnh tranh sẽ được xem xét một cách nhanh chóng, thông qua nhanh chóng, tiết kiệm được thời gian công sức cho cả cơ quan cạnh tranh và DN liên quan. Trong khi đó, các giao dịch có nguy cơ cao hơn sẽ được chọn lọc để đánh giá chi tiết, cụ thể hơn. Theo đó, cơ quan cạnh tranh sẽ chủ động trong việc bố trí nguồn lực, các vụ việc cần được đánh giá sẽ được đánh giá một cách kỹ lưỡng và có trọng tâm hơn.

Cơ chế đánh giá theo Luật Cạnh tranh 2018 cũng giúp cơ quan cạnh tranh có nhiều quyền chủ động hơn trong việc đánh giá tác động của một giao dịch tập trung kinh tế. Theo đó, các vụ việc không được đánh giá một cách đơn thuần dựa trên số liệu đã được đánh giá trên cơ sở nhiều tiêu chí tổng thể khác nhau, từ đó đưa ra nhận định về tác động tổng thể của giao dịch, bao gồm cả tác động tích cực và tác động hạn chế cạnh tranh. Đồng thời, cơ quan cạnh tranh cũng có sự chủ động nhất định trong việc quyết định các điều kiện kèm theo các giao dịch tập trung kinh tế có thể có tác động hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể.

3. Những thách thức trong quá trình thực thi quy định mới về kiểm soát tập trung kinh tế

3.1. Đánh giá tác động của giao dịch tập trung kinh tế dựa trên các tiêu chí định tính

Việc Luật Cạnh tranh giao quyền chủ động đánh giá cho cơ quan cạnh tranh là một thuận lợi nhưng đồng thời cũng là thách thức lớn trong việc đưa ra các nhận định về tác động tiềm năng của các giao dịch tập trung kinh tế.

Các yếu tố được sử dụng làm tiêu chí đánh giá một giao dịch tập trung kinh tế tại khoản 1 Điều 31 Luật Cạnh tranh gồm nhiều tiêu chí, bên cạnh một số tiêu chí định lượng còn có nhiều tiêu chí

định tính như mối quan hệ của các DN tham gia tập trung kinh tế, lợi thế cạnh tranh do tập trung kinh tế mang lại, khả năng DN sau tập trung kinh tế tăng giá hoặc tăng tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu một cách đáng kể,...

Các yếu tố đánh giá tác động tích cực của giao dịch tập trung kinh tế tại khoản 1 Điều 32 Luật Cạnh tranh cũng bao gồm các yếu tố định tính, như: tác động tích cực đến việc phát triển của ngành, lĩnh vực và khoa học, công nghệ theo chiến lược, quy hoạch của Nhà nước; tác động tích cực đến việc phát triển DN nhỏ và vừa; tăng cường sức cạnh tranh của DN Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Nghị định số 35/2020/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh cũng không định lượng cụ thể các yếu tố này. Như vậy, việc hiểu và đánh giá dựa trên các tiêu chí này phụ thuộc nhiều vào quan điểm, góc nhìn của cơ quan cạnh tranh.

Với việc đa số các tiêu chí đánh giá “có tác động hoặc có khả năng gây tác động hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể” không được định lượng cụ thể mà chỉ là các tiêu chí định tính, cơ quan cạnh tranh sẽ phải đảm bảo đánh giá của mình đối với giao dịch là chính xác, khách quan và đủ thuyết phục. Trường hợp cho rằng quyết định của cơ quan cạnh tranh không chính xác, trái pháp luật và xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp của mình, các bên tham gia giao dịch tập trung kinh tế có thể khiếu nại theo pháp luật về khiếu nại hành chính. Trong trường hợp này, cơ quan cạnh tranh không còn là người chủ động quyết định mà phải đưa ra lập luận để bảo vệ quan điểm của mình và điều này sẽ không dễ dàng khi chỉ dựa trên cơ sở các nhận định thiếu tính định lượng cụ thể.

3.2. Xác định điều kiện kèm theo giao dịch tập trung kinh tế có điều kiện

Như đã nêu ở trên, Luật Cạnh tranh 2018 đã có cách tiếp cận rất tiến bộ, được sử dụng phổ biến trong pháp luật kiểm soát tập trung kinh tế của nhiều quốc gia trên thế giới, đó là cho phép thực hiện giao dịch tập trung kinh tế gắn với những điều kiện nhất định. Theo đó, để tạo điều kiện cho các DN đạt được mong muốn của mình nhằm tối đa hóa lợi ích, một giao dịch tập trung kinh tế được xác định là có khả năng gây hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể nhưng vẫn được thực hiện nếu kèm theo các biện pháp, hay còn gọi là các điều

kiện, nhằm làm suy giảm hay loại bỏ tác động tiêu cực đó.

Cũng như các tiêu chí đánh giá một giao dịch tập trung kinh tế, các điều kiện kèm theo giao dịch tập trung kinh tế có điều kiện này cũng được quy định một cách định tính và việc cụ thể hóa các điều kiện này phụ thuộc vào quan điểm của cơ quan cạnh tranh. Luật chỉ quy định mục đích của các giải pháp, còn giải pháp cụ thể thế nào lại do cơ quan cạnh tranh toàn quyền xác định và quyết định. Theo đó, nếu không cẩn trọng, cơ quan cạnh tranh có thể sẽ đưa ra các điều kiện không đủ chặt chẽ, dẫn đến việc cho phép thực hiện giao dịch tập trung kinh tế, nhưng sau đó thị trường lại xảy ra các vấn đề hạn chế cạnh tranh, ảnh hưởng đến quyền lợi của người tiêu dùng.

3.3. Áp lực về thời gian

Việc đánh giá một giao dịch kinh tế dựa trên các yếu tố định tính như trên đã là một thách thức với cơ quan thực thi. Bên cạnh đó, quy định hạn chế về thời gian giải quyết cũng là một thách thức rất lớn.

Nhiều quốc gia trên thế giới không quy định thời hạn cho việc xem xét một giao dịch tập trung kinh tế của cơ quan cạnh tranh. Tuy nhiên, với thông lệ, các thủ tục phải được quy định rõ ràng về quy trình và thời hạn nhằm hạn chế nguy cơ tùy tiện của cơ quan thực thi, pháp luật Việt Nam đặt ra những giới hạn về thời gian rất hạn chế cho việc giải quyết vấn đề này.

Theo quy định, thời gian cho giai đoạn thẩm định sơ bộ là 30 ngày kể từ ngày nhận hồ sơ. Thời gian thẩm định chính thức là 90 ngày và trong trường hợp phức tạp có thể gia hạn thêm 60 ngày. Nếu nhìn nhận dưới góc độ giải quyết thủ tục hành chính đơn thuần, các thời hạn này có vẻ như khá dài. Tuy nhiên, việc đánh giá một giao dịch tập trung kinh tế thực sự rất phức tạp và cần nhiều thời gian. Không chỉ xem xét hồ sơ do DN cung cấp, cơ quan cạnh tranh còn phải tiến hành nhiều biện pháp khác phục vụ cho quá trình thẩm định như thu thập số liệu thị trường, làm việc với các bên liên quan, tham vấn ý kiến các chuyên gia,...

Các thời hạn này sẽ trở nên càng áp lực hơn khi số lượng hồ sơ thông báo tập trung kinh tế tăng lên trong những thời điểm nhất định.

3.4. Hạn chế về nguồn nhân lực

Bên cạnh áp lực về nội dung đánh giá và áp lực về thời gian, vấn đề nguồn nhân lực cũng là một

khó khăn đối với cơ quan cạnh tranh. Trong bối cảnh số lượng hồ sơ thông báo tập trung kinh tế ngày càng tăng, nhưng số lượng cán bộ thực hiện công tác này không tăng lên tương ứng, việc giải quyết tất cả các hồ sơ, đảm bảo chất lượng và thời hạn sẽ là một thách thức lớn lao.

4. Giải pháp nâng cao hiệu quả kiểm soát tập trung kinh tế

Luật Cạnh tranh đã được sửa đổi và ban hành mới vào năm 2018. Nghị định quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật đã được ban hành vào năm 2020. Như vậy, các quy định pháp luật về kiểm soát tập trung kinh tế đều mới được ban hành và sẽ phải trải qua khoảng thời gian nhất định để thực thi trước khi tính đến việc sửa đổi, bổ sung hay hoàn thiện. Do đó, các giải pháp nâng cao hiệu quả kiểm soát các giao dịch tập trung kinh tế chủ yếu tập trung vào khâu thực thi. Theo tác giả, cơ quan cạnh tranh cần tập trung vào một số giải pháp sau đây để đảm bảo và nâng cao hiệu quả thực thi các quy định về kiểm soát tập trung kinh tế theo quy định của Luật Cạnh tranh.

Thứ nhất, ban hành một hướng dẫn chung về cách thức đánh giá một giao dịch tập trung kinh tế.

Hiện nay, các quy định về kiểm soát tập trung kinh tế chỉ có ở các văn bản quy phạm pháp luật ở cấp độ luật và nghị định. Tuy nhiên, như đã nêu trên, các văn bản này chỉ quy định các tiêu chí định tính, không có các tiêu chí định lượng cụ thể làm cơ sở để cơ quan cạnh tranh đánh giá các giao dịch tập trung kinh tế diễn ra dưới nhiều quy mô và hình thức khác nhau. Do đó, để đảm bảo một cách hiểu và áp dụng thống nhất, cơ quan cạnh tranh nên ban hành một hướng dẫn trong đó nêu rõ quan điểm của cơ quan cạnh tranh trong việc sử dụng các tiêu chí đã được quy định trong luật và nghị định để đánh giá các vụ việc. Ví dụ, trong việc tính toán mức độ tập trung thị trường, cơ quan cạnh tranh có thể sử dụng những phương pháp nào, tham khảo những phương pháp nào, các chỉ số định lượng trong các phương pháp đó được sử dụng như thế nào.

Hướng dẫn này tồn tại ở dạng văn bản chuyên môn của cơ quan cạnh tranh, không mang tính chất ràng buộc pháp lý. Nội dung của hướng dẫn không cố định mà có thể được cập nhật, sửa đổi theo thời gian để phù hợp với thực tiễn, đa dạng hóa các trường hợp và cập nhật theo sự thay đổi của pháp luật.

Một hướng dẫn như vậy sẽ giúp các doanh nghiệp, giới chuyên gia, tư vấn có thể dễ dàng tiếp cận và thực hiện thủ tục thông báo tập trung kinh tế đến cơ quan cạnh tranh một cách thuận lợi, thống nhất. Các chuyên gia trong lĩnh vực này hoàn toàn có thể có ý kiến góp ý để cơ quan cạnh tranh sửa đổi, hoàn thiện hướng dẫn, phục vụ cho lợi ích chung của cơ quan quản lý và cộng đồng doanh nghiệp.

Trên thế giới, có nhiều cơ quan cạnh tranh đã ban hành các hướng dẫn tương tự và đã phát huy giá trị to lớn trong quá trình thực thi pháp luật về kiểm soát tập trung kinh tế.

Thứ hai, xây dựng cơ chế phối hợp hiệu quả với các bên liên quan trong quá trình đánh giá giao dịch tập trung kinh tế.

Để tiết kiệm thời gian và đảm bảo tính đúng đắn, chính xác của các nhận định, đánh giá về các giao dịch tập trung kinh tế, cơ quan cạnh tranh cần nhờ đến sự trợ giúp của các bên liên quan trong từng vụ việc nhất định.

Giao dịch tập trung kinh tế diễn ra ở tất cả các ngành, lĩnh vực của nền kinh tế. Do đó, để đánh giá mỗi giao dịch, cơ quan cạnh tranh cần tham khảo ý kiến chuyên môn của cơ quan quản lý chuyên ngành. Đây là vấn đề rất quan trọng, giúp cho cơ quan cạnh tranh hiểu đúng, hiểu rõ về các lĩnh vực chuyên ngành, từ đó có các đánh giá, nhận định chính xác về tác động của các giao dịch tập trung kinh tế trong lĩnh vực đó. Ví dụ, khi xem xét một giao dịch tập trung kinh tế giữa các DN trong lĩnh vực ngân hàng, cơ quan cạnh tranh cần làm việc với các cơ quan chuyên môn về ngân hàng như Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam để tìm hiểu về tính chất và các vấn đề đặc thù của ngành ngân hàng.

Quá trình xem xét một giao dịch tập trung kinh tế, cơ quan cạnh tranh cũng cần tham khảo các số liệu của các cơ quan chuyên về số liệu thống kê như Tổng cục Thống kê, cơ quan hải quan, cơ quan đăng ký kinh doanh. Các cơ quan này sẽ giúp cơ quan cạnh tranh đánh giá tính chính xác của các số liệu phục vụ cho việc đánh giá một giao dịch tập trung kinh tế.

Do đó, việc xây dựng một cơ chế phối hợp có ý nghĩa rất quan trọng trong việc vận hành quy trình xem xét, đánh giá tác động của một giao dịch tập

trung kinh tế, nhất là trong bối cảnh cơ quan cạnh tranh bị giới hạn bởi thời gian thực hiện thủ tục do luật định.

Thứ ba, hoàn thiện tổ chức và bổ sung, đào tạo nguồn nhân lực cơ quan cạnh tranh.

Như đã nêu trên, nguồn nhân lực thực hiện công tác kiểm soát tập trung kinh tế của cơ quan cạnh tranh khá hạn chế, trong khi việc giải quyết các hồ sơ tập trung kinh tế chịu sự giới hạn về thời gian luật định. Do đó, việc tuyển dụng, đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thực hiện công tác kiểm soát hoạt động tập trung kinh tế của cơ quan cạnh tranh là hết sức cần thiết.

Theo đó, quá trình xây dựng và hoàn thiện tổ chức, nhân sự của cơ quan cạnh tranh, cần xây dựng bộ phận kiểm soát hoạt động tập trung kinh tế một cách chuyên nghiệp, có quy mô đáp ứng nhu cầu giải quyết các hồ sơ tập trung kinh tế với số lượng lớn.

Cơ quan cạnh tranh cũng cần chú trọng đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn cho cán bộ thực hiện công tác kiểm soát hoạt động tập trung kinh tế, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao trong việc đánh giá các vụ việc phức tạp. Đặc biệt, cần học tập kinh nghiệm của các quốc gia phát triển, đã có quá trình triển khai công tác kiểm soát hoạt động tập trung kinh tế nhiều năm như Hoa Kỳ, Nhật Bản hay Australia. Cơ quan cạnh tranh có thể xem xét đến việc cử cán bộ trực tiếp sang thực tập dài hạn tại cơ quan cạnh tranh của các quốc gia này nhằm nắm bắt không chỉ các quy định pháp luật mà còn là kỹ năng phân tích, đánh giá các giao dịch tập trung kinh tế tại các quốc gia đó.

Ngoài ra, để có thể vận hành một cơ chế kiểm soát tập trung kinh tế hiệu quả, việc nâng cao nhận thức của cộng đồng DN về pháp luật kiểm soát tập trung kinh tế cũng là một vấn đề quan trọng cần tính đến. Trước tiên, DN cần biết các trường hợp tập trung kinh tế bị cấm hoặc phải thông báo đến cơ quan cạnh tranh để tránh các vi phạm vô ý. Đồng thời, việc DN có nhận thức đầy đủ, đúng đắn về pháp luật kiểm soát tập trung kinh tế sẽ giúp cho các hồ sơ thông báo tập trung kinh tế có chất lượng tốt, số liệu chuẩn xác, tin cậy, giúp cơ quan cạnh tranh thuận lợi trong việc xác minh thông tin, số liệu, đánh giá thông tin và đưa ra quyết định ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2018). *Luật số 23/2018/QH14: Luật Cạnh tranh, ban hành ngày 12 tháng 6 năm 2018.*
2. Chính phủ (2020). *Nghị định số 35/2019/NĐ-CP ngày 24/3/2020 quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh.*
3. Bộ Công Thương (2017). *Báo cáo kết quả 10 năm thực thi Luật Cạnh tranh của Việt Nam.* Hà Nội.
4. Dự án hoàn thiện môi trường kinh doanh VIE/97/016, (2001), *Các vấn đề pháp lý và thể chế về chính sách cạnh tranh và kiểm soát độc quyền kinh doanh.*
5. Ngân hàng Thế giới (WB), Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), (2004). *Khuôn khổ cho việc xây dựng và thực thi Luật và chính sách cạnh tranh.*
6. Nhóm nghiên cứu Diễn đàn M&A - MAF Research, Viện Nghiên cứu đầu tư và mua bán doanh nghiệp CMAC (2021), *50 thương vụ đầu tư và M&A Việt Nam 2019 - 2020.*

Ngày nhận bài: 8/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM VĂN CAO

Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ Công Thương

**CHANGES IN ECONOMIC
CONCENTRATION MANAGEMENT APPROACH:
ADVANTAGES AND NEW CHALLENGES FOR
THE VIETNAM COMPETITION AND CONSUMER AUTHORITY**

● **PHAM VAN CAO, MBA**

Vietnam Competition and Consumer Protection Authority
Ministry of Industry and Trade

ABSTRACT:

The Law on Competition which is enacted in 2018 introduces a new approach on reviewing economic concentration and the number of mergers and acquisitions has increased. The law also arms the competition authority more tools to fully consider and manage mergers and acquisitions. However, the law's new approach also causes new challenges for the Vietnam Competition and Consumer Authority in controlling economic concentration transactions. This paper points out advantages and challenges for the competition authority in managing economic concentration transactions, and proposes some solutions to improve the laws enforcement efficiency.

Keywords: the 2018 Law on Competition, economic concentration, competition authority.

QUYẾT ĐỊNH HÌNH PHẠT ĐỐI VỚI TỘI CƯỚP TÀI SẢN TRONG TRƯỜNG HỢP PHẠM TỘI CÓ TỔ CHỨC THEO QUY ĐỊNH CỦA BỘ LUẬT HÌNH SỰ NĂM 2015 (SỬA ĐỔI, BỔ SUNG NĂM 2017)

● ĐOÀN TRỌNG CHÍNH

TÓM TẮT:

Hiện nay, quyết định hình phạt đối với tội phạm có tổ chức nói chung, tội cướp tài sản dưới hình thức phạm tội có tổ chức nói riêng được thực hiện tương đối nhiều. Tuy nhiên, trên thực tế, có những hạn chế, vướng mắc về việc phân hóa trách nhiệm hình sự đối với từng người phạm tội. Trong phạm vi bài viết này, tác giả phân tích các căn cứ quyết định hình phạt, khó khăn về mặt pháp lý và hướng khắc phục khó khăn, do thiếu quy định về nguyên tắc quyết định hình phạt trong phạm tội có tổ chức.

Từ khóa: tội cướp tài sản, phạm tội có tổ chức, đồng phạm, giúp sức, hình phạt, nguyên tắc quyết định hình phạt, xúi giục, Bộ luật Hình sự năm 2015.

1. Đặt vấn đề

Quyết định hình phạt trong trường hợp phạm tội có tổ chức nói chung và trường hợp phạm tội cướp dưới hình thức phạm tội có tổ chức nói riêng là trường hợp quyết định hình phạt đặc biệt, được thực hiện bởi Tòa án sau khi xác định tội danh chung mà những người phạm tội có tổ chức đã cùng thực hiện. Trong quá trình quyết định hình phạt, Tòa án cần nhắc tính chất, mức độ nguy hiểm đặc biệt của loại tội phạm này so với các trường hợp đồng phạm khác, tính chất và mức độ tham gia phạm tội của

từng người phạm tội để quyết định miễn trách nhiệm hình sự, miễn hình phạt hoặc xác định khung hình phạt, quyết định loại hình phạt, mức hình phạt áp dụng đối với từng người phạm tội trong trường hợp phạm tội có tổ chức.

Phạm tội có tổ chức nói riêng là một hình thức đồng phạm đặc biệt. Những đặc điểm riêng biệt đó quyết định tính đặc thù của việc quyết định hình phạt đối với những người đồng phạm. Trong trường hợp phạm tội có tổ chức, những người cùng thực hiện tội phạm cố ý cùng thực hiện một tội

phạm đã làm cho tội phạm thay đổi về chất và làm tăng tính nguy hiểm cho xã hội của hành vi hơn hẳn tội phạm được thực hiện riêng lẻ. Bên cạnh đó, tuy cùng thực hiện một tội phạm, nhưng mức độ thực hiện của mỗi cá nhân khác nhau, nhân thân của mỗi người khác nhau, nên khi quyết định hình phạt đối với trường hợp phạm tội có tổ chức nói chung và trong trường hợp tước đoạt tài sản với tình tiết phạm tội có tổ chức nói riêng, Tòa án phải cân nhắc một cách đầy đủ và toàn diện các căn cứ.

2. Các căn cứ quyết định hình phạt đối với tội tước đoạt tài sản dưới hình thức phạm tội có tổ chức

Căn cứ thứ nhất, các quy định của Bộ luật Hình sự (BLHS). Trước hết, Tòa án dựa vào căn cứ quyết định hình phạt chung quy định tại Điều 50 BLHS năm 2015 sửa đổi, bổ sung (SĐ, BS) năm 2017, chế tài được quy định tại Khoản 2 Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017), các quy định khác về quyết định hình phạt chung được áp dụng cho trường hợp đồng phạm, quy định tại Điều 58 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017) đối với trường hợp đồng phạm.

Căn cứ thứ hai, tính chất, mức độ nguy hiểm cho xã hội của hành vi phạm tội. Tòa án phải xem xét tính chất, mức độ nguy hiểm cho xã hội của hành vi phạm tội chung của tất cả những người đồng phạm. Tuy nhiên, tính chất và mức độ tham gia của mỗi người là khác nhau, nên tính chất và mức độ nguy hiểm cho xã hội trong hành vi của từng người đồng phạm khác nhau và trách nhiệm hình sự là trách nhiệm cá nhân, nên đòi hỏi Tòa án phải xem xét tính chất, mức độ tham gia của mỗi người. Điều này được quyết định bởi vai trò mà người đồng phạm đảm nhận, tác dụng hành vi của người đó đối với hoạt động phạm tội chung của cả nhóm. Xác định tính chất tham gia phạm tội của từng người đồng phạm trong phạm tội có tổ chức chính là xác định người đồng phạm đó đóng vai trò như thế nào trong vụ án, là người tổ chức, xúi giục, giúp sức hay thực hành. Mỗi vai trò tham gia của người đồng phạm có tính nguy hiểm khác nhau. Có thể người tổ chức, cầm đầu, chỉ huy, xúi giục có vai trò nguy hiểm hơn vai trò của người khác, lúc đó hình phạt được quyết định cho những người này phải nghiêm khắc hơn.

Tùy mỗi trường hợp cụ thể, vai trò của mỗi người trong đồng phạm có lúc này hoặc lúc khác là nguy hiểm hoặc không nguy hiểm hơn vai trò của những người đồng phạm khác.

Căn cứ thứ ba, các tình tiết giảm nhẹ, tăng nặng trách nhiệm hình sự. Các tình tiết tăng nặng, giảm nhẹ trách nhiệm hình sự có liên quan đến hành vi và nhân thân của cá nhân mỗi người đồng phạm nên nó chỉ được áp dụng đối với chính cá nhân người đồng phạm có tình tiết đó mà không liên quan đến những người đồng phạm khác. Tuy nhiên, đối với các tình tiết tăng nặng hoặc giảm nhẹ trách nhiệm hình sự chung của vụ án mà tất cả những người đồng phạm đều biết thì áp dụng chung cho tất cả, ví dụ như tình tiết lợi dụng thiên tai, dịch bệnh; phạm tội đối với người dưới 16 tuổi;...

Căn cứ thứ tư, nhân thân người phạm tội. Tòa án phải cân nhắc nhân thân của từng người đồng phạm để từ đó quyết định hình phạt với từng người đồng phạm, vì nhân thân của mỗi người đồng phạm làm ảnh hưởng đến tính chất, mức độ nguy hiểm cho xã hội trong hành vi của người đồng phạm đó mà thôi.

Việc quyết định hình phạt trong trường hợp phạm tội có tổ chức nói chung, tước đoạt tài sản dưới hình thức phạm tội có tổ chức nói riêng phải đảm bảo đúng quy định của pháp luật, nhằm đảm bảo nhiều yêu cầu, trong đó có yêu cầu về việc áp dụng hình phạt đối với những người đồng phạm phải chính xác, phù hợp với tính chất mức độ nguy hiểm của hành vi, vai trò trong việc thực hiện hành vi phạm tội và nhân thân của mỗi người. Trong vụ án tước đoạt tài sản dưới hình thức phạm tội có tổ chức, dù với vai trò nào (người tổ chức, người thực hành, người xúi giục hay người giúp sức) thì tất cả những người phạm tội trong vụ án đều bị áp dụng tình tiết tăng nặng là “phạm tội có tổ chức”. Tuy nhiên, mức độ tăng nặng trách nhiệm hình sự cụ thể đối với từng người tùy thuộc vào vai trò của họ trong vụ án. Trách nhiệm hình sự của những người đồng phạm nói chung và những người phạm tội có tổ chức nói riêng không phải và không thể ngang bằng nhau, thể hiện qua việc hình phạt áp dụng đối với mỗi người là khác nhau, thực hiện nguyên tắc cá thể hóa và phân hóa trách nhiệm hình sự và hình phạt đối với mỗi

người đồng phạm. Với cách phân loại những người đồng phạm theo Luật Hình sự Việt Nam hiện hành thì trong số những người đồng phạm, người tổ chức chịu trách nhiệm hình sự ở mức cao nhất. BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017) cũng đã thể hiện quy định này trong nguyên tắc xử lý tại Điểm a Khoản 1 Điều 3 “nghiêm trị người chủ mưu, cầm đầu, chỉ huy,...”. Vì vậy, khi quyết định hình phạt, mức hình phạt của người tổ chức trong tội cướp tài sản thường không thấp hơn người thực hành, người xúi giục hoặc người giúp sức nếu các tình tiết khác của vụ án như nhau. Nói như thế bởi, trong trường hợp dù là người chủ mưu, cầm đầu, chỉ huy nhưng người này lại có nhiều tình tiết giảm nhẹ được áp dụng cho cá nhân họ, thì hình phạt đối với họ có thể được cân nhắc và có thể nhẹ hơn những người đồng phạm khác. Điều này do nguyên tắc phân hóa trách nhiệm hình sự trong luật và cá thể hóa trách nhiệm hình sự trong áp dụng. Tuy nhiên, trên thực tế, nhiều trường hợp phạm tội có tổ chức vai trò của người tổ chức lại thường đặc biệt nguy hiểm. Theo đó, người tổ chức được xác định là người nguy hiểm hơn cả, nên bị xử lý nghiêm khắc nhất. Còn đối với người xúi giục, người giúp sức, người thực hành vẫn chưa có quy định cụ thể. Vì vậy, trong khi áp dụng hình phạt đối với những người đồng phạm trong một số vụ án phạm tội có tổ chức nói chung và cướp tài sản dưới hình thức phạm tội có tổ chức nói riêng vẫn tồn tại sai sót, áp dụng không thống nhất, quyết định hình phạt nhẹ hoặc quá nặng, chưa công bằng giữa người chủ mưu cầm đầu, chỉ huy và những người đồng phạm khác dẫn đến quyết định hình phạt chưa chính xác, không đảm bảo tính răn đe, phòng ngừa tội phạm. Ví dụ như trong vụ án sau: Do không có tiền ăn chơi, Vũ Xuân T rủ rê Nguyễn Văn G, Nguyễn Tất M, Hoàng Thanh S đi cướp tài sản của các lái xe taxi. Trước khi thực hiện hành vi phạm tội, T và G đã chủ động bàn bạc kế hoạch thực hiện hành vi phạm tội, thuê xe taxi từ thành phố Hồ Chí Minh đi Long An, đến chỗ vắng để thực hiện tội phạm và phân công: Nguyễn Văn G ngồi ghế phụ cạnh lái xe để chỉ đường, tắt khóa điện, giật phanh tay ô tô; Vũ Xuân T ngồi ghế sau, phía sau lái xe

dùng dao khống chế, đe dọa; Nguyễn Tất M, Hoàng Thanh S ngồi ghế sau cạnh T hỗ trợ, khống chế lái xe và cùng đồng bọn chiếm đoạt tài sản. Thực hiện kế hoạch đã bàn bạc, trong 2 ngày, cả bọn đã thực hiện trót lọt 2 lần phạm tội với phương thức thực hiện hành vi tương tự nhau: dùng dao khống chế, dùng dây điện thọc trói chân, tay, dùng áo nhét vào miệng nạn nhân và chiếm đoạt các tài sản gồm tiền mặt, điện thoại di động với tổng giá trị tài sản bị chiếm đoạt là 5.700.000 đồng của anh Nguyễn Văn L và anh Nguyễn Văn M là 2 tài xế taxi. Hành vi nêu trên của các bị cáo Vũ Xuân T, Nguyễn Văn G, Nguyễn Tất M và Hoàng Thanh S đã phạm vào tội cướp tài sản, với 2 tình tiết định khung tăng nặng là phạm tội có tổ chức và sử dụng vũ khí, phương tiện hoặc thủ đoạn nguy hiểm khác. Với các hành vi phạm tội và tội danh như trên, bản án sơ thẩm đã áp dụng Điểm a, d Khoản 2 Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017); Điểm h, s Khoản 1 Điều 51 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017); Điểm g Khoản 1 Điều 52 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017), tuyên phạt Vũ Xuân T 8 năm tù, Nguyễn Văn G 08 năm tù, Nguyễn Tất M 8 năm tù, Hoàng Thanh S 7 năm tù.

Vụ án trên cho thấy, với các yếu tố về nhân thân tương đối giống nhau, các tình tiết tăng nặng, giảm nhẹ được áp dụng giống nhau, mức hình phạt mà bản án sơ thẩm áp dụng đối với các bị cáo chưa phù hợp và chưa đảm bảo công bằng. Bởi vì: Thứ nhất, mức hình phạt đối với trường hợp phạm tội cướp tài sản dưới hình thức phạm tội có tổ chức trong trường hợp này chưa phù hợp: Trong vụ án này, hành vi phạm tội của các bị cáo thỏa mãn 2 tình tiết định khung tăng nặng quy định tại Khoản 2 Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017), nhưng mức hình phạt đối với các bị cáo chỉ ở mức tối thiểu của khung hình phạt (khung hình phạt quy định tại khoản 2 là từ 7 năm đến 15 năm); Thứ hai, mức hình phạt được áp dụng với mỗi bị cáo chưa tương xứng với tính chất, mức độ nguy hiểm do hành vi của các bị cáo gây ra, chưa phù hợp nguyên tắc phân hóa hình phạt theo vai trò, mức độ nguy hiểm của hành vi của mỗi bị cáo trong vụ án, nhất là với nguyên tắc quyết định hình phạt đối với trường hợp

đồng phạm: mức hình phạt được áp dụng đối với bị cáo T và G bằng với bị cáo M. Trong vụ án này, Vũ Xuân T, Nguyễn Văn G là 2 bị cáo giữ vai trò chính: T khởi xướng và cùng G bàn bạc kế hoạch phạm tội, rủ rê các bị cáo khác cùng thực hiện hành vi phạm tội, chuẩn bị phương tiện, phân công vai trò, vị trí cho từng bị cáo,... Bên cạnh đó, T và G là 2 bị cáo thực hiện liên tục 2 hành vi phạm tội một cách tích cực nhất. Ngoài ra, vai trò khi thực hiện hành vi phạm tội trong vụ án này của bị cáo T cao hơn bị cáo G do ban đầu T chủ động rủ rê G trước. Theo nguyên tắc quyết định hình phạt, căn cứ vào vai trò trong vụ án, bị cáo T phải chịu mức hình phạt cao nhất, sau đó là bị cáo G. Hai bị cáo này phải chịu mức hình phạt cao hơn các bị cáo khác trong vụ án mới phù hợp với vai trò người tổ chức, rủ rê, lôi kéo các bị cáo khác. Các bị cáo khác chỉ thực hiện tội phạm với vai trò người thực hành nên mức hình phạt phải chịu sẽ thấp hơn bị cáo T và G. Bên cạnh đó, mức hình phạt đối với các bị cáo nên được áp dụng ở mức cao hơn do tính chất mức độ nguy hiểm của hành vi phạm tội tương đối cao với 2 tình tiết tăng nặng định khung. Tuy nhiên, chưa có quy định của pháp luật một cách rõ ràng về việc quyết định hình phạt này. Do vậy, việc quyết định hình phạt trên thực tế phụ thuộc vào nhận định của người tiến hành tố tụng. Trong vụ án này, do nhận định chưa toàn diện, nên Hội đồng xét xử đã tuyên mức hình phạt chưa phù hợp đối với hành vi phạm tội của các bị cáo.

3. Cần bổ sung quy định về nguyên tắc quyết định hình phạt trong phạm tội có tổ chức vào phần chung của Bộ luật Hình sự hiện hành

Để đảm bảo việc quyết định hình phạt đối với tội phạm được thực hiện dưới hình thức phạm tội có tổ chức nói chung và tội cướp tài sản dưới hình thức phạm tội có tổ chức nói riêng được thực hiện một cách chính xác, thống nhất, bảo đảm cá thể hóa hình phạt đối với từng người phạm tội với vai trò khác nhau cần có quy định rõ ràng về nguyên tắc quyết định hình phạt trong phạm tội có tổ chức.

Đối với người thực hành và người giúp sức thì tính chất và mức độ nguy hiểm cho xã hội trong hành vi phạm tội của họ có đặc trưng riêng, nhưng xét về tổng thể, trong 4 loại người đồng phạm,

theo tác giả thì 2 loại người đồng phạm này thể hiện gần nhau hơn so với người tổ chức và người xúi giục. Vai trò hỗ trợ hoạt động phạm tội của người giúp sức cũng là một trong những căn cứ để cá thể hóa trách nhiệm hình sự của người giúp sức với tính chất ít nguy hiểm hơn so với những loại người đồng phạm khác. Thực tiễn xét xử ở nước ta cũng cho thấy, trong một vụ án đồng phạm, người giúp sức thường có vai trò ít nguy hiểm hơn so với những người đồng phạm khác. Do đó, nếu Luật hình sự sử dụng cách phân loại này thì đường lối nghiêm trị đối với người phạm tội có tổ chức như hiện nay cần phải quy định rõ trong luật nguyên tắc xử lý người giúp sức nhẹ hơn so với người thực hành. Vì vậy, nên có quy định buộc người xúi giục phải chịu trách nhiệm như người thực hành, còn người giúp sức chỉ đóng vai trò thứ yếu nên mức độ trách nhiệm hình sự nhẹ hơn so với người thực hành. Quy định như vậy thể hiện sự đánh giá về vai trò, tính chất và mức độ nguy hiểm của hành vi dụ dỗ, kích động, thúc đẩy việc thực hiện tội phạm của người xúi giục cao hơn so với hành vi của người giúp sức - chỉ đóng vai trò là người tạo ra các điều kiện vật chất và tinh thần cho người thực hành trực tiếp thực hiện tội phạm. Theo đó, có thể bổ sung quy định về nguyên tắc quyết định hình phạt trong đồng phạm vào phần chung BLHS hiện hành với nội dung như sau:

“Trong trường hợp các tình tiết làm căn cứ để quyết định hình phạt trong phạm tội có tổ chức là như nhau. Người tổ chức phải chịu trách nhiệm hình sự tăng nặng hơn so với người thực hành. Người xúi giục chịu trách nhiệm hình sự như người thực hành. Người giúp sức chịu trách nhiệm hình sự nhẹ hơn người thực hành”.

Việc quy định nguyên tắc quyết định hình phạt trong đồng phạm có mục đích phân hóa trách nhiệm hình sự đối với những người đồng phạm nói chung và người phạm tội có tổ chức nói riêng, cũng như phản ánh đúng tính chất nguy hiểm cho xã hội trong hành vi của từng người phạm tội, làm cơ sở pháp lý cho việc quyết định hình phạt có tính chất phân hóa đối với từng người phạm tội. Điều này đảm bảo sự rõ ràng, cụ thể, tạo điều kiện cho việc quyết định hình phạt được rõ ràng, thống nhất ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2017). *Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017)*.
2. Trường Đại học Luật Hà Nội (2010), *Giáo trình Luật hình sự Việt Nam, tập 1*, NXB Công an Nhân dân, Hà Nội.
3. Nguyễn Ngọc Hòa (2015). *Tội phạm và cấu thành tội phạm*, NXB Tư pháp, Hà Nội.
4. Nguyễn Ngọc Hòa (chủ biên) (2017), *Bình luận khoa học Bộ luật Hình sự năm 2015 được sửa đổi, bổ sung năm 2017 (phần chung)*, NXB Tư pháp, Hà Nội.
5. Phạm Văn Lợi (chủ biên) (2007). *Chính sách hình sự trong thời kỳ đổi mới ở Việt Nam*, NXB Tư pháp, Hà Nội.
6. Trần Quang Tiệp (2007). *Đồng phạm trong luật hình sự Việt Nam*, NXB Tư pháp, Hà Nội.
7. Võ Khánh Vinh (2013). *Lí luận chung về định tội danh (Giáo trình sau đại học)*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
8. Võ Khánh Vinh (chủ biên) (2014). *Luật Hình sự Việt Nam phần chung*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/8/2021

Thông tin tác giả:

NCS. ThS. ĐOÀN TRỌNG CHỈNH

Giảng viên Khoa Luật

Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (Hutech).

**DECIDING PENALTIES FOR ORGANIZED PROPERTY
ROBBERY UNDER PROVISIONS OF THE 2015 PENAL CODE
(AMENDED AND SUPPLEMENTED IN 2017)**

● Ph.D student, Master. **DOAN TRONG CHINH**

Lecturer, Faculty of Law, Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

Penalties for organized crime in general and organized property robbery in particular are frequently imposed in Vietnam. However, the process of deciding penalties for this type of crime still encounters many shortcomings including problems of judging criminal responsibilities of each offenders. This paper analyzes current provisions on deciding penalties and legal difficulties, and makes some recommendations to solve shortcomings arising from the lack of regulations and principles on deciding penalties for organized crimes.

Keywords: robbery crime, organized crime, accomplices, assistance, principles for deciding penalty, instigating, the 2015 Penal Code.

MỘT SỐ Ý KIẾN VỀ HÀNH VI PHẠM TỘI TRONG TỘI LỪA ĐẢO CHIẾM ĐOẠT TÀI SẢN THEO QUY ĐỊNH CỦA BỘ LUẬT HÌNH SỰ NĂM 2015 (SỬA ĐỔI, BỔ SUNG NĂM 2017)

● HÀ THỊ HỒNG THẨM

TÓM TẮT:

Trong mặt khách quan của tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, hành vi khách quan là yếu tố quyết định để định tội. Đó là hành vi chiếm đoạt tài sản bằng thủ đoạn gian dối. Để thực hiện được hành vi chiếm đoạt tài sản buộc phải có sự chuyển giao tài sản giữa bị hại và người phạm tội. Trong phạm vi bài viết, tác giả phân tích hành vi chiếm đoạt tài sản và dấu hiệu của việc chuyển giao tài sản trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản theo quy định của Bộ luật Hình sự (BLHS) năm 2015 (sửa đổi, bổ sung (SĐ, BS) năm 2017).

Từ khóa: chiếm đoạt tài sản, chuyển giao tài sản, hành vi phạm tội, người phạm tội, lừa đảo, Bộ luật Hình sự năm 2015.

1. Đặt vấn đề

Trong khoa học luật hình sự, khi nghiên cứu về hành vi khách quan của tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, có 2 luồng quan điểm khác nhau. Luồng quan điểm thứ nhất cho rằng, tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản chỉ có 1 dạng hành vi khách quan duy nhất là hành vi chiếm đoạt tài sản bằng thủ đoạn gian dối. Luồng quan điểm thứ hai nhận định, tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản được thực hiện bởi sự thống nhất giữa 2 hành vi khách quan khác nhau, đó là hành vi

gian dối và hành vi chiếm đoạt tài sản. Theo tác giả, xuất phát từ những đặc điểm nhất định về hành vi trong mối quan hệ với các tội phạm khác trong cùng chương các tội xâm phạm sở hữu thì tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản chỉ có 1 hành vi khách quan duy nhất, đó là hành vi chiếm đoạt tài sản, chiếm đoạt bằng thủ đoạn gian dối. Trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, gian dối là thủ đoạn. Và không thể coi thủ đoạn phạm tội là 1 hành vi khách quan vì thủ đoạn là phương thức thực hiện hành vi chiếm đoạt tài sản.

2. Hành vi chiếm đoạt tài sản trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản

Thủ đoạn gian dối được thể hiện qua nhiều hành vi khác nhau, tùy thuộc vào hoàn cảnh cụ thể khác nhau mà người phạm tội thực hiện hành vi đó nhằm đánh lừa người khác và ngay trong quy định tại Điều 174 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017) cũng thừa nhận rằng gian dối là thủ đoạn thông qua quy định “người nào bằng thủ đoạn gian dối chiếm đoạt tài sản của người khác”. Chính vì vậy, thủ đoạn gian dối không thể là một hành vi của tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản.

Thủ đoạn gian dối thuộc về ý thức chủ quan. Thủ đoạn chính là phương thức để đạt mục đích mà biểu hiện của thủ đoạn gian dối bao gồm nhiều hành vi khác nhau tùy thuộc vào từng hoàn cảnh cụ thể. Như vậy, thủ đoạn gian dối tuy không phải là hành vi khách quan nhưng được thể hiện bằng những hành vi cụ thể nhằm đánh lừa người quản lý tài sản. Trong tội cướp tài sản, thủ đoạn gian dối được người phạm tội sử dụng là điều kiện để hành vi chiếm đoạt có thể xảy ra, hành vi chiếm đoạt chính là mục đích và kết quả của thủ đoạn gian dối. Điều này có nghĩa là, thủ đoạn gian dối luôn luôn phải có trước hành vi chiếm đoạt tài sản, là cách người phạm tội sử dụng trước khi thực hiện hành vi chiếm đoạt. Thủ đoạn gian dối được thực hiện phổ biến trong những năm gần đây có thể kể đến như đưa ra các thông tin sai sự thật bằng lời nói để chiếm đoạt tài sản của người bị hại cụ thể là: giả tạo rằng bản thân có mối quan hệ với các cơ quan chức năng, người có chức vụ quyền hạn để hứa hẹn xin việc, xuất khẩu lao động, chạy chế độ chính sách; sử dụng các giấy tờ, hợp đồng giả để thực hiện giao dịch nhằm chiếm đoạt tài sản; không có nhà đất hoặc nhà đất đã bán nhưng lại đưa ra thông tin sai sự thật về quyền sở hữu nhà, quyền sử dụng đất để chuyển nhượng nhằm chiếm đoạt tài sản; lừa đảo chiếm đoạt tiền dưới hình thức bán hàng đa cấp; làm giả giấy tờ, hồ sơ hoặc mua bán hàng hóa qua mạng internet để giao kết hợp đồng nhằm mục đích nhận được tài sản rồi chiếm đoạt; mua các thẻ

thanh toán ATM, thẻ thanh toán quốc tế của nhiều cá nhân khác nhau, sau đó gọi điện thoại giả danh nhân viên của bưu điện, công an, kiểm sát để đe dọa một số cá nhân rằng họ có liên quan đến các đường dây tội phạm và yêu cầu những cá nhân này chuyển tiền vào tài khoản chỉ định tại ngân hàng rồi rút ra chiếm đoạt; thành lập nhiều công ty “ma” hoặc lập hợp đồng mua bán hàng hóa giả sau đó móc ngoặc với cán bộ ngân hàng vay vốn để chiếm đoạt tiền của ngân hàng; lừa vay vốn, góp vốn để làm ăn, nhưng thực tế không triển khai hoạt động kinh doanh, mà chỉ nhằm chiếm đoạt tài sản; cá nhân hoặc đại diện của doanh nghiệp cấu kết với cán bộ ngân hàng nâng giá trị tài sản thế chấp lên nhiều lần để vay số tiền lớn rồi chiếm đoạt; thế chấp tài sản vay tiền ngân hàng một cách ngay thẳng, sau đó dùng thủ đoạn gian dối đánh tháo tài sản thế chấp và mang tài sản đó đi thế chấp vay ở ngân hàng khác, qua đó chiếm đoạt tiền của các ngân hàng;...

Hành vi khách quan của tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản là hành vi chiếm đoạt tài sản được hiểu là hành vi cố ý chuyển một cách trái pháp luật tài sản của người khác thành tài sản của mình. Hành vi chiếm đoạt tài sản trong tội lừa đảo được thể hiện qua 2 hình thức cụ thể:

Thứ nhất, trường hợp tài sản bị chiếm đoạt đang trong sự chiếm hữu của chủ tài sản hoặc người quản lý tài sản thì hình thức thể hiện cụ thể của hành vi chiếm đoạt chính là hành vi nhận tài sản từ người bị lừa dối. Vì tin vào thông tin người phạm tội đưa ra nên người bị hại đã giao nhầm tài sản. Thời điểm người phạm tội nhận được tài sản cũng là lúc họ làm chủ được tài sản định chiếm đoạt và người bị lừa dối đã mất đi khả năng làm chủ tài sản đó trên thực tế. Đây là thời điểm hoàn thành của Tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản - thời điểm người phạm tội đã chiếm đoạt được tài sản.

Thứ hai, trường hợp tài sản bị chiếm đoạt đang trong sự chiếm hữu của người phạm tội thì hình thức biểu hiện cụ thể của hành vi chiếm đoạt tài sản là hành vi giữ lại tài sản của người phạm tội mà đáng lẽ họ phải giao cho người bị lừa dối. Vì đã tin vào

thông tin của người phạm tội đưa ra nên người bị lừa dối đã nhận nhầm tài sản hoặc không nhận lại tài sản. Thời điểm người bị lừa dối nhận nhầm hoặc không nhận tài sản chính là lúc người phạm tội đã làm chủ được tài sản bị chiếm đoạt và người bị lừa dối đã mất đi tài sản đó. Thời điểm đó, tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản được coi là hoàn thành.

Trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, giữa thủ đoạn gian dối và hành vi chiếm đoạt tài sản có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Thủ đoạn gian dối tạo điều kiện cho việc thực hiện hành vi chiếm đoạt tài sản được dễ dàng, thuận tiện. Thông thường, hành vi chiếm đoạt xảy ra kế tiếp ngay sau khi người phạm tội thực hiện thủ đoạn gian dối nhưng cũng có những trường hợp giữa chúng có khoảng cách nhất định về thời gian. Trong trường hợp này, tội phạm hoàn thành khi hành vi chiếm đoạt đã xảy ra.

Thủ đoạn gian dối là đặc trưng cơ bản của tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản. Tuy nhiên, thủ đoạn gian dối không phải là dấu hiệu duy nhất của tội phạm này. Ngoài thủ đoạn gian dối, người phạm tội còn phải có hành vi chiếm đoạt tài sản mới đủ yếu tố cấu thành tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản. Nếu người phạm tội chỉ dùng thủ đoạn gian dối nhưng không có ý định chiếm đoạt tài sản sẽ không cấu thành tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, hoặc trường hợp có sử dụng thủ đoạn gian dối nhưng thủ đoạn đó nhằm mục đích tiếp cận tài sản trước khi chiếm đoạt thì tùy từng hành vi chiếm đoạt cụ thể người có hành vi có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự về Tội cướp giật tài sản, Tội sử dụng trái phép tài sản hoặc chỉ là quan hệ dân sự, kinh tế,... Ví dụ: Khi đi ăn ở nhà hàng, A thấy người phục vụ thông báo là nhặt được một chìa khóa xe máy và thẻ giữ xe khách đánh rơi. Không thấy ai đến nhận, A nói với phục vụ đó là chìa khóa của mình rồi cầm chìa khóa và thẻ giữ xe ra nhà xe lấy xe và đi về. Trong tình huống này, A đã dùng thủ đoạn gian dối nhận đó là chìa khóa xe của mình làm cho người phục vụ tưởng thật và giao chìa khóa, cầm chìa khóa và thẻ giữ xe của người khác ra lấy xe làm cho người giữ xe là người được giao quản lý xe tạm thời tin tưởng và giao xe. Tuy

nhiên, dù sử dụng thủ đoạn gian dối nhưng hành vi của A không cấu thành tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản mà cấu thành tội trộm cắp tài sản. Bởi vì, hành vi chiếm đoạt tài sản chiếc xe chính là hành vi dắt chiếc xe ra khỏi nhà xe được thực hiện một cách lén lút. Sự lén lút này là lén lút đối với người chủ sở hữu tài sản bởi vì thẻ giữ xe là thật. Khi có người xuất trình đúng thẻ giữ xe và lấy xe ra khỏi nhà xe thì hợp đồng gửi giữ tài sản giữa người chủ sở hữu xe và người giữ xe kết thúc. Bị hại trong trường hợp này chính là chủ sở hữu xe mà không phải là người giữ xe. Yếu tố gian dối chỉ là tiền đề, tạo điều kiện để A lén lút chiếm đoạt tài sản nên hành vi của A thỏa mãn dấu hiệu của tội trộm cắp tài sản mà không phải là tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản.³ Dấu hiệu của việc chuyển giao tài sản trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản

Khi thực hiện hành vi chiếm đoạt tài sản buộc phải có việc chuyển giao tài sản giữa người bị hại và người phạm tội. Việc chuyển giao tài sản trong tội danh này cần thỏa mãn các dấu hiệu cả về mặt khách quan và mặt chủ quan. Về mặt khách quan, hành vi chuyển giao tài sản trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản phải xuất phát từ sự tự nguyện của chủ sở hữu hoặc người quản lý tài sản. Điều này có nghĩa là việc chuyển giao tài sản hoàn toàn không có sự cưỡng ép, không có yếu tố cưỡng bức hay dùng vũ lực. Sự chuyển giao tài sản trong tội này khác với sự chuyển giao tài sản trong mặt khách quan của các tội xâm phạm sở hữu khác như trộm cắp tài sản, cưỡng đoạt tài sản, cướp tài sản, cướp giật tài sản,... là nằm ngoài ý chí của chủ sở hữu tài sản, không xuất phát từ sự tự nguyện của họ. Khi chuyển giao quyền sở hữu tài sản trong tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, chủ sở hữu có thể chuyển giao hoàn toàn quyền sở hữu (đồng nghĩa với việc từ bỏ quyền sở hữu) bao gồm cả quyền chiếm hữu, quyền sử dụng và quyền định đoạt tài sản hoặc chỉ chuyển giao quyền quản lý đối với tài sản cho người phạm tội.

Về mặt chủ quan, khi chuyển giao tài sản là bị hại đã tự nguyện từ bỏ (hoặc tạm thời chấm dứt) quyền của mình đối với tài sản, tức là họ không

còn trực tiếp quản lý đối với tài sản nữa. Nếu việc chuyển giao tài sản chỉ là hình thức giao dịch như trường hợp người bán hàng đưa hàng hóa cho khách hàng xem xét trước khi mua, khách hàng lợi dụng sơ hở của người bán hàng (người quản lý tài sản) để chiếm đoạt sẽ không cấu thành tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản. Ví dụ: Với mục đích chiếm đoạt tài sản, A vào tiệm vàng của B, yêu cầu B cho xem một sợi dây chuyền vàng để mua. Khi B đưa cho A sợi dây chuyền thì A cầm sợi dây và nhanh chóng lên xe bỏ chạy. Hành vi của A trong trường hợp này là hành vi cướp giật tài sản (nhanh chóng tiếp cận, nhanh chóng chiếm đoạt tài sản và nhanh chóng tẩu thoát). Cũng trong tình huống trên, nếu A lợi dụng lúc đông khách, B không để ý nên sau khi B đưa sợi dây chuyền A đã bỏ sợi dây vào túi mình, sau đó chiếm đoạt luôn thì hành vi của A cấu thành tội trộm cắp tài sản. Rõ ràng ở đây có sự chuyển giao tài sản từ người chủ tài sản cho người phạm tội, có thủ đoạn gian dối, có hành vi chiếm đoạt và ý định chiếm đoạt tài sản xuất hiện trước khi việc chuyển giao tài sản được thực hiện, nhưng hành vi của A không thỏa mãn dấu hiệu cấu thành tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản. Trong trường hợp này, mặc dù có sự chuyển giao tài sản một cách tự nguyện nhưng người quản lý tài sản chỉ chuyển giao tài sản một cách tạm thời với mục đích để khách hàng xem xét tài sản trước khi giao dịch mua bán. Điều này có nghĩa là B không từ bỏ tài sản đó, cũng không tạm thời chấm dứt quyền của mình đối với tài sản mà vẫn tiếp tục thực hiện quyền quản lý tài sản của mình, tài sản vẫn nằm trong sự quản lý, kiểm soát của B. Đây không phải là sự chuyển giao tài sản thỏa mãn dấu hiệu của tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản.

Tuy nhiên, nếu chỉ căn cứ vào hành vi chuyển giao tài sản một cách độc lập thì trong nhiều trường hợp không phân biệt được tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản với các tội danh khác, phổ biến là tội lạm dụng tín nhiệm chiếm đoạt tài sản. Ví dụ, cùng là trường hợp A mượn xe của B rồi chiếm đoạt và việc chuyển giao tài sản của B là tự nguyện nhưng lại thỏa mãn cấu thành 2 tội phạm

khác nhau tùy vào thời điểm xuất hiện ý thức chiếm đoạt tài sản: Nếu A nảy sinh ý định chiếm đoạt xe của B trước khi A mượn xe thì sẽ có thể cấu thành tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, nhưng nếu A nảy sinh ý định chiếm đoạt sau khi đã mượn xe của B lại có thể cấu thành tội lạm dụng tín nhiệm chiếm đoạt tài sản. Mặc dù với cùng một hành vi chuyển giao tài sản một cách tự nguyện nhưng lại cấu thành 2 tội danh khác nhau. Như vậy, muốn xác định hành vi lừa đảo chiếm đoạt tài sản còn phải kết hợp với việc xem xét ý định chiếm đoạt tài sản xuất hiện lúc nào.

Bên cạnh đó, một đặc điểm nổi bật của tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản là khi bị lừa, người bị hại giao tài sản cho người phạm tội một cách tự nguyện và họ cho rằng việc giao tài sản cho người phạm tội là hoàn toàn hợp pháp. Thực tế có một số trường hợp, mặc dù người phạm tội có hành vi lừa đảo, người bị hại chuyển giao tài sản cho người phạm tội một cách tự nguyện nhưng người bị hại nhận thức được rằng, việc chuyển giao tài sản đó là việc bất hợp pháp. Trường hợp này người phạm tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản là người nhận tài sản, còn người chuyển giao tài sản không chỉ đơn thuần là bị hại trong vụ án lừa đảo chiếm đoạt tài sản mà có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự về hành vi giao tài sản với tội danh độc lập tương ứng. Ví dụ: Con của A đang bị tạm giam do đã thực hiện hành vi cướp tài sản. Vì muốn con mình được nhẹ tội, A đã tìm gặp B là cán bộ điều tra và nhờ B lo dùm. Tuy là cán bộ điều tra, nhưng B không có quyền hạn, trách nhiệm gì trong việc giải quyết vụ án trên. Mặc dù vậy, B vẫn hứa với A là sẽ giúp được con của A với điều kiện A phải đưa cho B số tiền 20.000.000 đồng. A tin B và đã tự nguyện giao cho B số tiền trên. Hành vi của A giao số tiền 20.000.000 đồng cho B trong trường hợp trên có dấu hiệu của tội đưa hối lộ, còn hành vi nhận tiền của B vẫn là hành vi lừa đảo chiếm đoạt tài sản. Như vậy, ngoài dấu hiệu về sự chuyển giao tài sản, để định tội đối với tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản một cách chính xác cần xem xét một cách toàn diện tất cả các yếu tố khác ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2017). Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017).
2. Trường Đại học Luật Hà Nội (2019). *Giáo trình Luật hình sự Việt Nam*, NXB Công an Nhân dân.
3. Võ Khánh Vinh (2013). *Lí luận chung về định tội danh*. NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/8/2021

Thông tin tác giả:

NSC.ThS. HÀ THỊ HỒNG THẨM

Giảng viên Khoa Luật - Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (Hutech)

**SOME OPINIONS ON THE CRIME
OF FRAUDULENT APPROPRIATION OF PROPERTY
UNDER PROVISIONS OF THE 2015 PENAL CODE
(AMENDED AND SUPPLEMENTED IN 2017)**

● Ph.D student, Master. **HA THI HONG THAM**

Lecturer, Faculty of Law, Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

In the objective side of the crime of fraudulent appropriation of property, the objective behavior is the decisive factor to determine the criminal activity. The property fraud is committed by fraudulent means and there must be a transfer of property between the victim and the offender. This paper analyzes the crime of fraudulent appropriation of property and signs of transferring property between the victim and the offender under provisions of the 2015 Penal Code (amended and supplemented in 2017).

Keywords: fraudulent appropriation of property, transfer of property, criminal activity, offender, fraud, the 2015 Penal Code.

KINH TẾ TƯ NHÂN VÀ MỘT SỐ RÀO CẢN VĨ MÔ

● ĐỖ MINH ĐỨC - NGUYỄN THẾ ĐẠI

TÓM TẮT:

Kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam. Kinh tế tư nhân đã liên tục duy trì tốc độ tăng trưởng khá, hiện chiếm tỉ trọng khoảng 43% GDP, thu hút khoảng 85% lực lượng lao động của nền kinh tế, góp phần quan trọng trong huy động các nguồn lực xã hội cho đầu tư phát triển sản xuất - kinh doanh, tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng thu ngân sách, cải thiện đời sống nhân dân, bảo đảm an sinh xã hội,... Hiện tại, phát triển Kinh tế tư nhân ở Việt Nam vẫn còn hạn chế nhiều mặt, trong đó có các rào cản ở tầm vĩ mô, chính sách và pháp luật của Nhà nước; các rào cản ở tầm vi mô như năng suất còn thấp; năng lực khoa học công nghệ thấp và lạc hậu; tính liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp còn yếu,... Để kinh tế tư nhân có thể trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế, cần phải xác định những rào cản hạn chế sự phát triển của khu vực này. Bài viết tổng quan tình hình nghiên cứu về các rào cản vĩ mô hạn chế sự phát triển, phân tích vai trò, đồng thời chỉ ra được các rào cản vĩ mô hạn chế sự phát triển của kinh tế tư nhân ở Việt Nam. Phần cuối, bài viết đưa ra các kiến nghị, đề xuất để gỡ bỏ các rào cản vĩ mô hạn chế sự phát triển kinh tế tư nhân ở Việt Nam.

Từ khóa: kinh tế tư nhân, rào cản vĩ mô.

1. Đặt vấn đề

Để đạt được những mục tiêu đề ra trong kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội (2021-2025) và tầm nhìn đến 2035, Việt Nam cần đẩy nhanh hơn nữa việc hoàn thiện thể chế, tiếp cận hiệu quả hơn nữa các cơ hội, tích cực tham gia giải quyết thách thức toàn cầu nếu không muốn tụt hậu so với các nền kinh tế khác trong khu vực và châu lục. Theo Báo cáo Việt Nam 2035 (MPI/WB, 2016), để những khát vọng đưa Việt Nam thành một "xã hội thịnh vượng ở mức độ trung bình khá

vào 2035" trở thành hiện thực, cần phải tiếp tục đổi mới thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, bởi "nhiều quy định hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách, quản lý và quản trị không hoàn toàn tuân theo quy tắc thị trường, đặc biệt trong phân bổ nguồn lực, quản lý giá hàng hóa, dịch vụ thiết yếu và đảm bảo cạnh tranh công bằng". Văn kiện của Đảng và chính sách của Nhà nước tiếp tục khẳng định kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng trong phát triển kinh tế và "khuyến khích hình thành, phát triển những

tập đoàn kinh tế tư nhân mạnh” là thông điệp vô cùng quan trọng, nhằm khơi dậy khát vọng làm giàu của toàn xã hội. Từ đó, tạo cơ sở cho việc huy động tối đa các nguồn lực để phát triển kinh tế - xã hội. Bởi, kinh tế tư nhân bản chất là thành phần kinh tế mà toàn dân có thể tham gia, luôn năng động, sáng tạo trong cơ chế thị trường và mang sẵn tố chất “cần cù và linh hoạt” của người Việt Nam. Lịch sử đã chứng minh, khi đất nước còn họa ngoại xâm, cho dù bị tư bản Pháp, Mỹ chèn ép khốc liệt nhưng vẫn có những doanh nhân đất Việt vươn lên kinh doanh thành công. Sự tồn tại bền bỉ của kinh tế hộ cá thể, tiểu chủ trong suốt thời bao cấp cũng là một minh chứng cho “năng lực nội sinh” của kinh tế tư nhân.

Hiện nay, sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân vẫn đang gặp nhiều rào cản ở cấp độ vĩ mô và cấp độ vi mô (Phan Thế Công, 2020). Các rào cản này đã và đang gây cản trở sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân trong bối cảnh hội nhập quốc tế, trong đó có rào cản vĩ mô. Xuất phát từ những thách thức đó, Chính phủ Việt Nam đang thay đổi từ tư duy đến hành động nhằm kiến tạo hành lang pháp lý thuận lợi, tạo động lực cho khu vực doanh nghiệp tư nhân phát triển, từ "sông bơi ra biển lớn", nhằm tận dụng được lợi thế so sánh của quốc gia trong hội nhập toàn cầu. Việc xác định các rào cản vĩ mô đang hạn chế kinh tế tư nhân phát triển sẽ giúp Chính phủ đưa ra các chính sách phù hợp, Nhà nước hoàn thiện được hệ thống pháp luật, các doanh nghiệp tìm được các hướng đi đúng, góp phần đưa kinh tế tư nhân phát triển nhanh và mạnh hơn ở Việt Nam.

2. Tổng quan một số nghiên cứu về kinh tế tư nhân

Đã có nhiều nghiên cứu và phân tích các rào cản kinh tế tư nhân phát triển, có thể kể đến là nghiên cứu của Nguyễn Hồng Sơn (2017), Trần Kim Chung (2018), Phan Thế Công (2020), nghiên cứu chuyên đề của Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (2017). Nghiên cứu của Phan Thế Công (2020) tập trung vào phân

tích Nhà nước kiến tạo nhằm gỡ bỏ các rào cản của các doanh nghiệp tư nhân bao gồm các rào cản cấp độ vĩ mô và các rào cản cấp độ vi mô. Nghiên cứu đã đánh giá thực trạng Nhà nước kiến tạo đối với việc hạn chế các rào cản phát triển doanh nghiệp tư nhân tại Việt Nam thông qua việc đo lường thái độ và đánh giá của các doanh nghiệp tư nhân về Nhà nước kiến tạo. Nghiên cứu này tiếp cận vấn đề theo cả hai hướng top-down (đánh giá chính sách chính phủ, vai trò của nhà nước/chính phủ trong đề xuất, ban hành, thực thi chính sách pháp luật) và hướng bottom-up (đánh giá sự hài lòng của kinh tế tư nhân, các thành phần kinh tế, các tác nhân về vai trò của nhà nước trong thực thi điều hành quản lý nền kinh tế).

Báo cáo năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của VCCI và USAID chỉ ra các rào cản mà kinh tế tư nhân Việt Nam đang đối mặt, bao gồm:

Thứ nhất, rào cản về nhận thức, tư duy lý luận về kinh tế tư nhân và phát triển khu vực kinh tế này. Quan điểm về kinh tế tư nhân chưa thống nhất, chưa có định nghĩa rõ ràng về doanh nghiệp tư nhân, gây khó khăn cho công tác thống kê, nghiên cứu đánh giá.

Thứ hai, các yếu tố khách quan từ thể chế, chính sách còn tồn tại cũng cản trở sự phát triển của kinh tế tư nhân.

Thứ ba, việc tiếp cận tín dụng của doanh nghiệp khu vực tư nhân còn nhiều khó khăn. Nhiều doanh nghiệp tư nhân khó đáp ứng quy định cho vay của các tổ chức tín dụng do chưa minh bạch, rõ ràng về tình hình tài chính của mình.

Thứ tư, doanh nghiệp đang gặp nhiều khó khăn trong tiếp cận đất đai, mở rộng mặt bằng kinh doanh cũng như độ rủi ro bị thu hồi đất cao.

Thứ năm, chi phí kinh doanh cao làm giảm khả năng cạnh tranh, ví dụ như chi phí vận tải, chi phí nhân sự.

Thứ sáu, môi trường kinh doanh không bình đẳng, doanh nghiệp tư nhân bị đối xử thiếu công

bằng so với doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp FDI ngay chính sân nhà.

Thứ bảy, sự phát triển một số thị trường còn chậm, nhất là thị trường các yếu tố đầu vào (Phan Thế Công trích từ CIEM, 2020).

Các rào cản mà các nghiên cứu trên đưa ra đã và đang cản trở sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu và rộng, trong đó có rào cản vĩ mô. Xuất phát từ những thách thức đó, Chính phủ Việt Nam đã thay đổi từ tư duy đến hành động nhằm kiến tạo hành lang pháp lý thuận lợi tạo động lực cho khu vực doanh nghiệp tư nhân phát triển, từ "sông bơi ra biển lớn", nhằm tận dụng được lợi thế so sánh quốc gia trong hội nhập toàn cầu. Vì thế, cần tiếp tục nghiên cứu, xác định đầy đủ và rõ thêm các rào cản hạn chế kinh tế tư nhân phát triển, giúp các doanh nghiệp tư nhân phát triển bền vững và hiệu quả hơn trong điều kiện hội nhập quốc tế, đặc biệt là trong bối cảnh phục hồi kinh tế sau đại dịch Covid-19.

3. Kinh tế tư nhân trong phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam

Khái niệm về kinh tế tư nhân hiện nay còn có nhiều ý kiến chưa đồng nhất, được hiểu theo nhiều cách khác nhau và tiêu chí phân loại cũng chưa nhất quán. Theo Nguyễn Thị Liên Hương (2018), về cơ bản, kinh tế tư nhân là khu vực kinh tế gắn liền với loại hình sở hữu tư nhân, bao gồm kinh tế cá thể, tiểu chủ và kinh tế tư bản tư nhân dựa trên sở hữu tư nhân về tư liệu sản xuất tồn tại dưới các hình thức kinh tế tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần và các hộ kinh doanh cá thể. Theo Ngô Thị Ngọc (2018), khu vực kinh tế tư nhân hiểu theo nghĩa rộng là khu vực dân doanh bao gồm các doanh nghiệp của tư nhân trong nước, kể cả các hợp tác xã nông nghiệp, các doanh nghiệp phi nông nghiệp và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài dưới hình thức liên doanh hoặc 100% vốn. Theo nghĩa hẹp, khu vực kinh tế tư nhân là khu vực kinh tế ngoài quốc doanh, nhưng không bao gồm khu vực có

vốn đầu tư nước ngoài (thực tế ở Việt Nam, số liệu thống kê thường theo cách phân loại này khi phân chia nền kinh tế thành 3 khu vực: kinh tế quốc doanh, kinh tế ngoài quốc doanh và kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài). Ngoài ra, còn có quan điểm cho rằng, kinh tế tư nhân là kinh tế ngoài quốc doanh nhưng không bao gồm kinh tế tập thể. Theo tiếp cận của Phan Thế Công (2020), kinh tế tư nhân là thành phần kinh tế dựa trên sở hữu tư nhân về tư liệu sản xuất, bao gồm kinh tế cá thể, tiểu chủ và kinh tế tư bản tư nhân hoạt động dưới hình thức hộ kinh doanh các thể và các loại hình doanh nghiệp của tư nhân.

Trong Nghị quyết đại hội Đảng lần thứ XII (2016), Đảng ta chính thức xác nhận vai trò quan trọng của kinh tế tư nhân trong nền kinh tế: "Kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng của nền kinh tế". Gần đây nhất, Nghị quyết T.Ư 5 (khóa XII, tháng 6/2017) về hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN, một lần nữa khẳng định: "Kinh tế nhà nước, kinh tế tập thể cùng với kinh tế tư nhân là nòng cốt để phát triển một nền kinh tế độc lập, tự chủ".

Cùng với sự thay đổi trong chủ trương đường lối và quan điểm chỉ đạo của Đảng, các chính sách pháp luật của Nhà nước cũng được điều chỉnh, bổ sung hoặc thay đổi theo. Luật Doanh nghiệp 1999 tồn tại song hành với Luật Doanh nghiệp Nhà nước, Luật Doanh nghiệp 2005 cùng các đạo luật có liên quan như Luật Đất đai, Luật Đầu tư, Luật Thương mại,... cũng được sửa đổi, bổ sung theo hướng nhất thể hóa về mặt pháp luật, bảo đảm sự bình đẳng trước pháp luật đối với các thành phần kinh tế. Các luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, Luật Nhà ở, Luật Kinh doanh bất động sản và các luật liên quan được sửa đổi bổ sung vào năm 2014 và có hiệu lực từ năm 2015 về cơ bản đã gỡ bỏ hết các rào cản phân biệt theo thành phần kinh tế (Trần Kim Chung, 2017).

Trải qua 35 năm đổi mới và cải cách, khu vực kinh tế tư nhân đã và đang khẳng định vai trò "động lực" cho phát triển kinh tế - xã hội tại Việt

Nam. Trên thực tế, khu vực kinh tế tư nhân đã tồn tại khá lâu ở Việt Nam nhưng chỉ sau năm 1986, khu vực kinh tế này mới có đủ cơ sở pháp lý để tồn tại và phải đến khi Luật Doanh nghiệp (1999) có hiệu lực thi hành thì kinh tế tư nhân mới có dấu hiệu khởi sắc. Kinh tế tư nhân liên tục duy trì tốc độ tăng trưởng khá, chiếm tỉ trọng 43% GDP, thu hút khoảng 85% lực lượng lao động của nền kinh tế, góp phần quan trọng trong huy động các nguồn lực xã hội cho đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh, tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng thu ngân sách, tạo việc làm, cải thiện đời sống nhân dân, bảo đảm an sinh xã hội,... kinh tế tư nhân đã góp phần thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, làm thay đổi “diện mạo” đất nước, tạo dấu ấn, nâng cao vị thế, uy tín của Việt Nam trên trường quốc tế.

Tuy nhiên, trong quá trình phát triển, kinh tế tư nhân cũng còn nhiều yếu kém, bất cập. Tuy số lượng các cơ sở sản xuất - kinh doanh thuộc kinh tế tư nhân ngày càng nhiều và chiếm tỷ trọng áp đảo trong hệ thống các loại hình tổ chức kinh doanh, nhưng đại bộ phận các cơ sở này có quy mô nhỏ bé, các nguồn lực sản xuất - kinh doanh và năng lực quản trị còn thấp, trình độ trang bị công nghệ lạc hậu và năng lực đổi mới công nghệ chưa cao. Tình trạng doanh nghiệp tư nhân thành công dựa vào các “quan hệ thân hữu”, khai thác lợi thế tài nguyên đất đai sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của nền kinh tế và của chính doanh nghiệp. Hệ lụy tất yếu của tình trạng này là suy giảm năng lực cạnh tranh, hạn chế phát huy vai trò của kinh tế tư nhân trong công cuộc phát triển kinh tế - xã hội và trở thành một thách thức lớn với chính các chủ thể kinh tế này trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng (Nguyễn Kế Tuấn, 2018; Trần Kim Chung và Tô Ngọc Phan, 2018).

Ngoài ra, sự phát triển rộng khắp của kinh tế tư nhân, đặc biệt ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa, nơi biên giới, hải đảo đã trực tiếp góp phần hoàn thiện thể trận quốc phòng toàn dân, từng bước

đáp ứng tốt nhu cầu thường xuyên và đột xuất của lực lượng vũ trang. Các chủ hộ kinh tế cá thể, tiểu chủ và doanh nghiệp tư nhân trên mọi miền Tổ quốc đã tham gia thực hiện có hiệu quả nhiều chính sách hậu phương quân đội, “đền ơn đáp nghĩa” các gia đình thương binh, liệt sỹ, gia đình có công với cách mạng, hỗ trợ các hoạt động của dân quân, tự vệ,... Điều đó cho thấy tiềm lực, vai trò, giá trị đóng góp của kinh tế tư nhân vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc rất lớn.

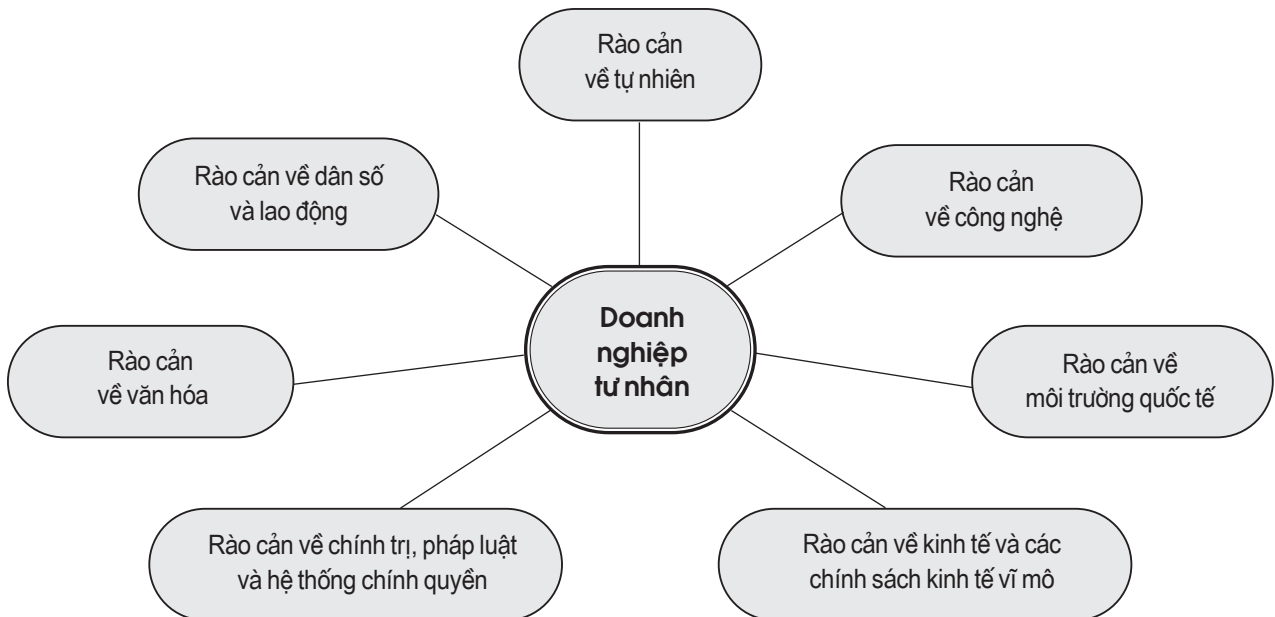
4. Xác định các rào cản vĩ mô hạn chế sự phát triển kinh tế tư nhân ở Việt Nam

Các rào cản vĩ mô ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp có thể được phân chia thành rào cản về môi trường tự nhiên, rào cản về dân số và lao động, rào cản về văn hóa, rào cản về kinh tế và các chính sách kinh tế vĩ mô, rào cản về công nghệ, rào cản về chính trị, luật pháp và hệ thống chính quyền, rào cản về môi trường quốc tế.

Rào cản về môi trường tự nhiên: Các điều kiện tự nhiên có thể ảnh hưởng đến hoạt động của từng loại doanh nghiệp khác nhau như: tài nguyên thiên nhiên tác động rất lớn đến doanh nghiệp thuộc lĩnh vực khai thác; đất đai, thời tiết, khí hậu ảnh hưởng đến doanh nghiệp trong ngành nông, lâm, thủy, hải sản, từ đó tác động đến các doanh nghiệp chế biến. Địa hình và sự phát triển cơ sở hạ tầng tác động đến việc lựa chọn địa điểm của mọi doanh nghiệp, khí hậu, độ ẩm sẽ ảnh hưởng đến việc bảo quản, nguyên vật liệu, thành phẩm và điều kiện sản xuất của doanh nghiệp.

Rào cản về dân số và lao động: Dân số và lao động một mặt là nguồn cung ứng lao động đầu vào chính của kinh tế tư nhân, mặt khác là thị trường lớn cho những hàng hóa mà kinh tế tư nhân sản xuất ra. Gần 85% lao động làm việc trong kinh tế tư nhân. Hiện tại, lợi thế về lao động trẻ đang mất dần và theo dự báo khoảng 15 năm nữa Việt Nam sẽ chính thức bước vào giai đoạn già hóa dân số. (Hình 1)

Hình 1: Các rào cản vĩ mô ảnh hưởng đến sự phát triển của KTTN



Nguồn: Phan Thế Công (2020)

Rào cản về môi trường kinh tế và các chính sách kinh tế vĩ mô: Môi trường kinh tế gồm các yếu tố như tốc độ tăng trưởng và sự ổn định của nền kinh tế, sức mua, sự ổn định của giá cả, tiền tệ, lạm phát, tỷ giá hối đoái,... ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp nói chung, kinh tế tư nhân nói riêng.

Rào cản về công nghệ: Công nghệ hay kỹ thuật là yếu tố đóng vai trò ngày càng quan trọng, mang tính chất quyết định đối với khả năng cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh của kinh tế tư nhân. Công nghệ hiện tại ở Việt Nam đa phần là những công nghệ trung bình và thấp. Mặc dù cách mạng 4.0 đang diễn ra hết sức mạnh mẽ nhưng dường như Việt Nam vẫn chỉ đang đứng trước ngưỡng cửa của cuộc cách mạng này.

Rào cản về môi trường văn hóa - xã hội: Văn hóa - xã hội ảnh hưởng một cách chậm chạp hơn, nhưng cũng rất sâu sắc đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và kinh tế tư nhân nói riêng. Các vấn đề về phong tục tập quán, lối sống, trình độ dân trí, tôn giáo, tín ngưỡng,... có ảnh hưởng lớn đến nhu cầu và cơ cấu nhu cầu

trên thị trường. Những yếu tố thuộc về văn hóa đặc biệt có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động của các doanh nghiệp hoạt động trong các ngành như du lịch, doanh nghiệp dệt may, các sản phẩm tiêu dùng truyền thống.

Rào cản về chính trị, pháp luật và hệ thống chính quyền: Hệ thống chính trị, pháp luật và cơ chế tổ chức chính quyền có một vai trò rất quan trọng cho sự phát triển của các doanh nghiệp, trong đó có doanh nghiệp tư nhân. Hệ thống luật pháp của Việt Nam vẫn đang trong quá trình hoàn thiện, còn nhiều kẽ hở, có nhiều chính sách, quy định đặc thù, nhiều thủ tục rườm rà vẫn đang trói buộc các doanh nghiệp. Chẳng hạn, các doanh nghiệp Việt Nam khi làm thủ tục khởi sự doanh nghiệp trung bình mất đến 17 ngày, 166 ngày để giải quyết các thủ tục liên quan đến cấp phép xây dựng; 53,5 ngày để làm các thủ tục đăng ký về quyền tài sản,... cao hơn rất nhiều so với con số của Thái Lan với chỉ 4, 5 ngày cho thủ tục khởi sự doanh nghiệp, 118 ngày cho thủ tục cấp phép xây dựng và 9 ngày cho các thủ tục đăng ký quyền tài sản (WB, 2019).

Rào cản về môi trường quốc tế: Những biến động của tình hình kinh tế vĩ mô quốc tế cũng như tình hình hội nhập quốc tế có ảnh hưởng sâu rộng đến kinh tế Việt Nam cũng như hoạt động của các doanh nghiệp trong nước. Những biến động về giá xăng, giá dầu thô ảnh hưởng trực tiếp tới chi phí sử dụng các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp.

Rào cản về cơ sở hạ tầng: Rào cản về cơ sở hạ tầng bao gồm đường sá, cầu cống, hệ thống kho, bãi phục vụ lưu giữ hàng hóa, các thiết bị phục vụ công tác kiểm tra, kiểm soát, hệ thống đường giao thông kết nối còn kém phát triển và thiếu đồng bộ.

Rào cản về các cú sốc kinh tế: Cú sốc kinh tế làm thay đổi của các biến số hoặc mối quan hệ kinh tế cơ bản, ảnh hưởng đáng kể đến các biến số kinh tế vĩ mô như thất nghiệp, tiêu dùng và lạm phát.

5. Một số khuyến nghị chính sách

Để giảm thiểu và hạn chế được những khó khăn và thách thức ở cấp độ vĩ mô các doanh nghiệp tư nhân đang đối mặt, một số khuyến nghị sau đây được đề xuất:

Thứ nhất, Nhà nước cần tích cực tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, thúc đẩy phát triển các doanh nghiệp tư nhân. Kinh nghiệm mô hình Nhà nước kiến tạo ở một số quốc gia cho thấy Chính phủ phải kết nối và huy động được mọi nguồn lực, sức mạnh của khu vực tư nhân, đặc biệt là các doanh nghiệp tư nhân. Nâng cao nhận thức, hiểu đúng chủ trương khuyến khích phát triển kinh tế tư nhân của Đảng là vấn đề chiến lược, nhất quán, lâu dài trong phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Tăng cường vai trò quản lý của Nhà nước trên cơ sở hỗ trợ thị trường phát triển, coi trọng vai trò của nền kinh tế thị trường trong huy động, phân bổ và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực phát triển.

Thứ hai, Nhà nước cần tập trung cải cách thể chế kinh tế một cách đồng bộ, gồm: các thể chế kinh tế tương thích và tuân thủ các cam kết hội nhập quốc tế (điều chỉnh, hoàn thiện pháp luật

kinh tế phù hợp với các cam kết hội nhập); các thể chế phòng vệ nhằm bảo vệ lợi ích chính đáng, giảm thiểu các tác động không thuận lợi khi thực hiện các cam kết hội nhập (chống độc quyền, bảo vệ cạnh tranh lành mạnh, tiêu chuẩn công nghệ - môi trường, đối tượng dễ tổn thương...); các thể chế hỗ trợ để tranh thủ cơ hội, lợi ích của hội nhập quốc tế (khuyến khích cạnh tranh, sáng tạo, đổi mới công nghệ...).

Thứ ba, chú trọng phát triển các ngành, lĩnh vực then chốt. Chính phủ thúc đẩy phát triển các ngành công và nông nghiệp then chốt; hỗ trợ phát triển các ngành, doanh nghiệp chủ lực, mũi nhọn. Chú trọng giải quyết các khó khăn, vướng mắc đối với ngành công nghiệp phụ trợ nhằm thúc đẩy các ngành công nghiệp mũi nhọn. Để đẩy mạnh hỗ trợ việc phát triển doanh nghiệp tư nhân, cần tập trung hỗ trợ có hiệu quả cho hai nhóm doanh nghiệp là doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Thứ tư, cùng với khuyến khích kinh tế tư nhân phát triển, cần tạo sự kiên kết giữa các khu vực trong nền kinh tế, bao gồm đẩy mạnh việc đổi mới, sắp xếp, củng cố và phát triển kinh tế nhà nước, kinh tế hợp tác và hợp tác xã, để kinh tế nhà nước làm tốt vai trò chủ đạo cùng với kinh tế tập thể ngày càng trở thành nền tảng vững chắc của nền kinh tế quốc dân.

Thứ năm, các Bộ, ngành, Chính phủ thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp tháo gỡ khó khăn cho sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp. (i) Tháo gỡ khó khăn, tạo thuận lợi về tiếp cận vốn, tín dụng, tài chính, thuế, thương mại, thanh toán điện tử; (ii) Rà soát, cắt giảm thủ tục hành chính, chi phí cho doanh nghiệp; (iii) Tạo thuận lợi cho sản xuất- kinh doanh, thúc đẩy xuất, nhập khẩu; (iv) Đẩy nhanh tiến độ thực hiện, giải ngân vốn đầu tư và cải thiện môi trường kinh doanh; (v) Tập trung xử lý vướng mắc về quan hệ lao động; (vi) Đẩy mạnh thông tin truyền thông.

Thứ sáu, các địa phương cần đẩy mạnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, tiến đến chính quyền

số, phát triển nền kinh tế số, minh bạch thông tin hơn nữa. Đồng thời, đẩy mạnh kết nối vùng, liên kết sản xuất - kinh doanh theo chuỗi trong các hiệp hội ngành nghề; hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ sản xuất, quản trị doanh nghiệp,... Bên cạnh đó, các chính quyền địa phương cũng cần nghiêm túc và chủ động xem xét lại, nâng

cao hiệu quả công tác thực thi chính sách, thực thi pháp luật; cải cách thủ tục hành chính mạnh hơn nữa. Một trong các giải pháp tháo gỡ khó khăn cho phát triển doanh nghiệp tư nhân tại địa phương là tính năng động, sáng tạo, chủ động, quyết liệt của người đứng đầu các cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII (2017). Nghị quyết số 10-NQ/TW Hội nghị lần thứ 5 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII, truy cập từ <https://thuvienphapluat.vn/tintuc/vn/thoi-su-phap-luat/chinh-sach-moi/16850/nghi-quyet-trung-uong-5-ve-phat-trien-kinh-te-tu-nhan>.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (1990-2016). *Văn kiện các Đại hội lần thứ VI, X và XII*. NXB Chính trị Quốc gia.
3. Hà Thị Minh Hiền, Nguyễn Thanh Toán (2017). Giải pháp thúc đẩy phát triển kinh tế tư nhân ở Việt Nam hiện nay, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, 6/2017, trang 66-68.
4. Ngô Thị Ngọc (2018). *Kinh tế tư nhân - yếu tố nòng cốt cho tăng trưởng kinh tế Việt Nam*, Kỷ yếu hội thảo quốc gia: Kinh tế Việt Nam năm 2017 và triển vọng năm 2018 với chủ đề tháo gỡ rào cản đối với sự phát triển doanh nghiệp, Hà Nội, 2018.
5. Nguyễn Hồng Sơn (2017). *Phát triển khu vực kinh tế tư nhân ở Việt Nam: những rào cản và giải pháp khắc phục*. Bài viết dựa trên Đề án: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về đổi mới cơ chế, chính sách khuyến khích và tạo điều kiện phát triển kinh tế tư nhân, do Hội đồng Lý luận Trung ương đặt hàng và Nhóm nghiên cứu của Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội, thực hiện tháng 3/2017.
6. Nguyễn Kế Tuấn (2018). *Phát huy vai trò động lực quan trọng của kinh tế tư nhân trong công cuộc phát triển kinh tế - xã hội*, Kỷ yếu hội thảo quốc gia: Kinh tế Việt Nam năm 2017 và triển vọng năm 2018 với chủ đề tháo gỡ rào cản đối với sự phát triển doanh nghiệp, Hà Nội, 2018.
7. Nguyễn Thị Liên Hương (2018). *Kinh tế tư nhân đối với tăng trưởng kinh tế giai đoạn 2015-2017*, Kỷ yếu hội thảo quốc gia: Kinh tế Việt Nam năm 2017 và triển vọng năm 2018 với chủ đề tháo gỡ rào cản đối với sự phát triển doanh nghiệp, Hà Nội.
8. Phan The Cong & Pham Thi Minh Uyen. (2020). Study of factors affecting micro-barriers that hinder the development of private enterprises: Mediating role of intention to use of renewable energy. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(3), pp. 594-601. ISSN: 2146-4553.
9. Phan Thế Công & Lý Thị Huệ. (2020). Nhà nước kiến tạo thúc đẩy phát triển kinh tế tư nhân - thực trạng và giải pháp. *Tạp chí Quản lý Nhà nước*, số 291, tr.19-24. ISSN: 2354-0761.
10. Trần Kim Chung (2017). Vai trò của khu vực kinh tế tư nhân trong mô hình phát triển kinh tế Việt Nam giai đoạn 2016 -2020 và tầm nhìn 2035, *Tạp chí Quản lý kinh tế*, số 80, trang 4-13.
11. Trần Kim Chung, Tô Ngọc Phan (2018). Vai trò động lực của kinh tế tư nhân trong phát triển kinh tế Việt Nam, truy cập tại <http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tai-chinh-doanh-nghiep/vai-tro-dong-luc-cua-kinh-te-tu-nhan-trong-phat-trien-kinh-te-viet-nam-134872.html>, ngày 30/9/2018.

12. WB và Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2016). *Báo cáo tổng quan: Việt Nam 2035, hướng tới Thịnh vượng, Sáng tạo, Công bằng và Dân chủ*. Hà Nội.

13. WB. (2019). *Doing bussiness report 2019*.

Ngày nhận bài: 8/8/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/9/2021

Thông tin tác giả:

1. ThS. ĐỖ MINH ĐỨC

Tập đoàn Vàng bạc đá quý DOJI

2. ThS. NGUYỄN THẾ ĐẠI

Công ty TNHH TM & PTCN Hoàng Thành

THE PRIVATE SECTOR AND MACRO-LEVEL BARRIERS AGAINST ITS GROWTH

● Master. **DO MINH DUC**¹

● Master. **NGUYEN THE DAI**²

¹DOJI Group

²Hoang Thanh Trade and Technology Development Co.,Ltd

ABSTRACT:

The private sector plays an important role in the socialist-oriented market economy of Vietnam. The private sector has continuously maintained a good growth rate, accounting for 43% of GDP, employing about 85% of the economy's labor force, making an important contribution to mobilizing social resources for investing in economic development. The state budget revenue has also increased and the social insurance policies have been effectively implemented thanks to the growth of private sector. Although the development of private sector in Vietnam still faces some challenges, including macro-barriers such as policies and regulations of the state and micro-barriers such as low productivity, weak scientific and technological capacity, and limited business linkages and cooperations. It is important for Vietnam to identify barriers to the development of private sector. This paper presents a review about macro-level barriers against the growth of private sector in Vietnam. The paper also makes some recommendations and proposals to remove macro-level barriers that limit the development of the private sector in Vietnam.

Keywords: private sector, macro-level barriers.

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC THÍCH ỨNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

● VŨ THÀNH TOÀN - TRẦN THỊ VÂN ANH

TÓM TẮT:

Bài viết nêu những khái quát chung về năng lực thích ứng của doanh nghiệp trong bối cảnh đại dịch Covid-19, phân tích một số ảnh hưởng của đại dịch đến các doanh nghiệp Việt Nam. Bên cạnh đó, nhóm tác giả cũng đề xuất một số khuyến nghị cho các doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực thích ứng trong bối cảnh đại dịch Covid-19 tại Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Covid-19, doanh nghiệp Việt Nam, năng lực thích ứng.

1. Khái quát chung về năng lực thích ứng

Đứng trên các góc độ và lĩnh vực tiếp cận khác nhau, có những quan điểm và nghiên cứu khác nhau về “thích ứng” và “năng lực thích ứng”. Theo quan điểm của Smit và Wandel (2006), thích ứng là các phản hồi trước những rủi ro luôn có mặt trong hoạt động tương tác, tiếp xúc qua lại của những thảm họa tự nhiên và con người (Barry Smit, Johanna Wandel, 2006). Trong Đại từ điển tiếng Việt của Nguyễn Như Ý (Chủ biên), thuật ngữ “thích ứng” được hiểu là phù hợp với điều kiện mới, nhờ những thay đổi, điều chỉnh nhất định. Thích ứng là một quá trình, qua đó con người làm giảm những tác động bất lợi từ các yếu tố bên ngoài. Thuật ngữ “thích ứng” cũng có nghĩa là điều chỉnh, hoặc thụ động, hoặc phản ứng tích cực, hoặc

có phòng bị trước, được đưa ra với ý nghĩa giảm thiểu và cải thiện những hậu quả có hại. Sự thích ứng còn có nghĩa là tất cả những phản ứng đối với những biến động nhằm làm giảm tính dễ bị tổn thương. Sự thích ứng cũng còn có nghĩa là các hành động tận dụng những cơ hội thuận lợi mới nảy sinh do những biến động.

Liên quan đến thuật ngữ “năng lực thích ứng” còn có khái niệm về khả năng thích ứng. Khả năng thích ứng là kỹ năng giúp hòa nhập, thích nghi nhanh chóng với sự thay đổi, thể hiện sự linh hoạt, dễ dàng làm việc trong nhiều môi trường biến đổi khác nhau. Những người có khả năng thích ứng cao là những người có thể hình dung ra được nhiều viễn cảnh đa dạng và biết suy nghĩ về phương án đối phó. Họ luôn ở trong tư thế sẵn sàng và nắm lấy

quyền chủ động xử lý nhanh chóng khi có bất kỳ thay đổi nào ập tới. Đối với năng lực thích ứng, một điểm nổi bật được nhận thấy là việc năng lực này được tập trung nghiên cứu và khuyến khích phát triển trong bối cảnh môi trường có sự thay đổi, nhiều đổi mới có tầm ảnh hưởng lớn đang diễn ra.

Khái niệm năng lực thích ứng của doanh nghiệp được nhìn nhận như một loại hình chiến lược để hỗ trợ trong cạnh tranh. Năng lực thích ứng là một quá trình vận động của tổ chức, bao gồm sự học hỏi và thay đổi liên tục, không phải là một trạng thái tĩnh, nói cách khác, giữa doanh nghiệp và môi trường có sự tương tác lẫn nhau thay vì việc thuần túy doanh nghiệp chỉ phản ứng lại trước các thay đổi của môi trường. Hoạt động xây dựng năng lực thích ứng có thể tồn tại các rủi ro không đoán trước. Hoạt động liên tục của năng lực thích ứng làm cải thiện khả năng tồn tại của tổ chức trước các thay đổi không chắc chắn, khó đoán của môi trường. Các doanh nghiệp có năng lực thích ứng cao có thể nhanh chóng thay đổi trong một môi trường liên tục đổi mới, thay vì đơn thuần chỉ xác định các yêu cầu nhất thời và tìm cách tận dụng các nguồn lực có sẵn.

Như vậy, năng lực thích ứng của doanh nghiệp được hiểu là khả năng doanh nghiệp đó thay đổi, làm mới mình trước những chuyển đổi từ môi trường trong và ngoài doanh nghiệp, nhằm làm giảm những tác động bất lợi từ các yếu tố này.

2. Một số ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến các doanh nghiệp Việt Nam

Đại dịch Covid-19 xuất hiện đã gây ảnh hưởng trên phạm vi toàn cầu từ tháng 12/2019 đến nay. Sự lây nhiễm virus từ người sang người đã được xác nhận cùng với tỷ lệ bùng phát dịch tăng nhanh vào giữa tháng 1/2020. Đêm ngày 11/3/2020 theo giờ Việt Nam, Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) đã ra tuyên bố chính thức, gọi "Covid-19" là "Đại dịch toàn cầu". Chính phủ các quốc gia trên thế giới đã tiến hành các phản ứng nhằm bảo vệ sức khỏe người dân, cũng như các nhóm cộng đồng trên toàn cầu, bao gồm: hạn chế đi lại, phong tỏa kiểm dịch, ban bố tình trạng khẩn cấp, sử dụng lệnh giới

ng nghiêm, tiến hành cách ly xã hội, hủy bỏ các sự kiện đông người, đóng cửa trường học và những cơ sở dịch vụ, kinh doanh ít quan trọng; Khuyến khích người dân tự nâng cao ý thức phòng bệnh, hạn chế ra ngoài, đồng thời chuyển đổi mô hình hoạt động kinh doanh, học tập, làm việc từ truyền thống sang trực tuyến.

Việt Nam là nước chịu tác động mạnh từ sự bùng phát của dịch bệnh. Ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến kinh tế Việt Nam thể hiện rõ nhất trong 4 tháng đầu năm 2020, khi dịch Covid-19 bắt đầu bùng phát tại Việt Nam và Chính phủ đã tiến hành một số chính sách giãn cách và cách ly xã hội, nhằm ngăn chặn sự lây lan của dịch bệnh. Ảnh hưởng của dịch bệnh đã dẫn tới sự sụt giảm trong các chỉ số kinh tế quan trọng.

Đối với chỉ số giá tiêu dùng CPI, chỉ số này duy trì mức tăng trưởng tương đối ổn định từ tháng 10/2019 đến tháng 1/2020. Tuy nhiên, trong vòng 4 tháng tiếp theo, chỉ số này chứng kiến một sự sụt giảm đáng kể. Cụ thể, chỉ số CPI trong tháng 2/2020 giảm 0,17% so với tháng 1. Trong khi đó, tháng 3 và tháng 4 chứng kiến mức giảm sâu hơn, lần lượt là 0,72% và 1,54%.

Chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) của Việt Nam trong giai đoạn 4 tháng đầu năm 2020 cũng chứng kiến mức giảm mạnh. Đặc biệt vào tháng 1/2020, mức giảm này là 1,16% so với tháng 12/2019. Đây là tháng đầu tiên Việt Nam phát hiện ra những ca nhiễm Covid-19. Do vậy, trong thời điểm này, cả Chính phủ và người dân đã thực hiện những biện pháp để hạn chế tiếp xúc, trong đó có việc cho người lao động tạm nghỉ việc.

Trong lĩnh vực nông, lâm nghiệp và thủy sản, các doanh nghiệp gặp khó khăn trong xuất khẩu hàng hóa và nhập khẩu phụ trợ nông nghiệp. Theo đó, nhiều mặt hàng nông nghiệp, chủ yếu là nông - thủy sản xuất khẩu gặp khó khăn trong quý 1/2020 vì đại dịch. Khó khăn trong xuất khẩu đến từ thị trường Trung Quốc, sau đó là thị trường Hàn Quốc, Nhật Bản và từ đầu tháng 3 là các thị trường Mỹ, EU và ASEAN. Hàng nông - thủy sản của Việt Nam xuất khẩu sang các nước chịu ảnh

hưởng trực tiếp và rõ nét nhất là các loại rau, quả tươi, thủy sản, do đây là các sản phẩm tươi hoặc sơ chế, khó có thể bảo quản lâu dài.

Trong giai đoạn cao điểm của dịch, hoạt động xuất khẩu sang các thị trường lớn này đều diễn ra rất chậm, do các lệnh phong tỏa, hạn chế đi lại, giao thương đã dẫn đến việc hủy hàng loạt hợp đồng xuất khẩu. Bên cạnh đó, nguyên nhân còn đến từ việc thiếu nhân lực và các thủ tục kéo dài, vì phải tuân thủ các quy định về kiểm soát dịch bệnh. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông - lâm sản giảm 4,5%, thủy sản giảm 11,2% trong quý I/2020 so với cùng kỳ. Trong đó, nhiều mặt hàng xuất khẩu giảm mạnh, như: cao su (-26,1%), rau quả (-11,5%), cafe (-6,4%),...

Du lịch của Việt Nam, đặc biệt là du lịch quốc tế bị ảnh hưởng nặng nề từ những chính sách hạn chế đi lại của chính phủ các nước. Từ tháng 3 đến hết năm 2020, Việt Nam không mở cửa du lịch quốc tế, ngành Du lịch đối mặt với những khó khăn chưa từng xảy ra trước đó. Số lượt khách quốc tế đến Việt Nam cả năm 2020 chỉ đạt 3,8 triệu lượt người, giảm 78,7% so với năm trước, trong đó hơn 96% là khách quốc tế đến trong quý I/2020; từ quý II đến nay chủ yếu là các chuyên gia, lao động kỹ thuật nước ngoài làm việc tại các dự án ở Việt Nam. Ở trong nước, mặc dù dịch Covid-19 nhanh chóng được kiểm soát tốt, du lịch nội địa vẫn hoạt động, nhưng liên tục bị gián đoạn bởi các đợt giãn cách xã hội khi dịch bùng phát trở lại. Các doanh nghiệp ngành Du lịch, lữ hành điều đứng, nhiều doanh nghiệp phải ngừng hoạt động; các khách sạn phải đóng cửa. Hoạt động du lịch bị đình trệ đã dẫn tới doanh thu du lịch lữ hành năm 2020 đạt khoảng 17,9 nghìn tỷ đồng, giảm 59,5% so với năm trước. Nhiều địa phương có doanh thu du lịch lữ hành năm 2020 giảm mạnh, như: Khánh Hòa giảm 85,1%; Quảng Nam giảm 78,7%; Thành phố Hồ Chí Minh giảm 76,7%; Đà Nẵng giảm 73,3%; Bà Rịa - Vũng Tàu giảm 64,3%; Bình Dương giảm 60,1%; Quảng Bình giảm 58,2%; Cần Thơ giảm 55,3%; Hà Nội giảm 48,4%; Bình Định giảm 40,1%. Doanh thu

dịch vụ lưu trú, ăn uống ước tính cũng chỉ đạt 510,4 nghìn tỷ đồng, giảm 13% so với năm trước.

Việc bùng phát dịch Covid-19 lần thứ 2 đã khiến các doanh nghiệp vận tải đường sắt rơi vào tình trạng khốn đốn. Theo thống kê sơ bộ, đến hết tháng 2/2021, đã có trên 33.000 vé tàu bị trả lại, trị giá gần 30 tỷ đồng. Từ ngày 1/3, trên tuyến Bắc - Nam, chỉ còn 2 đôi tàu khách Thống Nhất chạy suốt và một số tàu chạy không thường xuyên. Không chỉ cắt giảm các toa tàu, ngành Đường sắt đã phải đưa ra nhiều chương trình giảm giá.

Với ngành Hàng không, theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho biết, thị trường sụt giảm nghiêm trọng, nhu cầu vận tải hàng không năm 2020 giảm 34,5 - 65,9%, doanh thu các doanh nghiệp hàng không giảm 61% so với năm 2019. Đợt dịch Covid-19 lần 3 bùng phát dịp Tết năm 2021 đã khiến doanh thu ngành Hàng không giảm 80% so với cùng kỳ năm 2020. Dự báo, hoạt động vận tải hàng không tiếp tục gặp khó trong năm 2021. Hãng Hàng không quốc gia Vietnam Airlines dự báo quý I/2021 lỗ khoảng 4.800 tỷ đồng, trong 6 tháng đầu năm 2021, số lỗ lên tới 10.000 tỷ đồng. Hiện số nợ phải trả quá hạn của Vietnam Airlines lên tới 6.240 tỷ đồng. Tổng công ty này đang bên bờ vực phá sản trong khi các ngân hàng thương mại chưa thấy gói hỗ trợ 12.000 tỷ đồng của Chính phủ, nên không cho Vietnam Airlines giải ngân tiếp hoặc không gia hạn, cấp tiếp hạn mức tín dụng.

Số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh, giải thể có chiều hướng gia tăng. Nếu so với giai đoạn 2016 - 2021, tỷ lệ này không có sự thay đổi lớn (tỷ lệ tăng trung bình giai đoạn 2016 - 2021 là 24,1%). Trong 6 tháng đầu năm 2021, có 70.209 doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường, tăng 24,9% so với cùng kỳ năm 2020. Cụ thể, số lượng doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh 6 tháng đầu năm là 35.607 doanh nghiệp, tăng 22,1% so với cùng kỳ năm 2020. Có 9.942 doanh nghiệp đã giải thể trong 6 tháng đầu năm 2021, tăng 33,8% so với cùng kỳ năm 2020.

3. Một số khuyến nghị cho các doanh nghiệp Việt Nam

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần chú trọng đa dạng hóa nguồn cung nguyên vật liệu, đặc biệt với nguồn nguyên vật liệu nhập khẩu. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam trong tình trạng phụ thuộc quá lớn vào 1 thị trường, 1 nguồn cung nguyên vật liệu. Nếu xảy ra biến động từ thị trường nguồn cung, các doanh nghiệp khó có khả năng chống đỡ.

Thứ hai, doanh nghiệp cần nỗ lực tiếp cận thị trường mới, giới thiệu, phát triển các sản phẩm, dịch vụ mới. Đẩy mạnh xúc tiến thương mại, tìm khách hàng bằng nhiều cách. Nỗ lực tìm kiếm đối tác và mở rộng thị trường xuất khẩu, sẵn sàng tham gia những sân chơi lớn, như: trang bán hàng trực tuyến Amazon hay chủ động tham gia những thị trường khó tính như Mỹ, EU,... Tận dụng những ưu đãi trong các FTA, tham gia các Tổ chức, Hiệp hội trong nước và quốc tế nhằm đẩy mạnh sự hợp tác, hỗ trợ trong sản xuất tiêu thụ sản phẩm. Đồng thời, cần nghiên cứu tình hình dịch bệnh và thị trường để điều chỉnh kế hoạch sản xuất, mục tiêu từng giai đoạn ngắn.

Thứ ba, để nâng cao năng lực thích ứng trong bối cảnh đại dịch Covid-19 đang tiếp tục diễn biến phức tạp, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, hạ giá thành để nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, xây dựng mô hình sản xuất - kinh doanh phù hợp với trạng thái “bình thường mới”. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin thông qua môi trường thương mại điện tử và các nền tảng công nghệ số, tận dụng cơ hội đẩy mạnh thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển mạnh thị trường trong nước và xuất khẩu.

Thứ tư, các doanh nghiệp cần phải đẩy mạnh liên kết, hợp tác, mở rộng quan hệ liên kết giữa các đơn vị trong việc cung cấp các yếu tố đầu vào và tiêu thụ sản phẩm; phát triển một số đơn vị đủ lớn mạnh để làm đầu mối phát triển chuyên môn hóa cho mỗi công đoạn trong dây chuyền sản xuất. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể kết hợp với nhau lập ra 1 chuỗi cung ứng mới. Tìm cách kết nối phát triển thị trường nội bộ giữa các doanh nghiệp và hiệp hội doanh nghiệp trong tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ, tìm nguồn cung ứng vật tư, nguyên liệu, chia sẻ công nghệ và kinh nghiệm quản lý,...

TÀI LIỆU THAM KHẢO VÀ TRÍCH DẪN:

1. Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương, (2021), Thấy gì từ 70.209 doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường, Truy cập tại <https://moit.gov.vn/tin-tuc/bo-cong-thuong-voi-doanh-nghiep/thay-gi-tu-70.209-doanh-nghiep-rut-lui-khoi-thi-truong.html>.
2. Công an Nhân dân (2021), Ảnh hưởng từ dịch COVID-19: Doanh nghiệp vận tải chật vật duy trì hoạt động. Truy cập tại <http://cand.com.vn/Xa-hoi/Anh-huong-tu-dich-COVID-19-Doanh-nghiep-van-tai-chat-vat-duy-tri-hoat-dong-632447/>.
3. Tổng cục Thống kê (2021), Du lịch năm 2020 lao đao vì Covid-19. Truy cập tại <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/01/du-lich-nam-2020-lao-dao-vi-covid-19/>.
4. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), Khủng hoảng ngành Hàng không trong cơn bão dịch. Truy cập tại <https://dangcongsan.vn/phong-chong-dich-covid-19/khung-hoang-nganh-hang-khong-trong-con-bao-dich-584195.html>.
5. Thông tấn xã Việt Nam (2020), Tháng 2/2020, CPI giảm 0,17%, Truy cập tại <https://infographics.vn/thang-2-2020-cpi-giam-017/15393.vna>.

6. Thông tấn xã Việt Nam (2020), Quý I năm 2020: Kim ngạch xuất khẩu nhiều nông sản chính giảm. Truy cập tại <https://infographics.vn/quy-i-nam-2020-kim-ngach-xuat-khau-nhieu-nong-san-chinh-giam/15723.vna>.

7. Barry Smit, Johanna Wandel (2006), Adaptation, adaptive capacity and vulnerability, truy cập tại <https://www.uio.no/studier/emner/annet/sum/SUM4015/h08/Smit.pdf>.

Ngày nhận bài: 5/8/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/9/2021

Thông tin tác giả:

1. TS. VŨ THÀNH TOÀN

Trường Đại học Ngoại thương Hà Nội

2. TS. TRẦN THỊ VÂN ANH

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

**SOME RECOMMENDATIONS FOR VIETNAMESE
ENTERPRISES TO IMPROVE THEIR ADAPTIVE CAPACITY
DURING THE ON-GOING COVID-19 PANDEMIC**

● Ph.D **VU THANH TOAN**¹

● Ph.D **TRAN THI VAN ANH**²

¹Foreign Trade University

²Academy of Journalism and Communication

ABSTRACT:

This paper presents an overview of the adaptive capacity of Vietnamese enterprises in the context of the Covid-19 pandemic and analyzes some effects of this outbreak on businesses in Vietnam. This paper also proposes some recommendations for Vietnamese enterprises to improve their adaptive capacity during the on-going Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19, Vietnamese enterprises, adaptive capacity.

TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2021 VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

● PHẠM THỊ VÂN ANH

TÓM TẮT:

Tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa nước ta trong tháng 6/2021 ước tính đạt 54,86 tỷ USD, tăng 25% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 6 tháng đầu năm nay, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa đạt 317,66 tỷ USD, tăng 32,5% so với cùng kỳ năm trước. Trong bối cảnh dịch bệnh đang diễn biến phức tạp, đây là một tín hiệu đáng mừng khi kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa 6 tháng đầu năm 2021 vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng cao so với cùng kỳ năm cho dù cán cân thương mại bị thâm hụt 9,9 triệu USD. Do vậy, việc phân tích tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa 6 tháng đầu năm 2021 và đưa ra một số khuyến nghị là rất cần thiết.

Từ khóa: kim ngạch xuất khẩu, xuất khẩu, nhập khẩu, cán cân thương mại.

1. Đặt vấn đề

Trong 6 tháng đầu năm 2021, tổng trị giá xuất nhập khẩu hàng hóa của cả nước đạt 317,66 tỷ USD, tăng 32,5%, tương ứng tăng gần 78 tỷ USD với cùng kỳ năm trước. Trong đó trị giá hàng hóa xuất khẩu đạt 158,34 tỷ USD, tăng 29%, tương ứng tăng 35,57 tỷ USD và nhập khẩu đạt 159,33 tỷ USD, tăng 36,3%, tương ứng tăng 42,43 tỷ USD.

2. Tình hình xuất khẩu 6 tháng đầu năm 2021

Trong 158,34 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu, khu vực kinh tế trong nước đạt 41,79 tỷ USD, tăng 16,8%, chiếm 25,9% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 116,55 tỷ USD, tăng 33%, chiếm 74,1%. Như vậy, vai trò của khu vực vốn đầu tư nước ngoài, đặc biệt là doanh nghiệp FDI rất quan trọng trong sự gia tăng kim ngạch xuất khẩu.

Trong 6 tháng đầu năm 2021, có 25 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm

88,9% tổng kim ngạch xuất khẩu (5 mặt hàng xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 58%), trong đó điện thoại và linh kiện có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 25,05 tỷ USD, chiếm 15,9% tổng kim ngạch xuất khẩu, tăng 14,1% so với cùng kỳ năm trước; điện tử, máy tính và linh kiện đạt 23,87 tỷ USD, tăng 22,8%; máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng đạt 17,1 tỷ USD, tăng 64,1%; hàng dệt và may mặc đạt 15,31 tỷ USD, tăng 15,5%; giày dép đạt 10,38 tỷ USD, tăng 27,8%; gỗ và sản phẩm gỗ đạt 8,21 tỷ USD, tăng 61,1%. (Biểu đồ 1)

Nhìn chung, hầu hết các mặt hàng thuộc nhóm hàng nông, thủy sản đều ghi nhận sự tăng trưởng trong 6 tháng đầu năm nay. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản tính chung 6 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này ước đạt 13,3 tỷ USD, tăng 13,5% so với cùng kỳ năm 2020. Các mặt hàng thuộc nhóm này như: thủy sản và hàng rau quả tăng lần lượt là 12,5% và 17,7% so

với cùng kỳ năm 2020; cao su là mặt hàng tăng trưởng mạnh nhất trong 6 tháng đầu năm 2021, với mức tăng lên tới 41,3% về lượng và tăng 80% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020, đạt 681 nghìn tấn, trị giá 1,149 tỷ USD,...

Chỉ có duy nhất 1 nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm trong 6 tháng đầu năm, với mức giảm nhẹ 0,1%, đó là nhóm nhiên liệu và khoáng sản. Nhóm hàng này chỉ ghi nhận sự sụt giảm kim ngạch ở mặt hàng dầu thô, với mức giảm 9,9% so với cùng kỳ năm trước.

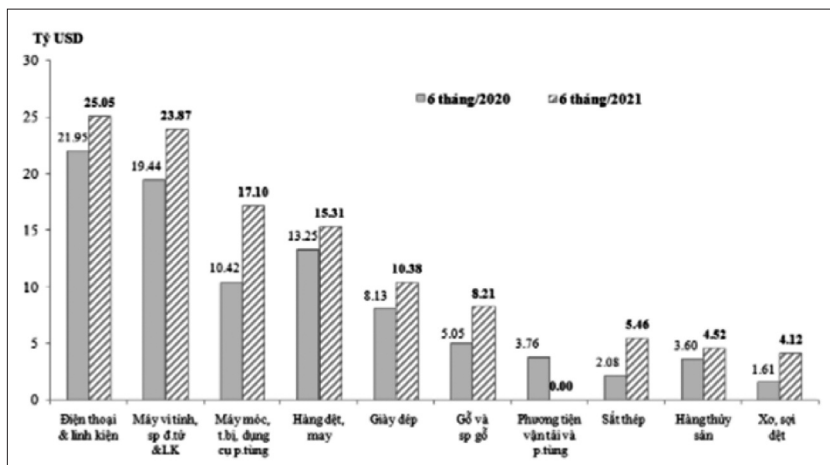
3. Tình hình nhập khẩu 6 tháng đầu năm 2021

Trong 6 tháng đầu năm 2021, tổng trị giá nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 159,33 tỷ USD, tăng 36,3% so với cùng kỳ năm 2020 trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 55,9 tỷ USD, tăng 30,2%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 103,43 tỷ USD, tăng 39,5%. Sự gia tăng nhập khẩu lớn đến từ sự gia tăng nhu cầu nhập khẩu nguyên liệu đầu vào của 48/53 nhóm hàng, như: máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện tăng 6,4 tỷ USD tương ứng 22,9% - mức tăng lớn nhất trong tất cả nhóm hàng chủ lực Việt Nam; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng tăng 6,2 tỷ USD tương ứng 37,3%; điện thoại các loại và linh kiện tăng 48,7%;...(Biểu đồ 2)

Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam, với kim ngạch đạt 52,2 tỷ USD, tăng 52,2% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 33,2%. Đứng thứ hai là Hàn Quốc đạt 25,37 tỷ USD, tăng 21,9%, chiếm tỷ trọng 15,9%. Đứng thứ ba là thị trường ASEAN đạt 21,2 tỷ USD, tăng 50,5%, chiếm tỷ trọng 13,3%. Nhật Bản đạt 10,68 tỷ USD, tăng 13,2%, chiếm 6,7%. Hoa Kỳ đạt 7,63 tỷ USD, tăng 9%, chiếm tỷ trọng 4,8%.

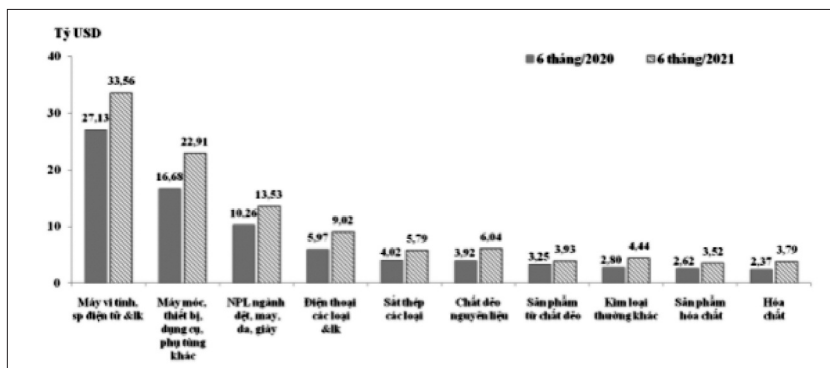
Việc tính chung 6 tháng đầu năm 2021, cán cân

Biểu đồ 1: Trị giá xuất khẩu của một số nhóm hàng lớn trong 6 tháng đầu năm 2021 so với 6 tháng đầu năm 2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Biểu đồ 2: Trị giá nhập khẩu của một số nhóm hàng lớn trong 6 tháng đầu năm 2021 so với 6 tháng đầu năm 2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

thương mại hàng hóa nhập siêu 1,47 tỷ USD (cùng kỳ năm trước xuất siêu 5,86 tỷ USD), trong đó khu vực kinh tế trong nước nhập siêu 15,01 tỷ USD; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) xuất siêu 13,54 tỷ USD được xác định là không đáng lo ngại. Điều này có nguyên nhân bởi chu kỳ nhập khẩu nguyên liệu sản xuất thường tăng vào đầu năm và giảm ở giai đoạn nửa cuối năm, trong khi xuất khẩu đạt đỉnh điểm vào nửa cuối năm. Hơn nữa, nhìn vào cơ cấu nhóm hàng nhập khẩu 6 tháng qua cho thấy, Việt Nam nhập khẩu chủ yếu là hàng tư liệu sản xuất phục vụ cho xuất khẩu (ước tính tăng 36,7% so với cùng kỳ năm trước, trong đó, nhóm hàng máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng tăng 33%; nhóm hàng nhiên, nhiên,

vật liệu tăng 40,2% và nhóm hàng tiêu dùng tăng 28%). Yếu tố đưa Việt Nam đến nhập siêu có vấn đề của nhập siêu dịch vụ 6 tháng đầu năm lên tới 7,7 tỷ USD, song vẫn có những động lực để khu vực này phục hồi trở lại.

4. Kết luận và một số khuyến nghị với doanh nghiệp

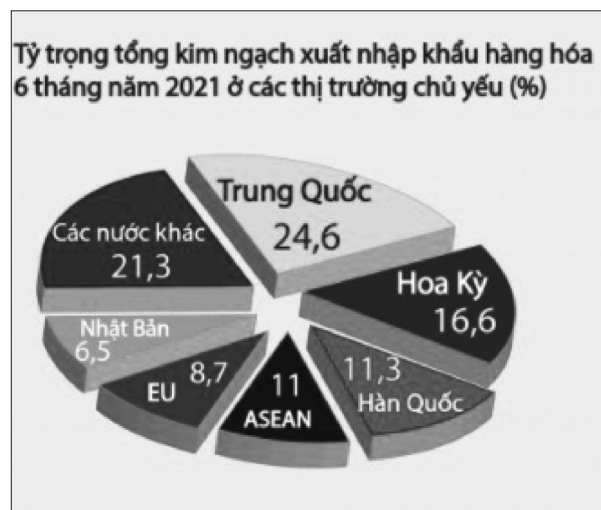
4.1. Kết luận

Nhìn chung, hoạt động xuất khẩu 6 tháng đầu năm tiếp tục duy trì mức tăng trưởng cao so với cùng kỳ năm trước và khá bền vững dựa vào tăng trưởng đồng đều ở tất cả ngành hàng quan trọng như điện tử, dệt may, giày dép, máy móc thiết bị, thủy sản,... đến các thị trường lớn như Mỹ, Trung Quốc, EU,... Các doanh nghiệp trong nước đang khai thác hiệu quả các lợi thế từ các hiệp định thương mại song phương và đa phương, trong đó có Hiệp định thương mại tự do Liên minh châu Âu - Việt Nam (EVFTA) đang mang lại nhiều lợi thế cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào EU.

Kết quả, thị trường xuất nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam với các nước đều gia tăng. Trong 6 tháng đầu năm 2021, trao đổi thương mại hàng hóa của Việt Nam với châu Á đạt 205,25 tỷ USD, tăng 32,8% so với cùng kỳ năm 2020, tiếp tục chiếm tỷ trọng cao nhất (64,6%) trong tổng trị giá xuất nhập khẩu của cả nước. Trị giá xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với các châu lục khác lần lượt là: châu Mỹ: 66,23 tỷ USD, tăng 39,2%; châu Âu: 35,58 tỷ USD, tăng 19,2%; châu Đại Dương: 6,62 tỷ USD, tăng 42,3% và châu Phi: 3,98 tỷ USD, tăng 30,5% so với cùng kỳ năm 2020. (Biểu đồ 3)

Đây là kết quả từ những lợi thế của các Hiệp định Thương mại tự do giữa ASEAN với các đối tác trên thế giới, FTA thế hệ mới Việt Nam đã ký kết và bắt đầu có hiệu lực. Đơn cử, Cơ quan đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) đã chính thức ban hành kết luận của vụ việc điều tra liên quan đến vấn đề định giá thấp tiền tệ, theo đó trên cơ sở những giải pháp thỏa đáng, đáp ứng được mục tiêu của cuộc điều tra như đã nêu tại Thỏa thuận đạt được ngày 19/7/2021 giữa Bộ Tài chính Hoa Kỳ và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, USTR sẽ không ban hành bất kỳ biện pháp hạn chế thương mại nào đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt

Biểu đồ 3: Thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa chủ yếu 6 tháng đầu năm 2021



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Nam. Đây là một trong những tín hiệu đáng mừng và những điều này sẽ tiếp tục góp phần đưa hàng hóa Việt Nam vươn tầm ra thế giới.

4.2. Một số khuyến nghị với doanh nghiệp

Đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ đạo của Việt Nam như điện tử, dệt may và da giày,... mặc dù tín hiệu tốt là các thị trường lớn như Mỹ và châu Âu đều trong đà hồi phục nhu cầu tiêu dùng, cùng với xu thế dịch chuyển chuỗi sản xuất toàn cầu sau dịch bệnh, các doanh nghiệp có thể sẽ thêm các đơn hàng xuất khẩu mới,...

Tuy nhiên, trước tình hình dịch bệnh phức tạp hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang phải cố gắng duy trì sản xuất, cùng với nguy cơ rủi ro rất lớn là khách hàng quốc tế sẽ dừng, hủy đơn hàng để chuyển sang nước khác, đến khi dịch được kiểm soát, việc nối lại các mối quan hệ kinh doanh sẽ rất khó khăn.

Do đó, bản thân các doanh nghiệp phải nỗ lực nâng cao năng lực cạnh tranh, cũng như khả năng thích ứng để vượt qua khó khăn, chủ động chuyển hướng để nắm bắt hiệu quả những cơ hội từ bối cảnh mới. Doanh nghiệp cần tiếp tục cải thiện trình độ công nghệ nhằm gia tăng khả năng cạnh tranh của hàng hóa và chuyển dịch cơ cấu sản phẩm, tăng cường thương mại dịch vụ và đầu tư, tăng lợi thế cạnh tranh cho hàng hóa Việt Nam trên thị trường thế giới ■

Ngày nhận bài: 9/8/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/9/2021

Thông tin tác giả

ThS. PHẠM THỊ VÂN ANH

Bộ môn Kinh tế học, Khoa Kinh tế - Luật

Trường Đại học Tài chính Marketing

VIETNAM'S IMPORTS AND EXPORTS IN THE FIRST HALF OF 2021 AND SOME RECOMMENDATIONS

● Master. **PHAM THI VAN ANH**

Department of Economics, Faculty of Economics - Law
University of Finance and Marketing

ABSTRACT:

Total import - export turnover of Vietnam in June 2021 was estimated at 54.86 billion USD, up 25% over the same period last year. Vietnam's total import - export turnover in the first half of this year reached 317.66 billion USD, increased by 32.5% year-on-year. Despite the country experienced a trade deficit of 9.9 million USD in the first six months, the rate of trade growth was still high. This is a good economic sign as the country have faced complicated developments of Covid-19 pandemic. This paper analyzes the situation of Vietnam's imports and exports in the first six months of this year and makes some recommendations.

Keywords: export turnover, export, import, trade balance.

TÁI CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG - BÀI TOÁN CHO NHU CẦU VỀ VỐN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP LOGISTICS VIỆT NAM

● NGUYỄN PHÚC QUỲNH NHƯ - TỬ NGUYỄN THANH THẢO

TÓM TẮT:

Vốn đóng vai trò không thể thiếu trong hoạt động và phát triển của các doanh nghiệp (DN) thuộc bất cứ lĩnh vực nào. Thực tế cho thấy, DN luôn gặp phải rào cản trong quá trình tiếp cận các nguồn vốn bên ngoài, đặc biệt là các DN thuộc lĩnh vực cung ứng dịch vụ như các DN logistics. Những khó khăn về vốn dẫn đến những cuộc mua bán và sáp nhập (M&A) đã và đang diễn ra rầm rộ trên thị trường các DN logistics Việt Nam từ năm 2019 và vẫn tiếp tục khi những ảnh hưởng do dịch Covid-19 bắt đầu đạt hiệu ứng. Bài viết phân tích vai trò của các DN logistics trong nền kinh tế, cũng như sự cần thiết về vốn để phát triển, làm cơ sở phân tích những cơ hội, thách thức mà xu hướng tái cấu trúc thị trường đã và đang mang lại cho các DN này.

Từ khóa: nhu cầu về vốn, doanh nghiệp logistics, mua bán và sáp nhập, tái cấu trúc thị trường.

1. Đặt vấn đề

Ngành Logistics được Hiệp hội các DN Logistics Việt Nam (VLA) đánh giá là ngành cung ứng dịch vụ có tốc độ phát triển nhanh, ổn định trong những năm qua với mức tăng trưởng trung bình 14-16%/năm và quy mô đạt 40-42 tỷ USD/năm. Việt Nam đang đứng thứ 64/160 nước và thứ 4 trong khu vực ASEAN. Chính tiềm năng phát triển này đã thu hút nhiều DN trong và ngoài nước tham gia vào thị trường cung ứng dịch vụ. Việt Nam hiện có khoảng 3.000 DN logistics nội địa, tập trung chủ yếu ở Hà Nội và TP.Hồ Chí Minh, với 90% có vốn điều lệ thấp, dưới 10 tỷ đồng. Với nguồn vốn hạn hẹp, các DN logistics này gặp nhiều khó khăn trong việc ứng dụng các thiết bị công nghệ hiện đại, cũng như mở rộng quy mô hoạt động, ảnh hưởng đến mục tiêu phát triển bền vững. Do đó, mặc dù đạt mức tăng trưởng ấn tượng, nhưng chi phí logistics so với GDP còn cao so với thế giới, chiếm gần 20.9% GDP cả

nước, với quy mô 20-22 tỷ USD/năm. Thực trạng trên dẫn đến các DN logistics Việt Nam khó cạnh tranh với 30 DN cung cấp dịch vụ logistics xuyên quốc gia đang hoạt động tại Việt Nam, gồm: DHL, FedEx, Maersk Logistics, APL Logistics, CJ Logistics, KMTC Logistics,...

Sự phát triển của thương mại điện tử (TMĐT) cũng như áp lực cạnh tranh gay gắt đi kèm với những tác động từ Covid-19 đã khiến các hoạt động M&A diễn ra ngày sôi động trên thị trường logistics Việt Nam, nhằm tối ưu hóa chi phí, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh. Theo báo cáo Logistics Việt Nam (2020), các DN logistics Việt dần trở thành “miếng mồi ngon” được các DN nước ngoài quan tâm, nhất là khi làn sóng dịch chuyển vốn đầu tư của một số nước lớn như Mỹ, Nhật Bản và một số nước thuộc Liên minh châu Âu ra khỏi thị trường Trung Quốc nhằm tránh tình trạng phụ thuộc vào chuỗi cung ứng thị trường.

2. Vai trò của các DN logistics trong nền kinh tế và nhu cầu về vốn

2.1. Vai trò của các DN logistics trong nền kinh tế

Sự bùng nổ của công nghệ số và cách mạng công nghiệp 4.0 dẫn đến sự phát triển của thương mại điện tử (TMĐT) và xu hướng toàn cầu hóa kinh tế đã khiến logistics trở thành ngành dịch vụ giữ vai trò thiết yếu trong việc thúc đẩy giao thương hàng hóa và nâng cao năng lực cạnh tranh của các quốc gia.

Tại Việt Nam, hoạt động logistics được phát triển từ những năm 1990 và chỉ trong thời gian ngắn đã khẳng định được vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Theo Báo cáo Logistics Việt Nam (2020), xét chung trong lĩnh vực vận tải, kho bãi, bưu chính, chuyển phát, thị trường logistics Việt Nam đang thu hút trên 30.000 DN. Trong đó, chủ yếu là DN vận tải đường sắt, đường bộ và đường ống (59.02%), tiếp đó là DN kho bãi và các hoạt động hỗ trợ vận tải (33.26%), còn lại là DN vận tải đường thủy (5.27%), vận tải hàng không (0.02%) và DN bưu chính chuyển phát (2.34%). Nhìn nhận được tiềm năng tương lai, Chính phủ đã phê duyệt kế hoạch hành động nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Logistics hướng đến mục tiêu năm 2025. Tại Diễn đàn Logistics Việt Nam 2020 với chủ đề “Cắt giảm chi phí logistics, nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế”, Chính phủ đề ra các chỉ tiêu mà ngành Logistics Việt Nam cần phấn đấu đến năm 2025, gồm: (i) tỷ trọng chiếm 8-10% GDP; (ii) tốc độ tăng trưởng dịch vụ đạt 15-20%; (iii) tỷ lệ thuê ngoài dịch vụ đạt 50-60%; (iv) chi phí giảm, tương đương 10-15% GDP và (v) xếp hạng theo chỉ số năng lực quốc gia về logistics (LPI) trên thế giới đạt hạng 50 trở lên.

2.2. Nhu cầu tất yếu về vốn của các DN logistics

Bất cứ DN nào cũng đều cần vốn để đầu tư vào tài sản (lưu động và cố định) nhằm phục vụ cho hoạt động sản xuất hay cung ứng dịch vụ. Các nguồn vốn này có thể huy động từ nguồn dự trữ của các chủ sở hữu, đi vay ngân hàng (NH), các tổ chức tín dụng (TCTD) hoặc tiếp cận nguồn tiền trợ cấp từ Chính phủ, cũng như tận dụng đòn bẩy tài chính. Tuy nhiên, với các DN nhỏ và vừa (DNNVV), vốn chủ sở hữu thường rất hạn chế, DN không sở hữu tài sản đảm bảo, khả năng quản lý dòng tiền và các hoạt động kinh doanh không hiệu quả, do phụ thuộc quá nhiều vào thị trường, cũng như việc lập và trình bày các báo cáo tài chính thường không đạt chuẩn

đề ra,... (Green và cộng sự, 2006, Ezeoha, 2008). Thực trạng trên được nhấn mạnh trong nghiên cứu của Orbis Research khi 90% các DN logistics Việt Nam có số vốn đăng ký dưới 10 tỷ đồng, chỉ khoảng 5% có số vốn trong khoảng 10-20 tỷ đồng và còn lại rất ít DN có số vốn đăng ký hơn 20 tỷ đồng. Trong khi đó, để tiếp cận vay vốn ngân hàng (NH) và các chính sách hỗ trợ từ Chính phủ, DN cần chứng minh tài sản đảm bảo và các yêu cầu về hiệu quả kinh doanh. Theo Hà Thị Thanh Nga & Ngô Thùy Dương (2019), các DNNVV được hình thành chủ yếu từ các hộ sản xuất nhỏ lẻ, đơn giản, với các nhóm nghề sản xuất nông nghiệp, dịch vụ dưới sở hữu của các cá thể hoặc hộ kinh doanh gia đình, nên việc huy động lượng vốn từ NH hoặc các TCTD là điều không dễ. Mặt khác, cũng tồn tại số ít các TCTD sẵn sàng cho vay nhưng với những mức lãi suất quá cao. Trong khi đó, yếu tố cần thiết và mang tính sống còn của các DNNVV trong giai đoạn đầu khởi nghiệp hay trước những biến động của thị trường lại là vốn.

Việc thiếu hụt vốn còn khiến DN phải đối mặt với những hệ quả ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh và quy mô hoạt động, như: khả năng tăng cường ứng dụng công nghệ 4.0, khả năng về nguồn nhân lực. Trong thực tế, đa số các DN Logistics Việt không thể trang bị hay đảm bảo tính hiệu quả khi ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT), nên chủ yếu chỉ tập trung vào một số các ứng dụng cơ bản, như: hệ thống quản lý giao nhận, kho bãi, phần mềm trao đổi dữ liệu điện tử, phần mềm quản lý vận tải và khai báo hải quan,... dẫn đến chi phí logistics còn cao, chiếm 30-40% giá thành sản phẩm, trong khi tỷ lệ này chỉ chiếm khoảng 15% tại các quốc gia khác. Từ đó, làm giảm năng lực cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước (Cường Ngô, 2020). Ngược lại, các tập đoàn, các DN logistics thế giới đã và đang tích cực cải tiến và trang bị các thiết bị hiện đại với tốc độ xử lý nhanh chóng, như việc DHL ứng dụng công nghệ blockchain trong quá trình theo dõi hàng được phẩm bán trên Amazon, SSI Schaefer sử dụng phương tiện không người lái như xe chuyển hàng tự động (AGV), hay việc áp dụng internet vạn vật (IoT) trong phương tiện vận chuyển tại Mỹ của UPS,... nhằm cung cấp dịch vụ chất lượng cao, hiệu quả. Với nguồn vốn còn mỏng, các DN logistics Việt đang hoạt động một cách manh mún, quy mô hạn chế, chỉ có thể cung cấp các dịch vụ đơn lẻ đơn giản, như: giao nhận, cho thuê kho bãi, đóng gói,

hải quan,... và không thể đáp ứng nhu cầu sử dụng chuỗi dịch vụ cung ứng - xu thế mới trên thị trường đang được cung cấp bởi các DN logistics FDI. Theo Vietnam Report (2019), dù 89% các DN trong nước tham gia cung cấp dịch vụ logistics, nhưng 70-80% thị phần do các DN logistics FDI chiếm giữ. Vì vậy, trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang hứng chịu những ảnh hưởng từ Covid-19, những hạn chế về vốn càng được thể hiện rõ nét. Theo Hiệp hội Doanh nghiệp Dịch vụ Logistics Việt Nam - VLA (2020), 15% DN được khảo sát cho biết đã bị sụt giảm 50% doanh thu, hơn 50% DN bị giảm số lượng dịch vụ logistics trong nước và số lượng dịch vụ logistics quốc tế giảm 10-30% so với cùng kỳ năm 2019. Thực trạng này có thể giải thích bởi những gián đoạn trong chuỗi cung ứng toàn cầu, trong khi đó các chi phí cố định, như: mặt bằng, nhân công, các khoản vay,... vẫn phải được chi trả. Nhằm hỗ trợ các DN vượt qua giai đoạn khó khăn, các NH, theo yêu cầu của Nhà nước, đã giảm mặt bằng lãi suất cho vay từ 2-2.5%/năm (so với 2019). Song, trên thực tế, đến 70% DNNVV logistics Việt không sở hữu tài sản để thế chấp vay vốn và đứng trước nguy cơ không thể duy trì hoạt động (Cổng thông tin Điện tử Giao thông Vận tải). Vì vậy, hoạt động M&A trở thành xu hướng trong ngành Logistics Việt Nam những năm gần đây với những “thương vụ triệu đô”.

3. Tái cấu trúc thị trường: Xu hướng và thực trạng tại Việt Nam

3.1. Khái niệm về tái cấu trúc thị trường

Tái cấu trúc DN là một trong những hoạt động nhằm tái cấu trúc từng bộ phận hoặc toàn thể DN, như: cơ cấu tổ chức quản lý, vốn điều lệ, mục đích, định hướng của DN. Từ việc “thay áo mới, DN có cơ hội nâng cao khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường và phát triển bền vững. Trong đó, hoạt động M&A là công cụ được sử dụng phổ biến để DN thực hiện công cuộc tái cơ cấu.

Hoạt động M&A xuất hiện từ đầu thế kỷ XX và bùng nổ mạnh mẽ tại Mỹ vào những năm 1980-1990, sau đó lan rộng khắp thế giới. Tại Việt Nam, trong những năm gần đây sau khi gia nhập vào WTO, hoạt động M&A đã diễn ra rộng rãi ở các DN tại hầu hết các lĩnh vực, đặc biệt trong ngành khai thác vận tải và hậu cần Logistics.

Theo Pandey (2007), sáp nhập xảy ra khi 2 hoặc nhiều DN cùng kết hợp với nhau, đó có thể là 1 hay nhiều DN kết hợp với 1 DN đã tồn tại từ trước hoặc chúng có thể cùng kết hợp để tạo ra 1 DN mới. Còn

theo Weinberg và Blank (1979), “Sáp nhập có thể được xem như 1 sự sắp xếp lại tài sản của 2 DN, chúng có thể được chuyển giao cho 1 DN (có thể là 1 trong 2 DN được giữ nguyên sau khi sáp nhập, hoặc là 1 DN mới). DN này sẽ có những cổ đông mới, cũng chính là cổ đông của 2 DN cũ. Hoạt động sáp nhập bị ảnh hưởng bởi các cổ đông của 1 hoặc cả 2 DN hợp nhất, cùng chia sẻ lợi tức (tự nguyện hoặc bị bắt buộc) với nhau hoặc bán lại lợi tức đó cho 1 bên thứ 3”.

Hiện nay, định nghĩa và những quy định liên quan đến hoạt động M&A được giải thích và công bố tại một số các văn bản pháp lý, như: Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, Luật Cạnh tranh,... Theo đó, Luật Cạnh tranh (2004) đề cập việc “Mua lại DN là việc DN mua toàn bộ hoặc 1 phần tài sản của DN khác đủ để kiểm soát, chi phối toàn bộ hoặc 1 ngành nghề của DN bị mua lại”. Cũng tại Chương II, mục 3 điều 17 của Luật cũng định nghĩa: “Sáp nhập DN là việc 1 hoặc 1 số DN chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp của mình sang 1 DN khác, đồng thời chấm dứt sự tồn tại của DN bị sáp nhập” và “Hợp nhất DN là việc 2 hoặc nhiều DN chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp của mình để hình thành 1 DN mới, đồng thời chấm dứt sự tồn tại của các DN bị hợp nhất”.

Luật Đầu tư được Quốc hội thông qua trong Kỳ họp thứ 8 (khóa XIII) có hiệu lực ngày 01/07/2015 thừa nhận 2 hình thức M&A đối với DN là sáp nhập và mua lại DN. Đồng thời, thừa nhận việc nhà đầu tư hay nhà đầu tư nước ngoài có quyền góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp vào tổ chức kinh tế (Điều 24-26). Cũng trong Kỳ họp ngày 26/11/2014, Quốc hội đã thông qua một số điều lệ trong Luật Doanh nghiệp. Bộ Luật này đề cập cụ thể khái niệm và trình tự thủ tục sáp nhập, hợp nhất các DN đối với từng loại hình DN.

3.2. Xu hướng hoạt động M&A trong ngành khai thác vận tải và Logistics

Hoạt động M&A bùng nổ từ năm 2019 và tiếp tục diễn ra mạnh mẽ giữa các DN logistics nội địa với nhau, hay với các DN FDI.

• *Xu hướng M&A giữa các DN lớn Việt Nam và các DNNVV*

Việc tham gia vào các hiệp định thương mại quốc tế và tình hình Covid-19 diễn ra vào năm 2020 khiến các nhà đầu tư (NĐT) có xu hướng thoái vốn khỏi thị trường Trung Quốc, tạo nên lượng lớn vốn FDI đổ vào thị trường Việt Nam. Đứng trước tình

hình cạnh tranh ngày càng khốc liệt cũng như sự chênh lệch lớn về năng lực giữa các DN trong và ngoài nước, các DN logistics Việt đã tiến hành hàng loạt các hoạt động M&A hay nói cách khác, các DN lớn trong ngành đứng ra thu mua các DNNVV, thực hiện tái cơ cấu vốn nhằm mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh.

Theo Báo cáo Logistics Việt Nam 2020, do ảnh hưởng của Covid-19 một số thương vụ M&A giữa các DN logistics Việt Nam đã được thực hiện, đặc biệt liên quan đến 3 DN, gồm: CTCP Transimex (TMS), CTCP Dịch vụ Vận tải và Thương mại (TJC) và Vinatrans. Cụ thể, đến tháng 7/2020, TMS nắm giữ 41% TJC và 50% Vinatrans Đà Nẵng. Theo đó, TMS nhắm đến việc kết hợp với TJC nhằm phát triển khu vực các tuyến đường sông vùng Vịnh Bắc Bộ và cải tạo kho thường thuộc sở hữu của Vinatrans Đà Nẵng đặt tại khu công nghiệp (KCN) Hòa Cầm thành kho lạnh và kho đông. Đồng thời, TMS cũng huy động vốn để đầu tư vào các dự án tại các KCN, trung tâm logistics, như: trung tâm Logistics Transimex Hi Tech Park, trung tâm Logistics Thăng Long và Hưng Yên,... (Thanh Hoa, 2020). Cũng vào tháng 8/2020, CTCP Giao nhận và Vận chuyển Indotrans (ITL) đã hoàn tất giao dịch mua lại CTCP Kho vận miền Nam - Sotrans (STG) từ tay Tổng CTCP Thiết bị Điện Việt Nam (Gelex) với tỷ lệ sở hữu xấp xỉ 97%, trong khi trước đó, Gelex và ITL là 2 cổ đông lớn của STG, nắm 95% vốn của DN này (Bộ Công Thương, 2020). Qua hoạt động trên, STG có cơ hội tận dụng nguồn vốn lớn từ DN FDI, mở rộng quy mô hoạt động (với 70 văn phòng trải khắp Việt Nam và các nước Đông Nam Á, 22 hãng hàng không và hơn 200 chuyến bay/ngày). Đây cũng được đánh giá là thương vụ tốt giúp ITL nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Ngoài ra, DN có thể khai thác tiềm năng về hệ thống kho bãi, các cảng (Cảng ICD, Cảng Sowatco), cũng như kinh nghiệm 45 năm hoạt động của Sotrans, nhằm tiếp cận, đánh giá và mở rộng thị phần.

Năm 2021, dự kiến Sotrans sẽ thu tóm hoàn toàn Tổng CTCP Đường sông miền Nam (SWC) và CTCP Vận tải Đa phương thức Vietrantsimex (VTX) sau khi đã sở hữu lần lượt 75% và 84% vốn của 2 công ty này (Mỹ Hà, 2017). Nhờ hoạt động tái cấu trúc vốn, DN Việt có cơ hội cùng nhau phát triển, tạo thành khối đoàn kết, nâng cao chất lượng

dịch vụ, mở rộng quy mô và thị phần. Theo Dahm (2020), Sotrans được đánh giá là một trong những DN logistics lớn tại Việt Nam với tiềm lực phát triển cao, cơ sở và quy mô rộng lớn; riêng VTX vinh dự xếp hạng thứ 36 trên Bảng xếp hạng thường niên 50 Công ty Vận tải thiết bị siêu trường siêu trọng hàng đầu thế giới năm 2020 (Báo cáo IC Transport 50).

Tuy nhiên, đi ngược lại xu hướng, cũng tồn tại một số các DN lớn nội địa khác chọn rút vốn khỏi thị trường logistics do các thay đổi trong chiến lược phát triển. Cụ thể, thương vụ thoái vốn được các NĐT quan tâm nhất chính là thông tin Hội đồng quản trị (HĐQT) Gelex thông báo bán toàn bộ vốn góp tại Công ty TNHH MTV Gelex Logistics (vốn điều lệ 1,210 tỷ đồng) và chính thức thoái vốn khỏi mảng logistics, xác định chỉ tập trung phát triển các hoạt động về đầu tư tài chính.

• Xu hướng M&A giữa DN logistics FDI và các DN logistics Việt Nam

Liên quan đến vốn, năm 2019, Symphony International Holding đã chi 42,6 triệu USD để thu mua cổ phần của ITL (tương đương 28,6%). Symphony là DN đầu tư đa lĩnh vực, như: chăm sóc sức khỏe, khách sạn, bất động sản (BDS) tại khu vực châu Á. Hợp tác với ITL nói riêng và các đơn vị cung ứng độc quyền trong khu vực nói chung là chiến lược mà DN này theo đuổi, bởi nó sẽ giúp DN “huống lợi khi tầng lớp trung lưu đang gia tăng ở Châu Á” (Đức Anh, 2019).

Các tập đoàn đầu tư nước ngoài còn mạnh tay thu tóm các trung tâm cung ứng Việt Nam. Cụ thể, vào năm 2019, 2 tập đoàn lớn của Hàn Quốc - Mirae Financial Group và Naver, thông qua Quỹ đầu tư mạo hiểm Mirae Asset - Naver Asia (với tỉ lệ 50:50), đã thành công mua lại các trung tâm hậu cần tại KCN Yên Phong, Bắc Ninh với giá 53 tỉ won (tương đương 47,01 triệu USD). Nhận định tiềm năng về nhu cầu hậu cần, kho bãi, GLP - DN kho bãi lớn nhất châu Á dự kiến hợp tác với SEA Logistics Partner Việt Nam (SLP), thành lập liên doanh 1,5 tỉ USD trong kế hoạch phát triển kho hàng đầu tiên tại Việt Nam. Với kinh nghiệm quản lý hơn 64 triệu m2 kho bãi tại 16 quốc gia châu Á, GLP dự kiến phát triển 335.000 m2 kho bãi quanh Hà Nội và TP.Hồ Chí Minh. Bên cạnh đó, sau khi rót 350 triệu USD thành lập liên doanh LOGOS Vietnam Logistics Venture, Tập đoàn BDS Logos Property của Úc đã mua lại khu đất 13 ha trong KCN VSIP Bắc Ninh với kế hoạch phát triển thành

cơ sở hậu cần kho bãi và đi vào hoạt động vào quý 4/2020. trong quý 3/2020, cũng 2 DN lớn của Hàn Quốc là Mirae Asset Daewoo Co. và Naver Corporation đã đầu tư 37 triệu USD vào Trung tâm logistics LogisValley tại Bắc Ninh.

Trong năm 2021, ông trùm BĐS hậu cần lớn nhất tại châu Á Thái Bình Dương - ESR Cayman Limited, đã thực hiện liên doanh với CTCP Phát triển Công nghiệp BW (BW) nhằm phát triển 240.000 m2 diện tích BĐS công nghiệp tại KCN Mỹ Phước 4 (Trung Tín, 2021).

● *Xu hướng M&A giữa DN logistics FDI với nhau*

Nhằm thuê kho bãi thuộc Công ty TNHH Quốc tế Unilever, năm 2020, Mapletree Logistics Trust đã chi 725,1 tỷ đồng (tương đương 31,5 triệu USD). Diện tích khu đất khoảng 65.000m2 và sẽ được Unilever Việt Nam thuê lại trong 10 năm. Đáng chú ý là thương vụ thỏa thuận thu mua 49% cổ phần của CTCP Công nghiệp Logistics KTG & Boustead từ Công ty TNHH Boustead Projects. Nếu thành công, Boustead Projects sẽ sở hữu tổng tài sản gần 141 triệu USD (840.000 m2 diện tích đất và khoảng 550.000 m2 tổng diện tích cho thuê) (Trung Tín, 2021).

Đồng thời, các dòng vốn đầu tư vào công nghệ, thiết bị trong vận chuyển hay các start-up logistics đang tăng mạnh do xu hướng xây dựng hệ thống mạng lưới vận chuyển “xanh tự động hóa” bùng nổ. Cuối năm 2020, EcoTruck - DN logistics ứng dụng công nghệ nhằm xây dựng hệ sinh thái các dịch vụ hỗ trợ cho dịch vụ vận tải, như: hải quan, cước tàu,... đã nhận được hơn 100 tỷ đồng từ NĐT VNG - Công ty Công nghệ Việt Nam (Tú Ân, 2021). Sau đó, DN này tiếp tục nhận thêm 2 triệu USD từ STIC Ventures (Hàn Quốc) nhằm đầu tư vào công nghệ, mở rộng thị trường và phạm vi vận hành, cũng như phát triển các dịch vụ trong hệ sinh thái, mở rộng hệ thống trung tâm dịch vụ và vận hành của DN. Hiện, EcoTruck đang quản lý hơn 300 đối tác với hơn 9.000 xe đầu kéo, các loại xe khác trong vận tải, phục vụ hơn 500 khách hàng trên cả nước.

4. Đánh giá hoạt động M&A trong lĩnh vực logistics tại Việt Nam và một số kiến nghị

4.1. Ưu điểm

Như đã đề cập, khung pháp lý cho các hoạt động M&A được Chính phủ ban hành cụ thể, chi tiết cho từng đối tượng và là cơ sở quan trọng giúp các hoạt động này được diễn ra lành mạnh, công bằng.

Ngoài ra, thực tế cho thấy các DN đã bắt đầu

tập trung cung cấp đa dạng dịch vụ logistics, thay vì những hoạt động manh mún như trước, nhằm mở rộng quy mô và thị phần hoạt động trong và ngoài nước. Vì thế, thông qua hoạt động M&A, các DN nội địa sẽ có cơ hội tiếp nhận nguồn tài chính lớn, thực hiện chuyển giao các thiết bị công nghệ hiện đại, mở rộng quy mô hoạt động và tiếp cận, học hỏi những kinh nghiệm vận hành quản lý từ những DN lớn, với bề dày kinh nghiệm hoạt động ở nhiều châu lục. Từ đó, sẽ từng bước bắt nhịp với thị trường logistics thế giới, xây dựng hệ thống chuỗi cung ứng lạnh, mạng lưới logistics xanh và tự động hóa, nhằm cải tiến dịch vụ và đảm bảo giá thành cạnh tranh. Thêm vào đó, việc tái cấu trúc vốn giữa các DN logistics Việt cũng giúp các DN nội địa có cơ hội cùng nhau phát triển, tạo thành khối đoàn kết, nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh.

4.2. Hạn chế

● *Các yếu tố xuất phát từ nội bộ DN*

Tuy mang lại những thuận lợi nhất định cho cả bên mua và bên bán, nhưng vẫn ẩn chứa nhiều rủi ro cho các DN logistics Việt khi thực hiện các thương vụ M&A với các “ông lớn” nước ngoài. Bởi, nếu không hiểu rõ và chuẩn bị đầy đủ để đối phó với những rủi ro mang lại từ hoạt động M&A, các DN Việt sẽ gặp phải nhiều tổn thất về thời gian, tiền bạc, cũng như phải tìm cách dung hòa điểm khác biệt giữa văn hóa nội bộ của 2 bên và ở một vài trường hợp có thể mất đi tính tự chủ trong quá trình quản lý và điều hành DN. Ngoài ra, thực trạng thiếu hụt nhân lực, tổ chức tư vấn có kinh nghiệm và tri thức trong quá trình thực hiện, hỗ trợ DN trong và sau hoạt động M&A cũng là một trong những bài toán nan giải đối với DN logistics Việt.

Thực trạng khác tiềm ẩn trong các hoạt động M&A đó là mức chênh lệch giữa giá NĐT sở hữu cổ phần DN nội địa thường thấp, tỷ lệ thặng dư bình quân chỉ đạt 4.3%, thấp hơn mức trung bình khu vực là hơn 10%. Do đó, trong bối cảnh biến động kinh tế như hiện nay, các DN logistics Việt tiềm năng sẽ gặp nguy cơ cao khi bị thu mua với giá rẻ hơn giá trị thực rất lớn.

● *Các yếu tố xuất phát từ bên ngoài*

Nhằm định giá DN và tránh thất thoát nguồn vốn từ Nhà nước, các văn bản cung cấp từ phía DN phải được phê duyệt từ các cơ quan có thẩm quyền. Tuy nhiên, các quy định còn chồng chéo, các thủ tục hành chính và kiểm tra chuyên ngành chưa phù hợp khiến các DN logistics Việt gặp nhiều khó

khẩn trong quá trình tiếp cận vốn cũng như hỗ trợ từ Chính phủ. Ngoài ra, một số khu đất đóng vai trò cần thiết và có thể sử dụng nhằm phát triển logistics đang được sử dụng cho mục đích khác, từ đó góp phần làm giảm sức cạnh tranh của DN Việt trên thị trường và khiến các DN này đứng trước rủi ro bị thu mua giá rẻ.

Cuối cùng, việc để các DN nội địa lần lượt bị thu tóm bởi các DN FDI có thể dẫn đến khả năng các DN này dần chiếm lĩnh thị trường, thừa cơ tận dụng những tiềm lực sẵn có. Vì vậy, Nhà nước và các Bộ, ban ngành cần phải nghiêm túc phân tích và đưa ra các chính sách một mặt cho phép thu hút đầu tư từ nguồn vốn FDI, nhưng mặt khác phải hỗ trợ sự phát triển của các DN nội địa và đó thật sự là bài toán khó.

5. Kết luận

Trước làn sóng Covid-19 thứ 4 diễn ra tại Việt Nam từ cuối tháng 4/2021 đến nay, hàng ngàn DN logistics đang đứng trước tình trạng kiệt quệ về vốn, bởi những thiệt hại quá lớn do doanh thu vận tải bị sụt giảm nghiêm trọng. Thực trạng trên càng đẩy cao thêm chi phí logistics đang có giá đắt gấp 3 - 5 lần và có những ngày gấp 10 lần so với những quốc gia khác, khiến các DN logistics Việt càng gặp khó khăn trong cạnh tranh và phát triển. Vì vậy, trong thời gian tới, Chính phủ, các Bộ, ban ngành cần có những biện pháp tích cực nhằm tháo gỡ khó khăn cho công tác vận tải nói chung và tạo điều kiện cho các DN logistics Việt Nam nói riêng cơ hội phát triển và giữ vững được lợi thế cạnh tranh trên thị trường nội địa ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Anh V.D. (2021). Chi phí logistic tăng cao, doanh nghiệp dè dặt cần làm gì?. Truy cập tại: <https://vinatex.com.vn/chi-phi-logistic-tang-cao-doanh-nghiep-det-may-can-lam-gi/>
2. Báo cáo Logistics Việt Nam (2020). Truy cập tại: <https://hdgroup.vn/wp-content/uploads/2020/12/Báo-cáo-Logistics-Việt-Nam-2020.pdf>
3. Cổng thông tin Điện tử Giao thông Vận tải (2018). Doanh nghiệp logistics Việt Nam hoạt động còn mạnh mẽ. Truy cập tại: <https://mt.gov.vn/vn/tin-tuc/57571/doanh-nghiep-logistics-viet-nam-hoat-dong-con-manh-mun.aspx>
4. Cường Ngô (2020). Chi phí logistics ở Việt Nam cao gấp gần 2 lần các nước phát triển. Truy cập tại: <https://laodong.vn/kinh-te/chi-phi-logistics-o-viet-nam-cao-gap-gan-2-lan-cac-nuoc-phat-trien-857441.ldo>
5. Dahm, A. (2020). More mixed: Transport 50 in 2020. International Cranes and Specialized Transport. Retrieved from: <https://www.khl.com/news/more-mixed-transport-50-in-2020/1145594.article>
6. Đức Anh (2019). Nhà đầu tư ngoại chi 42,6 triệu USD mua cổ phần công ty logistics Việt Nam. Truy cập tại: <https://doanhnhansaiгон.vn/dau-tu/nha-dau-tu-ngoai-chi-42-6-trieu-usd-mua-co-phan-cong-ty-logistics-viet-nam-1093331.html>
7. Ezeoha, A.E. (2008). Firm size and corporate financial leverage choice in developing economy: Evidence from Nigeria. *The Journal of Risk Finance*, 9, 351-364.
8. Green, C., Kikpatrick, C.H. & Murinde, V. (2006). Finance for small enterprise growth and poverty reduction in developing countries. *Journal of International Development*, 18, 1017-1030.
9. Hà Thị Thanh Nga & Ngô Thùy Dương (2019). Tác động của cấu trúc vốn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tac-dong-cua-cau-truc-von-den-hieu-qua-kinh-doanh-cua-doanh-nghiep-nho-va-vua-305337.html>
10. Mỹ Hà (2017). Sau hơn 1 năm rời vòng tay SCIC, Sotrans lộn xác đến khó tin. Truy cập tại: <https://vietnambiz.vn/sau-hon-1-nam-roi-vong-tay-scic-sotrans-lot-xac-den-kho-tin-14435.htm>
11. Pandey, I.M. (2007). Principles of Working Capital Management. *Financial Management*, 9, 740-749.
12. Phạm Trung Hải (2020). Xu hướng mua bán và sáp nhập doanh nghiệp trong ngành logistics Việt Nam. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/xu-huong-mua-ban-va-sap-nhap-doanh-nghiep-trong-nganh-logistics-viet-nam-318066.html>

13. Thanh Hoa (2020). Ngân hàng tung vốn rẻ, doanh nghiệp chê còn cao. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/ngan-hang-tung-von-re-doanh-nghiep-che-con-cao-323122.html>
14. Tú Ân (2021). Nhà đầu tư ngoại đổ vốn vào logistics. Truy cập tại: <https://baodautu.vn/nha-dau-tu-ngoai-do-von-vao-logistics-d143702.html>
15. Trung Tín (2021). M&A bất động sản công nghiệp tăng nhiệt. Truy cập tại: <https://vnexpress.net/m-amp-a-bat-dong-san-cong-nghiep-tang-nhiet-4331655.html>
16. Vietnam Report JSC (2019). Công bố Top 10 Công ty Vận tải và Logistics uy tín năm 2019. Truy cập tại: <https://vietnamreport.net.vn/Cong-bo-Top-10-Cong-ty-Van-tai-va-Logistics-uy-tin-nam-2019-8956-1006.html>
17. Weinberg, A.L. & Blank, M.V. (1979). *Take overs and mergers*. UK: Sweet & Maxwell.

Ngày nhận bài: 9/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/8/2021

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN PHÚC QUỲNH NHƯ

2. TỬ NGUYỄN THANH THẢO

Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh

MARKET RESTRUCTURING - CAPITAL PROBLEM FOR VIETNAMESE LOGISTICS ENTERPRISES

● Ph.D. NGUYEN PHUC QUYNH NHU¹

● TU NGUYEN THANH THAO¹

¹Ho Chi Minh City University of Economics and Finance

ABSTRACT:

Financial capital plays a major and indispensable role in the operation and development of enterprises in any field. The fact shows that businesses, especially service companies like logistics enterprises, always face barriers for access to capital. The number of mergers and acquisitions (M&A) transactions in Vietnam's logistics market has increased since 2019 as M&A is considered a solution to solve capital difficulties and overcome long-term impacts of the COVID-19 pandemic. This paper presents an overview of the role of logistics enterprises in the economy and the demand for financial capital of logistics enterprises in Vietnam. This paper analyzes the opportunities and challenges brought by the M&A trend in Vietnam's logistics market.

Keywords: demand for financial capital, logistics enterprise, mergers & acquisitions, market restructuring.

THU HÚT FDI VÀO VIỆT NAM TỪ CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

● TRẦN THỊ BÍCH TUYẾN - ĐỒNG THỊ THANH PHƯƠNG - PHAN VĂN NHIỆM

TÓM TẮT:

Hội nhập kinh tế thông qua việc tham gia các Hiệp định thương mại tự do (FTA) đang trở thành xu thế phổ biến trên thế giới, do những lợi ích kinh tế mang lại. Đặc biệt, trong bối cảnh những thỏa thuận đạt được trong khuôn khổ Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) chưa làm “hài lòng” các nước về mức độ cam kết, làm cho các quốc gia phải chuyển hướng sang hợp tác song phương và liên kết khu vực, nhằm thúc đẩy thương mại hàng hóa và dịch vụ. Nếu như các FTA truyền thống trước đây chỉ liên quan đến lĩnh vực hàng hóa đơn thuần, thì các FTA thế hệ mới có phạm vi rộng hơn, đòi hỏi độ mở cửa sâu hơn trên hầu hết các lĩnh vực. Trong thời gian qua, Việt Nam đã tích cực tham gia nhiều FTA thế hệ mới và đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể. Bài viết phân tích những cơ hội và thách thức trong việc thu hút doanh nghiệp FDI nhờ tham gia vào các FTA thế hệ mới.

Từ khóa: FDI, FTA, thương mại quốc tế, thu hút FTA.

1. Đặt vấn đề

Thực hiện chủ trương chủ động, tích cực hội nhập kinh tế quốc tế của Đảng và Nhà nước, Việt Nam đã từng bước mở rộng và làm sâu sắc hơn quan hệ với các nước, tham gia tích cực và có trách nhiệm vào các diễn đàn, tổ chức quốc tế. Đặc biệt, trong những năm gần đây, Việt Nam đã đẩy mạnh việc đàm phán, ký kết các Hiệp định thương mại tự do (FTA) với rất nhiều các đối tác quan trọng và tiềm năng. Đặc biệt, việc tham gia các FTA thế hệ mới đã và đang đem lại cho Việt Nam nhiều cơ hội cũng như thách thức. Cùng với lộ trình thực hiện các cam kết mở cửa thị trường, có thể thấy tất cả

các lĩnh vực, hoạt động của nền kinh tế đang chịu tác động trực tiếp hoặc gián tiếp từ các FTA thế hệ mới, trong đó việc thu hút FDI vào Việt Nam sẽ có nhiều thuận lợi nhưng cũng có không ít khó khăn. Trong bài viết này, nhóm tác giả sẽ trình bày những nội dung chính như sau: Thứ nhất là khái quát những điểm chính về các FTA thế hệ mới. Tiếp theo là những cơ hội và thách thức trong việc thu hút doanh nghiệp FDI vào Việt Nam nhờ vào việc tham gia các FTA thế hệ mới. Cuối cùng, nhóm tác giả đưa ra kết luận và một số đề xuất nhằm giúp Việt Nam có thể tận dụng tốt hơn những cơ hội này.

2. Tổng quan về FTA thế hệ mới

Theo quan niệm truyền thống, Hiệp định thương mại tự do (FTA) là thỏa thuận giữa 2 hay nhiều quốc gia hoặc vùng lãnh thổ, nhằm mục đích tự do hóa thương mại về 1 hoặc một số nhóm mặt hàng bằng việc cắt giảm thuế quan, có các quy định tạo thuận lợi cho trao đổi hàng hóa, dịch vụ và đầu tư giữa các thành viên bên cạnh việc tiếp tục duy trì chế độ thuế quan độc lập với hàng nhập khẩu từ các quốc gia bên ngoài FTA. Các nội dung mà FTA đề cập đến thường bao gồm: quy định về việc cắt giảm các hàng rào thuế quan và phi thuế quan; quy định danh mục hàng hóa đưa vào cắt giảm thuế quan; quy định lộ trình cắt giảm thuế quan và quy định về quy tắc xuất xứ.

Khác với các FTA truyền thống, các FTA thế hệ mới có đặc điểm chính sau: (i) Phạm vi cam kết rất rộng, gắn với phát triển xanh, bền vững và tái cơ cấu, không chỉ bao gồm các nội dung thương mại thuần túy, mà còn được mở rộng sang các lĩnh vực như: Minh bạch hóa chính sách, cạnh tranh công bằng, hạ tầng cơ sở pháp lý về kinh tế, phát triển bền vững, môi trường, lao động, thương mại điện tử...; (ii) Mức độ tự do hóa (mở cửa) sâu với “tiêu chuẩn cao” hơn nhiều so với quy định của WTO, xóa bỏ hầu hết (gần 100%) các dòng thuế, mở cửa mạnh các lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ (tài chính - ngân hàng, viễn thông, vận tải,...), đầu tư, mua sắm chính phủ, sở hữu trí tuệ,...; (iii) Nhiều cam kết quốc tế về thể chế, pháp luật tác động trực tiếp đến chính sách, thể chế, pháp luật trong nước, gắn với yêu cầu cải cách, tái cơ cấu kinh tế, phát triển bền vững và ứng phó thách thức toàn cầu; (iv) Lộ trình thực hiện cam kết ngắn hơn, chủ yếu từ 5 - 7 năm; (v) Có quy định, cơ chế giải quyết tranh chấp mạnh mẽ, toàn diện hơn nhằm giám sát và bảo đảm việc thực thi cam kết của các nước thành viên; đặc biệt, (vi) Có quy định về việc thực thi các tiêu chuẩn lao động quốc tế của Tổ chức Lao động Thế giới (ILO).

Tóm lại, nếu so với các hiệp định của WTO, các hiệp định FTA thế hệ mới là các hiệp định mở rộng của WTO, với những vấn đề đã bị loại bỏ trong quá khứ đã được xác định và chấp nhận một cách chính xác trong thương mại quốc tế hiện đại trong bối cảnh hàng hóa đã thay đổi.

3. Thực trạng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài FDI vào Việt Nam

3.1. Tác động của đại dịch Covid-19 đến kinh tế thế giới và Việt Nam

Xuất hiện và bùng phát từ cuối năm 2019, đến nay, đại dịch Covid-19 đã và đang tác động tiêu cực, ảnh hưởng nghiêm trọng đến đời sống kinh tế - xã hội toàn cầu, làm đứt gãy chuỗi cung ứng hàng hóa, phát triển công nghệ và “nấn chính” lại dòng vốn đầu tư. Đại dịch Covid-19 làm suy giảm nhu cầu, khi không có nhiều người tiêu dùng mua hàng hóa, dịch vụ, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Doanh nghiệp buộc phải cắt giảm nhân sự để bù đắp cho khoản doanh thu bị sụt giảm nên đã tạo ra vòng xoáy suy giảm kinh tế, đẩy người lao động rơi vào thất nghiệp, không có khả năng tài chính để duy trì cuộc sống, thậm chí có khả năng rơi xuống dưới chuẩn nghèo. Điều này khiến các nhà kinh tế dự báo, nếu đại dịch Covid-19 còn kéo dài sẽ dẫn tới “Đại suy thoái” kinh tế toàn cầu.

Với những tiến bộ đạt được trong phát triển vắc xin phòng ngừa Covid-19, kinh tế thế giới đang có những tín hiệu lạc quan và có chiều hướng phục hồi, tuy còn tiềm ẩn nhiều rủi ro trong ngắn hạn. Sau khi sụt giảm mạnh trong năm 2020 (-4,2%), GDP toàn cầu được dự báo sẽ tăng khoảng 4,2% vào năm 2021 và 3,7% vào năm 2022. Vào cuối năm 2021, GDP toàn cầu dự báo sẽ đạt mức trước khủng hoảng, nhờ sự phục hồi kinh tế mạnh mẽ của Trung Quốc, Mỹ và một số nước châu Âu.

Tại Việt Nam, với những giải pháp quyết liệt và hiệu quả trong việc thực hiện “mục tiêu kép” vừa phòng chống dịch bệnh, vừa phát triển kinh tế - xã hội, do đó, kinh tế vẫn đạt kết quả tích cực, duy trì tăng trưởng dương trong năm 2020 và những tháng đầu năm 2021. Kết quả này cộng hưởng với nỗ lực thực hiện cam kết các FTA sẽ mang lại những tín hiệu tăng trưởng khả quan cho nền kinh tế Việt Nam trong thời gian tới. Điển hình là các FTA thế hệ mới như: Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu - EU (EVFTA), FTA Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA)... Đặc biệt là Hiệp định Đối

tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) được kỳ vọng tạo ra một khu vực thương mại tự do mới có quy mô lớn, thúc đẩy phát triển các chuỗi giá trị trong khu vực và toàn cầu, góp phần phát triển kinh tế của các nước ASEAN, trong đó có Việt Nam và các đối tác.

3.2. Thực trạng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài FDI vào Việt Nam

Theo Cục Đầu tư nước ngoài của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, trong năm 2019, tổng vốn đăng ký cấp mới, điều chỉnh, góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài (ĐTNN) đạt 38,2 tỷ USD, tăng 7,2% so với cùng kỳ năm 2018. Vốn thực hiện các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài ước tính đạt 20,38 tỷ USD, tăng 6,7% so với cùng kỳ năm 2018. Giải ngân vốn FDI cao hơn qua các năm đã cho thấy niềm tin của nhà ĐTNN vào triển vọng kinh tế và cam kết đầu tư dài hạn của nhà đầu tư được cải thiện ở Việt Nam. (Hình 1)

Việt Nam đã trở thành điểm đến đầu tư hấp dẫn cho nhiều lĩnh vực khác nhau, từ sản xuất, bất động sản, năng lượng, bán lẻ và xây dựng, đến nghệ thuật, du lịch, giải trí và các dịch vụ khác. Trong đó, theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, ngành Công nghiệp sản xuất chiếm đến 65% tổng

dòng vốn đầu tư FDI, tiếp theo là lĩnh vực địa ốc chiếm khoảng 10%, và còn lại là các lĩnh vực, ngành nghề khác như năng lượng xanh, khoa học và kỹ thuật,...

Trong số 125 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam trong năm 2019, Hàn Quốc là nước dẫn đầu về nguồn vốn FDI với 7,92 tỷ USD, chiếm 21% tổng vốn đầu tư; Hong Kong đứng ở vị trí tiếp theo với 7,87 tỷ USD, chủ yếu đóng góp bởi 3,85 tỷ USD mua lại cổ phần của Công ty TNHH Nước giải khát Việt Nam; Singapore đứng thứ ba với 4,5 tỷ USD; tiếp theo là Nhật Bản và Trung Quốc.

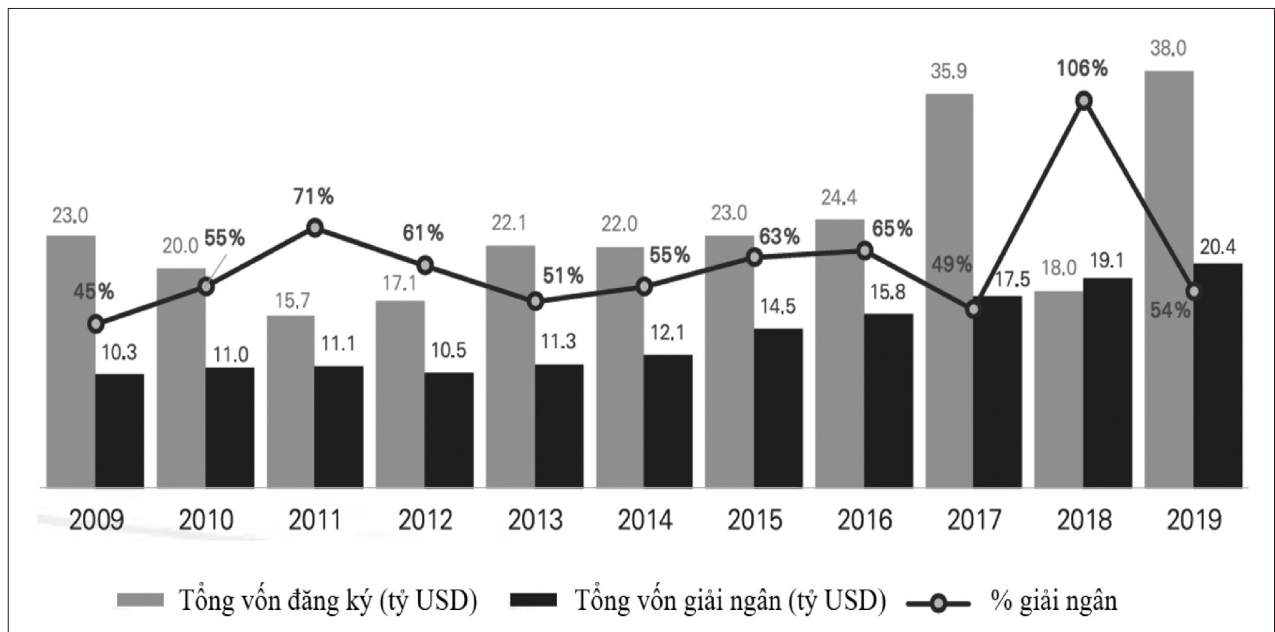
Đáng chú ý, đầu tư từ Hồng Kông và Trung Quốc đại lục tăng vọt so với năm 2018, do tác động của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung. FDI từ Trung Quốc tăng 1,65 lần và từ Hồng Kông tăng 2,4 lần so với cùng kỳ năm trước. (Hình 2)

4. Cơ hội và thách thức trong việc thu hút nguồn vốn FDI vào Việt Nam từ các FTA thế hệ mới

4.1. Cơ hội

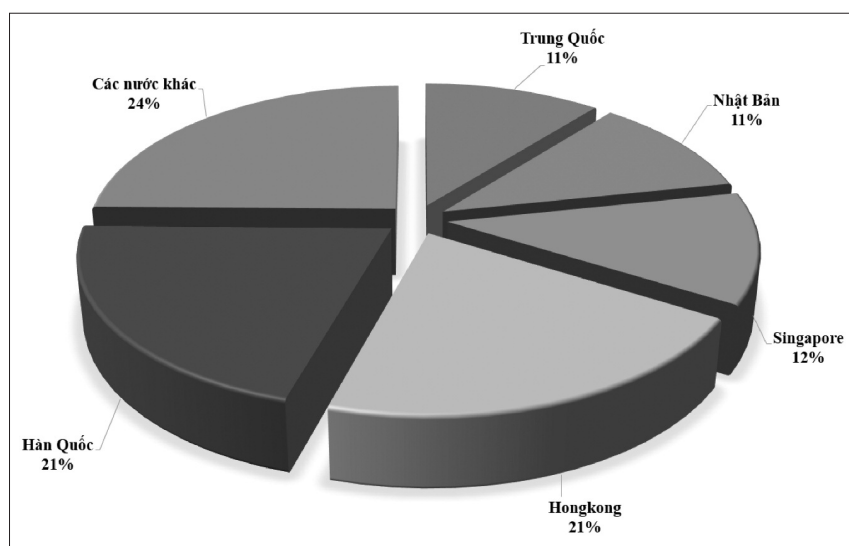
Các FTA thế hệ mới được ký kết và có hiệu lực đã tạo ra nhiều cơ hội cho Việt Nam trong việc thu hút nguồn vốn FDI từ các nhà ĐTNN. Cụ thể như sau:

Hình 1: Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam



Nguồn: Economist Intelligence Unit; World Bank

Hình 2: Các nguồn FDI chính



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam, 2020

Một là, các FTA thế hệ mới (đặc biệt CPTPP FTA) đã giúp Việt Nam tiếp cận với nền kinh tế của 60 nước, trong đó có 15/20 thuộc khối G20. Thông qua việc đàm phán và ký kết các FTA, các nhà ĐTNN bắt đầu chú ý, quan tâm nhiều hơn đến thị trường Việt Nam. Minh chứng điển hình là sự gia tăng về vốn đầu tư từ các quốc gia như Hàn Quốc, Nhật Bản,... trong năm 2019 và đây đều là các đối tác chủ chốt trong các FTA đã có hiệu lực.

Hai là, trong các FTA thế hệ mới, Việt Nam cùng các đối tác đều cam kết tuân thủ các nguyên tắc quan trọng như không phân biệt đối xử giữa nhà đầu tư trong nước và nhà ĐTNN. Ngoài ra, Việt Nam ngày càng mở rộng các lĩnh vực kinh doanh cho phép nhà ĐTNN đầu tư vào Việt Nam. Việt Nam là số ít quốc gia trong khu vực cho phép 100% vốn nước ngoài đối với hầu hết các lĩnh vực. Có 375 doanh nghiệp nhà nước được thoái vốn một phần hoặc toàn bộ trong giai đoạn năm 2017 - 2020. Chính những điều này sẽ giúp cho các nhà ĐTNN cảm thấy được bảo hộ, được đối xử công bằng và an tâm khi đầu tư.

Ba là, khi các FTA có hiệu lực, hàng hóa xuất khẩu có xuất xứ từ Việt Nam sẽ được hưởng những ưu đãi, đặc biệt là về hàng rào thuế quan. Do đó, các nhà ĐTNN sẽ tăng cường đầu tư vào Việt Nam để tận dụng cơ hội này.

Bốn là, FTA giúp cho việc tiết kiệm chi phí vận chuyển sản phẩm trung gian và sản phẩm cuối cùng giữa công ty mẹ ở nước đầu tư và các công ty con đặt ở các nước tiếp nhận. Bên cạnh đó, FTA giúp hình thành mạng lưới doanh nghiệp khu vực, giúp làm giảm chi phí dịch vụ. Đây là điều mà các nhà ĐTNN tìm kiếm nhằm tận dụng được các nguồn lực tại các nước tiếp nhận nguồn đầu tư.

Năm là, khi việc ký kết FTA được thực hiện, các thành viên buộc phải có

những điều chỉnh thích hợp về hệ thống pháp luật, cơ chế kinh doanh đầu tư để có thể tham gia vào “sân chơi chung” của nền kinh tế thế giới. Việt Nam cũng đã và đang có những chuyển đổi và ngày càng hoàn thiện các chính sách đầu tư, tạo niềm tin cho các nhà ĐTNN, từ đó tăng cường thu hút FDI.

4.2. Thách thức

Mặc dù các FTA thế hệ mang lại những hiệu quả bước đầu đáng ghi nhận trong việc thu hút nguồn vốn FDI vào Việt Nam. Tuy nhiên, điều này cũng đặt ra nhiều thách thức cho Việt Nam, liên quan đến 2 khía cạnh, đó là thực thi các FTA và ổn định nền kinh tế khi có sự gia tăng của các doanh nghiệp FDI.

Mặc dù FTA đã tạo ra nhiều cơ hội, nhưng Việt Nam cũng phải đối mặt với không ít thách thức. Việt Nam có thể tận dụng tối đa các ưu đãi thuế quan. Tuy nhiên, hàng hóa Việt Nam cần phải đáp ứng các điều kiện về xuất xứ, rào cản kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ từ các thị trường nhập khẩu. Các rào cản kỹ thuật nghiêm ngặt và hệ thống vệ sinh, kiểm dịch động thực vật khiến hàng hóa Việt Nam khó thâm nhập thị trường của các đối tác FTA. Ngược lại, khi hàng rào thuế quan được dỡ bỏ, nhưng hàng rào kỹ thuật không hiệu quả, Việt Nam sẽ trở thành thị trường tiêu thụ sản phẩm kém chất lượng, ảnh hưởng đến sức khỏe

người tiêu dùng, đồng thời không bảo hộ được sản xuất trong nước.

Các FTA thế hệ mới cũng đặt ra những thách thức mới cho Việt Nam về nguồn nhân lực, đó là thực hiện các cam kết về bảo vệ các quyền cơ bản của người lao động và vấn đề về nâng cao trình độ của nguồn nhân lực. Ví dụ cụ thể như sau:

(i) Trong bối cảnh Việt Nam tham gia ngày càng sâu rộng vào các FTA thế hệ mới, các vụ việc phòng vệ thương mại gồm chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam sẽ ngày càng nhiều hơn, với tính chất phức tạp gia tăng. Ở chiều ngược lại, một số ngành sản xuất trong nước cũng phải chịu áp lực từ việc gia tăng nhập khẩu, do các tác động mở cửa thị trường và cần đến những công cụ chính sách về phòng vệ thương mại để bảo vệ lợi ích của ngành. Điều đó khiến cho Việt Nam sẽ phải đối mặt với việc tham gia vào các cuộc tranh tụng, khiếu kiện về thương mại nhiều hơn. Ví dụ, EVFTA đặt ra thách thức không nhỏ đối với Việt Nam trong việc triển khai cơ chế giải quyết tranh chấp đầu tư của Hiệp định - cơ chế chưa từng có trong lịch sử. Để duy trì thiết chế này, các Bên phải chuẩn bị về nhân sự để giới thiệu người làm trọng tài viên tại các thiết chế này (3 người ở cấp sơ thẩm và 2 người ở cấp phúc thẩm mang quốc tịch của mỗi Bên). Đây là vấn đề không đơn giản đối với Việt Nam trong bối cảnh nguồn nhân lực chất lượng cao còn hạn chế, đặc biệt là những người có đủ năng lực để được cử làm trọng tài trong các thiết chế này.

(ii) Việc tham gia các FTA buộc Việt Nam phải có những thay đổi trong quá trình sản xuất, nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, đặc biệt trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 đang phát triển như vũ bão hiện nay. Trong khi đó, Việt Nam thiếu nguồn nhân lực chất lượng có khả năng tham gia vào bất kỳ công nghệ được chuyển giao nào. Điều đó hạn chế không nhỏ, ngăn bước Việt Nam thâm nhập và cạnh tranh khi xuất khẩu hàng hóa vào các nước là đối tác trong các FTA.

Mặt khác, sự gia tăng của các doanh nghiệp FDI tạo ra những thách thức đáng kể cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam. Khi tham gia vào các FTA thế hệ mới, chúng ta đã chấp nhận cuộc chơi sòng phẳng và cạnh tranh bình đẳng. Tuy

nhiên, các doanh nghiệp tại Việt Nam hiện nay gặp khó khăn trong việc tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu và chưa đủ năng lực để chuyển đổi mô hình sản xuất, kinh doanh cho phù hợp với xu thế mới, từ đó làm giảm năng lực cạnh tranh so với các doanh nghiệp nước ngoài. Hay nói cách khác, các doanh nghiệp Việt Nam có nguy cơ “thua ngay trên sân nhà” và Nhà nước không thể can thiệp vì những ràng buộc về các nguyên tắc của các FTA.

Cuối cùng là thách thức về việc ổn định nền kinh tế - xã hội của quốc gia khi có sự tham gia “sôi động” của các doanh nghiệp FDI, thể hiện ở những mặt như sau: (1) Nguồn thu ngân sách từ thuế xuất nhập khẩu giảm qua các năm, là kết quả của việc xóa bỏ các rào cản thuế quan đối với các đối tác trong các FTA. Điều này tạo ra áp lực trong việc cân đối thu, chi ngân sách nhà nước. (2) Mặc dù Việt Nam đã có những thay đổi trong khung pháp lý, chính sách đối với doanh nghiệp FDI; tuy nhiên việc quản lý vẫn còn hạn chế, nhiều doanh nghiệp FDI có hành vi chuyển giá, trốn thuế và gây tác động xấu đến môi trường. (3) Dòng vốn đầu tư từ nước ngoài đổ vào Việt Nam liên tục đặt ra thách thức trong việc xây dựng những chính sách kinh tế vĩ mô kịp thời, tránh lặp lại bài học tỷ lệ lạm phát tăng cao sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) năm 2006.

5. Kết luận và đề xuất giải pháp

Như vậy, quá trình gia nhập các FTA thế hệ mới đã giúp Việt Nam tăng thêm uy tín trên thị trường thương mại thế giới, từ đó mở ra nhiều cơ hội đón nhận những con sóng đầu tư từ các doanh nghiệp FDI, thúc đẩy nền kinh tế quốc gia phát triển. Tuy nhiên, việc tham gia cùng lúc nhiều FTA, cũng như mở rộng cơ hội cho các nhà ĐTNN cũng chứa đựng nhiều rủi ro cho nền kinh tế - xã hội của đất nước, đặt ra nhiều thách thức cho toàn bộ hệ thống chính trị, kinh tế, xã hội của Việt Nam. Để vượt qua những thách thức đã nêu, nhóm tác giả đưa ra một số đề xuất như sau:

Một là, nâng cao nhận thức về vai trò của các FTA cho doanh nghiệp trong nước. Hiện nay, vẫn còn nhiều doanh nghiệp nội địa chưa nắm rõ những thỏa thuận, quy định trong các FTA, nên dẫn đến việc sản xuất và xuất khẩu sản phẩm không đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng của các

quốc gia đối tác. Do đó, các doanh nghiệp trong nước cần tăng cường liên kết với các bên liên quan, quan tâm đầu tư đổi mới công nghệ, mô hình quản trị và chiến lược kinh doanh để hạ giá thành sản xuất, nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm. Đặc biệt, đối với các doanh nghiệp xuất khẩu, cần nắm chắc FTA về những nội dung liên quan đến lĩnh vực hoạt động của mình, các lộ trình giảm thuế và các quy định về tiêu chuẩn, chất lượng hàng hóa của đối tác để được hưởng ưu đãi.

Hai là, tiếp tục cải cách, hoàn thiện các chính sách về đầu tư. Tổ chức Tài chính quốc tế (IFC) đã có 8 khuyến nghị là “bản thiết kế” chi tiết để đưa Việt Nam đi theo quỹ đạo đột phá, hướng tới việc giải quyết các trở ngại, tăng cường cải cách, thu hút đầu tư FDI thế hệ mới, nhằm duy trì các mục tiêu tăng trưởng kinh tế sâu rộng, cụ thể như sau: (a) tăng cường cung cấp các kỹ năng chính để tạo thuận lợi cho đầu tư FDI thế hệ mới. (b) xây dựng, kiện toàn cơ quan xúc tiến đầu tư nước ngoài “thế hệ mới” để chủ trì thực thi chiến lược. (c) cải cách khung chính sách ưu đãi hiện hành. (d) hiện

đại hóa xúc tiến đầu tư, xác định lĩnh vực ưu tiên xúc tiến chủ động. (e) thực hiện môi trường kinh doanh, đầu tư 4.0. (f) mở cửa cho FDI những ngành nghề hỗ trợ năng lực cạnh tranh và tăng trưởng. (g) áp dụng các chính sách xúc tiến đầu tư FDI ra nước ngoài chiến lược. (h) có chính sách cụ thể để tăng cường kết nối và tác động lan tỏa của doanh nghiệp FDI.

Ba là, để thu hút được đầu tư FDI có giá trị cao, Việt Nam cần xác định các ngành ưu tiên, điều chỉnh dòng vốn FDI theo hướng thu hút có chọn lọc, chấm dứt tình trạng ưu đãi tràn lan, hạn chế dòng vốn FDI vào lĩnh vực khai thác tài nguyên, khoáng sản, lĩnh vực kinh doanh bất động sản, một số lĩnh vực dịch vụ giải trí,... Xây dựng và triển khai thực hiện tốt chương trình tái cấu trúc cơ cấu đầu tư, trong đó trọng tâm là đầu tư công. Chính sách ưu đãi đầu tư cần tập trung khuyến khích cao hơn cho lĩnh vực có khả năng tăng năng lực và tạo sự lan tỏa, như: công nghiệp chế tạo, chế biến có sử dụng công nghệ cao, công nghệ tiết kiệm năng lượng, công nghệ bảo vệ môi trường ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương, World Bank (2016). *Việt Nam: Nắm bắt cơ hội của các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới*. Kỷ yếu Hội thảo
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2020). *Doing business in Vietnam 2020*, Truy cập tại: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/vn/Documents/tax/vn-tax-vietnam-doing-business-2020.pdf>.
3. Quoc Hoi Le, Quynh Anh Do, Hong Chuong Pham and Thanh Duong Nguyen (2021). The Impact of Foreign Direct Investment on Income Inequality in Vietnam. *Economies*, 9, 27.
4. Hassan, Kabir. (2001). Is SAARC a viable economic block? Evidence from gravity model. *Journal of Asian Economics*, 12, 263-90.
5. International Economics (2016). *Review of foreign direct investment in Vietnam: implications for improvements*. International Trade and Economics Series.
6. Moon, J., (2009). The Influence of Free Trade Agreement on Foreign Direct Investment: Comparison with non-FTA countries. Retrieved from: http://fdhawks.bol.ucla.edu/20090529_1.pdf.
7. Nick J. Freeman. (2002). *Foreign Direct Investment in Vietnam: An Overview*. Hanoi: DfID Workshop on Globalization and Poverty in Vietnam.
8. Lê Thị Thúy (2017). Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới: Cơ hội và thách thức đối với Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, số 5 (114).
9. Trần Thị Trang, Đỗ Thị Mai Thanh (2018). *Những tác động nổi bật của FTA thế hệ mới đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam*. Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia.

10. Trejos, Alberto. (2009). *Instrumentos para la Evaluación del Impacto de Acuerdos Comerciales*. Ciudad de México: CEPAL.
11. Nguyễn Vũ (2016). Ai tận dụng tốt cơ hội từ các FTA?. *Thời báo Kinh tế Sài Gòn*, số 16.
12. World Bank (2019). *Investment policy and regulatory review - Việt Nam*.

Ngày nhận bài: 5/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/8/2021

Thông tin tác giả:

1. TRẦN THỊ BÍCH TUYỀN¹

2. PGS. TS. ĐỒNG THỊ THANH PHƯƠNG¹

3. TS. PHAN VĂN NHIỆM¹

¹Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu (BVU)

ATTRACTING MORE FDI INTO VIETNAM VIA NEW-GENERATION FTAs: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

● **TRAN THI BICH TUYEN¹**

● Assoc. Prof. PhD. **DONG THI THANH PHUONG¹**

● PhD. **PHAN VAN NHIEM¹**

¹Ba Ria - Vung Tau University

ABSTRACT:

Integrating the global economy by participating in free trade agreements (FTAs) has become a popular trend in the world thanks to its economic benefits. Especially some countries have not yet satisfied with economic agreements which are reached under the World Trade Organization (WTO) framework and they have opted to develop bilateral and regional cooperations to promote their trade in goods and services. Previous FTAs only focused on trade in goods. However, current new-generation FTAs have broader scopes and have required a greater openness of parties in most economic fields. In current years, Vietnam has actively participated in many new-generation FTAs and has achieved many remarkable achievements. This paper analyzes opportunities and challenges in attracting foreign direct investment faced by Vietnam when the country takes part in new-generation FTAs.

Keywords: FDI, FTA, international trade, attract FTA.

PHÂN TÍCH XU HƯỚNG DÒNG VỐN ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI VÀO CHÂU Á

● NGUYỄN THU HẰNG

TÓM TẮT:

Bài báo này nhằm cung cấp cơ sở lý luận cho việc thay đổi các xu hướng trong dòng chảy và các yếu tố quyết định đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) do kết quả của các cân nhắc kinh tế vĩ mô và chiến lược doanh nghiệp. Tác giả phân tích một số yếu tố tác động đến các xu hướng đó và ảnh hưởng của chúng đến xu hướng dòng vốn FDI vào châu Á, từ đó rút ra bài học cho Việt Nam trong việc xây dựng định hướng đón đầu xu hướng chuyển dịch dòng vốn FDI trong khu vực.

Từ khóa: đầu tư trực tiếp từ nước ngoài, xu hướng dòng vốn đầu tư, châu Á.

1. Đặt vấn đề

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã được nhìn nhận qua một số lăng kính lý thuyết với nhiều quan điểm khác nhau. Mặc dù các nghiên cứu trước đây đã xác định một số yếu tố tác động đến quyết định FDI của một doanh nghiệp đa quốc gia (MNE), nhưng các yếu tố quyết định đó thường chỉ áp dụng cho bối cảnh cụ thể được xem xét, hoặc nếu không sẽ chỉ ảnh hưởng đến việc gia nhập thị trường ban đầu. Một công thức lý thuyết toàn diện giúp phân tích các mô hình FDI trên các khu vực địa lý khác nhau đã được chứng minh là khó nắm bắt. Các mô hình FDI như vậy cũng cần được kiểm tra theo thời gian, vì các yếu tố có lợi cho đầu tư ban đầu của MNE vào một quốc gia có thể thay đổi, khiến nó chuyển các khoản đầu tư mới sang nơi khác. Một số cân nhắc chiến lược có thể thúc đẩy sự thay đổi như vậy, chẳng hạn

như cường độ cạnh tranh tăng lên tại địa điểm ban đầu, các yêu cầu cắt giảm chi phí thúc đẩy việc tìm kiếm các địa điểm sản xuất mới với chi phí thấp hoặc áp lực gia nhập thị trường mới trước những động thái tương tự của các đối thủ. Các biện pháp do các chính phủ thực hiện trong việc tự do hóa chế độ đầu tư cũng ảnh hưởng sâu sắc đến các quyết định về FDI. Do đó, xu hướng FDI là một hiện tượng phức tạp, đa chiều, cần được xem xét từ quan điểm kinh tế vĩ mô cũng như chiến lược doanh nghiệp để có phân tích thực tế hơn.

Nhiều cuộc khảo sát và nghiên cứu, chẳng hạn như của Liên Hợp quốc, thường xuyên công bố dữ liệu tổng hợp về FDI theo quốc gia. Những điều này thường cho thấy sự gia tăng đáng kể của FDI vào một khu vực cụ thể, đồng thời với sự giảm tốc đầu tư vào các điểm đến phổ biến khác,

cho thấy sự thay đổi của các yếu tố quyết định FDI. Nghiên cứu này nhằm cung cấp cơ sở lý luận cho xu hướng thay đổi của dòng vốn FDI cũng như phân tích sức hấp dẫn của thị trường châu Á trong việc thu hút FDI.

2. Tổng quan tài liệu

Lý thuyết về sự luân chuyển vốn là giải thích sớm nhất cho FDI, vốn được xem như là một phần của các khoản đầu tư theo danh mục đầu tư. Đóng góp mang tính đột phá của Hymer (1960) là lời giải thích đầu tiên về FDI trong truyền thống tổ chức công nghiệp. Hymer coi FDI như một phương tiện chuyển giao kiến thức và các tài sản doanh nghiệp khác để tổ chức sản xuất ở nước ngoài. Không giống như các khoản đầu tư theo danh mục đầu tư, việc chuyển nhượng như vậy không liên quan đến quyền sở hữu hoặc quyền kiểm soát bị từ bỏ. Theo cách tương tự, Vernon (1966) đã sử dụng khái niệm chu kỳ sống của sản phẩm để đưa ra giả thuyết rằng các công ty chuyển các công nghệ sản xuất được tiêu chuẩn hóa và đã bão hòa tại thị trường trong nước ra nước ngoài. Hai mảng cơ bản này đã tạo ra nhiều đóng góp để giải thích các hoạt động FDI và MNE từ các cơ sở lý thuyết khác nhau. Trong khi, Caves (1971) và Dunning (1958) coi FDI là một cách để khai thác lợi thế về quyền sở hữu, Rugman (1979) lại coi đây là sự đa dạng hóa rủi ro và là tài sản tổ chức và chuyển giao kiến thức của Kogut (1983). Hơn nữa, trong khi Buckley và Casson (1976) và Hennart (1982) giải thích logic cho việc nội bộ hóa các giao dịch trong MNE, Knickerbocker (1973) cho rằng các MNE thể hiện hiệu ứng vòng tròn khi họ theo chân các đối thủ của mình vào các thị trường mới như một phản ứng chiến lược đối với sự cạnh tranh độc quyền.

Mô hình chiết trung (Dunning, 1980, 1993) cung cấp một khuôn khổ dựa trên lợi thế về quyền sở hữu, vị trí và nội bộ (OLI) để phân tích tại sao và ở đâu, các MNE sẽ đầu tư ra nước ngoài. Những hình thức đầu tư như vậy có thể là:

tìm kiếm tài nguyên (tự nhiên), tìm kiếm thị trường, tìm kiếm hiệu quả hoặc tìm kiếm tài sản chiến lược. Mô hình Upsaala (Johanson và Vahlne, 1977) cho rằng, các MNE tham gia tăng dần vào FDI. Ban đầu họ chỉ đầu tư nhỏ vào các quốc gia gần nhau về mặt địa lý và văn hóa, nhưng sau đó, khi kinh nghiệm tích lũy được nhiều hơn, các khoản đầu tư lớn hơn được thực hiện vào các quốc gia xa nhau về cả 2 mặt trên.

Những phát triển lý thuyết tiếp theo giải thích sự phát triển năng động của lợi thế sở hữu và cách các MNE chuyển chúng thông qua FDI. Chúng bao gồm cách tiếp cận dựa trên nguồn lực (Conner, 1991; Wernerfelt, 1984), quan điểm tiến hóa (Nelson và Winter, 1982; Teece và cộng sự, 1997) và cách tiếp cận quản lý tổ chức của Prahalad và Doz (1987), Bartlett và Ghoshal (1989) và Sethi và Guisinger (2002). Động lực chính của những lý thuyết này là kiến thức và kỹ năng của một công ty tạo thành lợi thế sở hữu ngầm. Các MNE, với khả năng thiết lập và quản lý các cơ cấu tổ chức phức tạp, duy trì những lợi thế này bằng cách tận dụng chúng thông qua các khoản đầu tư trên toàn thế giới.

Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã tập trung vào các yếu tố quyết định FDI, dựa trên lợi thế sở hữu. Mối quan hệ đáng kể đã được tìm thấy giữa FDI và công nghệ (Lall, 1980), quy mô doanh nghiệp (Li và Guisinger, 1992), quy mô vốn (Pugel, 1981) và sự khác biệt của sản phẩm (Caves, 1971). Những nghiên cứu này tuy nhiên chỉ cung cấp cơ sở lý luận và một mô thức tổng quát cho FDI mà không giải thích sự khác biệt giữa các khu vực.

OLI cho thấy quy mô thị trường, tăng trưởng thị trường, các rào cản đối với thương mại, tiền lương, sản xuất, giao thông và các chi phí khác, ổn định chính trị, các quy định về thuế và thương mại của chính phủ đã ảnh hưởng đến các quyết định về địa điểm (Dunning, 1993). Tuy nhiên, không có nghiên cứu nào nghiên cứu đồng thời tất cả các yếu tố ảnh hưởng trên. Phương pháp

luận và trọng tâm của các nghiên cứu này cũng khác nhau đáng kể. Trong khi Root và Ahmed (1978) điều tra về thuế và các chính sách của chính phủ, sử dụng thuế suất doanh nghiệp theo luật định làm đại diện cho tác động của các chính sách tài khóa đối với các nhà đầu tư mới, Nigh (1985) nhấn mạnh tác động tích cực của sự ổn định chính trị và Contractor (1991) đã điều tra tác động của các chính sách của chính phủ đối với việc lựa chọn địa điểm FDI.

Sử dụng Khảo sát điểm chuẩn của Bộ Thương mại Hoa Kỳ năm 1977 và 1982, Loree và Guisinger (1995) đã kiểm tra tác động của các biến chính sách và phi chính sách đối với vị trí. Họ tìm thấy những tác động tích cực đáng kể đối với các nguồn đầu tư và những tác động tiêu cực đối với các yêu cầu về hiệu quả hoạt động và thuế suất của nước sở tại. Các biến số phi chính sách, cụ thể là ổn định chính trị, khoảng cách văn hóa, GDP bình quân đầu người và cơ sở hạ tầng, cũng ảnh hưởng rất đáng kể.

Hầu hết các nghiên cứu này phù hợp hơn với việc gia nhập thị trường ban đầu và không phân tích các xu hướng FDI một cách linh hoạt. Tuy nhiên, nghiên cứu về con đường phát triển đầu tư có yếu tố theo chiều dọc (Dunning, 1981, 1986; Ozawa, 1992; Narula, 1996; Tolentino, 1992; Dunning và Narula, 1996). Quan điểm này cho thấy loại hình FDI thay đổi như thế nào theo giai đoạn phát triển kinh tế của nước chủ nhà. Theo đó, các nước kém phát triển hơn thu hút phần lớn vốn FDI tìm kiếm nguồn lực và hiệu quả vào các thị trường sản phẩm hoặc các nhiệm vụ sản xuất sử dụng nhiều lao động. Khi các nước này phát triển và cải thiện nền kinh tế, cơ sở hạ tầng công nghệ và kỹ năng kỹ thuật của lực lượng lao động, họ sẽ thu hút FDI vào các hoạt động có giá trị gia tăng lớn hơn.

3. Các yếu tố làm thay đổi xu hướng FDI vào châu Á

3.1. Vị trí đầu tư

Mô hình chiết trung của Dunning nói chung là

một MNE đầu tư vào vị trí thuận lợi nhất. Tuy nhiên, nếu chúng ta xem xét các quyết định về vị trí của các MNE khác nhau thì “vị trí” có thể có nội hàm khu vực rộng hơn. Các MNE thường đánh giá các điểm đến có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tiềm năng trên cơ sở khu vực, thay vì một quốc gia. Các quốc gia tiếp giáp địa lý thường có nền văn hóa, hệ thống chính trị, kinh tế và trình độ phát triển tương tự. Các quốc gia như vậy thường tạo thành một nhóm kinh tế khu vực, với sự đồng nhất đáng kể trong các chính sách thương mại và đầu tư của họ. Hoạt động trong các thị trường thống nhất như vậy mang lại nhiều lợi ích tích lũy cho các MNE với cơ sở hạ tầng thông tin liên lạc chung, thương mại nội khối không có rào cản và các cơ hội kết nối. FDI vào Tây Âu (EU), Đông Á (ASEAN), Nam Á (SAARC), Đông Âu, Mỹ Latinh (ví dụ: MERCOSUR) và châu Phi (PTA),... cũng theo cùng một mô hình khu vực trong việc khai thác lợi thế kinh tế, hội nhập đã nêu ở trên và tận dụng sự phân công lao động quốc tế.

Báo cáo “Xu hướng FDI Nhật Bản tại các nước Đông Nam Á” của GS. Yasuhiro Yamada, Đại diện Viện Nghiên cứu Hội nhập Đông Á (ASEAN - Japan) chỉ ra rằng, Đông Nam Á là khu vực dẫn đầu thế giới về tăng trưởng kinh tế bền vững trong 3 thập kỷ qua nhờ những cải cách mạnh mẽ về môi trường kinh doanh cũng như hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới. Bằng chứng cụ thể với Việt Nam là thu nhập bình quân đầu người từ 1.120 USD năm 2009 đã lên mức 1.990 USD năm 2015. Mức thu nhập này được đánh giá là ở ngưỡng các nước trung lưu và trong tương lai sẽ là nước có mức thu nhập trung bình đầu người cao tầm 12.745 USD. Trong tương lai, các nước trong khu vực ASEAN, đặc biệt là Việt Nam sẽ trở thành địa điểm hấp dẫn của các nhà đầu tư trên thế giới nhờ có yếu tố tích cực trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, cũng như những cải thiện đổi mới và phát triển của môi trường kinh doanh.

Bằng các nghiên cứu điển hình trong đề tài “Đầu tư trực tiếp nước ngoài của Nhật Bản - Các nghiên cứu về các nhà bán lẻ Nhật Bản đối với thị trường châu Á”, PGS. Atsuji Ohara - Đại học Nagasaki (Nhật Bản) chỉ ra rằng, châu Á là thị trường tiềm năng thu hút các nhà đầu tư Nhật Bản bằng mạng lưới khách hàng mới, đặc biệt là tầng lớp trung lưu ở các thị trường mới nổi - nơi mà các nhà đầu tư có thể tận dụng nguồn vốn của mình mở rộng thương hiệu và mô hình kinh doanh. Các nhà bán lẻ Nhật Bản đang mở rộng FDI từ thị trường Trung Quốc sang các nước Đông Nam Á bằng chiến lược đa dạng hóa hơn là chỉ tập trung vào thị trường Trung Quốc.

3.2. Áp lực giảm chi phí

Kể từ cuối những năm 1980, MNEs cũng đã đầu tư lớn vào Trung Quốc, Ấn Độ và Indonesia, những thị trường khổng lồ. Các nước này theo truyền thống đã có hàng rào thuế quan cao để ngăn chặn sự xâm nhập của hàng hóa nước ngoài. Chính phủ của họ thường chỉ thâm nhập vào các thị trường béo bở của họ khi các MNE thiết lập các cơ sở sản xuất tại địa phương.

Việc hình thành áp lực cạnh tranh gay gắt ở khu vực chủ nhà ban đầu sẽ khiến các MNE phải đầu tư tìm kiếm hiệu quả vào các quốc gia có mức lương thấp để giảm chi phí. Trên thực tế, để đối phó với sự gia tăng của áp lực cạnh tranh gay gắt ở Tây Âu, các MNE của Hoa Kỳ đã chuyển dịch cơ cấu FDI của họ vào các nước châu Á có GNP thấp (do đó là những thị trường kém hấp dẫn hơn) chủ yếu để tận dụng mức lương thấp các cấp độ. Theo nhận định của Hội nghị Liên Hiệp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD/CNUCED), Trung Quốc, Hàn Quốc và nhất là Đông Nam Á, trở thành những địa bàn hoạt động lý tưởng. Tổng đầu tư trực tiếp nước ngoài trên thế giới được thống kê năm 2013 đạt 1.450 tỷ USD. Vào lúc mà cả Liên hiệp châu Âu lẫn Bắc Mỹ chỉ giành được 250 tỷ USD của số vốn đầu tư nói trên, thì phần đổ vào châu Á là 426 tỷ USD. Châu Á chiếm đến gần 30% tổng số FDI của toàn

cầu. Nhưng đứng đầu danh sách vẫn là Trung Quốc với 124 tỷ USDFDI được đổ vào Trung Quốc - không kể Hồng Kông và Đài Loan. Như vậy, chỉ một mình Trung Quốc chiếm đến 1/3 tổng đầu tư nước ngoài hướng về các nền kinh tế đang trỗi dậy của toàn châu Á.

3.3. Môi trường đầu tư tự do

Hiệu quả và đầu tư tìm kiếm thị trường của các MNE vào một khu vực sẽ phụ thuộc vào các quốc gia trong khu vực đó áp dụng các chính sách tự do hóa thân thiện với nhà đầu tư.

Các chính sách kinh tế hạn chế của hầu hết các nước đang phát triển ở châu Á, châu Mỹ Latinh và châu Phi thường xuất phát từ khuynh hướng xã hội chủ nghĩa của họ. Điều này, cùng với những lợi ích lớn hơn của việc đầu tư vào Tây Âu, đã ngăn cản mọi nguồn vốn FDI đáng kể vào châu Á. Tuy nhiên, sự thất bại liên tiếp của các nền kinh tế kế hoạch đã gây ra sự bất bình rộng rãi với các chính sách hạn chế và dần dần các chính phủ này bắt đầu mở cửa nền kinh tế của họ (UNCTAD, 1997). Trong giai đoạn 1991 - 1996, hơn 100 quốc gia đã thực hiện tổng cộng 599 thay đổi để tự do hóa các quy định về FDI, nhưng riêng trong năm 1997, 76 quốc gia đã thực hiện 151 thay đổi về tự do hóa (Liên hợp quốc, 1998). Thay vì sự thù địch trước đó đối với các MNE, các chính phủ hiện đã thành lập các cơ quan thu hút FDI. Do đó, hai yếu tố áp lực cạnh tranh gay gắt tích tụ tại các điểm đến FDI ban đầu và tự do hóa rộng rãi đồng thời của các nền kinh tế đã tác động song song để giúp thu hút FDI tìm kiếm hiệu quả vào các nước ASEAN (UNCTAD, 1997). Động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế do FDI mang lại ở khu vực này dần dần khiến các nước đang phát triển khác cũng phải gia nhập vòng xoáy tự do hóa.

Malaysia luôn duy trì một chế độ tự do đối với đầu tư nước ngoài. Đặc biệt vào cuối thập niên 80, sau khi tiếp tục tự do hóa các chính sách đầu tư nước ngoài, đảm bảo các ưu đãi và cơ sở vật chất hấp dẫn, tăng cường các nỗ lực xúc tiến đầu tư,

dòng vốn FDI đổ vào lĩnh vực sản xuất tăng đáng kể. FDI đóng góp đáng kể vào không chỉ vào sự tăng trưởng GDP, mà còn từ góc độ thay đổi cơ cấu kinh tế, chuyển Malaysia từ cơ bản là sản xuất thô sơ sang một nền kinh tế công nghiệp hóa.

Trung Quốc ban đầu thực hiện chính sách mở cửa “từ từ”, chỉ thu hút FDI vào một số vùng đặc biệt (Khu kinh tế đặc biệt - SEZ) như một cuộc thử nghiệm về áp dụng Luật Liên doanh giai đoạn 1979 - 1985. Sau thành công của 4 SEZ, chính phủ Trung Quốc tiếp tục khuyến khích FDI, thành lập 14 thành phố mở duyên hải trong năm 1984. Giai đoạn 1986 - 1991 đánh dấu sự mở cửa mạnh mẽ với việc mở ra thị trường hóa đối ngoại tệ năm 1985, việc ban hành “Các quy định của Hội đồng Nhà nước về khuyến khích đầu tư nước ngoài” năm 1986, và “Luật về Các doanh nghiệp 100% sở hữu nước ngoài”. Năm 1992, Trung Quốc thông báo tiếp tục chính sách đổi mới và mở cửa với mục tiêu “xây dựng một nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa”. Chính phủ tìm cách mở rộng chính sách khuyến khích FDI ra toàn đất nước. Giai đoạn này chứng kiến sự giao phó quyền lực từ chính quyền trung ương cho các chính quyền địa phương. Các tỉnh và thành phố được tự do xây dựng các biện pháp khuyến khích đầu tư dẫn đến kết quả hàng ngàn Khu phát triển kinh tế và công nghệ được thành lập, đầu tư và tăng lên đáng kể. Năm 1997, để đối phó với ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính châu Á, Trung Quốc quyết định ban hành chính sách tự do hóa đồng tiền nhằm nâng cao cầu nội địa, chống lạm phát và tiếp tục nỗ lực thu hút FDI. Việc gia nhập WTO đánh dấu việc từng bước mở cửa hoàn toàn nền kinh tế. Kết quả của việc cải cách và mở cửa nền kinh tế giúp Trung Quốc trở thành điểm đến hàng đầu của thu hút FDI của thế giới, góp phần nâng cao sản lượng công nghiệp, tăng doanh thu về thuế, gia tăng xuất khẩu, tạo lượng việc làm khổng lồ và hấp thụ chuyển giao công nghệ và bí quyết kỹ thuật. Theo nghiên cứu của UNCTAD, có 400 trong số 500 công ty đa quốc gia lớn nhất đã đầu tư vào Trung Quốc.

Việt Nam cũng là một ví dụ tiêu biểu cho việc mở cửa nền kinh tế đón dòng vốn FDI. Việt Nam có mức độ mở cửa kinh tế và thương mại cao. Về thương mại, là thành viên của ASEAN, được hưởng thị trường thương mại tự do của Cộng đồng ASEAN và chuỗi hiệp định thương mại tự do "ASEAN + 1" (bao gồm Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia, New Zealand, Ấn Độ,...). Việt Nam cũng đã tham gia CPTPP tiêu chuẩn cao và RCEP bao gồm Trung Quốc; đã ký Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU được gọi là "Hiệp định Thương mại Tự do Thế hệ mới" với EU và thuế quan đối với EU sẽ dần dần được giảm xuống 0. Chiến tranh thương mại đã khiến mức thuế quan giữa Trung Quốc và Mỹ tăng lên đáng kể, đồng thời làm nổi bật lợi thế về thuế quan thấp của Việt Nam. Các biện pháp tự do hóa của Việt Nam không chỉ nhằm giảm chi phí thương mại, mà còn nhằm thúc đẩy cải cách trong nước, đạt được mở cửa chất lượng cao và tạo ra một chuỗi công nghiệp đa dạng và bền vững. Về đầu tư, tình hình chính trị của Việt Nam ổn định và phạm vi đầu tư được phép rộng. Theo Chỉ số hạn chế FDI năm 2019 do OECD tổng hợp, Việt Nam cởi mở hơn với đầu tư nước ngoài so với Trung Quốc chỉ đứng sau Singapore và Myanmar trong khối ASEAN.

3.4. Sự gắn gũi về văn hóa

Nhiều nghiên cứu trước đây đã phát hiện ra mối quan hệ văn hóa đối với nước sở tại là một yếu tố quyết định đáng kể đến FDI. Tuy nhiên, một số học giả đã lập luận rằng sở thích và thị hiếu của người tiêu dùng ở các quốc gia khác nhau đang quy tụ về một chuẩn mực toàn cầu và do đó ảnh hưởng của khoảng cách văn hóa có thể sẽ giảm dần. Hơn nữa, các MNE cũng có thể bị buộc phải bỏ qua khoảng cách văn hóa lớn hơn của các nước đang phát triển để ủng hộ lợi thế về mức lương thấp của họ và chọn họ là những địa điểm “tốt nhất tiếp theo”.

Ngay từ những năm 1950, Nhật Bản đã tiến hành các dự án đầu tư vào khu vực Đông Nam Á.

Khối lượng đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào các nước ASEAN liên tục có sự gia tăng mạnh mẽ. Từ năm 1990 đến năm 1993, FDI của Nhật Bản vào các nước này tăng từ 7,8% đến 11,33%. Đến năm 1994, tổng số vốn đầu tư này đã lên tới 5,13 tỷ USD. Trong năm 2014, con số này đã lên đến 35,57 tỷ USD, tương đương với 12,5% tổng vốn đầu tư ra nước ngoài của Nhật Bản và 54% đầu tư trực tiếp của Nhật Bản tại châu Á. Sau thỏa thuận Plaza, đồng Yên lên giá mạnh so với đồng USD và các đồng tiền ASEAN làm mất tính cạnh tranh của các sản phẩm xuất khẩu. Điều này góp phần làm gia tăng xu thế chuyển dịch đầu tư của Nhật Bản sang các nước châu Á, nơi có văn hóa tương đồng và có chi phí sản xuất thấp hơn rất nhiều so với tại Nhật Bản.

Năm 2018, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của Nhật Bản tại ASEAN lên tới gần 30 tỷ USD, chiếm gần 56% tổng vốn FDI của Nhật Bản tại châu Á.

Đất nước Mặt trời mọc cũng tích cực thiết lập quan hệ kinh tế chặt chẽ với ASEAN theo những cách khác. Trong vòng 6 năm, từ năm 2002 - 2008, Nhật Bản đã phê chuẩn các thỏa thuận hợp tác kinh tế với tất cả 10 quốc gia thành viên ASEAN. Nhật Bản cũng ủng hộ tăng cường hội nhập kinh tế của ASEAN thông qua hợp tác trong khuôn khổ Hành lang Kinh tế Đông - Tây, Hành lang Kinh tế phía Nam (với các quốc gia lục địa của ASEAN) và Hành lang Kinh tế ASEAN. Những hoạt động kinh tế này đã giúp tăng cường ảnh hưởng của Nhật Bản tại Đông Nam Á.

Trong một cuộc thăm dò dư luận năm 2019, có tới 93% công chúng ASEAN coi Nhật Bản như là người bạn và 87% cho rằng vai trò của Nhật Bản rất quan trọng đối với khu vực. Với những khía cạnh tích cực này, quan hệ Nhật Bản - ASEAN sẽ tiếp tục phát triển, tạo thuận lợi hơn nữa cho việc tăng cường hợp tác song phương trong tương lai.

3.5. Chu kỳ đầu tư - phát triển

FDI vào các nước có mức lương thấp cũng đã chứng kiến một hiệu ứng hỗn hợp. Vì các MNE

không đủ khả năng để nhường các thị trường mới cho các đối thủ của mình, nên họ đã phải theo chân họ vào các thị trường đó. Kết quả là sự gia tăng hoạt động kinh tế đã dẫn đến mức lương tăng và các MNE có thể bắt đầu đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt ngay cả trong các khu vực FDI mới. Cuối cùng, chu kỳ tìm kiếm các vị trí mới cho các khoản đầu tư tìm kiếm hiệu quả và tìm kiếm thị trường có thể được lặp lại. Những điểm đến tiềm năng trước tiên cũng cần đáp ứng các điều kiện tiên quyết như môi trường thân thiện với nhà đầu tư, sự ổn định chính trị và kinh tế và cơ sở hạ tầng tốt,...

Đầu tư của Trung Quốc vào Việt Nam hiện đang là đầu tư tìm kiếm hiệu quả do các doanh nghiệp vừa và nhỏ dẫn đầu. Thứ nhất, đầu tư tự phát của các doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm ưu thế. Đầu tư của các doanh nghiệp Trung Quốc vào Việt Nam chủ yếu là đầu tư tư nhân dưới 100 triệu USD, chủ yếu đến từ ngành Dệt may với nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ. Thứ hai, cân nhắc chính để đầu tư vào Việt Nam là chuyển giao công nghệ thụ động trong bối cảnh thay đổi bên trong và bên ngoài. Trước năm 2017, các công ty Mỹ chuyển đến Việt Nam chủ yếu do chi phí nhân công và đất đai ở Trung Quốc tăng cao, sau năm 2017, họ chuyển sang Việt Nam để tránh bị áp thuế cao do chiến tranh thương mại Trung - Mỹ.

Đầu tư tìm kiếm thị trường cũng có triển vọng ở Việt Nam. Theo kinh nghiệm lịch sử của Trung Quốc, Việt Nam hiện đang trong thời kỳ kinh tế phát triển và công nghiệp hóa chứa đựng những cơ hội to lớn để tăng trưởng kinh tế, tăng thu nhập và tăng tốc đô thị hóa. Dân số Việt Nam gần 100 triệu người và tổng thị trường tiêu dùng rất lớn; GDP bình quân đầu người tương đương với mức năm 2006 của Trung Quốc và thu nhập tăng lên thúc đẩy tiêu dùng nâng cấp; tỷ lệ đô thị hóa của Việt Nam chỉ là 36,6%, vẫn còn nhiều khả năng cải thiện so với các nước có thu nhập trung bình khác.

GDP bình quân đầu người của Việt Nam chưa đến 3.000 USD, nhưng trong bối cảnh chiến tranh

thương mại Trung - Mỹ và đại dịch Covid-19, Việt Nam đã trở thành điểm nóng về đầu tư nước ngoài. Chính phủ Nhật Bản đã chi 2,2 tỷ USD để hỗ trợ các công ty Nhật Bản di dời cơ sở sản xuất ra khỏi Trung Quốc bằng sức mạnh tài chính. Một nửa trong số 30 công ty đầu tiên chuyển đến Đông Nam Á được công bố vào tháng 7 sẽ chuyển đến Việt Nam. Sau đó, Hiệp định Thương mại Tự do EU - Việt Nam (EVFTA) có hiệu lực vào tháng 8/2020. Hiệp định cấp cao này sẽ cắt giảm 99% thuế quan song phương trong vòng 10 năm. Chưa kể, gã khổng lồ Samsung của Hàn Quốc đã rút toàn bộ việc sản xuất hàng điện tử tiêu dùng khỏi Trung Quốc và phần lớn chuyển sang Việt Nam, nhiều công ty sản xuất Trung Quốc cũng coi Việt Nam là điểm đến ưa thích để tránh thuế quan của Mỹ và chuyển hướng sản xuất. Quy mô đầu tư nước ngoài vào Việt Nam ngày càng lớn, thể hiện cục diện mới vừa hợp tác vừa cạnh tranh.

3.6. Sự ổn định chính trị

Ổn định chính trị, xã hội và viễn cảnh hội nhập kinh tế khu vực là động cơ đưa dòng chảy tư bản của thế giới hướng về châu Á.

Tại Đông Nam Á, tổng đầu tư trực tiếp nước ngoài vào 10 nước thành viên ASEAN trong năm 2013 theo UNCTAD tăng 7%. Singapore được coi là địa điểm có sức thu hút FDI cao nhất trong khu vực. Với 64 tỷ USD được đầu tư vào đảo quốc nhỏ bé này, Singapore hấp dẫn hơn nhiều so với 2 nước lân cận là Indonesia (19 tỷ USD) và Malaysia (22 tỷ USD).

Nhìn sang Thái Lan, bất ổn chính trị trong 6 tháng cuối năm 2013 là nguyên nhân khiến tổng đầu tư trực tiếp nước ngoài vào quốc gia Đông Nam Á này chỉ đạt 13 tỷ USD, thấp hơn so với mong đợi của chính phủ Thái Lan.

Tương tự, các nước Thái Lan, Malaysia và Philipin không nằm trong 25 nước hàng đầu xếp hạng theo Chỉ số tin cậy FDI là do sự bất ổn chính trị và nền kinh tế vận hành kém, thiếu lao động trình độ chuyên môn cao, tăng chi phí lao động.

Trái hẳn với bế tắc chính trị tại Thái Lan, Myanmar đang chuyển mình từ năm 2011. Trong năm 2013, theo bảng xếp hạng của Liên Hiệp quốc, nước này thực sự thành công mỹ mãn với kỷ lục 2,6 tỷ USDFDI đầu tư. Riêng đối với 3 nước Việt Nam, Lào, Campuchia, theo đánh giá của tổ chức UNCTAD, đầu tư FDI vào các nước này tiếp tục ổn định và tăng trưởng đều dựa trên sự ổn định chính trị.

3.7. Bài học cho Việt Nam

Triển vọng thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) ở Việt Nam năm 2021 được xem là rất sáng sủa trong bối cảnh nhiều nhà đầu tư lớn, vừa và nhỏ từ các quốc gia phát triển dần chuyển hướng đầu tư vào Việt Nam. Tổng vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam tính đến ngày 20/3/2021 bao gồm vốn đăng ký cấp mới, vốn đăng ký điều chỉnh và giá trị góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài đạt gần 10,13 tỷ USD, tăng 18,5% so với cùng kỳ năm trước. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện quý I/2021 ước tính đạt 4,1 tỷ USD, tăng 6,5% so với cùng kỳ năm trước (GSO). Trong số các đối tác FDI vào Việt Nam, những đối tác hàng đầu chủ yếu là các nước châu Á như Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore, song sự hiện diện của các nước phương Tây trong số các đối tác FDI hàng đầu vẫn còn khá thấp.

Thứ nhất, qua kinh nghiệm của Trung Quốc, Việt Nam có thể sử dụng bài học về thành công của chiến lược tập trung ban đầu vào những khu vực có trọng điểm, sau đó mở rộng xúc tiến FDI tại các địa phương khác và đạt được các mục tiêu của chính sách FDI.

Thứ hai, để tận dụng được tốt xu hướng chuyển dịch dòng vốn ngày càng mạnh mẽ vào khu vực châu Á, Việt Nam cần phải quan tâm đến chất lượng dự án đầu tư nước ngoài, đồng thời tăng cường khả năng kết nối của doanh nghiệp trong nước vào chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài, tạo ra cơ hội phát triển toàn diện và bền vững cũng như thúc

đẩy hội nhập, mâu dịch tại khu vực châu Á và thế giới để lựa chọn kế hoạch đầu tư mới, mở rộng hợp tác và phát triển lâu dài.

Thứ ba, Nhật Bản là một đối tác đầu tư lớn nhất vào Việt Nam, tiếp theo là Hàn Quốc và Singapore. Theo khảo sát của Tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO), 70% doanh nghiệp của quốc gia này tiếp tục coi Việt Nam là thị trường ưu tiên quan trọng nhất cần được duy trì chiến lược mở rộng hoạt động, vượt qua các đối thủ lớn nhất trong cạnh tranh thu hút vốn đầu tư là Indonesia, Thái Lan và Phillipines. FDI của Nhật Bản vào Việt Nam và các nước ASEAN tập trung 2 lĩnh vực chủ yếu là lĩnh vực chế tạo và phi chế tạo. Trong đó, các nhà đầu tư Nhật Bản chú trọng vào lĩnh vực chế tạo ở các nước Đông Nam Á hơn là lĩnh vực phi chế tạo, bởi các nhà đầu tư đang vận động đề ra các chính sách hấp dẫn thu hút nguồn nhân tài là lực lượng kỹ sư có lợi cho lĩnh vực này.

Bên cạnh đó, Việt Nam được xem là “đất lành” cho dòng vốn FDI chất lượng cao, các doanh nghiệp quốc tế lớn đang tìm kiếm cơ hội đầu tư nhằm đa dạng hóa chuỗi cung ứng và hạn chế việc quá phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc. Việt Nam trở thành một trong những ứng cử viên sáng giá đón dòng vốn dịch chuyển này. Tổng vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào nước ta tăng mạnh, tăng 18,5% (quý I/2021) so với cùng kỳ năm trước, điển hình như Mỹ tăng 205,5%; Nhật Bản tăng 147,7%; Hàn Quốc tăng 67,1%.

Nếu Việt Nam muốn hướng tới thu hút đầu tư nước ngoài chất lượng cao, công nghệ cao, Việt Nam cần phải bảo đảm những điều kiện có chất lượng cao (như thể chế, môi trường kinh doanh,

con người, vật chất, cơ sở hạ tầng). Chúng ta cần không ngừng cải thiện thủ tục hành chính, hoàn thiện khung pháp lý, có chính sách ưu đãi có chọn lọc phù hợp, đầu tư vào giáo dục và đào tạo nhân lực chất lượng cao, tiếp tục hoàn thiện cơ sở hạ tầng của các khu công nghiệp, khu chế xuất và các khu kinh tế trong cả nước, gia tăng sự kết nối giao thông giữa các vùng địa lý, tạo mọi điều kiện đầu tư kinh doanh thuận lợi, bình đẳng cho các nhà đầu tư.

Thứ tư, có thể thấy sự thành công của Việt Nam trong cuộc đua vào top đầu thế giới về thu hút vốn FDI thời gian qua còn nhờ vào một số yếu tố khác. Trên hết, các nhà đầu tư nước ngoài đánh giá rất cao về vấn đề ổn định chính trị - xã hội, là một trong những yếu tố góp phần quan trọng để thực hiện các chính sách phát triển kinh tế. Sự thành công trong kiểm soát dịch bệnh Covid-19 thời gian qua cũng là một trong những phép thử của nền kinh tế Việt Nam trước các cú sốc như thiên tai, dịch bệnh, thể hiện sự ổn định chính trị, tạo niềm tin mạnh mẽ với các nhà đầu tư trong nước và ngoài nước.

4. Kết luận

Về mặt khái niệm, mối liên hệ giữa đầu tư và trình độ phát triển của các quốc gia có một số điểm khác với đường lối phát triển đầu tư. Tác giả đã phân tích một số yếu tố tác động đến xu hướng dòng chảy vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài trên cơ sở phân tích xu hướng đầu tư vào châu Á, đặc biệt là Đông Nam Á. Từ đó, rút ra kinh nghiệm cho Việt Nam trong việc cải thiện môi trường đầu tư và đón đầu xu hướng chuyển dịch dòng vốn FDI trên thế giới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Dunning, J.H and Narula, R. (1996). The Investment Development Path Revisited: Some Emerging Issues. in J.H. Dunning and R. Narula (eds.), *Foreign Direct Investments and Governments: Catalysts for Economic Restructuring*. Routledge: London.

2. Rugman, A.M. (1979). *International Diversification and the Multinational Enterprise*. Lexington Books: Lexington, MA.
3. Sethi, D. and Guisinger, S. (2002). Liability of foreignness to competitive advantage how multinational enterprises cope with the international business environment., *Journal of International Management* 8 (3), 223-240.
4. Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics* 80,190-207.
5. Tổng cục Thống kê Việt Nam. <https://www.gso.gov.vn>

Ngày nhận bài: 6/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/8/2021

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN THU HẰNG

Trường Đại học Công nghệ Giao thông Vận tải

ANALYZING CHANGES IN FDI INFLOWS INTO ASIA

● **PhD. NGUYEN THU HANG**

University of Transport Technology

ABSTRACT:

This paper is to provide theoretical reasoning behind the changes in foreign direct investment (FDI) flows and the impacts of macro-economic and firm strategy considerations on FDI flows. This paper analyzes some of factors affecting FDI flows and their impacts on FDI inflows into Asia. The paper also draws some lessons learnt for Vietnam to take advantage of regional FDI inflow changes.

Keywords: foreign direct investment, investment trend, Asia.

FACTORS AFFECTING MARKET PRICE OF COMMERCIAL APARTMENTS FOR MIDDLE INCOME BUYERS IN 8 DISTRICT AND THU DUC DISTRICT, HO CHI MINH CITY

● TRINH XUAN HOANG - NGUYEN THI MY DIEM - NGUYEN XUAN HAI

ABSTRACT:

Based on related theories and previous researches, this study proposes an initial model of the perceived value of apartment consisting of 6 factors. After using the exploratory factor analysis (EFA) to verify observable variables, the model had 2 new factors, namely Connectivity of the apartment and Elevator. However, the use of Cronbach's alpha confirmed 7 factors of the study's model, namely Safety level, Environment, Construction, Location, Convenience, Service price, and Connectivity of the apartment.

Keywords: apartment, connectivity of the apartment, apartment model.

1. Introduction

According to the Ho Chi Minh City General Plan for Construction with an orientation to 2030 and the Urban Construction and Renewal Program, construction activities in the city will boom in the coming time. This means that the supply and the demand for apartments will increase in the coming years. According to Ho Chi Minh City Department of Construction, as of the beginning of 2019, in the city, there are 77 projects that are eligible for future housing sales, including 28,316 houses. In particular, the high-end segment has 8,502 units, accounting for 30%; the mid-end segment has 12,833 units, accounting for 45.3%; and the affordable segment has 6,981 units, accounting for 24.7%.

2. Study purposes

Helping people in need of buying an apartment determine the real value of the apartment, thereby considering financial resources to be able to choose accordingly.

Helping apartment investors to better understand the needs and tastes of customers with real needs, and to have a plan in order to actively develop apartment products to suit each customer.

Helping the bank in supporting loans and assessing loan repayment ability of apartment investors as well as apartment buyers.

3. Subjects and research methods

This study's subjects are individual customers with average income.

This study's scope is in Ho Chi Minh City.

Survey method: through questionnaire in the form of direct survey. Based on the data collected from the survey, the authors analyze the data with the SPSS 20 software. Based on the analysis results and the consultation of customers (those who are looking to buy or already own an apartment), investors and long-term employees in the real estate and construction sectors, this study presents objective and honest opinions.

Researching time: from 10/2020 to 09/2021

The survey sample of 354 questionnaires is really small compared to the number of people who have bought and owned apartments in Ho Chi Minh City.

4. Results and analysis

- Total investment capital: more than VND 400 billion.
- Construction density: 40%.
- Total land area: 4,606 m².
- Project scale: 02 basements, 21 apartment floors & 01 roof-deck (14 apartment floors and 05 commercial floors and 02 basements).

- Quantity: 276 apartments. Type of bedroom: 02 - 03 rooms.

- Apartment area: 62.44m² - 85.1m².

4.1. In case the customer has a project cost estimate table

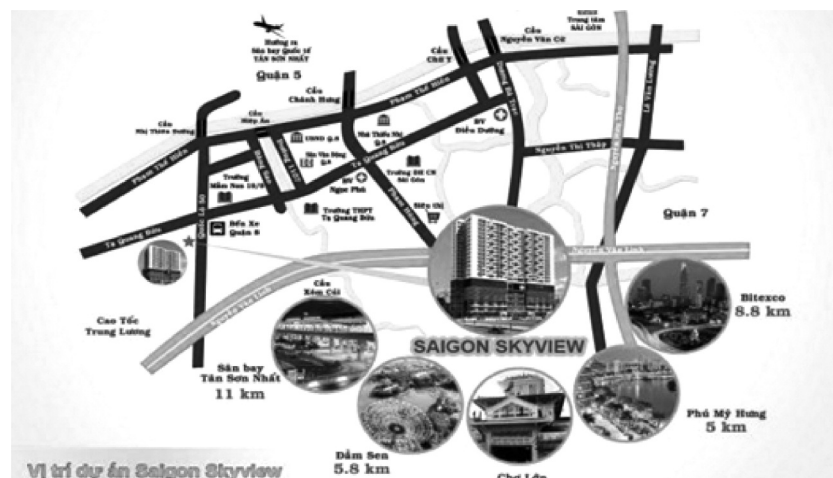
According to Table 1, we can calculate the basic construction price as follows:

Apartment m² price =

$$\frac{\text{Total construction investment costs}}{\text{Total construction floor area of the project}} = \frac{474,301,699}{27,531.7} = 17,227,475 \text{ VND/m}^2$$

In which, Total construction investment costs include construction costs, equipment costs, project

Figure 1: Location map of the project



management costs, construction investment consultancy costs and other costs, contingencies and land costs.

Basic construction price = Apartment m²price * Apartment area

In which, Apartment m² price is the price calculated above (17,227,475 VND/m²); Apartment area: is the area of each apartment announced by the project investor.

4.2. In case the customer does not have the project costs estimate table

From the perspective of buyers for the purpose of living. They will not have Table 1.

The apartment m² price excluding land costs (including VAT) is as follows:

Table 1. Total construction investment costs

(Unit: thousand VND)

No.	Interpretation	Costs	VAT (10%)	Total	Proportion of total costs (%)
1	Construction costs	274,589,830	27,458,983	302,048,813	63
2	Equipment costs	13,500,000	1,350,000	14,850,000	3.13
3	Project management costs	3,982,993	398,299	4,381,293	0.92
4	Construction investment consultancy costs and other costs	12,978,915	1,297,891	14,276,807	3.01
5	Contingencies	29,657,078	2,965,707	32,622,786	6.88
7	Land costs	106,122,000	0	106,122,000	22.37
8	Total construction investment costs	440,830,817	33,470,881	474,301,699	

Source: Refer to NAGECCO's construction costs estimates table

Apartment m² price =
 Total construction investment costs – land cost
 Total construction floor area of the project
 = (302,048,813 + 14,850,000 + 4,381,293
 + 14,276,807 + 32,622,786) / 27,531.7
 = 13,373,000 VND/m²

In which, Total construction investment costs include construction costs, equipment costs, project management costs, construction investment consultancy costs and other costs, contingency.

Difference in apartment m² price (with and without land costs)

= 17,227,476 - 13,373,000 = 3,854,476 VND/m²

Price of 1m² of land at the time of making the estimate

= 106,122,000,000/4,606 = 23,039,947 VND/m²

Land price conversion coefficient

= (3,854,476 / 23,039,947) x 100 = 16.73%

Construction conversion coefficient between apartments and townhouses

= 13,373,000 / 6,100,000 = 2.19 times.

Townhouse construction price is the price in the package form which can be consulted from many sources, such as websites of construction companies, construction contractors, etc. when buying an apartment. (Table 2)

At this time, the basic construction price of the apartment will be calculated as follows:

Basic construction price = (Construction costs per m² + Land costs per m²) * Apartment area

In which: Construction costs per m² = Package townhouse construction price * Construction conversion coefficient = Package townhouse construction price * 2.19

If the apartment has been completed and put into use before, we must deduct the depreciation of assets. An apartment as well as a townhouse after about 20 years will need major repairs once so the author recommends the depreciation period of construction costs for 20 years. The depreciation method that can be used is straight-line

depreciation, that is, each year the depreciation is 5% on construction costs. From that:

Construction costs per m² = (Package townhouse construction price * Construction conversion coefficient) - Depreciation of assets = (Package townhouse construction price * 2.19) - Depreciation of assets

Land costs per m² = foundation soil price * conversion coefficient of land = foundation soil price * 16.73%

The market price of foundation soil can be referenced from many sources (real estate websites, real estate brokers, people around the project ...) at the time of purchase. (Fig 2)

The survey consists of 40 Likert scale questionnaire and 5 qualitative questionnaire including apartment price at the time of survey, area, floor, district, and number of members living in the apartment.

In the first EFA analysis: The rotated loading matrix shows that there are 08 factors made up of 40 items. The CT03 variable (Large ground floor of building has a positive impact on the value of the apartment) has a Factor Loading of < 0.5, so we remove the CT03 variable and run the second EFA analysis again.

In the first EFA analysis: The rotated loading matrix shows that there are 08 factors made up of 39 items. The CV05 variable (Entertainment areas (Bars, Pubs, restaurants, etc.) near the apartment have a positive impact on the value of the apartment) has a Factor Loading of < 0.5, so we remove the CV05 variable and run the third EFA analysis again.

In the third EFA analysis: The rotated loading matrix shows that there are 08 factors made up of 38 items. The CV01 variable (Park area near the apartment has a positive impact on the apartment) has a Factor Loading < 0.5 so we remove the CV01 variable and run the fourth EFA analysis again.

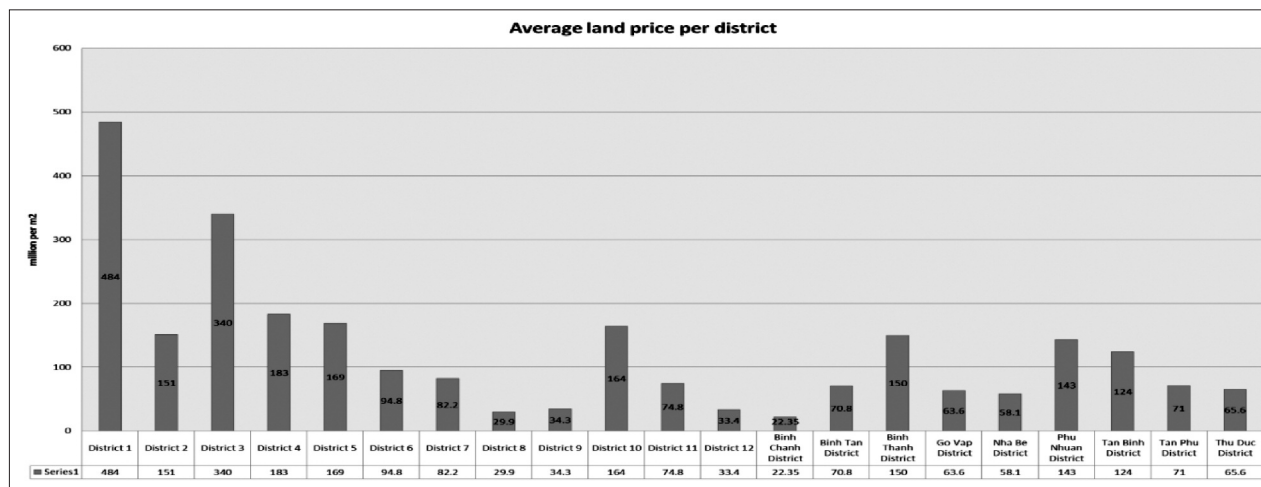
In the fourth EFA analysis: The rotated loading

Table 2. Quotation for package housing construction in 2020

Package construction price in 2020					
Package1	Package1	Package2	Package3	Package4	Package5
	Saving	Basic	Silver	Gold	Gold Plus
Price	5.1 mil VND/m ²	5.6 mil VND/m ²	6.1 mil VND/1m ²	6.6 mil VND/m ²	8.5 mil VND/m ²

Figure 2: Market prices in Ho Chi Minh City

(Unit: million VND/ m²)



matrix shows that there are 08 factors made up of 37 items. The CV07 variable (Swimming pool located in the apartment area has a positive impact on the value of the apartment) has a Factor Loading of <0.5, so we remove the CV07 variable and run the fifth EFA analysis again

And in the fifth EFA analysis: The rotated loading matrix shows that there are 08 factors made up of 36 items. (Fig 3)

Elevator: This factor has only 01 item which cannot run the Cronbach's alpha so we eliminate this factor.

Regression analysis:

$$\text{Equation: } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7.$$

Correlation coefficient R = 0.731 has shown that the independent variable is included in the model (7 variables). Adjusted R Square from R Square is used to better reflect the conformity of the multivariate regression model (0.535) because it is not dependent on the magnification deviation of R². Thus, with an adjusted R² of 0.535, the model's compatibility with the observed variable is relatively good and the dependent variable of other

Figure 3: Cronbach's Alpha

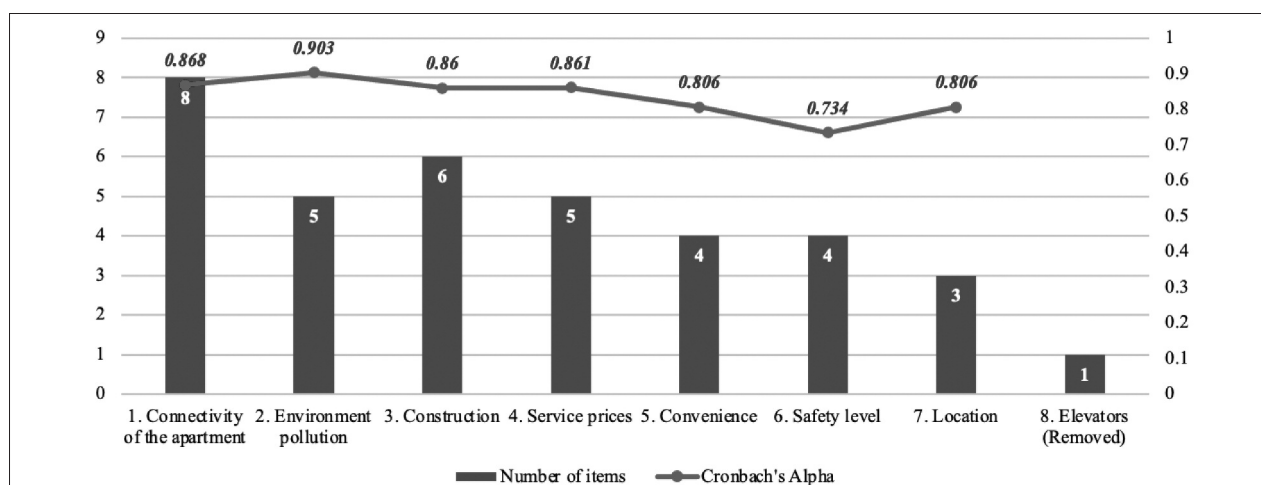


Table 3. Model Summary^h

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
7	.731g	.535	.526	1377599.52121	1.965

value of the apartment is explained by 07 independent variables in the model of 53.5%.

Durbin - Watson coefficient = 1.965 for 7 independent variables and 354 observations, showing that the model has no residual of variance change.

Regression coefficient: The p-value coefficient of constant = 0.154 > 0.05 indicates that the constant is not statistically significant. Other variables with p-value are less than 0.05 (5%), so they are statistically significant. Besides, all variables have VIF <10, so there is no multi-collinear phenomenon. (Table 4)

Therefore, the model to determine the perceived value of the apartment is expressed according to the unstandardized coefficient as follows: (Unit: VND):

PerceivedValue per m²

$$= 1671358.826 * \text{MeanConnect} + 873656.743 * \text{MeanCV} - 874946.802 * \text{MeanEnv} + 758708.969 * \text{MeanLoc} - 549000.531 * \text{MeanSVP} + 504591.598 * \text{MeanCT} + 287127.166 * \text{MeanSC}$$

Therefore, the model determining the factors that affect the perceived value of the apartment is expressed according to the standardized coefficient as follows:

PerceivedValue per m²

$$= 0.528 * \text{MeanConnect} + 0.259 * \text{MeanCV} - 0.292 * \text{MeanEnv} + 0.218 * \text{MeanLoc} - 0.151 * \text{MeanSVP} + 0.147 * \text{MeanCT} + 0.094 * \text{MeanSC}$$

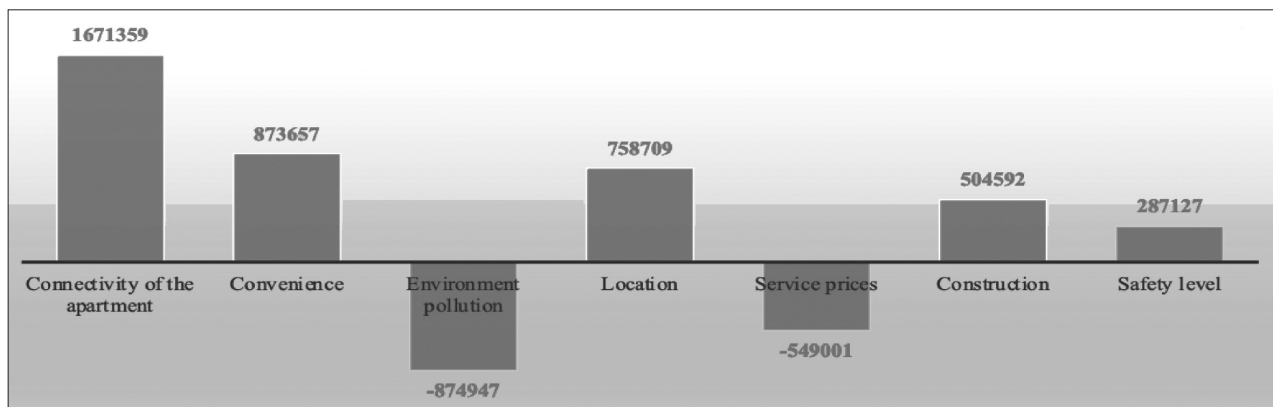
Table 4. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
7	(Constant)	-1628299.948	1139485.636		-1.429	.154		
	MeanConnect	1671358.826	118914.742	.518	14.055	.000	.989	1.011
	MeanCV	873656.743	125276.669	.259	6.974	.000	.978	1.023
	MeanEnv	-874946.802	110843.305	-.292	-7.894	.000	.982	1.019
	MeanLoc	758708.969	128404.700	.218	5.909	.000	.991	1.009
	MeanSVP	-549000.531	134169.909	-.151	-4.092	.000	.988	1.013
	MeanCT	504591.598	126854.781	.147	3.978	.000	.979	1.021
	MeanSC	287127.166	113223.132	.094	2.536	.012	.987	1.013

a. Dependent Variable: PerceivedValue

Figure 4: Factors affecting perceived value

Unit: VND/m²



In which, the most influencing factor is MeanConnect with the influence level of up to 1.67 million VND for each assessment point (on a maximum scale of 5 points). The lowest influencing factor is MeanSC because it limits strangers to the apartment to ensure security but also causes obstacles when the apartment buyer feels uncomfortable when picking up friends or family to visit.

In addition, MeanSVP includes high management fees, parking fees, electricity, water, internet, etc. that decrease PerceivedValue.

5. The conclusion

Price 1m² of apartment = constructions cost + perceived value of the apartment

Normally, customers cannot access the Table of total construction investment costs of the investor, so the basis for customers to calculate the basic construction price is to apply the following formula:

Basic construction price = (Construction costs per m² + Land costs per m²) * Apartment area

In which: Construction costs per m² = Package townhouse construction price * Construction conversion coefficient = Package townhouse construction price * 2.19

If the apartment has been completed and put into use before then we must deduct the

depreciation of assets. An apartment as well as a townhouse after about 20 years will need major repairs once so the author recommends the depreciation period of construction costs for 20 years. The depreciation method that can be used is straight-line depreciation, that is, each year the depreciation is 5% on construction costs. From that:

Construction costs per m² = (Package townhouse construction price * Construction conversion coefficient) - Depreciation of assets = (Package townhouse construction price * 2.19) - Depreciation of assets

Customers must determine the package townhouse construction price as a package (turnkey) price that can be referenced from many sources (websites of construction companies, construction contractors ...) at the time to decide to buy an apartment. Note that the townhouse construction price may change over time.

Land costs per m² = foundation soil price * conversion coefficient of land = foundation soil price * 16.73%

The market price of foundation soil can be referenced from many sources (real estate websites, real estate brokers, people around the project ...) at the time of purchase ■

Note: This research was funded by Nguyen Tat Thanh University, Ho Chi Minh City, Vietnam.

REFERENCE:

1. Ceccato, V., & Wilhelmsson, M. (2018). *Does crime impact real estate prices? An assessment of accessibility and location*. In: Oxford Handbook on Environmental Criminology, [ed] Gerben J.N. Bruinsma and Shane D. Johnson. UK: Oxford University Press, p. 518-544.
2. Gadziński, J., & Radzinski, A. (2016). The first rapid tram line in Poland: How has it affected travel behaviours, housing choices and satisfaction, and apartment prices? *Journal of Transport Geography*, 54, 451-463.
3. Hasanah, A. N., & Yudhistira, M. H. (2018). Landscape view, height preferences and apartment prices: evidence from major urban areas in Indonesia. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 11(4), 701-715.
4. Heyman, A., Chen, X., Nowell, M. S., Manum, B., & Barton, D. N. (2017). Attributes of location and housing prices in Oslo: A monetary valuation with spatial configuration in mind. [Online] Available at https://www.academia.edu/34230758/Attributes_of_Location_and_Housing_Price_in_Oslo_A_Monetary_Valuation_with_Spatial_Configuration_in_Mind
5. Iqbal, A., & Wilhelmsson, M. (2018). Park proximity, crime and apartment prices. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 11(4), 669-686.
6. Li, H., Wei, Y. D., Wu, Y., & Tian, G. (2019). Analyzing housing prices in Shanghai with open data: Amenity, accessibility and urban structure. *Cities*, 91, 165-179.

7. McIlhatton, D., McGreal, W., de la Paz, P. T., & Adair, A. (2016). Impact of crime on spatial analysis of house prices: evidence from a UK city. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 9(4), 627-647.
8. Minogue, N. (2017). The effect the distance of a grocery store has on the value of an apartment. [Online] Avalabile at https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/29283/master_Minogue_Nicholas_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y
9. Reháč, Š., & síbert, A. (2017). Public transportation and apartment prices: a hedonic model of Bratislava. In *Proceedings from 6th Central European Conference in Regional Science - CERS, September 20 - 22* (pp. 298-307). In Banská Bystrica, in Slovakia.
10. Trojanek, R., Gluzak, M., & Tanas, J. (2018). The effect of urban green spaces on house prices in Warsaw. *International Journal of Strategic Property Management*, 22(5), 358-371.

Receiving date: August 12, 2021

Reviewing date: August 22, 2021

Accepting date: September 3, 2021

Author information:

1. PhD. TRINH XUAN HOANG¹

2. MA. NGUYEN THI MY DIEM¹

3. MA. NGUYEN XUAN HAI¹

¹Nguyen Tat Thanh University

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN GIÁ THỊ TRƯỜNG CỦA CĂN HỘ CHUNG CƯ THƯỜNG MẠI CHO NGƯỜI MUA CÓ THU NHẬP TRUNG BÌNH TRÊN ĐỊA BÀN QUẬN 8 VÀ QUẬN THỦ ĐỨC, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

- TS. TRỊNH XUÂN HOÀNG¹
- Th.S NGUYỄN THỊ MỸ ĐIỂM¹
- Th.S NGUYỄN XUÂN HẢI¹

¹Đại học Nguyễn Tất Thành

TÓM TẮT:

Dựa trên các lý thuyết và các nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này đề xuất mô hình giá trị cảm nhận của 1 căn hộ gồm 6 yếu tố. Việc áp dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) đối với các biến quan sát thuộc các yếu tố ban đầu đã tìm ra thêm 2 nhân tố mới trong mô hình nghiên cứu, gồm: khả năng kết nối của căn hộ và thang máy. Phương pháp phân tích độ tin cậy Cronbach's alpha được áp dụng và cho thấy mô hình nghiên cứu cuối cùng gồm 7 yếu tố: Mức độ an toàn, Môi trường, Xây dựng, Vị trí, Tiện ích, Giá dịch vụ, và Khả năng kết nối của căn hộ.

MỘT SỐ KINH NGHIỆM CỦA THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÀ PHÒNG CHỐNG DỊCH COVID-19

● ĐÀO ĐĂNG KIÊN

TÓM TẮT:

Trong những năm gần đây, thành phố Hải Phòng nổi lên cả về phát triển kinh tế, đặc biệt là hạ tầng giao thông đô thị và trong công cuộc chống dịch như chống giặc hiện nay ở nước ta, Hải Phòng là thành phố trực thuộc Trung ương duy nhất không phải giãn cách xã hội nhờ thành công trong các biện pháp chống dịch mạnh mẽ, quyết liệt. Bài viết phân tích những kết quả và một số kinh nghiệm bước đầu về phát triển kinh tế và phòng chống dịch Covid-19 của thành phố Hải Phòng trong thời gian gần đây.

Từ khóa: chống dịch Covid-19, thành phố Hải Phòng, phát triển kinh tế.

1. Vài nét về thành phố Hải Phòng và kết quả phát triển kinh tế

1.1. Về vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên

Hải Phòng có địa hình khá phức tạp, đa dạng, gồm cả lục địa và hải đảo, bị chia cắt bởi sông và kênh đào, có mật độ sông lớn nhất vùng đồng bằng Bắc bộ. Về ranh giới hành chính, Thành phố có: Phía Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh; phía Nam giáp tỉnh Thái Bình; phía Tây giáp tỉnh Hải Dương; phía Đông giáp Vịnh Bắc Bộ.

Tổng diện tích của thành phố Hải Phòng là 1.519 km², bao gồm cả huyện đảo (Cát Hải và Bạch Long Vĩ). Đồi núi chiếm 15% diện tích, phân bố chủ yếu ở phía Bắc, do vậy địa hình phía Bắc có hình dáng và cấu tạo địa chất của vùng Trung du với những đồng bằng xen đồi; phía Nam có địa hình thấp và khá bằng phẳng kiểu địa hình đặc trưng vùng đồng bằng thuần túy nghiêng ra biển. Hiện nay, Hải Phòng có bao gồm 15 đơn vị hành chính trực thuộc với 7 quận (Hong Bang, Lê Chân, Ngô

Quyên, Kiến An, Hải An, Đồ Sơn, Dương Kinh), 8 huyện (An Dương, An Lão, Bạch Long Vĩ, Cát Hải, Kiến Thụy, Tiên Lãng, Thủy Nguyên, Vĩnh Bảo), với 217 đơn vị hành chính xã, phường, thị trấn.

Hải Phòng có mật độ sông ngòi thuộc hàng cao nhất miền Bắc, cứ 1 km² diện tích lại có 0,6 - 0,8 km sông. Nhiều con sông lớn chảy qua Thành phố như sông Đá Bạc - Bạch Đằng, sông Cấm, sông Thái Bình, sông Lạch Tray, sông Văn Úc,... Trước năm 2015, ngoài quốc lộ 5 nối Hà Nội - Hải Phòng để đi ra cảng biển, Thành phố gần như nằm biệt lập với các vùng xung quanh bởi sự ngăn cách giữa các con sông. Ở phía Bắc, Hải Phòng ngăn cách với Quảng Ninh bởi sông Bạch Đằng, gần như không có một cây cầu nào bắc qua, muốn đi lại chỉ có cách là đi đò và đi phà. Tương tự ở phía Nam, Hải Phòng ngăn cách với Thái Bình bởi sông Thái Bình, cũng gần như không có cây cầu kiên cố nào, chỉ có cầu phao hoặc đi đò. Phía Tây, Hải Phòng ngăn cách với Hải Dương bởi sông

Kinh Thầy, sông Văn Úc và một số nhánh của sông Thái Bình, hạ tầng cũng kém phát triển. Các quận, huyện của Hải Phòng bị chia cắt bởi các con sông, khiến sự phát triển không đồng đều.

Với điều kiện tự nhiên, sông ngòi chia cắt vừa là lợi thế vừa là khó khăn cho Hải Phòng phát triển kinh tế - xã hội. Lợi thế sông ngòi giúp Hải Phòng hình thành cảng biển sâu uất và lớn nhất phía Bắc nước ta, tuy nhiên cũng phải đối diện khó khăn bởi sông ngòi chia cắt khiến cho giao thông khó khăn, chậm phát triển kinh tế. Dưới sự lãnh đạo của Đảng bộ, chính quyền, cùng phát huy sức mạnh của nhân dân, được Trung ương định hướng, giúp đỡ, hỗ trợ, những năm gần đây thành phố Hải Phòng đã đổi mới tư duy từng bước khắc phục khó khăn, hạn chế, khai thác các tiềm năng, lợi thế, vươn lên với những kết quả phát triển hạ tầng và kinh tế có nhiều dấu ấn đáng ghi nhận.

1.2. Một số kết quả phát triển hạ tầng và kinh tế

Ngay từ nhiệm kỳ 2016 - 2020, thành phố Hải Phòng đã chú trọng phát triển hạ tầng và coi đó là đột phá để phát triển kinh tế - xã hội. Thành phố đã huy động 44.000 tỷ đồng để đầu tư hạ tầng giao thông, gấp 1,8 lần giai đoạn 2011 - 2015. Về cầu đường, đã xây mới 46 cầu, hàng trăm km đường bộ và hàng ngàn km đường liên thôn, xã. Năm 2019, khánh thành cầu Hoàng Văn Thụ nối liền trung tâm thành phố với huyện Thủy Nguyên với giá trị 2.200 tỷ đồng. Tiếp đó, hàng loạt cây cầu cứng bê tông đã và đang được thi công nhanh chóng để xóa cảnh lụy đò, cầu phao, tăng kết nối nội vùng cho Hải Phòng. Đó là, những cây cầu sông Hàn nối Tiên Lãng với Vĩnh Bảo; cầu sông Hóa kết nối huyện Vĩnh Bảo với huyện Thái Thụy; cầu Quang Thanh nối huyện An Lão với huyện Thanh Hà (tỉnh Hải Dương), qua sông Văn Úc; cầu Dinh nối huyện Thủy Nguyên (Hải Phòng) với thị xã Kinh Môn (tỉnh Hải Dương) qua sông Kinh Thầy,...

Trong nội đô, những trục đường mới mở, tạo ra các không gian phát triển mới kết nối với các huyện, vùng để thu hút đầu tư. Hải Phòng cũng hỗ trợ xi măng từ ngân sách để xây dựng nhiều tuyến đường thôn, xóm, khu dân cư với tổng chiều dài hơn 1.400 km. Dự kiến hạ tầng Hải Phòng còn thay đổi vượt bậc hơn nữa trong 5 năm 2021 - 2025, Thành phố dự kiến xây 100 cây cầu với số tiền 38.000 tỷ đồng. Hải Phòng đang được đánh giá là vùng phát triển về hạ tầng thuộc hàng nhanh nhất cả nước.

Về kinh tế, trước đây khi nói đến kinh tế của

thành phố Hải Phòng, có thể nhận thấy các đặc điểm như sau:

Thứ nhất, kinh tế chỉ có kho bãi và xi măng. Người Hải Phòng có câu “Hải Phòng có bến Sáu Kho/Có sông Tam Bạc có lò xi măng”.

Thứ hai, kinh tế phụ thuộc vào công nghiệp và cảng biển, gồm nhiều nhà máy sợi tơ, nhà máy sản xuất thủy tinh, nhà máy dệt, nhà máy cơ khí, nhà máy đóng tàu,... Đến nay, kinh tế Hải Phòng vẫn phụ thuộc vào cảng biển.

Thứ ba, thu nội địa cân đối ngân sách chỉ khoảng gần 6.000 tỷ đồng. Số thu ngân sách từ hoạt động xuất nhập khẩu phần lớn thuộc về Trung ương, do đó, số chi ngân sách của Hải Phòng rất hạn chế. Chi thường xuyên của Hải Phòng đã là 3.700 tỷ đồng, chi cho đầu tư phát triển chỉ khoảng 1.000 tỷ đồng.

Như vậy, cùng một lúc Hải Phòng phải giải 2 bài toán, đó là vừa phải huy động được nguồn lực để phát triển hạ tầng giao thông, nhưng cũng phải chú trọng phát triển kinh tế, giảm sự phụ thuộc vào kinh tế cảng biển như trước.

Kết quả phát triển kinh tế nhờ sự quyết tâm cao, quyết liệt thực hiện của Đảng bộ, chính quyền Thành phố về đổi mới tư duy, đẩy mạnh qui hoạch phát triển đô thị, khai thác thế mạnh tiềm năng về đất đai, nguồn nhân lực và phát triển hạ tầng. Có thể nhận thấy sự đổi mới trên một số kết quả như sau:

Thứ nhất, tính đến hết năm 2020, Hải Phòng thu hút được 567 dự án đầu tư trong và ngoài nước (gồm 400 dự án FDI với tổng vốn đầu tư trên 16 tỷ USD và 167 dự án đầu tư trong nước với tổng vốn đầu tư 146.000 tỷ đồng). Trong đó, LG 6 tỷ USD, VinFast đã đầu tư 4 tỷ USD. Nhiều nhà đầu tư khác như AEON, Bridgestone, Geleximco, Sun Group,... cũng đã có những dự án lớn tại đây.

Thứ hai, phát triển kinh tế - xã hội và qui mô kinh tế đã có những bước tiến dài trong phát triển kinh tế - xã hội. GRDP bình quân 5 năm 2016 - 2020 tăng 13,94%/năm, gấp hơn 1,3 lần mục tiêu, gấp 2 lần giai đoạn trước. Năm 2020, ước đạt 280.000 tỷ đồng, đứng thứ 2 vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ. GRDP bình quân đầu người năm 2020 ước đạt 5.863 USD, gấp gần 2 lần của cả nước (3.000 USD).

Thứ ba, chuyển dịch cơ cấu kinh tế đã từng bước không phụ thuộc vào cảng biển. Tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo trong GRDP tăng từ 25,12% năm 2015 lên 39,15% năm 2020. Tỷ trọng

giá trị sản phẩm công nghiệp công nghệ cao trong các ngành Chế biến, chế tạo tăng nhanh từ 16,4% năm 2015 lên 45,5% năm 2020.

Thứ tư, công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong giai đoạn 2016 - 2020, khu vực công nghiệp - xây dựng có bước phát triển nhảy vọt, tăng từ 39,91% năm 2015 lên 52,99% năm 2020. Tỷ trọng giá trị tăng thêm của khu vực dịch vụ giảm từ 52,56% năm 2015 còn 42,09%.

Thứ năm, tổng thu ngân sách nhà nước đạt 408 nghìn tỷ đồng, trong đó thu nội địa 5 năm đạt 120 nghìn tỷ đồng, gấp 2,65 lần giai đoạn 2010 - 2015.

Thứ sáu, cơ cấu vốn đầu tư chuyển mạnh theo hướng xã hội hóa. Trong đó, vốn khu vực ngoài nhà nước và FDI đạt 532.150 tỷ đồng, gấp 6,14 lần so với nhiệm kỳ trước. Vốn đăng ký đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đạt 9,41 tỷ USD, gấp 1,23 lần năm trước.

Như vậy, giai đoạn 2015 - 2020, Đảng bộ, chính quyền và nhân dân thành phố Hải Phòng đã đạt được những thành tựu nổi bật, toàn diện, có tính đột phá, trên mọi lĩnh vực, đưa Hải Phòng bước vào thời kỳ phát triển mới. Kết quả thực hiện phát triển kinh tế hoàn thành toàn diện các chỉ tiêu kế hoạch đã đề ra, có những chỉ tiêu tăng trưởng vượt bậc, như: hoàn thành vượt mức 12/20 chỉ tiêu, trong đó có 7/12 chỉ tiêu hoàn thành vượt mức mục tiêu giao từ 1 - 3 năm. (Bảng 1)

2. Một số kinh nghiệm phát triển kinh tế và phòng chống dịch Covid-19 của Hải Phòng

Hiện nay, ở nước ta và trên thế giới đang diễn biến phức tạp của tình hình và hậu quả tiêu cực do dịch Covid-19 (bệnh viêm đường hô hấp cấp do chủng mới của virus corona gây ra). Từ ngày 11/3/2020, Tổ chức Y tế thế giới (WHO) đã tuyên bố dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp Covid-19 do

chủng mới của virus corona (SARS-CoV-2) là một đại dịch toàn cầu và ở Việt Nam. Dịch Covid-19 là đại dịch toàn cầu, có tốc độ lây lan nhanh, không chỉ gây thiệt hại trên mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội, mà còn khiến số người tử vong ngày càng cao và được coi là vấn đề cấp bách, quan tâm chỉ đạo quyết liệt nhất hiện nay của Đảng và Nhà nước ta.

Thực hiện Quyết định số 447/QĐ-TTg ngày 01/4/2020 về việc công bố dịch Covid-19 trên toàn quốc của Thủ tướng Chính phủ “chống dịch như chống giặc”, Đảng bộ, chính quyền và nhân dân thành phố Hải Phòng đã có những nỗ lực và quyết tâm cao, hạn chế thấp nhất sự lây lan và tác động của dịch Covid-19 đến phát triển kinh tế - xã hội. Hải Phòng hiện tại là thành phố trực thuộc Trung ương duy nhất không phải giãn cách xã hội nhờ thành công trong các biện pháp chống dịch mạnh mẽ, quyết liệt. Nhờ vậy, kinh tế Hải Phòng tăng trưởng 13,5% trong nửa đầu năm, đứng thứ tư cả nước. Tính đến tháng 8 năm 2021, Thành phố vẫn duy trì gần như 100% nhà máy thuộc các khu công nghiệp, khu kinh tế, thậm chí còn tuyển thêm 35.000 công nhân, thu hút hàng tỷ USD vốn đầu tư. Doanh thu sản xuất công nghiệp ước đạt 12,75 tỷ USD, xuất khẩu 11,12 tỷ USD tăng 15% so với cùng kỳ năm trước. Thành phố đã thu hút 25 dự án FDI cấp mới với số vốn 304 triệu USD, 40 dự án điều chỉnh tăng vốn với số vốn tăng thêm là 2.479 tỷ USD. Như vậy, tổng vốn FDI thu hút từ đầu năm đạt gần 2,8 tỷ USD, gấp 3 lần cùng kỳ năm 2020.

Hải Phòng tiếp tục duy trì đà sản xuất và đang là điểm sáng cho kinh tế cả nước trong điều kiện dịch bệnh hiện nay. Có thể nêu lên một số kinh nghiệm về phát triển kinh tế và phòng chống dịch bệnh của thành phố Hải Phòng như sau:

Bảng 1. Kết quả kinh tế năm 2020 của thành phố Hải Phòng

TT	Danh mục	Tỷ lệ/năm (%)	Qui mô
1	GRDP	14	Gấp 2 lần (2011-2015)
2	GDP	280.000 tỷ	Thứ 2 miền Bắc
3	Thu nhập bình quân	5.863 USD	Gấp 2 lần cả nước
4	Xuất khẩu	30%	Gấp 5 lần năm 2015
5	Công nghiệp	21%	Gấp 1,47 lần
6	Thu hút FDI	16 tỷ USD	Tăng 1,38 lần

Nguồn: Cục Thống kê thành phố Hải Phòng

Thứ nhất, đổi mới tư duy đầu tư phát triển, khơi thông mọi nguồn lực, huy động mọi nguồn lực xã hội cho đầu tư phát triển đã có tính đột phá quan trọng với tổng vốn đầu tư trên địa bàn thành phố đạt 564.295 tỷ đồng, gấp 3 lần nhiệm kỳ 2010 - 2015, trong đó vốn đầu tư từ nguồn lực xã hội chiếm khoảng 90%, vốn đầu tư từ ngân sách là 10%. Nguồn vốn này có tác động lớn đến phát triển hạ tầng cho thành phố.

Thứ hai, lãnh đạo có quyết tâm cao, quyết liệt trong điều hành, gắn trách nhiệm với người đứng đầu, tăng cường kỷ luật trong tổ chức thực hiện nhiệm vụ với không khí rất quyết liệt, không có sự nể nang trong thực thi công vụ. Mọi khó khăn đều được bàn đến cùng, truy trách nhiệm đến người cụ thể.

Thứ ba, kết hợp hài hòa lợi ích của nhà nước, doanh nghiệp và người dân trong công tác giải phóng mặt bằng cho các công trình đầu tư hạ tầng. Thành phố đã thu hồi gần 10.500 ha đất, ảnh hưởng đến 54.000 hộ gia đình, trong đó có 11.000 hộ phải tái định cư. Đây được coi là chiến dịch thu hồi, giải phóng mặt bằng, tái định cư lớn nhất trong lịch sử Hải Phòng. Tuy nhiên, Thành phố lại nhận được sự đồng thuận rất cao của người dân, khi thực hiện công việc với nguyên tắc người dân phải đạt được lợi ích cao nhất.

Thứ tư, có hạ tầng và mặt bằng vẫn là chưa đủ để thu hút các nhà đầu tư lớn. Thành phố đã quan tâm đặc biệt đến cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) từ vị trí thứ 28 năm 2015 lên thứ 10 vào năm 2020, về xúc tiến đầu tư tại chỗ, công khai quy hoạch, kế hoạch sử dụng quỹ đất. Mọi quan hệ phối kết hợp được quan tâm đặc biệt giữa phối hợp sử dụng đất với qui hoạch, thủ tục đầu tư,... giữa cơ quan nhà nước cấp thành phố với các quận huyện và với các nhà đầu tư, doanh nghiệp cùng chung tay, hỗ trợ, phối hợp vì mục tiêu phát triển và hiệu quả kinh tế.

Thứ năm, Thành phố chủ động sử dụng cán bộ trẻ dưới 35 tuổi bổ sung cho các quận huyện trong năm 2021, phấn đấu 6 - 9 quận, huyện có cán bộ trẻ (dưới 35 tuổi) giữ chức vụ phó bí thư, phó chủ tịch UBND quận, huyện; mỗi quận, huyện có 1 - 2 xã, phường, thị trấn có cán bộ lãnh đạo chủ chốt trẻ (dưới 30 tuổi) đảm bảo năng lực, sức trẻ năng động “Chống dịch như chống giặc”.

Thứ sáu, điểm mới trong phòng dịch là Hải Phòng xây dựng một bộ tiêu chí để doanh nghiệp tự

đánh giá nguy cơ lây nhiễm SARS-CoV-2 hàng ngày theo tỷ lệ %. Bộ tiêu chí này gồm rất nhiều yếu tố như tỷ lệ lao động ngoại tỉnh, các yếu tố nhập hàng, vận chuyển, các yếu tố có thể tác động đến sản xuất.

Thứ bảy, trong quá trình chống dịch, Thành phố chuẩn bị kỹ lưỡng cho việc thực hiện “3 tại chỗ”, “1 cung đường, 2 điểm đến”. Thành phố thống nhất tùy theo tình hình thực tế tại doanh nghiệp có thể xây dựng các phương án khác như “1 cung đường, 2 điểm đến” hoặc “1 cung đường, nhiều điểm đến, các doanh nghiệp cũng đã chủ động mua sắm, dự trữ nhu yếu phẩm, trang thiết bị cần thiết phục vụ cho người lao động và nguồn nguyên vật liệu phục vụ cho sản xuất, đảm bảo có thể triển khai ngay các phương án khi có tình huống đột xuất phát sinh.

Thứ tám, tổ chức tập huấn, diễn tập, rút kinh nghiệm và xây dựng các đề án mẫu để phù hợp với tình hình thực tế, không bị động, các quận, huyện cũng đã rà soát các địa điểm có thể sử dụng phục vụ nhu cầu tạm trú, đáp ứng nhu cầu cho các doanh nghiệp có khó khăn về việc bố trí chỗ ở cho người lao động.

Thứ chín, quản lý lao động và người ngoài tỉnh vừa phải chặn từ xa vừa phải vận động, thuyết phục vì những đối tượng này gây áp lực lớn cho việc kiểm soát, phòng chống dịch bệnh, đồng thời cũng tiềm ẩn nguy cơ gây mất an toàn cho người lao động. Vận động doanh nghiệp xây dựng chiến lược sản xuất trong “thời dịch” bằng cách chủ động bố trí nơi ở, hỗ trợ kinh phí để người lao động ngoại tỉnh ở lại Hải Phòng làm việc. Ban quản lý cũng vận động hạn chế việc sa thải lao động.

3. Kết luận

Trong điều kiện phát triển kinh tế - xã hội do tác động của dịch bệnh Covid-19 những năm gần đây, Đảng bộ, chính quyền và nhân dân thành phố Hải Phòng đã có nhiều cố gắng đổi mới tư duy phát triển kinh tế, sáng tạo phòng chống dịch bệnh Covid-19, đặc biệt là đầu tư xây dựng hạ tầng tạo ra một Thành phố có hạ tầng phát triển hiện đại, khang trang và kết nối nội tỉnh với khu vực và cả nước. Hải Phòng có nhiều kinh nghiệm mới, nổi trội, kết hợp có hiệu quả phòng chống dịch bệnh với phát triển kinh tế, đảm bảo các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội đã đề ra, phấn đấu trở thành Thành phố công nghiệp hiện đại, văn minh, bền vững vào năm 2030 ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cổng Thông tin điện tử Thành phố Hải Phòng (2021) về tình hình phát triển kinh tế và thực hiện phòng chống dịch Covid-19.
2. Phạm Cường (2021), Hải Phòng tạo bước phát triển vượt bậc với những dấu ấn mới, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam. <https://dangcongsan.vn/multimedia/mega-story/hai-phong-tao-buoc-phat-trien-vuot-bac-voi-nhung-dau-an-moi-565477.html>
3. Vũ Thị Thùy Dung (2020), Thành phố Hải Phòng điểm sáng trong phát triển kinh tế - xã hội nhờ cải cách hành chính, *Tạp chí Quản lý nhà nước*, số tháng 8.
4. Lê Gia Phong (2021), Kinh tế - xã hội Thành phố Hải Phòng giai đoạn 2016-2020 tạo đà và bứt phá, *Tạp chí Con số và Sự kiện*. <http://consosukien.vn/kinh-te-xa-hoi-thanh-pho-hai-phong-giai-doan-2016-2020-tao-da-va-but-pha.htm>

Ngày nhận bài: 14/8/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/9/2021

Thông tin tác giả:

TS. GVCC. ĐÀO ĐĂNG KIÊN

Nguyên Phó trưởng Khoa, kiêm Trưởng Bộ môn quản lý nhà nước về kinh tế

Học viện Hành chính Quốc gia - Phân viện tại Thành phố Hồ Chí Minh

**SOME INITIAL RESULTS OF HAI PHONG CITY
ABOUT ECONOMIC DEVELOPMENT
AND COVID-19 PREVENTION**

● **Ph.D DAO DANG KIEN**

Senior Lecturer, Former Vice Dean and Head
of Department of State Management on Economic Affairs

ABSTRACT:

In recent years, Hai Phong City has experienced a rapid economic growth and a strong urban transport infrastructure development. Hai Phong City is the only municipality in Vietnam that has avoided a COVID-19 lockdown so far thanks to the city's strong and drastic anti-COVID-19 measures. This paper analyzes some initial results of Hai Phong City about economic development and COVID-19 prevention in recent time.

Keywords: the fight against COVID-19 pandemic, Hai Phong City, economic development.

ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ CAO TRONG NGÀNH CHĂN NUÔI

● TRẦN THỊ THANH NHÀN - HOÀNG THỊ HOÀI HƯƠNG - ĐÀO QUYẾT THẮNG

TÓM TẮT:

Hiện nay, ứng dụng công nghệ cao (ÚDCNC) vào sản xuất nông nghiệp (SXNN) là xu hướng tất yếu của thế giới. Việc ÚDCNC trong SXNN nói chung và trong chăn nuôi nói riêng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với việc nâng cao năng suất, chất lượng và giảm giá thành sản phẩm, kiểm soát được dịch bệnh và giảm tình trạng ô nhiễm môi trường. Do vậy, bài viết nghiên cứu các lý thuyết liên quan và đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ÚDCNC trong ngành Chăn nuôi, quy trình và phương pháp nghiên cứu nhằm có những cơ sở vững chắc phục vụ cho việc định hướng phát triển nông nghiệp công nghệ cao (NNCNC) cho các công ty chăn nuôi và nông hộ.

Từ khóa: nông nghiệp công nghệ cao, ứng dụng công nghệ cao, chăn nuôi, hành vi.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, nông nghiệp vẫn giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Tuy nhiên, sự bùng nổ của công nghệ thông tin, quá trình hội nhập quốc tế đòi hỏi số lượng cũng như chất lượng nông sản ngày càng cao. Cùng với diện tích đất bị thu hẹp do đô thị hóa, do biến đổi khí hậu trong khi dân số tăng, nên nhu cầu lương thực, thực phẩm không ngừng tăng lên. Để giải quyết vấn đề này, ÚDCNC trong SXNN là xu hướng tất yếu.

Thế giới có rất nhiều nghiên cứu liên quan đến các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ÚDCNC trong

SXNN. Nhưng đối tượng của SXNN là cơ thể sống, nên phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên cũng như điều kiện kinh tế - xã hội. Vì vậy, với những quốc gia khác nhau, việc nhận diện cũng như đánh giá mức độ tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ÚDCNC trong SXNN khác nhau. Do đó, việc nghiên cứu, lý giải một cách có hệ thống, đánh giá đúng thực trạng các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ÚDCNC, đề xuất những giải pháp chủ yếu nhằm khuyến khích việc ÚDCNC trong chăn nuôi vừa có ý nghĩa lý luận cơ bản, vừa là vấn đề cấp thiết đối với thực tiễn trong giai đoạn hiện nay.

2. Cơ sở lý thuyết về hành vi ÚDCNC trong ngành chăn nuôi

2.1. Ứng dụng công nghệ cao

2.1.1. Các khái niệm

Theo Luật Công nghệ cao (2008): “Công nghệ cao là công nghệ có hàm lượng cao về nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ, được tích hợp từ thành tựu khoa học và công nghệ hiện đại, tạo ra sản phẩm có chất lượng, tính năng vượt trội, giá trị gia tăng, thân thiện với môi trường, có vai trò quan trọng đối với việc hình thành ngành sản xuất, dịch vụ mới hoặc hiện đại hóa ngành sản xuất, dịch vụ hiện có”.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: “Nông nghiệp ÚDCNC là nền nông nghiệp được áp dụng những công nghệ mới vào sản xuất, bao gồm: công nghiệp hóa nông nghiệp (cơ giới hóa các khâu của quá trình sản xuất), tự động hóa, công nghệ thông tin, công nghệ vật liệu mới, công nghệ sinh học và các giống cây trồng, giống vật nuôi có năng suất và chất lượng cao, đạt hiệu quả kinh tế cao trên một đơn vị diện tích và phát triển bền vững trên cơ sở canh tác hữu cơ”.

Như vậy, mục tiêu cuối cùng của phát triển nông nghiệp ÚDCNC là giải quyết mâu thuẫn giữa năng suất nông nghiệp thấp, sản phẩm chất lượng thấp, đầu tư công lao động nhiều, hiệu quả kinh tế thấp với việc áp dụng những thành tựu khoa học công nghệ để đảm bảo nông nghiệp tăng trưởng ổn định với năng suất và sản lượng cao, hiệu quả và chất lượng cao. Thực hiện tốt nhất sự phối hợp giữa con người và tài nguyên, làm cho ưu thế của nguồn tài nguyên đạt hiệu quả lớn nhất, hài hòa và thống nhất lợi ích xã hội, kinh tế và sinh thái môi trường.

2.1.2. Nội dung phát triển NNCNC

Để xúc tiến phát triển nông nghiệp theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển NNCNC ở Việt Nam hiện nay, bao gồm:

(i) Lựa chọn ứng dụng vào từng lĩnh vực SXNN hàng hóa những công nghệ tiến bộ nhất về giống, công nghệ canh tác, chăn nuôi tiên tiến, công nghệ tưới, công nghệ sau thu hoạch - bảo quản -

chế biến. Từng bước ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý, xây dựng thương hiệu và xúc tiến thị trường.

(ii) Sản phẩm NNCNC là sản phẩm hàng hóa mang tính đặc trưng của từng vùng sinh thái, đạt năng suất và hiệu quả kinh tế cao trên đơn vị diện tích, có khả năng cạnh tranh cao về chất lượng với các sản phẩm cùng loại trên thị trường trong nước và thế giới, có điều kiện mở rộng quy mô sản xuất và sản lượng hàng hóa khi có yêu cầu của thị trường.

(iii) Sản xuất NNCNC tạo ra sản phẩm phải theo một chu trình khép kín, trong sản xuất khắc phục được những yếu tố rủi ro của tự nhiên và hạn chế rủi ro của thị trường.

(iv) Phát triển NNCNC theo từng giai đoạn và mức độ phát triển khác nhau, tùy tình hình cụ thể của từng nơi, nhưng phải thể hiện được những đặc trưng cơ bản, tạo ra được hiệu quả to lớn hơn nhiều so với sản xuất bình thường.

Tóm lại, ÚDCNC trong chăn nuôi của nghiên cứu dừng lại ở việc ứng dụng công nghệ tổng hợp và tự động hóa quá trình chăn nuôi quy mô công nghiệp, có sử dụng hệ thống chuồng kín, hệ thống điều hòa nhiệt độ, độ ẩm phù hợp, hệ thống phân phối và định lượng thức ăn tại chuồng.

2.2. Các mô hình lý thuyết liên quan

Trong nửa cuối thế kỷ XX, nhiều lý thuyết đã được hình thành và được kiểm nghiệm nhằm nghiên cứu sự chấp thuận công nghệ của người sử dụng. Các lý thuyết này đã được công nhận là các công cụ hữu ích trong việc dự đoán thái độ của người sử dụng. Trên cơ sở đối tượng nghiên cứu là hành vi sử dụng, nghiên cứu này trình bày 4 mô hình rất quan trọng đối với ý định và hành vi của mỗi cá nhân và đã được kiểm chứng thực nghiệm trong rất nhiều nghiên cứu. Cụ thể:

2.2.1. Mô hình TPB (Theory of Planned Behavior - Thuyết hành vi dự định)

Thuyết hành vi dự định (TPB) được đề xuất bởi Ajzen (1989) như là một lý thuyết mở rộng của lý thuyết hành động hợp lý (TRA) được đề xuất bởi Fishbein và Ajzen (1975), lý thuyết này được tạo

ra do sự hạn chế của lý thuyết TRA về việc cho rằng hành vi của con người là hoàn toàn do kiểm soát lý chí. Cũng giống như lý thuyết TRA, theo lý thuyết TPB, hành vi thực hiện một hành động cụ thể của cá nhân xuất phát trực tiếp bởi ý định hành vi của cá nhân đó. Ý định hành vi này chịu sự ảnh hưởng của 3 yếu tố chính, đó là: thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. So với TRA, thuyết hành vi dự định (TPB) đã bổ sung thêm một biến số độc lập mới đó là nhận thức kiểm soát hành vi, yếu tố này được định nghĩa là sự nhận thức của cá nhân về sự dễ dàng hay khó khăn trong việc thực hiện một hành vi mong muốn, đây là một yếu tố quan trọng của lý thuyết hành vi dự định.

Mô hình lý thuyết TPB chỉ ra 3 yếu tố độc lập về mặt khái niệm quyết định nên ý định. Đầu tiên là thái độ đối với hành vi, là mức độ mà mỗi cá nhân đánh giá cao hoặc thấp một hành vi nào đó. Thứ hai là chuẩn mực chủ quan, là nhận thức về áp lực mà xã hội đặt lên cá nhân trong việc thực hiện hoặc không thực hiện hành vi. Thứ ba là nhận thức kiểm soát hành vi, là nhận thức về việc dễ dàng hoặc khó khăn để thực hiện một hành vi cụ thể. Những yếu tố kiểm soát này có thể là nguồn lực, trình độ, tài chính, hoặc cơ hội của cá nhân để thực hiện hành vi đó. Nhìn chung, thái độ đối với hành vi càng tích cực, chuẩn mực chủ quan càng ủng hộ việc thực hiện hành vi và nhận thức kiểm soát hành vi càng ít cản trở thì ý định hành vi sử dụng càng mạnh mẽ. Ý định hành vi phản ánh mức độ sẵn lòng thực hiện một hành vi cụ thể và là yếu tố trực tiếp nhất để tiên đoán cho hành vi (Ajzen, 1991), nhất là trong những ngữ cảnh nghiên cứu mà hành vi thực tế chưa diễn ra hoặc khó đo lường chính xác.

Heath và Gifford (2002) đã ứng dụng thuyết hành vi dự định để giải thích hành vi sử dụng phương tiện công cộng của sinh viên trường đại học Victoria, Anh. Borith, L., Kasem, C. & Takashi, N. (2010) đã ứng dụng thuyết hành vi dự định để nghiên cứu các yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến ý định sử dụng xe điện trên cao ở thủ đô Phnom Penh, Campuchia.

2.2.2. Mô hình TAM (Technology Acceptance Model - Mô hình chấp nhận công nghệ)

Mô hình TAM được giới thiệu bởi Davis (1989), dựa theo mô hình TRA, được sử dụng để giải thích và dự đoán về hành vi chấp nhận và sử dụng công nghệ. TAM được thử nghiệm và chấp nhận một cách rộng rãi trong các nghiên cứu. Nội dung chính của mô hình là miêu tả ảnh hưởng của các đặc điểm kỹ thuật trong hệ thống đến hành vi chấp nhận và ý định sử dụng công nghệ của từng cá nhân. Mục đích của TAM là cung cấp lời giải thích rõ ràng về các yếu tố quyết định chấp nhận công nghệ nói chung, đồng thời lý giải hành vi của người dùng trên các ứng dụng công nghệ và kỹ thuật máy tính một cách vừa thực tế, vừa theo lý thuyết. TAM chỉ ra rằng khi người dùng tương tác với công nghệ mới, các nhân tố chính có thể ảnh hưởng đến quyết định của họ về việc sử dụng công nghệ đó, bao gồm: cảm nhận sự hữu ích và cảm nhận sự dễ sử dụng. Trong mô hình lý thuyết TAM, Nhận thức sự hữu ích (PU - Perceived Usefulness) là cấp độ mà cá nhân tin rằng sử dụng một hệ thống đặc thù sẽ nâng cao kết quả thực hiện của họ. Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU - Perceived Ease of Use) là cấp độ mà mọi người tin rằng sử dụng một hệ thống đặc thù sẽ không cần nỗ lực.

Theo Legris và cộng sự (2003), mô hình TAM đã dự đoán thành công khoảng 40% việc sử dụng một hệ thống mới.

2.2.3. Mô hình kết hợp TAM và TPB

Taylor và Todd (1995) đã bổ sung vào mô hình TAM 2 yếu tố chính đó là chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Việc kết hợp này sẽ cung cấp một mô hình thích hợp hơn cho việc sử dụng sản phẩm công nghệ thông tin.

2.2.4. Mô hình UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - Thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ)

Để hiểu rõ việc áp dụng công nghệ, Venkatesh và cộng sự (2003) so sánh thực nghiệm với 8 mô hình (TRA), TAM và TAM2, TPB và DTPB, kết hợp TAM và TPB (C - TAMTPB), IDT, mô hình

động lực (MM), mô hình sử dụng máy tính (MPCU), lý thuyết nhận thức xã hội (SCT) và kết hợp 8 mô hình này thành 1 mô hình mới là UTAUT. Mô hình UTAUT nắm bắt được các yếu tố cần thiết của những mô hình khác nhau, không những nhấn mạnh các yếu tố cốt lõi dự đoán được ý định về việc chấp nhận hiện tại, mà còn cho phép những nhà nghiên cứu phân tích các biến điều tiết sẽ khuếch đại hoặc hạn chế tác động của các yếu tố cốt lõi.

Theo Venkatesh và cộng sự (2003), qua việc kiểm tra bằng cách sử dụng lại dữ liệu đầu vào, UTAUT cho ra độ chính xác cao hơn so với 8 mô hình riêng biệt. Trong đó, 4 yếu tố đóng vai trò ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi chấp nhận và sử dụng của người dùng, gồm: kỳ vọng hiệu quả, kỳ vọng dễ dàng, ảnh hưởng xã hội, và điều kiện thuận lợi. Ngoài ra, còn các yếu tố ngoại vi (giới tính, độ tuổi, sự tự nguyện và kinh nghiệm) điều chỉnh đến ý định sử dụng.

3. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

3.1. Các giả thuyết nghiên cứu

Nhìn chung, TAM và TPB đều cho rằng, hành vi được quyết định bởi ý định và bản thân ý định thì được xác định bởi thái độ của từng cá nhân đối với hành vi. Tuy nhiên, cấu trúc của mô hình TAM chỉ đề cập đến đặc điểm của công nghệ và hành vi người dùng, chứ không phản ánh chi tiết sự liên hệ giữa hoàn cảnh cá nhân - xã hội nhận thức về công nghệ và ý định của người dùng như thuyết TPB. Vì vậy, sự kết hợp giữa TAM và TPB và ứng dụng mô hình UTAUT để nghiên cứu hành vi sử dụng UDCNC trong chăn nuôi là hợp lý.

Ngoài ra, nghiên cứu còn xem xét đến các yếu tố khác có khả năng ảnh hưởng đến ý định sử dụng. Đó là yếu tố sự hấp dẫn sản xuất truyền thống và yếu tố nhận thức về môi trường, được đề xuất trên cơ sở phù hợp với thực tiễn ở địa phương và các nghiên cứu trước đó.

Sự hấp dẫn của sản xuất truyền thống: Sản xuất truyền thống là sản xuất nhỏ lẻ tự do, mức độ sản xuất tùy thuộc vào khả năng của từng gia trại, trang trại, mức độ vốn đầu tư ban đầu không lớn, yêu cầu

về khoa học kỹ thuật không cao, quen với mô hình sản xuất hàng ngày, chính những lợi thế này sẽ cản trở ý định chuyển sang sử dụng công nghệ cao.

Nhận thức về môi trường: Nghiên cứu của Steg và Vlek (1997) cho thấy chủ phương tiện xe hơi với nhận thức cao hơn thì sử dụng xe hơi ít thường xuyên hơn. Còn trong nghiên cứu này, dựa vào thực tiễn nhóm nghiên cứu nhận thấy: những người nhận thức cao hơn, luôn quan tâm tới sức khỏe do bị ô nhiễm không khí, ô nhiễm nguồn nước thì họ càng quyết tâm UDCNC với mục đích giảm ô nhiễm môi trường, góp phần nâng cao sức khỏe cho bản thân và cộng đồng.

Giả thuyết H1: Sự hữu ích của công nghệ cao trong chăn nuôi tác động cùng chiều đến ý định UDCNC trong chăn nuôi.

Giả thuyết H2: Nhận thức kiểm soát hành vi tác động cùng chiều đến ý định UDCNC trong chăn nuôi.

Giả thuyết H3: Chuẩn chủ quan tác động cùng chiều đến ý định UDCNC trong chăn nuôi.

Giả thuyết H4: Sự hấp dẫn của sản xuất truyền thống tác động ngược chiều đến ý định UDCNC trong chăn nuôi.

Giả thuyết H5: Nhận thức về môi trường tác động cùng chiều đến ý định UDCNC trong chăn nuôi.

Giả thuyết H6: Ý định UDCNC trong chăn nuôi tác động cùng chiều đến hành vi UDCNC trong chăn nuôi.

Giả thuyết H7: Sự hữu ích của công nghệ cao trong chăn nuôi tác động cùng chiều đến hành vi UDCNC trong chăn nuôi.

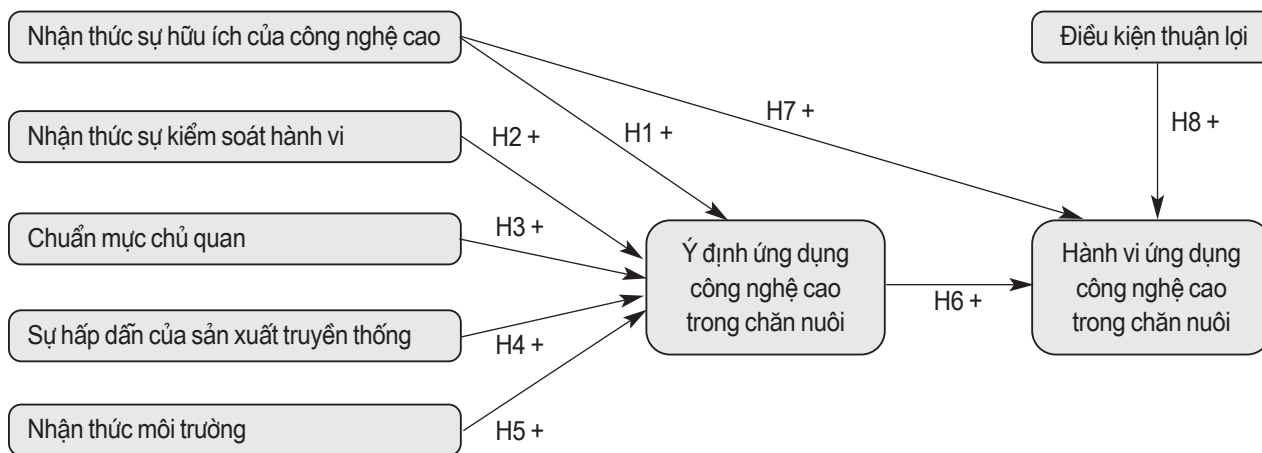
Giả thuyết H8: Điều kiện thuận lợi tác động cùng chiều đến hành vi UDCNC trong chăn nuôi.

Biến phụ thuộc: Biến phụ thuộc là hành vi có UDCNC hay không của chủ gia trại, trang trại và công ty chăn nuôi?

3.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ những giả thuyết nghiên cứu trên, bài nghiên cứu xây dựng mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi UDCNC trong chăn nuôi như Sơ đồ 1.

Sơ đồ 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng để giải quyết các mục tiêu cụ thể.

+ Phương pháp nghiên cứu định tính: Đầu tiên, nhóm tác giả tổng quan các nghiên cứu liên quan đến ÚDCNC trong nông nghiệp và các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ÚDCNC trong nông nghiệp đã được thực hiện trên thế giới và tại Việt Nam, sau đó đánh giá và chỉ ra khoảng trống của các nghiên cứu này. Tiếp theo, nhóm tác giả sử dụng phương pháp phỏng vấn chuyên gia. Kết quả thu được của phương pháp định tính sẽ giúp xác định các biến độc lập của mô hình, từ đó xem xét sự phù hợp và thực hiện những điều chỉnh cần thiết.

+ Phương pháp nghiên cứu định lượng: Phương pháp định lượng tiến hành đo lường sự tác động của các nhân tố thu được sau nghiên cứu định tính ảnh hưởng đến hành vi ÚDCNC trong ngành chăn nuôi tại Bình Định. Nghiên cứu thực hiện thống kê mô tả, sử dụng công cụ Cronbachs Anpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để phân tích dữ liệu, đồng thời đối chiếu với các nghiên cứu trước để bàn luận về kết quả khảo sát và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy việc ÚDCNC trong chăn nuôi.

Phân tích thống kê mô tả: Các dữ liệu sơ cấp

và thứ cấp sẽ được thu thập, tổng hợp và phân tích để đạt được mục đích của nghiên cứu. Công cụ này được sử dụng để mô tả bức tranh tổng quan về địa bàn nghiên cứu, thực trạng ÚDCNC trên địa bàn tỉnh.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA): Nhóm tác giả phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm thực hiện các nội dung bao gồm kiểm định chất lượng thang đo, phân tích nhân tố khám phá. Kiểm định chất lượng thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbachs Alpha nhằm đánh giá sự phù hợp và đảm bảo chất lượng các biến quan sát và thang đo trong mô hình nghiên cứu với các dữ liệu khảo sát thu thập được. Phân tích nhân tố khám phá EFA sẽ được sử dụng để kiểm tra sự hội tụ của các biến quan sát nhằm xác định các nhân tố tác động.

Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM): Một số vấn đề mà các nhà nghiên cứu thường đặc biệt quan tâm khi kiểm định mô hình hồi quy đa biến đó là: $1 < \text{Durbin - Watson} < 3$; $\text{VIF} > 10$.

Biến trung gian phải thỏa mãn 3 điều kiện:

+ Biến độc lập giải thích được biến thiên của biến trung gian.

+ Biến trung gian giải thích được biến thiên của biến phụ thuộc.

+ Sự hiện diện của biến trung gian làm giảm mối quan hệ của biến độc lập và biến phụ thuộc.

Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

bao gồm phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và kiểm định các giả thuyết của mô hình.

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) nhằm xác định, kiểm nghiệm và điều chỉnh các mô hình đo lường một cách độc lập. Mục đích CFA là nhằm

thiết lập các mô hình đo lường phù hợp tốt được dùng để kiểm định mô hình cấu trúc.

Kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu để đánh giá mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc của mô hình ■

Ghi chú:

“Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ đề tài khoa học công nghệ cấp cơ sở của Trường Đại học Quy Nhơn, với mã số T2021.744.47”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt:

1. Thủ tướng Chính phủ (2010). *Quyết định số 176/QĐ-TTg ngày 29/1/2010 về việc phê duyệt đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020*.
2. Trần Quốc Hùng, Bùi Đức Hùng (2020). Các nhân tố tác động đến quyết định ứng dụng công nghệ cao trong chăn nuôi bò vùng Tây Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng*, 18(10), 1-9.
3. Lê Đăng Lăng và Lê Tấn Bửu (2014). Hiệu quả sản xuất nông nghiệp công nghệ cao: Mô hình đo lường và sự ảnh hưởng của môi trường vĩ mô. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng*, 8, 70-76.
4. Nguyễn Công Sự (2014). *Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến việc ứng dụng công nghệ trong nông nghiệp ở huyện Quang Bình, tỉnh Hà Giang*. Luận văn thạc sĩ, Đại học Thái Nguyên.
5. Trần Thị Thanh Thủy (2020). Thực trạng phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam. Truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-phat-trien-nong-nghiep-cao-o-viet-nam-70642.htm>
6. Nguyễn Xuân Trạch (2017). *Phát triển chăn nuôi công nghệ cao bền vững*. Hội thảo khoa học quốc gia về đầu tư phát triển nông nghiệp công nghệ cao hiệu quả theo hướng công nghiệp hóa, 16/8/2017, (Tr. 1-10). Tỉnh Vĩnh Phúc.
7. Phạm Triều (2014). *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất rau, hoa của nông dân tại huyện Lạc Dương, tỉnh Lâm Đồng*. Luận văn thạc sĩ, Đại học Lâm nghiệp.

Tiếng Anh:

8. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organization Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
9. Borith, L., Kasem, C. and Takashi, N. (2010). Psychological Factors Influencing Behavioral Intention of Using Future Sky Train: A Preliminary Result in Phnom Penh. *Asian Transportation Research Society*, 2217(1), 123-129.
10. Challa Meraga (2014). Determining Factors and Impacts of Modern Agricultural Technology Adoption in West Wollega. *Journal of Biology, Agriculture and Healthcare*, 4(20), 63-77.
11. Chuttur M. Y. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. [Online] Available at https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1289&context=sprouts_all
12. Heath, Y. and Gifford, R. (2002). Extending the Theory of Planned Behavior: Predicting the Use of Public Transport. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 2154-2189.

13. Jyoti, D. M. (2009). Towards an Understanding of the Factors Influencing the Acceptance and Diffusion of e-Government Services. *Electronic Journal of e-Government*, 7(4), 391-402.
14. Kasirye Ibrahim (2013). *Constraints to Agricultural Technology Adoption in Uganda National Panel Survey*. Uganda: Economic Policy Research Centre.
15. Venkatesh và cộng sự (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 13(1), 5-27.

Ngày nhận bài: 8/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/8/2021

Thông tin tác giả:

1. ThS. TRẦN THỊ THANH NHÀN

2. TS. HOÀNG THỊ HOÀI HƯƠNG

3. TS. ĐÀO QUYẾT THẮNG

Trường Đại học Quy Nhơn

PROPOSING THE RESEARCH MODEL OF FACTORS AFFECTING THE USE OF HIGH TECHNOLOGY IN LIVESTOCK FARMING

● Master. **TRAN THI THANH NHAN**¹

● Ph.D **HOANG THI HOAI HUONG**¹

● Ph.D **DAO QUYET THANG**¹

¹ Quy Nhon University

ABSTRACT:

Currently, the application of high technology in agricultural activities is an inevitable trend of the world. Thanks to high technologies, agricultural activities including livestock farming achieve a higher yield and quality, reduce production costs, better control diseases and reduce environmental pollution. This paper reviews theories and proposes a research model of factors affecting the use of high technology in livestock farming. The paper also presents the research process and method to create a solid foundations for orienting the development of hi-tech livestock farming of livestock companies and farmers.

Keywords: hi-tech agriculture, high-tech application, livestock farming, behavior.

GIẢI PHÁP CHUYỂN ĐỔI SỐ THÚC ĐẨY SỰ THAM GIA ĐIỆN TỬ CỦA CÔNG DÂN VÀO CHÍNH QUYỀN ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

● TRẦN QUẢNG SƠN

TÓM TẮT:

Sự tham gia điện tử (e-participation) của công dân có vai trò quan trọng trong hoạt động của chính quyền điện tử và được Liên Hợp quốc chọn là một tiêu chí trong Khảo sát Chính phủ điện tử. Tuy nhiên, sự tham gia của người dân tại Việt Nam vẫn chưa cao, do vậy bài viết nghiên cứu các nguyên nhân tồn tại và kiến nghị một số giải pháp về chuyển đổi số, nhằm khuyến khích sự chủ động tham gia của công dân vào hoạt động của chính quyền điện tử.

Từ khóa: chuyển đổi số, tham gia điện tử, chính quyền điện tử.

1. Đặt vấn đề

Chính quyền các tỉnh thành phố Việt Nam đang tích cực xây dựng chính quyền điện tử định hướng chính quyền số theo tinh thần của Quyết định số 942/QĐ-TTg của Thủ tướng[1]. Trong đó, sự tham gia điện tử (tham gia vào hoạt động quản lý nhà nước trên môi trường điện tử) của người dân vào hoạt động của chính quyền điện tử là một trong những yếu tố quan trọng để cải thiện hiệu quả hoạt động của chính quyền. Theo báo cáo khảo sát chính phủ điện tử 2020 của Liên Hợp quốc cho thấy Việt Nam xếp hạng 70 về Chỉ số tham gia điện tử (E-Participation Index-EPI) với EPI đạt 0.7024 thuộc nhóm nước có chỉ số EPI cao (High EPI). Tuy nhiên, thực tế tỷ lệ người dân

thực sự tham gia điện tử qua hoạt động dịch vụ công trực tuyến hay góp ý văn bản trực tuyến vẫn chưa thực sự cao xuất phát từ nhiều nguyên nhân còn tồn tại và chuyển đổi số cung cấp các giải pháp hữu hiệu để giải quyết.

2. Nguyên nhân chưa thu hút công dân tham gia hoạt động của chính quyền điện tử

Thứ nhất là suy nghĩ và quan niệm của một bộ phận công dân vẫn cho là hoạt động quản lý nhà nước là nhiệm vụ chỉ của riêng chính quyền và đội ngũ công chức nhà nước miễn là đảm bảo các quyền lợi chính đáng của công dân. Suy nghĩ này đã không còn thích hợp trong mô hình chính quyền điện tử trong tương lai với việc lấy công dân làm trung tâm. Trong đó, công dân sẽ đưa ra

các yêu cầu, ý tưởng, sáng kiến và trách nhiệm của chính quyền là hiện thực hóa để đáp ứng nhu cầu công dân trong khuôn khổ quy định và phù hợp với lợi ích chung. Lý do của sự tồn tại suy nghĩ này là do công dân chưa có nhiều tương tác với hoạt động của chính quyền trên môi trường mạng như ít dùng dịch vụ công trực tuyến nên chưa có được sự nhìn nhận đúng đắn về vai trò của công dân trong hoạt động của chính quyền.

Thứ hai là sự phong phú và đa dạng các nguồn thông tin và ứng dụng của các cơ quan trong hệ thống chính quyền điện tử địa phương làm người dân bình thường sẽ bị “ngộp” trước khối lượng thông tin to lớn nhưng tỷ lệ trùng lặp dữ liệu cao. Điều này làm công dân khó tiếp nhận được thông tin đầy đủ để chủ động tham gia vào hoạt động chính quyền như góp ý kiến, đề xuất sáng kiến hay thực hiện vai trò giám sát hiệu quả. Lấy thành phố Hồ Chí Minh làm ví dụ, mỗi Sở - Ban - Ngành đều có một trang web riêng được tích hợp chung trên trang web của Ủy ban nhân dân Thành phố nhưng sự liên kết dữ liệu giữa các trang chưa cao. Cụ thể là công cụ tìm kiếm trên cổng điện tử Thành phố vẫn chỉ tìm dữ liệu trên đúng cổng chứ không thực hiện tìm dữ liệu ở các trang web liên kết của cơ quan đơn vị trực thuộc. Ngoài ra, Thành phố cung cấp nhiều ứng dụng như Y tế trực tuyến (Sở Y tế), Thông tin Quy hoạch TP. Hồ Chí Minh,... tuy đa dạng nhưng thiếu tính tập trung thống nhất không chỉ chiếm dụng tài nguyên bộ nhớ thiết bị của công dân mà còn gây khó khăn cho công dân khi muốn tham gia sử dụng.

Thứ ba là sự giới hạn về trình độ sử dụng công nghệ thông tin và thiết bị của công dân. Hoạt động của chính quyền số sẽ tập trung thực thi và thực hiện thông qua môi trường mạng Internet, đặc biệt dưới tác động của dịch Covid-19 chính quyền các tỉnh thành phố đều đang tích cực đẩy mạnh nâng cấp dịch vụ công lên mức 4 (toàn bộ hoạt động đều thực hiện trên mạng và nhận kết quả thông qua mạng hay chuyển phát bưu chính). Điều này lại gây khó khăn cho nhóm công dân

thiếu kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin, đặc biệt là các nhóm yếu thế trong xã hội. Bên cạnh đó, đa phần ứng dụng của chính quyền địa phương từ trước đến giờ tập trung chủ yếu bên phần giao diện web yêu cầu dùng máy tính truy cập mới khai thác được hết chức năng. Thế nhưng, việc trang bị một máy tính không phải là điều dễ dàng đối với nhiều người dân.

3. Giải pháp chuyển đổi số thúc đẩy công dân tham gia hoạt động của chính quyền điện tử

3.1. Xây dựng một cổng thông tin điện tử và ứng dụng điện thoại dùng chung

Mục đích là xây dựng một cổng thông tin điện tử (trang web) dùng chung mà công dân chỉ cần truy cập là có thể tiếp cận thông tin từ tất cả các nguồn và trang web của các cơ quan nhà nước đang tồn tại với sự trợ giúp của các công cụ tìm kiếm tối ưu theo nhu cầu bởi sự hỗ trợ của Dữ liệu lớn (Big Data). Điều này phù hợp với chủ trương tận dụng cơ sở hạ tầng kỹ thuật có sẵn của chính phủ. Báo cáo Khảo sát Chính phủ điện tử năm 2020 của Liên Hợp quốc đã chỉ ra các nguyên tắc cần tuân thủ khi xây dựng website đơn (single website), như:

- Thống nhất sử dụng một tên miền đơn với giao diện ít thay đổi về hình thức.

- Thiết kế phù hợp với nhu cầu công dân: có thực hiện các khảo sát điều tra người dùng (công dân); có sự sắp xếp cấu trúc dữ liệu để dễ dàng tìm kiếm bằng công cụ tìm kiếm phổ biến như Google; đa dạng hóa các dạng thức thể hiện dữ liệu phù hợp với thị hiếu của số đông công dân.

- Sử dụng các dữ liệu truy cập để tối ưu hóa website: việc thiết kế, quan sát và cải thiện website đều cần dựa trên các kết quả phân tích dữ liệu truy cập của người dùng.

- Yêu cầu phải phù hợp và thuận tiện cho việc truy cập bằng điện thoại thông minh. Đây là một nguyên tắc quan trọng cần tuân thủ để tăng khả năng truy cập và tiếp cận của công dân đến cổng thông tin (thống kê cho thấy hơn 80% dân số Việt Nam đều có điện thoại thông minh).

- Tận dụng các nguồn dữ liệu mở và thiết kế mở để có thể tái sử dụng và cập nhật mà không phụ thuộc vào đơn vị cung cấp phần mềm.

Trên nền tảng xây dựng cổng thông tin điện tử tích hợp, chính quyền địa phương sẽ triển khai một ứng dụng điện thoại tương ứng tập hợp và tối ưu tất cả ứng dụng của địa phương để tạo điều kiện cho công dân dễ tiếp cận với thông tin và hoạt động của chính quyền. Công dân chỉ cần dùng một ứng dụng hay truy cập một cổng thông tin điện tử duy nhất sẽ là cơ sở tạo thuận lợi cho người dân vừa dùng dịch vụ công.

Ví dụ: chính quyền thành phố Casablanca, Ma-rốc, đã triển khai ứng dụng và cổng điện tử Casa Store tập hợp tất cả ứng dụng liên quan đến công tác quản lý của thành phố (www.casastore.ma). Công dân có thể truy cập để đóng thuế hay cập nhật các quy định pháp lý mới nhất. Casa Store được thiết kế để tăng cường sự tương tác và tham dự của công dân, từ đó khuyến khích công dân tham gia đóng góp cho sự phát triển của thành phố.

TP. Hồ Chí Minh cũng đang triển khai Tổng đài 1022 với định hướng phát triển thành một ứng dụng hỗ trợ và thu nhận ý kiến phản ánh của người dân trên nhiều lĩnh vực. Đây sẽ là phương thức thu hút sự tham gia của công dân, vừa là đóng góp ý kiến vừa thực hiện quyền giám sát góp phần nâng cao hiệu quả các hoạt động quản lý của chính quyền thành phố.

3.2. Xây dựng cổng dữ liệu mở đa dạng hóa hình thức thể hiện thông tin

Dữ liệu mở là một trong những cầu nối quan trọng giúp công dân có thể theo dõi và giám sát các hoạt động của chính quyền địa phương. Vì vậy, để người dân dễ tiếp cận, dễ đọc hiểu và sử dụng các dữ liệu mở, bên cạnh việc xây dựng cổng điện tử cung cấp đầy đủ và chi tiết dữ liệu cần có những hình thức biểu diễn dữ liệu đa dạng phù hợp với nhiều nhóm công dân khác biệt nhau về trình độ, tuổi tác, quan điểm,...

Kinh nghiệm ở thành phố Sydney (Úc) đã xây

dựng một cổng dữ liệu (data.cityofsydney.nsw.gov.au) tích hợp bản đồ, câu chuyện dữ liệu (data story) và dữ liệu mở cung cấp cho cộng đồng sử dụng cho mục tiêu chung. Bên cạnh đó, cổng này còn tổ chức dữ liệu của thành phố thành nhiều mục khác nhau để thuận tiện cho công dân. Đồng thời, tùy thuộc vào bộ dữ liệu mà cổng dữ liệu Sydney ngoài kiểu dữ liệu truyền thống dạng CSV (tập tin Excel) còn mô tả dữ liệu ở dạng kiểu đồ họa trực quan (graphic form) hay các kiểu dữ liệu có thể thực thi trên các phần mềm địa lý (dạng shapefile, KML hay GeoJSON). Hơn nữa, bản thân cổng dữ liệu còn liên kết với trang web hướng dẫn tạo ứng dụng phần mềm với dữ liệu của cổng.

Những kinh nghiệm trên cũng chỉ ra phương hướng phát triển cho các cổng dữ liệu mở của chính quyền địa phương gồm:

- Thiết kế các bài viết sinh động dưới nhiều hình thức như bài viết, megastory.
- Mô hình biểu đồ hóa bộ dữ liệu mở để công dân dễ quan sát, đọc hiểu.
- Đa dạng hóa kiểu của bộ dữ liệu từ kiểu truyền thống ở dạng tập tin Excel (đuôi csv hay xlsx) sang nhiều kiểu khác phù hợp như kiểu hiển thị địa lý trên bản đồ (KML hay GeoJSON).

3.3. Xây dựng nền tảng góp ý chuyên biệt cho công dân

Ứng dụng Decide Madrid của thành phố Madrid cung cấp các phương hướng cơ bản cho việc thu hút công dân tham gia vào hoạt động của chính quyền với việc tạo một trang web chuyên biệt để công dân thực hiện các quyền của mình. Toàn bộ ứng dụng trên được triển khai trên cơ sở nền tảng ứng dụng CONSUL, một nền tảng mã nguồn mở đã được sử dụng ở 35 quốc gia với sự tham gia của hơn 90 triệu công dân. Trang web này gồm các thành phần:

- Diễn đàn ý tưởng: nơi mà mỗi công dân có thể đề trình ý tưởng và những ý tưởng phù hợp điều kiện sẽ được xem xét và thực thi;

- Khu vực thảo luận: nơi sẽ thảo luận về quy định mới hay tham khảo chọn các phương án thực hiện khác nhau;

- Khu vực phân bổ ngân sách: mỗi năm thành phố dành ngân sách để thực hiện các ý tưởng kế hoạch do công dân đề trình ở diễn đàn ý tưởng và công dân bỏ phiếu quyết định dự án và kinh phí triển khai.

Chính quyền địa phương ở Việt Nam có thể đặt hàng một nền tảng mở như CONSUL và tự triển khai phù hợp với đặc thù và đặc điểm của địa phương. Mô hình này sẽ tạo điều kiện cho công dân tham gia và minh chứng cho người dân thấy sự minh bạch trong việc tiếp nhận và xử lý các ý kiến của công dân. Chỉ khi người dân thấy được ý kiến của mình được tiếp nhận mới có động lực tiếp tục tham gia tích cực vào các hoạt động khác của chính quyền.

3.4. Giúp đỡ nhóm công dân yếu thế tham gia sử dụng ứng dụng số của chính quyền

Nhóm công dân yếu thế có sự hạn chế về mặt kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin và thiết bị nên chính quyền có các giải pháp để hỗ trợ và tạo điều kiện cho nhóm yếu thế có thể sử dụng các ứng dụng số của chính quyền. Các giải pháp ấy bao gồm:

- Xây dựng các chatbot (trí tuệ nhân tạo) hỗ trợ tự động và các công cụ hướng dẫn thao tác cho công dân, đặc biệt đối với các công dân mới sử dụng lần đầu.

- Tinh giản tối đa các ứng dụng để giảm tải nguyên yêu cầu khi cài đặt, từ đó tạo điều kiện để mở rộng phạm vi thiết bị có thể sử dụng nhất là các ứng dụng trên điện thoại thông minh.

- Tổ chức các lớp hướng dẫn sử dụng các ứng dụng số của chính quyền; biên soạn các nội dung hướng dẫn thành các tờ rơi, các hình ảnh hướng dẫn chạy trên bảng điện tử hay các đoạn video chia sẻ trên mạng xã hội như Youtube để có nhiều con đường đi đến với công dân.

- Xây dựng các nhóm và đội ngũ tình nguyện viên để trực tiếp hỗ trợ hay hướng dẫn cho các nhóm yếu thế.

- Nếu đủ điều kiện thì thêm các chức năng hỗ trợ chuyên biệt dành riêng cho nhóm yếu thế đặc thù. Ví dụ tại thành phố New York đã có hệ thống ASL- một hệ thống gọi video tích hợp việc sử dụng ngôn ngữ dấu tay hướng dẫn người khuyết tật thính giác có thể kết nối với ứng dụng số của chính quyền.

4. Kết luận

Sự tham gia của công dân vào chính quyền điện tử là yếu tố quan trọng giúp cải thiện chất lượng hoạt động quản lý nhà nước. Để thu hút người dân cần ứng dụng các kỹ thuật hiện đại (Big data, chatbot, trí tuệ nhân tạo,...) để tối ưu hóa các nền tảng số đang triển khai theo phương châm một điểm đến duy nhất (one-stop) và lấy công dân làm chủ đạo tham gia góp ý, đề xuất kiến nghị và giám sát các chính sách dự án của chính quyền địa phương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Thủ tướng Chính phủ (2021). *Quyết định số 942/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển Chính phủ điện tử hướng tới chính phủ số giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030.*
2. Vũ Công Giao (2021). Chính quyền mở và sự tham gia của người dân vào quản trị Nhà nước. Truy cập tại http://www.issi.gov.vn/chinh-quyen-mo-va-su-tham-gia-cua-nguoi-dan-vao-quan-tri-nha-nuoc_1104c2797n3200m.aspx

3. United Nations. (2020). UN E-Government Survey 2020. [Online] Available at <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2020>

4. Lironi E. (2016). The potential and challenges of e-participation in the EU. [Online] Available at [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/556949/IPOL_STU\(2016\)556949_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/556949/IPOL_STU(2016)556949_EN.pdf)

Ngày nhận bài: 7/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN QUẢNG SƠN

Giảng viên Phân viện Học viện Hành chính Quốc gia tại TP. Hồ Chí Minh

**DIGITAL TRANSFORMATION SOLUTIONS
TO ENCOURAGE THE E-PARTICIPATION
OF CITIZENS INTO VIETNAM'S E-GOVERNMENT**

● Master. **TRAN QUANG SON**

Lecturer, National Academy of Public Administration

- Ho Chi Minh City Campus

ABSTRACT:

The e-participation of citizens play an important role in the operation and the implementation of e-government and the e-participation is one of the United Nations E-Government Surveys criteria. The e-participation of citizens in Vietnam is still quite low due to many reasons and it is necessary for Vietnam to apply digital transformation solutions to encourage the e-participation of citizens into the local e-government.

Keywords: digital transformation, e-participation, e-government.

VĂN HÓA TỔ CHỨC ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA - VŨNG TÀU

● VÕ THỊ NGỌC PHƯƠNG - ĐỒNG THỊ THANH PHƯƠNG - PHAN VĂN NHIỆM

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm nghiên cứu các nhân tố văn hoá tổ chức ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu. Dựa trên cơ sở lý thuyết về văn hóa tổ chức kết hợp với nghiên cứu định tính, tác giả đã xác định có 3 biến độc lập, bao gồm: (1) Các quan niệm chung, (2) Cấu trúc hữu hình và (3) Các giá trị được tuyên bố và 1 biến phụ thuộc là Động lực làm việc. Kết quả phân tích xác định động lực làm việc chịu ảnh hưởng của 3 yếu tố văn hóa tổ chức theo mức độ giảm dần như sau: (1) Các quan niệm chung ($\beta = 0.382$), (2) Cấu trúc hữu hình ($\beta = 0.269$) và (3) Các giá trị được tuyên bố ($\beta = 0.251$). Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số hàm ý giúp nhà quản trị xây dựng và phát triển văn hóa nhà trường thông qua 3 yếu tố tác động trên.

Từ khóa: văn hóa tổ chức, người lao động, động lực làm việc, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

1. Giới thiệu

Lý luận và thực tiễn cho thấy, văn hóa là nguồn lực nội sinh có thể tạo nên sự phát triển bền vững và đột phá cho tổ chức. Khi một tổ chức biết khai thác, vận dụng các yếu tố văn hóa vào quá trình hoạt động của mình sẽ làm gia tăng động lực làm việc cho mọi thành viên trong tổ chức. Ngày nay, văn hóa tổ chức là một phần không thể thiếu trong chiến lược sản xuất - kinh doanh của doanh

nh nghiệp. Điều này không chỉ đúng với các doanh nghiệp, mà còn phù hợp với tất cả các loại hình tổ chức khác, trong đó có trường đại học. Xây dựng văn hóa tổ chức mang đặc trưng riêng, phù hợp với bối cảnh và mục tiêu phát triển của từng cơ sở giáo dục chính là điều kiện tiên quyết nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và phục vụ cộng đồng, tạo bản sắc riêng và nâng cao năng lực cạnh tranh của các cơ sở giáo dục đại học

trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Văn hóa tổ chức tốt sẽ tạo ra môi trường làm việc thoải mái, lành mạnh cho mọi thành viên trong nhà trường. Do đó, nghiên cứu về các yếu tố văn hóa tổ chức ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu cần được quan tâm, góp phần nâng cao chất lượng làm việc, hiệu quả công tác đào tạo giảng dạy, nhằm đóng góp cho sự phát triển của Nhà trường cũng như sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm văn hóa tổ chức

Theo Louis (1980), văn hóa tổ chức là tập hợp hệ thống các quan niệm chung của tổ chức. Những quan niệm này được mọi thành viên trong tổ chức ngầm hiểu với nhau và chỉ đúng khi dùng trong tổ chức đó. Khi có thành viên mới gia nhập, các quan niệm này sẽ được phổ biến cho họ. Đồng nhất với quan điểm trên, Robbin (1998) cho rằng, văn hóa tổ chức là một hệ thống ý nghĩa chung hàm giữa bởi các thành viên của tổ chức đó, từ đó có thể dễ dàng phân biệt tổ chức này với tổ chức khác. Ở cấp độ mở rộng hơn, Syed Z và cộng sự (2011) cho rằng, văn hóa tổ chức không chỉ là hệ thống các quan niệm được chia sẻ, giúp cho các thành viên của tổ chức hiểu được cách thức hành xử như thế nào, mà còn là mô hình bao gồm sự tin tưởng, nghi lễ, tập quán và trí tưởng tượng được phát triển trong khoảng thời gian nhất định.

Từ các định nghĩa đã nêu trên, tác giả định nghĩa văn hóa tổ chức như sau: Văn hóa tổ chức là toàn bộ các yếu tố văn hóa vật chất và tinh thần được tổ chức chọn lọc, tạo ra, sử dụng và biểu hiện trong quá trình hoạt động, từ đó tạo nên bản sắc riêng của tổ chức. Các thành viên trong tổ chức chấp nhận và tuân thủ theo văn hóa của tổ chức đó.

2.2. Khái niệm văn hóa tổ chức trong nhà trường

Theo Nguyễn Công Khanh (2009), văn hóa tổ chức trong nhà trường là tập hợp các chuẩn mực, các giá trị, niềm tin và hành vi ứng xử đặc trưng

của trường học, tạo nên sự khác biệt với các tổ chức khác nói chung và các trường học khác nói riêng. Văn hóa tổ chức trong nhà trường liên quan đến toàn bộ đời sống vật chất, tinh thần của nhà trường. Văn hóa biểu hiện trong tầm nhìn, sứ mạng, triết lý, mục tiêu, các giá trị cốt lõi, phong cách lãnh đạo, quản lý, bầu không khí làm việc,... được mỗi thành viên trong nhà trường chấp nhận và tuân theo.

2.3. Khái niệm động lực làm việc

Động lực làm việc bao gồm 2 yếu tố cấu thành là động lực làm việc bên trong và động lực làm việc bên ngoài. Động lực làm việc ở đây đề cập đến yếu tố con người. Động lực làm việc được định nghĩa trong trong bài viết này là tập hợp các yếu tố bên ngoài và bên trong dẫn tới các hành vi liên quan đến việc thiết lập, định hướng hình thức, thời gian và cường độ của hành động.

2.4. Mối quan hệ giữa văn hóa tổ chức và động lực làm việc

Theo Kandula (2006), nhân viên sẽ thực hiện tốt công việc ở mức tối đa dựa trên nền văn hóa mạnh mẽ. Nghiên cứu cũng cho rằng sự khác biệt trong văn hóa tổ chức, nếu áp dụng cùng định hướng chiến lược sẽ mang lại kết quả hoàn toàn khác nhau cho 2 tổ chức trong cùng ngành. Đồng nhất với quan điểm trên, Exter (2013) cho rằng, nền văn hóa tích cực sẽ tác động tích cực đến thái độ, tình cảm của nhân viên, khiến cho cá nhân trung bình làm việc đạt kết quả tốt; trong khi nền văn hóa tiêu cực và yếu kém có thể làm cho nhân viên xuất sắc thể hiện kém hiệu quả đi.

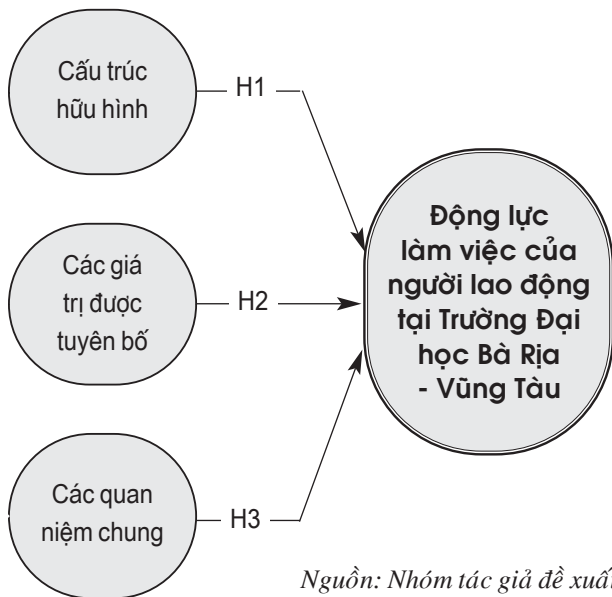
Từ các nghiên cứu ở trên, có thể kết luận rằng văn hóa tổ chức có ảnh hưởng sâu sắc đến động lực làm việc của người lao động. Tổ chức không chú trọng việc xây dựng văn hóa lành mạnh có nguy cơ sẽ gặp phải các rủi ro như người lao động không tìm thấy động lực để tiếp tục làm việc, tệ hơn nữa là người lao động rời bỏ tổ chức,... từ đó gây ra những tổn thất về nguồn nhân lực đáng kể cho tổ chức. Do đó, việc xây dựng văn hóa tổ chức là chìa khóa quan trọng để góp phần nâng cao

động lực làm việc của người lao động, tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài và bền vững của tổ chức.

3. Khung phân tích của nghiên cứu

Từ các cơ sở lý thuyết, phỏng vấn các chuyên gia, các nghiên cứu trước đó về các yếu tố văn hóa tổ chức ảnh hưởng động lực làm việc của các nhà nghiên cứu trước đây và đặc thù của Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu so với các tổ chức giáo dục cũng như những tổ chức kinh doanh khác, tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất như Hình 1.

Hình 1: Mô hình lý thuyết về văn hóa tổ chức ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu



Các giả thuyết:

H1: Cấu trúc hữu hình ảnh hưởng thuận chiều đến động lực làm việc của cán bộ, giảng viên và nhân viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

H2: Các giá trị được tuyên bố ảnh hưởng thuận chiều đến động lực làm việc của cán bộ, giảng viên và nhân viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

H3: Các quan niệm chung ảnh hưởng thuận chiều đến động lực làm việc của cán bộ, giảng viên và nhân viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

4. Kết quả nghiên cứu

Thang đo đã được điều chỉnh phù hợp với tình hình thực tế của Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu. Tất cả thang đo các khái niệm mô hình đều là thang đo đa biến. Các biến quan sát được đo lường trên thang đo Likert 5 cấp độ thay đổi, từ: (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Trung lập; (4) Đồng ý đến (5) Hoàn toàn đồng ý. Thang đo chính thức được diễn đạt và mã hóa như sau:

- Thang đo Các cấu trúc hữu hình (ký hiệu CTHH) gồm 5 biến quan sát (CTHH1, CTHH2, CTHH3, CTHH4, CTHH5).
- Thang đo Các giá trị được tuyên bố (ký hiệu GTTB) gồm 3 biến quan sát (GTTB1, GTTB2, GTTB3).
- Thang đo Các quan niệm chung (ký hiệu QNC) gồm 3 biến quan sát (QNC1, QNC2, QNC3).
- Thang đo Động lực làm việc (ký hiệu DLLV) gồm 3 biến quan sát (DLLV1, DLLV2, DLLV3).

Tổng số cán bộ, giảng viên, nhân viên tham gia trả lời bảng câu hỏi khảo sát là 158 người. Sau khi loại bỏ các phiếu trả lời không đầy đủ hoặc câu trả lời có từ 2 lựa chọn trở lên, số lượng bảng câu hỏi còn lại được sử dụng để phân tích dữ liệu là 150, tỷ lệ 94.9%.

Địa bàn khảo sát: Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

Đối tượng được khảo sát: Cán bộ, giảng viên, nhân viên trong Trường.

Thời gian tiến hành khảo sát: Từ ngày 01/6/2021 đến ngày 30/6/2021.

Tất cả các thang đo Cấu trúc hữu hình, Các giá trị được tuyên bố, Các quan niệm chung, Động lực làm việc có độ tin cậy Cronbach's Alpha lần lượt là 0,874; 0,852; 0,820; 0,768 đều lớn hơn 0,6, đồng thời tất cả các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Do đó, 4 thang đo bao gồm: 3 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc với tổng cộng 14 biến quan sát đều được chấp nhận.

Kết quả phân tích hồi quy bội cho thấy R2 điều chỉnh (Adjusted R Square) bằng 0,456, suy ra rằng mô hình đã giải thích được các biến độc lập được đưa vào hồi quy ảnh hưởng 45,6% sự thay đổi của biến phụ thuộc Động lực làm việc, còn lại 54,4% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

Kết quả phân tích hồi quy với các giá trị Sig. tương ứng với các biến CTHH, GTTB, QNC đều bằng $0,000 < 0,05$, do đó các biến này có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc. Khi đó các biến độc lập CTHH, GTTB, QNC với hệ số phóng đại phương sai (VIF) có giá trị thấp nhất là 1,165 và cao nhất là 1.313 đều nhỏ hơn 10. Có thể kết luận, mô hình hồi quy tuyến tính bội không có hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy, mối quan hệ giữa các biến độc lập không ảnh hưởng đến việc giải thích mô hình hồi quy tuyến tính bội.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Qua phân tích các số liệu, các biến được đưa ra trong mô hình nghiên cứu đều không bị loại, bao gồm 3 biến độc lập: Cấu trúc hữu hình, Các giá trị được tuyên bố và Các quan niệm chung với tổng cộng 11 biến quan sát. Mỗi biến đều có tác động đến động lực làm việc của người lao động với những hệ số khác nhau.

Phương trình hồi quy tuyến tính được trích theo hệ số Beta chuẩn hóa có phương trình sau:

$$DLLV = 0,269 * CTHH + 0,251 * GTTB + 0,382 * QNC$$

Kết quả phân tích dữ liệu xác định được có 3 yếu tố văn hóa tổ chức tác động đến động lực làm việc của người lao động tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu theo mức độ giảm dần như sau: (1) Các quan niệm chung ($\beta = 0,382$), (2) Cấu trúc hữu hình ($\beta = 0,269$) và (3) Các giá trị được tuyên bố ($\beta = 0,251$). Ngoài những yếu tố trên, vẫn còn một số yếu tố khác (yếu tố nhân khẩu học, ví dụ như: giới tính, độ tuổi, trình độ, thâm niên công tác, thu nhập,...) cũng có ảnh hưởng đến động lực

làm việc của người lao động tại Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

5.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số đề xuất kiến nghị giải pháp cho lãnh đạo Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu như sau:

5.2.1. Yếu tố Các quan niệm chung

Nhà trường cần xây dựng bầu không khí làm việc hòa đồng, hợp tác, tôn trọng lẫn nhau, sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm và hỗ trợ nhau khi cần thiết trong tập thể cán bộ, giảng viên, nhân viên, nhằm tạo ra nét văn hóa liên kết. Cần thúc đẩy việc trao đổi thông tin hỗ trợ lẫn nhau giữa các bộ phận phòng ban, tạo điều kiện cho việc hoàn thành công việc của trường.

5.2.2. Yếu tố Cấu trúc hữu hình

Để cải thiện yếu tố này, Nhà trường xem xét thực hiện một số giải pháp như sau: (1) Nhà trường chú trọng đầu tư xây dựng cơ sở vật chất nội ngoại thất, trang thiết bị phục vụ cho việc dạy và học. Màu sắc chủ đạo của Trường là 3 màu (trắng, vàng và xanh), do đó cần chú ý khi thiết kế để tạo được nét văn hóa riêng của Trường; (2) Bố trí, lắp đặt, thiết kế lại không gian làm việc của cán bộ, giảng viên, nhân viên; (3) Lãnh đạo Nhà trường cần chú trọng xây dựng cơ cấu tổ chức gọn nhẹ, nhưng vẫn đảm bảo đầy đủ các phòng ban chức năng chuyên môn, các Khoa được phân chia hợp lý, đảm bảo duy trì cơ cấu tổ chức để người lao động kịp thời thích nghi và không phải thay đổi môi trường làm việc liên tục.

5.2.3. Yếu tố Các giá trị được tuyên bố

Để cải thiện yếu tố này, Nhà trường xem xét thực hiện một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, truyền đạt triết lý giá trị cốt lõi, tầm nhìn, sứ mệnh thấm sâu vào mọi thành viên và biểu hiện trong thực tế hoạt động của toàn trường. Việc chia sẻ và phổ biến những chiến lược, mục tiêu, tầm nhìn của Trường giúp cán bộ, giảng viên, nhân viên hiểu rõ hơn về hoạt động của Nhà trường, cảm nhận mình là một phần của Nhà

trường, từ đó mỗi người nhận thức được vai trò công việc của mình và luôn có ý thức đóng góp vào thành công chung, cũng như sẵn sàng nỗ lực hết mình vì tương lai của Nhà trường.

Thứ hai, Nhà trường cũng cần thay đổi, bổ sung một số điều khoản vào nội quy lao động của Trường theo Luật Lao động hiện hành (Bộ luật

Lao động năm 2019) để phù hợp với điều kiện làm việc của cán bộ, giảng viên, nhân viên Nhà trường; đồng thời cũng cần xem xét sửa đổi, bổ sung bộ quy tắc ứng xử của Trường, phổ biến rộng rãi hơn nữa bộ quy tắc văn hóa ứng xử cho toàn thể cán bộ, giảng viên, nhân viên Nhà trường, sinh viên, người học ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Công Khanh (2009). *Chuyên đề văn hóa nhà trường*, Tài liệu bồi dưỡng Hiệu trưởng các trường phổ thông Việt Nam. Trường Đại học Sư phạm Hà Nội.
2. Broussard, S. C., & Garrison, M. E. B. (2004). The relationship between classroom motivation and academic achievement in elementary school-aged children. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 33, 106-120.
3. Dobre, O. (2013). Employee motivation and organizational performance. *Review of Applied Socio-Economic Research*, Vol. 5.
4. Exter. (2013). *Employee Engagement with Sustainable Business*. UK: Routledge.
5. Greenberg J., Baron A.R (2003). *Behaviour in Organisations*. USA: Prentice Hall, Vol. 8, 188-215.
6. Ivancevich, J. M. (2010). Võ Thị Phương Oanh (2010) - *Người dịch từ tiếng Anh, Quản trị nguồn nhân lực*. Nhà xuất bản Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Kandula, S.R. (2006). *Performance management*. India: New Prentice Hall of India private Ltd New Delhi.
8. Louis (1980). *Organizations as culture-bearing milieux*. In *Organizational Symbolism*. Edited by L.R. Pondy, et al. Greenwich, USA: JAI Press.
9. Robbins Stepehn (1998). *Organizational behavior, Concept, controlversial, applications*. Prentice Hall: New Jersey.
10. Syed M. A. et al. (2012). The Impact of Organizational Culture on the Organizational Commitment: A Study of Faculty Members of Private Sector Universities of Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5, 92-101.

Ngày nhận bài: 14/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/8/2021

Thông tin tác giả:

1. **VÕ THỊ NGỌC PHƯƠNG**¹

2. **PGS. TS. ĐỒNG THỊ THANH PHƯƠNG**¹

3. **TS. PHAN VĂN NHIỆM**¹

¹Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu (BVU)

**FACTORS OF ORGANIZATIONAL
CULTURE AFFECTING THE WORKING
MOTIVATION OF EMPLOYEES WORKING
FOR BA RIA - VUNG TAU UNIVERSITY**

● **VO THI NGOC PHUONG**¹

● Assoc. Prof. PhD. **DONG THI THANH PHUONG**¹

● PhD. **PHAN VAN NHIEM**¹

¹Ba Ria - Vung Tau University

ABSTRACT:

This study examines the factors of organizational culture affecting the working motivation of employees working for Ba Ria – Vung Tau University. Based on the theory of organizational culture and previous qualitative researches about this topic, this study identifies three independent variables including: (1) General concepts, (2) Tangible structure and (3) Declared values and one dependent variable, namely working motivation. The study finds out that the working motivation of employees is influenced by these three following organizational cultural factors, which are arranged in descending order influencing level, (1) General concepts ($\beta = 0.382$), (2) Tangible structure ($\beta = 0.269$), and (3) Declared values ($\beta = 0.251$). Based on the study's findings, some solutions are proposed to help Ba Ria - Vung Tau University develop the university's organizational culture based on the three above-mentioned factors.

Keywords: organizational culture, employee, working motivation, Ba Ria - Vung Tau University.

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN LÝ TÀI CHÍNH TẠI TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY LẮP DẦU KHÍ VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

● LÊ NHẬT LINH

TÓM TẮT:

Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam (PVC) là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực xây lắp chuyên ngành các công trình Dầu khí với quy mô hoạt động rộng khắp trên địa bàn cả nước, nguồn vốn và nguồn nhân lực lớn. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 đã làm ngưng trệ có tính chất toàn cầu các nền kinh tế, kinh tế Việt Nam nói chung và Tổng Công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam nói riêng cũng bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Bài viết này phân tích và đánh giá thực trạng quản lý tài chính tại Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam đề xuất các giải pháp góp phần hoàn thiện quản lý tài chính tại Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam.

Từ khóa: quản lý, tài chính, doanh nghiệp, PVC, Covid-19.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa mạnh mẽ hiện nay, Việt Nam hiện đã tham gia hàng loạt các Hiệp định Thương mại tự do với tên gọi “FTA thế hệ mới”, như Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại tự do châu Âu - Việt Nam (EVFTA), đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam phát huy năng lực, song bên cạnh đó môi trường cạnh tranh cũng rất gay gắt (Do, 2020). Sự phát triển của nền kinh tế đòi hỏi các tổ chức, cũng như các doanh

nh nghiệp phải đảm bảo sự tồn tại ổn định và phát triển tạo nên hiệu quả kinh tế cao. Do vậy, các doanh nghiệp cần phải nhanh chóng đổi mới, hoàn thiện các mặt hoạt động của mình; trong đó đổi mới về quản lý tài chính là một trong các vấn đề được quan tâm hàng đầu và có ảnh hưởng trực tiếp đến sự sống còn đối với nhiều doanh nghiệp Việt Nam. Để làm được điều này, doanh nghiệp cần phải đánh giá được đầy đủ và chính xác tình hình phân phối, sử dụng và quản lý các loại vốn, nguồn vốn, vạch rõ khả năng tiềm tàng về vốn của doanh nghiệp, phân tích tình hình thị trường. Trên

cơ sở đó, xác định chính xác nhu cầu vốn, lập kế hoạch tài chính, nhằm đề ra biện pháp trong công tác huy động vốn đáp ứng nhu cầu sử dụng, đồng thời đảm bảo sự hợp lý và hiệu quả cao nhất trong việc sử dụng nguồn vốn, qua đó giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong việc huy động và sử dụng vốn, cung cấp những tiêu chuẩn cho việc đo lường thành quả hoạt động của doanh nghiệp.

Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam (PVC) là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực xây lắp chuyên ngành các công trình dầu khí với quy mô hoạt động rộng khắp trên địa bàn cả nước. Hiện nay, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ở Việt Nam ngày càng trở nên khốc liệt với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, dưới tác động của đại dịch Covid-19 đến thương mại thế giới (Đỗ Anh Đức, 2021) đã ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động sản xuất - kinh doanh của các công ty, nhiều công ty đã lâm vào bờ vực phá sản hoặc tạm thời đóng cửa. Để tồn tại và phát triển, trước hết PVC cần phải hoàn thiện công tác quản lý tài chính một cách hiệu quả để có thể tồn tại qua thời kỳ khủng hoảng, sau đó là hướng tới mục tiêu phát triển mạnh mẽ hơn. Bài viết sẽ làm rõ cơ sở lý luận về quản lý tài chính trong doanh nghiệp. Thực trạng quản lý tài chính của PVC trong giai đoạn 2018 - 2020 sẽ được phân tích và đánh giá trong các nội dung tiếp theo và cuối cùng là kiến nghị một số giải pháp góp phần hoàn thiện quản lý tài chính tại PVC.

2. Quản lý tài chính trong các doanh nghiệp

Doanh nghiệp là một tổ chức kinh tế, có tên riêng, tài sản, trụ sở giao dịch ổn định và được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích thực hiện các hoạt động kinh doanh. Doanh nghiệp thực hiện các hoạt động sản xuất, cung ứng hàng hóa hoặc làm dịch vụ cho người tiêu dùng qua thị trường, nhằm thỏa mãn nhu cầu con người và xã hội, thông qua hoạt động hữu ích đó để thu lại lợi nhuận.

Tài chính là một bộ phận cấu thành trong các hoạt động kinh tế của doanh nghiệp. Tài chính

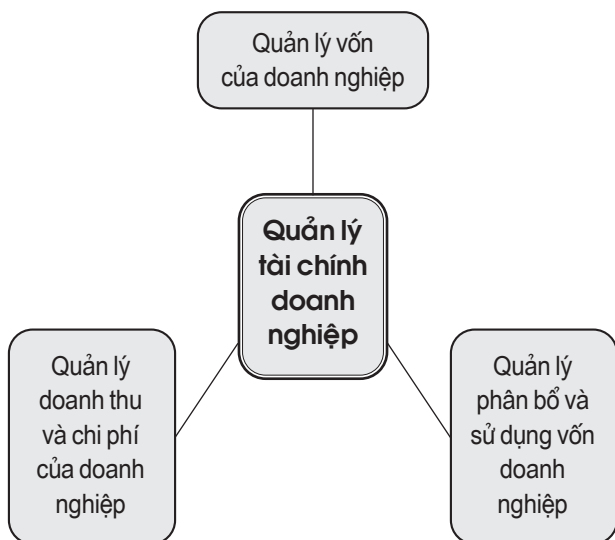
phản ánh các quan hệ phân phối kinh tế dưới hình thức giá trị phát sinh trong quá trình hình thành, tạo lập và phân phối các quỹ tiền tệ của doanh nghiệp, nhằm đạt được mục tiêu của các doanh nghiệp ở mỗi điều kiện nhất định. Tài chính có chức năng huy động, phân phối và giám sát nguồn tài chính của doanh nghiệp. Quản lý tài chính là một trong những nhiệm vụ quan trọng nhất trong công tác quản lý doanh nghiệp, luôn giữ vai trò trọng yếu trong hoạt động quản lý. Nó quyết định khả năng cạnh tranh, sự thành bại của doanh nghiệp trong quá trình hoạt động sản xuất - kinh doanh.

Quản lý tài chính là một trong những yếu tố có thể phản ánh được hiệu quả sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp để phát triển, mở rộng quy mô sản xuất, đầu tư cải tiến công nghệ và kỹ thuật trong kinh doanh và quản lý kinh tế, nâng cao đời sống vật chất cũng như tinh thần của người lao động, từ đó nâng cao vị trí xã hội và uy tín của doanh nghiệp trên thị trường. Để nâng cao hiệu quả kinh doanh, đòi hỏi các doanh nghiệp phải quản lý và sử dụng tài chính có hiệu quả trong quá trình sản xuất - kinh doanh. Các doanh nghiệp có thể áp dụng nhiều phương pháp quản lý tài chính khác nhau, tuy nhiên, muốn đem lại hiệu quả cao nhất, với chi phí thấp nhất, cần nắm rõ được khái niệm, vai trò của quản lý tài chính trong các doanh nghiệp. Để đánh giá được kết quả quản lý tài chính của doanh nghiệp, bài viết tiến hành giá theo 3 nội dung chính (Hình 1), đó là: quản lý nguồn vốn của doanh nghiệp; quản lý phân bổ và sử dụng vốn của doanh nghiệp; quản lý doanh thu và chi phí của doanh nghiệp.

Quản lý nguồn vốn của doanh nghiệp: Bất kể một doanh nghiệp nào cũng phải có một nguồn vốn nhất định. Nguồn vốn cho biết tài sản của doanh nghiệp đó từ đâu mà có và doanh nghiệp phải có những trách nhiệm kinh tế, pháp lý đối với tài sản đó. Nguồn vốn bao gồm vốn chủ sở hữu và tài sản.

Quản lý phân bổ và sử dụng vốn doanh nghiệp: Là quá trình xử lý và cho phép các hệ thống thông

Hình 1: Nội dung quản lý tài chính doanh nghiệp



Nguồn: Tác giả đề xuất

tin để hỗ trợ quản lý vốn của tổ chức, bao gồm vốn được biểu hiện dưới dạng tài sản vật chất hay “hữu hình” và phi vật chất hay “vô hình”.

Quản lý doanh thu và chi phí của doanh nghiệp: Doanh thu của doanh nghiệp là khoản thu được khi tiêu thụ sản phẩm, cung cấp dịch vụ, mua bán hàng hóa, hoạt động tài chính và các hoạt động khác của doanh nghiệp. Trong kinh tế học, doanh thu thường được xác định bằng giá bán nhân với sản lượng. Chi phí sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của các yếu tố tiêu hao phục vụ cho quá trình sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp trong một thời kỳ xác định. Trong công tác quản lý tài chính, doanh nghiệp cần chú trọng hoàn thiện

các quy định, các nguyên tắc hạch toán chi phí. Số liệu và thông tin báo cáo sai lệch có thể dẫn đến quyết định sai lệch. Các khoản tiền chi trả của doanh nghiệp phản ánh quy mô luồng tiền ra khỏi doanh nghiệp, nhưng đó không phải là con số chi phí của doanh nghiệp.

3. Thực trạng quản lý tài chính tại Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam giai đoạn 2018 - 2020

Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam (PVC) là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (PetroVietnam), hoạt động trong lĩnh vực xây lắp các công trình dân dụng cao cấp, công nghiệp dầu khí, đầu tư và kinh doanh bất động sản. PVC là doanh nghiệp hoạt động theo mô hình công ty Mẹ - Con, công ty cổ phần, hoạt động theo Luật Doanh nghiệp Việt Nam; là đơn vị thành viên trực thuộc Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, Tập đoàn sở hữu 54,47% vốn điều lệ.

3.1. Quản lý nguồn vốn của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam

PVC thực hiện quản lý tài chính theo hướng dẫn của Chính phủ về hướng dẫn chế độ quản lý tài chính đối với doanh nghiệp. Nguồn vốn huy động của đơn vị được huy động từ góp vốn của cổ đông, tín dụng thương mại (bao gồm các khoản phải trả cho người bán và các khoản người mua trả tiền trước) và vay ngắn hạn ngân hàng.

Bảng 1 cho thấy tình hình biến động nguồn vốn của PVC qua các năm là không đồng đều. Nguồn

Bảng 1. Tình hình biến động nguồn vốn của PVC giai đoạn 2018 - 2020

EVT: Tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
	Nguồn vốn	5.555,85	5.393,27	5.011,60
A	Nợ phải trả	4.855,66	4.875,71	4.646,80
I	Nợ ngắn hạn	4.723,64	4.746,75	4.518,80
II	Nợ dài hạn	132,02	128,96	127,52
B	Vốn chủ sở hữu	700,19	517,55	365,27

Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty mẹ Tổng công ty PVC

vốn của năm 2019 giảm 29,09% so với năm 2018 nhưng vẫn cao hơn 7,61% so với năm 2020 do các khoản nợ ngắn hạn và vốn chủ sở hữu. Năm 2020 giảm so với năm 2018 do PVC hoạt động thua lỗ và bị ảnh hưởng do tác động của đại dịch Covid-19 đối với kinh tế toàn thế giới nói chung và PVC nói riêng, đây chính là nguyên nhân làm giảm vốn chủ sở hữu/nguồn vốn của PVC. Trong những năm vừa qua nguồn việc chủ yếu phụ thuộc vào 2 dự án chính là Nhà máy Nhiệt điện Thái Bình 2 và dự án Nhà máy Nhiệt điện Sông Hậu 1. Trong khi cả 2 dự án này còn nhiều vướng mắc về cơ chế, khó khăn về tài chính chưa được giải quyết triệt để. Tình hình tài chính của PVC gặp nhiều khó khăn do lỗ lũy kế từ các năm trước để lại lớn, thiếu hụt về tài chính khiến cho công ty thiếu nguồn lực tập trung triển khai các dự án, đặc biệt là dự án Nhà máy Nhiệt điện Thái Bình 2. Bên cạnh đó, các đơn vị nằm trong kế hoạch thoái vốn chủ yếu thua lỗ hoặc có số lỗ lũy kế lớn tạo nên những khó khăn cho PVC và các đơn vị thành viên trong việc thực hiện tái cơ cấu, thoái vốn theo kế hoạch. Ngoài ra, hầu hết vị trí các dự án bất động sản của đơn vị thành viên ở các khu vực chưa thực sự thuận lợi để thu hút vốn đầu tư khiến cho doanh thu cũng như nguồn vốn của PVC bị giảm mạnh.

3.2. Quản lý phân bổ và sử dụng vốn của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam

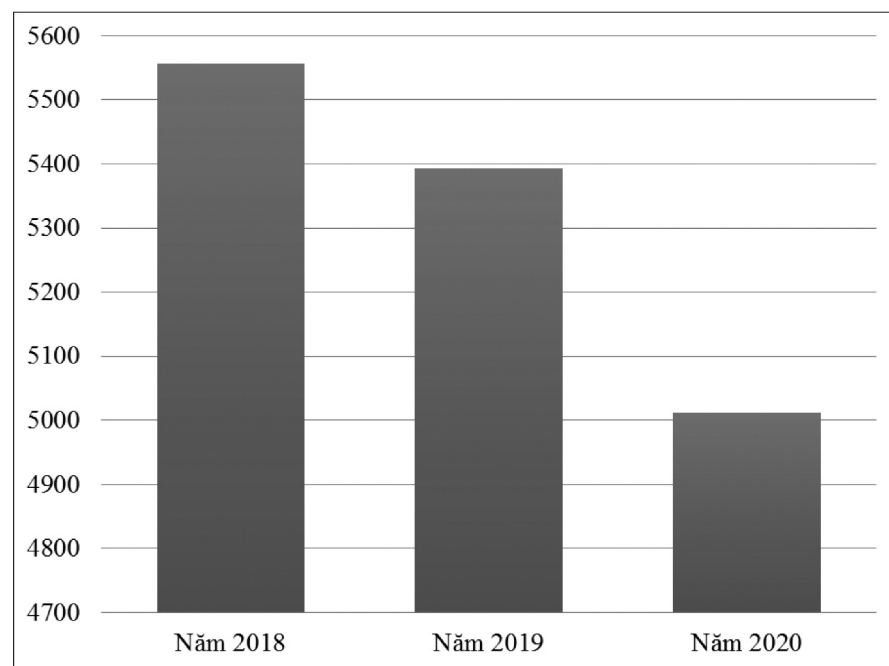
Biểu đồ 1 cho thấy PVC có sự biến động mạnh về tài sản theo chiều hướng giảm trong giai đoạn 2018 - 2020. Tổng tài sản năm 2020 giảm 381,67 tỷ đồng tương đương với 7,08%, năm 2019 cũng giảm 162,58 tỷ đồng tương đương với 2,93%. Sự biến

động này là do tài sản dài hạn và ngắn hạn đều giảm. Tài sản ngắn hạn giảm do các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn giảm mạnh 118,53 tỷ đồng tương 99,40%; các khoản phải thu ngắn hạn giảm 187,14 tỷ đồng tương đương 9,01%; tiền và các khoản tương đương tiền giảm 8,37 tỷ đồng tương đương 6,08% và tài sản ngắn hạn khác giảm 4,27 tỷ đồng tương đương 4,65%. Tài sản dài hạn cũng có sự thay đổi qua các năm, năm 2018 - 2019 giảm 228,3 tỷ đồng và năm 2019 - 2020 giảm 158,11 tỷ đồng tương đương 14,21% và 11,47%. Sự biến đổi này là tài sản cố định và tài sản dài hạn khác giảm mạnh, chiếm tỷ trọng lớn từ tài sản cố định tài chính và chi phí trả trước dài hạn. Tuy nhiên, các khoản phải thu dài hạn tăng 5,44 tỷ đồng, tương đương 116,74%.

3.3. Quản lý doanh thu và chi phí của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam

Doanh thu của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam bao gồm doanh thu thuần từ hoạt động xây lắp (hoạt động sản xuất - kinh doanh chính của PVC), doanh thu từ hoạt động tài

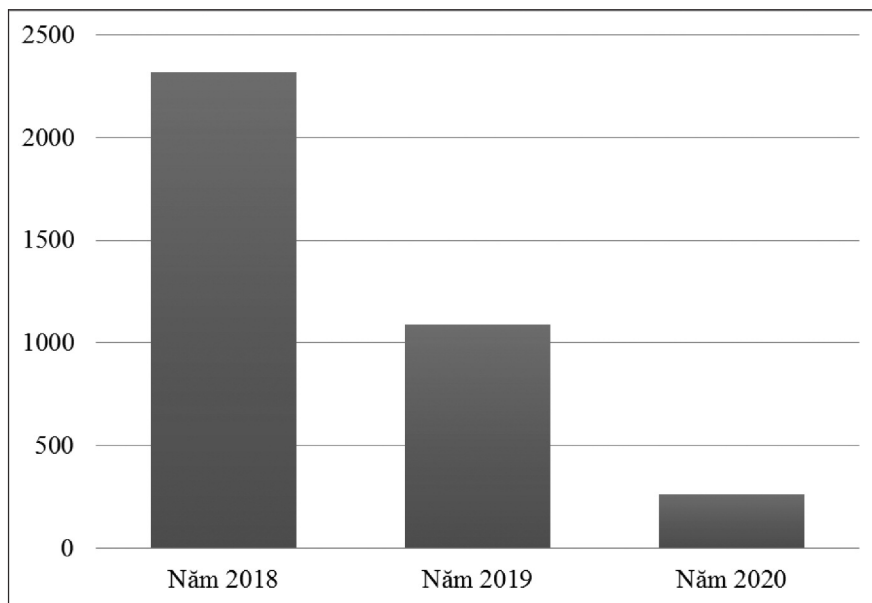
Biểu đồ 1: Tình hình biến động tài sản của PVC giai đoạn 2018 - 2020



Nguồn: Kết quả phân tích do tác giả thực hiện

chính và thu nhập khác; trong đó doanh thu thuần từ hoạt động xây lắp chiếm tỷ trọng lớn hơn cả. Doanh thu để xác định tính thuế được xác định theo luật thuế giá trị gia tăng của doanh nghiệp. Doanh thu trong các trường hợp còn lại được ghi nhận theo chuẩn mực kế toán Việt Nam.

Biểu đồ 2: Tình hình doanh thu của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam giai đoạn 2018 - 2020



Nguồn: Kết quả phân tích do tác giả thực hiện

Biểu đồ 2 cho thấy doanh thu của PVC qua các năm không ổn định và không theo quy luật kế hoạch sản xuất - kinh doanh năm sau cao hơn năm trước. Doanh thu năm 2020 sụt giảm mạnh so với các năm trước, đó là tình hình kinh tế thế giới và trong nước có nhiều biến động tiêu cực, suy thoái kinh tế diễn ra ở khắp mọi nơi do khủng hoảng của đại dịch Covid-19, thị trường tài chính gặp nhiều khó khăn, việc giãn dừng các dự án trọng điểm trong và ngoài ngành theo chỉ đạo của Chính phủ và Tập đoàn đã khiến nguồn việc của Tổng công ty bị sụt giảm nghiêm trọng. Tuy nhiên, doanh thu năm 2020 đã cân bằng mức doanh thu hoạt động tài chính và thu nhập khác lên khoảng 2,5% so với các năm trước đó. Trong cơ cấu doanh thu của công ty, doanh thu thuần từ mảng xây lắp đạt 1.605 tỷ đồng, đóng góp hơn 80% tổng doanh

thu. Tuy vậy, mảng này cũng mang đến khoản lỗ thuần hơn 90 tỷ đồng. Chỉ riêng mảng kinh doanh nhà và hạ tầng mang về 412 tỷ đồng doanh thu và đạt gần 21 tỷ đồng lợi nhuận thuần. Còn lại, các mảng dịch vụ khác cũng đều kinh doanh thua lỗ. Nguyên nhân lỗ, một phần do Công ty đã kinh doanh dưới giá vốn khi tổng chi phí vốn bỏ ra hơn 2.077 tỷ đồng, dẫn tới khoản lỗ thuần 80 tỷ đồng. Thêm các khoản chi phí, trong đó, chi phí quản lý doanh nghiệp lên đến 333 tỷ đồng.

Chi phí hoạt động sản xuất - kinh doanh của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam được chia thành các khoản mục chi phí như sau: Giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp; Chi phí tài chính; Chi phí quản lý doanh nghiệp; Chi phí khác.

Bảng 2 cho thấy hiệu quả sử dụng chi phí qua các năm trong giai đoạn 2018-2020 của PVC bị giảm mạnh. Nguyên nhân là do chi phí tài chính và chi phí quản lý doanh nghiệp có sự tăng trưởng giai đoạn 2018 - 2020. Năm 2019, tổng chi phí Tổng công ty phải bỏ ra để sản xuất - kinh doanh là 1.271,42 tỷ đồng, giảm 1171,87 tỷ đồng so với năm 2018 và đến năm 2020 giảm còn 413,59 tỷ đồng. Các khoản chi phí đều có xu hướng giảm, nguyên nhân là do Tổng công ty đang rơi vào tình trạng khó khăn, hạn chế hoạt động sản xuất - kinh doanh.

4. Giải pháp hoàn thiện quản lý tài chính tại Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam

Trên cơ sở phân tích và đánh giá thực trạng quản lý tài chính của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam, tác giả kiến nghị một số giải pháp nhằm hoàn thiện quản lý tài chính tại

Bảng 2. Sử dụng chi phí của PVC giai đoạn 2018 - 2020

ĐVT: Tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
1	Giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp	2.302,13	1.059,68	243,04
2	Chi phí tài chính	73,06	137,19	101,61
3	Chi phí quản lý doanh nghiệp	67,75	68,55	67,83
4	Chi phí khác	0,36	6,00	1,11
TỔNG		2.443,29	1.271,42	413,59

Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty mẹ Tổng công ty PVC

Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19, cụ thể như sau:

4.1. Nhóm giải pháp hoàn thiện quản lý nguồn vốn

PVC cần đa dạng hóa các kênh huy động nguồn vốn phục vụ hoạt động sản xuất - kinh doanh thông qua các kênh như cân đối từ nguồn vốn đầu tư sang nguồn vốn kinh doanh; nâng cao hiệu quả, tăng lợi nhuận từ hoạt động sản xuất - kinh doanh;... Xây dựng một tập hợp các phương pháp, hình thức, công cụ để tiếp cận, huy động vốn cho từng trường hợp để có cơ chế huy động phù hợp và thích ứng linh hoạt với biến động của thị trường.

PVC cần đẩy mạnh tái cấu trúc doanh nghiệp và thoái vốn đầu tư: Tổng công ty cần phải làm rõ thực trạng tình hình tài chính tại các đơn vị mà PVC đầu tư góp vốn, đẩy mạnh việc thực hiện đề án Tái cơ cấu Tổng công ty (đặc biệt tái cơ cấu các khoản đầu tư góp vốn) thu hồi vốn đầu tư tập trung vốn cho các hoạt động sản xuất - kinh doanh trọng yếu. Đây là một kênh huy động vốn khá dồi dào nhưng hiện nay do tình hình kinh tế vĩ mô nhiều diễn biến khó lường, nên tâm lý của nhà đầu tư vẫn còn e ngại, chưa mạnh dạn đầu tư vào lĩnh vực này. Tuy nhiên, bằng những thế mạnh của Tổng công ty, PVC nếu quyết tâm đẩy mạnh công tác tái cấu trúc, minh bạch tình hình tài chính, chắc chắn cũng sẽ có nhiều nhà đầu tư quan tâm đầu tư.

PVC cần tăng cường công tác quản lý dòng tiền tại các dự án/công trình. Phối hợp, đơn đốc các Ban điều hành, bám sát các chủ đầu tư trong công tác nghiệm thu, thanh toán nhằm thu hồi vốn, đặc biệt là phần ứng quá, ứng vượt cho các nhà thầu tại các dự án.

4.2. Nhóm giải pháp hoàn thiện quản lý phân bổ và sử dụng vốn

PVC cần xem xét lựa chọn cơ cấu vốn sử dụng nhằm đảm bảo hiệu quả nhất, phù hợp với từng thời kỳ; thiết lập chính sách phân chia lợi nhuận một cách hợp lý vừa đảm bảo quyền lợi chủ sở hữu, vừa đảm bảo quyền lợi cho CBCNV, người lao động. Bên cạnh đó, công tác quản lý và sử dụng tài sản tránh tình trạng lãng phí, sai mục đích cũng cần được quan tâm.

PVC cũng cần củng cố lại công tác theo dõi, quản lý tài sản cố định, công cụ dụng cụ và vật tư nhập xuất kho và tồn kho ở các công trình. Hàng năm, dành một khoản đầu tư thích đáng cho nghiên cứu phát triển. Hình thành quỹ phát triển khoa học công nghệ. Các đề tài nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ được xây dựng từ nhu cầu thực tế.

Bên cạnh đó, vì PVC cần kiểm soát thông qua chỉ tỷ suất lợi nhuận trên vốn, doanh thu thực hiện trên một đồng vốn,... tại các công ty con cho phép công ty mẹ có chính sách đầu tư hợp lý vào các đơn vị những lĩnh vực có khả năng phát triển.

4.3. Nhóm giải pháp hoàn thiện quản lý doanh thu, chi phí

PVC cần thực hiện theo hình thức quản lý hỗn hợp, tức là vừa thực hiện theo hình thức khoán chi phí, vừa thực hiện theo hình thức quản lý định mức chi phí. Việc xây dựng phương thức quản lý chi phí phải dựa trên các nguyên tắc căn bản về quản lý chi phí, trên cơ sở những quy định và hướng dẫn của các cơ quan quản lý nhà nước và phù hợp với tình hình thực tế của đơn vị. Việc chi lương, thưởng và các khoản mang tính chất lương, thưởng phải dựa trên cơ sở hiệu quả sản xuất - kinh doanh.

PVC cần tiếp tục cải tổ, hoàn thiện bộ máy tổ chức đơn vị. Xây dựng hệ thống phòng ban, tổ đội phù hợp với đặc điểm sản xuất - kinh doanh của đơn vị. Tinh gọn bộ máy quản lý, ưu tiên tuyển dụng cán bộ, nhân viên công nhân có trình độ, tay nghề cao. Áp dụng các biện pháp quản trị doanh nghiệp thống nhất với hệ thống của Tập đoàn. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp tạo một môi trường làm việc khoa học, đoàn kết, thân thiện. Quyết liệt trong công tác điều hành thi công trên tất cả các công trình, dự án mà PVC và các đơn vị trong PVC thực hiện.

PVC cần đổi mới phương thức quản lý theo hướng tạo động lực và sự chủ động cho các đơn vị thành viên phát triển và nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất - kinh doanh.

5. Kết luận

Giai đoạn 2018 - 2020 là giai đoạn có nhiều thăng trầm của nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Việt Nam đã ký kết được một số hiệp định thương mại quan trọng làm tiền đề cho sự phát triển lâu dài. Tuy nhiên, đến năm 2020, chúng ta lại chứng kiến sự ngưng trệ có tính chất toàn cầu của các nền kinh tế do ảnh hưởng từ đại dịch Covid-19. Kinh tế Việt Nam nói chung và Tổng công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam nói riêng cũng bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Bài viết đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về quản lý tài chính trong doanh nghiệp để tiến hành phân tích và đánh giá thực trạng quản lý tài chính tại Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam, qua đó đề xuất được 3 nhóm giải pháp góp phần hoàn thiện quản lý tài chính tại Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam trong thời gian tới, để có thể tồn tại và đứng vững trên thị trường, phát triển sản xuất - kinh doanh trong giai đoạn ứng phó với đại dịch Covid-19 ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Do, A.D. (2020). Opportunities and challenges for logistics enterprises in Vietnam in the context of international economic integration. *Proceedings International Research Conference Human resources development for logistics in Vietnam*, 424-435.
2. Đỗ Anh Đức (2021). Tác động của đại dịch Covid-19 đến ngành dịch vụ Logistics Việt Nam. Hội thảo quốc gia: Kinh tế Việt Nam 2020 và triển vọng năm 2021 ứng phó và vượt qua đại dịch Covid-19, hướng tới phục hồi và phát triển, 362-370.
3. Tổng Công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam (2018), Báo cáo tài chính Công ty mẹ Tổng Công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam năm 2018.
4. Tổng Công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam (2019), Báo cáo tài chính Công ty mẹ Tổng Công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam năm 2019.
5. Tổng Công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam (2020), Báo cáo tài chính Công ty mẹ Tổng Công ty Xây lắp Dầu khí Việt Nam năm 2020.

Ngày nhận bài: 4/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/8/2021

Thông tin tác giả:

LÊ NHẬT LINH

Cao học viên Trường Đại học Thương mại

**SOLUTIONS TO IMPROVE THE FINANCIAL
MANAGEMENT OF PETROVIETNAM CONSTRUCTION
JOINT STOCK CORPORATION IN THE CONTEXT
OF COVID-19 PANDEMIC**

● **LE NHAT LINH**

Master's student, Thuongmai University

ABSTRACT:

PetroVietnam Construction Joint Stock Corporation (PVC) is a member of the Vietnam National Oil and Gas Group operating in the field of specialized construction and installation of oil and gas projects. PVC has conducted a wide range of business activities across Vietnam and the company has a large amount of capital and has many employees. The Covid-19 pandemic has severely affected the global economy in general and Vietnam's economy in particular and PVC's businesses have also been affected negatively by the outbreak. This paper analyzes and evaluates the current financial management of PVC, thereby proposing some solutions to enhance the company's financial management.

Keywords: management, finance, corporation, PVC, Covid-19.

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP DẠY VÀ HỌC CÁC MÔN HỌC CHUYÊN NGÀNH KẾ TOÁN TẠI KHOA TÀI CHÍNH - THƯƠNG MẠI, TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● TRẦN NAM TRUNG

TÓM TẮT:

Trước sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin trong thời đại mới, yêu cầu đặt ra với các cơ sở đào tạo phải có sự thay đổi, cập nhật để thích ứng với nhu cầu của thị trường, trong đó Khoa Tài chính - Thương mại của Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (Hutech) cũng không phải ngoại lệ. Bài viết trình bày những tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đến phương pháp dạy và học các môn học chuyên ngành Kế toán tại Khoa Tài chính - Thương mại trường Hutech. Từ đó, đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng dạy và học các môn học chuyên ngành Kế toán nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực kế toán trong bối cảnh hội nhập và thực hiện cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0).

Từ khóa: cách mạng công nghiệp 4.0, phương pháp dạy và học, kế toán.

1. Đặt vấn đề

Mục tiêu của Trường Hutech nói chung và của Khoa Tài chính - Thương mại nói riêng, là đào tạo lực lượng lao động có kiến thức, kỹ năng thực hành cơ bản của nghề nghiệp, có khả năng làm việc độc lập và có tính sáng tạo cao, ứng dụng công nghệ vào công việc đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế, xã hội trong giai đoạn hiện nay. Đây là một vấn đề hết sức cần thiết với yêu cầu và nhiệm vụ phát triển của Nhà trường với mục tiêu đáp ứng đào tạo nguồn nhân lực có trình độ tri thức chuyên ngành Kế toán, Tài chính, Ngân hàng,... theo yêu cầu của xã hội trong giai đoạn hiện nay. Bên cạnh đó, các bước tiến về công nghệ của CMCN 4.0 có tác động mạnh mẽ tới sự

phát triển của tất cả các lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực kế toán đòi hỏi công tác đào tạo nguồn nhân lực kế toán cũng cần có những thay đổi phù hợp. Do đó, nảy sinh ra những thách thức vô cùng to lớn cho các cơ sở giáo dục để đảm bảo chất lượng nhân lực ngành Kế toán đáp ứng được yêu cầu phát triển của thời đại, trong bối cảnh CMCN 4.0 đã, đang và sẽ tham gia vào mọi lĩnh vực, ngành nghề.

Từ những yêu cầu và đòi hỏi trên là động lực để tác giả nghiên cứu tiến hành điều tra, khảo sát và phân tích các dữ liệu thu thập được, nhằm có cái nhìn tổng quan và cụ thể của các yếu tố tác động, từ đó đề ra các giải pháp cải tiến và nâng cao chất lượng.

2. Cơ sở lý thuyết về phương pháp dạy và học

Theo Trần Khánh Đức (2013), phương pháp dạy và học là một phạm trù của khoa học giáo dục. Việc đổi mới phương pháp dạy học cần dựa trên những cơ sở khoa học và thực tiễn giáo dục. Trong thực tiễn, cần xuất phát từ hoàn cảnh cụ thể để xác định và áp dụng những định hướng, biện pháp thích hợp.

Phương pháp dạy và học là những hình thức, cách thức của giảng viên và sinh viên nhằm thực hiện những mục tiêu dạy học xác định, phù hợp với những nội dung và điều kiện dạy học cụ thể.

Đổi mới phương pháp dạy và học là cải tiến những hình thức và cách thức làm việc kém hiệu quả của người dạy và người học, sử dụng những hình thức và cách thức hiệu quả hơn nhằm nâng cao chất lượng dạy học, phát huy tích cực và sáng tạo năng lực của người học.

Bên cạnh các phương pháp dạy học truyền thống, lấy giảng viên làm trung tâm, thuyết giảng kiến thức qua các bài giảng dựa vào giáo trình có sẵn. Tuy nhiên, phương pháp đó không mang lại nhiều cơ hội cho sinh viên tham gia vào quá trình học dẫn đến sự thụ động làm hạn chế khả năng tập trung của người học, không khuyến khích trao đổi thông tin đa chiều.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu định tính như phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh tổng hợp để đánh giá quá trình thực hiện trong giai đoạn nghiên cứu.

Dữ liệu nghiên cứu được sử dụng chủ yếu là dữ liệu thứ cấp, bao gồm: các môn học trong chương trình đào tạo ngành Kế toán năm 2018, sĩ số lớp học lý thuyết, sĩ số lớp học thực hành.

Ngoài ra, tác giả cũng thu thập thông tin về cách thức sắp xếp các học phần trong chương trình đào tạo ngành Kế toán và triển khai thực hiện tại một số trường đại học, cao đẳng để tham khảo.

4. Kết quả nghiên cứu

Tại Khoa Tài chính - Thương mại (Hutech) hiện tại đang đào tạo trình độ Thạc sĩ ngành Kế toán và đào tạo trình độ Đại học 4 ngành gồm: Kế toán; Tài chính - Ngân hàng; Kinh doanh Thương mại; Thương mại điện tử. Đối với hệ đại học, sinh viên chuyên ngành Kế toán phải thực hiện 82 tín

chỉ kiến thức chuyên ngành, trong đó có 70 tín chỉ kiến thức bắt buộc và 12 tín chỉ kiến thức tự chọn.

Kết quả nghiên cứu cho thấy các môn học chuyên ngành Kế toán tại Khoa đang thực hiện phương pháp dạy học chủ động nhằm giúp sinh viên học tập chủ động và học tập trải nghiệm, như:

- Phương pháp động não: là cách thức vận dụng kinh nghiệm và sáng kiến mỗi người trong thời gian tối thiểu, tùy vấn đề đưa ra để có được tối đa những dữ kiện tốt nhất.

- Phương pháp suy nghĩ - từng cặp - chia sẻ: Phương pháp này được thực hiện bằng cách cho các sinh viên cùng đọc tài liệu hoặc suy nghĩ về một chủ đề, sau đó các sinh viên ngồi có thể trao đổi với nhau về ý kiến và kinh nghiệm của mỗi người một khoảng thời gian nhất định (khoảng vài phút), sau đó chia sẻ với cả lớp.

- Phương pháp học dựa trên vấn đề: Mục tiêu của học dựa trên vấn đề (được định nghĩa là việc nghiên cứu có chiều sâu về một chủ đề học tập) là để học nhiều hơn về một chủ đề, chứ không phải là chỉ tìm ra những câu trả lời đúng cho những câu hỏi được giảng viên đưa ra.

- Phương pháp hoạt động nhóm: Lớp học được chia thành từng nhóm nhỏ từ 5 đến 7 người. Tùy mục đích, yêu cầu của vấn đề học tập, các nhóm được phân chia ngẫu nhiên hay cố chủ định, được duy trì ổn định hay thay đổi trong từng phần của môn học, được giao cùng một nhiệm vụ hay những nhiệm vụ khác nhau. Khi làm việc nhóm, các thành viên phải làm việc theo quy định do giảng viên đặt ra hoặc do chính nhóm đặt ra. Các thành viên đều phải làm việc chủ động, không thể ỷ lại vào một vài người hiểu biết và năng động hơn.

- Phương pháp đóng vai: là phương pháp tổ chức cho sinh viên thực hành một số cách ứng xử nào đó trong một tình huống giả định.

- Phương pháp học dựa vào dự án: là tổ chức việc dạy và học thông qua các dự án hay công trình thực tế. Dự án ở đây được hiểu là những nhiệm vụ phức tạp từ các câu hỏi hay vấn đề mang tính chất kích thích người học tìm hiểu, khám phá. Giải pháp đó có thể bao gồm các trải nghiệm thiết kế - triển khai.

- Phương pháp mô phỏng: phương pháp này thường được dùng trong nghiên cứu khoa học, là

quá trình phát triển mô hình hóa rồi mô phỏng một đối tượng cần nghiên cứu. Thay cho việc phải nghiên cứu đối tượng cụ thể, nhiều khi là không thể hoặc rất tốn kém tiền của, chúng ta xây dựng những mô hình hóa của đối tượng đó trong phòng thí nghiệm và tiến hành nghiên cứu đối tượng đó dựa trên mô hình hóa này.

- Nghiên cứu tình huống: yếu tố cấu thành chủ yếu của phương pháp đào tạo mới này dựa trên các tình huống thực tế của cả học viên và giảng viên. Mục đích chính của các tình huống là để miêu tả, trao đổi kinh nghiệm về cách thức giải quyết vấn đề và những mâu thuẫn trong khi thực hiện công việc được giao.

- Phương pháp học tập phục vụ cộng đồng: học tập phục vụ cộng đồng (Service - Learning) là một phương pháp dạy và học mà thông qua đó người học áp dụng được những kiến thức học được trong lớp vào điều kiện thực tế, đồng thời kết quả của quá trình học đáp ứng nhu cầu của cộng đồng và được cộng đồng sử dụng.

Thống kê khảo sát của sinh viên ngành Kế toán về phương pháp dạy và học đối với những môn học đã và đang học có kết quả khảo sát cho thấy, giảng viên dạy học tại Khoa hiện nay đã sử dụng phương pháp dạy học tích cực, vận dụng thường xuyên phương pháp dạy kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, trong khi đó phương pháp dạy học theo dự án lại không thường xuyên. Với chuyên ngành Kế toán, việc dạy học theo dự án chưa được chú trọng, giảng viên ít áp dụng, trong khi đó phương pháp dạy học này giúp sinh viên phát huy khả năng sáng tạo, tư duy, từ đó người học tham gia vào thiết kế đưa ra quyết định. Ngoài ra, vận dụng phương pháp dạy học theo dự án sẽ giúp cho sinh viên nâng cao kỹ năng làm việc nhóm, khám phá những vấn đề gắn liền với cuộc sống, giúp sinh viên theo đuổi những ước mơ, sở thích của mình.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Khuyến nghị phương pháp dạy

Trong xu thế hiện nay, phương pháp giảng dạy cần kết hợp sử dụng các công cụ như internet, giáo dục trực tuyến, sử dụng công nghệ điện toán đám mây cho phép người dạy có thể cung cấp tài liệu cho người học và thu thập lại kết quả của người học trong quá trình dạy học một cách linh

hoạt và liên tục. Ngoài ra, phương pháp giảng dạy này sẽ linh hoạt về thời gian cũng như tạo ra một không gian phù hợp với điều kiện và nhu cầu của người học. Ngoài việc vận dụng công nghệ thông tin còn cần thay đổi tư duy và cách tiếp cận để tận dụng hết những cơ hội mà công nghệ 4.0 mang lại.

Để việc dạy đuổi kịp theo xu thế, người dạy còn phải sử dụng các nguồn lực thư viện điện tử, tài nguyên mở, khéo léo trong việc lựa chọn tài liệu, phát triển và làm giàu tư liệu dạy học với cấu trúc số hóa theo phương thức mọi lúc, mọi nơi. Việc này sẽ giúp cho sinh viên lấy được thông tin và tri thức qua cửa sổ kỹ thuật số, nên việc đánh giá học tập của người học không còn nằm trong khuôn khổ của lớp học, vai trò của người dạy trở thành cộng tác với người học.

Như vậy, quá trình dạy cần phải chuyển từ truyền thụ kiến thức sang hình thành phẩm chất và kỹ năng phát triển năng lực người học, tổ chức một nền giáo dục mở, thực học, thực nghiệm, phát triển giáo dục theo hướng chú trọng về chất lượng và hiệu quả, phát huy tối đa tiềm năng của cá nhân.

5.2. Khuyến nghị phương pháp học

Ngoài việc đổi mới việc dạy, cần phải đổi mới cả việc học. Từ cách lắng nghe, ghi chép, học thuộc, nhớ nhiều và lặp lại sang hình thành phương pháp học mới năng động hơn, mang tính vận dụng, thích nghi, giải quyết vấn đề, tư duy độc lập. Học không chỉ trong sách vở, mà còn học qua các trò chơi, liên hệ tương tác, học mô phỏng, học theo dự án.

Với thời đại công nghệ 4.0: thị trường việc làm sẽ thay đổi, do đó người học cũng phải cần thay đổi để thích nghi, cần phải trang bị đầy đủ những kiến thức nền tảng, chuyên môn vững vàng, khả năng tự học, tự sáng tạo, kỹ năng làm việc chuyên nghiệp, trang bị đầy đủ các kỹ năng mềm, hiểu biết văn hóa rộng, khả năng ứng xử trong môi trường quốc tế mới đáp ứng được nhu cầu nguồn lực lao động trong thời kỳ công nghệ số hóa. Do đó, việc học không chỉ gói gọn trong những giờ ngồi trên giảng đường mà phải học mọi lúc, mọi nơi, học thông qua trải nghiệm, nghiên cứu khoa học. Để thực hiện tốt vai trò học, người học cần phải có sự tương tác với người dạy, tích cực ứng dụng công nghệ để tìm kiếm thông tin, tài liệu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đinh Văn Tiến, Ulrich Lipp (2003). *Cẩm nang phương pháp sư phạm*. NXB TP. Hồ Chí Minh.
2. Lê Công Triêm (chủ biên), Nguyễn Đức Vũ, Trần Thị Tú Anh (2002). *Một số vấn đề hiện nay của phương pháp dạy học Đại học*. NXB Giáo dục, Hà Nội.
3. Phan Trọng Ngọ (2005). *Dạy học và phương pháp dạy học trong nhà trường*. NXB Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh.
4. Trần Khánh Đức (2013). *Lý luận và phương pháp dạy học hiện đại*. NXB Giáo dục, Hà Nội.
5. Nguyễn Thanh Hải, Phùng Thúy Phượng, Đồng Thị Bích Thủy (2010). *Một số giải pháp giảng dạy cải tiến giúp sinh viên học tập chủ động và trải nghiệm đạt các chuẩn đầu ra theo CDIO*. Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh - Hội thảo CDIO 2010.

Ngày nhận bài: 1/6/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/7/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/7/2021

Thông tin tác giả:

NCS. ThS. TRẦN NAM TRUNG

Khoa Tài chính - Thương mại

Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (Hutech)

**CHANGING AND UPGRADING ACCOUNTING TEACHING
METHODS OF THE FACULTY OF FINANCE AND COMMERCE,
HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF TECHNOLOGY**

● Ph.D student **TRAN NAM TRUNG**

Faculty of Finance and Commerce

Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

The strong growth of information technology in the new development era has set new requirements for training institutions including the Faculty of Finance and Commerce, Ho Chi Minh City University of Technology (HUTECH) to change and update their teaching methods. This paper presents the impacts of the industrial revolution 4.0 on the teaching accounting subjects of the Faculty of Finance and Commerce. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to improve the quality of accounting teaching of the Faculty of Finance and Commerce to meet new requirements about accounting human resources in the context of Industry 4.0.

Keywords: industrial revolution 4.0, teaching and learning methods, accounting.

LỢI ÍCH VÀ THÁCH THỨC VIỆC ÁP DỤNG PHƯƠNG PHÁP LỚP HỌC ĐẢO NGƯỢC TRONG DẠY VÀ HỌC TIẾNG ANH Ở VIỆT NAM

● VÔ THỊ MINH NGÂN

TÓM TẮT:

Bài viết bàn về những lợi ích cũng như thách thức của việc áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược trong việc dạy và học tiếng Anh ở Việt Nam qua việc tìm hiểu nguyên tắc hoạt động của phương pháp này cũng như phân tích đặc điểm người học. Qua phân tích, phương pháp học đảo ngược có thể mang lại những lợi ích cho việc dạy và học tiếng Anh ở Việt Nam bằng việc tối ưu hóa hiệu quả học tập trên lớp và hỗ trợ việc học của từng cá nhân. Tuy nhiên, việc áp dụng phương pháp này có thể gặp phải một số thách thức như làm thế nào để thay đổi tư duy đã tồn tại từ lâu về vai trò của giáo viên và học sinh trong lớp học, các công việc cần thiết các giáo viên sẽ phải đảm nhiệm để thiết kế hệ thống bài giảng mới theo phương pháp đảo ngược... Bài viết cũng đưa ra một vài gợi ý bước đầu hỗ trợ áp dụng phương pháp này trong giảng dạy tiếng Anh tại Việt Nam.

Từ khoá: phương pháp lớp học đảo ngược, dạy và học, tiếng Anh, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Theo thời gian, những cách tiếp cận mới trong giảng dạy ngôn ngữ luôn xuất hiện cùng với sự tiến bộ của công nghệ. Giờ đây, người dạy và người học có thể áp dụng các phương thức học tập sáng tạo bên cạnh những phương thức học truyền thống. Trong số các phương pháp học tập mới, phương pháp lớp học đảo ngược được nhiều nhà nghiên cứu giáo dục coi là một cách tiếp cận làm thay đổi khái niệm về lớp học truyền thống

(Bergmann & Sams, 2012; Hamdan, P. McKnight, K. McKnight, & Arfstrom, 2013; Webb, Doman, & Pusey, 2014). Phương pháp lớp học đảo ngược đã được chứng minh là phương pháp mang lại thành công trong nhiều lĩnh vực khác nhau ở các nước phương Tây. Chính vì thế, mong muốn điều tra tính khả thi của phương pháp lớp học đảo ngược trong việc giảng dạy tiếng Anh ở các nước châu Á đã truyền cảm hứng cho các nhà nghiên cứu ngôn ngữ. Mặc dù có những lo ngại rằng

phong cách học tập của học viên châu Á có thể không phù hợp với lớp học đảo ngược, nhưng dữ liệu thu thập được từ các nghiên cứu gần đây về vấn đề này nhìn chung đã phác họa một bức tranh tích cực về việc áp dụng phương pháp này trong bối cảnh dạy ngoại ngữ ở các nước châu Á (Hung, 2014; Joanne & Lateef, 2014; Webb và cộng sự, 2014).

Câu hỏi mà bài viết này tìm kiếm câu trả lời là: Liệu việc sử dụng phương pháp lớp học đảo ngược trong bối cảnh ở châu Á như Việt Nam có phải là một phương pháp hữu hiệu hay không? Dựa trên phân tích các bài có liên quan, phương pháp lớp học đảo ngược đã được chứng minh là phương pháp hoạt động thành công trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Ở phương Tây, các nhà nghiên cứu luận rằng, phương pháp lớp học lật ngược là một cách tiếp cận đầy hứa hẹn trong bối cảnh dạy ngoại ngữ tại Việt Nam. Bài báo sẽ bắt đầu với phần mô tả bối cảnh của việc dạy và học tiếng Anh tại Việt Nam, sau đó thảo luận về những lợi ích, cũng như thách thức khi áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược và đề xuất một số giải pháp giải quyết những trở ngại đã đề cập.

2. Bối cảnh của việc dạy và học tiếng Anh tại Việt Nam

Từ lâu, học sinh ở các nước châu Á nói chung, ở Việt Nam nói riêng được coi là tiếp thu kiến thức một cách thụ động và có xu hướng học vẹt. Ngoài ra, vai trò họ phải đảm nhận trong quá trình học tập rất ít so với vai trò của giảng viên (Đặng, 2010; Joanne & Lateef, 2014). Tuy nhiên, thói quen học tập này, cũng như vai trò giữa giáo viên và học sinh không nên được coi là những điều tất yếu, vì những tư tưởng này có thể bị phai nhạt dần từ thế hệ này sang thế hệ khác. Do đó, mặc dù một số nét đặc trưng của văn hóa phương Đông và các phương pháp truyền thống, ở một mức độ nào đó vẫn còn tồn tại, nhưng không thể cản trở học viên Việt Nam tích cực trong quá trình học tập. Một nghiên cứu với sự tham gia của hơn 2.300 sinh viên đến từ các nước Đông Á (trong đó có

Việt Nam) chỉ ra rằng, sinh viên châu Á không thích học tập thụ động (Littlewood, 2000). Kết quả cũng chứng minh rằng, nếu học sinh châu Á thể hiện vai trò thụ động trong lớp học, thì nguyên nhân chủ yếu là do môi trường giáo dục mà họ đã và đang được đưa vào (Littlewood, 2000). Một học sinh sẽ thụ động, hay tự tin, thể hiện thái độ quan điểm của mình, là tùy thuộc vào môi trường lớp học của mình (Dang, 2010). Như vậy, phương pháp sư phạm phù hợp của giáo viên có vai trò to lớn trong việc giúp học sinh phát huy tối đa vai trò của mình trong giờ học.

Về giảng dạy tiếng Anh, việc dạy và học tiếng Anh ở Việt Nam đã có sự chuyển đổi từ phương pháp Ngữ pháp - Dịch truyền thống sang phương pháp Giao tiếp. Bên cạnh đó, giáo viên còn hướng đến thiết kế các hoạt động trong đó học sinh có cơ hội tương tác với nhau. Ngoài ra, vai trò của học sinh đã chuyển từ việc chiếm giữ vai trò thụ động thực hiện những gì giáo viên yêu cầu sang tư thế chủ động trong quá trình học tập. Mục đích của tất cả bài giảng là đáp ứng nhu cầu của người học và nâng cao vai trò tích cực của học sinh, giúp họ đạt được thành công.

3. Lợi ích của việc áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược trong giảng dạy tiếng Anh tại Việt Nam

Từ việc xem xét bối cảnh của việc dạy và học tiếng Anh ở Việt Nam như đã thảo luận ở trên, phương pháp học tập lớp học đảo ngược được cho là sẽ mang lại những lợi ích thực tiễn.

3.1. Tối đa hóa các mô hình giảng dạy trong lớp học để nâng cao kết quả học tập

Trong thực trạng hạn chế về giờ học ở nhiều trường đại học và phổ thông ở Việt Nam, việc áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược được coi là một giải pháp phù hợp để giải quyết vấn đề về thời gian, đồng thời giúp học viên phát triển các kỹ năng học tập trên một số phương diện.

Thứ nhất, mô hình “bài tập về nhà - ở lớp và bài tập tại lớp - ở nhà” cho phép giáo viên và học viên sử dụng hiệu quả thời gian trên lớp so với các

phương pháp giảng dạy truyền thống. Trong một lớp học tiếng Anh truyền thống, việc áp dụng công nghệ hiện đại để nâng cao chất lượng dạy và học trong giờ cũng như ngoài giờ lên lớp vẫn còn hạn chế. Tuy nhiên, ở một môi trường lớp học đảo ngược, học viên xem các video hướng dẫn được ghi sẵn ở nhà và đến lớp để thảo luận các vấn đề sâu hơn, thực hành thêm về ngôn ngữ và kỹ năng giải quyết vấn đề.

Điểm mạnh của phương pháp học tập này là lợi ích học tập của học viên được nâng cao nhờ vào cách tổ chức các hoạt động học tập một cách hợp lý và thuận tiện. Với cách tiếp cận này, các kỹ năng tư duy ở cấp độ thấp của học viên, theo thang phân loại Bloom, như ghi nhớ và hiểu, có thể được thực hiện theo thời gian và địa điểm phù hợp của học viên, trong khi các kỹ năng tư duy cấp cao hơn như áp dụng, phân tích, sáng tạo và đánh giá có thể được thực hiện tại lớp với hỗ trợ của giáo viên. Ví dụ, ở nhà, học viên có thể học các từ vựng mới, dành thời gian để hiểu các khái niệm mới, cũng như nghe và đọc nội dung của bài học sắp tới một cách thoải mái, vì những kỹ năng tư duy này không cần đến sự trợ giúp của giáo viên, nên việc áp dụng lớp học đảo ngược có thể tiết kiệm thời gian giảng nội dung cơ bản của giáo viên trên lớp. Thay vào đó, thời gian trong lớp được dành cho các hoạt động mang tính thử thách hơn.

Thứ hai, bằng cách thúc đẩy các kỹ năng tư duy bậc cao, phương pháp học tập này đặc biệt phù hợp với các lớp học tiếng Anh của học sinh trung học và đại học, vì nhóm người học này có khả năng suy nghĩ trừu tượng cao hơn, nên việc sử dụng phương pháp học lật ngược được coi là một cách tiếp cận phù hợp.

Thứ ba, quan trọng hơn, việc áp dụng lớp học đảo ngược được cho là sẽ nâng cao kỹ năng ngôn ngữ của học sinh tốt hơn so với các phương pháp thực hành trong lớp học truyền thống. Về kỹ năng nghe và nói, qua việc cho học viên xem video ghi sẵn theo khả năng tiếp thu của mình,

học viên được cung cấp vốn từ vựng cần thiết và có thời gian suy nghĩ để tìm ý tưởng trước khi đến lớp, các em chuẩn bị bài tốt hơn để tham gia các hoạt động nói trong lớp. Kết quả tương tự có thể đạt được đối với các kỹ năng đọc, viết. Chẳng hạn, bằng cách xem bài giảng và làm các thao tác cơ bản ở nhà, học viên có thể hiểu được lý thuyết trước khi đến lớp. Và trong giờ học, học viên được giáo viên tận tình giải thích những nội dung chưa rõ và các em có thời gian luyện viết kỹ hơn.

3.2. Lớp học đảo ngược hỗ trợ việc học tập của mỗi cá nhân

Bằng cách đáp ứng nhu cầu cá nhân của từng học viên, việc áp dụng lớp học đảo ngược được hy vọng sẽ giảm thiểu vấn đề đa cấp độ trong một lớp của các lớp học tiếng Anh tại nhiều trường học và đại học Việt Nam mang lại niềm vui học tập linh hoạt cho tất cả người học. Phương pháp này mang lại những lợi ích không chỉ đối với những học viên có thành tích thấp, mà còn cả đối với những học viên có thành tích cao, cũng như những người học có chương trình học tập đặc biệt. Những học viên có mức học trung bình, kém, họ có thể xem các bài giảng được ghi hình sẵn bao nhiêu lần tùy thích để hiểu được nội dung bài giảng. Do đó, họ có thể cảm thấy tự tin hơn khi tham gia các hoạt động trong giờ học, vì đã được tiếp xúc trước với các tài liệu học tập. Ví dụ, nếu một số học viên yếu kỹ năng nghe, họ sẽ cảm thấy lo lắng và không sẵn sàng khi được yêu cầu tham gia hoạt động nói, ngay sau khi xem video trên lớp. Tuy nhiên, lớp học đảo ngược sẽ giúp họ tiếp cận nhiều video bài giảng, điều này sẽ nâng cao sự tự tin và giúp họ tham gia hoạt động tại lớp tốt hơn. Ngay cả khi một số học viên vẫn cảm thấy chưa hiểu bài sau khi học tại lớp, các em có thể xem lại video để hiểu thêm. Những học viên có thành tích khá, giỏi, sẽ có cơ hội đảm nhận vai trò hướng dẫn trong các hoạt động cặp, nhóm, cũng như nhiều hoạt động tư duy để có thể phát triển tiềm năng học tập của họ.

3.3. Lớp học đảo ngược giúp thu hẹp khoảng cách giữa giáo viên và sinh viên

Nếu giáo viên được coi là người có thẩm quyền duy nhất trong một lớp học truyền thống và học viên phải làm những gì họ được yêu cầu, thì lớp học đảo ngược chuyển trọng tâm của quá trình học tập sang học viên. Nếu trong một lớp học truyền thống, người ta thường thấy giáo viên đứng trên sân khấu để giảng bài và học sinh ngồi thành hàng, quan sát và ghi chép bài học, thì hình ảnh chủ động tham gia vào bài học nhiều hơn được gắn liền với lớp học đảo ngược. Trong cách tiếp cận học tập này, học viên thảo luận nhóm sôi nổi trong giờ học, giáo viên đi xung quanh và đưa ra sự trợ giúp khi cần thiết. Hơn thế nữa, học viên còn được tham gia các bài tập nhóm ngoài giờ lên lớp để hoàn thành các nhiệm vụ được giao. Các hoạt động này giúp các em phát triển khả năng làm việc nhóm, phản ánh và đánh giá công việc mà các em đã làm và cũng cho chúng ta thấy sự thay đổi tích cực trong khoảng cách giữa giáo viên và học viên so với các phương pháp dạy truyền thống.

4. Thách thức của việc áp dụng lớp học đảo ngược trong việc dạy và học tiếng Anh tại Việt Nam

Bên cạnh những lợi ích đáng kể mà lớp học đảo ngược dự kiến sẽ mang lại cho các lớp học tiếng Anh ở Việt Nam, có một số thách thức vẫn còn tồn tại. Điều này đặt ra câu hỏi về việc làm thế nào để thực hiện lớp học đảo ngược một cách hiệu quả nhất trong bối cảnh dạy và học tiếng Anh ở Việt Nam.

4.1. Nhận thức của giáo viên và học viên đối với vai trò của mình trong lớp học

Thách thức đầu tiên nằm ở nhận thức của giáo viên và học viên đối với vai trò của mình trong lớp học. Nhiều giáo viên dạy tiếng Anh có thể chưa sẵn sàng cho sự thay đổi vai trò trong lớp học, mà trong phương pháp lớp học đảo ngược này, học viên là những người chủ động. Ngoài ra, các hoạt động trong lớp đôi khi nằm ngoài tầm

kiểm soát của giáo viên. Một lớp học đảo ngược có thể "lộn xộn" hơn so với lớp học truyền thống khi học viên thảo luận sôi nổi theo cặp hoặc nhóm để giải quyết một vấn đề. Về phía học viên, do các em đã quen học theo phương pháp truyền thống lâu, nên một số em có thể không nhận thức được vai trò của mình trong lớp học theo phương pháp hiện đại.

4.2. Cần sự nỗ lực từ giáo viên

Thách thức thứ hai là việc chọn áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược cũng đồng nghĩa với việc giáo viên phải nỗ lực nhiều hơn để sử dụng công nghệ, kỹ năng mới trong việc thiết kế giáo án và các tài liệu hỗ trợ học tập. Đầu tiên, giáo viên phải tự cập nhật các công nghệ sáng tạo cho việc soạn bài giảng, yêu cầu giáo viên cần phải được hỗ trợ tập huấn thêm. Hơn nữa, việc tạo các video bài giảng có thể mất nhiều thời gian hơn so với việc thiết kế các giáo án truyền thống. Ví dụ: đối với giáo án trình chiếu powerpoint của lớp học truyền thống, giáo viên có thể chỉnh sửa một cách dễ dàng, nhưng đối với các video bài giảng của lớp học đảo ngược, nếu phát hiện sai sót, giáo viên có thể phải quay lại toàn bộ video, điều này rõ ràng làm tốn thời gian và sức lực hơn.

4.3. Một số đề xuất để đạt được hiệu quả cao trong việc áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược trong các lớp học tiếng Anh

Những thách thức nêu trên đã đặt ra một số khuyến nghị cần đưa ra để việc áp dụng phương pháp lớp học đảo ngược trong bối cảnh dạy và học tiếng Anh tại Việt Nam có thể đạt được những hiệu quả cao.

Trước hết, cần thay đổi tư duy của giáo viên đối với vai trò mới của học viên trong lớp học. Hơn nữa, giáo viên không nên chỉ nghĩ đến việc thay đổi, mà nên có những hành động nhanh chóng để biến những suy nghĩ thành hiện thực. Quá trình thay đổi cần diễn ra dưới nhiều hình thức khác nhau, như trong giai đoạn soạn giáo án, trong các quy trình của các hoạt động trong và ngoài lớp cũng như được thể hiện trong các giai đoạn đánh

giáo viên cần tạo điều kiện thuận lợi để học viên từng bước tiếp xúc với phương pháp học tập mới và dần dần nên trao quyền kiểm soát việc học cho các em. Những sự thay đổi này rất quan trọng trong việc tạo ra những trải nghiệm thành công ban đầu cho sự “đảo ngược” trong lớp học ngôn ngữ.

Hơn nữa, để làm cho các buổi học “đảo ngược” trở thành một trải nghiệm thành công cho cả giáo viên và học viên, các video hướng dẫn và các tài liệu học tập bổ trợ cần được lên kế hoạch tốt và sẵn sàng vào đầu học kỳ. Điều này có thể giúp giáo viên tránh được khối lượng công việc quá lớn và căng thẳng trong quá trình thực hiện phương pháp lớp học đảo ngược, đảm bảo chất lượng của tài liệu học tập, cũng như thúc đẩy phản ứng tích cực của học viên đối với phương pháp tiếp cận.

Tham gia các hội thảo đào tạo về việc triển khai phương pháp học tập này cũng có thể giúp giáo viên cập nhật các công nghệ hữu ích để áp dụng thiết kế bài giảng cho lớp học đảo ngược. Ngoài ra, thông qua các hội thảo, giáo viên có thể chia sẻ,

học hỏi kinh nghiệm về việc sử dụng các phương pháp giảng dạy sáng tạo từ những chuyên gia, đồng nghiệp, để giúp họ tìm hiểu sâu hơn về phương pháp học tập này và áp dụng thành công trong thực tế lớp học của mình.

5. Kết luận

Bản thân người viết tin tưởng rằng, lớp học đảo ngược là một cách tiếp cận đầy hứa hẹn trong bối cảnh dạy và học tiếng Anh tại Việt Nam. Để biến lớp học đảo ngược trở thành hiện thực, cần có một giai đoạn chuyển tiếp thích hợp để giáo viên và học viên có thời gian làm quen, áp dụng phương pháp mới này. Ngoài ra, cần có thêm các nghiên cứu thực nghiệm để điều tra việc sử dụng phương pháp này, cũng như đưa ra các hướng dẫn chi tiết về cách triển khai một cách hiệu quả phương pháp lớp học đảo ngược trong môi trường Việt Nam. Tất cả những điều này giúp các giáo viên giảng dạy tiếng Anh tại Việt Nam đạt được những thành công ban đầu khi áp dụng mô hình giảng dạy mới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Dang, T.T. (2010). Learner autonomy in EFL studies in Vietnam: A discussion from sociocultural perspective. *English Language Teaching*, 3(2), 3-9.
2. Bergmann, J., & Sams, A. (2012). *Flip your classroom: Reach every student in every class every day*. Washington, DC: International Society for Technology in Education
3. Bishop, J. L., & Verleger, M. A. (2013). The Flipped Classroom: A survey of the research. Paper presented at the 120th ASEE Annual Conference and Exposition Atlanta, June 23-26, 2013 (pp. 1-17). Atlanta, Georgia.
4. Hamdan, N., McKnight, P., McKnight, K., & Arfstrom, K. (2013). A review of flipped learning. Retrieved from <<http://www.flippedlearning.org/review>>.
5. Honeycutt, B., & Garrett, J. (2014). Expanding the definition of a flipped learning environment. In M. Bart (Ed.), *Blended and flipped: Exploring new models for effective teaching and learning* (pp.12-13). [Online] Available at <http://www.facultyfocus.com/free-reports/blended-flipped-exploring-new-models-effectiveteaching-learning/>
6. Hung, H.-T. (2014). Flipping the classroom for English language learners to foster active learning. *Computer Assisted Language Learning*, 28(1), 81-96.
7. Joanne, C. S. M., & F., L. (2014). The flipped classroom: Viewpoints in Asian universities. *Education in Medicine Journal*, 6(4), 20-26.

Ngày nhận bài: 9/6/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/7/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/7/2021

Thông tin tác giả:

ThS. VÕ THỊ MINH NGÂN

Trường Đại học Văn Lang

**BENEFITS AND CHALLENGES
BROUGHT BY THE IMPLEMENTATION
OF THE FLIPPED CLASSROOM METHOD IN TEACHING
AND LEARNING ENGLISH LANGUAGE IN VIETNAM**

● **Master. VO THI MINH NGAN**
Van Lang University

ABSTRACT:

This paper discusses the benefits and challenges brought by the implementation of the flipped classroom method in teaching and learning English language in Vietnam by analyzing this methods principles and also characteristics of learners. The paper finds out that the flipped classroom method can improve the quality of English language teaching and learning in Vietnam as it does not only increase the learning efficiency in classroom but also support the learning activity of each learner. However, the application of this method reveals some challenges. For example, it has to change the long-standing thinking about the role of teachers and learners in classroom. In addition, teachers have to do additional works about creating new teaching lessons in accordance with the flipped classroom method. This paper also makes some suggestions to support the implementation of the flipped classroom method in teaching English language in Vietanm during initial steps.

Keywords: the flipped classroom method, teaching and learning, English language, Vietnam.

SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP THUYẾT TRÌNH THEO NHÓM NHƯ MỘT CÔNG CỤ ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH TRONG GIẢNG DẠY TIẾNG ANH CHO SINH VIÊN VIỆT NAM

● TRẦN LÊ HOÀI VŨ

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu giới thiệu tổng quan về phương pháp thuyết trình theo nhóm, được sử dụng như một công cụ để đánh giá quá trình trong giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên Việt Nam; và nghiên cứu thái độ, nhận thức của cả học sinh và giáo viên về phương pháp này. Đây là phương pháp được tác giả triển khai giảng dạy nhằm nâng cao năng lực tiếng Anh của sinh viên tại Trường Đại học Văn Lang. Kết quả cho thấy, hầu hết học sinh có thái độ tích cực đối với phương pháp giảng dạy này, mặc dù có một số sinh viên đối mặt với các vấn đề khi họ thuyết trình trong lớp học. Bên cạnh đó, hầu hết các giáo viên cho rằng phương pháp thuyết trình theo nhóm đã hỗ trợ học sinh nâng cao khả năng nói của họ. Tuy nhiên, việc áp dụng phương pháp này quá nhiều khiến học sinh không giỏi tiếng Anh kém tự tin, thậm chí sợ hãi khi nói tiếng Anh. Nhìn chung, mặc dù còn một số điểm hạn chế, nhưng phương pháp này có thể được xem là cách đánh giá hiệu quả giúp học sinh cải thiện khả năng nói của mình.

Từ khoá: thuyết trình theo nhóm, thái độ và nhận thức, sinh viên học tiếng Anh, kỹ năng nói trong tiếng Anh.

1. Đặt vấn đề

Trước quá trình toàn cầu hóa và sự phát triển đáng kể của nền kinh tế, tiếng Anh ngày càng trở nên cần thiết hơn đối với người Việt Nam, đặc biệt đối với học sinh, sinh viên. Hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp, công ty đều yêu cầu nhân viên, ứng viên khi được tuyển dụng phải có đủ năng lực tiếng Anh, đặc biệt là khả năng nói tiếng Anh khi làm việc hoặc ứng tuyển vào các ngành nghề nhất định. Ngoài ra, theo Bộ Giáo dục và Đào tạo [13], Chính phủ Việt Nam đã ban hành Đề án Ngoại

ngữ Quốc gia giai đoạn 2008 - 2020, nhằm cải thiện quy trình dạy và học tiếng Anh ở Việt Nam. Do đó, hiện nay, tiếng Anh là môn học bắt buộc tại các trường phổ thông và đại học ở Việt Nam nói chung và Trường Đại học Văn Lang nói riêng.

Trường Đại học Văn Lang đã bắt đầu giảng dạy tiếng Anh cho tất cả sinh viên trong nhiều năm và áp dụng chuẩn đầu ra của Chương trình về năng lực tiếng Anh cho sinh viên chuẩn bị tốt nghiệp. Theo đó, sinh viên học chuyên ngành tiếng Anh phải đạt trình độ tiếng Anh C1 và sinh

viên không chuyên tiếng Anh phải đạt trình độ B1. Để đáp ứng nhu cầu, không những giảng viên đã cải tiến kỹ thuật giảng dạy và đánh giá, mà các nhà quản lý cũng đã đổi mới hoàn cảnh và chính sách giáo dục ở Trường Đại học Văn Lang. Đặc biệt, giảng viên là nhân tố đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực của học sinh. Bên cạnh việc sử dụng các kỹ thuật giảng dạy khác nhau trên lớp, giáo viên cũng nên tính đến việc đánh giá trong quá trình giảng dạy. Tuy nhiên, những năm qua, do sự khác biệt từ việc sử dụng các phương pháp giảng dạy và đánh giá giữa các giáo viên trong trường nên có sự khác biệt về năng lực tiếng Anh nói chung và khả năng nói của sinh viên nói riêng giữa các lớp. Do đó, khi ra trường, có rất nhiều sinh viên không trang bị cho mình đủ khả năng tiếng Anh. Trong bài báo này, tác giả sẽ xem xét việc sử dụng thuyết trình theo nhóm như một hình thức đánh giá, có thể được coi là một kỹ thuật giảng dạy để thu hút học sinh vào bài học, phát triển kỹ năng giao tiếp và giúp học sinh phù hợp với yêu cầu của nghề nghiệp tương lai của họ. Sau đó, tác giả phân tích tác động của nó đối với việc cải thiện khả năng nói của sinh viên tại trường đại học.

2. Tổng quan lý thuyết

2.1. Giới thiệu ngắn về phương pháp đánh giá người học

Theo Brown [3], đánh giá được định nghĩa là: “đó là một quá trình liên tục, bao gồm một phạm vi rộng” (tr.5). Nó bao gồm tất cả các trường hợp từ trả lời một câu hỏi trong lớp học, đưa ra nhận xét và bao gồm các bài kiểm tra. Như vậy, có vẻ như đánh giá là một thuật ngữ có khái niệm rộng hơn các bài kiểm tra. Tương tự, Mihai [12] nói về việc đánh giá như sau: “nhiều hơn là kiểm tra và điểm thi” (tr.22). Trên thực tế, đánh giá bao gồm tất cả các loại phản hồi, nhận xét và kiểm tra. Mihai [12] cũng phân loại đánh giá một cách rõ ràng theo các tiêu chí thuộc về mặt ý định, mục đích, giải thích và quản lý. Về ý định, nếu một đánh giá là một nhận xét ngay tức thì, thì nó là đánh giá thân mật giữa thầy và trò ngay trong lớp học. Nhưng, nếu nó được chuẩn bị cẩn thận, có sự cân nhắc đó lại là đánh giá có ý định và trang trọng. Về mục đích, đánh giá có thể được hình thành nếu nó nhấn mạnh vào quá trình học tập của

người học. Có thể mang tính tổng kết nếu chúng ta sử dụng nó để đánh giá kết quả học tập của người học sau một thời gian của khóa học. Về diễn giải, đánh giá có thể được sử dụng để so sánh không chỉ kết quả học tập giữa các học sinh, mà còn cả kết quả học tập của học sinh với nội dung của khóa học. Về mặt quản lý, đánh giá có thể được sử dụng ở quy mô nhỏ như lớp học, hoặc quy mô lớn như toàn quốc.

2.2. Các loại đánh giá trong giảng dạy

Theo Brown [3], đánh giá có thể được chia thành 2 loại theo chức năng, đó là: đánh giá quá trình và đánh giá tổng kết.

2.2.1. Đánh giá quá trình

Black và Wiliam [2] đã định nghĩa đánh giá quá trình là “các hoạt động do giáo viên và học sinh của họ thực hiện trong việc đánh giá bản thân để cung cấp thông tin dùng làm phản hồi để sửa đổi các hoạt động dạy và học”. Vì vậy, mục tiêu của đánh giá quá trình là cung cấp thông tin phản hồi liên tục không chỉ để học sinh cải thiện việc học của họ, mà còn cho giáo viên cải thiện việc giảng dạy của họ. Cook [4] khẳng định rằng, đánh giá quá trình có 2 dạng chính: dạng không có kế hoạch và dạng có kế hoạch. Đánh giá quá trình tự phát hoặc không có kế hoạch là những nhận xét và phản hồi ngẫu nhiên, không có kế hoạch; huấn luyện hoặc phản hồi ngẫu hứng cho học sinh, chẳng hạn như phản hồi bằng miệng. Các bài đánh giá quá trình có kế hoạch bao gồm các bài tập như câu đố, bài tập về nhà được sử dụng để đánh giá quá trình học tập của học sinh và giúp họ cải thiện việc học tập của mình.

2.2.2. Đánh giá tổng kết

Ngược lại với đánh giá quá trình, đánh giá tổng kết nhằm mục đích đo lường hoặc tóm tắt những gì học sinh thu được sau một thời gian của khóa học. Nó thường xảy ra ở cuối khóa học hoặc cuối mỗi chương hay bài học [3]. Các ví dụ về đánh giá tổng kết là bài kiểm tra cuối kỳ, bài kiểm tra đầu vào và bài kiểm tra cấp quận, huyện,... Bên cạnh mục tiêu kiểm tra năng lực của học sinh sau một thời gian cụ thể của một khóa học, Harlen và Gardner [5] còn chỉ ra một số mục đích của đánh giá tổng kết là: Xác định năng lực cho các chương trình giáo dục đặc biệt như giáo dục năng khiếu và tài năng; Đánh giá khả năng thăng tiến của học

sinh lên cấp học tiếp theo; Hướng dẫn việc làm; Để đánh giá trình độ cho giải thưởng.

2.3. Học tập cộng tác

Làm việc nhóm hay học tập cộng tác là một trong những phương pháp giảng dạy hiệu quả mang lại nhiều lợi ích đáng kể cho người học [14]. Slavin [14] cũng chỉ ra nhiều lợi ích đáng kể của việc học cộng tác đối với người học như cải thiện kỹ năng tư duy phản biện, nâng cao sự tự tin và lòng tự trọng, phát triển các kỹ năng xã hội, hấp dẫn hơn trong học tập. Johnson và Johnson [7] khẳng định rằng khi làm việc theo nhóm, người học tối đa hóa việc học của họ. Các em cũng ý thức được trách nhiệm cao hơn trong học tập. Tuy nhiên, để áp dụng phương pháp học cộng tác trong lớp học một cách hiệu quả, giáo viên cần đảm bảo 5 nguyên tắc của học tập cộng tác, như sau: sự phụ thuộc lẫn nhau tích cực, trách nhiệm cá nhân, tương tác mặt đối mặt, kỹ năng giữa các cá nhân và xã hội, và xử lý theo nhóm [8]. Về nguyên tắc đầu tiên, Kagan [9] cho rằng, nó có thể được coi là nguyên tắc quan trọng nhất đảm bảo sự thành công của học tập cộng tác. Mỗi thành viên trong nhóm sẽ cố gắng hết sức để hoàn thành nhiệm vụ của nhóm và đạt kết quả tốt nhất trong học tập. Nguyên tắc thứ hai cho phép mọi thành viên trong nhóm có trách nhiệm cao với công việc của mình để hoàn thành công việc nhóm một cách thành công. Nguyên tắc thứ ba và thứ tư là các nguyên tắc giúp tạo ra môi trường tương tác trong lớp học, dẫn đến cải thiện kỹ năng nói và chia sẻ kiến thức giữa các học sinh. Về nguyên tắc cuối cùng, Kagan [9] nhấn mạnh vai trò của giáo viên trong việc dạy cho học sinh kỹ năng thảo luận, kỹ năng xây dựng lòng tin,... để học sinh dễ dàng thảo luận và hoàn thành nhiệm vụ của mình trong nhóm, trong môi trường làm việc. Thuyết trình bằng miệng theo nhóm cũng được coi là một hình thức học tập cộng tác.

2.4. Phương pháp thuyết trình theo nhóm

Theo Chen [10], thuyết trình theo nhóm trong lớp học tiếng Anh là một hình thức nói trước công chúng, trong đó, người nói sử dụng các phương tiện trực quan để trình bày ý tưởng của họ theo nhóm hoặc cá nhân về một chủ đề tiếng Anh cụ thể. Mallette và Clare [11] nói rằng, thuyết trình

được coi là “phương pháp phổ biến nhất để trình bày thông tin và thường được thực hiện bằng máy tính và máy chiếu” (tr.161). Trên thực tế, hầu hết các giáo viên dạy kỹ năng nói tiếng Anh đều sử dụng thuyết trình như một bài đánh giá kỹ năng nói tiếng Anh của học sinh. Phương pháp thuyết trình cũng được Joughin [6] định nghĩa là “bất kỳ đánh giá nào về việc học được thực hiện bằng lời nói” (tr.1), để đánh giá khả năng nói của học sinh.

3. Phương pháp luận

Để khảo sát việc sử dụng thuyết trình theo nhóm như một đánh giá trong việc giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên Trường Đại học Văn Lang, chúng tôi sử dụng một bảng câu hỏi dành cho sinh viên và một bài phỏng vấn dành cho các giáo viên giảng dạy tiếng Anh tại trường đại học này. Sau khi có kết quả từ bảng câu hỏi và bài phỏng vấn, các phân tích được đưa ra tùy thuộc vào kết quả của bảng câu hỏi và cuộc phỏng vấn.

Đối tượng tham gia nghiên cứu là 53 sinh viên đang theo học ngành tiếng Anh tại Trường Đại học Văn Lang. Đa số là sinh viên năm ba. Một bảng câu hỏi đã được phân phát cho sinh viên để kiểm tra hiệu quả của việc thuyết trình theo nhóm tác động lên khả năng phát triển năng lực tiếng Anh của sinh viên và nhận thức của họ về phương pháp này. Bên cạnh đó, 5 giáo viên dạy tiếng Anh tại Khoa tiếng Anh của Trường Đại học Văn Lang đã được phỏng vấn để tìm hiểu nhận thức của giáo viên về việc sử dụng phương pháp đánh giá giảng dạy này. Họ là những giáo viên có kinh nghiệm giảng dạy trên 5 năm. Bảng câu hỏi cho sinh viên và phỏng vấn giáo viên được điều chỉnh từ nghiên cứu của Atmane [1].

4. Kết quả điều tra và thảo luận

4.1. Kết quả điều tra và thảo luận từ phản hồi của sinh viên

4.1.1. Việc thực hành và sự hứng thú với phương pháp thuyết trình

Theo kết quả từ bảng câu hỏi, 20 sinh viên đồng ý rằng họ đã tham gia thuyết trình theo nhóm nhiều lần trước đó. 14 sinh viên chọn ít tham gia. 19 sinh viên chưa bao giờ tham gia thuyết trình nhóm. Về lựa chọn “các giáo viên của tôi thường yêu cầu tôi chuẩn bị bài thuyết trình nhóm kỹ càng”, có 26 sinh viên đồng ý, 18 câu trả lời trung lập và 9 câu trả lời không đồng ý.

Từ kết quả này cho thấy, việc áp dụng phương pháp thuyết trình nhóm trong dạy kỹ năng nói tiếng Anh vẫn còn hạn chế. Về sự quan tâm của sinh viên trong việc trình bày thuyết trình theo nhóm, chỉ có 13 sinh viên không sẵn sàng trình bày. Con số này cho thấy phần lớn sinh viên thích tham gia thuyết trình. Những kết quả này ngụ ý rằng thuyết trình nhóm giúp làm tăng mức độ tương tác của sinh viên, tăng khả năng thích thú của sinh viên trong quá trình học. Do đó, giáo viên nên cân nhắc việc áp dụng phương pháp này nhiều hơn trong lớp học. Đây có thể được xem là một phương pháp giảng dạy phù hợp giúp học sinh nâng cao kỹ năng nói của mình.

4.1.2. Các vấn đề sinh viên đối mặt và ý kiến cá nhân về phương pháp thuyết trình nhóm

Kết quả điều tra cho thấy rằng, đa số sinh viên, hơn 80% số người tham gia, đồng ý với nhận định “Tôi cảm thấy lo lắng hoặc lo lắng khi phải thuyết trình trong nhóm”. Về mục “Tôi có thể thuyết trình mà không mắc lỗi kỹ năng nói và phát âm cơ bản nào”, có tới 32 sinh viên, gần 60%, không đồng ý với điều này, trong khi 21 sinh viên đồng ý. Về sự tự tin khi thuyết trình miệng, 43 sinh viên, trên 80% mẫu, chấp nhận rằng họ cảm thấy kém tự tin khi thuyết trình trong lớp. Từ những kết quả này, chúng tôi có thể kết luận rằng học sinh mắc những lỗi phổ biến như phát âm và các kỹ năng nói cơ bản do thiếu tự tin và lo lắng. Đây có thể là kết quả của khả năng nói của học sinh không đủ hoặc có thể là do kỹ thuật giảng dạy. Vì vậy, giáo viên nên cân nhắc xem xét lại các kỹ thuật giảng dạy và cung cấp kiến thức nền để thu hút học sinh, giúp họ thoát khỏi lo lắng.

Về ý kiến cá nhân của sinh viên đối với phương pháp thuyết trình, đa số học sinh đồng ý với vai trò quan trọng của thuyết trình trong việc nâng cao năng lực nói. Bên cạnh đó, phần lớn sinh viên nghĩ rằng nên áp dụng phương pháp thuyết trình nhiều hơn. Những kết quả này phản ánh rằng hầu hết sinh viên thích thực hành thuyết trình và họ chấp nhận kỹ thuật giảng dạy này như một cách hiệu quả để cải thiện kỹ năng nói và giao tiếp của họ. Tóm lại, thuyết trình theo nhóm có thể được coi là một hình thức đánh giá hiệu quả để hỗ trợ quá trình học tập của sinh viên tại Trường Đại học Văn Lang hiện nay.

4.2. Kết quả và thảo luận từ phản hồi của giảng viên

4.2.1. Thể hiện của sinh viên trong khi thuyết trình nhóm

Có 3 trong số 5 giáo viên khẳng định rằng học sinh của họ cảm thấy ngại ngùng và kém tự tin khi thuyết trình trước khán giả. Một giáo viên đã cho biết: “một số học sinh của tôi nhút nhát và mất lời khi nói trước lớp”. Giáo viên này cũng đưa ra một nhận xét khác như sau: “Tôi không nghĩ rằng tính cách nhút nhát là tính cách của những học sinh này vì khi tôi quan sát những học sinh này trong lớp, chúng rất năng động”. Theo giáo viên này, việc ngại thuyết trình có thể xuất phát từ việc thiếu kiến thức và khả năng tiếng Anh. Một giáo viên khác cho biết thêm: “đôi khi một số học sinh của tôi chỉ đọc các từ trong slide. Đây hoàn toàn không phải là một bài thuyết trình”. Tuy nhiên, một giáo viên khác đồng ý rằng đa số học sinh của họ giỏi tiếng Anh. Họ rất tự tin khi thuyết trình, thậm chí họ còn mắc rất ít lỗi.

4.2.2. Những khó khăn khi áp dụng phương pháp thuyết trình nhóm

Hầu hết giáo viên đều khẳng định rằng, họ gặp khó khăn trong việc áp dụng phương pháp trên trong lớp học của mình. Họ liệt kê một số khó khăn như sau:

- Quy mô lớp học lớn
- Thiếu cơ sở vật chất
- Sự chênh lệch về khả năng tiếng Anh của học sinh
- Thiếu sự tham gia của học sinh
- Rào cản văn hóa, dẫn đến hiểu lầm
- Các chủ đề không quen thuộc.

4.2.3. Tác động của phương pháp thuyết trình nhóm lên kỹ năng nói của sinh viên

Hầu hết giáo viên đều cho rằng bằng việc thuyết trình thường xuyên, học sinh có thể cải thiện kỹ năng nói, từ đó phát triển kỹ năng giao tiếp tốt hơn. Như một giáo viên đã phát biểu:

“Theo kết quả của bài kiểm tra nói cuối khóa, tôi nhận thấy rằng, nhiều học viên trong lớp của tôi áp dụng hình thức thuyết trình theo nhóm đã cải thiện kỹ năng nói của mình. Họ thể hiện tốt hơn nhiều so với đầu khóa học”.

Một giáo viên khác cho biết: “hầu hết học sinh của tôi thích trình bày bằng miệng. Họ thích chuẩn

bị và thảo luận theo nhóm. Họ cũng tập trung rất nhiều trong lớp học”. Từ kết quả này, chúng ta có thể thấy rằng, hầu hết học sinh có thái độ tích cực đối với các bài thuyết trình. Tuy nhiên, một giáo viên nói rằng, việc đưa quá nhiều bài thuyết trình trong lớp học sẽ gây ra tác động tiêu cực. Anh ấy nói: “Nếu bạn yêu cầu sinh viên chuẩn bị và thực hiện quá nhiều bài thuyết trình, họ sẽ cảm thấy nhàm chán và áp lực. Thậm chí, có thể gây ra nhiều vấn đề tiêu cực như là những học sinh không đủ năng lực tiếng Anh sẽ ngày càng cảm thấy mất tự tin, thậm chí ngại thuyết trình”.

5. Kết luận

Nghiên cứu này được thực hiện để điều tra tính hiệu quả của việc sử dụng thuyết trình nhóm như là một bài đánh giá quá trình trong việc phát triển khả năng nói của học sinh và hỗ trợ học tập của học sinh. Kết quả từ bảng câu hỏi dành cho sinh viên và phỏng vấn từ giáo viên cho thấy, hầu hết sinh viên sẵn sàng thuyết trình và chấp nhận rằng phương pháp này là một phương pháp lý tưởng để cải thiện kỹ năng nói, cũng như kỹ năng giao tiếp của họ. Họ cũng khẳng định rằng phương pháp này sẽ hiệu quả nếu có cơ hội thực hành nhiều hơn và dưới sự hướng dẫn rõ ràng của giáo viên. Qua phiếu điều tra, chúng tôi cũng

thừa nhận có một số khó khăn trong việc thuyết trình của học sinh, như: thiếu kiến thức, thiếu tự tin, nhút nhát, đặc biệt khả năng tiếng Anh của học sinh chưa đủ. Từ nhận thức của giáo viên, họ đã chỉ ra một số vấn đề khi áp dụng phương pháp đánh giá này trong lớp học. Nhìn chung, phương pháp đánh giá này có tác động tích cực vào việc phát triển và cải thiện khả năng nói của học sinh nói riêng, khả năng học tập của học sinh nói chung. Phương pháp này được xem là một hình thức đánh giá hiệu quả đối với sinh viên Trường Đại học Văn Lang.

Nghiên cứu vẫn còn những hạn chế cần được nghiên cứu sâu thêm. Thứ nhất, mẫu nghiên cứu vẫn còn nhỏ so với tổng số sinh viên và giáo viên ở trường đại học. Hơn nữa, sẽ đáng tin cậy hơn nếu sinh viên được chia thành 2 nhóm, chuyên ngành tiếng Anh và không chuyên ngành tiếng Anh. Nếu vậy, chúng ta có thể có 1 bức tranh rõ ràng hơn về nhận thức của học sinh và tác động của phương pháp này đối với khả năng của học sinh. Thứ hai, nếu chúng ta có thể áp dụng nhiều phương pháp thu thập dữ liệu với nhiều công cụ nghiên cứu hơn như quan sát từ giáo viên, phản hồi của đồng nghiệp, từ sinh viên,... thì tính hợp lệ và độ tin cậy của nghiên cứu chắc chắn sẽ tốt hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. M.A. Atmane. (2016). *Investigating the Role of Oral Presentation Projects in Enhancing EFL Learners Oral Proficiency*. Masters thesis, Bejaia University, Algeria.
2. P. Black, D. Wiliam. (2010). Inside the black box: Raising standards through classroom assessment. *Phi Delta Kappan*, 92(1), 81-90.
3. Brown, H. Douglas. (2004). *Language assessment: Principles and classroom practices*. White Plains, NY: Pearson Education.
4. H.G. Cook. (2009). Formative assessment: Best practices part 1 [PowerPoint slides]. [Online] Available at http://flareassessment.org/resources/PA_PD_Form_%20Assess_Ppt_1_rev050709.pdf
5. W. Harlen, J. Gardner. (2010). Assessment to support learning. In J. Gardner, W. Harlen, L. Hayward, G. Stobart, & M. Montgomery (Eds.), *Developing teacher assessment* (pp. 15-28). NY: Open University Press.
6. G. Joughin. (2020). A short guide to oral assessment. [Online] Available at <https://www.qub.ac.uk/directorates/AcademicStudentAffairs/CentreforEducationalDevelopment/FilestoreDONOTDELETE/Fileupload,213702,en.pdf>
7. D.W. Johnson, R.T. Johnson. (1999). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning* (5th Eds.). Boston: Allyn and Bacon.

8. D.W. Johnson, R.T. Johnson. (2008). Social Interdependence Theory and Cooperative Learning: The Teacher's Role. In R. M. Gillies, A. Ashman & J. Terwel (Eds.), *Teacher's Role in Implementing Cooperative Learning in the Classroom* (9-37). New York, U.S.A: Springer.
9. S. Kagan. (1994). *Cooperative learning*. San Clemente, California: Kagan Publishing.
10. J. King. (2002). Preparing EFL learners for oral presentations. *Dong Hwa Journal of Humanistic Studies*, 4, 401-418.
11. L. Mallette, B. Clare. (2011). *Writing for Conferences: A Handbook for Graduate Students and Faculty*. USA: Greenwood.
12. F.M. Mihai. (2010). *Assessing English language learners in the content areas: A research-into practice guide for educators*. Ann Arbor, MA: University of Michigan Press.
13. Ministry of Education and Training of Vietnam. (2009). *Development Strategy from 2009 to year 2020 for the Cause of Industrialization and Modernization of Vietnam*. Hanoi: Ministry of Education and Training of Vietnam.
14. R.E. Slavin. (1995). *Cooperative learning*. Boston: Allyn and Bacon.

Ngày nhận bài: 9/6/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/7/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/7/2021

Thông tin tác giả:

TRẦN LÊ HOÀI VŨ

Viện Ngôn ngữ, Trường Đại học Văn Lang

USING THE GROUP PRESENTATION TO ASSESS THE ENGLISH LEARNING OUTCOMES OF STUDENTS IN VIETNAM

● **TRAN LE HOAI VU**

Institute of Languages, Van Lang University

ABSTRACT:

This study presents an overview about the group presentation which is used as a tool to assess the English learning outcomes of students in Vietnam. This study also examines the attitudes and perceptions of both English learners and teachers towards this teaching method. The group presentation has been used by the author to improve the English skills of students at Van Lang University. The study finds out that although some students encounter challenges when making their presentations at classroom, most students have a positive attitude towards the group presentation. In addition, the majority of teachers believe that this teaching method improves the English speaking skills of students. However, this teaching method makes some students who are not good at English language less confident, even afraid of speaking English. In conclusion, although the group presentation has some drawbacks, it is generally considered an effective teaching assessment method to help students improve their speaking skills.

Keywords: group presentation, attitude and perception, English learner, English speaking skill.

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TẠI VIỆT NAM

● LÊ ANH ĐỨC

TÓM TẮT:

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam đang là chủ đề được cả nước quan tâm, nhiều chương trình, cuộc thi khởi nghiệp của các tổ chức đã được triển khai nhằm thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đối với sinh viên trong các trường đại học. Bài viết này làm rõ cơ sở lý luận và vai trò của khởi nghiệp đổi mới sáng tạo qua việc phân tích thực trạng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên các trường đại học tại Việt Nam và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên các trường đại học trong thời gian tới.

Từ khóa: khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, sinh viên, trường đại học, startup.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh công nghiệp 4.0, sự chuyển dịch từ nền kinh tế truyền thống sang nền kinh tế số trong khoảng hơn một thập niên trở lại đây đã và đang mang lại những chuyển biến tích cực trên mọi phương diện của đời sống kinh tế - xã hội. Cuộc cách mạng này đã tạo ra sự tăng trưởng mạnh mẽ của các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và thuật ngữ "khởi nghiệp đổi mới sáng tạo" đã trở thành chủ đề nóng đang được cả nước quan tâm.

Trường đại học với vai trò tiên phong thực hiện sứ mệnh thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua việc cung cấp cho xã hội những nhân lực được trang bị tư duy và kỹ năng cần thiết cùng các kết quả nghiên cứu mang tính ứng dụng. Các trường đại học tại Việt Nam cũng đã bắt đầu phát triển đội ngũ giảng viên nguồn khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo, đây là đội ngũ giảng viên đến từ các khoa quản

trị kinh doanh, đổi mới sáng tạo của nhà trường hoặc các khoa về kinh doanh, công nghệ của nhà trường. Bên cạnh đó, còn tạo điều kiện để đội ngũ giảng viên về hỗ trợ khởi nghiệp học tập nâng cao trình độ chuyên môn để trực tiếp giảng dạy các chuyên đề về khởi nghiệp, tinh thần doanh nghiệp, đổi mới sáng tạo, đổi mới xã hội tại trường, hỗ trợ sinh viên phát triển ý tưởng trên tinh thần đổi mới sáng tạo, tư vấn, hỗ trợ sinh viên các giải pháp để nâng cao hàm lượng khoa học công nghệ trong các dự án, ý tưởng của sinh viên.

Nội dung tiếp theo của bài viết sẽ làm rõ cơ sở lý luận về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và vai trò của khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Sau đó là phân tích thực trạng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên các trường đại học tại Việt Nam và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên các trường đại học trong thời gian tới.

2. Khái quát về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là bắt đầu một sự nghiệp bằng tất cả niềm đam mê khao khát và trải nghiệm tốt độ cùng với nền công nghệ kỹ thuật cao nhằm tạo ra các mô hình hoặc sản phẩm có tính mới lạ, sáng tạo, đem lại sự tăng trưởng vượt trội và bứt phá trong cạnh tranh. Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo giúp giải quyết những khoảng trống của thị trường và đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của xã hội hiện đại. Nhắc đến khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trước hết là nhắc đến sự vươn lên đỉnh cao của nền khoa học và công nghệ. Trong nhiều trường hợp, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo không phải chỉ trong lĩnh vực công nghệ thông tin hay công nghệ mới nhưng doanh nghiệp khi lên kế hoạch thực hiện đòi hỏi phải có sự mới mẻ, bước tiến đột phá trong kỹ thuật công nghệ hay một mô hình kinh doanh mới. Sự khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của một tổ chức hay cá nhân nào đều bắt đầu từ những ý tưởng mới lạ. Có những ý tưởng vô cùng lạ, thậm chí được xem là khó tin sẽ thành công tại thời điểm khởi sự. Mark Zuckerberg khi lên ý tưởng xây dựng một trang niên giám ảo độc quyền đã bị nhiều ý kiến cho rằng khó có thể áp dụng vào thực tế, hoặc chỉ nở rộ trong phạm vi nhỏ hẹp. Thời điểm bấy giờ, các trang mạng xã hội được yêu thích và vô cùng phổ biến như MySpace, Yahoo đang được cộng đồng mạng quan tâm và tìm kiếm. Ít ai ngờ được rằng, trang niên giám ảo ngày đó đã trở thành trang mạng xã hội có sức lan tỏa lớn nhất trên thế giới hiện nay.

Drucker (1999) cũng như nhiều học giả khác khẳng định khởi nghiệp luôn gắn bó chặt chẽ với đổi mới sáng tạo, hay nói ngược lại đổi mới sáng tạo chính là công cụ chính hình thành nên khởi nghiệp. Sự sáng tạo là yếu tố không thể thiếu trong các cuộc khởi nghiệp thành công của các doanh nghiệp. Bất kỳ một tổ chức cá nhân nào nếu không muốn chọn lựa đi lối mòn như những doanh nghiệp đang tồn tại trên thị trường, đều phải thay đổi tư duy và tạo ra sự khác biệt. Có như vậy, sản phẩm tạo ra mới đem lại sức hút và phát triển vượt trội. Robinson (1987) đã trích dẫn nhận định của nhà kinh tế học kinh điển Schumper, nhà nghiên cứu Robinson làm rõ sự khác nhau giữa một giám đốc

và nhà khởi nghiệp ở chỗ giám đốc chỉ đơn giản điều hành một công ty, trong khi nhà khởi nghiệp chính là nhà cải cách sáng tạo. Shane (2003) đã đưa ra khái niệm cơ bản của khởi nghiệp là "một hoạt động liên quan tới sự khám phá, đánh giá, khai thác cơ hội nhằm giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới, cách thức mới điều hành doanh nghiệp, thị trường hay nguồn nguyên vật liệu mới mà trước đây chưa từng xuất hiện". Barbara (2013) đã định nghĩa: "Startup chỉ sự khởi nghiệp của một doanh nghiệp mới hình thành trên nền tảng kết quả khoa học công nghệ".

Cơ quan phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa Hoa Kỳ - SBA (US Small Business Administrator) đưa ra khái niệm: Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Startup) là việc doanh nghiệp dựa trên công nghệ và có khả năng tăng trưởng nhanh (business that is typically technology oriented and has high growth potential). Nhà nghiên cứu về khởi nghiệp Steve Blank, Bob Dorf cho rằng: Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là tổ chức được hình thành để tìm kiếm mô hình kinh doanh có khả năng tăng trưởng và nhân rộng nhanh (organization formed to search for a repeatable and scalable business model).

Tại Việt Nam, theo Đề án Hỗ trợ Hệ sinh thái Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đến năm 2025 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 844/QĐ-TTg Chính phủ ngày 18/5/2016, thì khởi nghiệp sáng tạo là quá trình hiện thực ý tưởng kinh doanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ và mô hình kinh doanh mới nhằm tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao, có khả năng tăng trưởng nhanh. Chủ thể thực hiện khởi nghiệp theo nghĩa này cũng có thể là cá nhân, nhóm cá nhân hoặc tổ chức. Với cách hiểu này, các công ty khởi nghiệp đổi mới sáng tạo không giống như các công ty thương mại, sản xuất truyền thống, vì yếu tố nghiên cứu công nghệ và sáng tạo trong các doanh nghiệp khởi nghiệp rất cao. Do đó, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo gắn liền với nhiều rủi ro. Nhưng nếu vượt qua các khó khăn thì có thể đem lại các giá trị kinh tế rất lớn vì sản phẩm, mô hình của các công ty khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có giá trị gia tăng cao và đặc biệt là có khả năng nhân rộng được.

3. Vai trò của khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có những vai trò quan trọng cụ thể như sau:

Thứ nhất, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo góp phần tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch kinh tế: với những ngành có nhiều doanh nghiệp tham gia, các doanh nghiệp luôn tìm cách để thúc đẩy cạnh tranh, củng cố và nâng cao vị trí của mình. Theo Liñán và các cộng sự (2011), khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tạo ra cơ chế làm giảm tính không hiệu quả của nền kinh tế. Các doanh nghiệp ở nông thôn, vùng núi sẽ làm giảm tỷ trọng nông nghiệp ở những vùng này và tăng tỷ trọng công nghiệp, dịch vụ.

Thứ hai, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tạo nên tính đa dạng thị trường: những người khởi nghiệp góp phần tạo nên cho thị trường những ý tưởng, sự đổi mới, tính sáng tạo. Nhờ quy mô nhỏ mà các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo có khả năng chuyển đổi mặt hàng nhanh, phù hợp với nhu cầu thị trường. Các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo cạnh tranh nhau sẽ phải đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Họ luôn phải đổi mới sản phẩm của mình để tạo nên tính khác biệt trong thị trường.

Thứ ba, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo góp phần tăng tốc độ áp dụng công nghệ mới trong sản xuất: việc gia tăng các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo nhỏ dẫn đến gia tăng sự cạnh tranh. Các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo muốn cạnh tranh cần phải luôn luôn thay đổi, tìm cách đổi mới công nghệ, giảm thiểu chi phí đầu vào, chi phí sản xuất. Họ luôn là những người tiên phong trong việc tìm tòi những phương thức sản xuất mới. Những sáng kiến của họ đôi khi không được áp dụng vào thực tiễn nhưng đã được các doanh nghiệp lớn mua lại để phát huy.

Thứ tư, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo góp phần sử dụng tốt vốn tri thức và năng lực của con người: thành lập doanh nghiệp đổi mới sáng tạo là cơ sở cho gia tăng việc khai thác, vận dụng các tri thức mới một cách hiệu quả hơn. Một cá nhân có thể khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cần có đầy đủ năng lực phẩm chất, tầm nhìn chiến lược. Đây cũng là môi trường để cá nhân học hỏi tiếp thu, rút ra các bài học, đồng thời cũng sử dụng tốt khả năng vốn có của bản thân. Sự gia tăng trao đổi giữa các

doanh nghiệp đổi mới sáng tạo và các ngành kinh doanh là cơ sở cho các hoạt động đổi mới và phát triển công nghệ, kinh tế.

Thứ năm, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nuôi dưỡng nguồn thu, tạo cơ hội phát triển kinh tế đột phá trong tương lai: với bản chất khởi nghiệp là quá trình chuẩn bị, hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ và mô hình kinh doanh, đóng góp lớn nhất của các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là giải quyết việc làm cho người lao động, chứ chưa thể đóng góp nhiều cho GDP hay ngân sách nhà nước như các doanh nghiệp vừa, doanh nghiệp lớn và các doanh nghiệp đã hoạt động lâu năm. Tuy nhiên, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là khởi nguồn của các nguồn thu cho ngân sách nhà nước trong tương lai. Làn sóng startup ở Việt Nam mới phát triển trong thời gian gần đây, có lẽ đánh dấu từ sự kiện của Nguyễn Hà Đông với Flappy Bird vào năm 2014. Chính yếu tố công nghệ của các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đã giúp các startup có thể nhân rộng rất nhanh với chi phí thấp, đem lại lợi nhuận rất lớn so với các doanh nghiệp truyền thống. Chính vì vậy chỉ trong một thời gian ngắn, Flappy Bird đã đem lại doanh thu hàng tỷ đồng cho Nguyễn Hà Đông và đóng góp ngân sách nhà nước. Bên cạnh đó, những câu chuyện khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nổi tiếng trên thế giới như Apple, Facebook hay Uber đã minh chứng startup đang thay đổi thế giới và tạo ra giá trị kinh tế khổng lồ, thậm chí thay đổi thói quen của người sử dụng. Do đó, chỉ cần một vài doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thành công là có thể đem lại tác động to lớn cho phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam.

Thứ sáu, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có vai trò quan trọng đối với định hướng tương lai nghề nghiệp của sinh viên: tại lễ phát động chương trình “Thanh niên khởi nghiệp” giai đoạn 2016 - 2021 và Ngày hội Thanh niên khởi nghiệp tại Đại học Quốc gia Hà Nội ngày 16/10/2016, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc, trong bài phát biểu của mình đã chia sẻ rằng: “Tôi nghĩ ở đây có rất đông các bạn trẻ, những ai có ước mơ, hoài bão, muốn trở thành người thành danh trong nghề nghiệp của mình, thành chủ doanh nghiệp, nhà lãnh đạo, muốn cống hiến cho xã hội trí lực và cống hiến hết sức

tiềm năng bản thân mình thì phải cố gắng, vươn lên, khắc phục khó khăn để phát triển ngay khi còn ngồi ở giảng đường hay khi ra trường”. Ông khẳng định: "Khởi nghiệp là một trong những thước đo thành công của Chính phủ kiến tạo. Ngược lại, người dân, đặc biệt là lớp trẻ khởi nghiệp càng nhiều thì nền kinh tế càng năng động, chất lượng nguồn nhân lực được rèn luyện, nâng cao. Chưa bao giờ khởi nghiệp được sự quan tâm của Chính phủ và toàn bộ hệ thống chính trị như lúc này". Chưa bao giờ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có những điều kiện thuận lợi như lúc này. Điều đó có thể thấy rằng, hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên hiện nay đang được Chính phủ rất quan tâm và đầu tư, chiếm một vai trò quan trọng trong việc định hướng sự phát triển trong tương lai không chỉ ở mỗi cá nhân mà còn mở ra một Chính phủ năng động, sáng tạo và tự chủ trong từng bước đi.

4. Thực trạng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên các trường đại học tại Việt Nam

Trong những năm gần đây, Chính phủ đã ban hành rất nhiều chính sách hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp, nhất là khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Điều này thể hiện quyết tâm của Đảng, Nhà nước và Chính phủ trong việc tạo dựng môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp phát triển và vươn ra quốc tế. Do (2021), Le và các cộng sự (2020) đã khẳng định khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam đang là chủ đề được cả nước quan tâm, nhiều chương trình, cuộc thi khởi nghiệp của các tổ chức đã được triển khai nhằm khuyến khích tinh thần khởi nghiệp của học sinh, sinh viên để lập nghiệp.

Trong khuôn khổ hoạt động của Diễn đàn Khởi nghiệp quốc gia 2019 (lần thứ 4) với chủ đề “Hoàn thiện chính sách hỗ trợ khởi nghiệp”, Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã khẳng định "chìa khóa" của sự phát triển quốc gia ở thời điểm hiện tại nằm ở 2 cụm từ quan trọng là nâng cao chất lượng nguồn vốn con người và khởi nghiệp sáng tạo, đây là đôi cánh của nền kinh tế. VCCI đã báo cáo trên cả nước có chưa đến 10% doanh nghiệp khởi nghiệp thành công. Trong đó, hơn 60% doanh nghiệp được khảo sát yếu trong khâu tìm kiếm khách hàng, 42% doanh nghiệp phả

sản do vấn đề sản phẩm (tạo ra các sản phẩm mà thị trường không cần). Điều này ngược lại với kinh nghiệm của các nước khác, đó là sự tập trung vào nghiên cứu phát triển sản phẩm để doanh nghiệp khởi nghiệp hạn chế rủi ro, tăng được số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp thành công. Theo kết quả khảo sát của mạng lưới kết quả toàn cầu, trong số 60 quốc gia tham gia khảo sát, Việt Nam nằm trong nhóm nước có tinh thần khởi nghiệp cao nhất thế giới, nhưng khả năng hiện thực các ý tưởng sáng tạo thì thuộc 20 nhóm cuối cùng.

Báo cáo “Bức tranh khởi nghiệp sáng tạo ở Việt Nam 2019” do Cơ quan Thương mại và Đầu tư của Australia (Austrade) công bố cũng cho biết, hiện Việt Nam đang đứng thứ 3 ở Đông Nam Á về số lượng các doanh nghiệp khởi nghiệp. Theo đó, hệ sinh thái khởi nghiệp tại Việt Nam đã phát triển qua 3 giai đoạn: làn sóng đầu tiên (2004 - 2007); làn sóng thứ hai (2007 - 2010); và làn sóng thứ ba (2011 đến nay). Trong đó, riêng làn sóng thứ ba, Việt Nam đã tăng trưởng mạnh mẽ về số lượng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Nếu như năm 2012, số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo chỉ là 400 doanh nghiệp thì đến năm 2015, con số này đã lên tới gần 1.800 và 3.000 trong năm 2017. Cùng với đó, các không gian làm việc chung (co-working space), vườn ươm khởi nghiệp (Incubator) và tăng tốc khởi nghiệp (Accelerator) cùng các chương trình cho cộng đồng khởi nghiệp cũng bùng nổ từ năm 2016. Báo cáo cho rằng, hệ sinh thái đổi mới của Việt Nam tạo cơ hội đặc biệt cho các nhà đầu tư công nghệ. Việt Nam hiện có nhiều thuận lợi để thúc đẩy khởi nghiệp ở lĩnh vực này như: sự khuyến khích của Chính phủ, dân số trẻ, tỷ lệ người am hiểu công nghệ và hoạt động kỹ thuật số cao. Báo cáo của Austrade cũng chỉ ra 5 thách thức cơ bản của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam là: khả năng tiếp cận tài chính, tài năng và kỹ năng điều hành, hệ sinh thái phân mảnh, khả năng nghiên cứu và phát triển, vấn đề sở hữu trí tuệ.

Diễn đàn Khởi nghiệp Sáng tạo Hà Nội 2019 được diễn ra tại Trung tâm Hội nghị Quốc gia là diễn đàn quy mô cấp quốc gia và quốc tế, lần đầu tiên được tổ chức tại Hà Nội bởi Tổ chức đổi mới

sáng tạo toàn cầu Schoolab (Pháp), dưới sự bảo trợ của Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội, Bộ Kế hoạch và Đầu tư. Tham dự diễn đàn có lãnh đạo Chính phủ, các Bộ ngành, cơ quan Trung ương và thành phố Hà Nội; Đại sứ quán một số nước tại Hà Nội; các diễn giả trong nước và quốc tế (chủ yếu là các chuyên gia cao cấp thuộc các lĩnh vực: công nghệ thông tin, tài nguyên môi trường, sáng tạo khởi nghiệp, tài chính,...); các nhà đầu tư, tập đoàn công nghệ, doanh nghiệp khởi nghiệp trong và ngoài nước; đại diện một số học viện, trường đại học, viện nghiên cứu trên địa bàn Hà Nội.

Thành phố Hà Nội đã ban hành Nghị quyết số 05/2019/NQ-HĐND ngày 08/7/2019, nhằm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo trên địa bàn Thành phố giai đoạn 2019-2025, trong đó có bổ sung rất nhiều chính sách hỗ trợ như: hỗ trợ hoạt động truyền thông; hỗ trợ hoạt động đào tạo phát triển nguồn nhân lực; hỗ trợ kinh phí phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật, mặt bằng; hỗ trợ kinh phí thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp sáng tạo, liên kết, kết nối hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, hỗ trợ tư vấn sở hữu trí tuệ,... với mục tiêu khuyến khích hỗ trợ phát triển khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Hà Nội. Đây là cơ hội kết nối cộng đồng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của thành phố Hà Nội với cộng đồng các nhà khởi nghiệp đổi mới sáng tạo với thế giới; kết nối các nhà đầu tư, chuyên gia, các tập đoàn lớn, các trường đại học, các viện nghiên cứu trong nước và quốc tế; khích lệ, động viên và thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp sáng tạo trong cộng đồng người dân Việt Nam nói chung và thành phố Hà Nội nói riêng, đặc biệt là với giới trẻ của thành phố Hà Nội. Đề án đặt ra mục tiêu phấn đấu đến năm 2025, hỗ trợ phát triển 500 dự án khởi nghiệp sáng tạo; 150 doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo thương mại hóa được sản phẩm, trong đó có ít nhất 20% doanh nghiệp gọi được vốn thành công từ các quỹ đầu tư mạo hiểm, thực hiện mua bán và sáp nhập với tổng giá trị ước tính khoảng 500 tỷ đồng.

Theo số liệu thống kê của Bộ Giáo dục và Đào tạo, hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại đại đa số các trường đại học còn tồn tại một số hạn chế về mô hình tổ chức, nhận thức của sinh viên, giảng viên và nhà trường chưa cao; hỗ trợ khởi nghiệp

đổi mới sáng tạo của các bên liên quan chưa tốt, đặc biệt sự phối hợp giữa doanh nghiệp và nhà trường thiếu thông tin và cơ chế. Hành lang pháp lý cho quá trình khởi nghiệp dựa vào đổi mới sáng tạo chưa có đầy đủ. Sau một thời gian thực hiện Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” (Đề án 1665) của Chính phủ, Bộ Giáo dục và Đào tạo ra Quyết định số 1230/QĐ-BGDĐT ngày 30/3/2018 ban hành Kế hoạch triển khai Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” của ngành Giáo dục với mục tiêu: (1) Thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và trang bị kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp cho học sinh, sinh viên trong các cơ sở giáo dục, đào tạo; (2) Tạo môi trường và cơ chế hoạt động khởi nghiệp, tạo chuyển biến mang tính đột phá về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp tại các cơ sở đào tạo. Hiện Bộ Giáo dục và Đào tạo đang tích cực tham khảo các chương trình đào tạo của các nước tiên tiến trên thế giới, các nhà trường trong khu vực và tham vấn ý kiến chuyên gia, ý kiến doanh nghiệp để đưa vấn đề khởi nghiệp đổi mới sáng tạo vào chương trình đào tạo bắt buộc hoặc tự chọn hoặc lồng ghép các chuyên đề khởi nghiệp đổi mới sáng tạo vào các chương trình ngoại khóa, các cuộc thi dưới dạng trò chơi để thu hút sinh viên tham gia. Năm 2020, Bộ Giáo dục và Đào tạo tổ chức cuộc thi “Học sinh, sinh viên với ý tưởng khởi nghiệp” năm 2020 (SV_STARTUP-2020). Có 50 dự án, ý tưởng dự thi của sinh viên đến từ các trường cao đẳng, đại học trong cả nước, đa dạng các khối ngành (kỹ thuật, kinh tế,...). Kết quả vòng chung kết, có 10 dự án, ý tưởng của sinh viên các trường đại học được trao giải thưởng (1 giải nhất, 2 giải nhì, 3 giải ba, 4 giải khuyến khích).

5. Một số giải pháp thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên trong các trường đại học tại Việt Nam

Trong thời gian gần đây, hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đối với sinh viên đã được đề cập mạnh nhưng chủ yếu ở quyết tâm chính trị, chưa thực sự tích cực và sâu. Mặt khác, hệ thống chính sách chung về khuyến khích khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hiện nay được đánh giá là thiếu đồng bộ, chưa có văn bản thống nhất, gây khó khăn cho việc

thực thi. Hơn nữa, chính sách đặc thù hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp đổi mới sáng tạo dường như còn thiếu vắng, dẫn đến hiệu quả chính sách chưa cao hoặc chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế của sinh viên khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Các giải pháp sau sẽ góp phần thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong sinh viên các trường đại học.

Thứ nhất, Nhà nước cần tạo dựng khung pháp lý thống nhất, đồng bộ, đặc biệt là cần có đạo luật dành riêng cho các dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nói chung và của sinh viên nói riêng. Trong thời gian chờ hoàn thiện khung pháp lý, các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cần chủ động tìm hiểu, nắm bắt rõ ràng các quy định pháp luật liên quan, đặc biệt là các chính sách ưu đãi của Nhà nước để tránh trường hợp không được hưởng ưu đãi vì thiếu hiểu biết pháp luật.

Thứ hai, Việt Nam cần có chính sách phù hợp

cho nhóm nhà đầu tư thiên thần (là giai đoạn sớm nhất trong quá trình hoàn thiện ban đầu về kế hoạch khởi nghiệp đổi mới sáng tạo). Từ năm 2014 trở lại đây, tại Việt Nam xuất hiện nhiều tổ chức đầu tư chuyên nghiệp và nhà đầu tư thiên thần có nhu cầu góp vốn hình thành quỹ đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo.

Thứ ba, Bộ Giáo dục và Đào tạo, các trường đại học cần tăng cường các chương trình giáo dục về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo để trang bị cho sinh viên các kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo; khơi dậy tinh thần khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của sinh viên.

Thứ tư, Nhà nước cần có chính sách cho sinh viên tiếp cận nguồn vốn tín dụng, đất đai hỗ trợ cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; các trường đại học cần có quỹ hỗ trợ để thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong sinh viên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Barbara, S. T. (2013). Essential aspects of entrepreneurship measurement. *Organization and Management*, 3 (156), 91-106.
2. Do A.D. (2021). An empirical investigation of students' startup intention in Vietnam. *Journal of Economics and Development*, Special Issue 2021, 85-96.
3. Drucker, P. F. (1999), *Innovation and entrepreneurship: practice and principles, edn.*
4. Le A.D., Ha D.L., Trinh D.U., Nguyen T.P. (2020). Start-up research's experience of students approaching the process of forming start-up intentions of some European countries. *Proceedings International Conference Trade and International Economic impacts on Vietnam Firms - TEIF.*
5. Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., và Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International entrepreneurship and management Journal*, 7(2), 195-218.
6. Robinson, P. B. (1987), *Prediction of entrepreneurship based on an attitude consistency model* (Doctoral dissertation, Brigham Young University, Department of Psychology),
7. Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Cheltenham, United Kingdom: Edward Elgar Publishing.
8. Đỗ Anh Đức (2020), "Đổi mới sáng tạo tại Việt Nam trong bối cảnh công nghiệp 4.0", *Tạp chí Kinh tế và Quản lý*, số 33, 57-60.
9. Huỳnh Quốc Tuấn, Phạm Ánh Tuyết (2018), "Khơi dậy ý tưởng khởi nghiệp trong sinh viên", *Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật*, Số đặc biệt, 74 - 79
10. Lê Thị Khánh Vân (2017), "Tạo lập môi trường khởi nghiệp - Kinh nghiệm quốc tế và bài học cho Việt Nam", *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, 9.

11. Lê Anh Đức(2020). Quỹ hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo dành cho sinh viên tại các trường đại học trong bối cảnh công nghiệp 4.0. *Tạp chí CôngThương*, số23, 123-129.
12. Thủ tướng Chính phủ (2016), *Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”*.
13. Thủ tướng Chính phủ (2021), *Quyết định số 188/QĐ-TTg ngày 09/02/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”*.
14. Thủ tướng Chính phủ (2017), *Quyết định số 1665/QĐ-TTg ngày 30/10/2017 phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025”*.
15. Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo (2018), *Quyết định số 1230/QĐ-BGDĐT ngày 30/3/2018 ban hành kế hoạch triển khai Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” của ngành Giáo dục*.
16. Hội đồng nhân dân thành phố Hà Nội (2019), *Nghị quyết số 05/NQ-HĐND ngày 08/7/2019 thông qua chủ trương ban hành Đề án hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 2019-2025 và các chính sách khởi nghiệp sáng tạo thuộc Đề án*.

Ngày nhận bài: 3/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/8/2021

Thông tin tác giả:

TS. LÊ ANH ĐỨC

Trường Đại học Kinh tế quốc dân

THE INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP OF STUDENTS IN VIETNAMESE UNIVERSITIES

● **Ph.D LE ANH DUC**

National Economics University

ABSTRACT:

Start-up topic has attracted a lot of attention in Vietnam. Many startup competitions have been held by organizations to promote start-up of students. This paper clarifies the theoretical basis and the role of innovative startups by analyzing the current start-up of students in Vietnamese universities. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to support the start-up of Vietnamese university students in the coming time.

Keywords: start-up, student, university.

NÂNG CAO NHẬN THỨC NĂNG LỰC NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH

● PHẠM THỊ THÙY TRANG - CHU BẢO HIỆP - ĐÀO THỊ THU HIỀN

TÓM TẮT:

Giáo dục đại học ngày nay đóng vai trò quan trọng đối với sự tăng trưởng kinh tế của mỗi quốc gia thông qua các kỹ năng nghề nghiệp và hiệu quả làm việc của sinh viên (SV). Để thích ứng sự thay đổi nhanh chóng của xã hội - công nghệ - môi trường, Khoa Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đào tạo chương trình đào tạo cử nhân quản trị kinh doanh (QTKD) được công nhận theo tiêu chuẩn AUN (ASEAN Universities Network) hướng đến phát triển các năng lực nghề nghiệp. Các năng lực nghề nghiệp của SV được xác định dựa vào phân tích sự thay đổi của nhu cầu trong thị trường lao động và được công bố rộng rãi. Tuy nhiên, sự quan tâm về các năng lực nghề nghiệp cần đạt của SV trong quá trình học tập lại chưa thực sự trở thành mục tiêu học tập. Do đó, nghiên cứu này tìm hiểu một cách khoa học nhận thức của SV về các năng lực nghề nghiệp được đào tạo trong chương trình, để từ đó, SV có động cơ học tập và đạt kết quả học tập tốt, tích lũy được các năng lực cần thiết cho nghề nghiệp trong tương lai.

Từ khóa: nhận thức năng lực nghề nghiệp, năng lực sinh viên, sinh viên ngành Quản trị kinh doanh.

1. Đặt vấn đề

Các tổ chức về con người, giáo dục và xã hội của thế giới và các nước đều rất quan tâm đến năng lực của con người khi tham gia vào thị trường lao động. Các nghiên cứu liên quan đến kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên tốt nghiệp ngành Kinh tế - Quản lý của các tác giả Chonko và Caballero (1991), Mitchel và cộng sự (2010),

Phạm Lam Hương và Trần Triệu Khải (2010) cùng thống nhất khái niệm năng lực nghề nghiệp của SV tốt nghiệp là một loại kỹ năng hỗn hợp, bao gồm kỹ năng chung áp dụng vào nghề nghiệp (kỹ năng mềm) và kỹ năng đặc thù nghề nghiệp (kỹ năng cứng). Về bản chất, kỹ năng nghề nghiệp là khả năng ứng dụng thành thạo tri thức, kỹ thuật và công nghệ mới trong quá trình lao

động, sản xuất, đồng thời, có khả năng ứng biến linh hoạt trong mọi hoàn cảnh. Các kỹ năng nghề nghiệp được các nhà tuyển dụng yêu cầu là: chuyên môn thành thạo trong một lĩnh vực, khả năng về công nghệ, khả năng làm việc xuyên chức năng, nhận thức văn hóa toàn cầu, kỹ năng truyền thông và tư duy phản biện (Chonko và Caballero, 1991). Khảo sát của Duke năm 2002 với đối tượng là sinh viên, người học cho rằng họ cần các kỹ năng cho nghề nghiệp tương lai là: lãnh đạo, truyền thông, tương tác cá nhân, phân tích, ra quyết định, công nghệ, kinh tế toàn cầu, đạo đức, thực tiễn kinh doanh.

Chương trình đào tạo cử nhân QTKD được Khoa Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đào tạo xác định 4 năng lực của SV tốt nghiệp (GAs - Graduate Attributes), đó là GA1: Có kiến thức nền tảng về khoa học và ứng dụng, lý luận chính trị, kiến thức cơ sở và chuyên sâu về phương pháp, công cụ làm việc trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý; GA2: Có khả năng giải quyết vấn đề; am hiểu thị trường, điều tra và khám phá tri thức; tư duy tầm hệ thống; kỹ năng cá nhân; đạo đức công bằng và trách nhiệm xã hội; GA3: Giao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả trong các tổ chức, doanh nghiệp và trong đời sống xã hội; GA4: Hoạch định - Tổ chức - Lãnh đạo - Kiểm soát - Quản lý các hoạt động Đầu vào - Quá trình - Đầu ra của các tổ chức, doanh nghiệp phù hợp với bối cảnh hội nhập.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính thực hiện thông qua 24 cuộc phỏng vấn sâu (in-depth interview) qua điện thoại với các chuyên gia (6 nhà tuyển dụng, 7 cựu SV chuyên ngành QTKD, 6 giảng viên chuyên ngành quản trị Nguồn nhân lực và 5 nhà quản lý để tinh chỉnh các thuộc tính chính của năng lực nghề nghiệp mà SV ngành QTKD nhận thức được tầm quan trọng và tích lũy trong quá trình học tập. Các năng lực nghề nghiệp mà SVTN ngành QTKD được xác định là: năng lực lãnh đạo, năng lực quản lý, năng lực lập kế hoạch, năng lực tư

duy, năng lực ra quyết định, năng lực sử dụng công nghệ, năng lực làm việc nhóm và năng lực giao tiếp. Các nhân tố này được xây dựng trên cơ sở tích hợp các nghiên cứu đã công bố từ các nguồn tạp chí khoa học trong nước và các tạp chí uy tín nước ngoài trong các bối cảnh tương đồng, kết hợp với 4 nhóm kỹ năng nghề nghiệp được xác định trong Chương trình đào tạo cử nhân ngành Quản trị kinh doanh năm 2018, 2019 và 2020 của Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.

Thực hiện khảo sát theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện, hình thức trực tuyến từ ngày 01/8/2021 đến ngày 1/9/2021. Kết quả nhận về 306 bản trả lời từ các SV đang theo học tại Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Trong nghiên cứu này, SV cho biết cảm nhận của các em về năng lực của SV ngành QTKD trên thang điểm năm vào phiếu khảo sát. 25 biến đo lường của 8 năng lực SV ngành QTKD được thiết kế đo bằng thang điểm Likert năm mức. Kỹ thuật sử dụng phân tích số liệu: Sử dụng dùng phần mềm SPSS 20.0

3. Kết quả nghiên cứu và kiến nghị

Trong tổng số 303 SV tham gia khảo sát, khóa học 2018 - 2021 là các SV hiện đang học năm thứ 3 (năm cuối) chiếm tỷ lệ 40%; SV năm nhất (khóa học 2020 - 2023) là 45% và ít nhất là SV năm hai (khóa học 2019 - 2022) tham gia với tỉ lệ là 15%. Mẫu có tổng cộng là 195 nữ SV chiếm 64%, trong khi đó nam chỉ có 108 SV chiếm 36%. Hầu hết SV có kết quả học tập trung bình năm học trước là Khá (chiếm 72%), 12% là các SV đạt loại giỏi và 4% là SV xuất sắc. SV có kết quả thấp, loại trung bình có 37 SV, chiếm 12% mẫu. Đa số các SV đã đi làm là SV năm hai và năm cuối, số lượng SV đang đi làm thêm và đã từng đi làm thêm là 205, chiếm 68% trong số 303 SV tham gia khảo sát.

Kết quả thống kê mô tả cho thấy, đa số các biến trong mô hình nghiên cứu đều có trị số trung bình >3, cho thấy mức độ đồng ý chung từ hầu hết đối tượng khảo sát. (Xem Bảng)

**Bảng. Kết quả khảo sát 303 sinh viên
Khoa Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Nguyễn Tất Thành**

STT	Năng lực	Giá trị trung bình				Chỉ số ưu tiên	
		Cần thiết	Thứ tự	Tích lũy	Thứ tự	PI	Thứ tự
1	Năng lực lãnh đạo	3.874	1	3.516	4	0.093	3.1
2	Năng lực quản lý	3.801	3	3.762	1	0.010	8
3	Năng lực lập kế hoạch	3.792	4	3.546	3	0.065	6
4	Năng lực tư duy	3.652	8	3.384	6	0.074	5
5	Năng lực ra quyết định	3.681	7	3.280	8	0.109	2
6	Năng lực sử dụng công nghệ	3.783	6	3.329	7	0.120	1
7	Năng lực làm việc nhóm	3.789	5	3.438	4	0.093	3.2
8	Năng lực giao tiếp	3.831	2	3.614	2	0.057	7

Kết quả khảo sát 303 SV cho thấy, SV đánh giá sự quan trọng của các nhóm kỹ năng nghề nghiệp với điểm trung bình từ 3.652 đến 3.874, nghĩa là đều đạt được sự đồng thuận cao ở mức độ: Cần thiết. Sự chênh lệch trong đánh giá mức độ cần thiết giữa các năng lực nghề nghiệp và mức độ tích lũy được của các năng lực nghề nghiệp của SV là không nhiều, cho thấy nhận thức về các năng lực nghề nghiệp của SV là khá rõ ràng. Đối với mức độ cần thiết của các năng lực nghề nghiệp, SV nhận định Năng lực lãnh đạo, Năng lực quản lý và Năng lực giao tiếp là 3 nhóm năng lực quan trọng nhất đối với công việc của một cử nhân ngành QTKD. Đối với mức độ tích lũy được của các năng lực từ quá trình học tập và đi làm của SV ngành QTKD, Năng lực quản lý được SV tích lũy tốt nhất. Năng lực Giao tiếp ở mức độ tích lũy thứ 2. Các năng lực còn lại đều ở mức lớn hơn 3, là mức nhất trí về việc tích lũy được các năng lực cần thiết của SV, dù mức nhất trí chỉ ở mức độ Bình thường.

Chỉ số ưu tiên (PI) trên cơ sở kết hợp giữa đánh giá tầm quan và sự tích lũy các năng lực của SV cho chúng ta một phân tích tổng hợp về mức độ chú trọng ưu tiên cải thiện các kỹ năng.

Sự chênh lệch lớn giữa đánh giá về tầm quan trọng và khả năng tích lũy của các năng lực sử dụng công nghệ và ra quyết định cho thấy sự thiếu hụt về mặt thực hành so với nhận thức, do đó chỉ số ưu tiên của chúng có giá trị lớn nhất. Kết quả này dự báo cần tập trung nhiều nỗ lực nhất cho các nhóm kỹ năng này. Trong khi đó, các kỹ năng quản lý và giao tiếp có mức chênh lệch thấp nhất nên chỉ số ưu tiên thấp nhất.

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra: (1) Đối với mức độ cần thiết của các năng lực nghề nghiệp, SV nhận định Năng lực lãnh đạo, Năng lực quản lý và Năng lực giao tiếp là 3 nhóm năng lực quan trọng nhất đối với công việc của một cử nhân ngành QTKD; (2) Đối với mức độ tích lũy được của các năng lực từ quá trình học tập và đi làm của SV ngành QTKD, năng lực quản lý được SV tích lũy tốt nhất, năng lực giao tiếp và lập kế hoạch ở mức độ tích lũy thứ 2 và thứ 3; (3) Chỉ số ưu tiên được tính toán dựa trên sự chênh lệch giữa mức độ tích lũy của năng lực nghề nghiệp và mức độ quan trọng của nó, đối với SV ngành QTKD tại Đại học Nguyễn Tất Thành, chỉ số này tập trung vào năng lực sử dụng công nghệ. Nhìn chung, điểm đánh giá khả năng tích lũy của sinh

viên ở tất cả kỹ năng đều thấp hơn so với đánh giá tầm quan trọng. Điều này cho thấy khả năng tích lũy của sinh viên chưa đáp ứng được nhận thức của họ về tầm quan trọng đối với các nhóm kỹ năng nghề nghiệp này. Như vậy, hiệu quả của công tác đào tạo và rèn luyện kỹ năng cho sinh viên cần có sự cải thiện.

Để nâng cao hơn nữa năng lực cho sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị kinh doanh, nhóm nghiên cứu kiến nghị các giải pháp sau đối với

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Khoa Quản trị kinh doanh về cải tiến Chương trình đào tạo, tổ chức giảng dạy và các hoạt động hỗ trợ, giúp SV có được những năng lực phù hợp khi tốt nghiệp, đó là: (1) Tăng cường các môn học trải nghiệm và tạo cơ hội cho SV đi làm, (2) Bổ sung các hình thức học, phương pháp dạy có kỹ năng sử dụng công nghệ, (3) Tăng cường hợp tác với doanh nghiệp thông qua các hoạt động giảng dạy, thực tập và nghiên cứu khoa học ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu được tài trợ thực hiện bởi Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Nhóm nghiên cứu trân trọng cảm ơn Ban Lãnh đạo và Hội đồng Khoa học đào tạo Khoa QTKD - Trường Đại học Nguyễn Tất Thành; các Thầy/Cô là Giảng viên, giảng viên doanh nghiệp và các em SV của Khoa QTKD, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Alf Lizzio, K. W. & R. S. (2010). University Students Perceptions of the Learning Environment and Academic Outcomes: Implications for theory and practice. *Studies in Higher Education*, 27(1), 27-52.
2. Bratianu, C., & Vatamanescu, E.-M. (2017). Students perception on developing conceptual generic skills for business A knowledge-based approach. *Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 47(4), 490-505
3. Đào Vũ Hương Giang^{1*}, Đ. N. C. và H. V. Đ. (2019). Nhận thức nghề nghiệp đối với ngành du lịch của sinh viên ngôn ngữ Pháp, Trường Đại học Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Tập 55, Số 5C (2019), (pp. 98-106) <https://doi.org/10.22144/ctu.jvn.2019.134>
4. Duke, C. R. (2002). Learning Outcomes: Comparing Student Perceptions of Skill Level and Importance. *Journal of Marketing Education*, 24(3), 203-217. <https://doi.org/10.1177/0273475302238043>.
5. Lizzio, A., & Wilson, K. (2004). *First-year students perceptions of capability* (pp. 109-128). Routledge.
6. Ovbiagbonhia, A. R., Kollöffel, B., & Brok, P. den. (2019). Educating for innovation: students perceptions of the learning environment and of their own innovation competence. *Learning Environments Research*, 22(3), 387-407. <https://doi.org/10.1007/s10984-019-09280-3>.
7. Phạm Thị Lan Hương, T. T. K. (2010). Nhận thức về kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên chuyên ngành quản trị marketing tại trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng, *Tạp chí khoa học và công nghệ, Đại học Đà Nẵng*, số 5(40), 165-175.
8. Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. (2021). *Chương trình đào tạo ngành QTKD*.

Ngày nhận bài: 8/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/8/2021

Thông tin tác giả:

1. ThS. PHẠM THỊ THÙY TRANG¹

2. ThS. CHU BẢO HIỆP

3. ThS. ĐÀO THỊ THU HIỀN

Khoa Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

RAISING THE STUDENTS AWARENESS OF PROFESSIONAL COMPETENCIES IN NGUYEN TAT THANH UNIVERSITY

● Master. PHAM THI THUY TRANG¹

● Master. CHU BAO HIEP¹

● Master. DAO THI THU HIEN¹

¹ Faculty of Business Administration

Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

Higher education has played an increasingly important role in the economic development of each country as it improves the career skills and performance of students. In order to adapt to the rapid changes in society, technology and environment, the Faculty of Business Administration, Nguyen Tat Thanh University offers a bachelor of business administration program which has been accredited by the ASEAN Universities Network (AUN) and this program is to help students meet industry-oriented competency requirements of business administration. The professional competencies are determined based on the analysis of changes in the labor markets demand. However, the interest of student in the development of professional competencies during their learning processes has not really become their learning goals. This study explores the students awareness of professional competencies which are trained during the studying process, so that students find out motivations to study, achieve good learning results, develop necessary skills for their future.

Keywords: awareness of professional capacity, student capacity, students of Business Administration.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG HỆ THỐNG ĐIỆN MẶT TRỜI MÁI NHÀ CỦA NGƯỜI DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● PHẠM NGỌC DƯƠNG - HỒ QUANG ÁI NHÂN

TÓM TẮT:

Nguyên cứu này nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng hệ thống điện mặt trời (ĐMT) mái nhà của người dân tại quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM). Nghiên cứu bằng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp định tính và định lượng, với số liệu khảo sát từ 309 người dân tại quận Gò Vấp đã đầu tư và đang sử dụng hệ thống ĐMT mái nhà. Kết quả cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng hệ thống ĐMT mái nhà của người dân tại quận Gò Vấp, TP.HCM, gồm: (1) Chính sách khuyến khích, hỗ trợ, (2) Chi phí đầu tư hợp lý, (3) Kiến thức về sản phẩm và trải nghiệm, (4) Nhận thức lợi ích và (5) Thái độ đối với môi trường. Từ đó, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị cho các công ty kinh doanh hệ thống phát ĐMT áp mái tại TP.HCM nhằm tăng số lượng người dân lắp đặt và sử dụng hệ thống ĐMT mái nhà trên địa bàn Thành phố.

Từ khóa: ý định, quyết định, điện mặt trời mái nhà, hành động hợp lý, Thành phố Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Lắp đặt hệ thống ĐMT áp mái không chỉ giúp gia đình có điện để sử dụng, có thêm thu nhập từ việc bán sản lượng dư thừa cho các công ty cung cấp điện khu vực, mà còn giúp cho Nhà nước giảm tải hệ thống truyền tải điện quốc gia. Chính từ những lợi ích này mà Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 13/2020/QĐ-TTg ngày 6/4/2020 về cơ chế khuyến khích phát triển ĐMT tại Việt Nam và Chương trình hành động số 37-CTr/TU của Ban Thường vụ Thành ủy TP.HCM

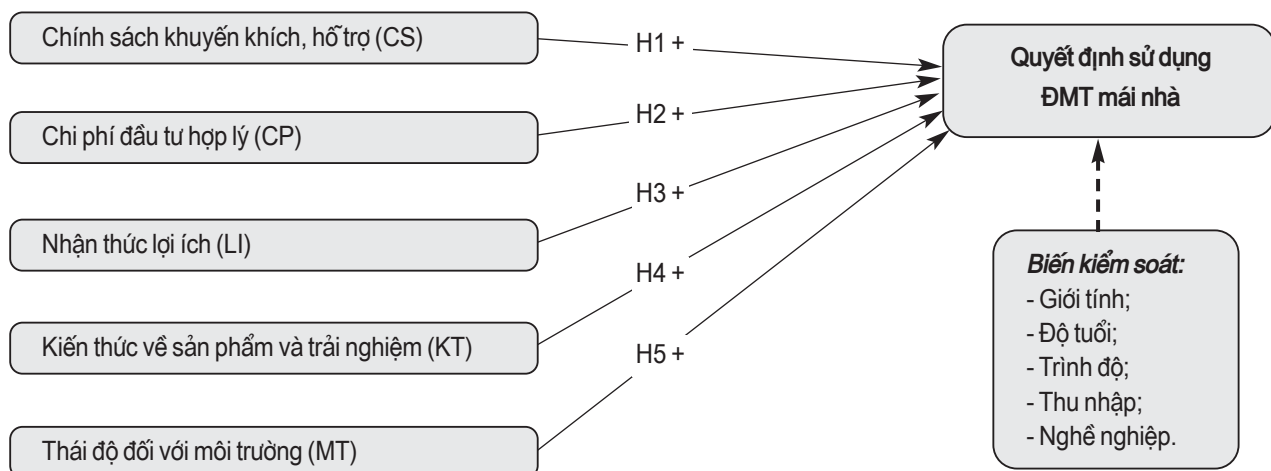
cũng đặt mục tiêu tỷ lệ các nguồn năng lượng tái tạo so với công suất cực đại của hệ thống điện Thành phố phấn đấu đạt tối thiểu 15% trong giai đoạn 2025 - 2030, tuy nhiên việc lắp đặt và sử dụng ĐMT áp mái tại TP.HCM còn nhiều hạn chế. Khảo sát tại quận Gò Vấp có diện tích 19,73 km², 192.106 hộ dân với 689.689 nhân khẩu, là một trong những quận có số dân nhiều nhất tại TP.HCM cũng có đến 1.022 hộ dân (0,15%) lắp đặt công trình hệ thống điện mặt trời mái nhà. Tỷ lệ này rất thấp.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Theo Khoản 1 Điều 3 Quyết định số 13/2020/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: “Hệ thống điện mặt trời mái nhà là hệ thống điện mặt trời có các tấm quang điện được lắp đặt trên mái nhà của công trình xây dựng và có công suất không quá 01 MW, đấu nối trực tiếp hoặc gián tiếp vào lưới điện có cấp điện áp từ 35 kV trở xuống của Bên mua điện”. Trên cơ sở lý thuyết về hành động hợp lý (TRA), Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB), Thuyết nhận thức rủi ro TPR, Lý thuyết về khuyến khích sự đổi mới (DIT), mô hình chấp nhận (TAM), Kotler và cộng sự (2008),

sự chấp nhận sử dụng điện mặt trời trong nuôi trồng thủy sản tại khu vực ven biển tỉnh Nam Định - Việt Nam, Liem và Nhan (2020) về các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng mô hình năng lượng mặt trời trên mái nhà của hộ gia đình tại tỉnh Cà Mau. Nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 5 biến độc lập, là: (1) Chính sách khuyến khích, hỗ trợ, (2) Chi phí đầu tư hợp lý, (3) Kiến thức về sản phẩm và trải nghiệm, (4) Nhận thức lợi ích và (5) Thái độ đối với môi trường ảnh hưởng đến biến phụ thuộc là Quyết định sử dụng hệ thống điện mặt trời mái nhà. (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp và đề xuất

quy trình ra quyết định với 5 bước gồm nhận dạng vấn đề, thông tin tìm kiếm, đánh giá các lựa chọn thay thế, quyết định mua hàng và hành vi sau khi mua hàng. Một số nghiên cứu ở nước ngoài và trong nước đã được thực hiện như Kessy Stelah Stephahn (2018) về các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng công nghệ năng lượng mặt trời ở Tanzania; Chandan Parsad et al. (2020) nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sử dụng năng lượng mặt trời hộ gia đình ở Kerala, Ấn Độ; Duy và Kiên (2014) nghiên cứu yếu tố tác động tới sử dụng năng lượng tái tạo ở Việt Nam; Duy và cộng sự (2017) nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến

3. Phương pháp nghiên cứu

Sau khi nghiên cứu định tính bằng câu hỏi chính thức được gửi 309 khách hàng tại quận Gò Vấp, số liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0 để phân tích qua các bước kiểm định độ tin cậy Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan hồi quy, kiểm định T-Test và Anova.

4. Kết quả và thảo luận

Kết quả độ tin cậy Cronbachs Alpha của các biến độc lập và biến phụ thuộc của các thang đo đều lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát thuộc các thang đo này đều trên

0,3 cho thấy tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy. Phân tích nhân tố (EFA) cho các biến độc lập, kết quả cho thấy hệ số KMO = 0,810 và thống kê chi-bình phương của kiểm định Bartlett đạt giá trị là 3691,381 ở mức giá trị sig. = 0,000. Cả 23 biến thành phần được rút trích thành 5 nhân tố tại giá trị Eigenvalue = 1,745 lớn hơn 1 với phương sai trích = 67,275%. Phân tích EFA với biến phụ thuộc cũng cho kết quả KMO = 0,664 và kiểm định Bartlett cho giá trị sig. = 0,000 < 0,05 cho thấy bộ dữ liệu là phù hợp.

Kết quả ma trận tương quan cho thấy hệ số tương quan giữa các yếu tố phụ thuộc và yếu tố độc lập đều có giá trị sig. < 0,05 cho thấy các biến độc lập có tương quan với biến phụ thuộc trong mô hình. Kết quả hồi quy tuyến tính được thể hiện ở Bảng 1.

Bảng kết quả cho thấy: Giá trị sig. của tất cả các biến độc lập đều nhỏ hơn 0,05. Tất cả các biến đều dương. Kết quả hồi quy như sau:

$$QD = 0,655 + 0,225*CP + 0,167*LI + 0,158*KT + 0,141*MT + 0,075*CS$$

Kiểm định $R^2 = 0,537$ và R^2 được điều chỉnh là 0,530 cho thấy sự biến thiên của biến quyết định (QD) được giải thích bởi 5 biến độc lập của mô hình. Kiểm tra Durbin-Watson = 2,019 nằm trong

khảng 1 đến 3 nên ta có thể kết luận không có hiện tượng đa cộng tuyến, không có hiện tượng tự tương quan giữa các phần dư.

Như vậy, có thể kết luận rằng, khi “Chi phí đầu tư hợp lý” tăng (hoặc giảm) 1 điểm trong thang đo Likert 5 điểm thì quyết định sử dụng hệ thống điện mặt trời mái nhà của người dân cũng sẽ tăng (hoặc giảm) 0,225 điểm. Khi “Nhận thức lợi ích” tăng (hoặc giảm) 1 điểm, quyết định sử dụng điện mặt trời mái nhà cũng sẽ tăng (hoặc giảm) 0,167 điểm. Khi “Kiến thức về sản phẩm và trải nghiệm” tăng (hoặc giảm) 1 điểm, quyết định sử dụng điện mặt trời mái nhà cũng sẽ tăng (hoặc giảm) 0,158. Khi “Thái độ đối với môi trường” tăng (hoặc giảm) 1 điểm, quyết định sử dụng điện mặt trời mái nhà cũng sẽ tăng (hoặc giảm) 0,141 điểm. Khi “Chính sách khuyến khích, hỗ trợ” tăng (hoặc giảm) 1 điểm, quyết định sử dụng điện mặt trời mái nhà của người dân cũng sẽ tăng (hoặc giảm) 0,075 điểm.

5. Một số hàm ý quản trị

Hệ số hồi quy chuẩn hóa cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng hệ thống điện mặt trời mái nhà của người dân TP.HCM theo chiều từ mạnh nhất đến yếu, gồm: (1) Chi phí đầu tư hợp lý, (2) Nhận thức lợi ích, (3) Kiến thức về sản phẩm và trải nghiệm (4) Thái độ đối với môi

Bảng 1. Kết quả hồi quy tuyến tính

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai	
1	(Constant)	0,655	0,133		4,926	0,000		
	CS	0,075	0,025	0,127	3,020	0,003	0,867	1,153
	CP	0,225	0,021	0,445	10,867	0,000	0,909	1,101
	KT	0,158	0,021	0,313	7,509	0,000	0,881	1,135
	LI	0,167	0,022	0,331	7,516	0,000	0,785	1,274
	MT	0,141	0,020	0,306	7,123	0,000	0,825	1,212

Nguồn: Kết quả phần mềm SPSS 26.0

trường, (5) Chính sách khuyến khích, hỗ trợ. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị sau:

Đối với yếu tố Chi phí đầu tư hợp lý:

Đây là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định sử dụng hệ thống ĐMT mái nhà với hệ số hồi qui $\beta = 0,445$. Kết quả khảo sát cho thấy giá trị trung bình của các biến quan sát trong thang đo cao nhất là $= 3,14$ thể hiện người dân cho rằng chi phí lắp đặt hệ thống ĐMT còn cao. Như vậy, các doanh nghiệp trong lĩnh vực điện mặt trời cần xây dựng giá bán hệ thống ĐMT cho người dân một cách hợp lý; xây dựng nhiều chính sách giá, đa dạng hóa các hình thức thanh toán trả ngay, trả chậm, hoặc thuê mua để qua đó nhiều hộ gia đình có thể lắp đặt được hệ thống ĐMT do công ty cung cấp.

Đối với yếu tố Nhận thức về lợi ích:

Đây là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ hai đến quyết định sử dụng điện mặt trời mái nhà với hệ số hồi qui $\beta = 0,331$. Kết quả khảo sát cho thấy giá trị trung bình của các biến quan sát dao động từ 2,61 đến 3,07. Điều này cho thấy nhận thức về lợi ích đối với việc sử dụng điện mặt trời mái nhà được người dân ở mức trung bình thấp.

Như vậy, các công ty điện lực khu vực, các công ty cung cấp thiết bị ĐMT cần tăng cường các giải pháp tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về lợi ích của điện mặt trời để người dân được biết. Cần phối hợp chặt chẽ giữa địa phương, công ty điện lực, công ty cung cấp thiết bị ĐMT để truyền thông điệp, nâng cao nhận thức cộng đồng, giúp người dân hiểu được những lợi ích thiết thực của điện mặt trời mái nhà.

Ngành Điện cần tăng cường tổ chức các buổi hhội thảo về giải pháp phát triển điện mặt trời trên địa bàn TP.HCM, giao lưu trực tuyến về điện mặt trời và năng lượng tái tạo trên các báo, đài,... để giới thiệu về những lợi ích mang lại khi sử dụng điện mặt trời về mặt kinh tế và xã hội.

Đối với yếu tố Kiến thức về sản phẩm và sự trải nghiệm:

Đây là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ ba đến quyết định sử dụng hệ thống điện mặt trời mái nhà với hệ số hồi qui $\beta = 0,313$. Kết quả khảo sát cho

thấy kiến thức của người dân vẫn còn ở mức trung bình, điểm trung bình của các biến quan sát dao động từ 2,9 đến 3,74.

Vì vậy, các địa phương, ngành Điện và các doanh nghiệp trong lĩnh vực điện mặt trời cần tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách sử dụng điện mặt trời mái nhà đến người dân nhằm nâng cao hiểu biết của người dân trong việc sử dụng điện mặt trời mái nhà. Xây dựng nội dung tuyên truyền, quảng cáo dễ hiểu, hình thức tuyên truyền phong phú, đa dạng song song với hình thức truyền thông như báo, đài, tivi, mạng xã hội,... đặc biệt là chú trọng tuyên truyền tại các trường học. Các nhà sản xuất và các nhà cung cấp hệ thống điện mặt trời cần nghiên cứu đưa ra các sản phẩm đơn giản và dễ sử dụng. Cần có lực lượng nhân viên có chuyên môn, kinh nghiệm để hỗ trợ kỹ thuật, cung cấp đầy đủ thông tin cho khách hàng và chăm sóc khách hàng sau khi khách hàng lắp đặt sử dụng.

Đối với yếu tố Thái độ đối với môi trường:

Đây là yếu tố ảnh hưởng thứ tư đến quyết định sử dụng điện mặt trời mái nhà với hệ số hồi qui $\beta = 0,306$. Kết quả khảo sát cho thấy giá trị trung bình của các biến quan sát trong thang đo thấp nhất là 2,28 và cao nhất là $= 3,47$. Rõ ràng người dân đã có kiến thức về môi trường và đã nhận thấy được điện năng từ điện lưới quốc gia được sản xuất từ các nguồn năng lượng hóa thạch, như: nhiệt điện than, dầu, khí thiên nhiên,... gây ô nhiễm môi trường một cách đáng kể, tuy nhiên thái độ về bảo vệ môi trường của người dân còn chưa được cao. Như vậy, chính quyền địa phương, các ngành Văn hóa, Giáo dục, Truyền thông phải chung tay để xây dựng các chương trình tuyên truyền giáo dục ngay từ trong nhà trường và cộng đồng dân cư, nhằm nâng cao nhận thức và kiến thức đối với môi trường. Các nhà cung cấp sản phẩm điện mặt trời ngoài việc quảng bá sản phẩm, lợi ích về tài chính cần phải quan tâm tuyên truyền lợi ích về việc góp phần bảo vệ môi trường khi sử dụng sản phẩm điện mặt trời mái nhà cũng như các sản phẩm xanh khác.

Đối với yếu tố Chính sách khuyến khích, hỗ trợ:

Đây là yếu tố ảnh hưởng yếu nhất đến quyết định sử dụng điện mặt trời mái nhà với hệ số hồi qui $\beta = 0,127$. Kết quả khảo sát cho thấy giá trị trung bình của các biến quan sát trong thang đo dao động từ 2.85 đến 3.38. Điều này cho thấy chính sách của Chính phủ được người dân rất quan tâm, trong đó biến quan sát “Khi hệ thống điện mặt trời mái nhà của tôi sản xuất ra dư điện không dùng hết thì tôi sẽ bán lại phần điện dư này cho ngành Điện dễ dàng” có giá trị trung bình thấp nhất với Mean = 2,85, cho thấy người dân chưa nắm rõ được chính sách khuyến khích sản xuất và

bán điện từ ĐMT của Chính phủ. Chính việc chưa nắm rõ được chính sách này là lý do trở ngại lớn đối với những người dân đang có ý định cũng như quyết định đầu tư, sử dụng nguồn năng lượng này, do Quyết định số 13/2020/QĐ-CP ban hành ngày 06/04/2020 của Thủ tướng Chính phủ về cơ chế khuyến khích phát triển đã hết hiệu lực sau ngày 31/12/2020. Do vậy, Chính phủ cần xem xét sớm ban hành cơ chế mới, chính sách giá mua áp dụng mới đặc biệt đối với đối tượng điện năng lượng mặt trời mái nhà phục vụ cho nhu cầu sử dụng điện tại chỗ, tận dụng khai thác mái nhà sẵn có của người dân ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tài liệu tiếng Việt:

1. Lê Trần Thanh Liêm và Phạm Ngọc Nhân (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng mô hình năng lượng mặt trời trên mái nhà của hộ gia đình tại tỉnh Cà Mau. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 56(2C), 161-167. Doi: 10.22144/ctu.jnv.2020.043.
2. Nguyễn Văn Duy & Đào Trung Kiên (2014). Nghiên cứu yếu tố tác động tới sử dụng năng lượng tái tạo. Truy cập tại: <https://nangluongvietnam.vn/nghien-cuu-yeu-to-tac-dong-toi-su-dung-nang-luong-tai-tao-10592.html>
3. Nguyễn Văn Duy, Nguyễn Tiến Hưng, Đỗ Kim Dư & Nguyễn Thị Duyên (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận sử dụng điện mặt trời trong nuôi trồng thủy sản tại khu vực ven biển tỉnh Nam Định Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế & Quản trị kinh doanh*, 01(03), 45-50.
4. Tập đoàn Điện lực Việt Nam (2020). Nhiều hoạt động thiết thực thúc đẩy điện mặt trời mái nhà. Truy cập tại: <https://www.evn.com.vn/d6/news/EVN-Nhieu-hoat-dong-thiet-thuc-thuc-day-dien-mat-troi-mai-nha-141-17-26656.aspx>.
5. Thủ tướng Chính phủ (2017). *Quyết định số 11/2017/QĐ-TTg ngày 11/4/2017 về cơ chế khuyến khích phát triển điện mặt trời tại Việt Nam.*
6. Thủ tướng Chính phủ (2020). *Quyết định số 13/2020/QĐ-TTg ngày 06/4/2020 về cơ chế khuyến khích phát triển điện mặt trời tại Việt Nam.*

Tài liệu tiếng Anh:

1. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior an Human Decision Processes*, 50, 179-211.
2. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research. *Addition-Wesley, Reading, MA*, 82(2), 261-277.
3. Chandan parsad, Shashank Mittal, raveesh Krisnankutty (2020). A study on the factors affecting household solar adoption in Kerala, India. *International Journal of productiand Performance*, 69(8), 1695-1720.
4. Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.

5. Kessy Stellah Stephahn (2018). Factors Influencing Adoption of Solar Technology in Tanzania: A Case study of Arumeru District. *International Journal of Research (IJSR)*, 8(1), 1542-1546.
6. Phạm Thanh Phương & Nguyễn Quốc Nghi (2020). Factors effecting Customers Decision on Intalling Rooftop Solar power in Binh Thanh Province, Viet Nam. *International Journal of Research and Review*, 7(5), 137-141.
7. Roger, E.M (2013). *Diffusion of innovations*, 5th ed, New York: the Free Press.
8. Vikas kumar, Bikramit Singhundal, Kulwinder Kaur (2019). Factors effecting consumer buying behaviour of solar water pumping system. *Smart and Sustainable Built Environment*, 8(4), 351-364.

Ngày nhận bài: 6/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/8/2021

Thông tin tác giả:

1. TS. PHẠM NGỌC DƯƠNG

Trường Đại học Tài chính - Marketing

2. HỒ QUANG ÁI NHÂN

Học viên cao học, Trường Đại học Tài chính - Marketing

FACTORS AFFECTING THE DECISION OF PEOPLE IN HO CHI MINH CITY TO USE ROOFTOP SOLAR POWER SYSTEMS

● Ph.D PHAM NGOC DUONG¹

● Masters student HO QUANG AI NHAN¹

¹ University of Finance and Marketing

ABSTRACT:

This study determined the factors affecting the decision of people in Go Vap District, Ho Chi Minh City to use rooftop solar power systems. Both qualitative and quantitative research methods were used in this study and the study's survey data were collected from 309 people living in Go Vap District who have used or are interested in using rooftop solar power. The study's results point out that there are 5 factors affecting people's decisions to use rooftop solar power, namely (1) Policies to encourage and support the use of rooftop solar power, (2) Reasonable investment costs, (3) Knowledge and experience about rooftop solar power, (4) Perception of benefits and (5) Attitude towards the environment. Based on these results, this study proposes some managerial implications for rooftop solar power system trading companies in Ho Chi Minh City to encourage more people install and use rooftop solar power system in the city.

Keywords: intention, decision, rooftop solar power, reasonable action, Ho Chi Minh City.

DOANH NGHIỆP E-LOGISTICS Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● ĐỖ MINH NAM - ĐỖ VĂN DŨNG - TRƯƠNG THỊ THANH LOAN

TÓM TẮT:

Logistics là một ngành kinh tế đang phát triển mạnh mẽ, tham gia ngày càng sâu rộng vào mọi mặt của nền kinh tế - xã hội, đồng thời là mắt xích quan trọng trong việc hoàn tất quy trình đơn hàng thương mại điện tử (TMĐT). Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp E-logistics đã ra đời và nhanh chóng lan rộng trên thế giới. Bài viết phân tích các hoạt động của doanh nghiệp E-logistics trong việc hỗ trợ di chuyển hàng hóa từ nơi cung ứng đến nơi tiêu dùng qua các giao dịch mua bán điện tử.

Từ khóa: thương mại điện tử, logistics, doanh nghiệp E-logistics.

1. Vai trò của doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam

Hiện nay, nền kinh tế của các nước trên thế giới đã và đang tạo ra xu hướng chuyển dịch mạnh mẽ từ thương mại truyền thống sang thương mại điện tử, ngành Logistics cũng đã có những thay đổi nhanh chóng để bắt kịp. Đó chính là sự ra đời của logistics điện tử hay còn gọi là logistics trong TMĐT (E-logistics). Các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh, cung cấp dịch vụ E-logistics được gọi là các doanh nghiệp E-logistics.

Logistics trong TMĐT là sự kết hợp giữa logistics và TMĐT, theo đó các hoạt động quản lý kinh doanh và sản xuất được số hóa và thông qua môi trường trên internet theo cơ chế tự động hóa, hành vi mua bán hàng hóa/dịch vụ được thực hiện trên những trang điện tử và thường tập trung vào

các nghiệp vụ sau trong TMĐT như hoàn tất đơn hàng qua các khâu: đóng gói, phân phối, vận chuyển, thu tiền của khách hàng phục vụ các giao dịch thông suốt trong kinh doanh và sản xuất. Điều này cho thấy mối quan hệ chặt chẽ và hỗ trợ nhau giữa 2 lĩnh vực TMĐT và logistics, TMĐT không thể thiếu logistics, còn logistics phát triển nhanh và mạnh nhờ TMĐT. Đặc biệt, trong khoảng thời gian phòng chống dịch Covid-19, hoạt động mua/bán hàng hóa có sự thay đổi nhanh, chuyển từ mua/bán trực tiếp sang mua/bán trực tuyến, doanh thu thông qua giao dịch qua các kênh trực tuyến tăng nhanh khoảng 18%/năm [4] khiến nhu cầu dịch vụ logistics cho TMĐT tăng cao. Theo đó, hàng loạt các doanh nghiệp E-logistics ra đời để đáp ứng nhu cầu mua hàng trực tuyến, giao hàng tận nơi của người tiêu dùng.

Có thể khẳng định, E-logistics là một công cụ liên kết mọi hoạt động của chuỗi giá trị toàn cầu, bao gồm: sản xuất, cung cấp, lưu thông phân phối, mở rộng thị trường. Nó có vai trò vô cùng to lớn trong việc tối ưu hóa chu trình lưu chuyển từ khâu đầu vào đến đầu ra trong sản xuất của các doanh nghiệp. Chính vì vậy, nó sẽ thúc đẩy mạnh mẽ nền kinh tế hiện nay. Khi doanh nghiệp E-logistics dựa vào ứng dụng công nghệ thông tin, có thể khai thác những lợi ích về thuật toán xếp lịch tối ưu, khai phá dữ liệu, trí tuệ nhân tạo và mạng toàn cầu để tạo lợi thế về phạm vi thị trường rộng, mật độ lưu thông hàng hóa cao, tần suất mua lớn, mặt hàng đa dạng và phong phú, thời gian giao hàng nhanh chóng và có thể thu tiền trực tiếp hoặc giao dịch điện tử. Điều này tạo ra cho các doanh nghiệp đó có khả năng hoạt động không hạn chế về thời gian và địa điểm, tạo nhiều cơ hội mở rộng thị trường ở các vùng miền, khu vực khác nhau đặc biệt là những địa phương không thuận lợi về vị trí địa lý, theo đó thúc đẩy phát triển toàn bộ nền kinh tế. Mặt khác, với sự trợ giúp của công nghệ thông tin, doanh nghiệp E-logistics có thể tăng khả năng kiểm soát đơn hàng và giải quyết tốt các bài toán về nguồn nguyên liệu đầu vào, số lượng sản phẩm sản xuất ra, hành trình vận tải nhanh gọn, vấn đề kho bãi, giao hàng, lượng hàng tồn kho ở mức tối thiểu, đặc biệt là sử dụng bên thứ 3 trong khâu vận tải một cách hợp lý, cắt giảm chi phí các khâu trung gian. Những điều này khiến cho khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp đó tăng lên, thúc đẩy phát triển thương mại trong nước và quốc tế, góp phần làm tăng trưởng nền kinh tế nước nhà.

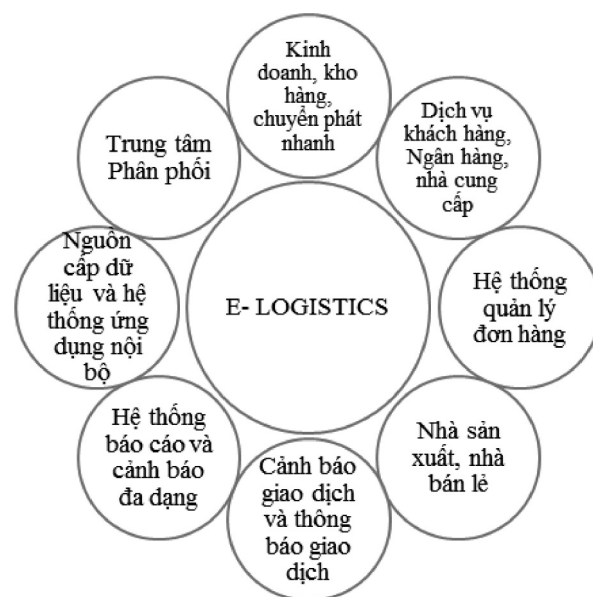
2. Thực trạng phát triển doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam

Từ năm 2018 đến nay, thị trường TMĐT ở Việt Nam có sự phát triển mạnh mẽ, quy mô năm 2018 đạt 8,06 tỷ USD, năm 2019 đạt 10,08 tỷ USD, năm 2020 đạt 11,8 tỷ USD và ước tính năm 2021 đạt 13,6 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm đạt 18%, trong đó chi phí

logistics chiếm khoảng 10% doanh thu [4], đây là nền tảng cơ sở cho sự phát triển doanh nghiệp logistics.

Theo báo cáo của Bộ Công Thương, “năm 2017, Việt Nam có khoảng 50 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ E-logistics, đến nay con số đã lên đến hơn 3.000 doanh nghiệp đăng ký hoạt động trong mảng logistics, trong đó 89% là doanh nghiệp trong nước, 10% là doanh nghiệp liên doanh và 1% là doanh nghiệp nước ngoài” [8]. Trong đó, phải kể đến các doanh nghiệp lớn như: DHL Express, FedEx, UPS, Maersk Logistics, APL Logistics, Schenker, Nippon Express, KWE, CJ Logistics, KMTC Logistics, Log Win, Lazada, Tiki Shopeee, Thế giới Di động, Viettel Post, Vietnam Post, Sen Đỏ, FPT Shop, Điện máy Xanh, Adayroi, Amazon,... Phần lớn các doanh nghiệp đó giao dịch theo mô hình B2C, mọi công đoạn trong logistics từ đầu vào đến đầu ra đều được xử lý bằng công nghệ thông tin, các quy trình được số hóa và tự động (xem Hình 1) để đáp ứng số lượng đơn hàng lớn lên đến hàng triệu đơn mỗi ngày, đa dạng chủng loại hàng hóa, tiến độ giao hàng chỉ trong một vài giờ.

Hình 1: Các thành phần của hệ thống E-logistic



Nguồn: Tác giả tổng hợp

- Các hình thức E-logistics ở Việt Nam gồm:

+ *Dịch vụ chuyển phát nhanh (CPN)*: Những năm gần đây, dịch vụ này tương đối phát triển, số lượng doanh nghiệp đăng ký thực hiện dịch vụ loại này đã tăng lên đáng kể, năm 2016 chỉ có khoảng hơn 200 công ty, hiện có 362 công ty đăng ký, trong đó có CPN quốc tế là 198 công ty và CPN trong nước là 164 công ty [1]. Mặt khác, số lượng đơn hàng tăng trưởng ở mức trung bình 45% giai đoạn 2015 - 2020 và có thể đạt tới 530 triệu đơn hàng vào năm 2020.

+ *Dịch vụ giao hàng thu tiền (giao hàng tức thời)*: Dịch vụ này cũng được các đơn vị bán lẻ, kinh doanh online sử dụng nhiều, đặc biệt là các mặt hàng mua số lượng ít, giá trị không lớn. Theo đó, đơn vị cung cấp dịch vụ logistics đảm nhiệm vai trò giao hàng và thu tiền hộ người bán hàng.

+ *Dịch vụ giao hàng chặng cuối*: Dịch vụ này liên quan đến hai tác nghiệp quan trọng đó là vận tải - giao hàng và trung tâm phân loại - chia chọn được tích hợp với nhau. Trong đó, việc tổ chức hoạt động phân loại - chia chọn đóng vai trò quan trọng đối với chất lượng và năng lực thực hiện dịch vụ của các hãng. Trong những năm qua, một số công ty lớn đã thực hiện thành công dịch vụ này, như: Lazada, Vietnam Post, GHN.

- Các mô hình E-logistics ở Việt Nam, bao gồm:

+ 1 PL (First party logistics): Là logistic tự cấp, tự chủ trong cung cấp dịch vụ logistics của doanh nghiệp và sử dụng cơ sở vật chất của chính doanh nghiệp đó.

+ 2 PL (Second party logistics): Là mô hình mà doanh nghiệp đi thuê một phần dịch vụ logistics của đối tác trong ngành.

+ 3 PL (Logistic theo hợp đồng): Là mô hình mà doanh nghiệp thuê logistics ngoài, được bên thứ 3 cung cấp, nhưng hoàn toàn đơn lẻ.

+ 4 PL (Cung cấp dịch vụ logistic thứ 4): Theo mô hình này, doanh nghiệp sẽ cung cấp đầy đủ một chuỗi trong dịch vụ logistics.

+ 5 PL (Cung cấp logistic cho bên thứ 5): Theo mô hình này, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics trên nền thương mại điện tử.

Trong 5 mô hình trên, hiện nay các doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam chủ yếu áp dụng mô hình thứ 2 và thứ 3.

Mặc dù hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực E-logistics bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố (chất lượng nguồn nhân lực, giá đầu, các hiệp định thương mại, tình hình kinh tế vĩ mô, sự phát triển của xuất nhập khẩu và cách mạng công nghệ 4.0) [8], tuy nhiên trong những năm qua, doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam đã có nhiều bước tiến và đóng góp đáng kể vào tăng trưởng nền kinh tế đất nước. Cụ thể:

- Đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy mở rộng liên kết kinh tế giữa các ngành hàng, các vùng kinh tế: Nhờ có sự kết hợp giữa logistics và TMĐT, ngành Dịch vụ logistics đem lại giá trị gia tăng ngày càng nhiều, hàng năm đóng góp khoảng 4-5% GDP [9] và tạo khoảng 20.000 việc làm cho người lao động với mức lương hàng tháng tương đối cao từ 500 - 1500USD [3]. Đồng thời, các doanh nghiệp E-logistics với ưu thế vượt trội là hỗ trợ tốt trong công tác lưu kho, chuẩn bị đơn hàng, giao hàng tại kho người bán và tại địa chỉ người mua mà không phụ thuộc vào thời gian và địa điểm cung cấp, nên rất thuận tiện trong việc làm cầu nối liên kết giữa các doanh nghiệp, các lĩnh vực, các vùng miền và các ngành kinh tế cùng nhau hỗ trợ, phát triển.

- Lĩnh vực hoạt động, kênh phân phối và các loại hình vận tải của doanh nghiệp E-logistics tương đối đa dạng, tạo điều kiện rộng phạm vi kinh doanh ra các thị trường bên ngoài Việt Nam.

- Năng lực logistics của các doanh nghiệp nhìn chung đều được đánh giá tương đối tốt về đáp ứng thời gian phản hồi và xử lý nhanh, đảm bảo độ tin cậy cho khách hàng.

Bên cạnh kết quả đạt được, doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam vẫn còn một số hạn chế sau:

- Quy mô doanh nghiệp còn nhỏ, ít vốn, kéo theo việc đầu tư, ứng dụng công nghệ thông tin ở các doanh nghiệp bị hạn chế, hoạt động ở các khâu chủ yếu vẫn là thủ công, dẫn đến sai sót, chi phí cao. Ngoài ra, logistics chuỗi lạnh rất cần thiết

với lĩnh vực nông sản của Việt Nam, tuy nhiên chưa có nhiều doanh nghiệp đầu tư cho hệ thống này. Theo Hiệp hội Doanh nghiệp Dịch vụ Logistics Việt Nam, phần lớn doanh nghiệp logistics và chuyển phát nhanh tại Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ, trong đó 90% số doanh nghiệp có vốn dưới 10 tỉ đồng, 5% doanh nghiệp có vốn từ 10 - 20 tỉ đồng. Đối với những doanh nghiệp này, khả năng tham gia vào chuỗi cung ứng E-logistics là vô cùng gian nan. Điều này khiến cho thị trường logistics của Việt Nam tương đối lớn, nhưng 80% thị phần rơi vào tay doanh nghiệp nước ngoài [7].

- Chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng nhu cầu thị trường: Mặc dù nguồn nhân lực làm việc trong lĩnh vực logistics chủ yếu là trẻ, năng động, nhiệt tình. Tuy nhiên, nguồn nhân lực logistics thiếu về số lượng, yếu về trình độ chuyên môn sâu, thiếu kinh nghiệm và tính chuyên nghiệp, hạn chế về ngoại ngữ và phải đảm nhiệm nhiều công việc hành chính khác.

- Chi phí logistics cao, tương đương khoảng 20,9% GDP [2] và chiếm khoảng 30-40% giá thành sản phẩm của doanh nghiệp, trong khi ở các nước như Thái Lan chiếm 6%, Malaysia 12%, so với Singapore thì chi phí cao hơn gấp 3 lần [5].

- Do hạn chế trong ứng dụng công nghệ thông tin nên ở nhiều khâu doanh nghiệp E-logistics thực hiện thủ công làm ảnh hưởng đến thời gian giao hàng, kiểm đếm sai sót, tiếp nhận ý kiến khách hàng chậm,...

3. Giải pháp nâng cao năng lực doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam

Để thúc đẩy phát triển doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

Về phía Nhà nước:

- Hoàn thiện chính sách và pháp luật liên quan đến hoạt động logistics và loại hình mới E-logistics: Nhà nước cần tiếp tục xúc tiến nhanh việc cải cách các thủ tục hành chính, cần được đơn giản và minh bạch, nhất là việc công khai thông tin thủ tục và số hóa các thủ tục hành chính để tạo môi trường kinh doanh dịch vụ E-logistics thuận

lợi, thông thoáng nhằm mục đích cắt giảm chi phí cho doanh nghiệp. Ngoài ra, Nhà nước cần đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong lĩnh vực logistics, tiếp tục tạo hành lang pháp lý hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp E-logistics ứng dụng công nghệ thông tin để giảm giá dịch vụ và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành, tạo điều kiện và hỗ trợ để thanh toán điện tử được triển khai rộng rãi, hạn chế giao dịch tiền mặt. Mặt khác, Nhà nước cần có chính sách đầu tư, ưu đãi về thuế, thuê đất, lãi vay để hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước tham gia kinh doanh lĩnh vực E-logistics có điều kiện đầu tư hệ thống kho bãi, hệ thống phân loại hàng hóa, nâng cấp trang thiết bị bốc dỡ hàng, ứng dụng công nghệ thông tin,... đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa để có thể đủ sức cạnh tranh với các tập đoàn lớn của nước ngoài, nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường và giảm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh.

- *Đẩy mạnh nâng cấp cơ sở hạ tầng cho logistics như giao thông, viễn thông và công nghệ thông tin:* Nhà nước cùng với Hiệp hội logistics cần rà soát quy hoạch, xây dựng các trung tâm logistics và E-logistics để điều phối, vận hành và kết nối hiệu quả với các hệ thống cảng biển, kho bãi, đường giao thông trong nước và khu vực tạo thành những con đường vận tải hàng hóa thuận lợi, hiệu quả cao và đáp ứng các yêu cầu về kỹ thuật, không gian, sự kết hợp đa dạng các phương tiện vận tải và nhu cầu của thị trường. Bên cạnh đó, Nhà nước cần xúc tiến nhanh việc ứng dụng công nghệ thông tin trong các tổ chức, cơ quan liên quan đến lĩnh vực E-logistics để tạo môi trường kinh doanh thuận lợi.

- *Hoàn thiện tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về logistics:* Nhà nước cần có cơ chế phân cấp quản lý linh hoạt giữa Trung ương và địa phương nhằm nâng cao hơn nữa vai trò chỉ đạo, điều hành hoạt động logistics. Đồng thời xây dựng đội ngũ cán bộ làm việc trong lĩnh vực này có năng lực chuyên môn, nghiệp vụ, tin học ngoại ngữ giỏi, am hiểu pháp luật đáp ứng với yêu cầu công việc.

- *Mở rộng mạng lưới đào tạo nhân lực E-logistics:* Lĩnh vực E-logistics còn khá mới mẻ, đòi hỏi nhiều kỹ năng, nên nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu rất hạn chế. Vì vậy, Nhà nước cần định hướng các trường đại học phối hợp với các Hiệp hội, các doanh nghiệp xây dựng chương trình đào tạo, đào tạo lại nguồn nhân lực theo hướng chuyên sâu, chất lượng cao để có thể vận hành tốt hệ thống E-logistics.

Về phía các Hiệp hội trong lĩnh vực logistics:

Tiếp tục phát huy vai trò trong việc xây dựng cơ chế, chính sách một cách phù hợp và hiệu quả. Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc tháo gỡ khó khăn, vướng mắc cũng như công tác quảng bá, giới thiệu, tham gia hội chợ, triển lãm, thúc đẩy hợp tác liên kết giữa các ngành nghề, doanh nghiệp trong và ngoài nước. Đồng thời, thường xuyên tổ chức hội thảo, tọa đàm trao đổi kinh nghiệm, đào tạo, tập huấn nâng cao chất lượng nguồn nhân lực logistics cho các doanh nghiệp trong ngành.

Về phía doanh nghiệp logistics:

Cần chủ động và nhanh chóng ứng dụng các công nghệ mới nhất của cách mạng công nghiệp 4.0, tích hợp nhiều ứng dụng, như: phần mềm hệ thống quản lý đơn hàng, quản lý kho, tự động phân loại hàng hóa, quản lý vận tải,... để có thể kết nối, tra cứu đơn hàng ở mọi lúc, mọi nơi, giảm thiểu thời gian kiểm đếm, lưu kho, dễ truy xuất, tiếp nhận xử lý phản hồi khách hàng, nâng cao uy tín và hiệu quả trong công tác quản lý, từ đó có thể giảm chi phí, giảm thiểu sai sót trong quy trình logistics cho doanh nghiệp. Đồng thời, cần

chủ động cập nhật nắm bắt thông tin, cơ chế, chính sách, các quy định pháp luật, chia sẻ, liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp trong ngành, các doanh nghiệp là đối tác nhằm tạo lợi thế cạnh tranh và cải thiện năng lực phục vụ. Mặt khác, doanh nghiệp E-logistics nên tích cực tham gia sàn giao dịch vận tải nhằm tiếp cận được đầy đủ thông tin hữu ích trong việc sử dụng phương tiện vận tải và cung đường đi hợp lý, giảm bớt khâu trung gian, giảm chi phí quản lý và vận tải, theo đó nâng cao hiệu suất vận tải cho các doanh nghiệp E-logistics. Ngoài ra, cần chủ động liên doanh, liên kết với các nhà cung cấp dịch vụ logistics, với doanh nghiệp sản xuất, xuất nhập khẩu nhằm tạo lợi thế cạnh tranh và cải thiện năng lực cung cấp dịch vụ logistics của chính mình. Bên cạnh đó, doanh nghiệp E-logistics cũng cần phải coi trọng vấn đề đào tạo nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn, am hiểu luật pháp đáp ứng đòi hỏi của công việc trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Tất cả những điều này sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh và nâng cao hiệu quả kinh tế cho doanh nghiệp E-logistics.

Trên đây là toàn cảnh bức tranh về doanh nghiệp E-logistics ở Việt Nam trong những năm qua. Để phát huy thế mạnh, khai thác và nâng cao hiệu quả kinh tế cho các doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới, đòi hỏi cần có sự vào cuộc của cả hệ thống, đồng thời cần thực hiện đồng bộ các giải pháp phù hợp, kịp thời để hỗ trợ phát triển doanh nghiệp E-logistics, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế đất nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương (2019). *Báo cáo logistics Việt Nam năm 2019*. NXB Công Thương, Hà Nội.
2. Bộ Công Thương (2020). *Báo cáo logistics Việt Nam năm 2020*. NXB Công Thương, Hà Nội.
3. Chính phủ (2013). *Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về thương mại điện tử*.
4. VLA. E-logistics: Khó có chỗ cho doanh nghiệp nhỏ. Truy cập tại: <https://www.vla.com.vn/-e-logistics-kho-co-cho-cho-doanh-nghiep-nho.html>

5. VILAS. Thực trạng chi phí logistics Việt Nam năm 2020. Truy cập tại: <https://vilas.edu.vn/chi-phi-logistics-tai-viet-nam-2020.html>.
6. Hiệp hội Logistic Việt Nam (2018). Diễn đàn logistics Việt Nam lần thứ 6, “Logistics kết nối các vùng tăng trưởng kinh tế”. Hạ Long, Việt Nam.
7. Chi phí logistics cao làm giảm sức hút đầu tư của Việt Nam. <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/chi-phi-logistics-cao-lam-giam-suc-hut-dau-tu-cua-viet-nam-323011.html>
8. Cao Cẩm Linh (2021). Phát triển dịch vụ logistics ở Việt Nam trong bối cảnh kinh tế số. Tạp chí Tài chính. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/phat-trien-dich-vu-logistics-o-viet-nam-trong-boi-canhh-kinh-te-so-331297.html>

Ngày nhận bài: 6/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/8/2021

Thông tin tác giả:

1. ThS. ĐỖ MINH NAM

2. ThS. ĐỖ VĂN DŨNG

3. ThS. TRƯƠNG THỊ THANH LOAN

Trường Đại học Tài chính - Quản trị Kinh doanh

E-LOGISTICS ENTERPRISES IN VIETNAM: CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS

● Master. **DO MINH NAM**¹

● Master. **DO VAN DUNG**¹

● Master. **TRUONG THI THANH LOAN**¹

¹University of Finance - Business Administration

ABSTRACT:

Logistics industry has experienced a rapid growth and has played an increasing role in many socio-economic aspects. Logistics is also an essential part in the e-commerce sector. In that context, e-logistics businesses have grown quickly around the world. This paper analyzes the operations of e-logistics enterprises in transporting goods from suppliers to consumers via online transactions.

Keywords: e-commerce, logistics, e-logistics enterprise.

NÂNG CAO VĂN HÓA KINH DOANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

● NGÔ MINH THUẬN

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu về xây dựng và phát triển văn hóa kinh doanh trong doanh nghiệp (DN) là yêu cầu tất yếu, khách quan không thể thiếu được trong nền kinh tế thị trường và xu thế toàn cầu hóa kinh tế đối với các DN Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: văn hóa, văn hóa kinh doanh, kinh tế thị trường, kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

1. Sự cần thiết xây dựng và phát triển văn hóa kinh doanh trong DN

Kinh doanh là một trong những hoạt động phong phú nhất của loài người. Hoạt động kinh doanh thường được thông qua các thể chế kinh doanh như tập đoàn, công ty nhưng cũng có thể là hoạt động tự thân của các cá nhân như sản xuất - buôn bán nhỏ kiểu hộ gia đình. Do đó, kinh doanh được coi là một hoạt động sáng tạo của loài người như sáng tạo ra sản phẩm mới và dịch vụ mới cho con người, cho xã hội, tạo ra việc làm cho xã hội, tạo ra các khoản thuế nộp ngân sách để xây dựng đất nước và cuối cùng là tạo động lực thúc đẩy xã hội phát triển. Chính nhờ tính chất này mà kinh doanh trở nên phổ biến và thu hút sự tham gia của hầu hết người dân trong xã hội. Theo Luật DN 2014, “Kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi”¹.

Chủ thể kinh doanh là tổ chức, cá nhân, tổ hợp tác, hộ gia đình được cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh

(hoặc giấy phép đầu tư đối với DN có vốn đầu tư nước ngoài) và thực hiện trên thực tế các hoạt động kinh doanh thu lợi nhuận.

Nghiên cứu chỉ ra, hoạt động sản xuất - kinh doanh muốn phát triển bền vững, không chỉ đem lại giá trị cho chủ thể doanh nghiệp, mà còn mang lại giá trị chung xã hội. Chính vì vậy, đòi hỏi chủ thể DN phải xây dựng và thực thi văn hóa kinh doanh trong doanh nghiệp.

Văn hóa kinh doanh là sự kết tinh của hệ thống giá trị, trí tuệ, năng lực sáng tạo của cả DN trong quá trình hoạt động sản xuất và kinh doanh. Do đó, nó trở thành phương thức tồn tại và phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

“Văn hóa kinh doanh (tiếng Anh: Business culture) là toàn bộ các giá trị vật chất và tinh thần do chủ thể kinh doanh sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động kinh doanh, trong sự tương tác giữa chủ thể kinh doanh với môi trường kinh doanh”².

Xét về mặt bản chất, văn hóa trong kinh doanh là việc sử dụng các nhân tố văn hóa vào hoạt động kinh doanh của chủ thể, là cái văn hóa mà các chủ thể kinh doanh tạo ra trong quá trình kinh doanh, hình thành nên những kiểu kinh doanh ổn định và

đặc thù trong doanh nghiệp. Việc sử dụng các nhân tố văn hóa vào hoạt động kinh doanh sẽ đem lại cho kinh doanh và chủ thể kinh doanh một sứ mạng cao cả, đó chính là sứ mệnh phát triển con người, đem lại sự giàu có, hạnh phúc cho mọi người, sự phồn vinh và vững mạnh của đất nước, sự vẻ vang của dân tộc. Nhận thức được sứ mệnh ấy, con người sẽ hay say lao động, không ngại khó khăn gian khổ, thậm chí hy sinh cả lợi ích riêng của mình đóng góp vào lợi ích chung vì xã hội. Do đó, văn hóa trong kinh doanh là bộ phận cấu thành của nền văn hóa dân tộc, phản ánh trình độ của con người trong lĩnh vực kinh doanh. Văn hóa trong kinh doanh đó là làm cho cái lợi gắn chặt chẽ với cái đúng cái tốt, cái đẹp. Cái lợi đó tuân theo cái đúng, cái tốt, cái đẹp. Ngược lại, cái đúng, cái tốt, cái đẹp là cơ sở bền vững cho hoạt động sinh ra cái lợi. Văn hóa kinh doanh của các nhà kinh doanh, của DN được nhận biết trên hai cấp độ.

Cấp độ rộng, văn hóa kinh doanh là toàn bộ các giá trị vật chất và các giá trị tinh thần do chủ thể kinh doanh sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động kinh doanh, trong sự tương tác giữa chủ thể kinh doanh với môi trường kinh doanh.

Cấp độ hẹp, văn hóa kinh doanh là một hệ thống các giá trị, các chuẩn mực, các quan niệm và hành vi do chủ thể kinh doanh tạo ra trong quá trình hoạt động kinh doanh, được thể hiện trong cách ứng xử của họ với xã hội, tự nhiên ở một cộng đồng hay một khu vực.

Như vậy, văn hóa kinh doanh là một hệ thống các giá trị chuẩn mực, bao gồm:

Các nhân tố văn hóa (hệ giá trị, triết lý sống, tâm lý) được vận dụng vào quá trình kinh doanh để tạo ra các sản phẩm hàng hóa về dịch vụ phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của khách hàng. Thực chất đó là kiểu kinh doanh có văn hóa, kiểu kinh doanh phù hợp với nét đẹp của văn hóa dân tộc. Ngoài ra, cái giá trị, sản phẩm văn hóa như hệ giá trị, triết lý, tập tục riêng, nghệ thuật kinh doanh, mà chủ thể kinh doanh tạo ra trong quá trình hoạt động và làm nghề kinh doanh của chủ thể doanh nghiệp, có tác dụng cổ vũ biểu dương đối với kiểu kinh doanh có văn hóa mà họ đang theo đuổi, là lối sống có văn hóa của các chủ thể kinh doanh.

2. Cấu trúc hình thành và phát triển văn hóa kinh doanh trong DN

Văn hóa kinh doanh là một phương diện của văn hóa trong xã hội, là văn hóa trong lĩnh vực hoạt

động kinh doanh, bao gồm toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần, những phương thức và kết quả hoạt động của con người được tạo ra và sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh. Do đó, cấu trúc văn hóa kinh doanh là thể thống nhất trong đa dạng, bao gồm các nhân tố cơ bản sau:

Thứ nhất, triết lý kinh doanh.

Theo cách tiếp cận quản trị doanh nghiệp, triết lý kinh doanh có rất nhiều cách định nghĩa khác nhau. Tuy nhiên, để hiểu đơn giản nhất triết lý kinh doanh là gì thì đây được xem như tuyên bố về tầm nhìn của một doanh nghiệp. Các nhà quản trị chiến lược của tổ chức, khi hình thành triết lý kinh doanh, xuất phát từ những lý do cơ bản, như: Họ muốn tuyên bố lý do tồn tại của tổ chức và khẳng định đặc trưng nổi bật của tổ chức này so với tổ chức khác về đạo lý kinh doanh và về biện pháp hành động, họ muốn phát triển và thành công lâu dài. Ngoài ra, cách tiếp cận thị trường cho thấy, “Triết lý kinh doanh là những tư tưởng chủ thể kinh doanh hình thành để hướng dẫn tư duy và hành động cho toàn thể các thành viên trong tổ chức”³. Triết lý kinh doanh bắt nguồn từ thực tiễn cuộc sống, từ quá trình hoạt động sản xuất - kinh doanh,... được con người tổng kết và rút ra những tư tưởng chủ đạo như là những nguyên tắc về đạo lý và phương pháp quản lý để dẫn dắt hành vi”. Triết lý kinh doanh thường thể hiện qua lý do tồn tại và các quan điểm hành động, liên quan đến các bộ phận chức năng, các đơn vị trong tổ chức.

Thí dụ trên thị trường hiện nay:

DN Honda: “Không mô phỏng, kiên trì, sáng tạo, độc đáo và dùng con mắt của thế giới mà nhìn vào vấn đề”.

Sonny: “Sáng tạo là lý do tồn tại của chúng ta”.

Panasonic Corporation: “Tinh thần xí nghiệp phục vụ đất nước, kinh doanh là đáp ứng phần lớn của người tiêu dùng trên toàn thế giới với giá cả phải chăng”.

Triết lý kinh doanh được coi là kim chỉ nam dẫn dắt hoạt động kinh doanh. Yếu tố cấu thành của triết lý kinh doanh bao gồm: lý tưởng, phương châm hoạt động, hệ giá trị và các mục tiêu của doanh nghiệp. Triết lý kinh doanh được hình thành từ thực tiễn kinh doanh và khả năng khái quát hóa, sự suy ngẫm, trải nghiệm của chủ thể kinh doanh. Triết lý kinh doanh là yếu tố nền tảng cấu thành nên văn hóa kinh doanh. Nó thể hiện tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của DN đó. Một DN có nền tảng văn

hóa mạnh trước hết phải có triết lý kinh doanh mạnh, có tầm ảnh hưởng sâu sắc. Mặt khác, một DN muốn có văn hóa kinh doanh bền vững phải bắt đầu từ yếu tố cơ bản nhất là có quan niệm đúng kinh doanh, không chỉ mang lại giá trị cho bản thân doanh nghiệp, mà còn mang lại giá trị chung cho xã hội.

Thứ hai, đạo đức kinh doanh.

“Đạo đức kinh doanh là một tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của các chủ thể kinh doanh. Đạo đức kinh doanh chính là đạo đức được vận dụng vào trong hoạt động kinh doanh”⁴.

Trong văn hóa kinh doanh luôn chứa đựng yếu tố nhân văn và đạo đức cho con người, vì con người. Do đó, văn hóa kinh doanh thể hiện ở hành vi, ở phẩm chất đạo đức, tài năng và phong cách của nhà kinh doanh. Biểu hiện ra bên ngoài là những phẩm chất đạo đức, như: tính trung thực, sự tôn trọng con người, luôn vươn tới sự hoàn hảo,...; là sự hiểu biết về thị trường, về nghề kinh doanh, khả năng xử lý tốt các mối quan hệ, nhanh nhạy, quyết đoán và khôn ngoan; là phong cách làm việc, phong cách ứng xử và sinh hoạt, phong cách diễn đạt,... của nhà kinh doanh. Ngoài ra, đạo đức kinh doanh là thực hiện trách nhiệm xã hội của DN, như: đóng góp đầy đủ cho ngân sách nhà nước, tham gia các hoạt động xã hội từ thiện, bảo vệ môi trường sinh thái, tôn trọng những quy phạm đạo đức trong quan hệ xã hội, quan hệ kinh doanh, tôn trọng các giá trị truyền thống,... cũng là một sắc thái của văn hóa kinh doanh trong doanh nghiệp.

Thí dụ: Tại Công ty IBM, toàn thể công nhân viên được hướng dẫn một mục tiêu “Kính trọng đối với mọi người, phục vụ khách hàng tốt nhất, mọi nhân viên trong công ty đều phải có thành tích tối ưu”.

Công ty Dược phẩm Merck:

“Trách nhiệm xã hội của công ty

Tính ưu việt nổi bật trong mọi khía cạnh của công ty

Sự đổi mới dựa trên khoa học

Tính chân thật và kiên định

Lợi nhuận nhưng là thứ lợi nhuận bằng lao động và có lợi ích cho nhân loại”⁵.

Như vậy, các chuẩn mực đạo đức kinh doanh là cơ sở tình cảm và trí tuệ cụ thể định hướng trong các hoạch định của tổ chức kinh doanh để đảm bảo được sự phát triển kinh tế - xã hội cho DN.

Thứ ba, văn hóa doanh nhân.

Văn hóa doanh nhân là hệ thống các giá trị, các chuẩn mực, các quan niệm và hành vi của doanh nhân trong quá trình lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp. Qua quá trình hình thành và phát triển doanh nghiệp, văn hóa của người lãnh đạo hình thành lên văn hóa kinh doanh. Những công việc làm nhà lãnh đạo quan tâm, khuyến khích thực hiện, cách thức mà người lãnh đạo đánh giá, khen thưởng hoặc khiển trách nhân viên sẽ thể hiện cách suy nghĩ và hành vi của họ và điều đó sẽ ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp tới hành vi của toàn bộ nhân viên dưới quyền. Doanh nhân là những người có vai trò quyết định văn hóa kinh doanh thông qua việc kết hợp hài hòa các lợi ích chung và lợi ích riêng, cá nhân và tập thể, gia đình và xã hội để DN trở thành ngôi nhà và là vận mệnh chung của tất cả mọi người.

Thứ tư, văn hóa doanh nghiệp.

“Văn hóa DN là toàn bộ các giá trị văn hóa được xây dựng trong suốt quá trình tồn tại và phát triển của DN đó. Nó bao gồm tất cả các giá trị, quan niệm và truyền thống đã ăn sâu vào các hoạt động của doanh nghiệp. Nó chi phối đến tình cảm, nếp sống, suy nghĩ và hành vi của các thành viên trong nghiệp. Nó thúc đẩy các thành viên thực hiện tốt các mục đích của DN phát triển của DN”⁶.

Văn hóa DN tạo nên nét đặc trưng của văn hóa kinh doanh. Mỗi DN có một đặc trưng kinh doanh riêng và chính văn hóa DN tạo nên nét khác biệt đó. Các giá trị cốt lõi, các thói quen hay cách hợp hành, đào tạo, thậm chí đến cả đồng phục, giao tiếp,... đã tạo nên văn hóa kinh doanh riêng biệt cho từng DN. Việc hình thành văn hóa DN có được điều này là rất quan trọng để DN đứng vững trên thị trường, dễ nhận biết và có một định vị tốt trong tâm trí khách hàng và đối tác. Khả năng kinh doanh, cũng như uy tín của DN theo đó cũng được đẩy mạnh. Nhìn chung, văn hóa DN là những đặc trưng cụ thể riêng biệt của từng công ty. Nó là sản phẩm do những người làm trong DN tạo nên và đem lại các giá trị tinh thần bền vững. Nhờ có văn hóa DN mà một hệ thống các giá trị được mọi người làm trong DN chia sẻ và cùng hành động theo những giá trị văn hóa đó.

Nghiên cứu từ Khoa Kinh tế của Đại học Warwick chỉ ra rằng: “một nhân viên cảm thấy hạnh phúc, hài lòng sẽ có năng suất lao động cao hơn 12% so với bình thường”⁷.

Văn hóa kinh doanh được thể hiện ở một số yếu tố như không khí làm việc hợp tác, vui vẻ, kích thích và truyền cảm hứng để mỗi nhân viên đều muốn đến công sở mỗi ngày.

Thứ năm, văn hóa ứng xử trong kinh doanh.

Văn hóa kinh doanh còn thể hiện ở sự giao lưu, giao tiếp trong hoạt động kinh doanh. Hoạt động kinh doanh là mối quan hệ giữa người bán và người mua trên thị trường, là văn hóa trong giao tiếp với khách hàng để tạo ra sự thích thú đối với họ; đó là thái độ với đối tác làm ăn, với đối thủ cạnh tranh; là văn hóa trong đàm phán, ký kết các hợp đồng thương mại, là văn hóa trong soạn thảo các thông điệp quảng cáo,... Thực chất, đó còn là sự giao lưu văn hóa giữa các vùng, miền của từng quốc gia và giữa các quốc gia.

Thí dụ: Người Trung Quốc quan niệm: “Không nở nụ cười thì đừng mở cửa tiệm”. Mục đích nhằm tạo sự thân thiện, gần gũi giữa người bán và người mua.

Người Nhật Bản: “Văn hóa cúi đầu chào trong giao tiếp với khách hàng” thể hiện sự tôn trọng đối với khách hàng. Đây cũng chính là cách xây dựng niềm tin, thiện cảm đối với khách hàng, tin dùng sản phẩm của họ.

Theo Bill Gates (Nhà sáng lập Microsoft) chỉ ra: “Những khách hàng khó tính nhất chính là nguồn học vĩ đại nhất của bạn”.

Như vậy, trong bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế, sự cạnh tranh trên thị trường xét đến cùng là cạnh tranh của sắc thái văn hóa kinh doanh. Văn hóa kinh doanh ngày càng trở thành một xu thế tất yếu, khách quan trong xã hội hiện đại ngày nay.

3. Phương thức tổ chức hoạt động văn hóa kinh doanh trong DN

Thứ nhất, đối với chủ thể DN.

“Bước 1: Đặt nền móng và xác định giá trị cốt lõi

Với vai trò là một lãnh đạo công ty, hãy xác định giá trị cốt lõi mà công ty đang hướng đến. Sau đó bàn bạc và thảo luận chuyên sâu cùng các lãnh đạo khác để xây dựng nền móng đầu tiên cho văn hóa DN.

Một số câu hỏi xác định giá trị cốt lõi DN:

Sứ mệnh, tầm nhìn và mục tiêu dài hạn của công ty là gì?

Bạn muốn công ty mình được biết đến như thế nào?

Mục tiêu kinh doanh của công ty có phù hợp với giá trị cá nhân của tập thể nhân viên?

Mục tiêu văn hóa công ty hướng đến là gì? (Ví dụ, tinh thần làm việc nhóm được nâng cao, thành công của nhân viên được công nhận,...).

Bước 2: Thực hành văn hóa

Sau khi xác định được giá trị cốt lõi của văn hóa công ty, nhà lãnh đạo sẽ đưa các giá trị văn hóa đi vào thực tiễn bằng hành động cụ thể. Bạn có thể tham khảo 3 hành động cơ bản như sau:

Phổ biến kiến thức chung: Ban hành quy định, quy chế chung và tổ chức các buổi trò chuyện giữa lãnh đạo và tập thể nhân viên về giá trị văn hóa công ty. Mục tiêu là giúp đội ngũ nhân viên hiểu rõ và ý thức được lợi ích của văn hóa nội bộ đến sự phát triển của bản thân và công ty.

Triển khai hoạt động văn hóa công ty cụ thể: Kiến trúc và nội thất văn phòng, đồng phục, nghi thức, team building, hệ thống khen thưởng, du lịch công ty.

Ổn định và phát triển văn hóa: Nhà lãnh đạo phải duy trì và cập nhật những yếu tố mới để phát triển thêm giá trị hữu ích cho văn hóa DN để nó không bị lạc hậu khi môi trường xung quanh thay đổi.

Bước 3: Đánh giá và điều chỉnh văn hóa công ty thường xuyên.

Sự phản hồi của nhân viên là cơ sở quan trọng để đánh giá văn hóa công ty có phù hợp với hoạt động hàng ngày và giá trị nhân viên mong muốn. Bởi vậy, người quản lý nhân sự cần thực hiện khảo sát hàng năm và các buổi trò chuyện cùng nhân viên để đánh giá văn hóa công ty.

Văn hóa công ty luôn chịu ảnh hưởng từ môi trường bên ngoài như: Văn hóa dân tộc, công nghệ, sự thay đổi nguồn lực đa quốc gia, chính sách vĩ mô nhà nước,... nên cần được điều chỉnh kịp thời và thích hợp trên cơ sở giá trị cốt lõi để gia tăng lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp”⁸.

Chủ thể DN với tư cách là cá nhân, hay tập thể lãnh đạo DN phải tổ chức xây dựng và thực thi rộng rãi văn hóa kinh doanh trong DN. Tích cực tuyên truyền, phổ biến văn hóa kinh doanh trong doanh nghiệp. Bên cạnh đó, bản thân là người lãnh đạo DN phải là một tấm gương sáng về văn hóa, đạo đức kinh doanh, về văn hóa lối sống có trách nhiệm với mình, với người, với việc, quán triệt phương châm “nói đi đôi với làm”, đoàn kết vì mục tiêu

chung của DN. Ngoài ra, phải kết hợp hài hòa lợi ích chung và lợi ích riêng, cá nhân và tập thể, gia đình và xã hội trong xây dựng và phát triển bền vững DN. Tích cực đẩy mạnh sản xuất, cung ứng những sản phẩm và dịch vụ có giá trị xã hội cao nhằm phục vụ đông đảo lợi ích cho cộng đồng. Qua đó, góp phần nâng cao văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, đối với đội ngũ nhân viên.

Đội ngũ nhân viên phải là những người nhiệt tình, tâm huyết, say mê nghề nghiệp, tuân thủ các quy định, thiết chế văn hóa của DN đề ra. Phải đoàn kết cùng nhau vượt qua những khó khăn và trở lực; đồng thời phấn đấu xây dựng và phát triển văn hóa DN. Mặt khác, cần chủ động và tích cực đấu tranh chống lại các hành vi vi phạm văn hóa DN, văn hóa kinh doanh; đồng thời bảo vệ cái đúng, cái tốt, cái đẹp mà DN đã xây dựng qua nhiều năm.

Theo Denis Waitley chỉ ra: “Lợi thế của người chiến thắng không nằm ở năng khiếu, IQ cao hay tài năng. Lợi thế của người chiến thắng tất cả nằm trong thái độ. Thái độ là tiêu chí để thành công”.

Chính vì vậy, đội ngũ nhân viên cần tôn trọng nguyên tắc làm việc nhất quán trong DN. Dưới đây là 7 nguyên tắc căn bản cần áp dụng đối với những người lao động tại DN:

“Nguyên tắc 1: Công việc không nuôi người nhàn hạ, tập thể không nuôi những kẻ lười.

Nguyên tắc 2: Vào một đơn vị làm việc, đừng chỉ chăm chăm vào việc kiếm tiền, trước tiên hãy học sao cho mình đáng tiền.

Nguyên tắc 3: Không có ngành nào là dễ kiếm tiền cả.

Nguyên tắc 4: Làm việc, không có nơi nào là thuận lợi cả, ức chế bực dọc là chuyện bình thường.

Nguyên tắc 5:

- Không kiếm được tiền, thì kiếm được kiến thức.

- Không kiếm được kiến thức thì kiếm được kinh nghiệm.

- Không kiếm được kinh nghiệm, thì kiếm được trải nghiệm.

- Khi kiếm được những thứ trên rồi, thì không sợ không kiếm được tiền.

Nguyên tắc 6: Chỉ khi thay đổi thái độ của bản thân, ta mới có thể thay đổi được chỗ đứng của mình trong xã hội. Chỉ khi thay đổi thái độ làm việc của bản thân, ta mới có được vị trí cao trong nghề nghiệp.

Nguyên tắc 7: Nguyên nhân khiến con người ta cảm thấy mơ hồ chỉ có một. Đó chính là trong những năm tháng mà đáng ra ta nên phấn đấu, nên làm việc chăm chỉ thì ta lại nghĩ quá nhiều, nhưng lại làm quá ít!

Hãy luôn nhớ: Làm việc bằng cái tâm!”⁹

Việc xây dựng môi trường ứng xử văn hóa đối với khách hàng trên tinh thần 4 xin: “xin phép, xin lỗi, xin chào, xin cảm ơn”. Tôn trọng khách hàng, phục vụ khách hàng coi “khách hàng là thượng đế”, nhằm nâng cao văn hóa kinh doanh, văn hóa ứng xử trong DN.

Thứ ba, đối với khách hàng.

Khách hàng khi trả phí thì là người có quyền được thụ hưởng các giá trị về vật chất và tinh thần, cùng với chính sách ưu đãi và cam kết về chất lượng sản phẩm do chủ thể DN tạo ra. Vì vậy, khách hàng có quyền đánh giá các chuỗi cung ứng sản phẩm hàng hóa và dịch vụ của DN. Yêu cầu đặt ra, khách hàng khi sử dụng quyền lực và quyền làm chủ mình của mình, phải thật sự khách quan và trung thực để đánh giá đúng chất lượng sản phẩm của DN, chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên đối với khách hàng thông qua bảng câu hỏi khảo sát,... Ngoài ra, khách hàng có thể đề xuất những thứ cần phải bổ sung, cần phải đổi mới để mang lại giá trị sử dụng cho bản thân, đồng thời giúp DN, chủ động điều chỉnh phương hướng sản xuất và kinh doanh, cung ứng dịch vụ, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

Như vậy, phương thức tổ chức hoạt động văn hóa kinh doanh trong DN cần có sự thống nhất, đồng thuận và cùng hành động giữa chủ thể doanh nghiệp, đội ngũ nhân viên với khách hàng trên tinh thần vì sự tiến bộ chung của toàn xã hội ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

⁹Quốc hội (2014). Luật Doanh nghiệp năm 2014, Khoản 16 Điều 4.

²Diệu Nhi (2019). Văn hóa kinh doanh (Business culture) là gì? Vai trò của văn hóa kinh doanh. Truy cập tại: <https://vietnambiz.vn/van-hoa-kinh-doanh-business-culture-la-gi-vai-tro-cua-van-hoa-kinh-doanh-20190831233412368.htm>

³Tai Nguyen (2016). Triết lý kinh doanh là gì?. Truy cập tại: <http://www.nguyenduongtai.com/2016/04/triet-ly-kinh-doanh-la-gi.html>

⁴Nguyễn Tuyết Anh (2021). Đạo đức kinh doanh là gì? Sự cần thiết của đạo đức kinh doanh. Truy cập tại: <https://luanvan1080.com/dao-duc-kinh-doanh-la-gi.html>

⁵Hệ thống giá trị cốt lõi của doanh nghiệp. Truy cập tại: <http://www.inhonghac.com/2018/03/he-thong-gia-tri-cot-loi-cua-doanh-nghiep.html>

⁶Văn hóa doanh nghiệp là gì?. Truy cập tại: <https://anviethung.vn/van-hoa-doanh-nghiep-la-gi.html>

⁷Bài học văn hóa khởi nghiệp những startup hàng đầu thế giới. Truy cập tại: <https://enternews.vn/bai-hoc-van-hoa-khoi-nghiepnhungstartup-hang-dau-the-gioi-130698.html>

⁸Văn hóa doanh nghiệp là gì? Hướng dẫn xây dựng văn hóa doanh nghiệp từ A- Z. <https://resources.base.vn/hr/tong-quan-huong-dan-xay-dung-van-hoa-doanh-nghiep-223>

⁹10 loại người không bao giờ có được lương cao, cũng không đáng để bồi dưỡng. Truy cập tại: <https://www.danhngoncuocsong.vn/tin-tuc/10-loai-nguoi-khong-bao-gio-co-duoc-luong-cao-cung-khong-dang-de-boi-duong.html>.

Ngày nhận bài: 7/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/8/2021

Thông tin tác giả:

TS. NGÔ MINH THUẬN

Học viện Chính sách và Phát triển

IMPROVING THE BUSINESS CULTURE IN VIETNAM'S CURRENT SOCIALIST-ORIENTED MARKET ECONOMY

● Ph.D **NGO MINH THUAN**

Academy of Policy and Development

ABSTRACT:

This paper researches the development of business culture which is an indispensable requirement for many enterprises in the market economy and in Vietnam's current economic international integration process.

Keywords: culture, business culture, market economy, socialist-oriented market economy.

TÁC ĐỘNG CỦA VĂN HÓA DOANH NGHIỆP ĐẾN SỰ GẮN KẾT TỔ CHỨC CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ TIN HỌC FPT

● NGUYỄN MINH TRÍ

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này tập trung vào việc xác định yếu tố Văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên tại Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT. Số liệu nghiên cứu được thu thập từ 225 nhân viên đang làm việc tại các phòng/ban, bộ phận của Công ty.

Kết quả nghiên cứu, phân tích đã chỉ ra có 7 yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết với tổ chức là: yếu tố giao tiếp trong tổ chức, đào tạo và phát triển, khen thưởng và ghi nhận, làm việc nhóm, chính sách quản trị, môi trường làm việc, chấp nhận rủi ro bởi sáng tạo và cải tiến. Trong đó, yếu tố làm việc nhóm có tác động mạnh nhất đến sự gắn kết làm việc của nhân viên.

Từ khóa: làm việc nhóm, văn hóa doanh nghiệp, sự gắn kết với tổ chức, Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT.

1. Đặt vấn đề

Nguồn nhân lực là tài sản vô giá, là yếu tố vô cùng quan trọng, góp phần ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Do đó, việc cần phải gìn giữ một văn hóa doanh nghiệp tích cực để tạo nên môi trường làm việc cho nhân viên nhằm phát huy được hết các khả năng của bản thân nhân viên, qua đó thấy được sự gắn kết và tận tâm với Công ty họ đã chọn là vô cùng cần thiết.

Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT được chính thức thành lập năm 1993, là công ty thành viên trực thuộc Tập đoàn FPT, hoạt động hơn 20 năm và tạo được uy tín lớn trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ bảo hành các sản phẩm tin học và viễn thông trong và ngoài nước. Từ lúc thành lập đến ngày nay, Công ty đã sở hữu một nguồn lực nhân sự khá mạnh về kinh nghiệm trong trình độ chuyên môn. Nhưng vào những năm gần đây, cùng với sự phát triển đa dạng

của ngành Công nghệ thông tin, các công ty trong ngành xuất hiện ngày càng nhiều cho nên việc thu hút nguồn lực có kinh nghiệm về phía các công ty mới là điều không thể tránh khỏi. Thực trạng hiện tại ở Công ty, số lượng nhân viên nghỉ việc để chuyển sang một công ty khác cùng ngành làm khá nhiều và hầu như là những nhân viên giỏi có nhiều năm kinh nghiệm, là những nhân sự giữ vị trí quản lý các phòng ban trong các đơn vị doanh nghiệp, điều này ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động và mục tiêu chung của Công ty.

Vậy, làm thế nào để tạo sự gắn kết lâu dài giữa nhân viên với Công ty trong giai đoạn cạnh tranh chất lượng gay gắt giữa các công ty cùng ngành với nhau. Nghiên cứu này, tác giả tập trung nhận diện yếu tố văn hóa tác động đến sự gắn kết với tổ chức của nhân viên tại Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Văn hóa doanh nghiệp

Trong lý thuyết hành vi, văn hóa doanh nghiệp được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau bởi nhiều tác giả và các nhà nghiên cứu khác nhau. Tuy nhiên, có nhiều lập luận cho rằng, văn hóa doanh nghiệp có thể được xem như là một hệ thống các giá trị, các niềm tin và các khuôn mẫu hành vi ứng xử mà hình thành nên các đặc tính cốt lõi của các tổ chức và giúp định hình hành vi ứng xử của nhân viên (Lund, 2003). Williams và Luthans (1992) định nghĩa, văn hóa doanh nghiệp bao gồm các chuẩn mực đạo đức, hệ thống giá trị, niềm tin và bầu không khí tại môi trường làm việc của doanh nghiệp.

Ngoài ra, nếu theo cách tiếp cận từ góc độ quản lý thực hành trong tổ chức thì văn hóa doanh nghiệp là một công cụ quản lý được vận dụng để điều hành doanh nghiệp đó, được xây dựng và thực thi bởi tất cả các thành viên trong doanh nghiệp (Nguyễn Mạnh Quân, 2012). Nhìn chung, văn hóa là sâu, rộng và phức tạp, bên cạnh đó có thể hiểu rằng văn hóa doanh nghiệp chính là nền tảng cho các hành vi và hoạt động của mỗi cá nhân trong doanh nghiệp, là sản phẩm và tài sản của mỗi doanh nghiệp.

Do đó, văn hóa doanh nghiệp được hầu hết các học giả chấp nhận là các giá trị và nếp sống được phát triển trong giai đoạn hình thành và lịch sử phát triển của doanh nghiệp, được thể hiện qua cách điều hành và hành vi ứng xử của mỗi nhân viên tạo nên bản sắc riêng của doanh nghiệp.

2.2. Tác động của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn kết của tổ chức

Tại Việt Nam có những nghiên cứu về ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn kết tổ chức (Hà Nam Khánh Giao và Bùi Thị Thúy An, 2017), trong một nghiên cứu khác của Đỗ Thụy Lan Hương (2007) về ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự

cam kết gắn bó với tổ chức. Tuy nhiên, nghiên cứu về những tác động của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên còn có những khoảng trống cần được lấp đầy.

Một nghiên cứu của Recardo và Jolly (1997) đã xác định 4 khía cạnh trong văn hóa tổ chức phù hợp với đặc tính ưu tú của doanh nghiệp bao gồm các yếu tố: giao tiếp trong tổ chức, đào tạo và phát triển, phần thưởng và sự công nhận, làm việc nhóm. Trong một nghiên cứu khác về ảnh hưởng của văn hóa tổ chức đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên trong bối cảnh của công ty tại Indonesia của Ghina (2012), kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng: truyền thông, đào tạo và phát triển, khen thưởng và công nhận, làm việc theo nhóm là yếu tố có tác động mạnh đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên.

2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên các nghiên cứu trước đây đã trình bày, mô hình nghiên cứu được tổng hợp lại và đề xuất như trong Hình 1.

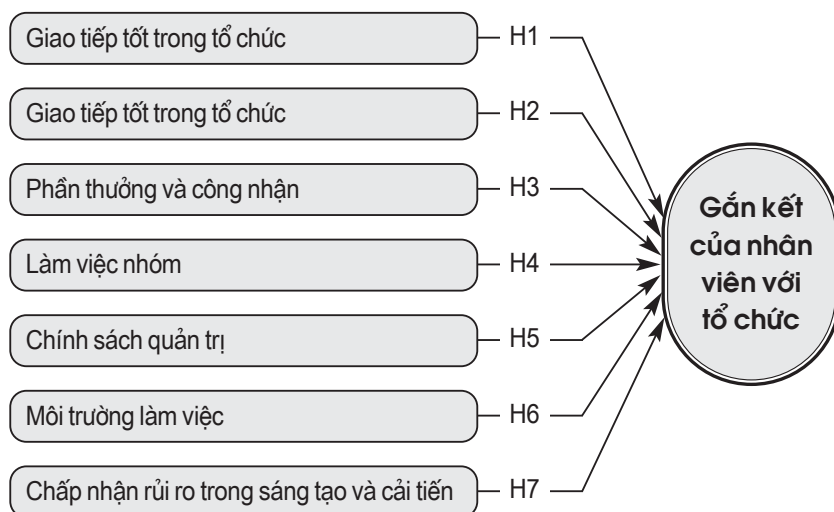
H1: Giao tiếp tốt trong tổ chức có tác động tích cực đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức

H2: Đào tạo và phát triển có tác động tích cực đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức

H3: Phần thưởng và công nhận có tác động tích cực đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức

H4: Làm việc nhóm có tác động tích cực đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất

H5: Chính sách quản trị có tác động tích cực đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức

H6: Môi trường làm việc có tác động tích cực đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức

H7: Chấp nhận rủi ro trong sáng tạo và cải tiến có ảnh hưởng tích cực đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thống kê mô tả mẫu

Mẫu được chọn theo phương pháp thuận tiện. Việc khảo sát thực hiện bằng bảng câu hỏi, phỏng vấn trực tiếp 230 nhân viên làm việc tại Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT. Thời gian thực hiện khảo sát, phân tích số liệu và trình bày kết quả nghiên cứu từ tháng 5 đến hết tháng 8/2021. Sau khi thu về và loại bỏ bảng không hợp lệ, có 225 bảng hợp lệ được đưa vào phân tích (97,8%). Bảng 1 cho thấy thống kê mô tả về mẫu nghiên cứu.

3.2. Phân tích Cronbach's Alpha

Kết quả đánh giá các thang đo bằng Cronbach's Alpha thể hiện Bảng 2, cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy Cronbach's Alpha > 0,6 và hệ số tương quan biến - tổng > 0,3, tất cả các biến quan sát của các thang đo đều thỏa mãn điều kiện để phân tích EFA.

3.3. Phân tích nhân tố EFA

Phương pháp EFA được sử dụng cho 26 biến quan sát của các biến độc lập, sử dụng phương pháp Principal Component Analysis với phép quay Varimax, không có biến quan sát bị loại, Eigenvalues 1,283 > 1. Hệ số KMO = 0,830 đạt yêu cầu > 0,5 giải thích được kích thước mẫu phù hợp cho phân tích nhân tố và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,5 đã khẳng định phương pháp phân tích trên là phù hợp. Tổng phương sai trích là 77,38% tức là 26 biến rút trích ra góp phần giải thích được khoảng 77,38% sự biến thiên của các biến quan sát và hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu (Bảng 3)

Kết quả phân tích nhân tố EFA biến phụ thuộc với 5 biến quan sát, hệ số KMO = 0,868, và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,5, Eigenvalue = 3,865 > 1, phương sai trích 77,30% và các biến đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5, đạt yêu cầu.

Bảng 1. Tổng hợp đặc điểm mẫu khảo sát (N = 225)

Đặc điểm của mẫu	Số lượng (nhân viên)	Tỷ lệ (%)
Đặc điểm về giới tính		
Nam	159	70,7
Nữ	66	29,3
Đặc điểm về độ tuổi		
Dưới 25 tuổi	10	4,4
Từ 25 đến 30 tuổi	136	60,4
Từ 31 đến 50 tuổi	62	27,6
Trên 50 tuổi	17	7,6
Đặc điểm về thời gian công tác		
Dưới 1 năm	4	1,8
Từ 1 đến dưới 3 năm	78	34,7
Từ 3 năm đến dưới 10 năm	120	53,3
Trên 10 năm	23	10,2

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS 20.0

3.4. Phân tích mối tương quan và phân tích hồi quy tuyến tính

Phân tích tương quan Pearsons được sử dụng để phân tích mối quan hệ tuyến tính giữa các yếu tố trong nghiên cứu. Từ mô hình nghiên cứu ta có tương quan giữa biến phụ thuộc Gắn kết của nhân viên với tổ chức (GKNV) với 7 biến độc lập: Giao tiếp trong tổ chức (GTTC), Đào tạo và phát triển (DTPT), Phần thưởng và công nhận (KTGN), Làm việc nhóm (LVN), Chính sách quản trị (CSQT), Môi trường làm việc (MTLV), Chấp nhận rủi ro trong sáng tạo và cải tiến (STCT). Kết quả phân tích tương quan cho thấy các hệ số tương quan đều có ý nghĩa thống kê (Sig < 0,05) nên tất cả các biến sẽ được sử dụng trong phân tích hồi quy ở bước tiếp theo (Bảng 4).

Theo kết quả thể hiện tại Bảng 5 cho thấy, hệ số R² hiệu chỉnh là 0,753, các biến độc lập giải thích được 75,3% biến phụ thuộc Sự gắn kết của nhân viên với tổ chức. Các hệ số beta của biến độc lập đều có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05) và có hệ số beta dương, chứng tỏ có tác động tích cực đến biến

Bảng 2. Kết quả đánh giá các thang đo bằng Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
<i>Giao tiếp trong tổ chức (GTTC), hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,885</i>		
GTTC1	0,787	0,837
GTTC2	0,770	0,844
GTTC3	0,733	0,858
GTTC4	0,706	0,868
<i>Đào tạo và phát triển (DTPT), có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,877</i>		
DTPT1	0,746	0,838
DTPT2	0,756	0,838
DTPT3	0,715	0,850
DTPT4	0,739	0,843
<i>Thang đo Phần thưởng và công nhận (KTGN), có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,877</i>		
KTGN1	0,759	0,832
KTGN2	0,680	0,863
KTGN3	0,749	0,837
KTGN4	0,754	0,835
<i>Thang đo Làm việc nhóm (LVN), có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,872</i>		
LVN1	0,798	0,780
LVN2	0,788	0,789
LVN3	0,686	0,879

Biến quan sát	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
<i>Thang đo Môi trường làm việc (MTLV), có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,901</i>		
MTLV1	0,794	0,867
MTLV2	0,763	0,880
MTLV3	0,820	0,858
MTLV4	0,753	0,884
<i>Thang đo Chấp nhận rủi ro trong sáng tạo và cải tiến (STCT), có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,909</i>		
STCT1	0,833	0,858
STCT2	0,859	0,835
STCT3	0,766	0,913
<i>Thang đo Chính sách quản trị (CSQT), có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,881</i>		
CSQT1	0,797	0,826
CSQT2	0,663	0,876
CSQT3	0,812	0,819
CSQT4	0,710	0,860
<i>Thang đo Sự gắn kết của nhân viên với tổ chức (GKNV), có hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,945</i>		
GKNV1	0,833	0,936
GKNV2	0,854	0,933
GKNV3	0,876	0,928
GKNV4	0,870	0,930
GKNV5	0,838	0,935

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

phụ thuộc Sự gắn kết của nhân viên với tổ chức (GKNV). Kiểm định F = 98,343, Sig. < 0,05 cho thấy sự phù hợp về tổng thể của mô hình hồi quy. Vậy, mô hình hồi quy bội chuẩn hóa như sau:

$$GKNV = 0,259*GTTC + 0,194*DTPT + 0,194*KTGN + 0,266*LVN + 0,111*CSQT + 0,262*MTLV + 0,208*STCT$$

Trong việc dò tìm sự vi phạm các giả định hồi quy tuyến tính: Biểu đồ phân tán Scatterplot cho thấy phần dư không thay đổi theo một trật tự nào

đối với giá trị dự đoán, chúng phân tán ngẫu nhiên, giả thuyết về liên hệ tuyến tính không bị vi phạm. Hệ số tương quan hạng Spearman của giá trị tuyệt đối phần dư và các biến độc lập: giá trị Sig. của các hệ số tương quan với độ tin cậy 95% đều lớn hơn 0,05, cho thấy phương sai của sai số không thay đổi, giả định không bị vi phạm.

Biểu đồ Histogram cho thấy phần dư có phân phối chuẩn với giá trị trung bình rất nhỏ gần bằng 0 (Mean = -1,22E-15) và độ lệch chuẩn = 0,984 gần

Bảng 3. Phân tích nhân tố EFA biến độc lập

STT	Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố						
		1	2	3	4	5	6	7
1	MTLV3	0,904						
2	MTLV4	0,863						
3	MTLV1	0,858						
4	MTLV2	0,830						
5	GTTC1		0,860					
6	GTTC2		0,848					
7	GTTC3		0,820					
8	GTTC4		0,817					
9	CSQT3			0,887				
10	CSQT1			0,882				
11	CSQT4			0,810				
12	CSQT2			0,752				
13	DTPT2				0,825			
14	DTPT4				0,822			
15	DTPT3				0,805			
16	DTPT1				0,789			
17	KTGN3					0,812		
18	KTGN1					0,799		
19	KTGN2					0,796		
20	KTGN4					0,793		
21	LVN1						0,910	
22	LVN2						0,896	
23	LVN3						0,853	
24	STCT2							0,857
25	STCT1							0,827
26	STCT3							0,823

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

bằng 1, đồ thị P-P plot biểu diễn các điểm quan sát thực tế tập trung khá sát đường chéo những giá trị kỳ vọng, có nghĩa là dữ liệu phần dư có phân phối chuẩn. Hệ số $1 < \text{Durbin - Watson} = 1,970 < 3$ là thỏa điều kiện. Ngoài ra, hệ số phóng đại phương sai VIF nhỏ hơn 2 và độ chấp nhận của biến (Tolerance) lớn hơn 0.1 nên mô hình không bị đa cộng tuyến. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính

được xây dựng theo phương trình trên không vi phạm các giả định hồi quy.

4. Hàm ý quản trị

4.1. Sự công bằng và nhất quán trong các chính sách quản trị

Với hệ số tác động $\beta = 0.111$ và có điểm đánh giá trung bình là 3.37. Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT cần cụ thể hóa, rõ ràng trong các quy định,

Bảng 4. Phân tích tương quan Pearson

	GKNV	GTTC	DTPT	KTGN	LVN	MTLV	STCT	QHNV
GKNV	1	0,471**	0,584**	0,593**	0,430**	0,465**	0,604**	0,432**
GTTC	0,471**	1	0,240**	0,212**	0,630**	0,235**	0,464**	0,224**
DTPT	0,584**	0,240**	1	0,494**	0,289**	0,230**	0,341**	0,214**
KTGN	0,593**	0,212**	0,494**	1	0,220**	0,325**	0,358**	0,271**
LVN	0,430**	0,326**	0,289**	0,220**	1	0,429**	0,184**	0,184**
MTLV	0,465**	0,073	0,230**	0,325**	0,320**	1	0,180**	0,148*
STCT	0,604**	0,464**	0,341**	0,358**	0,184**	0,180**	1	0,392**
CSQT	0,432**	0,224**	0,214**	0,271**	0,184**	0,148*	0,392**	1

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy bội

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Độ chấp nhận biến	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
(Hằng số)	-2,857	0,241		-11,868	0,000		
GTTC	0,302	0,045	0,259	6,712	0,000	0,741	1,350
DTPT	0,242	0,050	0,194	4,833	0,000	0,683	1,464
KTGN	0,268	0,057	0,194	4,749	0,000	0,665	1,503
LVN	0,316	0,043	0,266	7,410	0,000	0,855	1,169
MTLV	0,311	0,042	0,262	7,403	0,000	0,882	1,134
STCT	0,257	0,052	0,208	4,985	0,000	0,633	1,579
CSQT	0,163	0,054	0,111	3,011	0,003	0,813	1,229

R²hiệu chỉnh = 0,753
 F = 98,343 Sig.
 F = 0,000b
 Durbin - Watson = 1,970

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

các quy chế hướng dẫn không xa rời và gắn liền với hoạt động phát triển kinh doanh của Công ty. Đồng thời, Ban lãnh đạo cũng nên chú trọng nhiều hơn các chính sách liên quan đến lợi ích, phúc lợi của nhân viên nhằm tạo điều kiện cho nhân viên có thể đóng góp hết mình cho tổ chức. Ngoài ra, sự công bằng và nhất quán trong các chính sách quản trị cùng chế độ đãi ngộ thỏa đáng, sẽ tạo lòng tin của

nhân viên vào các chính sách của tổ chức, giúp nhân viên nỗ lực và phấn đấu trong công việc để được ghi nhận trong tổ chức, từ đó càng gia tăng sự gắn kết của nhân viên với tổ chức.

4.2. Làm việc nhóm

Khi thực hiện dự án hay nhiệm vụ nào đó, cấp quản lý khi phân công công việc cần phải rõ ràng, giao nhiệm vụ cụ thể gắn với trách nhiệm của mỗi

nhân viên ở các phòng ban, bộ phận để nhân viên có thể làm việc được hiệu quả hơn. Cùng nhau thực hiện công việc sẽ tạo nên tinh thần đoàn kết, giúp nhân viên hiểu hơn về những người làm việc chung. Các thành viên khi làm việc trong nhóm cần thống nhất một quy tắc chung trong việc trao đổi thông tin để giúp cho việc giao tiếp giữa các thành viên được rõ ràng, thuận tiện.

4.3. Chế độ khen thưởng và ghi nhận

Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT cần phải xây dựng tiêu chuẩn đánh giá công việc như đưa ra các tiêu chuẩn để thăng chức, tặng thưởng rõ ràng, cụ thể cho những nỗ lực, hoàn thành tốt công việc được giao và thành quả đạt được của nhân viên. Các cấp lãnh đạo nên triển khai thường xuyên và sâu sát các quy định quy chế về mức độ khen thưởng và các hình thức khen thưởng, thưởng theo cá nhân hay một tập thể nhóm. Kịp thời trao tặng những lời khen ngợi xứng đáng, tạo cho nhân viên cảm thấy họ được cấp trên quan tâm, nhằm tạo ra sự thỏa mãn cao trong công việc.

4.4. Về chấp nhận rủi ro do sáng tạo và cải tiến

Để có thể cạnh tranh trong thời đại kinh tế khoa học kỹ thuật phát triển không ngừng như hiện nay, bên cạnh sử dụng các phần mềm chuyên dụng như quản lý khách hàng, quản lý nhân sự công ty, các phần mềm nâng cao chất lượng làm việc giúp giảm giờ làm. Ngoài ra, các cấp quản lý cần khuyến khích nhân viên có tư duy đổi mới phương pháp làm việc chủ động hơn và cần lắng nghe và chọn lọc để áp dụng các ý tưởng mới ở phía nhân viên, nhằm đạt hiệu quả cao hơn trong công việc, tìm đến kết quả tốt nhất trong quản lý điều hành hoạt động kinh doanh của Công ty.

4.5. Về môi trường làm việc

Dựa vào mô hình hồi quy, ta có thể thấy đây là nhân tố ảnh hưởng lớn thứ 2 đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức. Môi trường làm việc tốt là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển của nhân viên, cũng như quyết định chất lượng, hiệu quả hoạt động của Công ty. Vì vậy, ban lãnh đạo cần phải biết quan tâm đến nhân viên của mình, khuyến khích nhân viên nỗ lực làm việc, khen ngợi các thành viên có thành tích đóng góp. Ngoài ra, Công ty nên đẩy mạnh, phát triển, tổ chức phong trào thi đua trong nhân viên thường xuyên.

4.6. Về giao tiếp trong tổ chức

Kết quả nghiên cứu cho thấy đây là nhân tố ảnh hưởng lớn thứ 3 đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức. Vì vậy, Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT nên tổ chức nhiều hơn nữa các chương trình, hoạt động tạo điều kiện cho nhân viên giữa các bộ phận, phòng ban có cơ hội tiếp xúc với nhau, tạo ra môi trường giao tiếp tốt giữa các phòng ban. Khuyến khích sự giao tiếp trong tổ chức về thông tin thực hiện công việc, sự giao tiếp giữa các bộ phận, phòng ban.

4.7. Về đào tạo và phát triển

Công ty cần tổ chức các khóa học đào tạo hằng năm nhằm nâng cao kiến thức và kỹ năng làm việc của nhân viên trong Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT. Ban lãnh đạo cần lập ra một bộ phận chuyên môn, để làm công tác đánh giá chất lượng các khóa đào tạo để xác định nhu cầu đào tạo gắn liền với thực tế, cũng như đối tượng cần được tham gia đào tạo, đồng thời cần tìm ra những mặt hạn chế còn tồn tại trong công tác đào tạo và phát triển nhân sự để nhanh chóng khắc phục ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đỗ Thụy Lan Hương (2007). *Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên làm việc trong các doanh nghiệp ở TP. Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
2. Hà Nam Khánh Giao, Bùi Thị Thúy An (2017). *Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên Công ty Cổ phần Thủy sản Sóc Trăng*. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Đồng Tháp*, 24.
3. Nguyễn Mạnh Quân (2012). *Giáo trình đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

4. Ghina, A. (2012). The influence of corporate culture on organizational Commitment: Case study of Civil government Organizations in Indonesia. *Insan Akademika Publications*, 1(2), 156-170.
5. Lund, D. B. (2003). Organizational culture and job satisfaction. *Journal of business & industrial marketing*, 18(3), 219-236.
6. Williams S., Luthans P.F. (1992). The impact of choice of rewards and feedback on task performance. *Journal of Organizational Behavior*, 13(7), 653-666.
7. Recardo, R., Jolly, J. (1997). Organizational culture and teams. *SAM Advanced Management Journal*, 62(2), 4.

Ngày nhận bài: 3/9/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/9/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/9/2021

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN MINH TRÍ

Giám đốc Công ty Viễn thông NTT Việt Nam

IMPACTS OF THE CORPORATE CULTURE ON THE ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF EMPLOYEES AT FPT INFORMATICS SERVICES CO., LTD

● Master. **NGUYEN MINH TRI**

Director, NTT Viet nam Telecommunication Co.,Ltd

ABSTRACT:

This study determined the factors of corporate culture that affect the organizational commitment of employees at FPT Informatics Services Co., Ltd. The study's data was collected from 225 employees from all departments of the company. The study's results show that there are 7 factors affecting the organizational commitment of employees including organizational communication, training and development, reward and recognition, teamwork, administration policy, working environment, acceptance of risk of innovations. In which, the teamwork factor has the strongest impact on the organizational commitment of employees.

Keywords: teamwork, corporate culture, organizational commitment, FPT Informatics Services Co., Ltd.

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH DOANH NGHIỆP CỦA VNPT NGHỆ AN TẠI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG TỈNH NGHỆ AN

● NGUYỄN HOÀNG GIANG - NGUYỄN NHƯ HOÀNG

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh kinh doanh nhiều thách thức hiện nay, năng lực cạnh tranh doanh nghiệp là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp có vị trí vững chắc trên thị trường và có thể vươn lên. Bài viết tập trung nghiên cứu những nội dung cơ bản của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp và nghiên cứu thực trạng năng lực cạnh tranh của Viễn thông Nghệ An (VNPT Nghệ An) làm tiền đề cho một số hàm ý nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty. Các yếu tố mấu chốt hình thành năng lực cạnh tranh doanh nghiệp chính là năng lực tổ chức, năng lực kinh doanh và hiệu suất kinh doanh của doanh nghiệp. Cần phối hợp tốt các năng lực tổ chức và thích ứng để tạo tiền đề nâng cao hiệu suất kinh doanh và từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh doanh nghiệp, viễn thông, thị trường viễn thông, VNPT Nghệ An.

1. Đặt vấn đề

Thị trường viễn thông tỉnh Nghệ An cạnh tranh rất gay gắt với sự tham gia của nhiều nhà cung cấp khác nhau. Với sứ mệnh tầm nhìn trở thành trung tâm số của khu vực châu Á, tiên phong trong các hoạt động về cộng đồng và trở thành lựa chọn số một của khách hàng với dịch vụ viễn thông của Tập đoàn, VNPT Nghệ An cần nâng cao khả năng cạnh tranh doanh nghiệp mới có thể đạt được các mục tiêu đề ra và vượt qua các đối thủ cạnh tranh rất mạnh như Viettel và FPT hiện nay. Do đó, cần thiết

có những nghiên cứu về năng lực cạnh tranh để chỉ ra những nội dung quan trọng cần tập trung, cũng như khảo sát thực trạng năng lực cạnh tranh doanh nghiệp của Công ty, làm cơ sở giúp Công ty có những định hướng đầu tư và phát triển phù hợp.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khái quát về năng lực cạnh tranh

Cạnh tranh

Theo Từ điển Bách khoa Việt Nam: “Cạnh tranh (trong kinh doanh) là hoạt động tranh đua giữa những người sản xuất hàng hóa, giữa các

thương nhân, các nhà kinh doanh trong nền kinh tế thị trường, chi phối quan hệ cung cầu, nhằm dành các điều kiện sản xuất, tiêu thụ thị trường có lợi nhất”. Michael Porter (1985) cho rằng: cạnh tranh (kinh tế) là giành lấy thị phần và đạt lợi nhuận cao. Bản chất của cạnh tranh là tìm kiếm lợi nhuận, là khoản lợi nhuận cao hơn mức lợi nhuận trung bình mà doanh nghiệp đang có. Kết quả quá trình cạnh tranh là sự bình quân hóa lợi nhuận trong ngành theo chiều hướng cải thiện sâu dẫn đến hệ quả giá cả có thể giảm đi [6]. Theo Dương Ngọc Dũng (2006): cạnh tranh để trở thành giỏi nhất, cạnh tranh để trở thành độc nhất vô nhị,... Cạnh tranh không phải tiêu diệt đối thủ mà là doanh nghiệp phải tạo ra sự khác biệt bằng cách mang lại cho khách hàng những giá trị gia tăng cao hơn, mới lạ hơn đối thủ để họ có thể lựa chọn mình mà không đến với đối thủ cạnh tranh [3]. Như vậy, thực chất cạnh tranh là sử dụng khả năng của mình để vượt qua những đối tượng cùng cạnh tranh (đối thủ cạnh tranh). Đa số các nhà nghiên cứu đều cho rằng cạnh tranh là động lực để phát triển.

Năng lực cạnh tranh doanh nghiệp

Cạnh tranh có thể phân chia thành các cấp độ khác nhau, phổ biến nhất đang được chấp nhận trong nghiên cứu là chia thành 3 cấp độ: cạnh tranh quốc gia, cạnh tranh ngành/sản phẩm và cạnh tranh doanh nghiệp. Cạnh tranh quốc gia có thể được hiểu là việc xây dựng một môi trường cạnh tranh kinh tế chung, đảm bảo phân bố có hiệu quả các nguồn lực, để đạt và duy trì mức tăng trưởng cao, bền vững ở phạm vi quốc gia. Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) năm 2000 đưa ra 10 nhân tố xác định năng lực cạnh tranh quốc gia: độ mở kinh tế, chính phủ, thể chế, tài chính, công nghệ, lao động, kết cấu hạ tầng, quản trị, chỉ số năng lực cạnh tăng trưởng (GCI) và chỉ số năng lực cạnh hiện tại (CCI). Cạnh tranh ngành hay còn được nhìn nhận là cạnh tranh nhóm sản phẩm liên quan đến khả năng ngành đó tạo ra việc làm và thu nhập cao hơn trong điều kiện cạnh tranh và hội nhập. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành phổ biến được sử dụng chia thành các nhóm: điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên, trình độ phát triển

khoa học - công nghệ, nguồn nhân lực, kết cấu hạ tầng, trình độ tổ chức quản lý ngành, thể chế kinh tế - xã hội. Năng lực cạnh tranh doanh nghiệp là khả năng doanh nghiệp đó bán được hàng nhanh/nhiều hơn so với đối thủ cạnh tranh trên một thị trường cụ thể về một loại hàng cụ thể hoặc khả năng đạt được tỷ suất lợi nhuận cao hơn đối thủ/hoặc bình quân trong ngành. Năng lực cạnh tranh doanh nghiệp là năng lực tồn tại, duy trì hay gia tăng lợi nhuận, thị phần trên thị trường cạnh tranh của các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp.

Bài viết này đồng quan điểm với Nguyễn Vĩnh Thanh (2003) về năng lực cạnh tranh doanh nghiệp: “Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc tiêu thụ sản phẩm, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố sản xuất nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và bền vững” [7]. Nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp chính là nâng cao khả năng khai thác thị trường, tiêu thụ sản phẩm hay thu hút khách hàng, từ đó giúp doanh nghiệp nâng cao lợi nhuận và lợi thế kinh doanh.

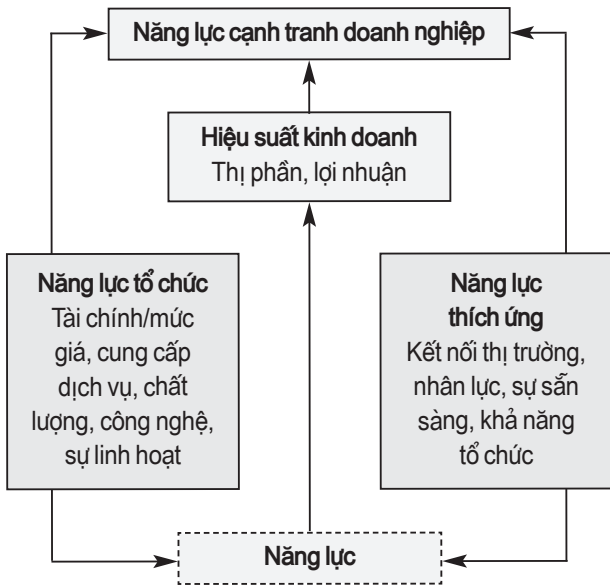
2.2. Nội dung cơ bản của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp

Với tiếp cận về năng lực cạnh tranh như trên cùng với kết quả nghiên cứu của Oláh, J., Karmazin, Gy., Máté, D. và cộng sự (2017), năng lực cạnh tranh doanh nghiệp được xác định dựa trên năng lực tổ chức, năng lực thích ứng và hiệu suất kinh doanh của doanh nghiệp [5]. Có thể mô hình hóa năng lực cạnh tranh doanh nghiệp như Hình 1.

Năng lực tổ chức

Năng lực tổ chức của doanh nghiệp bao gồm khả năng huy động và sử dụng nguồn tài chính, khả năng cung cấp sản phẩm/dịch vụ, chất lượng sản phẩm/dịch vụ và uy tín doanh nghiệp cũng như sự linh hoạt của doanh nghiệp. Nguồn lực tài chính có liên quan trực tiếp tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và thông thường, năng lực cạnh tranh sẽ cao trong trường hợp vốn dồi dào, luôn đảm bảo huy động trong những điều kiện cần thiết cũng như có kế hoạch sử dụng vốn hiệu quả, hạch toán rõ ràng và chính xác. Khả năng cung cấp sản phẩm/dịch vụ liên quan mật thiết đến việc

Hình 1: Mô hình năng lực cạnh tranh doanh nghiệp



Nguồn: Nhóm tác giả phát triển từ nghiên cứu của Oláh, J. và cộng sự

có thể đáp ứng và thỏa mãn nhu cầu khách hàng trong các điều kiện khác nhau hay không cũng như sự ổn định của sản phẩm/dịch vụ như thế nào. Các sản phẩm/dịch vụ được cung cấp cũng phải gắn liền với mức chất lượng và mức giá phù hợp, đặc biệt trong tương quan so sánh với các đối thủ cạnh tranh. Chất lượng và sự ổn định là cơ sở tạo nên uy tín doanh nghiệp. Năng lực công nghệ của doanh nghiệp là yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến sức hấp dẫn của doanh nghiệp, ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt là trong lĩnh vực viễn thông. Công nghệ là một trong những yếu tố quyết định độ ổn định và chất lượng sản phẩm/dịch vụ. Cuối cùng là sự linh hoạt, uyển chuyển của doanh nghiệp trong cung ứng là yếu tố giúp tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Năng lực thích ứng

Năng lực thích ứng của doanh nghiệp thể hiện thông qua khả năng kết nối với thị trường, khả năng tổ chức và huy động nguồn nhân lực, sự đảm bảo và sẵn sàng trong cung ứng sản phẩm/dịch vụ cũng như khả năng tổ chức. Khả năng kết nối thị trường thể hiện thông qua sự gắn kết và khả năng mở rộng thị trường của doanh nghiệp. Việc tổ chức và huy

động nguồn nhân lực phù hợp với các nhóm khách hàng và điều kiện thị trường cũng là yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong lĩnh vực viễn thông, sự liên tục là rất cần thiết với khách hàng nên sự sẵn sàng và đảm bảo của doanh nghiệp sẽ là điểm cộng trong so sánh lựa chọn sản phẩm của khách hàng. Khả năng tổ chức của doanh nghiệp liên quan đến việc thích nghi với các điều kiện/hoàn cảnh khác nhau trong cung ứng sản phẩm/dịch vụ cũng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Hiệu suất kinh doanh

Hiệu suất kinh doanh của doanh nghiệp thể hiện qua thị phần và lợi nhuận của doanh nghiệp cũng chính là yếu tố giúp đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Cần nhận diện rõ vấn đề rất quan trọng của nâng cao năng lực cạnh tranh suy đến cùng chính là dựa vào hiệu suất kinh doanh này. Nếu năng lực tổ chức và năng lực thích ứng của doanh nghiệp đều cao, nhưng cuối cùng kết quả kinh doanh lại không tốt, thì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cũng không cao. Hiệu suất thể hiện dựa trên sự phối hợp của các yếu tố này một cách tốt nhất phù hợp với nhu cầu của nhóm khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu của bài viết sử dụng chủ yếu là phương pháp nghiên cứu tại bàn: tổng hợp các lý luận và thực tiễn liên quan đến năng lực cạnh tranh doanh nghiệp bằng cách thu thập, thông kê các lý luận về năng lực cạnh tranh và đưa ra những phân tích, đánh giá để lựa chọn những nội dung phù hợp để xây dựng phần lý luận. Trên cơ sở tổng hợp các dữ liệu về hoạt động cạnh tranh của các doanh nghiệp viễn thông từ các bài viết, từ website của các doanh nghiệp,... và kết hợp với một số thông tin thu thập được từ việc quan sát trực tiếp, khảo sát một số nhân viên của VNPT Nghệ An và điều tra nhanh 100 khách hàng đánh giá về 3 nhà cung cấp viễn thông là VNPT Nghệ An, Viettel Nghệ An và FPT Nghệ An (sử dụng 14 tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh doanh nghiệp), bài viết phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh của VNPT Nghệ An. Kết quả đánh giá thực trạng là cơ sở đưa ra một số hàm ý nâng cao khả năng cạnh tranh.

3. Thực trạng năng lực cạnh tranh doanh nghiệp của VNPT Nghệ An tại Nghệ An

3.1. Thực trạng phát triển năng lực tổ chức của VNPT Nghệ An

VNPT Nghệ An là đơn vị kinh tế hạch toán phụ thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (thành lập ngày 6/12/2007), một bộ phận cấu thành của hệ thống tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

Với thế mạnh của Tập đoàn trong lĩnh vực viễn thông, VNPT Nghệ An đã phát triển hệ thống mạng thông tin di động GSM với gần 1.800 trạm 2G/3G/4G, phủ sóng đến trên 95% diện tích tự nhiên của tỉnh. Đến tháng 6/2017, mạng thông tin di động 4G đã phủ sóng đến 100% huyện/thị/thành trong tỉnh. Mạng băng rộng vô tuyến 3G/4G của VinaPhone được đánh giá có vùng phủ sóng rộng nhất và chất lượng tốt nhất, đảm bảo truy nhập mạng Internet mọi lúc, mọi nơi cho khách hàng. Đặc biệt, tháng 2/2019, VinaPhone đã vinh dự được nhận Giải thưởng Speedtest về nhà mạng có tốc độ 3G/4G số một Việt Nam và tháng 3/2020 VNPT được vinh danh ở hạng mục Chất lượng dịch vụ băng thông rộng cố định tốt nhất Việt Nam. VNPT cũng đã phát triển mở rộng mạng cáp quang đến 100% các xã trong Tỉnh với hơn 400.000 km cáp quang các loại; đã thực hiện quang hóa 100% hạ tầng đường truyền tới các cơ quan, tổ chức thuộc các cấp chính quyền trên địa bàn toàn tỉnh Nghệ An. Hệ thống mạng băng rộng cố định có dây có năng lực cung cấp các dịch vụ hữu tuyến cho gần 300.000 thuê bao. Băng thông kết nối hướng đi quốc tế liên tục được mở rộng. Với năng lực hiện có, VNPT đảm bảo cung cấp các dịch vụ tốc độ cao đến rất cao, đáp ứng toàn bộ nhu cầu sử dụng của khách hàng cá nhân và khách hàng tổ chức doanh nghiệp trên địa bàn, sẵn sàng cho cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và chuẩn bị phương án triển khai kết nối mạng di động 5G.

3.2. Thực trạng phát triển năng lực thích ứng của VNPT Nghệ An

Về phát triển thị trường, năm 2019, VNPT Nghệ An đã phát triển được hơn 5.000 đại lý, điểm bán, độ phủ 1,5 điểm/1.000 dân; doanh số bán bình quân qua điểm bán đạt 50 tỷ đồng/tháng. Những năm

qua, VNPT Nghệ An đã đẩy nhanh tốc độ phát triển mạng lưới viễn thông - công nghệ thông tin, tiếp tục khẳng định và giữ vững vị trí là doanh nghiệp có cơ sở hạ tầng rộng lớn nhất trên địa bàn, cung cấp đầy đủ các loại hình dịch vụ cho mọi đối tượng khách hàng. VNPT Nghệ An cơ bản đã cáp quang hóa đến tất cả các huyện, thị, khu vực với chiều dài 20.000 km, đảm bảo cung cấp dịch vụ tốc độ cao đến 100% số xã trên địa bàn tỉnh. Mạng truy cập internet băng rộng đã có gần 300 điểm cung cấp dịch vụ với 300.000 cổng kết nối, đảm bảo cung cấp dịch vụ băng rộng đến tất cả khách hàng trên toàn tỉnh. Đặc biệt, lĩnh vực mạng di động được tập trung đầu tư mạnh mẽ. Từ 20 trạm BTS vào năm 1996, đến nay VNPT Nghệ An đã có 1.800 trạm BTS, trong đó có gần 750 trạm 3G/4G, đưa VinaPhone trở thành nhà mạng có vùng phủ sóng 3G rộng nhất toàn tỉnh với 99% số xã được phủ sóng. VNPT Nghệ An hiện có hơn 1 triệu khách hàng sử dụng các dịch vụ viễn thông - công nghệ thông tin, trong đó có hơn 500.000 thuê bao di động; bình quân mỗi năm tăng thêm gần 100.000 khách hàng mới.

Về cơ cấu tổ chức, VNPT Nghệ An hiện nay có 12 phòng ban trực thuộc và 20 đơn vị trực thuộc giúp triển khai hoạt động trong địa bàn toàn Tỉnh. Đội ngũ của Công ty xét cơ cấu theo trình độ bao gồm: sau đại học 7,2%, trình độ đại học, cao đẳng 65%, lao động phổ thông 27,8%. Nếu phân chia theo độ tuổi: từ 50 tuổi - 60 tuổi chiếm 14%, từ 40 tuổi - 50 tuổi chiếm 32%, từ 40 tuổi trở xuống chiếm 54%. Tuy nhiên, nhóm được đào tạo về kỹ thuật chiếm gần 70% trong tổng số cán bộ của đơn vị, tạo nên sự chênh lệch lớn giữa khối kỹ thuật và khối quản lý, kinh tế. Nhìn chung, đối với nguồn nhân lực hiện tại, nhân lực quản lý - trình độ cao đang còn thiếu và lực lượng lao động phổ thông còn cao, độ tuổi của lực lượng chuẩn bị về hưu quá nhiều, lực lượng thay thế còn ít, trình độ cán bộ vừa nghiên cứu vừa làm việc để góp phần định hướng cho các hoạt động đầu tư phát triển kinh doanh còn thiếu gây nên những hạn chế về năng lực cạnh tranh. Có lẽ do vậy, kết quả kinh doanh của Công ty có dấu hiệu suy giảm.

Năm 2020, VNPT Nghệ An phát triển được 10.320 thuê bao, đạt gần 3,21% so với năm 2019.

Trong đó, internet phát triển thêm 15.328 thuê bao, di động trả sau phát triển được 3.833 thuê bao. Tuy nhiên, số lượng người dùng các dịch vụ viễn thông đã gần như bão hòa ở các vùng có thu nhập cao như thành phố Vinh và các thị xã lớn như Cửa Lò, Hoàng Mai,... đồng thời di động trả trước và trả sau không có sức thu hút như những năm trước đây nên số lượng rời mạng rất lớn. Một số nguyên nhân khác như các công ty viễn thông mới thực hiện giá cước đấu nối hòa mạng thấp, thường xuyên khuyến mãi miễn cước hòa mạng, tặng máy, tặng cước thuê bao,... VNPT Nghệ An đã điều chỉnh giá cước, giảm cước đấu nối hòa mạng theo sự chấp thuận của Nhà nước, nhưng số lượng thuê bao vẫn tăng chậm do khách hàng tháo hủy, chuyển đổi giữa các mạng để nhận khuyến mại khi lắp đặt mới.

3.3. Thực trạng hiệu suất kinh doanh của VNPT Nghệ An

Tỷ trọng phát triển các sản phẩm chính của VNPT Nghệ An trong 5 năm qua được thể hiện ở Hình 2.

Từ Hình 2 có thể thấy, mạng di động vẫn là sản phẩm đem lại doanh thu lớn nhất cho Công ty nhưng đang bị giảm sút từ năm 2017 đến nay. Dịch vụ băng rộng doanh thu thấp hơn nhưng đang có dấu hiệu gia tăng và hai dịch vụ còn lại cũng tăng doanh thu nhưng tỷ trọng còn rất thấp. Kết quả kinh doanh giai đoạn vừa qua của Công ty được thể hiện ở Bảng 1.

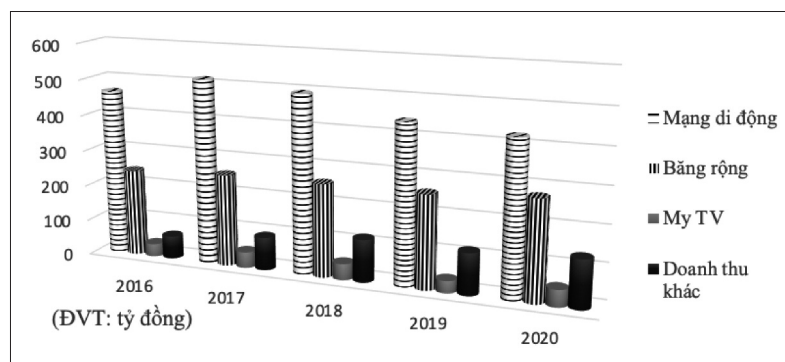
Năm 2020, VNPT Nghệ An phát triển được 10.320 thuê bao, đạt gần 3,21% so với năm 2019.

Trong đó, internet phát triển thêm 15.328 thuê bao, di động trả sau phát triển được 3.833 thuê bao. Tuy nhiên, số lượng người dùng các dịch vụ viễn thông đã gần như bão hòa ở các vùng có thu nhập cao như thành phố Vinh và các thị xã lớn như Cửa Lò, Hoàng Mai,... đồng thời di động trả trước và trả sau không có sức thu hút như những năm trước đây nên số lượng rời mạng rất lớn. Một số nguyên nhân khác như các công ty viễn thông mới thực hiện giá cước đấu nối hòa mạng thấp, thường xuyên khuyến mãi miễn cước hòa mạng, tặng máy, tặng cước thuê bao... VNPT Nghệ An đã điều chỉnh giá cước, giảm cước đấu nối hòa mạng theo sự chấp thuận của Nhà nước, nhưng số lượng thuê bao vẫn tăng chậm do khách hàng tháo hủy, chuyển đổi giữa các mạng để nhận khuyến mại khi lắp đặt mới.

Đánh giá chung năng lực cạnh tranh của VNPT Nghệ An

Để bổ sung thêm cho những đánh giá năng lực cạnh tranh thông qua hiệu suất kinh doanh, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát nhanh 100 khách

Hình 2: Doanh thu dịch vụ viễn thông chính của VNPT Nghệ An năm 2016 - 2020



(Nguồn: VNPT Nghệ An)

Bảng 1. Một số kết quả kinh doanh của VNPT Nghệ An giai đoạn 2016 - 2020

Chỉ tiêu	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng thuê bao	338.211	352.531	333.128	321.211	331.531
Tổng doanh thu (tỷ)	804.642	907,321	896,791	849.692	882,326
Nộp ngân sách (tỷ)	41,9	43.2	42,3	41,6	41,8
Năng suất lao động (triệu/người/năm)	702	775	715	707	725

Nguồn: VNPT Nghệ An

hàng nhằm so sánh trên 14 tiêu chí với hai đối thủ cạnh tranh chính là Viettel Nghệ An và FPT Nghệ An. Mỗi tiêu chí được đánh giá theo thang đo Likert 5 mức độ, kết quả như Bảng 2.

Từ kết quả khảo sát cho thấy, đánh giá của khách hàng về năng lực tổ chức tổ chức của VNPT Nghệ An ở mức trung bình (đạt 3,14) thấp hơn so với đối thủ cạnh tranh, Viettel Nghệ An đạt kết quả khả quan nhất là 3,22. Tuy nhiên, VNPT Nghệ An lại được đánh giá rất cao về năng lực mạng lưới, trình độ công nghệ và khả năng đầu tư, phát triển mạng lưới cũng như kênh phân phối bán hàng. Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ và năng lực tài chính của Công ty đều bị đánh giá yếu (lần lượt đạt 2,75 và 2,88 điểm). Đặc biệt, công tác chăm sóc và phục vụ khách hàng đang bị đánh giá rất

yếu (đạt 2,48 điểm). Có lẽ vì những yếu tố đó mà một tỷ lệ nhất định khách hàng đã chuyển đổi làm cho số kết quả kinh doanh của Công ty không được tích cực như kỳ vọng. Về năng lực thích ứng, VNPT Nghệ An đạt 3,22, cao hơn so với các đối thủ cạnh tranh nhưng năng lực quản lý điều hành chỉ đạt mức đánh giá thấp (2,91). Như vậy, Công ty cần chú trọng đến những yếu tố đang bị đánh giá yếu hơn đối thủ cạnh tranh để có thể cải thiện kết quả kinh doanh trong những năm tiếp theo.

4. Một số hàm ý nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp đối với VNPT Nghệ An

Với vai trò là một trong những tập đoàn đứng đầu về viễn thông, VNPT Nghệ An có những trọng trách rất quan trọng và ảnh hưởng lớn đến thị trường viễn thông Tỉnh. Công ty có định hướng

Bảng 2. Ma trận hình ảnh cạnh tranh dịch vụ viễn thông

TT	Năng lực	Yếu tố	Điểm đánh giá		
			VNPT	Viettel	FPT
1	Tổ chức	Năng lực tài chính	2,88	2,85	2,83
2		Chất lượng dịch vụ	2,75	2,81	2,69
3		Giá trị hình ảnh, thương hiệu	3,11	3,33	2,99
4		Trình độ công nghệ	3,36	3,35	4,04
5		Chính sách giá cước, khuyến mãi	3,44	3,43	3,37
6		Kênh phân phối, bán hàng	3,35	3,12	3,17
7		Năng lực mạng lưới cung cấp dịch vụ	3,77	3,48	2,97
8		Công tác chăm sóc và phục vụ khách hàng	2,48	3,15	3,12
9		Công tác truyền thông, quảng cáo	3,15	3,42	3,15
		Giá trị trung bình	3,14	3,22	3,15
10	Thích ứng	Thị phần của doanh nghiệp	3,85	2,91	2,15
11		Năng lực quản lý, điều hành	2,91	3,79	3,17
12		Khả năng xử lý, khắc phục sự cố nhanh	3,22	3,18	3,13
13		Nguồn nhân lực	3,19	3,15	3,11
14		Khả năng đầu tư, phát triển mạng lưới	2,94	2,88	2,79
		Giá trị trung bình	3,22	3,18	2,87

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm nghiên cứu tháng 3/2021

củng cố và duy trì vị thế chủ đạo trên thị trường với sứ mệnh là ứng dụng có hiệu quả công nghệ thông tin tiên tiến để mang đến cho người tiêu dùng những giá trị tốt đẹp của cuộc sống; định hướng kinh doanh hướng tới khách hàng; đặt mục tiêu giảm giá cước dịch vụ và quản lý tốt chi phí; ứng dụng khoa học công nghệ để đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, nâng cao chất lượng phục vụ, tăng hiệu quả kinh tế; đổi mới cơ chế, tổ chức doanh nghiệp thích ứng với sự thay đổi của thị trường. Từ định hướng đó, VNPT cần cân nhắc một số vấn đề sau đây:

Thứ nhất, cần có giải pháp đồng bộ về tài chính: triệt để sử dụng hiệu quả nguồn vốn của VNPT; tăng cường thu hút vốn đầu tư; tăng cường công tác quản lý thu nợ và xử lý nợ khó đòi, quản lý vật tư, thiết bị tồn kho, quản lý dòng tiền tại các đơn vị thành viên.

Thứ hai, tăng cường nghiên cứu, mở rộng thị trường và đa dạng hóa các hoạt động marketing: đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, xây dựng và quản lý tốt hơn cơ sở dữ liệu khách hàng, nhằm tìm ra những lý do khách hàng rời bỏ và tăng cường khai thác nhóm khách hàng hiện tại kết hợp việc bán chéo các sản phẩm của Công ty. Nên định kỳ khảo sát sự hài lòng của khách hàng cũng như tăng tốc độ chăm sóc khách hàng và giải quyết các dịch vụ sau bán, khiếu nại của khách hàng.

Thứ ba, xây dựng chính sách giá phù hợp giúp Công ty khai thác hiệu quả nhất các phân đoạn thị trường, các nhóm khách hàng khác nhau đồng thời tăng sự hài lòng của họ.

Thứ tư, tăng cường đầu tư phát triển nguồn nhân lực và kỹ năng quản lý, tổ chức hoạt động cho các cấp độ nhân viên và quản lý. Cuối cùng, việc hoàn thiện cơ chế phân phối thu nhập và xây dựng văn hóa doanh nghiệp sẽ giúp Công ty tạo sự gắn kết hơn nữa cho đội ngũ, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ.

5. Kết luận

Trong bối cảnh dịch bệnh phức tạp, hoạt động kinh doanh khó khăn hơn, doanh số trong lĩnh vực viễn thông của VNPT Nghệ An suy giảm, việc nâng cao năng lực cạnh tranh là rất cần thiết giúp Công ty tìm kiếm lại thị phần của mình. Nghiên cứu đã chỉ ra 3 nhóm yếu tố quan trọng cấu thành năng lực cạnh tranh doanh nghiệp là năng lực tổ chức, năng lực thích ứng và hiệu suất kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra VNPT Nghệ An cần có một số điều chỉnh về kênh phân phối và công tác chăm sóc khách hàng cũng như năng lực quản lý điều hành, phát triển mạng lưới. Bài viết chỉ tập trung vào nghiên cứu tại bàn và kết hợp với kết quả khảo sát rất hạn chế (100 khách hàng) nên có thể chưa thực sự đảm bảo tính toàn diện, nhóm sẽ tiếp tục mở rộng nghiên cứu trong thời gian tiếp theo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Thị Vân Anh (2020), Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong hội nhập, *Tạp chí Tài chính*, Kỳ 1 tháng 6/2020.
2. Ngô Thị Quỳnh Chi, Nguyễn Đức Thuận, Bùi Thanh Trường (2020), “Năng lực cạnh tranh marketing của Công ty TNHH MTV In Tạp chí Cộng sản: Thực trạng và giải pháp”, *Báo điện tử Tạp chí Công Thương*, 02/05/2020 <<https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nang-luc-can-phanh-marketing-cua-cong-ty-tnhh-mtv-in-tap-chi-cong-san-thuc-trang-va-giai-phap-71233.htm>>.
3. Dương Ngọc Dũng (2006), *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Micheal E.Porter*, Nhà xuất bản Tổng hợp, Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Philip Kotler and Kevin L. Keller. (2016). *Marketing management, 15th ed.* UK: Pearson Education Limited.
5. Oláh, J., Karmazin, Gy., Máté, D., Grabara, J. K., Popp, J. (2017). The effect of acquisition moves on income, pre-tax profits and future strategy of logistics firms. *Journal of International Studies*, 10(4), 233-245. doi:

10.14254/2071- 8330.2017/10-4/18.

6. Michael Porter. (1985). *Competitive Strategy*. New York, USA: Free Press.

7. Nguyễn Vĩnh Thanh (2003), *Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội, Hà Nội.

8. Trần Nguyễn Anh Thư (2012), “*Tăng cường năng lực cạnh tranh của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam trong điều kiện Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới*”, Luận án tiến sĩ, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương, Hà Nội.

9. Trang web của VNPT Nghệ An <<http://nghean.vnpt.vn/>>

Ngày nhận bài: 1/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/7/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/8/2021

Thông tin tác giả

1. TS. NGUYỄN HOÀNG GIANG

Giảng viên Trường Đại học Thương mại

2. NGUYỄN NHƯ HOÀNG

Cao học viên lớp CH25BQLKT.N6, Trường Đại học Thương mại

ENHANCING THE BUSINESS COMPETITIVENESS OF VNPT NGHE AN IN THE TELECOMMUNICATION MARKET OF NGHE AN PROVINCE

● Ph.D **NGUYEN HOANG GIANG**¹

● **NGUYEN NHU HOANG**²

¹Lecturer, Thuongmai University

²Masters student, CH25BQLKT.N6 Class, Thuongmai University

ABSTRACT:

In the current challenging business environment, the business competitiveness is an important factor to help an enterprise hold a strong position in the market and to compete with others. This paper studies the basic contents of business competitiveness and assesses the current business competitiveness of VNPT Nghe An. Based on the paper's findings, some implications are presented to enhance the competitiveness of VNPT Nghe An. The key factors in the business competitiveness are operational capacity, business ability and business performance.

Keywords: business competitiveness, telecommunication, telecommunication market, VNPT Nghe An.

KINH NGHIỆM VỀ CẢI CÁCH HÀNH CHÍNH CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

● VŨ THỊ LAN

TÓM TẮT:

Cải cách nền hành chính là một quá trình liên tục mang tính định hướng nhằm làm cho hoạt động thực thi quyền hành pháp ngày càng thích ứng hơn với yêu cầu của sự vận động và phát triển nền kinh tế, xã hội của mỗi quốc gia. Cải cách hành chính là bộ phận của cải cách tổ chức và hoạt động của hệ thống bộ máy nhà nước nói chung, được các quốc gia trên thế giới đặc biệt quan tâm. Trong phạm vi bài viết, trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm cải cách hành chính của một số quốc gia, tác giả rút ra một số bài học tham khảo cho Việt Nam.

Từ khóa: cải cách hành chính, Australia, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Theo cách hiểu chung nhất, cải cách là những thay đổi có tính hệ thống và có mục đích giúp cho một hệ thống hoạt động tốt hơn. Điều đó làm phân biệt cải cách với những hoạt động khác cũng chỉ sự biến đổi như sáng kiến, thay đổi,... Theo đó, cải cách hành chính, được hiểu là những thay đổi có tính hệ thống, lâu dài và thực hiện tốt hơn các chức năng, nhiệm vụ quản lý xã hội của mình. Cải cách hành chính nhằm thay đổi và làm hợp lý hóa bộ máy hành chính, với mục đích tăng cường tính hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước. Ngày nay, cải cách hành chính nhà nước là lĩnh vực được hầu hết các nước trên thế giới quan tâm. Nhiều quốc gia coi cải cách hành chính là yếu tố hết sức quan trọng để thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội,

đồng thời thông qua cải cách hành chính nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả hoạt động của Nhà nước; tăng khả năng phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, những nội dung cải cách hành chính được đề cập tới không giống nhau ở các quốc gia do có sự khác biệt về chế độ chính trị, trình độ phát triển kinh tế - xã hội cũng như truyền thống, phong tục, tập quán,... Tùy từng điều kiện phát triển của mỗi quốc gia, việc cải cách hành chính tập trung vào những khâu, những bộ phận nhất định.

2. Kinh nghiệm cải cách hành chính của một số quốc gia trên thế giới

2.1. Kinh nghiệm của Australia

Cũng như nhiều quốc gia trên thế giới, Australia đang tiến hành cải cách hành chính mạnh mẽ, trọng tâm là cải cách nền công vụ, được

thể hiện qua các chương trình cải cách từng giai đoạn, theo mỗi lĩnh vực cụ thể.

Tháng 9/2009, Thủ tướng Australia thành lập một Nhóm Tư vấn để xem xét, đánh giá lại nền hành chính và xây dựng, phát triển một kế hoạch cải cách. Kế hoạch cải cách này hướng tới bảo đảm lợi ích lâu dài của Chính phủ và người dân, khuyến khích thông tin phản hồi từ công chúng, liên kết tốt hơn với các bên liên quan và trách nhiệm của công dân, nâng cao năng lực nguồn nhân lực trong nền công vụ để đạt những mục tiêu chiến lược phát triển bền vững. Nhóm Tư vấn cùng với nhóm quan chức cấp cao trong nền công vụ Australia và đội ngũ công chức đã góp tiếng nói của mình cho nền công vụ của nhà nước Liên bang. Chính phủ Australia đã chính thức thông qua Kế hoạch cải cách từ năm 2010, Văn phòng Thủ tướng và Nội các chịu trách nhiệm chính trong quá trình triển khai và thực hiện cải cách hành chính. Hoạt động cải cách hành chính được thực hiện trên các lĩnh vực [2]:

Cung cấp dịch vụ công tốt hơn cho công dân.

Đơn giản hóa phương thức cung cấp các dịch vụ công cho người dân, thực hiện việc cung cấp dịch vụ công hướng tới người dân với việc tập trung vào quy trình tự động và đơn giản hóa.

Xây dựng phương thức cung cấp các dịch vụ công thông qua cộng đồng và khu vực tư nhân, linh hoạt và phù hợp với đặc điểm của từng địa phương; đơn giản hóa các thỏa thuận tài trợ; phát triển cơ chế phối hợp nhóm cho công dân và gia đình của họ với các nhu cầu phức tạp ở các vị trí cụ thể.

Cung cấp các dịch vụ hợp tác chặt chẽ giữa Nhà nước, vùng và chính quyền địa phương để đạt được kết quả tốt hơn cho công dân; tích hợp, sử dụng nhân viên từ nhiều cơ quan của Chính phủ tại các địa điểm cụ thể để họ tham gia nhiều hơn đến quá trình cung cấp dịch vụ công; chia sẻ thông tin giữa cơ quan hành chính các cấp; cho phép người dân truy cập thông tin về các dịch vụ được cung cấp bởi tất cả cơ quan hành chính các cấp.

Cắt giảm những gánh nặng về quy định hành chính không cần thiết; giảm thiểu báo cáo, loại bỏ những quy định không cần thiết hoặc được thiết kế kém chất lượng.

Tạo chính phủ cởi mở hơn. Tạo điều kiện để công dân tham gia với Chính phủ trong quá trình hoạch định chính sách và dịch vụ công; xây dựng và thực hiện phương pháp tiếp cận mới để cộng tác và tham vấn với người dân về các vấn đề chính sách và cung cấp dịch vụ công, làm cho dữ liệu khu vực công tới công chúng một cách rộng rãi hơn nhưng vẫn bảo đảm các nguyên tắc bảo mật.

Để thực hiện tốt nhiệm vụ cải cách hành chính, các Bộ, ngành đều tham gia quá trình tăng cường chính sách chiến lược và năng lực cung cấp dịch vụ; thiết lập một mạng lưới chính sách chiến lược và tạo ra một bộ công cụ chính sách để hỗ trợ sự phát triển của năng lực chính sách chiến lược qua Ban Công vụ; thành lập các nhóm dự án chính sách chiến lược với sự tham gia của các cơ quan liên quan. Cơ quan Dịch vụ công được thành lập với trách nhiệm lãnh đạo nền công vụ nhà nước định vị lại chức năng, nhiệm vụ để cung cấp các mục tiêu cải cách rộng lớn, thực hiện các kiến nghị đề xuất Chính phủ. Bên cạnh đó, Chính phủ Australia đặc biệt coi trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hành chính. Tổ chức tốt hơn quy trình tuyển dụng đội ngũ công chức vào nền công vụ; xây dựng các tiêu chuẩn thực tiễn tốt nhất cho việc tuyển dụng và duy trì các nguyên tắc khen thưởng; thường xuyên phân tích về nhân khẩu học liên quan đến việc làm của nền công vụ; phối hợp quy trình đào tạo ban đầu và tuyển chọn; sử dụng các quy trình tuyển dụng mới, thích hợp với các chức vụ thực thi. Khuyến khích đội ngũ công chức mở rộng kinh nghiệm nghề nghiệp; xây dựng cơ chế linh hoạt để khuyến khích đội ngũ công chức trong nền công vụ Australia linh hoạt sự đa dạng, phong phú của nghề nghiệp.

2.2. Kinh nghiệm của Hoa Kỳ

Chính phủ Hoa Kỳ rất tích cực trong việc cải cách bộ máy hành chính với việc thành lập ra một ủy ban chịu trách nhiệm về việc xem xét lại và hiện đại hóa bộ máy Chính phủ. Kể từ năm 1992, phong trào “Sáng tạo lại chính phủ” được khởi xướng với các nguyên tắc cải cách cho Chính phủ [4]:

Lái thuyền chứ không chèo thuyền: Chính phủ tập trung vào thực hiện chức năng định hướng, khuyến khích, quản lý vĩ mô. Tăng cường quyền

lực cho cộng đồng: Chính phủ gắn với cộng đồng, trao quyền cho công dân chứ không phải chỉ đơn thuần là phân phát dịch vụ. Khuyến khích cạnh tranh: Chính phủ có chức năng cạnh tranh, đưa cạnh tranh vào lĩnh vực cung cấp dịch vụ công hơn là độc quyền. Thay đổi các tổ chức dựa vào quy định: Chính phủ theo định hướng sứ mạng. Xem trọng đầu ra hơn là đầu vào: Đánh giá hoạt động của các tổ chức thuộc cơ cấu Chính phủ dựa trên kết quả chứ không dựa vào đầu vào. Thỏa mãn các nhu cầu của người tiêu dùng: Chính phủ coi công dân là khách hàng, trao cho họ quyền lựa chọn dịch vụ, thỏa mãn các nhu cầu của họ chứ không phải của bộ máy quan chức. Đầu tư vào việc phòng ngừa các vấn đề hơn là chữa chạy: Xây dựng một Chính phủ có năng lực thích ứng cao, tiên liệu được các vấn đề phức tạp trước khi chúng nảy sinh, nhìn nhận được các nguy cơ, thách thức nhằm giảm thiểu thiệt hại. Phân quyền: Chính phủ phi tập trung hóa quyền lực, áp dụng chế độ cùng quản lý, chuyển từ hệ thống thứ bậc sang sự tham gia và làm việc nhóm. Đó là quan hệ tự nguyện và hợp tác giữa các tác nhân khác nhau của khu vực nhà nước và khu vực tư nhân. Giải quyết các vấn đề bằng cách tận dụng vị thế thị trường: Chính phủ định hướng theo thị trường, làm xúc tác cho các khu vực công, tư nhân và tự nguyện cùng họ tham gia giải quyết các vấn đề của cộng đồng.

Tuy nhiên, quá trình cải cách hành chính của Hoa Kỳ đã làm phát sinh một số vấn đề. Một là, việc triển khai và duy trì các biện pháp đảm bảo thực hiện đúng chính sách có nhiều hạn chế như chậm trong triển khai thực hiện chính sách, thiếu các biện pháp tích cực, hiệu quả trong đảm bảo thực hiện chính sách... Hai là, có sự dư thừa về số lượng công chức, xuất hiện tình trạng “không có việc làm” hoặc “việc làm không cụ thể, không có mục tiêu” của một bộ phận công chức. Ba là, những khó khăn trong việc đánh giá kết quả thực hiện công việc. Việc khen thưởng đối với cá nhân luôn là vấn đề không dễ thực hiện, bởi lẽ đánh giá năng suất lao động của cá nhân đối với các sản phẩm phi thị trường trong khu vực công là rất khó định lượng. Bốn là, sự suy thoái đạo đức và gia tăng tham

nhũng trong khu vực công. Công chức ngày càng được yêu cầu làm nhiều hơn và hưởng thụ ít hơn, sự ổn định của công việc cũng luôn bị đe dọa. Điều này có thể dẫn đến xung đột nội bộ hoặc sự mất ổn định tăng lên, ảnh hưởng tới quá trình cải cách đồng bộ bởi sự bất hợp tác hoặc những vấn đề liên quan đến đạo đức công vụ.

2.3. Kinh nghiệm của Nhật Bản

Vào cuối những năm 90 của thế kỷ XX, Thủ tướng Nhật Bản Hashimoto Ryutaro đã thành lập Hội đồng Cải cách hành chính và đích thân Thủ tướng làm Chủ tịch Hội đồng. Hội đồng đã áp dụng các lý thuyết của quản lý công mới và đưa ra các biện pháp cải cách sau: Thành lập Văn phòng Nội các; Tổ chức lại các Bộ và cơ quan ở trung ương; Chuyển đổi các cơ quan quốc gia thành các pháp nhân hành chính độc lập; Bổ nhiệm Thứ trưởng ở các bộ; Phân quyền; Cải cách công vụ. Văn phòng Nội các mới là tổ chức giúp việc của Thủ tướng. Văn phòng này điều phối các chính sách của Chính phủ dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Thủ tướng. Một vài cơ quan và các tổ chức độc lập (Cục Phòng vệ, Cục Tài chính và Ủy ban An toàn Quốc gia,...) đã chuyển sang trực thuộc Văn phòng Nội các [5].

Tổ chức lại các cơ quan ở Trung ương của Chính phủ là một trong những ưu tiên lớn của Chính phủ dưới quyền của Thủ tướng Hashimoto. Dưới sự chỉ đạo của Thủ tướng, Hội đồng Cải cách đã chuẩn bị một kế hoạch cắt giảm một nửa số lượng các Bộ, ngành Trung ương. Việc cắt giảm này sẽ thành công chủ yếu nhờ việc sáp nhập các bộ và các cơ quan trung ương. Hơn nữa, Chính phủ cũng đã xác định thời hạn tư nhân hóa Bộ Bưu điện và Viễn thông vào năm 2003. Vào tháng 7/1999, Đạo luật về Tổ chức lại các bộ ở Trung ương bắt đầu có hiệu lực.

Để tăng cường sự lãnh đạo chính trị đối với các Bộ, Chính phủ đã bổ nhiệm các Thứ trưởng ở mỗi Bộ để giúp các Bộ trưởng thay thế cho các Thứ trưởng Nghị viện hiện nay (Parliamentary Vice - Minister). Tổng số 22 Thứ trưởng được bổ nhiệm ở mỗi bộ thuộc Nội các. Thêm vào đó, Chính phủ đã bổ nhiệm 26 “phụ tá Nghị viện”, những người sẽ giải quyết việc xây dựng các chính sách và kế hoạch đặc biệt dưới sự chỉ đạo của Bộ trưởng. Điều

đó có nghĩa là gần 50 các chính khách được bổ nhiệm cùng với 14 Bộ trưởng (Bộ trưởng Nhà nước) sẽ lãnh đạo bộ máy hành chính.

Chính phủ đã chuyển đổi 80 cơ quan Chính phủ thành các Pháp nhân hành chính độc lập (Independent Administrative Corporation - IAC). Danh sách các cơ quan này bao gồm các cơ sở in tiền, in ấn, bệnh viện, bảo tàng quốc gia và các phòng thí nghiệm. Trong cơ cấu của các pháp nhân hành chính độc lập, có một cơ quan đứng đầu sẽ chuẩn bị kế hoạch hoạt động trung hạn và quản lý ngân sách do Chính phủ cung cấp. Địa vị của những người làm việc tại đây sẽ được phân thành 2 loại: công chức (tư cách công chức) và phi công chức. Mục đích đầu tiên của các IAC nhằm “tách chức năng xây dựng chính sách và chức năng thực hiện chính sách, đổi mới hiệu quả và chất lượng dịch vụ cung cấp cho nhân dân bằng việc giao cho các cơ quan này nhiều quyền tự chủ và trách nhiệm hơn, đảm bảo tính minh bạch trong hoạt động”. Hiện nay, vấn đề tranh cãi nhất là việc chuyển giao các trường Đại học Quốc gia thành pháp nhân hành chính độc lập.

Căn cứ trên khuyến nghị của Ủy ban Thúc đẩy phân quyền, Chính phủ đã sửa đổi các Luật liên quan nhằm chuyển giao các thẩm quyền của Trung ương và cho phép địa phương tự chủ nhiều hơn. Cơ quan Phân quyền hệ thống chức năng, có nhiệm vụ hợp pháp hóa việc kiểm soát chung của Chính quyền trung ương với chính quyền địa phương đã bị hủy bỏ. Việc thực hiện chính sách phân quyền sẽ biến đổi chính quyền Trung ương và chính quyền địa phương từ mối quan hệ mệnh lệnh - phục tùng chuyển sang quan hệ bình đẳng hơn.

3. Một số bài học rút ra cho Việt Nam

Thứ nhất, cải cách hành chính nhà nước phải bắt nguồn từ thực tiễn của đất nước. Thực tiễn ở các quốc gia trên thế giới cho thấy, cải cách hành chính nhà nước liên quan tới nhiều yếu tố mang tính nội tại của từng quốc gia trong mỗi giai đoạn, do đó không có một nền hành chính khuôn mẫu cho tất cả các nước. Cải cách hành chính nhà nước phải bắt nguồn từ thực tiễn của mỗi quốc gia, phụ thuộc vào chế độ chính trị, trình độ phát triển kinh tế - xã hội và cả những yếu tố khác như truyền

thống, văn hóa, lịch sử,... của quốc gia đó. Trong điều kiện hiện nay của Việt Nam, cải cách hành chính là một quá trình thay đổi có chủ định nhằm hoàn thiện các bộ phận của nền hành chính để nâng cao năng lực, hiệu lực và hiệu quả hoạt động của hành chính công trong quản lý nhà nước và phục vụ nhân dân, góp phần thực hiện thành công công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở nước ta. Đảng và Nhà nước ta đã xác định: Cải cách hành chính phải xuất phát từ điều kiện cụ thể của Việt Nam, có tham khảo kinh nghiệm của các nước. Việc nghiên cứu, vận dụng những bài học kinh nghiệm từ các cuộc cải cách ở các nước sẽ góp phần quan trọng tạo nên thành công của công cuộc cải cách hành chính ở nước ta hiện nay.

Thứ hai, coi trọng cải cách tổ chức bộ máy hành chính nhà nước. Kinh nghiệm của các quốc gia cho thấy, hoạt động cải cách hành chính được thực hiện trước hết từ việc cải cách lại bộ máy hành chính nhà nước. Theo đó, Việt Nam cần tiếp tục tiến hành tổng rà soát và điều chỉnh phù hợp về vị trí, chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, cơ cấu tổ chức và biên chế hiện có của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các cấp, các cơ quan chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, cấp huyện, các cơ quan, tổ chức khác thuộc bộ máy hành chính nhà nước ở Trung ương và địa phương (bao gồm cả các đơn vị sự nghiệp của Nhà nước). Tiến hành nghiên cứu, đánh giá mô hình tổ chức và chất lượng hoạt động của chính quyền địa phương nhằm xác lập mô hình tổ chức phù hợp, bảo đảm phân định đúng chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, sát thực tế, hiệu lực, hiệu quả; xây dựng mô hình chính quyền đô thị và chính quyền nông thôn phù hợp; hoàn thiện cơ chế phân cấp để đề cao vai trò chủ động, tinh thần trách nhiệm, nâng cao năng lực của từng cấp, từng ngành. Tăng cường giám sát, kiểm tra, thanh tra; tiếp tục đổi mới phương thức làm việc của cơ quan hành chính nhà nước để bảo đảm sự hài lòng của cá nhân, tổ chức đối với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước. Cải cách và triển khai trên diện rộng cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các đơn vị sự nghiệp dịch vụ công, nâng cao chất lượng dịch vụ công trong các lĩnh vực kinh tế - xã hội.

Thứ ba, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hành chính nhà nước. Nguồn nhân lực hành chính là nhân tố quyết định chất lượng, hiệu quả quá trình cải cách hành chính ở các quốc gia. Các nước Australia, Hoa Kỳ và Nhật Bản đều quan tâm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hành chính với những biện pháp cụ thể. Từ kinh nghiệm này của các quốc gia, Việt Nam cần chú trọng đúng mức đến việc xây dựng, phát triển nguồn nhân lực hành chính có số lượng, cơ cấu hợp lý, đủ trình độ, năng lực và phẩm chất thi hành công vụ, phục vụ nhân dân và phục vụ sự nghiệp phát triển của đất nước. Đổi mới nội dung và chương trình đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực hành chính các cấp theo các hình thức: hướng dẫn tập sự trong thời gian tập sự; bồi dưỡng theo tiêu chuẩn ngạch công chức, viên chức; đào tạo, bồi dưỡng theo tiêu chuẩn chức vụ lãnh đạo, quản lý; bồi dưỡng bắt buộc kiến thức, kỹ năng tối thiểu trước khi bổ nhiệm và bồi dưỡng hàng năm. Tiếp tục ban hành các văn bản quy phạm pháp luật quy định về chức danh, tiêu chuẩn của từng vị trí việc làm của cán bộ, công chức, viên chức trong từng cơ quan, tổ chức, từng ngành, từng lĩnh vực, từng địa phương, làm cơ sở cho tính giản tổ chức và tinh giản biên chế. Tăng cường tính công khai, minh bạch, trách nhiệm của hoạt động công vụ. Có chính sách đãi ngộ, động viên, khuyến khích cán bộ, công chức, viên chức hoàn thành tốt nhiệm vụ và có cơ chế loại bỏ, bãi miễn những người không hoàn thành nhiệm vụ, vi phạm kỷ luật, mất uy tín với nhân dân.

Thứ tư, tăng cường công tác chỉ đạo, phối hợp thực hiện việc thực hiện cải cách hành chính từ Chính phủ, đến các Bộ, cơ quan ngang Bộ và Ủy ban nhân dân các cấp. Phối hợp chặt chẽ giữa các cơ

quan chức năng là yêu cầu quan trọng, quyết định đến hiệu quả cải cách hành chính ở Australia, Hoa Kỳ và Nhật Bản. Từ kinh nghiệm thực tiễn đó, trong giai đoạn hiện nay, Việt Nam cần tăng cường công tác chỉ đạo, điều hành việc triển khai thực hiện cải cách hành chính từ Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đến các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và Ủy ban nhân dân các cấp. Có cơ chế phân công, phối hợp thống nhất, rõ thẩm quyền, trách nhiệm cụ thể giữa các cơ quan chủ trì triển khai các nội dung cải cách hành chính. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ và Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm trực tiếp chỉ đạo thống nhất việc thực hiện cải cách hành chính trong phạm vi quản lý của mình. Gắn việc đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ cải cách hành chính hàng năm với đánh giá trách nhiệm, năng lực lãnh đạo, quản lý của người đứng đầu các cơ quan, đơn vị. Coi trọng công tác thi đua, khen thưởng trong cải cách hành chính.

4. Kết luận

Trong giai đoạn phát triển mới, cải cách hành chính là một trong những nhiệm vụ chính trị quan trọng của Việt Nam. Để thực hiện tốt hoạt động này, bên cạnh sự nỗ lực chung của hệ thống chính trị và toàn xã hội, cần có sự nghiên cứu, tiếp thu có chọn lọc những kinh nghiệm hay của các quốc gia trên thế giới. Mục tiêu nhằm xây dựng một nền hành chính dân chủ, trong sạch, vững mạnh, chuyên nghiệp, hiện đại hóa, hoạt động có hiệu lực và hiệu quả, một Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, của dân, do dân, vì dân, một đội ngũ công chức có đủ năng lực và phẩm chất hoàn thành nhiệm vụ được giao ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Anh Tuấn (2015). Cải cách hành chính theo lý thuyết quản lý công mới ở Nhật Bản và một số nước ASEAN. Truy cập tại: <http://isos.gov.vn/>
2. Bộ Nội vụ (2020). Tài liệu bồi dưỡng công chức thực hiện công tác cải cách hành chính cấp Tỉnh năm 2020.
3. Chính phủ (2021). *Nghị quyết số 76/NQ-CP, về ban hành Chương trình tổng thể cải cách hành chính nhà nước giai đoạn 2021 - 2030.*

4. Chiavo Campo và P.S.A. Sundaram (2007). *Phục vụ và duy trì: Cải thiện hành chính công trong một thế giới cạnh tranh*. Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội (bản dịch).
5. Nguyễn Minh Mẫn (2010). Một số kinh nghiệm cải cách hành chính tại Nhật Bản. *Thông tin Khoa học xã hội*, số 6 năm 2010.
6. Phạm Đức Toàn (2012). Một vài ý tưởng cải cách hành chính ở Hợp chúng quốc Hoa Kỳ - Từ lăng kính lịch sử. Truy cập tại: <http://isos.gov.vn/>.

Ngày nhận bài: 19/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/7/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/8/2021

Thông tin tác giả:

NCS. ThS. VŨ THỊ LAN

Học viện Hành chính Quốc gia

EXPERIENCE OF SOME COUNTRIES IN IMPLEMENTING THE ADMINISTRATION REFORM AND LESSONS LEARNT FOR VIETNAM

● Ph.D student, Master. **VU THI LAN**

National Academy of Public Administration

ABSTRACT:

The administration reform is a continuous process to make the exercise of executive power more and more suitable to the requirements of socio-economic development of each country. The administration reform is a part of the reform of the state apparatus system in general and countries around the world pay special attention to this reform. By studying experience of some countries in implementing the administration reform, this paper draws some lessons learnt for Vietnam.

Keywords: public administration reform, Australia, the USA, Japan, Vietnam.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH THAM GIA HỢP TÁC XÃ CỦA NÔNG HỘ TẠI TỈNH HẬU GIANG

● KHÔNG TIẾN DŨNG - NGUYỄN ĐỖ NHƯ LOAN - ĐỖ THỊ HOÀI GIANG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu phân tích nhận thức và nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia hợp tác xã (HTX) của nông hộ tại Hậu Giang. Thang đo Likert, t-test và mô hình Logit được dùng để phân tích. Kết quả cho thấy có khác biệt về kinh nghiệm, diện tích, tập huấn và tham gia hội giữa 2 nhóm hộ. Mô hình Logit chỉ ra có 2 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định là diện tích và kinh nghiệm. Các hàm ý chính sách được đề xuất nhằm thúc đẩy việc tham gia HTX của nông hộ.

Từ khóa: hợp tác xã, tỉnh Hậu Giang, nhận thức, quyết định tham gia.

1. Đặt vấn đề

Hậu Giang là một tỉnh thuộc khu vực đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) có diện tích đất sản xuất nông nghiệp lớn. Sự phát triển của HTX, nhất là HTX hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp càng đóng vai trò quan trọng đối với nền kinh tế của tỉnh. Tỉnh đang tập trung phát triển mô hình HTX gắn với chuỗi giá trị sản phẩm có lợi thế cạnh tranh, đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội. Trong thời gian qua, tỉnh đã triển khai hiệu quả Quyết định số 1980/QĐ-TTg ngày 17/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020, trong đó tiêu chí số 13 là phải có HTX hoạt động hiệu quả và có liên kết gắn với chuỗi giá trị sản phẩm, quán triệt Nghị quyết Trung ương 5 Khóa IX, kết luận số 56-KL/TW của Bộ Chính trị và Nghị quyết Đại hội XII của Đảng và Nghị quyết của cấp ủy tỉnh, thành phố về phát triển kinh tế tập thể, HTX. Báo cáo tổng kết của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Hậu Giang đã cho thấy

các chương trình, mô hình liên kết hợp tác ở tỉnh Hậu Giang đã đạt được những thành tựu rất đáng ghi nhận. Tuy nhiên, báo cáo cũng chỉ ra những khó khăn về tình hình sản xuất nông nghiệp trên địa bàn như còn nhỏ lẻ, phân tán, mô hình liên kết phát triển chậm, thiếu tính bền vững. Nông dân chưa mạnh dạn liên kết sản xuất tập trung theo mô hình HTX, tổ hợp tác nên chưa thu hút được nhiều doanh nghiệp liên kết sản xuất theo chuỗi. Theo số liệu thống kê, số lượng nông dân tham gia vào HTX chưa nhiều, HTX chưa tạo được động cơ khiến nông hộ sản xuất tiêu thụ trong các mô hình liên kết. Điều này là do phần lớn các HTX hoạt động đạt lợi nhuận chưa cao, còn mang tính phong trào và hình thức. Hầu hết các HTX này có quy mô nhỏ lẻ, hoạt động thiếu định hướng về kế hoạch phát triển, thiếu tính tự quyết, tự chịu trách nhiệm trên cơ sở pháp luật. Những lý do này làm cho người dân còn e ngại chưa muốn tham gia HTX. Trong đó, chủ thể chính và quan trọng nhất chính là những nông dân.

Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm tìm hiểu nhận thức của người dân về các hợp tác xã nông nghiệp ở tỉnh Hậu Giang, tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia hợp tác xã của nông hộ, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm khuyến khích nông hộ tham gia vào hợp tác xã nông nghiệp, góp phần giúp người nông dân có thu nhập ổn định, củng cố và ngày càng phát triển hơn nữa hoạt động HTX trong thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Số liệu sơ cấp phục vụ cho nghiên cứu được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp 160 nông hộ sản xuất lúa trên địa bàn các huyện Vị Thủy, Châu Thành A, Châu Thành, Phụng Hiệp và thị xã Ngã Bảy. Các nông hộ được chọn phỏng vấn bằng phương pháp chọn mẫu phân tầng. Thực hiện phỏng vấn chủ hộ hay người trực tiếp sản xuất trong mỗi nông hộ bằng bảng câu hỏi soạn sẵn để ghi nhận các thông tin có liên quan. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng thông tin phỏng vấn chuyên gia (KIP) là cán bộ thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Liên minh HTX tỉnh Hậu Giang về các chỉ tiêu đánh giá lợi ích và cơ sở đề xuất thông tin thu thập dữ liệu.

Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để mô tả các đặc điểm, giá trị trung bình, giá trị lớn nhất và nhỏ nhất của đối tượng khảo sát như tuổi, giới tính, trình độ học vấn của chủ hộ, năm kinh nghiệm, diện tích sản xuất, số nhân khẩu, tham gia tập huấn và tham gia hội nông dân. Kiểm định t-test được sử dụng nhằm kiểm định sự khác biệt về các nhân tố như tuổi, giới tính, trình độ học vấn của chủ hộ, năm kinh nghiệm, diện tích sản xuất, số nhân khẩu giữa 2 nhóm hộ tham gia và không tham gia hợp tác xã. Thang đo Likert được sử dụng nhằm đo lường nhận thức của nông hộ về các chỉ tiêu có liên quan đến lợi ích khi tham gia vào HTX, gồm 6 biến quan sát với các tiêu chí bao gồm: Thu nhập tăng thêm, tiếp cận kỹ thuật sản xuất mới, được cung cấp giống chất lượng, bán được nông sản dễ dàng hơn, khả năng tiêu thụ nông sản với giá cả tốt hơn, được tập huấn kỹ thuật sản xuất nông sản. Các chỉ tiêu này dựa trên khái niệm, định nghĩa, chức năng của HTX, lược khảo tài liệu và từ phỏng vấn chuyên gia.

Nghiên cứu sử dụng mô hình nhị phân Logit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham

gia HTX của nông hộ. Dạng tổng quát của mô hình Logit như sau:

$$\begin{aligned} \text{Ln} \left[\frac{P(Y=1)}{P(Y=0)} \right] \\ = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \\ + \beta_4 X_4 + \dots + \beta_n X_n \end{aligned}$$

Trong đó, Ln: Log của cơ số e (e=2,714), P(Y=1) = P₀ là xác suất hộ có mong muốn tham gia HTX, P(Y=0) = 1 - P₀ là xác suất hộ không mong muốn tham gia HTX, là hằng số; β₁ đến β_n là các hệ số ước lượng, X₁ đến X_n là các biến độc lập, bao gồm các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia vào HTX. Cụ thể, X₁ (diện tích) là diện tích sản xuất của hộ (1.000m²/hộ) (Shi Zheng, Zhigang Wang, Titus O. Awokuse, 2012); X₂ (kinh nghiệm) là kinh nghiệm của chủ hộ (năm) (Awotide và Diran Olawale, 2012); X₃ (giới tính) là giới tính của chủ hộ (Nam=0, Nữ=1) (Erdoğan Atmiş và cộng sự, 2008); X₄ (tuổi) là tuổi của chủ hộ (năm) (Liu Yu Xiang và John Sumelius, 2007); X₅ (trình độ) là trình độ học vấn của chủ hộ (năm) (Awotide và Diran Olawale, 2012); X₆ (nhân khẩu) là số nhân khẩu của hộ (người) (Shi Zheng, Zhigang Wang, Shunfeng Song, 2011); X₇ (tập huấn) thể hiện chủ hộ có tham gia tập huấn không (Có=1, Không=0) (Khuru Bảo Châu, 2017); X₈ (hội nông dân) là chủ hộ có tham gia hội nông dân không (Có=1, Không=0) (Shi Zheng, Zhigang Wang, Titus O. Awokuse, 2012); và X₉ thể hiện lợi ích khi tham gia HTX đo lường bằng thang đo Likert 5 mức. Trong đó, các biến X₁, X₂, X₃, X₅, X₆, X₇, X₉ được kỳ vọng có tác động cùng chiều với Y.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Đặc điểm mẫu khảo sát

Kết quả thống kê mô tả và so sánh giữa 2 nhóm có tham gia và không tham gia HTX cho thấy sự khác biệt giữa 2 nhóm chủ yếu ở diện tích canh tác (mức ý nghĩa 1%). Các yếu tố còn lại là sự khác biệt không có ý nghĩa về mặt thống kê. Điểm đáng lưu ý là trình độ học vấn của đáp viên khá thấp chỉ nằm trong khoảng cấp 1 và cấp 2, trong khi kinh nghiệm trồng lúa rất cao (khoảng 26 năm). Đặc điểm này phù hợp với thông tin từ các cuộc khảo sát lớn như Bộ số liệu Điều tra mức sống dân cư của Tổng cục Thống kê và phản ánh đúng đặc điểm của đối tượng khảo sát. Do đó, những phân tích trong bài sẽ mang tính đại diện cho tổng thể. (Bảng 1)

Bảng 1. Thống kê mô tả đặc điểm kinh tế - xã hội của đáp viên giữa 2 nhóm

	Tham gia HTX (n=107)			Không tham gia HTX (n=53)			Chênh lệch
	Trung bình (Độ lệch chuẩn)	Thấp nhất	Cao nhất	Trung bình (Độ lệch chuẩn)	Thấp nhất	Cao nhất	
Tuổi	52,02 (11,12)	26	77	49,91 (11,13)	30	74	-2,11 ^{ns}
Trình độ học vấn	1,67 (0,76)	0	4	1,66 (0,62)	1	3	-0,01 ^{ns}
Kinh nghiệm	26,13 (11,17)	2	47	26,42 (13,85)	4	60	0,28 ^{ns}
Diện tích sản xuất	17,07 (10,79)	3	52	11,42 (9,63)	1	62	-5,65 ^{***}
Số nhân khẩu	4,66 (1,52)	2	10	4,38 (1,30)	2	8	-0,28 ^{ns}

*Ghi chú: (***) , (**) và (*) có ý nghĩa thống kê ở các mức 1%, 5% và 10%; (ns) không có ý nghĩa thống kê
 Nguồn: Kết quả điều tra năm 2020*

Thực tế cho thấy, đa phần nông dân rất khó tiếp cận được với kỹ thuật bởi rào cản trong trình độ học vấn, một phần là do một số nông hộ đã quen với kinh nghiệm từ lâu đời nên không quen với việc tiếp cận kỹ thuật tiên tiến. Việc tham gia tập huấn là một trong những phương pháp cần thiết trong quá trình sản xuất nông nghiệp, khi tham dự tập huấn sẽ giúp cho nông hộ trau dồi thêm kiến thức bổ ích về kinh nghiệm sử dụng lượng phân, thuốc nông được sao cho đạt được tối thiểu hóa chi phí và đảm bảo nâng cao năng suất nông sản cho hộ nông dân. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi tham gia vào HTX, nông dân có cơ hội được tập huấn nhiều hơn (85%

có tham gia tập huấn so với 32% ở nhóm không tham gia) và đây chính là một trong những lợi thế trong quá trình sản xuất.

3.2. Đánh giá những lợi ích khi tham gia hợp tác xã (Bảng 2)

Khi tham gia vào HTX, phần lớn xã viên nhận thấy thu nhập của bản thân cao hơn trước, họ đánh giá rất cao với mức cảm nhận rất hài lòng (giá trị trung bình là 4,21/5). Ngoài ra, xã viên còn được tiêu thụ nông sản với giá cả tốt. Bên cạnh đó, xã viên khi tham gia HTX còn được tập huấn về kỹ thuật sản xuất và được cung cấp giống chất lượng tốt. Được tiếp cận nhiều kỹ thuật sản xuất mới và

Bảng 2. Phân tích những lợi ích xã viên nhận được khi tham gia HTX

Biến	N	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Mức độ cảm nhận
Thu nhập tăng thêm	112	4,21	0,83	Rất hài lòng
Tiếp cận kỹ thuật sản xuất mới	112	4,22	0,76	Rất hài lòng
Được cung cấp giống chất lượng	112	4,01	0,89	Hài lòng
Bán được nông sản dễ dàng hơn	112	4,22	0,79	Rất hài lòng
Khả năng tiêu thụ sản phẩm với giá cả tốt hơn	112	4,18	0,81	Hài lòng
Được tập huấn kỹ thuật sản xuất nông sản	112	4,08	0,81	Hài lòng
Nhận xét chung	112	4,15	0,53	Hài lòng

Nguồn: Kết quả điều tra năm 2020

bán được nông sản dễ dàng hơn là 2 nhân tố khiến xã viên thấy rất hài lòng, với giá trị trung bình bằng nhau là 4,22.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, phần lớn nông dân cho rằng thu nhập của họ tăng lên khi tham gia HTX (80%) và có cơ hội bán được nông sản dễ dàng hơn (83%). Ngoài ra, nhận định của họ ở đây cũng phù hợp với nội dung thống kê mô tả khi 86% cho rằng họ nhận được tiếp cận kỹ thuật mới khi tham gia HTX. Chỉ một số ít đáp viên không hài lòng hoặc chưa quan tâm đến các chỉ tiêu này. Bên cạnh đó, việc tham gia HTX còn giúp họ được tiếp cận nguồn giống tốt. Tóm lại, người dân thực sự hài lòng với các lợi ích mà HTX đem lại, mức hài lòng chung là 4,15. Đây là một mức độ khá cao mà xã viên dành cho HTX. Đối với các lợi ích, kỳ vọng về thu nhập tăng thêm khi tham gia HTX là nhiều nhất. Qua kết quả ta thấy, tiếp cận được kỹ thuật sản xuất mới và bán được nông sản dễ dàng hơn là 2 nhân tố khiến xã viên hài lòng nhất trong các lợi ích được đề ra. Qua khảo sát, người dân rất yên tâm

khi được HTX tìm kiếm thị trường tiêu thụ. HTX đã tích cực tìm kiếm thị trường, liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp chế biến và tiêu thụ nông sản, từng bước xây dựng các vùng sản xuất tập trung quy mô lớn theo tiêu chuẩn chất lượng, giúp kết nối, tiêu thụ nông sản cho xã viên.

3.3. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia hợp tác xã

Hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến đều nhỏ hơn 5 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình nghiên cứu. Kết quả ước lượng mô hình Logit được trình bày trong Bảng 3.

Giá trị kiểm định Chi-square = 0,0631 < 0,1 cho thấy, mô hình phù hợp với mức ý nghĩa 10%. Hệ số hồi quy cho thấy nếu các hộ có diện tích càng lớn xác suất mong muốn tham gia HTX càng thấp. Trong khi đó, nông hộ có kinh nghiệm càng cao, xác suất mong muốn gia nhập HTX càng nhiều. Kết quả nghiên cứu này trái với kỳ vọng đối với biến diện tích nhưng phù hợp với kết quả nghiên cứu trước đây của Shi Zheng và cộng sự (2012) và

Bảng 3. Kết quả ước lượng theo mô hình Logit

	Hệ số	Tác động biên (dy/dx)	Mức ý nghĩa	VIF
Diện tích	-0,103 (0,044)	-0,007**	0,019	1,19
Kinh nghiệm	0,164 (0,078)	0,011**	0,035	4,26
Giới tính	-2,205 (1,409)	-0,248 ^{ns}	0,118	1,35
Tuổi	-0,154 (0,102)	-0,011 ^{ns}	0,131	5,09
Trình độ học vấn	0,172 (0,922)	0,012 ^{ns}	0,852	1,29
Nhân khẩu	-0,222 (0,510)	-0,015 ^{ns}	0,664	1,21
Tham gia tập huấn	-0,167 (0,949)	-0,012 ^{ns}	0,860	1,06
Tham gia hội nông dân	-0,191 (0,971)	-0,014 ^{ns}	0,844	1,18
Hằng số	8,445 (6,742)		0,210	2,08
Số quan sát			53 ¹	
Giá trị kiểm định Chi-square			0,0631	
Hệ số xác định R ²			0,2741	

Ghi chú: (***), (**) và (*) có ý nghĩa thống kê ở các mức 1%, 5% và 10%; (ns) không có ý nghĩa thống kê;

⁽¹⁾Số quan sát trong mô hình chỉ bao gồm các nông hộ chưa tham gia HTX

Nguồn: Kết quả điều tra năm 2020

Shi Zheng, Zhigang Wang, Shunfeng Song (2011). Những nông dân có kinh nghiệm lâu dễ dàng nhận thấy lợi ích của việc hợp tác thông qua HTX, trong khi các hộ có diện tích lớn còn e ngại do quyết định này sẽ ảnh hưởng lớn đến nguồn sinh kế của họ. Kết hợp với nội dung phân tích ở trên, nghiên cứu này đề nghị cần có các giải pháp để đổi mới hình thức và hoạt động của HTX để thu hút nông dân tham gia, thực hiện đúng bản chất của HTX mà Liên minh HTX quốc tế và Tổ chức lao động Quốc tế đã khuyến cáo “HTX là tổ chức tự chủ của các cá nhân liên kết với nhau một cách tự nguyện, nhằm đáp ứng các nhu cầu và nguyện vọng chung về kinh tế, xã hội và văn hóa, thông qua một doanh nghiệp được sở hữu chung và được kiểm soát một cách dân chủ”.

4. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu về nhận thức và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia HTX cho thấy sự khác biệt chính ở 2 nhóm nông hộ có tham gia và không tham gia HTX là diện tích và số lần được tập huấn cũng như việc tham gia các tổ chức địa phương như hội nông dân. Điểm thú vị của kết quả nghiên cứu cũng chính là yếu tố diện tích cản trở xác suất các hộ chưa tham gia HTX mong muốn tham gia HTX trong thời gian tới. Điều này phản ánh tình hình thực tế trong thời gian vừa qua

đối với hoạt động và mức độ tham gia HTX tại các tỉnh thuộc khu vực ĐBSCL còn thấp và chưa thật sự hiệu quả. Từ kết quả nghiên cứu trên, để thúc đẩy việc tham gia vào HTX của nông hộ, các nhà làm chính sách cần ưu tiên thực hiện những giải pháp bao gồm: (i) tuyên truyền đến người dân những lợi ích khi tham gia HTX, giới thiệu các mô hình HTX hoạt động có hiệu quả thông qua các lớp bồi dưỡng tập huấn ngắn hạn và các địa phương cần phải xác định nhu cầu thật sự của người dân mong muốn khi tham gia HTX; (ii) mỗi HTX cần được bố trí, sắp xếp lại tổ chức hoạt động để nâng cao hiệu quả hoạt động, gắn lợi ích của thành viên với lợi ích của HTX, tạo động lực khuyến khích để thành viên gắn bó lâu dài; (iii) Nâng cao hiệu quả hoạt động của HTX bằng cách thành lập các HTX có thương hiệu riêng của tỉnh (ví dụ các HTX chuyên các sản phẩm OCOP), đảm bảo sản xuất theo tiêu chuẩn chất lượng; (iv) HTX liên kết với doanh nghiệp bằng hình thức đại lý tiêu thụ sản phẩm, vật tư đến việc bán sản phẩm cho doanh nghiệp. Thông qua đó, HTX có thể liên kết với doanh nghiệp để mua đầu vào (vật tư nông nghiệp, giống, chuyển giao công nghệ), đồng thời để doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm đầu ra với hợp đồng thỏa thuận với giá và phương thức thanh toán có lợi cho xã viên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Atmiş, E., Gönşen, H. B., Lise, B. B., & Lise, W., (2009). Factors affecting forest cooperative's participation in forestry in Turkey. *Forest Policy and Economics*, 11(2), 102-108.
2. Awotide, Diran Olawale. (2012). Assessment of womens participation in cooperative societies and its determinants in Yewa North local government area of Ogun state, Nigeria". *Asian Journal of Agriculture and Rural Development*. 2.393-2016-23836, 344-350.
3. Khuu Bảo Châu, (2017). *Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia vào hợp tác xã nông nghiệp tại tỉnh Vĩnh Long*. Luận văn Thạc sĩ. Đại học Cần Thơ.
4. Liu Yu Xiang và John Sumelius, (2007). Analysis of the Factors of Farmers Participation in the Management of Cooperatives in Finland. *Journal of Rural Cooperation*.
5. Shi Zheng, Zhigang Wang, Titus O. Awokuse. (2012). Determinants of producers participation in Agricultural cooperatives: Evidence from Northern China. *Applied Economic Perspectives and policy*, 34(1), 167-186.
6. Shi Zheng, Zhigang Wang, Shunfeng Song, (2011). Farmers behaviors and performance in cooperatives in Jilin Province of China: A case study. *The Social Science Journal*. 48, 449-457.

Ngày nhận bài: 6/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/8/2021

Thông tin tác giả:

1. TS. KHÔNG TIẾN DŨNG

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

2. ThS. NGUYỄN ĐỖ NHƯ LOAN

Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

3. ThS. ĐỖ THỊ HOÀI GIANG

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

FACTORS AFFECTING THE DECISION OF FARMER HOUSEHOLDS IN HAU GIANG PROVINCE TO TAKE PART IN COOPERATIVES

● Ph.D **KHONG TIEN DUNG**¹

● Master. **NGUYEN DO NHU LOAN**²

● Master. **DO THI HOAI GIANG**¹

¹ Faculty of Economics, Can Tho University

² Faculty of Rural Development, Can Tho University

ABSTRACT:

This study analyzed the perception and the factors affecting the decision of farmer households in Hau Giang Province to take part in cooperatives. Likert scale, t-test and Logit model were employed for analysis in this study. The results show that there are differences in experience, area, training and association between the two groups of farmer households. The Logit model reveals that there are two factors affecting the decision of farmer households to take part in cooperatives including area and experience. A number of policy implications are proposed to encourage more farmer households to join cooperatives.

Keywords: cooperative, Hau Giang Province, perception, the decision to take part in.

ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

● NGUYỄN TRỌNG NHÂN - NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG

TÓM TẮT:

Thương mại điện tử (TMĐT) ngày nay đang phát triển mạnh mẽ cùng với sự hỗ trợ tích cực của công nghệ trong quá trình phát triển, đặc biệt là trong bối cảnh mới của nền kinh tế hiện nay. Để TMĐT phát triển bền vững rất cần sự quản lý chặt chẽ của nhà nước. Trong nội dung bài báo này, tác giả đánh giá thực trạng quản lý nhà nước về TMĐT thời gian vừa qua, chỉ ra những hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế, từ đó có những giải pháp thích hợp nhằm phát triển nhanh mạnh và bền vững thương mại điện tử.

Từ khóa: thương mại điện tử, quản lý nhà nước.

1. Một số khái niệm

* *Khái niệm thương mại điện tử*

Quá trình phát triển của TMĐT gắn liền với sự phát triển của CNTT và internet. Bắt đầu từ năm 1995 khi thuật ngữ "electronic-commerce" được hãng máy tính IBM (International Business Machines) sử dụng thì những nghiên cứu về TMĐT mới chính thức được bắt đầu.

Tuy đã thống nhất về mặt thuật ngữ song nếu chỉ dùng một định nghĩa ngắn gọn sẽ rất khó có thể nêu đầy đủ bản chất của TMĐT. Do vậy, định nghĩa về TMĐT cho đến nay vẫn chưa hoàn toàn thống nhất. Có thể hiểu khái niệm TMĐT theo 2 nghĩa:

+ *Khái niệm TMĐT theo nghĩa hẹp*

TMĐT là việc mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông, đặc biệt là máy tính, mạng internet.

Theo cách hiểu này có một số khái niệm về

TMĐT được các tổ chức và các nhà nghiên cứu đưa ra như sau:

- Theo Kalakota & Whinston (1997): "TMĐT là quá trình mua, bán và trao đổi sản phẩm, dịch vụ và thông tin thông qua hệ thống máy tính trên nền internet"[5].

- Theo European Information Technology Observatory (EITO, 1997): "TMĐT là quá trình thực hiện các giao dịch kinh doanh có dẫn tới việc chuyển giao giá trị thông qua các mạng viễn thông"[4].

- Theo Cục Thống kê Hoa Kỳ: "TMĐT là việc hoàn thành bất kỳ một giao dịch nào thông qua một mạng máy tính làm trung gian mà bao gồm việc chuyển giao quyền sở hữu hay quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ" [6].

Như vậy, theo nghĩa hẹp, TMĐT bắt đầu bằng việc các DN sử dụng các phương tiện điện tử và mạng internet để mua bán hàng hóa và dịch vụ,

các giao dịch có thể giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, giữa doanh nghiệp với cá nhân hoặc giữa cá nhân với cá nhân.

+ Khái niệm TMĐT theo nghĩa rộng

TMĐT là toàn bộ chu trình và các hoạt động kinh doanh liên quan đến các tổ chức hay cá nhân, được thực hiện thông qua phương tiện điện tử. Nói khác hơn, TMĐT là việc tiến hành hoạt động thương mại, sử dụng các phương tiện điện tử và công nghệ xử lý thông tin số hóa.

Theo cách hiểu này, có một số khái niệm về TMĐT được các tổ chức, các nhà nghiên cứu đưa ra như sau:

Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế - OECD (1997): "TMĐT gồm các giao dịch thương mại liên quan đến các tổ chức và cá nhân dựa trên việc xử lý và truyền đi các dữ kiện đã được số hóa thông qua các mạng mở (như internet) hoặc các mạng đóng có cổng thông với mạng mở"[7]. Nói khác hơn, TMĐT là việc làm kinh doanh thông qua mạng internet, bán những hàng hóa và dịch vụ có thể được phân phối không thông qua mạng hoặc những hàng hóa có thể mã hóa bằng kỹ thuật số và được phân phối thông qua mạng hoặc không thông qua mạng.

Ủy ban của Liên hợp quốc về thương mại và phát triển - UNCTAD: đưa ra định nghĩa đầy đủ nhất để các nước có thể tham khảo làm chuẩn, tạo cơ sở xây dựng chiến lược phát triển TMĐT phù hợp với nước mình.

** Khái niệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử*

Sự phát triển của TMĐT là kết quả tất yếu của quá trình "số hóa" các hoạt động thương mại trong nền kinh tế, trong đó các phương tiện điện tử được sử dụng như một công cụ để thực hiện các hoạt động thương mại trên môi trường điện tử. Như vậy, bản chất của khái niệm "thương mại" trong TMĐT cũng tương tự như khái niệm thương mại của hoạt động thương mại truyền thống. Theo Luật Thương mại, "hoạt động thương mại là hoạt động nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, đầu tư, xúc tiến thương mại và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác".

Từ khái niệm về TMĐT cho thấy, TMĐT chỉ khác hoạt động thương mại truyền thống ở phương thức tiến hành các hoạt động thương mại, TMĐT không phải là một lĩnh vực hoạt động riêng biệt mà là phương thức tiến hành hoạt động kinh doanh - thương mại trên môi trường điện tử. Như vậy, QLNN về TMĐT chính là hoạt động QLNN về thương mại có gắn với các đặc trưng của TMĐT như đã nghiên cứu ở trên.

Với quan điểm này, quản lý nhà nước về thương mại điện tử được hiểu là quá trình nhà nước sử dụng các công cụ quản lý để tác động lên hoạt động thương mại trong môi trường điện tử, nhằm đạt được các mục tiêu phát triển thương mại điện tử đã đặt ra.

** Hoạt động QLNN về TMĐT có các đặc trưng cơ bản sau:*

Thứ nhất, về chủ thể quản lý: do tính chất đặc thù của TMĐT là thực hiện trên môi trường điện tử thông qua các phương tiện điện tử, do đó TMĐT cần phải được đảm bảo bằng một hạ tầng công nghệ (đặc biệt là công nghệ thông tin và internet). Do đó, bên cạnh chủ thể quản lý trực tiếp là cơ quan QLNN về thương mại (Bộ Công Thương), vai trò của cơ quan QLNN về CNTT và truyền thông (Bộ Thông tin và Truyền thông) đặc biệt quan trọng trong việc tạo lập hạ tầng công nghệ cho sự phát triển của TMĐT. Công nghệ thông tin và TMĐT có mối quan hệ mật thiết, hay CNTT chính là nền tảng phát triển của TMĐT. Dựa trên những ứng dụng, phương pháp và công cụ kỹ thuật của CNTT, nền tảng trang web, hình thức thanh toán, quy trình mua hàng,... sẽ được thiết lập nhằm mang lại cho khách hàng những trải nghiệm mua sắm trực tuyến tối ưu nhất. Do đó, nếu không được đảm bảo bằng một hạ tầng công nghệ ổn định, hiện đại, theo kịp các xu hướng phát triển về công nghệ của thế giới thì TMĐT không thể phát triển.

Thứ hai, về đối tượng quản lý: TMĐT được xem là sự phát triển tất yếu của thương mại trong nền kinh tế số hóa, là hình thức thể hiện của hoạt động thương mại trong môi trường điện tử. Bên cạnh các đối tượng tham gia quan hệ giao dịch giống như giao dịch thương mại truyền thống còn

xuất hiện thêm đối tượng thứ ba đó là các nhà cung cấp hạ tầng dịch vụ (dịch vụ internet, dịch vụ viễn thông di động...), các tổ chức chứng thực điện tử (cung cấp chữ kí số, chứng thực số,...), các đối tượng này tuy không trực tiếp tham gia vào các giao dịch TMĐT, nhưng lại là nhân tố đảm bảo cho các giao dịch TMĐT thành công.

Thứ ba, yếu tố môi trường điện tử trong hoạt động TMĐT luôn thay đổi một cách nhanh chóng, các hình thức kinh doanh trong TMĐT ngày càng đa dạng, phức tạp và luôn ứng dụng các công nghệ mới nhất. Điều này đã đặt ra một thách thức rất lớn trong hoạt động QLNN, đòi hỏi cơ quan QLNN về TMĐT phải luôn có những chính sách phù hợp để thích nghi kịp thời với những thay đổi này.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để hoàn thành nghiên cứu này, tác giả đã tiến hành xây dựng thang đo và hình thành bảng hỏi để chuyển đến 2 đối tượng là các doanh nghiệp và cán bộ quản lý nhà nước về thương mại điện tử. Sau khi phát đi 300 phiếu, thu về được 275 phiếu, tác giả đã tiến hành nhập liệu và sử dụng phần mềm SPSS 20 để phân tích dữ liệu phục vụ nghiên cứu.

3. Thực trạng quản lý nhà nước về thương mại điện tử

3.1. Tính hiệu lực của QLNN về TMĐT

Kết quả điều tra cho thấy QLNN về TMĐT có tính hiệu lực tương đối cao, điều này được thể hiện qua mức độ đồng ý và rất đồng ý đối với các thang đo luôn chiếm tỷ lệ cao. Tuy nhiên, khi xem xét từng chỉ tiêu đo lường tính hiệu lực của QLNN về TMĐT cho thấy có sự khác nhau trong kết quả thực hiện các chỉ tiêu này.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ nhận thức của doanh nghiệp (DN) và xã hội đối với TMĐT", kết quả điều tra cho thấy, hầu hết các DN đều nhận thức được lợi ích và vai trò của TMĐT đối với hoạt động sản xuất - kinh doanh của DN và xã hội. Kết quả này được thể hiện qua mức độ đồng ý đối với câu hỏi "TMĐT có thể thay thế các hoạt động thương mại truyền thống và đem lại nhiều lợi ích cho DN và xã hội" bình quân đạt 3,85. Trong đó, hầu hết ý kiến của DN đều tập trung vào mức độ đồng ý và rất đồng ý đối với câu hỏi trên với tỷ lệ tương ứng là 46,6% và 28,3%.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ hỗ trợ DN ứng dụng TMĐT của cơ quan QLNN về TMĐT", kết quả điều tra cho thấy hầu hết các DN đều cho rằng hiện nay DN rất ít nhận được sự hỗ trợ của các cơ quan QLNN trong việc triển khai ứng dụng TMĐT trong DN. Kết quả này được thể hiện qua mức độ đồng ý đối với câu hỏi "DN luôn nhận được sự hỗ trợ của các cơ quan QLNN trong quá trình triển khai TMĐT" bình quân chỉ đạt 2,90. Trong đó hầu hết ý kiến của DN đều tập trung vào mức độ rất không đồng ý, không đồng ý và phân vân đối với câu hỏi trên, với tỷ lệ tương ứng là: 22,8%; 27,4% và 29,2%. Điều này cho thấy DN rất mong muốn các cơ quan QLNN về TMĐT trong thời gian tới cần chú trọng hơn nữa việc hỗ trợ các đơn vị đào tạo TMĐT để tạo ra nguồn nhân lực TMĐT có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của DN.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch TMĐT", kết quả điều tra cho thấy hầu hết các DN đều cho rằng pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT hiện nay còn rất yếu. Kết quả này được thể hiện qua mức độ đồng ý đối với câu hỏi "Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch TMĐT còn thiếu" bình quân đạt 4,01. Hầu hết ý kiến của DN đều tập trung vào mức độ đồng ý và rất đồng ý đối với câu hỏi trên, với tỷ lệ tương ứng là 22,8% và 39,3%. Do đó, trong thời gian tới, cơ quan QLNN cần hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ thuận lợi, phù hợp của các hình thức thanh toán trong TMĐT", kết quả điều tra cho thấy hầu hết các ý kiến đều đồng ý với nhận định cho rằng các điều kiện về thanh toán trong TMĐT hiện nay chưa tạo thuận lợi cho DN và người tiêu dùng khi thực hiện các giao dịch TMĐT.

Kết quả này được thể hiện qua mức độ đồng ý và rất đồng ý đối với câu hỏi: "Các điều kiện về thanh toán trong TMĐT hiện nay đã đáp ứng được các yêu cầu của DN và người tiêu dùng?" bình quân chỉ đạt 2,79. Hầu hết ý kiến của DN đều tập trung vào mức độ rất không đồng ý; không đồng ý và phân vân đối với câu hỏi trên, với tỷ lệ tương ứng là: 33,8%; 23,7% và 32,4%.

Thông qua kết quả khảo sát cũng cho thấy vấn đề thanh toán trong các giao dịch TMĐT hiện nay ở Việt Nam thật sự là một rào cản rất lớn cho việc triển khai TMĐT ở DN (Bảng 1) với tổng điểm đánh giá chỉ đạt là 2,86/5 điểm và đứng ở vị trí thứ 3 trong tổng số 6 trở ngại lớn nhất đối với việc triển khai TMĐT trong các doanh nghiệp.

Bảng 1. Đánh giá của doanh nghiệp về các trở ngại trong ứng dụng thương mại điện tử

STT	Các trở ngại trong ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp	Năm 2020
1	An ninh mạng	3.06
2	Nhận thức xã hội và môi trường kinh doanh	3.09
3	Hệ thống thanh toán điện tử	2.86
4	Nguồn nhân lực	2.86
5	Môi trường pháp lý	2.76
6	Dịch vụ vận chuyển và giao nhận	2.81

Nguồn: Phân tích bằng SPSS

Đối với chỉ tiêu “Mức độ đầy đủ, phù hợp của các tiêu chuẩn TMĐT do cơ quan QLNN ban hành”, kết quả điều tra cho thấy rất nhiều DN không đồng ý với ý kiến cho rằng các tiêu chuẩn TMĐT hiện nay tương đối đầy đủ, rõ ràng, phù hợp khi áp dụng trong DN và phù hợp với các tiêu chuẩn chung của thế giới. Kết quả này được thể hiện qua tỷ lệ mức độ không đồng ý và phân vân với nhận định trên là 33,3% và 20,1%. Điều này cho thấy các tiêu chuẩn về TMĐT hiện nay tuy đã được ban hành, nhưng mức độ phù hợp của các tiêu chuẩn này trong hoạt động TMĐT của DN chưa cao.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ đáp ứng nhu cầu của nguồn nhân lực TMĐT đối với các hoạt động của DN", kết quả điều tra cho thấy hầu hết các DN đều cho rằng nguồn nhân lực cho TMĐT trong nền kinh tế hiện chưa đáp ứng được đầy đủ các yêu cầu của DN. Kết quả này được thể hiện qua mức độ đồng ý đối với câu hỏi "Nguồn nhân lực cho TMĐT trong nền kinh tế chưa đáp ứng đầy đủ các yêu cầu của DN" bình quân đạt 4,16. Trong

đó, hầu hết ý kiến của DN đều tập trung vào mức độ đồng ý và rất đồng ý đối với câu hỏi trên, với tỷ lệ tương ứng là 48,4% và 33,8%. Thông qua kết quả phân tích cũng cho thấy, trong các đề xuất của DN đối với cơ quan QLNN đề xuất về việc đào tạo nguồn nhân lực TMĐT chiếm tới 31% trong tổng số các đề xuất chủ yếu của DN. Điều này chứng tỏ nguồn nhân lực phục vụ cho TMĐT trong giai đoạn hiện nay đều được các DN hết sức quan tâm.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ phù hợp của hạ tầng CNTT quốc gia cho sự phát triển của TMĐT", kết quả điều tra cho thấy, hầu hết các DN đều đồng ý với ý kiến cho rằng cơ sở hạ tầng công nghệ cho TMĐT hiện nay đã phù hợp với sự phát triển của TMĐT, thể hiện qua tỷ lệ mức độ rất đồng ý và đồng ý với nhận định trên là 40,6% và 34,70%.

Theo kết quả điều tra, cơ sở hạ tầng công nghệ cho TMĐT đã được đánh giá không phải là một trong những cản trở đối với ứng dụng TMĐT trong DN.

Đối với chỉ tiêu Mức độ hoàn thành các mục tiêu trong chiến lược, kế hoạch phát triển TMĐT. Theo đánh giá của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin, đến cuối năm 2020, hầu hết các mục tiêu trong Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2016 - 2020 đều hoàn thành với kết quả rất cao.

3.2. Tính hiệu quả của QLNN về TMĐT

Hiệu quả QLNN về TMĐT được đánh giá thông qua 2 chỉ tiêu cơ bản, đó là mức độ phổ biến của TMĐT trong nền kinh tế và các lợi ích mà TMĐT đem lại cho DN.

Thứ nhất, về mức độ phổ biến của TMĐT trong nền kinh tế.

Qua các số liệu trong Báo cáo TMĐT hàng năm của Cục Thương mại điện tử và kinh tế số cho thấy, nếu như trước đây, môi trường cho việc ứng dụng TMĐT ở Việt Nam chưa hình thành, TMĐT chưa được pháp luật chính thức thừa nhận, số lượng các DN ứng dụng TMĐT còn rất ít và mới chỉ dừng lại ở cấp độ 1 và 2, thì đến hết năm 2020, thông qua việc triển khai thực hiện rất nhiều các chương trình dự án trong kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2016 - 2020, môi trường cho sự phát triển TMĐT ở Việt Nam đã

được hình thành, TMĐT đã được pháp luật chính thức thừa nhận; TMĐT đã được ứng dụng rộng rãi trong các DN; TMĐT bước đầu đã được xã hội chấp nhận sử dụng.

Kết quả điều tra tại các doanh nghiệp trên cả nước cho thấy 100% doanh nghiệp tham gia khảo sát có trang bị máy tính; 99% doanh nghiệp tham gia khảo sát đã có kết nối internet; tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng email cho mục đích kinh doanh tăng mạnh so với các năm trước, đạt 97%; trên 50% doanh nghiệp thường xuyên cập nhật thông tin hàng tuần lên website; lượng đơn nhận đặt hàng qua website của doanh nghiệp tăng lên đáng kể so với các năm trước đạt 29%.

Số doanh nghiệp có website chuyên nghiệp ở mức độ 2 (có chức năng tương tác, hỗ trợ người xem) chiếm tỷ lệ 41%; doanh nghiệp có website ở cấp độ 3 đạt mức 28%, tỷ lệ doanh nghiệp có website cấp độ 4 chưa nhiều, dừng ở mức 8%.

Thứ hai, về các lợi ích mà TMĐT đem lại cho các DN, kết quả điều tra, cho thấy hiệu quả của việc ứng dụng TMĐT rất rõ nét, được thể hiện qua một số kết quả sau:

Kết quả khảo sát cho thấy tổng giá trị đơn hàng doanh nghiệp đã đặt qua các phương tiện điện tử cũng rất khả quan, với 20% doanh nghiệp được điều tra cho biết các đơn hàng đã đặt qua phương tiện điện tử chiếm hơn 50% tổng giá trị mua hàng cả năm và 18% cho biết tỷ lệ này đạt mức 31% - 50%.

TMĐT có tác động rất lớn đến doanh thu của DN. Theo khảo sát, có 37% DN tham gia cuộc khảo sát trả lời là doanh thu tăng, 49% không thay đổi và có 14% cho biết là doanh thu giảm so với các năm trước. Điều này khẳng định tầm quan trọng của TMĐT đối với việc kinh doanh của DN.

Ngoài ra, các DN tham gia khảo sát cũng được yêu cầu đánh giá hiệu quả của TMĐT qua một số tiêu chí, với thang điểm từ 1 tới 4, trong đó 4 là mức hiệu quả cao nhất. Hầu hết các DN được khảo sát cho rằng việc ứng dụng TMĐT đã đem lại nhiều hiệu quả trong hoạt động sản xuất - kinh doanh của DN với giá trị điểm của các tiêu chí đều lớn hơn 2.

Như vậy, qua 2 chỉ tiêu đánh giá hiệu quả của

QLNN về TMĐT là: mức độ phổ biến của TMĐT trong nền kinh tế và các lợi ích mà TMĐT đem lại cho DN cho thấy hiệu quả QLNN về TMĐT trong thời gian qua khá cao. TMĐT đã được áp dụng phổ biến trong các DN, bước đầu được người tiêu dùng và xã hội chấp nhận. Các DN ứng dụng TMĐT trong hoạt động sản xuất - kinh doanh đều mang lại hiệu quả cao.

3.3. Tính phù hợp của QLNN về TMĐT

Kết quả điều tra cho thấy tính phù hợp của QLNN về TMĐT hiện nay có sự thay đổi theo từng nội dung đánh giá.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ phù hợp của hệ thống pháp luật về TMĐT", kết quả điều tra cho thấy có rất nhiều DN đồng ý rằng hệ thống pháp luật về TMĐT hiện nay phù hợp cho việc áp dụng TMĐT trong DN, với tỷ lệ mức độ rất đồng ý là 30,1% và đồng ý là 16,9%. Bên cạnh đó, cũng còn khá nhiều DN cho rằng pháp luật về TMĐT hiện nay vẫn còn nhiều tồn tại cần phải hoàn thiện, điều này được thể hiện qua mức độ không đồng ý với nhận định pháp luật về TMĐT hiện nay là phù hợp cho việc áp dụng TMĐT trong DN với tỷ lệ 26,5% và phân vân là 21,9%. Như vậy, trong thời gian tới, các cơ quan QLNN vẫn cần phải tiếp tục hoàn thiện pháp luật về TMĐT để phù hợp với các yêu cầu phát triển TMĐT.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ phù hợp của các mục tiêu trong kế hoạch phát triển TMĐT với việc ứng dụng TMĐT trong DN", rất nhiều DN cho rằng các mục tiêu trong kế hoạch phát triển TMĐT giai đoạn vừa qua là phù hợp với việc ứng dụng TMĐT trong DN. Điều này được thể hiện qua mức độ đồng ý và rất đồng ý với ý kiến trên là 32% và 25,6%.

Đối với chỉ tiêu "Mức độ phù hợp của các chính sách phát triển TMĐT ở Việt Nam với các thông lệ quốc tế", kết quả điều tra cho thấy có khá nhiều DN cho rằng các chính sách TMĐT ở Việt Nam hiện nay phù hợp với xu hướng phát triển của TMĐT trên thế giới (tỷ lệ rất đồng ý với nhận định này là 17,4 % và đồng ý là 23,3%). Tuy nhiên, vẫn còn rất nhiều DN không đồng ý với nhận định trên, thể hiện qua tỷ lệ mức độ không đồng ý là 27,4%. Điều này cho thấy, trong thời

gian tới, các cơ quan QLNN cần chú ý đến các xu hướng mới của TMĐT trên thế giới để hoàn thiện chính sách phát triển TMĐT trong nước cho phù hợp với các thông lệ quốc tế.

3.4. Tính bền vững của QLNN về TMĐT

Kết quả điều tra cho thấy QLNN về TMĐT đã có những tác động to lớn tới nền kinh tế nói chung và DN nói riêng. Đồng thời, trong quá trình thực hiện chức năng QLNN về TMĐT, các cơ quan QLNN cũng hết sức chú trọng đến tính bền vững trong hoạt động quản lý của mình. Các kết quả này được thể hiện thông qua việc hầu hết các DN đều đồng ý và rất đồng ý với các chỉ tiêu đánh giá tính bền vững của hoạt động QLNN về TMĐT.

4. Những vấn đề còn tồn tại trong QLNN về TMĐT ở Việt Nam

4.1. Những vấn đề còn tồn tại

Bên cạnh các kết quả đã đạt được, QLNN về TMĐT hiện nay còn tồn tại một số hạn chế nhất định, đó là:

Thứ nhất, về xây dựng hệ thống chiến lược, kế hoạch phát triển TMĐT.

Nhiều mục tiêu đặt ra đối với các DN lớn không cần thiết, vì thực tế đã đạt rồi.

Kế hoạch đề ra mục tiêu cung cấp các dịch vụ công trực tuyến như hải quan, thuế, đăng ký kinh doanh, cấp phép đầu tư... theo từng giai đoạn. Những mục tiêu cung cấp dịch vụ công trực tuyến này trùng với kế hoạch của các Bộ, ngành hữu quan.

Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT đưa ra một số mục tiêu khá tham vọng nhưng còn quá tổng quát như hình thành một số DN kinh doanh dịch vụ TMĐT lớn có uy tín trong nước và khu vực; nhiều hộ gia đình ở các thành phố có thể sử dụng phương tiện điện tử để thanh toán các dịch vụ như điện, nước, điện thoại, tivi, internet.

Thứ hai, về xây dựng chính sách và ban hành pháp luật TMĐT.

Trong thời gian vừa qua, mặc dù các cơ quan QLNN đã có nhiều cố gắng trong việc xây dựng chính sách và ban hành pháp luật TMĐT. Tuy nhiên, những quy định tại các văn bản luật này còn rất chung chung và chỉ mang tính nguyên tắc. Chưa có văn bản điều chỉnh những khía cạnh thực

tiễn của TMĐT phù hợp với các hoạt động ứng dụng khá đa dạng trong xã hội. Còn thiếu nhiều quy định, như: thiếu các quy định cụ thể về xử lý tranh chấp khi thực hiện các giao dịch TMĐT; thiếu các quy định cụ thể về bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch TMĐT; chưa thừa nhận giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử; thiếu các chính sách hỗ trợ và thúc đẩy các DN ứng dụng TMĐT; chính sách thương nhân trong TMĐT chưa theo kịp những thay đổi của TMĐT trong thực tiễn; chính sách thuế trong TMĐT chưa có những quy định cụ thể về đối tượng nộp thuế và đối tượng chịu thuế trong các giao dịch TMĐT, quản lý thuế trong TMĐT còn nhiều bất cập; đào tạo nguồn nhân lực cho TMĐT chưa được quan tâm đúng mức,... Chính những hạn chế này đã tạo ra rào cản rất lớn trong quá trình triển khai TMĐT.

Thứ ba, về tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển TMĐT.

Trong thời gian vừa qua, các cơ quan QLNN, các tổ chức xã hội nghề nghiệp và các cơ quan thông tin đại chúng đã có nhiều nỗ lực trong công tác tuyên truyền, phổ biến về TMĐT và đạt được nhiều kết quả tích cực. Nhận thức của DN và nhân dân về TMĐT đã được nâng cao rõ rệt, thể hiện qua việc ứng dụng TMĐT tại các DN ngày càng tăng, hoạt động mua bán trực tuyến đã dần trở nên phổ biến tại các thành phố lớn,...

Tuy nhiên, các hoạt động tuyên truyền, phổ biến về TMĐT điện tử trong thời gian vừa qua chủ yếu tập trung vào cổ vũ, động viên cho việc ứng dụng TMĐT, chưa chú trọng đến vấn đề giáo dục pháp luật. Hoạt động giáo dục pháp luật về TMĐT được tổ chức chưa nhiều. Văn bản quy phạm pháp luật sau khi ban hành thường chỉ được cơ quan chủ trì soạn thảo tổ chức giới thiệu khoảng một đến hai lần cho một số ít đối tượng nên tính phổ cập của các văn bản này vẫn còn thấp. Hiện nay, chưa có cơ chế phối hợp hiệu quả trong hoạt động giáo dục pháp luật giữa các cơ quan liên quan như cơ quan QLNN và cơ quan thông tin đại chúng, các tổ chức đào tạo,...

Sự phối hợp giữa các Bộ, ngành, giữa Trung ương và các địa phương chưa thật sự chặt chẽ. Các nguyên nhân này đã khiến cho TMĐT chưa được

áp dụng phổ biến ở rất nhiều địa phương, do không có những định hướng, những mục tiêu cụ thể để các DN có thể triển khai TMĐT.

Thứ tư, hoạt động kiểm tra, thanh tra trong TMĐT còn nhiều hạn chế.

Nguồn lực thanh tra mỏng, tần suất các hoạt động thanh tra, kiểm tra chuyên ngành thấp, hiệu quả chưa cao, chưa có cơ chế giám sát trực tuyến các hoạt động trên môi trường điện tử; chưa có thanh tra chuyên ngành TMĐT; nhiều quy định về mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm trong lĩnh vực TMĐT chưa đủ mạnh để răn đe, tạo ra sự tuân thủ tốt trong xã hội.

4.2. Nguyên nhân của các vấn đề còn tồn tại trong QLNN về TMĐT

Thứ nhất, tính chất không biên giới của TMĐT đặt ra rất nhiều thách thức trong QLNN về TMĐT.

Xu hướng toàn cầu hóa thông tin đang xóa mờ những giới hạn về không gian kinh doanh, không gian văn hóa. TMĐT xuyên biên giới cũng nằm trong xu thế đó, nó sẽ trở thành một trào lưu mà DN, người tiêu dùng và các cơ quan QLNN cần phải chú trọng. Rất nhiều vấn đề mới nảy sinh đối với các giao dịch xuyên biên giới, như: quản lý thuế, thanh toán điện tử, giao nhận trong các giao dịch TMĐT xuyên biên giới chưa có các quy định cụ thể trong hệ thống pháp luật về TMĐT của Việt Nam.

Thứ hai, nguồn nhân lực QLNN về TMĐT còn nhiều hạn chế.

Do TMĐT là một lĩnh vực mới nên hiện nay trong cả nước có rất ít các đơn vị đào tạo chuyên sâu về TMĐT, chính điều này đã ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng nguồn nhân lực về TMĐT của cơ quan QLNN ở cấp Trung ương và cấp địa phương, như: trình độ chuyên môn, năng lực và kỹ năng quản lý, kinh nghiệm thực tế..., từ đó đã ảnh hưởng đến hoạt động QLNN về TMĐT.

Thứ ba, ý thức thi hành pháp luật của doanh nghiệp và người dân chưa cao.

Một trong những nguyên nhân quan trọng dẫn đến việc thực thi pháp luật về TMĐT còn chưa đạt hiệu quả cao do người dân và DN chưa quan tâm nhiều đến các quy định liên quan, dẫn đến ý thức kém trong việc thi hành pháp luật.

Trong thời qua, các cơ quan QLNN đã triển khai nhiều biện pháp để đưa các văn bản quy phạm pháp luật đến với người dân và DN như tổ chức hội thảo, hội nghị để hướng dẫn trực tiếp, tuyên truyền phổ biến qua đài phát thanh, đài truyền hình, báo chí, cung cấp nội dung văn bản và thông tin liên quan lên các trang thông tin điện tử về quản lý chuyên ngành,... Tuy nhiên, hiệu quả của các hoạt động này còn nhiều hạn chế. Chẳng hạn, đối với nhiều quy định, mặc dù đã được tổ chức tuyên truyền, giáo dục khá tốt về nội dung, việc tuân thủ sẽ tạo thuận lợi hơn cho đối tượng, nhưng việc thi hành vẫn còn thấp.

Thứ tư, sự gia tăng không ngừng của các loại tội phạm trên mạng internet đã gây ra những nguy cơ rất lớn cho TMĐT, làm ảnh hưởng đến hoạt động QLNN về TMĐT.

Hoạt động của tội phạm mạng ngày càng tinh vi, chuyên nghiệp và có tổ chức đã gây ra rất nhiều khó khăn trong công tác QLNN về TMĐT. Các quy định của pháp luật luôn lạc hậu hơn so với những thay đổi trong môi trường kinh doanh trực tuyến. Mặc dù các nhà làm luật đã sửa đổi, bổ sung các quy định pháp luật, nhưng việc sửa đổi các quy định của luật nhất là Bộ luật Hình sự, Bộ luật Tố tụng Hình sự không thể làm trong một sớm một chiều.

Thứ năm, mức độ ứng dụng CNTT và cung cấp các dịch vụ công trực tuyến của các cơ quan QLNN mặc dù đã có nhiều cải thiện nhưng còn chưa đáp ứng tốt.

Từ kinh nghiệm của các quốc gia phát triển TMĐT cho thấy, để phát triển TMĐT thành công Chính phủ phải đóng vai trò người cung cấp các dịch vụ công trực tuyến ở mức độ cao nhất, đồng thời cũng phải đi tiên phong trong việc ứng dụng TMĐT vào các hoạt động mang tính chất thương mại của Chính phủ.

Tóm lại, cùng với sự phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0 và những tác động trong điều kiện kinh doanh mới, việc nhìn nhận và phân tích để thấy được những hạn chế cũng như nguyên nhân của hạn chế đó sẽ là những bước đi cần thiết để có thể đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử trong giai đoạn tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương (2013), *Quyết định số 669/QĐ-BCT Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin.*
2. Bộ Công Thương (2020), *Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam năm 2020*, Hà Nội.
3. Nguyễn Văn Minh (2009), *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, NXB Thống kê.
4. EITO. (1997). *European Information Technology Observatory, Yearbook*, Australia.
5. Ravi Kalakota & Andrew B. Whinston. (1997). *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. Boston, US: Addison-Wesley Professional.
6. U.S. Census Bureau. Retrieved from: <http://www.census.gov/econ/estats/definitions.html>
7. OECD. (1997). *Measuring Electronic Commerce*. OECD Digital Economy Papers, No. 27, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/237203566348>

Ngày nhận bài: 15/8/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/9/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/9/2021

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN TRỌNG NHÂN¹

2. ThS. NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG¹

¹Trường Đại học Thương mại

**ASSESSING THE CURRENT STATE MANAGEMENT
OF E-COMMERCE ACTIVITIES IN VIETNAM**

- Master. **NGUYEN TRONG NHAN¹**
- Master. **NGUYEN THI QUYNH TRANG¹**

¹Thuongmai university

ABSTRACT:

In recent years, e-commerce has grown strongly thanks to technological advances. In order to support the e-commerce sector develop sustainably, it is necessary for the government to carefully manage its growth. This paper presents the current state management of e-commerce activities in Vietnam. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to facilitate the development of e-commerce in Vietnam.

Keywords: e-commerce, state management.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHUYỂN PHÁT NHANH TẠI CÔNG TY TNHH XNK GATEWAY EXPRESS

● NGUYỄN THANH VŨ - NGUYỄN TUẤN KIỆT

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ chuyển phát nhanh (DVCPN) tại Công ty TNHH XNK Gateway Express. Dữ liệu được thu thập từ 226 khách hàng có sử dụng DVCPN tại Công ty Gateway Express và phương pháp phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) được sử dụng để phân tích dữ liệu. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy có 6 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng DVCPN tại Công ty TNHH XNK Gateway Express, được xếp theo trình tự mức độ ảnh hưởng từ cao xuống thấp, đó là: (1) Chi phí dịch vụ ($\beta = 0,236$), (2) Sự tin cậy ($\beta = 0,187$), (3) Phương tiện hữu hình ($\beta = 0,186$), (4) Sự đảm bảo ($\beta = 0,175$), (5) Sự đồng cảm ($\beta = 0,169$), (6) Sự đáp ứng ($\beta = 0,153$). Dựa trên kết quả nghiên cứu, đề tài đã đề xuất một số hàm ý quản trị và các kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN tại Công ty TNHH XNK Gateway Express trong thời gian tới.

Từ khóa: hài lòng của khách hàng, chất lượng dịch vụ, dịch vụ chuyển phát nhanh, Công ty TNHH XNK Gateway Express.

1. Đặt vấn đề

Ở Việt Nam hiện nay có rất nhiều công ty CPN, mỗi công ty đều có dịch vụ riêng biệt để phục vụ cho khách hàng của mình, dẫn đến sự cạnh tranh giữa các công ty trong loại hình dịch vụ này ngày càng khốc liệt. Do đó, bên cạnh việc phải liên tục áp dụng những thành tựu kỹ thuật công nghệ và nâng cao các tính năng tiện ích cho dịch vụ chuyển phát, các công ty cũng phải tìm mọi cách để làm cho khách hàng hài lòng khi sử dụng DVCPN mà mình cung cấp. Việc xác định được các nhân tố ảnh

hưởng đến sự hài lòng khách hàng và đo lường được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đối với sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng DVCPN chính là điểm then chốt trong hoạt động kinh doanh DVCPN của các công ty cùng lĩnh vực.

Với sự phát triển của nền kinh tế, CPN đã trở thành một phương thức phân phối hậu cần quan trọng nhu cầu mua và gửi hàng dựa vào DVCPN rất lớn, gửi giao nhận hàng đã chiếm hơn một nửa tổng khối lượng kinh doanh CPN. Để vận chuyển thành công hàng hóa đến tay người tiêu dùng, thương mại

điện tử phải dựa vào hậu cần CPN, do đó, CPN trở thành một phần quan trọng trong việc hỗ trợ liên kết của thương mại điện tử. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển, đã xảy ra một số vấn đề: tại Công ty TNHH XNK Gateway Express chưa đủ mạnh từ nội lực, quy mô còn nhỏ, chất lượng nhân viên và trình độ dịch vụ còn thấp, thiếu năng lực cạnh tranh cốt lõi nên hạn chế sự phát triển của Công ty Gateway Express so với các công ty cùng lĩnh vực. Mức độ tập trung của Công ty Gateway Express thấp, hiệu quả hoạt động không cao, chi phí chưa được thấp so với công ty chuyển phát cùng lĩnh vực; đồng thời có tỷ lệ khiếu nại cao, chỉ tính riêng năm 2020, tại Công ty CPN đã tiếp nhận chiếm 80% tổng số đơn khiếu nại hợp lệ. Bên cạnh đó, thương hiệu của Công ty cũng chưa thật sự ghi dấu ấn đối với khách hàng khi có nhu cầu, vì thế để tạo chỗ đứng trên thị trường là một điều hết sức khó khăn, doanh nghiệp phải làm sao đáp ứng được nhu cầu, chiếm lĩnh và giữ chân họ được là điều hết sức cần thiết.

2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

2.1. Mô hình nghiên cứu

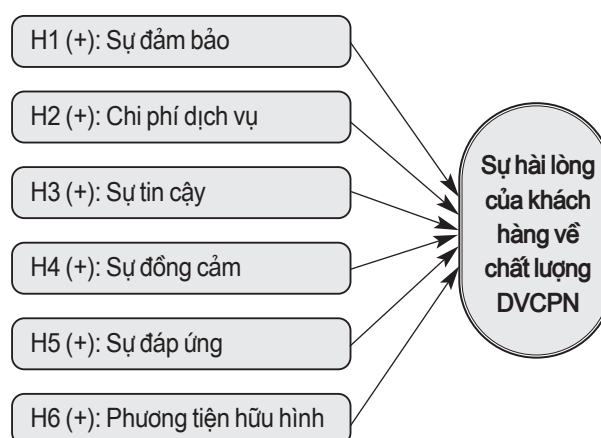
Mô hình nghiên cứu được đề xuất chủ yếu được xây dựng kế thừa mô hình phân tích 5 thành phần của thang đo SERVPERF của Parasuraman, các kết quả nghiên cứu tổng quan trong và ngoài nước và dựa vào kết quả thảo luận nhóm (nghiên cứu định tính) với Ban Giám đốc, Trưởng, phó phòng của Công ty đề xuất mô hình nghiên cứu 6 thành phần nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN như mô tả tại Hình 1.

2.2. Xây dựng bảng câu hỏi và thu thập dữ liệu

Đề tài sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng và được tiến hành thông qua 2 giai đoạn, cụ thể:

Giai đoạn 1: Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật thảo luận nhóm, phỏng vấn thử khách hàng nhằm xem xét 6 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN mà đề tài đề xuất đã đầy đủ và hợp lý chưa để điều chỉnh các nhân tố này cho phù hợp và bổ sung những tiêu chí đánh giá, điều chỉnh thang đo. Sau đó, xây dựng bảng câu hỏi chính thức phục vụ cho quá trình nghiên cứu định lượng.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

- *Giai đoạn 2:* Sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Từ các biến đo lường ở bước nghiên cứu định tính, xác định các nhân tố và các thuộc tính đo lường. Sau khi hiệu chỉnh thang đo cuối cùng được sử dụng cho phỏng vấn chính thức.

Bảng câu hỏi trước khi phát ra sẽ tiến hành tham khảo ý kiến chuyên gia và thu thập thử nghiệm để kiểm tra cách trình bày và ngôn ngữ thể hiện. Sau khi đã có được bảng câu hỏi hoàn chỉnh (Bảng 1), quy trình nghiên cứu định lượng được tiến hành. Nghiên cứu này xác định tổng thể nghiên cứu là các khách hàng đang sử dụng DVCPN tại Công ty Gateway Express. Mẫu được chọn theo phương pháp thuận tiện, phi xác suất để người trả lời dễ tiếp cận, họ sẵn sàng trả lời bảng câu hỏi, đồng thời có thể tiết kiệm thời gian và chi phí cho người nghiên cứu.

Theo Hair và cộng sự (2006) [3], để có thể phân tích nhân tố khám phá (EFA), cần thu thập dữ liệu khảo sát với ít nhất 5 mẫu trên 1 biến quan sát. Nghiên cứu này có 37 biến quan sát, theo công thức lấy mẫu của kích thước mẫu $n = 37 \times 5 = 185$ cỡ mẫu. Kết quả khảo sát dùng cho nghiên cứu là 226 khách hàng là phù hợp.

3. Kết quả phân tích

3.1. Kiểm định tin cậy của thang đo

Sau khi kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbachs Alpha của các biến độc lập và biến phụ thuộc, tác giả sử dụng 32 biến quan sát đạt yêu cầu (loại biến quan sát CPDV3 và CPDV6

Bảng 1. Các câu hỏi thang đo trong bảng câu hỏi

Mã hóa	Các biến quan sát	Thang đo
SDB1	Các đơn hàng của Công ty Gateway Express luôn được xử lý nhanh chóng	Sự đảm bảo
SDB2	Công ty Gateway Express đảm bảo các đơn đặt hàng của khách hàng giao nhận đúng tiến độ cam kết	
SDB3	Nhân viên Công ty Gateway Express luôn có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc	
SDB4	Công ty Gateway Express luôn tạo ra sự tin tưởng đối với khách hàng về sản phẩm giao dịch của mình	
SDB5	Bạn cảm thấy an toàn trong khi giao dịch với Công ty Gateway Express	
CPDV1	Công ty Gateway Express luôn cung cấp các dịch vụ với chi phí hợp lý cho khách hàng.	Chi phí dịch vụ
CPDV2	Công ty Gateway Express cung cấp đa dạng các gói dịch vụ theo từng dịch vụ đáp ứng cho nhu cầu của các nhóm khách hàng khác nhau.	
CPDV3	Công ty Gateway Express luôn đảm bảo giá cước vận chuyển phù hợp cho từng nhóm khách hàng.	
CPDV4	Công ty Gateway Express thường xuyên thực hiện nhiều chương trình khuyến mãi cho khách hàng.	
CPDV5	Công ty Gateway Express luôn đưa ra nhiều sản phẩm và dịch vụ mới mang lại nhiều tiện ích khi sử dụng.	
CPDV6	Khách hàng rất dễ dàng sử dụng các loại dịch vụ đi kèm của Công ty Gateway Express.	
STC1	Sử dụng dịch vụ chuyển phát nhanh của Công ty Gateway Express là một sự lựa chọn đúng đắn của Anh/Chị.	Sự tin cậy
STC2	DVCPN của Công ty Gateway Express luôn ổn định và đáng tin cậy.	
STC3	Công ty Gateway Express luôn cung cấp dịch vụ đúng thời gian.	
STC4	Phạm vi DVCPN của Công ty Gateway Express vận chuyển được đến các nước trên thế giới.	
STC5	Chất lượng DVCPN của Công ty Gateway Express luôn rõ ràng với mọi khách hàng.	
SDC1	Nhân viên Công ty Gateway Express luôn thể hiện sự tận tình, quan tâm đến khách hàng.	Sự đồng cảm
SDC2	Anh/Chị luôn cảm thấy có niềm tin khi sử dụng các sản phẩm, DVCPN của Công ty Gateway Express.	
SDC3	Nhân viên ngân hàng thường xuyên hỏi thăm chăm sóc khách hàng thân thiết.	
SDC4	Nhân viên Công ty Gateway Express luôn hiểu được sự mong đợi của khách hàng.	
SDC5	Nhân viên Công ty Gateway Express luôn dành nhiều thời gian để chăm sóc, phục vụ nhu cầu của khách hàng.	

Mã hóa	Các biến quan sát	Thang đo
SDU1	Khách hàng rất dễ dàng gọi vào tổng đài để giải đáp các thắc mắc khi sử dụng các dịch vụ.	Sự đáp ứng
SDU2	Thái độ của nhân viên chăm sóc khách hàng Công ty Gateway Express luôn thân thiện, tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng.	
SDU3	Nhân viên chăm sóc khách hàng Công ty Gateway Express luôn giải quyết khiếu nại một cách nhanh chóng, kịp thời.	
SDU4	Khách hàng luôn nhận được hỗ trợ dịch vụ từ phía nhân viên Công ty Gateway Express	
SDU5	Nhân viên chăm sóc khách hàng có đủ năng lực và tác phong chuyên nghiệp trong việc giải quyết những thắc mắc của khách hàng.	
SDU6	DVCPN luôn hoạt động hiệu quả 24/24h đáp ứng yêu cầu khách hàng	
PTHH1	Văn phòng, trụ sở giao dịch Công ty Gateway Express khang trang luôn tạo sự tin tưởng cho khách hàng.	Phương tiện hữu hình
PTHH2	Cơ sở vật chất của Công ty Gateway Express được trang thiết bị hiện đại.	
PTHH3	Công ty Gateway Express là thương hiệu uy tín luôn đảm bảo quyền lợi và thực hiện đúng cam kết đối với khách hàng.	
PTHH4	Nhân viên Công ty Gateway Express có trang phục gọn gàng và dễ nhận biết.	
PTHH5	Phương tiện vận tải DVCPN chất lượng hiện đại.	
PTHH6	Hình ảnh của Logo Công ty Gateway Express dễ nhận biết.	
SHLC1	Anh/Chị hài lòng quy trình quản lý và các thủ tục vận chuyển hàng hóa của Công ty Gateway Express.	Sự hài lòng chung của khách hàng
SHLC2	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng với giá cước và chi phí dịch vụ mà Công ty Gateway Express mang lại.	
SHLC3	Anh/Chị luôn nghĩ đến dịch vụ của Công ty Gateway Express mỗi khi có nhu cầu.	
SHLC4	Anh/Chị luôn hài lòng chất lượng dịch vụ Công ty Gateway Express và sẽ giới thiệu cho bạn của bạn sử dụng.	

của thang đo “Chi phí dịch vụ” và biến quan sát STC4 của thang đo “Sự tin cậy” và biến quan sát SDC3 của thang đo “Sự đồng cảm” và cuối cùng biến quan sát PTHH5 của thang đo “Phương tiện hữu hình”) để tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Có 6 biến độc lập được đưa vào phân tích EFA với 28 biến quan sát, bao gồm: (1) Sự đảm bảo; (2) Chi phí dịch vụ; (3) Sự tin cậy; (4) Sự đồng cảm; (5) Sự đáp ứng; (6) Phương tiện hữu hình.

Hệ số KMO = 0,881 > 0,5 (thỏa điều kiện $0,5 \leq KMO \leq 1$) cho thấy phân tích nhân tố khám phá

(EFA) là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả thống kê của Chi-Square của kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa (Sig. = 0,000 < 0,05) cho thấy các biến quan sát có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể. Điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố khám phá (EFA) là phù hợp.

Tổng phương sai trích (Cumulative) của 6 nhân tố (các biến độc lập) được trích tại eigenvalue là 1,362, với tổng phương sai trích là 70,219%, điều này có nghĩa là 6 nhân tố này lấy được 70,219% phương sai của 28 biến quan sát. Kết quả phân tích EFA cho thấy số lượng nhân tố trích của các

biến độc lập (6 nhân tố) phù hợp với giả thuyết ban đầu về số lượng khái niệm đơn hướng của mô hình nghiên cứu.

Các biến quan sát của các nhân tố đều có hệ số tải nhân tố (factor loading) lớn hơn 0,5, không có biến nào có hệ số tải cao đồng thời trên 2 nhân tố. Kết quả phân tích EFA cho thấy số lượng nhân tố trích của biến phụ thuộc phù hợp với giả thuyết ban đầu về khái niệm đơn hướng của mô hình nghiên cứu. Bên cạnh đó, các biến quan sát của thang đo nghiên cứu đều nhóm đúng nhân tố theo giả thuyết ban đầu, do đó có thể kết luận thang đo đạt giá trị phân biệt.

3.2. Kết quả phân tích hồi quy bội

Kết quả phân tích hồi quy để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN dựa trên cơ sở dữ liệu được khảo sát từ 226 khách hàng đang sử dụng DVCPN tại Công ty Gateway Express. Mức độ ảnh hưởng này được xác định thông qua hệ số hồi quy. Kết quả hồi quy được thể hiện ở Bảng 2.

Theo kết quả hồi quy, tất cả 6 nhân tố đều có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN. Giá trị hệ số phóng đại phương sai (VIF) nằm trong khoảng 1,297 - 1,920, nên có thể kết luận các biến độc lập không có hiện tượng đa cộng tuyến, mối liên hệ giữa các biến độc lập này không đáng kể.

3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về DVCPN tại Công ty TNHH XNK Gateway Express

Thông qua kết quả mô hình có thể thấy tất cả 6 nhân tố được xem xét đều có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN như mô hình đề xuất ban đầu, cụ thể:

Nhân tố thứ nhất, “Sự đảm bảo” tác động cùng chiều dương đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN. Sự đảm bảo được đánh giá ở mức khá tốt, điều này chứng tỏ khách hàng tin tưởng vào sự DVCPN tại Công ty TNHH XNK Gateway Express. Đây là nhân tố có ảnh hưởng mạnh thứ tư (β chuẩn hóa = 0,175) đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN.

Nhân tố thứ hai có ý nghĩa cùng chiều dương tới sự hài lòng của khách hàng sử dụng thẻ tín dụng là “Chi phí dịch vụ”. Chi phí dịch vụ của Công ty Gateway Express được đánh giá cao nhất, cần đưa ra chính sách về giá hợp lý, phù hợp cạnh tranh hơn nhằm không ngừng nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Kết quả có sự tương đồng với các nghiên cứu của tác giả M-K.Kim và cộng sự (2004); Jiangxue Di, Haolan Liang (2020), S. M. D. T. K. Egodawela, A. N. Wijayanayake*, and P.L.S. Pete (2021). Đây là nhân tố quan trọng nhất với mức ảnh hưởng mạnh đứng đầu (β chuẩn hóa = 0,236) đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN.

Bảng 2. Bảng trọng số hồi quy

Biến độc lập	Trọng số hồi quy chưa chuẩn hóa		Trọng số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Sai lệch chuẩn	β			Tolerance	VIF
(Hằng số)	-.132	.206		-.641	.522		
SDB	.185	.059	.175	3.123	.002	.557	1.795
CPDV	.236	.055	.236	4.335	.000	.595	1.682
STC	.133	.034	.187	3.927	.000	.771	1.297
SDC	.178	.054	.169	3.275	.001	.659	1.516
SDU	.125	.047	.153	2.644	.009	.521	1.920
PTHH	.184	.053	.186	3.495	.001	.623	1.605

Nguồn: Tác giả

Nhân tố thứ ba có tác động cùng chiều dương đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN là “Sự tin cậy”. Cải thiện độ chính xác của đơn hàng hằng ngày, khả năng theo dõi thông tin tồn kho, đào tạo thường xuyên chuyên môn, nghiệp vụ và các quy trình, quy định đảm bảo an toàn, an ninh thông tin của khách hàng cho nhân viên để ứng dụng kịp thời xử lý sự cố, đảm bảo chất lượng dịch vụ cho khách hàng để phòng ngừa, khắc phục kịp thời những sự cố xảy ra thì khách hàng sẽ đánh giá ở mức hài lòng cao hơn. Đây là nhân tố rất quan trọng với mức ảnh hưởng mạnh thứ hai (β chuẩn hóa = 0,187) đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN.

Nhân tố thứ tư có tác động cùng chiều dương đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN là “Sự đồng cảm”. Đội ngũ nhân viên có sự đồng cảm với khách hàng, có thái độ thân thiện, chuyên nghiệp, chuyên môn tốt để tư vấn cũng như giải quyết các vấn đề vướng mắc của khách hàng một cách nhanh chóng, kịp thời, luôn lắng nghe ý kiến góp ý của khách hàng khi sử dụng các dịch vụ thì khách hàng sẽ đánh giá ở mức hài lòng cao hơn. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với kết quả nghiên cứu của tác giả Nguyễn Anh Tuấn, Nguyễn Thị Viên Lý (2020); Nguyễn Ngọc Minh, Lê Thanh Tâm (2017); Hasan Uvet (2020); Lê Nguyễn Đoàn Khôi, Huỳnh Châu Khánh và Lê Bảo Toàn (2017); Jiangxue Di, Haolan Liang (2020); Yanyang Li, Napawan Kananurak (2018). Đây là nhân tố rất quan trọng với mức ảnh hưởng mạnh thứ năm (β chuẩn hóa = 0,169) đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN.

Nhân tố thứ năm có tác động cùng chiều dương đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN là “Sự đáp ứng”. Công ty đáp ứng được sự bảo đảm tính an toàn trong vận hành, vì tất cả các thông tin đều được lưu trữ, nhân viên lịch sự và chuyên nghiệp, nhiệt tình và chu đáo sẵn sàng tư vấn giải đáp thắc mắc cho khách hàng,... sẽ tạo niềm tin nơi khách hàng từ đó họ sẽ đánh giá ở mức hài lòng cao hơn. Đây là nhân tố tương đối quan trọng với mức ảnh hưởng yếu nhất (β chuẩn hóa = 0,153) đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN.

Nhân tố thứ sáu có tác động cùng chiều dương đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN là “Phương tiện hữu hình”. Kết quả có sự tương đồng với nghiên cứu của tác giả Lê Nguyễn Đoàn Khôi, Huỳnh Châu Khánh và Lê Bảo Toàn (2017); Yanyang Li, Napawan Kananurak (2018). Đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất và cải tạo lại nơi làm việc rộng rãi, thoáng mát hơn; đặc biệt nếu được thuê mặt bằng ở đường chính, quan tâm đến vấn đề trang phục của nhân viên, nâng cấp hệ thống quản trị mạng, đầu tư trang thiết bị hiện đại hơn để áp dụng công nghệ thông tin trong toàn hoạt động của ngành được nhanh nhất, rút ngắn thời gian giao dịch với khách hàng, từ đó họ sẽ đánh giá ở mức hài lòng cao hơn. Đây là nhân tố có mức ảnh hưởng mạnh thứ ba (β chuẩn hóa = 0,186) đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN.

4. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về DVCPN tại Công ty TNHH XNK Gateway Express, từ đó đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra có 6 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN.

Dựa trên kết quả nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về chất lượng DVCPN, cụ thể như sau:

Công ty Gateway Express có thể nâng cao thêm kỹ năng phục vụ và thái độ phục vụ của nhân viên bằng cách tăng cường đào tạo, nâng cao mức độ đáp ứng của dịch vụ và cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng.

Thông qua đánh giá đào tạo kỹ năng và kỹ thuật, Công ty Gateway Express có thể lựa chọn đội ngũ nhân viên phù hợp với ngành, giảm bớt những va chạm có thể xảy ra khi tiếp xúc với khách hàng và học cách giao tiếp hiệu quả. Đồng thời, Công ty Gateway Express nên chuẩn hóa tiêu chuẩn dịch vụ, không nên tiết lộ và chiếm đoạt thông tin liên quan của người gửi, người nhận và người bày tỏ, tôn trọng quyền riêng tư của người khác và đảm bảo an toàn thông tin.

Trong cơ chế khiếu nại hiện có, Công ty Gateway Express nên sàng lọc và chấm điểm hoạt động của các liên kết thu gom, vận chuyển và giao nhận, thiết lập một bộ kế hoạch xử lý hoàn hảo và hệ thống các biện pháp bồi thường

hợp lý, có thể được sử dụng để hướng dẫn nhân viên phản hồi các khiếu nại của khách hàng; thực hiện các biện pháp hữu hiệu để giải quyết kịp thời và cải thiện sự hài lòng của khách hàng bằng cách cải thiện mức độ và chi phí dịch vụ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2009). *Nghiên cứu khoa học trong quản trị kinh doanh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.
2. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.
3. Nguyễn Anh Tuấn & Nguyễn Thị Viên Lý (2020). Các yếu tố tác động đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ logistics trường hợp Công ty TNHH Thương mại dịch vụ Dương Vy. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế - Luật và Quản lý*, 4(3), 881-896.
4. Nguyễn Ngọc Minh & Lê Thanh Tâm (2017). Phân tích sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ Logistics của Công ty cổ phần Vận tải Thủy Tân Cảng. *Tạp chí Nghiên cứu Khoa học và Phát triển kinh tế - Trường Đại học Tây Đô*, 2, 1-11.
5. Lê Nguyễn Đoàn Khôi, Huỳnh Châu Khánh & Lê Bảo Toàn (2017). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ chuyển tiền, thu hộ tiền và chi hộ tiền: Trường hợp bưu điện tỉnh An Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 48(D), 45-53.
6. Parasuraman A., Zeithaml V. & Berry L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
7. Hair et. al (2004). *Multivariate Data Analysis, 9th ed.* USA: Prentice Hall.
8. D. T. K. Egodawela, A. N. Wijayanayake*, and P.L.S. Peter. (2021). Determinant of Factors affecting Customer Satisfaction: Case of the Logistics Industry in Sri Lanka. *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, March 9-11, (pp. 1906-1915). Singapore.
9. Yanyang Li and Napawan Kananurak. (2018). Factors influencing customer satisfaction and brand loyalty of top 5 express delivery service in China. *UTCC International Journal of Business and Economics*, 10(2), 43-68.
10. Jiangxue Di and Haolan Liang. (2020). *Research on express service based on improving customer satisfaction*. *MATEC Web of Conferences*, 325, 1-5.
11. Hasan Uvet. (2020). Importance of Logistics Service Quality in Customer Satisfaction: An Empirical Study. *Operations And Supply Chain Management*, 13(1), 1-10.
12. Moon-Koo Kim, Myeong-Cheol Park, Dong-Heon Jeong. (2004). The Effects of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty in Korean Mobile telecommunication services. *Telecommunications Policy*, 28, 145-159.

Ngày nhận bài: 4/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/8/2021

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN THANH VŨ

Giảng viên, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

2. Học viên NGUYỄN TUẤN KIẾT

Ngân hàng TMCP Sài Gòn - Chi nhánh 3 tháng 2, TP. Hồ Chí Minh

**FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION
OF CUSTOMERS ABOUT THE QUALITY
OF GATEWAY EXPRESS IMPORT-EXPORT
CO., LTDS EXPRESS DELIVERY SERVICES**

● Ph.D **NGUYEN THANH VU**

Lecturer, Nguyen Tat Thanh University

● **NGUYEN TUAN KIET**

Saigon Joint Stock Commercial Bank,
3/2 Street Branch in Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study determined the factors affecting customer satisfaction about the quality of Gateway Express Import-Export Co., Ltds express delivery services. The study's data were collected from 226 customers who have used the companys express delivery services and the Exploratory Factor Analysis (EFA) method was used to analyze collected data. The study's regression analysis show that there are 6 factors affecting the satisfaction of customers who have use Gateway Express Import-Export Co., Ltds express delivery services. These factors, which are listed in descending order of impact level, are (1) Service cost (beta = 0.236), (2) Reliability (beta = 0.187), (3) Tangibles (beta = 0.186), (4) Assurance (beta = 0.175), (5) Empathy (beta = 0.169), and (6) Responsiveness (beta = 0.153). Based on the study's results, some managerial implications and recommendations are made to improve the customer satisfaction about the quality of Gateway Express Import-Export Co., Ltds express delivery services in the coming time.

Keywords: customer satisfaction, service quality, express delivery, Gateway Express Import - Export Co.,Ltd.

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE COUNTRY-OF-ORIGIN ATTRIBUTE: A CASE STUDY OF FRESH GRAPES IN CAN THO CITY

● VO HONG TU - NGUYEN THUY TRANG

ABSTRACT:

In the context of trade liberalization and deepening international economic integration, a great flow of imported fruits from various countries has penetrated the Vietnam's market and has competed with domestic fruits. This study investigated the preferences of domestic consumers and their willingness to pay for imported fruits by surveying 100 consumers in Can Tho City. The study results show that 52% of the respondents prefer imported fruits to the domestic ones. The average consumption of domestic and imported fruits was 6.97 and 2.13 kg/household/month, respectively. The results also reveal that surveyed consumers are very much concerned about the country of origin of fruits. The conditional logit regression indicates that the respondents are not willing to pay for the fresh grapes imported from China. However, they are willing to pay a premium from 75,000 to 149,000 VND for one kilogram of fresh grapes imported from the USA, the EU or Australia compared to the price of one grown in Vietnam.

Keywords: conditional logit regression, imported fruits, consumer preference, willingness to pay.

1. Introduction

Vietnam is considered a very attractive market with a population of over 95 million people. In the period 2002 - 2018, GDP per capita increased by 2.7 times and reached about 2,700 USD/person in 2019 (World Bank, 2019). Vietnam is one of the countries with the highest economic growth rates in the Asia. De Koning et al. (2015) indicated that the rapidly growing middle-class population makes Vietnam a very attractive market. It is estimated that the middle-class population in Vietnam was about 33 million in 2020. As the middle-class population grows and disposable incomes increase across all segments of the population, the demands

of Vietnamese consumers for higher quality products are projected to increase remarkably. The more the economy develops, the higher the demand and consumption, especially on safe, high quality and environmentally friendly products will be (Canh Chi Hoang and Tran Thi Mo, 2015; Khai and Yabe, 2015; Nguyen Trong Khanh and Nguyen Van Hoan, 2014).

Vietnamese consumers tend to have higher requirements in terms of product quality and product origins. They are willing to spend much on fresh foods that are good for their health, especially organic products (BritCham Vietnam, 2020). According to BritCham Vietnam (2020),

Vietnamese consumers prefer quality to convenience in terms of food consumption.

The Mekong River Delta is the largest fruit cultivating area of Vietnam thanks to its favorable natural conditions. With a total farming area of about 307,000 ha, the region accounts for nearly 40% of the nation's total fruit area. Annually, the region supplies to the market about 4 million tons of fruit (Nguyen Van Hoa, 2019). In 2020, the fruit and vegetable exports brought Vietnam more than 3.2 billion USD, of which the Mekong River Delta accounts for the greatest proportion (GSO, 2020). However, in 2020, Vietnam also imported thousands tons of fruits, of which Thailand was the top exporter of fruits to Vietnam with a turnover of nearly 500 million USD; China ranked second with a turnover of more than 350 million USD; followed by the USA, the EU, Australia, New Zealand, Korea, Japan, Chile, Canada, South Africa, etc. In 2020, the total import value of fruit and vegetable was estimated approximately 1.3 billion USD. According to the GSO (2020), the total import turnover of vegetables and fruits has steadily increased over the years with an average growth rate of 33.27%/year in the period from 2013-2018, from 415 million USD to about 1.7 billion USD.

In order to offer policy recommendations for improving the competitiveness of domestic fruits, the study investigated consumers' preferences and willingness to pay for imported fruits.

2. Methodology

2.1. Data collection

The study conducted face-to-face interviews with 100 consumers at supermarkets such as Lotte Mart, Co.opmart, Big C and Vinmart+ stores in Ninh Kieu district, Can Tho City.

The country of origin of imported fruits is a great matter of concern in reality. In order to determine the consumer's preference for this attribute of imported fruits, the study considered fresh grapes as an example for experimental design. Based on the observations at supermarkets in Can Tho City, apple, grapes and cherry are the three predominant fruits. However, only grapes can be produced domestically and abundantly so that the survey

respondents can make comparisons with the imported fruits when stating their references. The study designed some hypothetical choice sets with five different levels of price (50,000 VND, 90,000 VND, 120,000 VND, 190,000 VND and 220,000 VND/kg). The levels of price attribute vary in rotation for each choice set with respect to the countries, namely Vietnam, China, Australia, the USA and the EU. The prices as well as the country of origin of fresh grapes were determined based on our own market survey at supermarkets and open markets in Can Tho City before conducting official interviews with consumers.

2.2 Data analysis

To determine the consumers preferences on the country of origin of fresh grapes, the study employs a conditional logit model (Hoffman and Duncan, 1988).

Suppose Z_{ij} is the characteristics of the j^{th} alternative of the i^{th} consumer, and β is the estimated parameters. Assume P_{ij} is the probability that the i^{th} consumer chooses option j . The probability of a choice decision made is calculated by the following formula:

$$P_{ij} = \frac{\exp(Z_{ij}\beta)}{\sum_{k=1}^J \exp(Z_{ik}\beta)}$$

3. Results and discussions

3.1 Current situation of consumption of domestic and imported fruits

Research results show that there are up to 52% of consumers prefer imported fruits to the domestic ones. These consumers perceived that the imported fruits ensure food quality and safety. In addition, the interviewed consumers also state that imported fruits could be used as valuable gifts and their choice decisions were influenced by peer effects. However, a part of consumers shows hesitations in their purchasing decisions due to the concerns about the country of origin, especially Chinese fruits as the traceability systems in Vietnam are not well established. Besides, the strange tastes of imported fruits have a negative impact on the consumers choices. The selling price of imported fruits is also a major constraint for the Vietnamese consumers purchase decisions.

a) Consumption of domestic fruits

Table 1 shows that on average, the respondents consume 6.97 kg of domestic fruits per household per month (equivalent to 83.64 kg/year/household). This result is consistent with the previous finding of Warner *et al.* (2016) with the average fruit consumption of 19.5 kg/year/person (about 78 kg/household/year). This study also finds out that the annual growth rate in fruit consumption was estimated 10% per year, suggesting that the average fruit consumption (both domestic and imported fruits) was about 103.8 kg in 2019

b) Consumption of imported fruits

Table 2 shows that the average consumption of imported fruits is 2.13 kg/household/month. The result suggests that the consumption of exotic fruits shares about 23.4% of the total monthly fruit consumption [2.13/(2.13 + 6.97)]. The study also indicates that 15 interviewed consumers who had never bought imported fruits are very price sensitive. They perceive that the selling price of imported fruits are far higher than that produced domestically.

3.2 Consumer preferences on imported fruit consumption

a) Distribution places of imported fruits

The study shows that the majority of consumers preferred buying imported fruit in traditional or open markets, accounting for 25% of the total respondents (Table 3). One of the most important findings is that buying imported fruits at supermarkets and online shopping share the same proportion at 23%. This result suggests that online shopping is an emerging market platform for imported fruits, particularly under the context of Covid-19 pandemic and the remarkable development of information technology. Table 4 also shows that the convenience stores shared 13% of the imported fruit market.

b) Preferences on packaging and label

Table 4 shows that 30% of respondents do not find any value about the packaging and label. However, the remaining 70% of consumers are very concerned about packaging and labels as

Table 1: Household consumption of domestic fruits per month

Indicators	Frequency	%
From 3 - 5 kg	29	29
From 6 - 8 kg	57	57
From 9 - 11 kg	11	11
From 12 - 15 kg	3	3
Mean	6,97	
Minimum	3,00	
Maximum	15,00	
Standard deviation	2,04	

Source: household survey in 2019, n=100

Table 2: Household consumption of imported fruits per month

Indicators	Frequency	%
Have never bought	15	15
From 0 - <2 kg	20	20
From 2 - <3 kg	45	45
From 3 - <5 kg	14	14
From 5 - 7 kg	6	6
Mean	2,13	
Minimum	0	
Maximum	7	
Standard deviation	1,35	

Source: household survey in 2019, n=100

Table 3: Market shares by distribution places

Indicators	Frequency	%
Supermarkets	23	23
Convenience store	13	13
Open market	25	25
Fruit shops	16	16
Online	23	23
Total	100	100

Source: household survey in 2019, n=100

Table 4: Consumers preferences on packaging and label

Indicator	Frequency	%
<i>Reasons of not considering</i>		
Nonsense	13	43.33
Increase the production cost	17	56.67
Total	30	100.0
<i>Reasons of considering</i>		
Aesthetics	29	41.43
Product information	15	21.43
Fruit safety	15	21.43
Fruit quality	11	15.71
Total	70	100.0

Source: household survey in 2019, n=100

these attributes could be used for product traceability.

c) Preferences on the color and shape of fruits

The color and shape of fruits also influence the choice decisions. The study shows that 68% of the respondents agree on these attributes. They perceive that the color of the fruits would reflect the ripeness, the quality and the nutritional ingredients.

d) Perceived market shares by countries

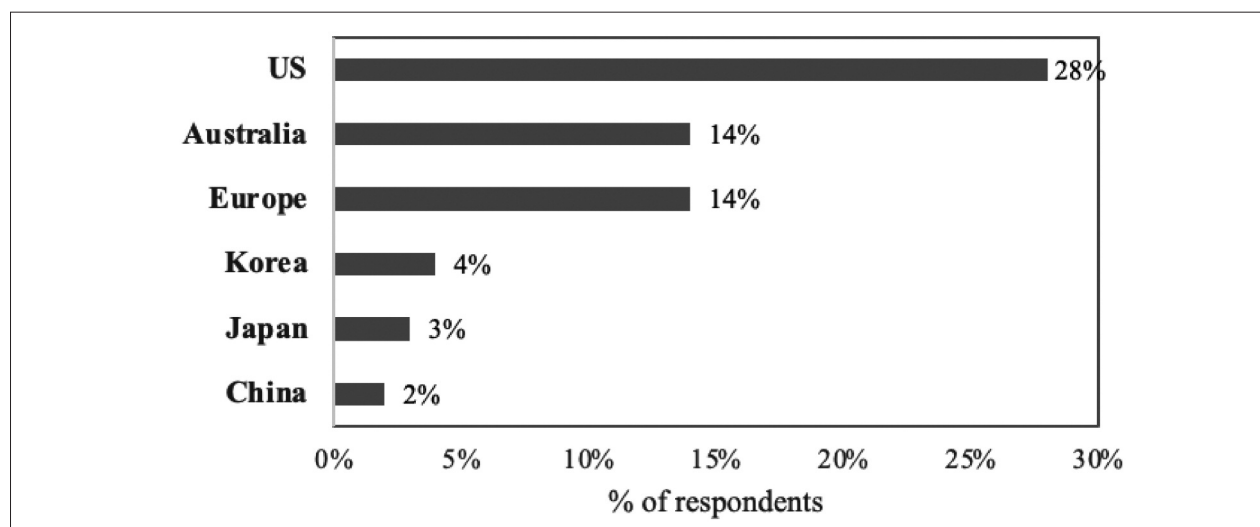
The study indicates that 65% of the respondents expressed their concerns about the country of origin when purchasing imported fruits. The study also shows that 28% of the respondents perceived that they used to buy fruits imported from the USA, followed by Australia and the EU at 14%. Korea and Japan shared a similar proportion of 3-4% for each.

Although the import turnover of fruits from China is quite large (ranked as the second), only a very small proportion of the respondents (2%) perceive that they used to buy imported fruits from this country. This result may be explained that the respondents were unable to trace the countries of origin of imported fruits and a large proportion of Chinese fruits are packaged under the labels of other countries by retailers. This fake packaging has partly undermined the trust of Vietnamese consumers on imported fruits. Figure 1.

e. Consumers willingness to pay for the countries of origin

To investigate the consumers preferences and willingness to pay for the country of origin, the study uses the conditional logit model. The results are presented in Table 5.

Figure 1: Perceived market shares by countries



Source: Household survey in 2019, n=100

Table 5: Results of conditional logit model

Variables	Coefficients	P values
Price	-0.004***	0.000
China	-0.382**	0.046
Australia	0.302*	0.076
USA	0.596***	0.000
Europe	0.484***	0.006
Observation	100	
P value	0.000	

Note: *, ** and *** indicate the significant levels of 10%, 5% and 1%, respectively.

Note: Vietnam is the base or reference in dummy coding

Table 5 shows that the negative coefficient of price attribute (-0.004) implies that the study consumers' willingness to pay decreases as the price of imported grapes increases.

China (a dummy variable): the negative estimated coefficient (-0,382) suggests that the consumers are not willing to pay for fresh grapes imported from China at 5% significant level as compared to the fresh grapes produced in Viet nam.

The study also shows that the consumers are willing to pay a higher price premium of 75,500 VND/kg [-(0.302/-0.004)] for the fresh grapes

imported from Australia relative to the fresh grapes produced in Vietnam. The consumers express the highest willingness to pay (a price premium of 149,000 VND/kg) for the fresh grapes imported from the USA. At the significant level of 1%, the consumers express a willingness to pay for a price premium of 121,000 VND for the fresh grapes imported from Europe.

4. Conclusions

The study shows that 52% of consumers prefers imported fruits to the domestic ones and they perceived that imported fruits are high quality, and ensure food safety and hygiene. On average, the total consumption of domestic and imported fruits was 6.97 and 2.13 kg/household/month, respectively. The study also shows that 25% of the consumers preferred to buy imported fruits at open markets. An important finding is that 23% of consumers used to buy imported fruits via online platform. The majority of consumers perceive that they purchased imported fruits from the USA, the EU and Australia. The conditional logit model shows that the surveyed consumers are not willing to pay for fresh grapes imported from China but they are willing to pay a higher price premium for fresh grapes imported from the USA, the EU, and Australia relative to the grapes produced in Vietnam ■

REFERENCES:

1. BritCham Vietnam. (2020). *Food & beverages retail report*. Vietnam: British Chambers of Commerce.
2. Canh Chi Hoang and Tran Thi Mo (2015). Vietnam domestic market: Potentials and development policy. *Journal of Development and Integration*, 25(35), 29 – 35.
3. De Koning, Jotte Ilbine Jozine Charlotte, Crul, Marcel Rudolphus Maria, Wever, Renee, & Brezet, Johannes Cornelis. (2015). Sustainable consumption in Vietnam: an explorative study among the urban middle class. *International journal of consumer studies*, 39(6), 608-618.
4. GSO. (2020). *Statistical yearbook of Vietnam 2019: Statistical Publishing House*, Ha Noi, Vietnam.
5. Hoffman, S. D., & Duncan, G. J. (1988). Multinomial and conditional logit discrete-choice models in demography. *Demography*, 25(3), 415-427.
6. Khai, Huynh Viet, & Yabe, M. (2015). Consumer preferences for agricultural products considering the value of biodiversity conservation in the Mekong Delta, Vietnam. *Journal for nature conservation*, 25, 62-71.

7. Nguyen Trong Khanh & Nguyen Van Hoan (2014). Investigating consumers' preference for high quality rice in the Red River Delta. *Journal of Science and Development*, 12(8), 1192-1201.
8. Nguyen Van Hoa (2019). *Sustainable fruit tree production in the Mekong Delta*. General Science.
9. Warner, U., Globally, C., Leeuwarden & Linh, V.T. (2016). *Report on fruit and vegetable markets in EU*. EU-MUTRAP.
10. World Bank (2020). *An overview of Vietnam*. US: World Bank.

Receiving date: August 15, 2021

Reviewing date: September 5, 2021

Accepting date: September 22, 2021

Author information:

1. Ph.D. VO HONG TU¹

2. Ph.D. NGUYEN THUY TRANG¹

¹Department of Rural Socio-Economics

College of Rural Development, Can Tho University

SỰ SẴN LÒNG CHI TRẢ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI THUỘC TÍNH QUỐC GIA XUẤT XỨ SẢN PHẨM: NGHIÊN CỨU VỀ NHO TƯƠI TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

● TS. VÕ HỒNG TÚ¹

● TS. NGUYỄN THÙY TRANG¹

¹Bộ môn Kinh tế - Xã hội Nông thôn

Khoa Phát triển Nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh tự do hóa thương mại và hội nhập sâu rộng vào thị trường quốc tế, một lượng lớn trái cây ngoại từ các nước đã thâm nhập thị trường Việt Nam và cạnh tranh với trái cây trong nước. Vì vậy, nghiên cứu này đã nghiên cứu thị hiếu và mức độ sẵn sàng chi trả của người tiêu dùng trong nước đối với trái cây nhập khẩu thông qua việc khảo sát 100 người tiêu dùng tại thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu cho thấy 52% người tiêu dùng ưa thích trái cây nhập khẩu hơn trái cây nội địa. Nghiên cứu cũng cho thấy lượng tiêu thụ trái cây trong nước và nhập khẩu trung bình lần lượt là 6,97 và 2,13 kg/hộ gia đình/tháng. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng người tiêu dùng rất quan tâm đến quốc gia xuất xứ của trái cây nhập khẩu. Dữ liệu hồi quy logit có điều kiện chỉ ra rằng những người tiêu dùng được khảo sát không sẵn lòng mua nho tươi nhập khẩu từ Trung Quốc, nhưng lại sẵn sàng trả giá cao hơn từ 75 - 149 nghìn đồng cho 1 kg nho tươi nhập khẩu từ Mỹ, Úc và châu Âu so với nho được trồng tại Việt Nam.

Từ khóa: Hồi quy logit có điều kiện, trái cây nhập khẩu, thị hiếu người tiêu dùng, sự sẵn lòng chi trả.

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING ĐIỆN TỬ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP KINH DOANH DỊCH VỤ VIỆT NAM

● TRẦN THỊ TUẤN ANH

TÓM TẮT:

Sự bùng nổ của internet cùng với cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đã thúc đẩy marketing điện tử phát triển mạnh mẽ trong những năm vừa qua. Marketing điện tử là một trong những kênh marketing hiệu quả và nhanh chóng giúp doanh nghiệp đưa hình ảnh và sản phẩm của mình đến với người tiêu dùng. Tại Việt Nam hiện nay, marketing điện tử đã đem lại những thành công nhất định cho các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ nói riêng thông qua việc quảng bá và thu hút khách hàng. Trong phạm vi bài viết này, tác giả sẽ trình bày một số giải pháp nhằm hoàn thiện hơn nữa hoạt động marketing điện tử tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam, đồng thời giúp các doanh nghiệp có cái nhìn tổng thể và khái quát hơn đối với hoạt động quan trọng này.

Từ khóa: marketing điện tử, doanh nghiệp dịch vụ, marketing.

1. Đặt vấn đề

Marketing điện tử là quá trình lập kế hoạch về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến đối với sản phẩm, dịch vụ và ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân - dựa trên các phương tiện điện tử và internet (Philip Kotler, 2014). Marketing điện tử bao gồm tất cả các hoạt động để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng thông qua internet và các phương tiện điện tử (Joel Reedy, Shauna Schullo & Kenneth Zimmerman, 2000).

Nói cách khác, marketing điện tử là việc ứng dụng công nghệ thông tin vào marketing truyền thống, tạo ra các chiến lược marketing mới giúp doanh nghiệp thỏa mãn tốt hơn nhu cầu và mục tiêu của khách hàng, vì vậy, triển khai chương trình marketing điện tử không chỉ mang lại lợi ích rất lớn cho doanh nghiệp mà cả khách hàng cũng sẽ được hưởng nhiều dịch vụ tốt hơn so với marketing truyền thống.

Marketing điện tử mang đặc điểm của

marketing truyền thống, đó là cùng hướng tới một mục đích tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm và dịch vụ cho nhà cung cấp. Tuy nhiên, sự khác biệt cơ bản của marketing điện tử với marketing truyền thống đó là marketing điện tử sử dụng công cụ, khả năng thâm nhập thị trường, có tính tương tác, có khả năng cá biệt hóa. Với những sự khác biệt đó, marketing điện tử có một số lợi ích như sau:

- Rút ngắn khoảng cách: Vị trí địa lý không còn là một vấn đề quan trọng. Internet đã rút ngắn khoảng cách, mọi người có thể gặp nhau trong không gian máy tính mà không cần biết ở gần hay ở xa. Điều này cho phép mua bán bỏ qua những khâu trung gian truyền thống tốn kém.

- Tiếp thị toàn cầu: Internet là một phương tiện hữu ích để các nhà hoạt động marketing tiếp cận với thị trường khách hàng trên toàn thế giới - điều mà các phương tiện marketing truyền thống khác hầu như không thể.

- Giảm thời gian và chi phí: Những người làm marketing điện tử có thể truy cập lấy thông tin cũng như giao dịch với khách hàng 24/7 và không bị gián đoạn. Khách hàng sẽ không phải mất công đi lại nhiều để xem sản phẩm, nhưng vẫn có những thông tin cần thiết về sản phẩm đó.

Như vậy, với những khái quát trên, chúng ta thấy rằng marketing điện tử đang có những lợi ích và ảnh hưởng rất lớn trong mọi hoạt động của các cơ quan, tổ chức và đặc biệt là các doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, vị thế của mình đến với khách hàng.

Những năm gần đây, marketing điện tử đang từng bước được khai thác, áp dụng nhiều trong môi trường kinh doanh ở Việt Nam. Sự gia tăng đáng kể về số lượng máy tính, điện thoại được sử dụng cũng như số người truy cập internet đã tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh hoạt động marketing điện tử. Trong đó, việc ứng dụng marketing điện tử tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ở Việt Nam đang phát triển rất nhanh.

2. Các hình thức marketing điện tử tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam

Ngành Dịch vụ từ lâu đã được mệnh danh là ngành công nghiệp không khói và mang lại rất nhiều giá trị cho nền kinh tế. Tại Việt Nam, các loại hình kinh doanh dịch vụ chủ yếu có thể kể đến như du lịch, khách sạn; công nghệ thông tin; truyền thông, quảng cáo; văn hóa, giải trí; tài chính; logistics; chăm sóc sức khỏe, làm đẹp,... Trong những năm gần đây, Việt Nam chứng kiến sự bùng nổ nhanh chóng của internet, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam đã tăng cường việc tiếp cận thị trường khách hàng mục tiêu thông qua marketing điện tử. Nhiều doanh nghiệp đã tăng lợi nhuận và doanh thu, mở rộng phạm vi khách hàng, tiết kiệm chi phí, nâng cao hình ảnh doanh nghiệp cũng như phát triển được mạng lưới kinh doanh nhờ marketing điện tử.

Tại Việt Nam, theo số liệu của Bộ Thông tin và Truyền thông, số lượng người sử dụng internet ngày càng gia tăng với tốc độ tăng trưởng khoảng 30%/năm và có thể đạt 70 triệu người vào năm 2021. Tỷ lệ dân số tham gia các mạng xã hội hiện chiếm khoảng 80% tổng số người dùng internet.

Việc các nhà mạng liên tục nâng cấp hạ tầng cơ sở công nghệ như internet, mạng di động nhằm đáp ứng sự bùng nổ của cách mạng công nghệ 4.0, cũng như đưa ra các gói dịch vụ phù hợp với nhu cầu sử dụng của người dân và nhu cầu tìm kiếm thông tin, mua sắm và giải trí,... thông qua mạng internet của người dân ngày càng cao, cũng góp phần đẩy mạnh nhu cầu marketing điện tử của các doanh nghiệp.

Từ đó, các doanh nghiệp bắt đầu đề ra các chiến lược quảng bá sản phẩm có sử dụng các kênh marketing điện tử, hay tìm kiếm thông tin khách hàng, nghiên cứu xu hướng, mạng lưới phân phối sản phẩm qua các kênh bán lẻ trực tuyến đã cho thấy khả năng ứng dụng marketing điện tử tại Việt Nam rất cao.

Hiện nay, với việc ký kết các hiệp ước kinh tế thương mại, Nhà nước ngày càng hoàn thiện các

hệ thống chính sách - pháp luật để bảo vệ doanh nghiệp, phù hợp với xu thế kinh tế thế giới. Trong đó, đáng kể nhất là sự ra đời của Luật Giao dịch thương mại điện tử 2005, với việc công nhận chứng thư điện tử các dữ liệu, chữ ký,... mở ra cơ hội đẩy mạnh các giao dịch điện tử, tạo cơ hội cho các kênh kỹ thuật số đang được sử dụng trong các hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, các hình thức marketing điện tử tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam ngày càng phong phú và đa dạng. Phổ biến nhất là quảng cáo trực tuyến và marketing qua công cụ tìm kiếm. Người sử dụng internet tại Việt Nam đã rất quen thuộc với các công cụ như Google, Yahoo, Bing,... mà tại đó các doanh nghiệp thường đặt các quảng cáo từ khóa. Khách hàng có thể dễ dàng tìm kiếm các thông tin liên quan đến khách sạn, các tour du lịch, dịch vụ khám chữa bệnh,... trên internet.

Marketing qua email là một trong những kênh marketing số được sử dụng lâu đời nhất. Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam thường sử dụng email trong hoạt động nghiên cứu thị trường, tìm hiểu thông tin khách hàng và nhiều nhất là các thư quảng cáo. Đây là một hình thức sử dụng email (thư điện tử) làm phương tiện truyền thông tin tới khách hàng. Email có lợi thế rất lớn là có thể truyền tải các nội dung thông tin với chi phí rất thấp và đến với rất nhiều người trong cùng một thời điểm.

Bên cạnh đó, marketing qua mạng xã hội và marketing qua di động cũng đang tăng trưởng mạnh mẽ. Facebook là một trong hai doanh nghiệp chiếm thị phần lớn nhất tại Việt Nam, cùng với Google. Nhiều doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam sử dụng Facebook như một chiếc cầu nối hữu hiệu tới các khách hàng mục tiêu.

Marketing điện thoại cũng được sử dụng phổ biến những năm gần đây với hình thức chủ yếu là gửi tin nhắn cho khách hàng. Các chiến dịch gửi lãi suất tiền gửi, dịch vụ cho vay trả góp cho

khách hàng của các ngân hàng như Vietcombank, ACB,... trở nên rất quen thuộc. Ngoài ra, còn có thể kể đến dịch vụ gửi tin nhắn quảng cáo kèm tin nhắn miễn phí từ các nhà cung cấp mạng thông tin di động như Vinaphone, Viettel,...

3. Thực trạng hoạt động marketing điện tử tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam

Qua những khái niệm đã đề cập ở trên, chúng ta thấy, marketing điện tử là vô cùng đa dạng. Tuy nhiên, việc áp dụng hoàn hảo lĩnh vực này lại là vấn đề nan giải với nhiều doanh nghiệp. Nếu không hiểu tường tận và có kế hoạch chi tiết, quá trình chuyển hướng từ giải pháp truyền thống sang trực tuyến sẽ rất khó khăn.

Ngày nay, làm việc qua mail là một hoạt động rất phổ biến, tận dụng được điều đó thì marketing được liên kết trực tiếp bằng email. Rất nhiều doanh nghiệp đầu tư mạnh vào yếu tố này và đã có được thành công mỹ mãn. Có thể gửi các thông điệp quảng cáo qua internet đến các thiết bị điện tử như fax, mobile,... Cần chú ý là nội dung quảng cáo sản phẩm cần tạo được sự hấp dẫn. Nếu không, bạn sẽ gặp phải phản ứng ngược từ người tiêu dùng, chẳng hạn như lời phàn nàn về việc gửi tin nhắn khiến họ cảm thấy phiền.

Những dịch vụ của khách hàng đều thông qua các công cụ trên internet và web như voice, chat, video conference, netmeeting,... Điều đó cho thấy thể hiện được sự chuyên nghiệp, khách hàng dễ ấn tượng với khách hàng và tạo dựng được niềm tin. Bên cạnh đó, tiến hành thực hiện điều tra ý kiến khách hàng tự động bằng các bảng câu hỏi trên trang web. Website sử dụng cần là web chính với tên miền là tên doanh nghiệp hoặc sản phẩm. Bạn có thể tận dụng thêm fanpage trên mạng xã hội để thu thập câu trả lời, đồng thời giữ lượt tương tác.

Từ những phân tích trên, chúng ta rút ra được bài học, để hoạt động marketing điện tử được vận hành trơn chu, hiệu quả thì chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp là một yếu tố then chốt. Chiến

lược kinh doanh trong marketing điện tử là việc tạo dựng một vị thế duy nhất và có giá trị nhờ việc triển khai một hệ thống các hoạt động khác biệt với những gì đối thủ cạnh tranh thực hiện. Một chiến lược kinh doanh marketing điện tử đầy đủ phải bao gồm cách làm thế nào để đạt được mục tiêu, khác biệt với đối thủ ở điểm nào và làm sao để đem lại doanh thu.

Lấy ví dụ cụ thể tại các doanh nghiệp dịch vụ ở Việt Nam hiện nay, qua thực tế nghiên cứu của tác giả, hiện nay, phần lớn doanh nghiệp dịch vụ Việt Nam chưa có chiến lược kinh doanh tổng thể, dài hạn; kinh doanh dịch vụ còn thụ động trước sự vận động của thị trường. Hơn nữa, do hạn chế trong nhận thức về marketing điện tử trong ngành Dịch vụ, việc tổ chức các hoạt động marketing của doanh nghiệp dịch vụ nhìn chung còn manh mún, thiếu đồng bộ và thiếu tính chuyên nghiệp. Phần lớn doanh nghiệp dịch vụ chỉ dừng lại ở các hoạt động phân phối, xúc tiến dịch vụ, quảng cáo và tuyên truyền, chưa nhận thức được rằng marketing điện tử là hệ thống các hoạt động, từ tìm hiểu, nghiên cứu để phát hiện ra nhu cầu dịch vụ đến việc tìm biện pháp thỏa mãn các nhu cầu đó. Điều này được phản ánh qua kết quả: gần 2/3 số doanh nghiệp dịch vụ chưa xây dựng chiến lược, kế hoạch marketing dịch vụ và 1/2 doanh nghiệp dịch vụ không có các phòng, bộ phận chuyên trách marketing.

Một ví dụ nữa, đối với các doanh nghiệp lữ hành Hà Nội hiện nay, các doanh nghiệp này chủ yếu ứng dụng marketing điện tử trong hoạt động truyền thông và giao dịch mà chưa nghiên cứu và ứng dụng có bài bản nghiên cứu marketing qua các dữ liệu trực tuyến. Dữ liệu trực tuyến chủ yếu là các thông tin về khách hàng có trong cơ sở dữ liệu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, hành vi cụ thể của khách hàng như: khách hàng tìm kiếm cái gì, khách hàng cảm thấy như thế nào với các yếu tố trên website của doanh nghiệp như nội dung, giao diện,... thì vẫn chưa được các doanh nghiệp lữ hành Hà Nội nghiên cứu đầy đủ.

Do vậy, trong quá trình tìm hiểu và phân tích, tác giả nhận thấy, việc sử dụng marketing điện tử tại các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều hạn chế, như:

- Chưa vận dụng hết các chức năng, tiện ích của các kênh marketing điện tử trong các chiến lược kinh doanh.

- Số lượng doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ còn mơ hồ về marketing điện tử hiện nay tương đối lớn, nhiều doanh nghiệp trong đó không có chút khái niệm nào về marketing điện tử, nhiều doanh nghiệp chỉ sử dụng internet để gửi và nhận thư điện tử mà không dùng để hỗ trợ cho việc kinh doanh.

- Số lượng doanh nghiệp xây dựng website riêng còn hạn chế, nếu có chỉ để cung cấp thông tin về doanh nghiệp, giới thiệu các sản phẩm kinh doanh mà không có các hoạt động marketing; chưa có các chiến lược marketing điện tử phù hợp.

- Số lượng doanh nghiệp đáp ứng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin nhằm phục vụ cho các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp còn hạn chế, ảnh hưởng đáng kể đến việc đẩy mạnh marketing điện tử.

- Doanh nghiệp không xác định đối tượng khách hàng cụ thể. Tùy vào sản phẩm bán kinh doanh mà có nhóm đối tượng khách hàng chính khác nhau. Ví dụ, bạn bán mỹ phẩm, khách hàng của bạn phần lớn là phụ nữ trong độ tuổi từ 18 - 50. Bạn bán đồ nội thất cao cấp, khách hàng sẽ là người có thu nhập cao, trên 10 triệu đồng mỗi tháng. Thế nhưng, nhiều doanh nghiệp lại không xác định đúng hoặc đủ vấn đề này. Hậu quả là chiến dịch tiếp thị sản phẩm tốn kém chi phí, nhưng không mang lại lợi ích lớn. Thay vì chỉ nhắm đến một đối tượng cụ thể, doanh nghiệp lại hướng đến toàn bộ thị trường. Nội dung được xây dựng theo đó sẽ giảm đi tính hấp dẫn vì không hoàn toàn thích hợp với nhóm khách hàng vốn dĩ của sản phẩm.

- Không chỉ vậy, khi làm marketing điện tử, nhiều doanh nghiệp tập trung quảng cáo thương hiệu quá nhiều. Thông thường, khách hàng sẽ

chọn mua sản phẩm với 70% là yếu tố liên quan. Chẳng hạn, bạn xây dựng content marketing tốt, mang đến lợi ích về kiến thức, khách hàng sẽ có ấn tượng với bạn. Khi cần mua sản phẩm liên quan, họ sẽ nhớ đến và tìm hiểu về bạn. Hay khi SEO ảnh, ngoài ảnh sản phẩm, bạn còn sử dụng ảnh có sự kết nối khác. Khách hàng không bị nhàm chán, dễ tò mò về bạn hơn.

4. Các giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing điện tử tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam

Dù đạt được một số thành tựu nhất định nhưng các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Việt Nam vẫn chưa phát huy được hết khả năng và tận dụng tối đa hiệu quả của hoạt động marketing điện tử. Do vậy, trong thời gian tới, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh hơn nữa một số biện pháp nhằm hoàn thiện và thúc đẩy sự phát triển của marketing điện tử - một trong những hoạt động quan trọng hàng đầu giúp doanh nghiệp hòa nhập và thành công trong thời đại kinh tế số.

Thứ nhất, doanh nghiệp cần nâng cao hơn nữa nhận thức về vai trò quan trọng của hoạt động marketing điện tử, đặc biệt là nhận thức từ bộ phận quản lý cấp cao. Bên cạnh đó, thường xuyên tổ chức các buổi đối thoại giữa cấp quản lý và bộ phận marketing, cũng như cập nhật các chương trình marketing điện tử của doanh nghiệp đang triển khai tới các phòng ban khác trong nội bộ doanh nghiệp để chứng minh tính hiệu quả của marketing điện tử trong hoạt động kinh doanh.

Thứ hai, hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin cho doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ. Việc nâng cao chất lượng hạ tầng công nghệ thông tin của bản thân doanh nghiệp rất quan trọng và là mục tiêu hàng đầu trong giai đoạn hiện nay. Việc hoàn thiện, đồng bộ và nâng cao hạ tầng công

nghệ sẽ giúp khách hàng bảo mật thông tin, đồng thời mang lại những thành quả cho doanh nghiệp trong việc đẩy mạnh hình ảnh và uy tín, cạnh tranh tốt trên thị trường.

Thứ ba, hoàn thiện chiến lược phát triển marketing điện tử của doanh nghiệp. Marketing điện tử là một lĩnh vực mới phát triển tại Việt Nam. Ngoài ra, đây còn là lĩnh vực rất đặc thù, đó là sự kết hợp giữa công nghệ và thị trường. Chính vì vậy, chiến lược marketing điện tử của doanh nghiệp cần phải được tập trung xây dựng một cách bài bản và đầu tư nhiều thời gian cũng như công sức để hoạch định. Marketing điện tử sẽ là chiến lược marketing chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ trong tương lai, là kim chỉ nam cho hoạt động quảng bá thương hiệu và giới thiệu dịch vụ với người tiêu dùng, do đó, cần phải hoàn thiện chiến lược marketing điện tử cho doanh nghiệp càng sớm càng tốt.

Thứ tư, tăng cường giải pháp an ninh mạng. Đảm bảo an toàn thông tin không chỉ là trách nhiệm của đội ngũ kỹ thuật, do vậy, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ sẽ cần nâng cấp thiết bị, phần mềm, công cụ liên quan tới hệ thống mạng và website; xây dựng chính sách an ninh toàn diện cho công ty và khách hàng trong cả hiện tại và tương lai.

Thứ năm, xây dựng đội ngũ nhân sự phụ trách marketing điện tử có chất lượng, trình độ và tính chuyên nghiệp cao. Doanh nghiệp cần thường xuyên tổ chức các khóa huấn luyện đào tạo cũng như ban hành những chính sách khuyến khích nhân viên nâng cao trình độ và chuyên môn trong lĩnh vực marketing điện tử. Yếu tố con người luôn là yếu tố then chốt trong quá trình phát triển của một doanh nghiệp và đội ngũ marketing của sẽ là một trong những bộ phận quyết định đến sự thành bại của một chiến dịch marketing ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Kotler P. & Keller K. L. (2014). *Marketing Management*. USA: Pearson.

2. Joel Reedy, Shauna Schullo & Kenneth Zimmerman. (2000). *Electronic Marketing: Intergrating Electronic Resources into the Marketing Process*. USA: South-Western College Pub.
3. Ngô Xuân Bình (2014). *Giáo trình marketing căn bản*. Hà Nội: NXB Thống kê.

Ngày nhận bài: 6/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN THỊ TUẤN ANH

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

SOLUTIONS TO ENHANCE THE EFFECTIVENESS OF MARKETING ACTIVITIES IN VIETNAMESE SERVICE ENTERPRISES

● **MBA. TRAN THI TUAN ANH**

Posts and Telecommunications Institute of Technology

ABSTRACT:

The Internet explosion and the 4.0 Industrial Revolution have promoted e-marketing to rapidly grow in recent years. E-marketing is considered one of effective and fast marketing channels that enable enterprises to market their products or services. In Vietnam, e-marketing plays vital role in the development of enterprises, especially service businesses. This paper aims to provide better understanding of e-marketing and then proposes some solutions for Vietnamese service companies to further improve the effectiveness of e-marketing activities.

Keywords: e-marketing, service businesses, marketing.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN RỦI RO TÍN DỤNG KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN - CHI NHÁNH TRÀ VINH

● LÊ TRUNG HIẾU - NGÔ THỊ PHƯƠNG DUNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích hồi quy nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng của khách hàng cá nhân (KHCN) tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Trà Vinh (Sacombank Trà Vinh). Kết quả nghiên cứu cho thấy, những nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng của KHCN tại Sacombank Trà Vinh gồm các biến: giới tính, trình độ học vấn, nghề nghiệp, sử dụng vốn và quy mô sản xuất - kinh doanh. Nghiên cứu cũng đề xuất một số giải pháp góp phần tăng cường công tác quản trị rủi ro, kiểm soát chất lượng tín dụng tại Sacombank Trà Vinh.

Từ khóa: rủi ro tín dụng, khách hàng cá nhân, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín, Sacombank Trà Vinh.

1. Đặt vấn đề

Hoạt động tín dụng là hoạt động cơ bản của ngân hàng, đem lại nguồn thu chủ yếu cho các ngân hàng thương mại (NHTM). Tuy nhiên, vấn đề các NHTM đang phải đối mặt là rủi ro tín dụng (RRTD). RRTD gây ra tổn thất về tài chính, giảm giá trị thị trường của vốn ngân hàng, trong trường hợp nghiêm trọng hơn có thể làm cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng bị thua lỗ, thậm chí phá sản ngân hàng. Các biện pháp phòng ngừa và hạn RRTD cần được nghiên cứu đưa ra phù hợp với đặc điểm hoạt động kinh doanh của từng ngân hàng¹.

Theo báo cáo của Ngân hàng Nhà nước tỉnh Trà Vinh, tính đến thời điểm hiện tại, tỷ lệ nợ xấu của hệ thống ngân hàng nằm trong khoảng 10% dư nợ của ngành. Riêng về tình hình nợ xấu là 1.500 tỷ đồng, chiếm khoảng 3,85% trong tổng dư nợ. Do đó, việc tìm ra những giải pháp để hạn chế

phần nào những rủi ro trong quá trình thực thi chính sách tín dụng của NHTM là vấn đề rất cấp thiết hiện nay.

Sacombank Trà Vinh là một trong những ngân hàng có thu nhập từ hoạt động tín dụng chiếm tỷ trọng lớn chiếm đến 86% trong tổng thu nhập của Ngân hàng, do đó việc tiềm ẩn RRTD là vấn đề không thể tránh khỏi. Thực tiễn hoạt động tín dụng Sacombank nói chung và Sacombank Trà Vinh nói riêng thời gian qua cho thấy RRTD của toàn hệ thống chưa được kiểm soát một cách có hiệu quả và đang có xu hướng ngày một gia tăng. Chính vì vậy, yêu cầu cấp bách đặt ra là RRTD cần phải được quản lý kiểm soát một cách có hiệu quả, bảo đảm tín dụng hoạt động trong phạm vi rủi ro chấp nhận được, hỗ trợ việc phân bổ vốn hiệu quả hơn trong hoạt động tín dụng giảm thiểu các thiệt hại phát sinh từ RRTD và tăng thêm lợi nhuận kinh doanh

cho ngân hàng, góp phần nâng cao uy tín và lợi thế cạnh tranh của ngân hàng. Chính vì thế, nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến RRTD từ KHCN tại Sacombank Trà Vinh” được triển khai nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến RRTD của khách hàng cá nhân và đề xuất một số giải pháp góp hạn chế rủi ro tín dụng tại Sacombank Trà Vinh.

2. Mô hình nghiên cứu

Các giả thuyết nghiên cứu:

Giả thuyết H1: Tuổi tác động tích cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H2: Giới tính tác động tiêu cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H3: Dân tộc vừa tác động tích cực vừa có tác động tiêu cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H4: Nghề nghiệp có tác động tích cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H5: Trình độ học vấn có tác động tích cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H6: Tình trạng gia đình có tác động tích cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H7: Quy mô sản xuất - kinh doanh có tác động tích cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H8: Thời gian kinh doanh có tác động tích cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H9: Lịch sử vay vốn có tác động tích cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Giả thuyết H10: Sử dụng vốn có tác động tiêu cực đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

3. Phương pháp nghiên cứu

Lựa chọn cỡ mẫu:

Theo Green (1991), cỡ mẫu tối thiểu là $50 + 8m$, với m là số biến độc lập trong mô hình. Mô hình đang nghiên cứu này có 10 biến độc lập thì cỡ mẫu tối thiểu phải là 130 quan sát. Tuy nhiên, để tăng độ tin cậy của mẫu dự phòng rủi ro, phiếu khảo sát bị lỗi nghiên cứu thực hiện với cỡ mẫu là 160 quan sát. Số quan sát $160 > 130$ phù hợp tiến hành nghiên cứu chính thức.

Phương pháp lấy mẫu và xử lý số liệu:

Số liệu thứ cấp: số liệu về tình hình hoạt động kinh doanh, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh

và thực trạng rủi ro tín dụng trong 3 năm (2018 - 2020) được cung cấp bởi Sacombank Trà Vinh.

Số liệu sơ cấp: số liệu sơ cấp được sử dụng trong nghiên cứu này được thu thập từ một cuộc điều tra bằng bảng câu hỏi với khách hàng có vay vốn. Cuộc điều tra được tiến hành vào tháng 5/2021, đối tượng tham gia là 160 khách hàng có giao dịch tại Sacombank Trà Vinh theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện.

Nghiên cứu sử dụng kết hợp giữa 2 phương pháp: phương pháp phân tích định tính (phỏng vấn chuyên gia, xây dựng bảng câu hỏi, khảo sát thử 20 khách hàng nhằm hiệu chỉnh bảng câu hỏi) và phương pháp phân tích định lượng (kiểm định Wald, kiểm định mức độ phù hợp của mô hình (kiểm định Omnibus), kiểm định mức độ giải thích của mô hình, phân tích hồi quy Binary Logistic) để tìm ra các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

Phương trình hồi quy đa biến:

$$\log_e \frac{P(Y=1)}{P(Y=0)} = \beta_0 + \beta_1 \text{GIOITINH} + \beta_2 \text{TUOI} + \beta_3 \text{DANTOC} + \beta_4 \text{NGHENGHIEP} + \beta_5 \text{TDHV} + \beta_6 \text{TINHTRANGGD} + \beta_7 \text{QUY MO} + \beta_8 \text{THOIGIANKD} + \beta_9 \text{LSVAYVON} + \beta_{10} \text{SDVON} + e_i$$

Trong đó:

Biến phụ thuộc (Y) Khách hàng có RRTD hoặc không có RRTD, $Y = 1$ nếu có RRTD là khách hàng không trả nợ đúng hạn, $Y = 0$ nếu không có RRTD là khách hàng trả nợ đúng hạn.

$P(Y=1)=P0$: Xác suất KHCN có RRTD.

$P(Y=0)=1-P0$: Xác suất KHCN không có RRTD.

β_0 : Trọng số hồi quy

GIOITINH, TUOI, DANTOC, NGHENGHIEP, TDHV, TINHTRANGGD, QUYMO, THOIGIANKD, LSVAYVON, SDVON: các biến độc lập (biến giải thích).

e_i : Hệ số nhiễu

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả kiểm định Wald

Kết quả kiểm định Wald cho thấy, giá trị Sig của các biến tuổi, dân tộc, tình trạng gia đình, lịch sử vay vốn và thời gian kinh doanh lần lượt là 0,471; 0,933; 0,993; 0,545; 0,906 đều lớn hơn 0,1. Điều này cho thấy mối quan hệ giữa các biến này đến rủi ro RRTD không có ý nghĩa thống kê.

Giá trị Sig của các biến giới tính, trình độ học vấn, nghề nghiệp, sử dụng vốn và quy mô kinh doanh lần lượt là 0,065; 0,099; 0,060; 0,010; 0,047 đều nhỏ hơn 0,1. Điều này cho thấy mối quan hệ giữa các biến này đến RRTD có ý nghĩa thống kê.

4.2. Kết quả kiểm định Omnibus

Bảng 1. Kết quả kiểm định Omnibus

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	Df	Sig.
Step1	Step	96,054	10	0,000
	Block	96,054	10	0,000
	Model	96,054	10	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của nhóm nghiên cứu 2021

Dựa vào kết quả kiểm định mức độ phù hợp của mô hình, giá trị Sig = 0,000 < 0,05, như vậy mô hình tổng quát cho ta thấy mối tương quan giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập trong mô hình có ý nghĩa thống kê với khoảng tin cậy trên 99%.

4.3. Kết quả kiểm định mức độ giải thích mô hình

Bảng 2. Kết quả kiểm định mức độ giải thích của mô hình

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	52,338a	0,451	0,747

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của nhóm nghiên cứu 2021

Bảng 2 cho thấy giá trị -2 Log likelihood = 52,338 là tương đối nhỏ, chứng tỏ mô hình có độ phù hợp cao. Hệ số mức độ giải thích của mô hình: R² Nagelkerke = 0,747. Điều này cho thấy sự thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình có ý nghĩa ở mức 74,7%, còn lại do các yếu tố khác.

4.4. Kết quả kiểm định mức độ dự báo tính chính xác của mô hình

Kết quả kiểm định mức độ dự báo tính chính xác của mô hình cho thấy, trong 132 quan sát không có RRTD, (xét theo cột gồm 130 và 2), mô hình dự báo chính xác là 130 với tỷ lệ đúng là 98,5%. Tương tự,

trong 28 quan sát có rủi ro tín dụng, (xét theo cột gồm 24 và 4), mô hình dự báo chính xác là 24, với tỷ lệ đúng là 85,7%. Vậy, mức độ dự báo tính chính xác của toàn mô hình là 96,3%.

4.5. Kết quả phân tích hồi quy

Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình có giá trị Sig = 0,000, do đó bác bỏ H₀ là hệ số hồi quy của các biến độc lập bằng không, giá trị -2 Log likelihood = 52,338 là tương đối nhỏ chứng tỏ mô hình có độ phù hợp cao, mức độ dự báo tính chính xác của mô hình là 96,3%.

Qua phân tích hồi quy Binary Logistic cho thấy rằng trong 10 biến độc lập đưa vào mô hình thì có 5 biến có ý nghĩa thống kê ở mức dưới 10%. Các biến có ý nghĩa thống kê như: (1) Giới tính với mức ý nghĩa thống kê 10%, (2) Trình độ học vấn với mức ý nghĩa 10%, (3) Nghề nghiệp với mức ý nghĩa 10%, (4) Sử dụng vốn với mức ý nghĩa 5%, (5) Quy mô với mức ý nghĩa 5%.

Kết quả hồi quy Binary Logitics:

Với mức ý nghĩa dưới 10%, hệ số hồi quy của biến GIOITINH, TDHV, JNGHENGHIEP, SDVON, QUYMO có ý nghĩa thống kê và có ảnh hưởng đến RRTD của KHCVN tại Sacombank Trà Vinh.

Mô hình được xác định là:

$$Ln(P_i/1-P_i) = -2,575 + 2,123*GIOITINH + 0,906*TDHV + 2,704*NGHENGHIEP - 4,627*SDVON - 1,635*QUYMO$$

Sử dụng kết quả của cột hệ số ước lượng và cột Wald, nghiên cứu này sẽ hình thành kịch bản xác suất thay đổi khi xác suất ban đầu là 10%.

Đặt P₀: Xác suất ban đầu; P₁: Xác suất thay đổi, P₁ được tính theo công thức:

$$P_1 = \frac{P_0 * e^{\beta}}{1 - P_0(1 - e^{\beta})}$$

Biến Giới tính có hệ số β = 2,123, biến này có ý nghĩa thống kê và có mối tương quan thuận với RRTD ở mức ý nghĩa 10%. Giả sử xác suất RRTD ban đầu của KHCVN là 10%. Khi các yếu tố khác không đổi, giới tính của khách hàng là nam thì RRTD của khách hàng là 17,4%. Kết quả ước lượng cho thấy, RRTD xảy ra với khách hàng nam được mã hóa là 1 sẽ nhiều hơn so với khách hàng nữ được mã hóa là 0.

Biến Trình độ học vấn có hệ số β = 0,906, biến này có mối tương quan thuận với RRTD ở mức ý nghĩa 10%. Giả sử xác suất RRTD ban đầu của KHCVN là 10%. Khi các yếu tố khác không đổi, nếu

trình độ học vấn của khách hàng tăng thêm một đơn vị thì RRTD của khách hàng là 13,2%. Qua đó cho thấy khi trình độ học vấn của khách hàng cao RRTD càng tăng. Bởi vì, ngoài các chi phí sinh hoạt, chi phí học tập bổ sung kiến thức và bằng cấp cũng chiếm một khoản phải tính đến. Trình độ học vấn càng cao, chi phí càng lớn, dẫn đến nguồn thu nhập của khách hàng sẽ giảm, ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của khách hàng khi đến hạn.

Biến Nghề nghiệp có ý nghĩa thống kê và mối tương quan thuận với RRTD ở mức ý nghĩa 10% và có hệ số $\beta = 2,704$. Giả sử xác suất xảy ra RRTD ban đầu của KHCN là 10%. Khi các yếu tố khác không đổi, nếu nghề nghiệp của khách hàng là phi nông nghiệp thì RRTD của khách hàng này là 18,3%. Qua kết quả cho thấy, khi khách hàng có nghề nghiệp là phi nông nghiệp RRTD sẽ thấp hơn so với khách hàng nông nghiệp lao động chân tay.

Biến Sử dụng vốn có hệ số $\beta = -4,627$ và có mối tương quan nghịch với RRTD ở mức ý nghĩa 5%. Giả sử xác suất RRTD ban đầu của KHCN là 10%. Khi các yếu tố khác không đổi, nếu sử dụng vốn của khách hàng tăng thêm một đơn vị RRTD của khách hàng là 32,5%. Kết quả ước lượng cho thấy rằng, nếu người đi vay sử dụng vốn sai mục đích sẽ ảnh hưởng đến khả năng trả nợ không đúng hạn. Nếu khách hàng sử dụng vốn đúng mục đích, khả năng tạo ra thu nhập càng cao, dẫn đến RRTD sẽ càng thấp và ngược lại.

Biến Quy mô sản xuất - kinh doanh có hệ số $\beta = -1,635$, tương quan nghịch với RRTD ở mức ý nghĩa 5%. Giả sử xác suất RRTD ban đầu của KHCN là 10%. Khi các yếu tố khác không đổi, khách hàng có quy mô kinh doanh nhỏ thì RRTD đối với khách hàng này là 20,4%. Quy mô kinh doanh của khách hàng lớn khi có biến cố xảy ra sẽ có khoản dự phòng lớn đảm bảo đủ tài chính để thanh toán khoản vay dẫn đến nguy cơ RRTD sẽ thấp và ngược lại.

Các biến còn lại như: tuổi, dân tộc, tình trạng gia đình, lịch sử vay vốn và thời gian kinh doanh trong nghiên cứu này không có ý nghĩa thống kê, hay nói cụ thể hơn là các biến này chưa đủ các minh chứng để kết luận rằng có ảnh hưởng đến RRTD của KHCN tại Sacombank Trà Vinh.

5. Một số giải pháp hạn chế RRTD tại Sacombank Trà Vinh

Thứ nhất, giải pháp hạn chế RRTD do nguyên nhân về trình độ học vấn của khách hàng: Khi

quyết định cấp tín dụng cho khách hàng, ngân hàng cần xem xét đến trình độ học vấn của khách hàng. Trong thực tế, còn nhiều khách hàng cung cấp thông tin sai sự thật, trong khi công tác thẩm định này chủ yếu dựa trên lời nói của khách hàng. Vì thế, cán bộ tín dụng cần thu thập thông tin trong hồ sơ vay vốn, yêu cầu khách hàng cung cấp thông tin kèm theo bản photo các văn bằng để cán bộ tín dụng thẩm định.

Thứ hai, giải pháp hạn chế RRTD do nguyên nhân về nghề nghiệp của khách hàng: Cán bộ tín dụng cần điều tra thông tin khách hàng cung cấp về nghề nghiệp có đúng với thực tế không, từ đó lập ra danh sách theo dõi mục đích của từng khoản vay để đề ra biện pháp thu hồi vốn khi cần thiết. Mục đích vay vốn có đáp ứng nhu cầu cho ngành nghề kinh doanh không, giấy phép kinh doanh đã hợp lệ chưa, được phép kinh doanh những ngành nghề gì, mã số thuế có còn hoạt động không.

Dựa vào thông tin nghề nghiệp của khách hàng, cán bộ tín dụng cần thu thập thêm các nguồn thu nhập chính của khách hàng (có minh chứng nếu cần), tính toán, xác định mức thu nhập của khách hàng vay để dự kiến nguồn thu trên cơ sở tính toán số nợ phải thu trong kỳ và xác định kỳ trả nợ cho phù hợp.

Thứ ba, giải pháp hạn chế RRTD do nguyên nhân về khả năng tài chính, quy mô sản xuất - kinh doanh của khách hàng: Thẩm định chính xác lĩnh vực, ngành nghề sản xuất - kinh doanh của khách hàng vay vốn bên cạnh đó, ngân hàng cần chú ý đến quy mô sản xuất của khách hàng, vì đó cũng là yếu tố dẫn đến RRTD cao.

Trong quá trình thẩm định, ngân hàng cần thẩm định về khả năng tài chính của khách hàng dựa trên báo cáo tài chính của khách hàng nhằm đánh giá đúng thực trạng tài chính của khách hàng trước khi có quyết định đầu tư, chỉ xét duyệt cho vay đối với các dự án khả thi và khách hàng có đủ nguồn vốn tự có tham gia như cam kết để hạn chế rủi ro trong hoạt động tín dụng.

Ngân hàng cần căn cứ vào mức độ rủi ro của từng khoản vay, lĩnh vực kinh doanh để quy định tỷ lệ vốn tự có tham gia của khách hàng cho phù hợp nhằm hạn chế rủi ro phát sinh.

Thứ tư, giải pháp hạn chế RRTD do nguyên nhân sử dụng vốn của khách hàng: Cán bộ tín dụng cần quản lý chặt chẽ mục đích sử dụng vốn vay trước và trong quá trình duyệt vay của khách hàng

nhằm phát hiện sớm những dấu hiệu rủi ro, gian lận trong việc sử dụng vốn nhằm đảm bảo phù hợp với hồ sơ thực tế.

Ngân hàng cần tăng cường công tác kiểm tra thường xuyên hay đột xuất trong suốt thời gian khách hàng vay vốn, kiểm tra hiệu quả sử dụng vốn vay, nhằm kịp thời tư vấn và có hạn chế giải

pháp đối với khách hàng sử dụng vốn vay không hiệu quả.

Đối với khách hàng sử dụng vốn vay sai mục đích dẫn đến kinh doanh thua lỗ, mất khả năng thanh toán, giảm lương, buộc thôi việc, sa thải,... Ngân hàng cần thực hiện thu nợ ngay, tránh rủi ro nợ xấu ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Nguyễn Thị Kim Nhung, Phạm Thị Thu Hiền, Nguyễn Thị Thúy Quỳnh (2017). Một số vấn đề về rủi ro tín dụng của ngân hàng thương mại. Tạp chí Tài chính, truy cập tại <https://tapchitaichinh.vn/kinh-te-vi-mo/mot-so-van-de-ve-rui-ro-tin-dung-cua-ngan-hang-thuong-mai-133627.html>.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lư Nhật Bình (2016). *Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng nông hộ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh Vĩnh Long*. Luận văn thạc sĩ chuyên ngành Tài chính ngân hàng, Trường Đại học Tài chính - Marketing.
2. Hồ Thị Thu Hương (2020). *Các yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh huyện Thanh Bình, tỉnh Đồng Tháp*. Luận văn thạc sĩ chuyên ngành Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
3. Phan Đình Khôi, Nguyễn Việt Thành (2017). Các yếu tố vi mô ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng: Trường hợp các ngân hàng TMCP sở hữu nhà nước ở Hậu Giang. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 48(D), 104-111.
4. Nguyễn Duy Khoa (2017). *Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng tại Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh*, Luận văn thạc sĩ ngành Tài chính ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
5. Trương Đông Lộc (2010). *Nghiên cứu phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng của các ngân hàng thương mại nhà nước ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long*. Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
6. Trương Đông Lộc và Nguyễn Thị Tuyết (2011). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng của Vietcombank Cần Thơ. *Tạp chí Ngân hàng*, 3, 38-41.
7. Nguyễn Khánh Linh (2020). *Giải pháp hạn chế rủi ro tín dụng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Phú Mỹ*. Luận văn thạc sĩ ngành Quản trị kinh Doanh, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.
8. Phan Thị Hằng Nga - Nguyễn Thị Ngọc Quỳnh (2020). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Tân Bình. Truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phan-tich-cac-yeu-to-anh-huong-den-ka-nang-tra-no-cua-khach-hang-ca-nhan-tai-ngan-hang-thuong-mai-co-phan-sai-gon-thuong-tin-chi-nhanh-tan-binh-72927.htm>.
9. Nguyễn Thị Thắm (2019). *Một số biện pháp hạn chế rủi ro tín dụng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh huyện Tiên Lãng, Đông Hải Phòng*. Luận văn thạc sĩ ngành Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học dân lập Hải Phòng.
10. Đào Minh Tuấn (2020). Tác động của rủi ro tín dụng đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam. Truy cập tại <https://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/tac-dong-cua-rui-ro-tin-dung-doi-voi-cac-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam-330796.html>
11. Bùi Hữu Phước, Ngô Thành Danh, Ngô Văn Toàn (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng tại Ngân hàng Ngoại thương - Chi nhánh Kiên Giang, *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Ngoại thương*, 98, 132-138.

12. Fikremariam Zergaw (2019). Factors effecting credit risk management practices, the case of selected private commercial banks in Ethiopia. *International Journal of Advanced Research*, 7(1), 811-849.
13. Abedalfattah Al-abedallat (2016). Factors Affecting Credit Risk: An Empirical Study of the Jordanian Commercial Banks. *European Journal of Scientific Research*, 12(34), 307-321.
14. Alexander Ayertey Odonkor (2018). An Assessment of Credit Risk Management Practices of Adansi Rural Bank Limited. *International Journal of Economics and Finance*, 10(11), 110-136.
15. Samuel B. Green (1991). How Many Subjects Does It Take to Do a Regression Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499-510.

Ngày nhận bài: 2/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/8/2021

Thông tin tác giả:

1. LÊ TRUNG HIẾU

Giảng viên, Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học Trà Vinh

2. NGÔ THỊ PHƯƠNG DUNG

Sinh viên ngành Tài chính ngân hàng, Trường Đại học Trà Vinh

FACTORS AFFECTING THE CREDIT RISK OF INDIVIDUAL CUSTOMERS OF SAIGON THUONG TIN COMMERCIAL JOINT STOCK BANK - TRA VINH PROVINCE BRANCH

● LE TRUNG HIEU¹

● NGO THI PHUONG DUNG²

¹Lecturer, Faculty of Economics - Law, Tra Vinh University

²Student, Banking - Finance major, Tra Vinh University

ABSTRACT:

In this study, the regression analysis method was used to determine the factors affecting the credit risk of individual customers of Saigon Thuong Tin Commercial Joint Stock Bank - Tra Vinh Province Branch (Sacombank Tra Vinh). The results show that the factors affecting the credit risk of Sacombank Tra Vinhs individual customers are the gender, education level, occupation, use of capital and business scale. This study also proposes some solutions to enhance the risk management and the credit quality control of Sacombank Tra Vinh.

Keywords: credit risk, individual customers, Saigon Thuong Tin Commercial Joint Stock Bank, Sacombank Tra Vinh.

CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN RỦI RO TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

● PHẠM QUỐC HUÂN

TÓM TẮT:

Để hạn chế được những rủi ro trong hoạt động tín dụng, cần phải xây dựng và ban hành một chiến lược quản trị rủi ro tín dụng hợp lý. Do vậy, cần phải tìm hiểu được mức độ, cũng như ảnh hưởng của các nhân tố tác động đến quản lý rủi ro tín dụng. Bài viết này xác định các nhân tố tác động đến rủi ro tín dụng của các ngân hàng thương mại (NHTM) trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Kết quả nghiên cứu sẽ góp phần giúp cơ quan quản lý nhà nước xây dựng các chính sách và chiến lược quản lý phù hợp, hiệu quả hơn.

Từ khóa: rủi ro tín dụng, NHTM, quản trị rủi ro tín dụng, Thành phố Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Hệ thống ngân hàng đóng vai trò huyết mạch trong nền kinh tế. Một trong những nhiệm vụ quan trọng của NHTM là góp phần điều tiết nguồn vốn trong nền kinh tế lưu thông một cách phù hợp bằng hoạt động huy động vốn và cho vay. Chính vì vậy, NHTM có hoạt động hiệu quả sẽ phát huy được vai trò quan trọng góp phần phát triển nền kinh tế. Và trong một nền kinh tế thị trường, rủi ro kinh doanh là điều khó tránh khỏi, đặc biệt ở lĩnh vực rủi ro tín dụng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, bởi nó có khả năng gây ra phản ứng dây chuyền và ngày càng có biểu hiện phức tạp. Sự sụp đổ của ngân hàng tác động

ảnh hưởng tiêu cực đến toàn bộ đời sống - kinh tế - chính trị - xã hội và có thể lan rộng ra khỏi phạm vi một quốc gia, thậm chí là cả khu vực và toàn cầu. Các tổ chức tài chính ngân hàng sẽ luôn phải đối phó với sự cạnh tranh, cũng như nhiều loại hình rủi ro khác nhau.

2. Mục tiêu và phương pháp nghiên cứu

Trong bài viết này, tác giả tập trung xác định các nhân tố tác động đến rủi ro tín dụng của NHTM. Qua đó, khẳng định tầm quan trọng của việc quản lý rủi ro tín dụng tại các NHTM. Với kết quả đạt được, sẽ gợi mở những đề xuất giúp các nhà quản lý ban hành các chính sách, đưa ra quyết định chính xác.

Việc giới hạn các mẫu nghiên cứu trên địa bàn Thành phố Hà Nội vừa nhằm mục đích tập trung thông tin và cũng có thể đại diện cho toàn hệ thống các NHTM của Việt Nam.

Để thực hiện các mục tiêu trên, nghiên cứu này đề xuất các câu hỏi như sau:

- Có những nhân tố nào ảnh hưởng đến quản lý rủi ro tín dụng của NHTM khu vực Hà Nội?
- Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó tác động ra sao?

Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên để điều tra về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tác động đến rủi ro tín dụng. Bên cạnh đó, tiến hành phỏng vấn một số cán bộ phòng chuyên môn để thu thập ý kiến của người có kinh nghiệm trong công tác quản lý, nhằm đưa ra kết luận một cách xác đáng.

Bộ số liệu được phân tích bằng phần mềm SPSS bản 18 cho kết quả phù hợp.

Dựa vào những nghiên cứu mô hình nghiên cứu đề xuất với những yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng tại các NHTM trên địa bàn thành phố Hà Nội như mô tả tại Hình 1.

3. Kết quả nghiên cứu

Theo Hair & ctg (2009,116), Multivariate Data Analysis, Prentice-Hall International, Inc, Factor loading (hay còn gọi là trọng số nhân hay hệ số tải nhân tố) là chỉ tiêu để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA:

Nếu $0.3 \leq \text{Factor loading} \leq 0.4$ được xem là đạt được mức tối thiểu.

Nếu $\text{Factor loading} \geq 0.5$ được xem là có ý nghĩa thực tiễn

Nhìn vào bảng Rotated Component Matrix (Bảng 1), có 5 cột nghĩa là có 5 nhân tố được rút ra từ 22 biến quan sát và có 1 biến Factor loading < 0.5, đó là “Yếu tố thị trường: dịch bệnh, thiên tai, khủng hoảng kinh tế” có Factor loading = 0.498, vì thế ta loại bỏ biến này ra khỏi danh sách biến trên “Factor Analysis”.

Qua Bảng 1 ta thấy 5 nhân tố trên (F1-F5) đều tương quan với F6, qua đó ta có mô hình hồi quy như Bảng 2.

Nhìn vào Bảng Coefficient, ta thấy:

- VIF (Variance inflation Factor, độ phóng đại phương sai) < 10, vì vậy, không có hiện tượng đa cộng tuyến.

- Các biến F1, F2 và F5 đều có ý nghĩa thống kê vì cột Sig. < 0.05.

- Các biến F3 và F4 đều không có ý nghĩa thống kê vì cột Sig. > 0.05.

- Thứ tự ảnh hưởng của các biến là F1, F2 rồi F5 vì hệ số beta được chuẩn hóa của $F1 = 0.382 > F2 = 0.368 > F5 = 0.254$.

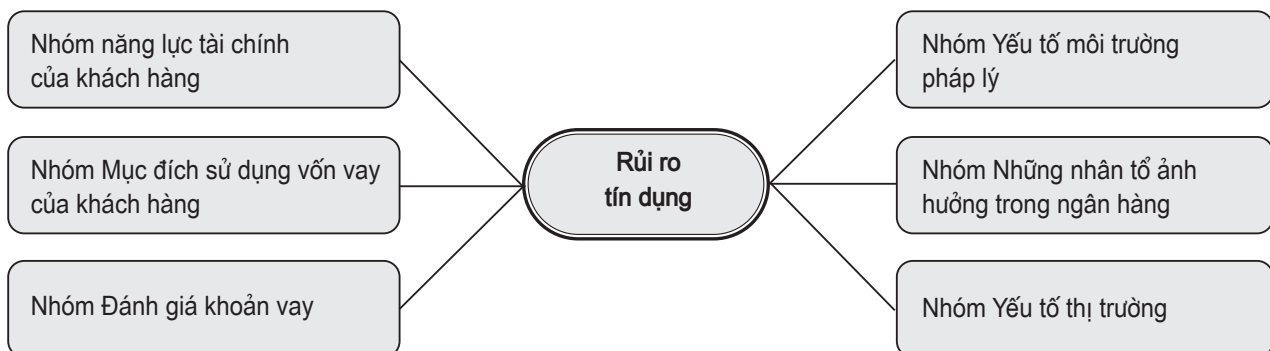
Nhìn vào Bảng Model summary, ta thấy: R^2 đã hiệu chỉnh là 0.555 (55.5%) => 55.5%, thay đổi của biến phụ thuộc OSS được giải thích bởi 3 biến độc lập (F1, F2, F5).

Nhìn vào bảng ANOVA, ta thấy rằng, giá trị cột Sig. = 0.000, do đó, hệ số hồi quy của các biến độc lập khác 0.

Vậy mô hình hồi quy bội là: $OSS = 0.637 + 348 \cdot F1 + 0.267 \cdot F2 + 0.212 \cdot F5$

Từ phương trình này, ta cũng thấy rằng, hệ số riêng của F1, F2, F5 đều > 0, nên các biến này đồng biến với biến phụ thuộc OSS.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Bảng 1. Rotated Component Matrix

		Correlations					
		F1	F2	F3	F4	F5	F6
F1	Pearson Correlation	1	.689**	.710**	.604**	.698**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
F2	Pearson Correlation	.689**	1	.636**	.539**	.552**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
F3	Pearson Correlation	.710**	.636**	1	.618**	.549**	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
F4	Pearson Correlation	.604**	.539**	.618**	1	.513**	.469**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
F5	Pearson Correlation	.698**	.552**	.549**	.513**	1	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62	62	62
F6	Pearson Correlation	.692**	.663**	.466**	.469**	.632**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Nguồn: Tác giả

4. Kết luận

Dựa vào kết quả nghiên cứu, ta thấy các biến độc lập đồng biến với biến phụ thuộc, có nghĩa là các yếu tố được đánh giá có tầm ảnh hưởng lớn thì rủi ro tín dụng xảy ra cao; ngược lại, nếu các biến độc lập được đánh giá có tầm ảnh hưởng nhỏ hơn thì rủi ro tín dụng xảy ra sẽ nhỏ hơn.

Tài chính của khách hàng hay của doanh nghiệp càng minh bạch thì mức độ rủi ro tín dụng càng thấp. Ngược lại, nếu tài chính của khách hàng không minh bạch hay không có chứng từ chứng minh thì sẽ ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng của ngân hàng càng cao.

Tài sản đảm bảo của khách hàng cũng là một

yếu tố vô cùng quan trọng. Nếu tài sản đảm bảo của khách hàng có đầy đủ giấy tờ pháp lý, cũng như được định giá chính xác, đủ để đảm bảo cho khoản vay của khách hàng, thì sẽ giảm thiểu được rủi ro tín dụng. Tuy nhiên, nếu tài sản đảm bảo của khách hàng không cung cấp được đầy đủ giấy tờ pháp lý, cũng như bị làm giả cả 2 được xác minh không trung thực, sẽ ảnh hưởng đến việc thu hồi công nợ của ngân hàng trong trường hợp khách hàng không đủ khả năng trả nợ, cũng như ảnh hưởng về mặt pháp luật.

Lịch sử chi trả tín dụng của khách hàng là cơ sở để cán bộ tín dụng quyết định có thực hiện khoản vay của khách hàng hay không. Công cụ

Bảng 2. Kết quả hồi quy

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.769a	.592	.555	.35686	2.413
a. Predictors: (Constant), F5, F4, F2, F3, F1					
b. Dependent Variable: F6					

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	10.340	5	2.068	16.240	.000b
	Residual	7.131	56	.127		
	Total	17.472	61			
a. Dependent Variable: F6						
b. Predictors: (Constant), F5, F4, F2, F3, F1						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.637	.162		3.928	.000		
	F1	.348	.139	.382	2.502	.015	.312	3.204
	F2	.267	.090	.368	2.956	.005	.469	2.130
	F3	-.162	.109	-.198	-1.496	.140	.416	2.407
	F4	.021	.077	.032	.278	.782	.546	1.831
	F5	.212	.101	.254	2.086	.042	.493	2.028
a. Dependent Variable: F6								

Nguồn: Tác giả

thông dụng nhất để tra cứu lịch sử chi trả tín dụng của khách hàng là trang CIC. Dựa vào việc này, cán bộ tín dụng có thể lọc ngay được khách hàng xấu và khách hàng tốt, ngoài ra, còn có thể tính toán được DTI, cũng như nghĩa vụ trả nợ của mỗi khách hàng. Lịch sử chi trả tín dụng của khách hàng được xếp hạng tốt, chứng tỏ khách hàng là

một người có lịch sử tín dụng minh bạch, không có lịch sử chậm trả nợ, cũng như không có nợ xấu. Đối với những khách hàng được đánh giá điểm tín dụng dưới trung bình, cán bộ tín dụng cần xem xét và tìm phương hướng giải quyết phù hợp.

Mục đích sử dụng vốn của khách hàng càng đúng thì quy trình kiểm soát sau vay càng nhanh

chóng, dễ dàng. Nếu khách hàng sử dụng vốn vay sai mục đích sẽ ảnh hưởng đến lịch trả nợ, phương án sử dụng vốn và nguồn trả nợ của khách hàng sẽ sai lệch so với đề nghị vay vốn ban đầu. Điều này gây ảnh hưởng đến cả khách hàng của ngân hàng và cả cán bộ bán hàng. Nếu quy trình kiểm soát sau vay của ngân hàng không chặt chẽ sẽ rất dễ dẫn đến tình trạng khách hàng sử dụng vốn sai mục đích.

Ngoài ra, cán bộ bán hàng cũng cần phải xác minh mục đích sử dụng vốn của khách hàng xem mục đích đó có minh bạch, có rõ ràng hay không?; phải đảm bảo mục đích sử dụng vốn của khách hàng nằm trong quy định của ngân hàng và không trái với quy định của pháp luật Nhà nước Việt Nam. Mục đích sử dụng vốn của khách hàng phải được xác minh bằng chứng từ cụ thể, như: hợp đồng mua bán, hợp đồng mua nhà, hợp đồng vay tiền, hợp đồng đặt cọc,...

Để đảm bảo tính minh bạch của mục đích sử dụng vốn vay, cán bộ bán hàng cũng cần phải tính toán xem mục đích sử dụng vốn của khách hàng có đáp ứng khả năng trả nợ được hay không? Liệu với mục đích sử dụng vốn như vậy, khách hàng có tạo ra được lợi nhuận hay không, do lợi nhuận đó ảnh hưởng đến nguồn trả nợ của khách hàng.

Mỗi NHTM đều có rất nhiều chương trình và sản phẩm cho vay khác nhau. Loại hình của khoản vay cũng ảnh hưởng đến rủi ro tín dụng của ngân hàng. So với vay tín chấp, thì vay thế chấp có mức độ rủi ro cao hơn, do thủ tục nhiều, nếu quá trình thẩm định không chặt chẽ sẽ ảnh hưởng rất lớn đến quy trình giải ngân và sau giải ngân. Hiện nay, các ngân hàng đều có chính sách mua bảo hiểm khoản vay đối với khoản vay tín chấp.

Đối với các tài sản thuộc tỉnh, quận, huyện, thành phố hoặc cấp xã, phường, tỷ lệ cho vay trên tài sản đảm bảo sẽ khác nhau. Cán bộ bán hàng cần tìm hiểu rõ và chính xác đối với tỷ lệ cho vay trên tài sản đảm bảo của khách hàng.

Việc có nhiều khe hở trong thi hành luật pháp Nhà nước và sự kiểm tra giám sát chặt chẽ của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam là yếu tố quan trọng và ảnh hưởng lớn tới rủi ro tín dụng của các NHTM Việt Nam. Chính sách lỏng lẻo, giám sát

thiếu chặt chẽ dẫn đến có nhiều hành vi gian lận và thiếu trung thực trong quá trình kiểm tra tín dụng. Điều này gây ảnh hưởng nghiêm trọng tới rủi ro tín dụng của ngân hàng.

Một nhân tố khác cũng có mức độ ảnh hưởng nghiêm trọng đến rủi ro tín dụng tại NHTM Việt Nam, đó là trình độ học vấn và kinh nghiệm của cán bộ tín dụng tại các ngân hàng. Cán bộ tín dụng càng có kinh nghiệm thì quy trình tín dụng càng chặt chẽ, nhanh chóng, nguy cơ rủi ro tín dụng sẽ thấp hơn so với những cán bộ tín dụng thiếu chuyên nghiệp, thiếu kinh nghiệm, nhất là trong khâu kiểm tra thông tin pháp lý và tài sản của khách hàng, giải quyết và đối phó với rủi ro tín dụng.

Một yếu tố được đánh giá quan trọng nhất đó là đạo đức nghề nghiệp của mỗi cán bộ, nhân viên ngân hàng. Cán bộ bán hàng càng có đạo đức tốt, rủi ro tín dụng càng giảm thiểu. Ngược lại, cán bộ tín dụng yếu kém về mặt đạo đức sẽ gây ảnh hưởng nặng nề đến rủi ro tín dụng mỗi ngân hàng, như: làm giả chữ ký, làm giả giấy tờ, bỏ qua thông tin về mặt pháp lý của khách hàng, cấu kết với thành phần bên ngoài ngân hàng để chuộc lợi,...

Hoạch định chiến lược của mỗi ngân hàng cũng ảnh hưởng không nhỏ với quá trình bán hàng và rủi ro tín dụng tại mỗi ngân hàng đó. Chiến lược rõ ràng, đúng đắn, mới mang lại hiệu quả cao trong việc bán hàng, đồng thời cũng giảm thiểu được rủi ro tín dụng.

Ngoài ra, các cấp quản lý cần có đường lối chỉ đạo đúng đắn, nghiêm minh, tạo điều kiện để cán bộ bán có thể hoàn thành được chỉ tiêu đề ra, tuy nhiên, không được buông lỏng việc kiểm tra giám sát chặt chẽ quy trình bán hàng của từng cán bộ bán.

Quy trình kiểm tra, kiểm soát sau vay của ngân hàng là yếu tố tiên quyết để giảm thiểu rủi ro tín dụng. Cần phải có biên bản kiểm tra định kỳ và biên bản kiểm tra mục đích sử dụng vốn vay sau giải ngân để đảm bảo khách hàng sử dụng vốn vay đúng mục đích, kịp thời ngăn chặn rủi ro tín dụng xảy ra.

Lãi suất thả nổi trên thị trường giữa các ngân hàng cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến quyết định

vay vốn của khách hàng, cũng như rủi ro tín dụng của mỗi ngân hàng. Khách hàng thường cân nhắc lãi suất giữa các ngân hàng trước khi quyết định vay vốn. Tuy nhiên, mỗi ngân hàng cần đưa ra mức lãi suất phù hợp với chính sách tín dụng của ngân hàng đó để đảm bảo cân bằng ngân sách cho ngân hàng và đem lại hiệu quả cao.

Các ngân hàng thường cạnh tranh nhau về lãi suất và chính sách tín dụng. Điều đó ảnh hưởng không ít đến rủi ro tín dụng của mỗi ngân hàng. Mỗi ngân hàng cần có chính sách tín dụng và ưu đãi riêng để đảm bảo thu hút được khách hàng.

Ngoài ra, mỗi ngân hàng cần phải có hệ thống công nghệ thông tin hiện đại, cung cấp đầy đủ trang thiết bị phục vụ cho các hoạt động trong ngân hàng. Cần phải xây dựng một hệ thống công nghệ thông tin an toàn và bảo mật an toàn tuyệt đối, đảm bảo quyền lợi cho khách hàng và cả ngân hàng. Một hệ thống công nghệ thiếu hiện đại cũng ảnh hưởng đáng kể đến quá trình bán hàng của ngân hàng.

Cần mở rộng và đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế để tăng quy mô cho các NHTM Việt Nam.

Một yếu tố không thể thiếu đó là mức độ ảnh hưởng của môi trường kinh tế cũng như dịch bệnh thiên tai xảy ra đối với vùng kinh tế. Trong thời gian vừa qua, dịch bệnh kéo dài đã ảnh hưởng nặng nề đến nền kinh tế cả trong nước và ngoài nước. Thành phố Hà Nội lại là khu vực đông dân cư, bao gồm dân cư từ các tỉnh, thành phố khác đến làm ăn và sinh sống, khiến việc kiểm soát trở nên khó khăn. Tuy nhiên, do mật độ dân cư cao, công việc phong phú, nên đã tạo điều kiện phát triển hoạt động tín dụng của các NHTM trên địa bàn Hà Nội.

Tóm lại, tất cả các yếu tố trên đều ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng của ngân hàng Việt Nam khu vực Hà Nội. Tuy nhiên, mức độ ảnh hưởng của chúng có khác nhau. Do đó, mỗi NHTM tại khu vực Hà Nội cần xem xét và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố để đưa ra chính sách và giải pháp phù hợp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Sensarma, R., and Jayadev, M. (2009). Are bank stocks sensitive to Risk Management? *The Journal of Risk Finance*, 10(1), 7-22.
2. Halm, J. H. (2004). Interest rate and exchange rate exposures of banking institutions in pre-crisis Korea. *Applied Economics*, 36(13), 1409-1419.
3. Hameeda (2012). Risk management practices of conventional and Islamic banks in Bahrain. *The journal of Risk Finance, London*, 13(3), 215-239.
4. Al-Tamimi, H. A. (2008). Implementing Basel II: An investigation of the UAE banks Basel II preparations. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 16(2), 137-187.
5. Hassan, A. (2009). Risk management practices of Islamic banks of Brunei Darrussalam. *The Journal of Risk Finance*, 10(1), 23-37
6. Ghosh, A. (2012). *Managing Risks in Commercial and Retail Banking*. Singapore: Jonh Wiley & Sons Singapore Pre.Ltd.
7. Lê Khương Ninh & Lâm Thị Ngọc Bích. (2014). Rủi ro tín dụng trong cho vay doanh nghiệp nhỏ và vừa tại các chi nhánh Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam ở đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Công nghệ Ngân hàng*, (73), 3-12.
8. Ngô Tiến Quý. (2020). *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng vỡ nợ của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Hợp tác xã Việt Nam*. Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

9. Đường Thị Thanh Hải. (2014). Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả tín dụng cá nhân ở Việt Nam. Truy cập tại <https://tapchitaichinh.vn/kinh-te-vi-mo/cac-nhan-to-anh-huong-den-hieu-qua-tin-dung-ca-nhan-o-viet-nam-84217.html>
10. Lê Tấn Phước. (2007). *Bảo đảm an toàn trong hoạt động tín dụng của các NHTM cổ phần trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh*. Luận án tiến sĩ kinh tế Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
11. Trần Thị Kỳ. (2008). *Hoàn thiện phương pháp xếp hạng tín nhiệm các doanh nghiệp vay vốn tại NHTM Việt Nam*. Luận án tiến sĩ kinh tế Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 7/5/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/6/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/6/2021

Thông tin tác giả:

PHẠM QUỐC HUÂN

Trường Đại học Điện lực

FACTORS AFFECTING THE CREDIT RISK MANAGEMENT OF COMMERCIAL BANKS IN HANOI CITY

● **PHAM QUOC HUAN**

Electric Power University

ABSTRACT:

In order to limit the credit risks, it is necessary for commercial banks to develop and adopt credit risk management strategies. In addition, commercial banks need to determine and understand the factors affecting their credit risk management. This paper is to identify the factors affecting the credit risk management of commercial banks in Hanoi City. This paper's results are expected to help the state management agencies develop appropriate policies and management strategies.

Keywords: credit risk, commercial banking, credit risk management, Hanoi city.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG THẺ TÍN DỤNG TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI VIETCOMBANK - CHI NHÁNH ĐÔNG ĐỒNG NAI

● BÙI VĂN THỤY - NGUYỄN QUỐC TRỌNG - PHAN THỊ DIỄM NHẬT

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện nhằm góp phần làm rõ việc lựa chọn phương thức thanh toán trong giao dịch thương mại điện tử bằng thẻ tín dụng. Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong giao dịch thương mại điện tử của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Đông Đồng Nai (VCB Đông Đồng Nai). Số liệu thu thập được thông qua khảo sát 335 khách hàng cá nhân đã và đang sử dụng thẻ tín dụng. Kết quả hồi quy Binary logistic cho thấy các yếu tố: Chính sách ngân hàng (CS), Thái độ tiêu dùng (TD), Hữu ích (HI), Tiềm lợi (TL), Chi phí sử dụng (CP), Xu hướng tiêu dùng không dùng tiền mặt (XH) có ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong giao dịch thương mại điện tử của khách hàng cá nhân tại VCB Đông Đồng Nai.

Từ khóa: giao dịch thương mại điện tử, thẻ tín dụng, khách hàng cá nhân, VCB Đông Đồng Nai.

1. Đặt vấn đề

Thanh toán bằng thẻ tín dụng hiện đang là phương thức thanh toán phổ biến nhất của các giao dịch thương mại điện tử; phương thức thanh toán này hiện đang chiếm tới 90% tổng các món giao dịch cũng như doanh số bán hàng. Ưu điểm lớn nhất của việc thanh toán bằng thẻ tín dụng đối với khách hàng là được tiếp cận với thông tin

về sản phẩm, dịch vụ và ngân hàng một cách nhanh nhất. Việc chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử giúp cho ngân hàng cung cấp dịch vụ nhanh chóng, xây dựng được niềm tin trong tâm trí của khách hàng tiềm năng; nâng cao được doanh thu nhờ việc tạo điều kiện tiếp cận thuận lợi cho khách.

Xuất phát từ thực tiễn cũng như mong muốn

cung cấp cơ sở khoa học, nhóm tác giả tiến hành thực hiện nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong giao dịch thương mại điện tử của khách hàng cá nhân tại VCB Đông Đồng Nai.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Đã có rất nhiều lý thuyết liên quan về hành vi, quyết định sử dụng dịch vụ như: Lý thuyết hành động hợp lý (TRA), Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM), Lý thuyết hành vi có hoạch định (TPB), Mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT).

Ngoài các lý thuyết nền, đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan như: Suhana Mohamed và cộng sự (2016), Kalisa Alfred và cộng sự (2016), Arpita Khare (2011), Md. Nur Alam Siddik; Sajal Kabiraj (2018), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), Nguyễn Thị Thu Thanh (2019), Phạm Thị Phương Thảo (2019) và còn nhiều nghiên cứu khác.

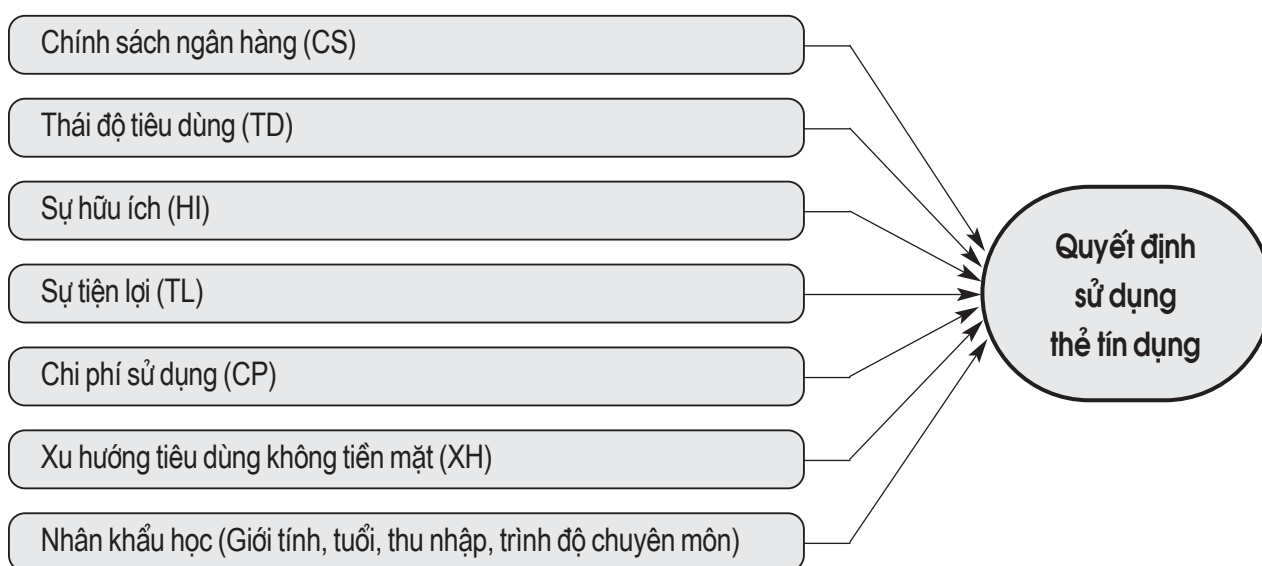
2.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa vào lý thuyết nền và các kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong giao dịch thương mại điện tử của khách hàng cá nhân (QD) bao

gồm: *Chính sách ngân hàng*: Suhana Mohamed và cộng sự (2016), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018); *Thái độ tiêu dùng*: Davis và cộng sự (1989), Ajzen (1991), Taylor và Todd (1995), Ali, Muhammad and Raza, Syed Ali(2015), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), Phạm Thị Phương Thảo (2019); *Sự hữu ích*: Vuong Duc Hoang Quan, Trinh Hoang Nam (2017), Nguyễn Thị Thu Thanh (2019); *Sự tiện lợi*: Arpita Khare (2011), Khare, A., Khare, A. and Singh, S. (2012), Ngô Thị Tuyết Mai (2016), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), Nguyễn Thị Thu Thanh (2018), Phạm Thị Phương Thảo (2019); *Chi phí sử dụng*: Shi Yu (2009), Ali, Muhammad and Raza, Syed Ali (2015), Kalisa Alfred và cộng sự (2016), Ngô Thị Tuyết Mai (2016), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), Nguyễn Thị Thu Thanh (2019), Phạm Thị Phương Thảo (2019); *Xu hướng tiêu dùng không tiền mặt*: Lê Thế Giới và Lê Văn Huy (2006), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018); *Nhân khẩu học*: Arpita Khare (2011), Khare, A., Khare, A. and Singh, S. (2012), Khare và cộng sự (2012), Kalisa Alfred và cộng sự (2016), Vuong Duc Hoang Quan, Trinh Hoang Nam (2017), Md. Nur Alam Siddik; Sajal Kabiraj (2018).

Mô hình nghiên cứu đề xuất được thể hiện như Hình 1.

Hình 1: Mô hình đề xuất ban đầu



Nguồn: Tổng hợp và đề xuất của tác giả

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu thu thập dữ liệu thông qua khảo sát khách hàng đã và đang sử dụng thẻ tín dụng trong giao dịch thương mại điện tử tại VCB Đông Đồng Nai. Dữ liệu thu được tổng hợp, phân tích đánh giá thang đo thông qua kiểm định Cronbach's Alpha, EFA, hồi quy Binary logistic.

Theo Tabachnick và Fidell (1996): kích thước mẫu phù hợp theo công thức: $n \geq 50 + 8p$ (n là cỡ mẫu, p là số lượng biến độc lập). Trong nghiên cứu này, số biến độc lập là 6 biến + 4 biến nhân khẩu học thì cỡ mẫu tối thiểu là 130 mẫu. Để đảm bảo số lượng mẫu tối thiểu, phản ánh đầy đủ tổng thể nghiên cứu tác giả tiến hành khảo sát 350 phiếu và thu về được 335 phiếu hợp lệ.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích nhân tố EFA

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố EFA, kết quả như Bảng 1.

Bảng 1. Kiểm định KMO và Bartlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.841
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6347.707
	df	253
	Sig.	0.000

Nguồn: Phân tích số liệu của tác giả

Hệ số KMO = 0.841 > 0.5 và Sig = 0.000 < 0.05 nên dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là thích hợp. (Bảng 2)

Eigenvalue = 1.208 > 1 đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố được rút trích và có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Tổng phương sai trích = 77.49% > 50% điều này chứng tỏ 77.49% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 6 yếu tố và được đo lường thông qua 23 câu hỏi thang đo.

Bảng 2. Tổng phương sai trích kết quả EFA

Comp...	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.745	33.672	33.672	7.745	33.672	33.672	3.671	15.960	15.960
2	2.808	12.210	45.882	2.808	12.210	45.882	3.342	14.529	30.489
3	2.645	11.500	57.382	2.645	11.500	57.382	3.248	14.123	44.612
4	1.940	8.434	65.816	1.940	8.434	65.816	3.078	13.383	57.995
5	1.477	6.422	72.238	1.477	6.422	72.238	2.376	10.332	68.328
6	1.208	5.252	77.490	1.208	5.252	77.490	2.107	9.163	77.490
7	0.796	3.459	80.949						
8	0.666	2.897	83.846						
9	0.585	2.542	86.388						
.....						
23	0.062	0.269	100.000						

Nguồn: Phân tích số liệu của tác giả

4.2. Kiểm định Cronbach's Alpha

Nghiên cứu sử dụng kiểm định Cronbach's Alpha để kiểm tra sự chặt chẽ và tương quan giữa các biến thang đo, từ đó loại bỏ những biến thang đo không phù hợp và giữ lại các biến thang đo phù hợp. (Bảng 3)

tại VCB Đông Đồng Nai sắp xếp theo thứ tự giảm dần như sau: XH, HI, CS, TD, TL, CP.

Kết quả Bảng 5 cho thấy mô hình xây dựng được hoàn toàn phù hợp, các biến có ý nghĩa trong việc giải thích sự thay đổi của biến phụ thuộc là quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán

Bảng 3. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Tên yếu tố	Biến thang đo	Cronbach's Alpha	Kết luận
Chính sách (CS)	CS1, CS5, CS4, CS3, CS2	0.893	Đạt
Thái độ tiêu dùng (TD)	TD2, TD1, TD4, TD3	0.924	Đạt
Sự hữu ích (HI)	HI3, HI1, HI2	0.794	Đạt
Sự tiện lợi (TL)	TL4, TL2, TL3, TL1	0.884	Đạt
Chi phí sử dụng (CP)	CP3, CP1, CP2	0.856	Đạt
Xu hướng tiêu dùng không tiền mặt (XH)	XH2, XH3, XH4, XH1	0.907	Đạt

Nguồn: Phân tích số liệu của tác giả

Kết quả chạy kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, các biến thang đo của các yếu tố đều có Corrected Item Total Correlation > 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha > 0.7. Điều này chứng tỏ 23 các biến thang đại diện cho 6 yếu tố là hoàn toàn phù hợp.

4.3. Kết quả hồi quy và kiểm định

Nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy Binary Logistic, kết quả cho thấy biến Gioitinh, Dotuoi, Trinhdochuyenmon, Thu nhapbinhquan không tác động đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử của khách hàng cá nhân. Như vậy, 4 biến liên quan tới nhân khẩu học đều bị loại bỏ ra mô hình. Kết quả hồi quy lại thể hiện như Bảng 4.

Kết quả được viết lại theo phương trình sau:

$$\begin{aligned} & \left[\frac{P(QD = 1)}{P(QD = 0)} \right] \\ & = -23.907 + 1.283 * CS + 1.076 * TD \\ & + 1.351 * HI + 1.046 * TL \\ & + 0.829 * CP + 2.026 * XH \end{aligned}$$

Kết quả Bảng 4 cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử của khách hàng cá nhân

thương mại điện tử của khách hàng cá nhân tại VCB Đông Đồng Nai.

Ngoài ra, kết quả dự báo của mô hình cho kết quả với độ chính xác là 92.8%, đây là tỷ lệ dự báo rất cao, chứng tỏ mô hình xây dựng hoàn toàn phù hợp.

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng đến QD, gồm: CS, TD, HI, TL, CP, XH. Đây chính là cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao quyết định sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử, từ đó thu hút và giữ chân khách hàng tại VCB Đông Đồng Nai trong thời gian tới, cụ thể:

(1) Chính sách của ngân hàng phải được đặt ra một cách hợp lí, rõ ràng. Ngân hàng phải có trách nhiệm với tất cả các giao dịch sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử của khách hàng. Đảm bảo bảo mật thông tin của khách hàng một cách tuyệt đối. Ngoài ra, ngân hàng phải đưa ra được những chính sách ưu đãi nhằm thu hút khách hàng.

(2) Thái độ tiêu dùng của khách hàng là một yếu tố quan trọng quyết định đến việc sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử của

Bảng 4. Kết quả hồi quy

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	CS	1.283	0.395	10.535	1	0.001	3.609
	TD	1.076	0.332	10.522	1	0.001	2.934
	HI	1.351	0.358	14.283	1	0.000	3.862
	TL	1.046	0.379	7.619	1	0.006	2.847
	CP	0.829	0.352	5.537	1	0.019	2.292
	XH	2.026	0.372	29.711	1	0.000	7.580
	Constant	-23.907	3.764	40.337	1	0.000	0.000

Nguồn: Phân tích số liệu của tác giả

Bảng 5. Kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square				
				Chi-square	df	Sig.	
1	98.730a	0.550	0.827	Step	267.234	6	0.000
				Block	267.234	6	0.000
				Model	267.234	6	0.000

Nguồn: Phân tích số liệu của tác giả

khách hàng cá nhân. Ngân hàng cần tiếp cận và tư vấn khách hàng hơn nữa, để khách hàng hiểu được quyền lợi và trách nhiệm trong việc sử dụng thẻ tín dụng.

(3) Sự hữu ích của thẻ tín dụng trong giao dịch thương mại điện tử đã được thể hiện rõ trong thời gian qua. Tuy nhiên với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, thẻ tín dụng còn nhiều hữu ích hơn nữa. Do đó, ngân hàng cần có giải pháp cải thiện tính năng của thẻ để nâng cao tính hữu ích hơn nữa.

(4) Sự tiện lợi của việc sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử là rất nhiều, nó mang lại sự an toàn, khách hàng có thể dễ dàng quản lí chi tiêu và nhận nhiều ưu đãi. Ngân hàng cần có liên kết chặt chẽ hơn nữa với các sàn giao dịch thương mại điện tử để đảm bảo an toàn trong giao dịch, đảm bảo quyền lợi của khách hàng được tốt nhất.

(5) Chi phí sử dụng thẻ tín dụng là vấn đề mà khá nhiều khách hàng quan tâm. Ngân hàng cần có những điều chỉnh về chi phí sử dụng thẻ cho từng thời điểm, từng đối tượng khách hàng, để tất cả các khách hàng đều có thể sử dụng dịch vụ dùng thẻ tín dụng trong thanh toán thương mại điện tử mà không cần lo về khoản chi phí, vì lợi ích dịch vụ mang lại sẽ nhiều hơn thế.

(6) Xu hướng sử dụng thẻ tín dụng trong các giao dịch thương mại điện tử đang là xu hướng tất yếu cho sự phát triển trong thời đại công nghệ ở trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Ngân hàng cần nâng cấp, cải tiến các ứng dụng trên nền tảng công nghệ của mình, để có thể đưa các sản phẩm của ngân hàng đến với khách hàng một cách nhanh chóng và thuận tiện nhất, mang về niềm tin và sự hài lòng của khách hàng dành cho ngân hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chu Nguyễn Mộng Ngọc và Hoàng Trọng (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS, tập 1 và tập 2*. NXB Hồng Đức, TP. Hồ Chí Minh.
2. Đặng Lâm Quỳnh Như (2018). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam - Chi nhánh 9*. Luận văn Thạc sĩ, Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh.
3. Ngô Thị Tuyết Mai (2016). *Các yếu tố tác động đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín*. Luận văn Thạc sĩ. Trường ĐH Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
4. Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.
5. Nguyễn Minh Kiều (2007). *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*. NXB Thống kê, Hà Nội.
6. Nguyễn Thị Thu Thanh (2019). *Tác động của các yếu tố đến quyết định chấp nhận sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Khu vực TP. Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
7. Phạm Thị Phương Thảo (2019). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng sản phẩm thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam - Chi nhánh 12 TP. Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
8. Ali, Muhammad and Raza, Syed Ali (2015). Factors affecting to select Islamic Credit Cards in Pakistan: The TRA Model. MPRA Paper No. 64037. Retrieved from: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64037/>.
9. Khare, A., Khare, A. and Singh, S. (2012). Factors affecting credit card use in India. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24 (2), 236-256. <https://doi.org/10.1108/13555851211218048>.
10. Md. Nur Alam Siddik; Sajal Kabiraj (2018). Factors influencing consumer's decision making towards selecting credit cards: An exploratory study. *International Journal of Business Innovation and Research*, 16(3), 372-387. DOI:10.1504/IJBIR.2018.092622.
11. Şadi Taha Süngü. (2018). *Why Do People Use Credit Cards? Factors Affecting Credit Card Usage. Proceedings of 5th SCF International Conference on "Economics and Social Impacts of Globalization and Future European Union"*. Montenegro: University of Montenegro.
12. Vuong Duc Hoang Quan, Trinh Hoang Nam (2017). Developing credit card market from Vietnamese consumers perspective. *Ho Chi Minh City Open University Journal of Science*, 7(1), 61-73.

Ngày nhận bài: 1/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/8/2021

Thông tin tác giả:

1. ThS. BÙI VĂN THỤY¹

2. NGUYỄN QUỐC TRỌNG²

3. PHAN THỊ ĐIỂM NHẬT²

¹**Giảng viên, Trường Đại học Lạc Hồng**

²**Sinh viên, Trường Đại học Lạc Hồng**

**FACTORS AFFECTING THE DECISION
TO USE CREDIT CARDS FOR E-COMMERCE
TRANSACTIONS OF VCB EAST DONG NAI BRANCHES
INDIVIDUAL CUSTOMERS**

● Master. **BUI VAN THUY**¹

● **NGUYEN QUOC TRONG**²

● **PHAN THI DIEM NHAT**²

¹Lecturer, Lac Hong University

²Student, Lac Hong University

ABSTRACT:

This study aimed at determining the factors affecting the decision to use credit cards for e-commerce transactions of individual customers who are using credit cards issued by the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam East Dong Nai Branch (VCB East Dong Nai Branch). The study's data was by surveying 355 VCB East Dong Nai Branch's individual customers who have used credit cards. The study's Binary logistic regression results show that these following factors, including policies of the bank, consumer attitude, usefulness, convenience, cost, and cashless payment trend all have positive impacts on the decision to use credit cards for e-commerce transactions of VCB East Dong Nai Branch's individual customers.

Keywords: e-commerce transactions, credit cards, individual customers, VCB East Dong Nai Branch.

THỰC TRẠNG TRIỂN KHAI ĐỊNH DANH ĐIỆN TỬ (eKYC) TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

● TRẦN PHẠM HỮU CHÂU

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu phân tích thực trạng triển khai định danh điện tử (eKYC) tại các ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh dịch bệnh Covid - 19 có nhiều diễn biến phức tạp, nguy cơ lây nhiễm cao. Từ các khó khăn và hạn chế trong việc triển khai eKYC tại các ngân hàng thương mại, bài viết đưa ra một số kiến nghị đề xuất nhằm giải quyết các hạn chế còn tồn tại.

Từ khóa: định danh điện tử, ngân hàng thương mại, chuyển đổi số ngân hàng.

1. Đặt vấn đề

Trước tình hình dịch bệnh Covid-19 bùng phát trở lại, bên cạnh những biện pháp hạn chế nguy cơ lây nhiễm, một trong những nguyên tắc vàng trong phòng, chống dịch là hạn chế tối đa việc tiếp xúc trực tiếp. Vì vậy, nhiều ngân hàng đã tăng cường khuyến khích khách hàng sử dụng ngân hàng số, giao dịch số để tránh tiếp xúc, bảo vệ sức khỏe cho chính khách hàng. Xu thế tất yếu trong quá trình chuyển đổi số ngân hàng là định danh điện tử (eKYC), đây là một trong những biện pháp tối ưu được các ngân hàng thương mại triển khai để vừa đảm bảo phòng, chống dịch Covid-19, vừa duy trì hoạt động giao dịch với khách hàng diễn ra thông suốt.

eKYC (electronic Know Your Customer) là định danh khách hàng điện tử, cho phép các ngân hàng định danh khách hàng 100% online mà không cần gặp mặt trực tiếp tại quầy giao dịch. Với ứng dụng eKYC, việc sở hữu tài khoản ngân hàng trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết, khách hàng có thể mở ngay một tài khoản thanh toán mà không cần phải đến ngân hàng để thực hiện các thủ tục định danh

như trước đây, tạo điều kiện rất thuận lợi cho khách hàng khi có nhu cầu giao dịch với ngân hàng, giúp khách hàng có thể tiếp cận các dịch vụ của ngân hàng nhanh chóng, tiện lợi mọi lúc, mọi nơi.

Không chỉ mang đến cho khách hàng sự tiện lợi, quy trình eKYC ngân hàng triển khai được hỗ trợ bởi những công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), nhận diện thực thể sống (Liveness Detection), công nghệ lưu trữ dữ liệu lớn (Big data) và công nghệ học máy (Machine Learning), công nghệ nhận dạng ký tự quang học (OCR),... nhằm nhận dạng và xác thực thông tin sinh trắc học (khuôn mặt, vân tay, mống mắt), chữ ký, ký tự quang học, yếu tố thật và giả trên giấy tờ pháp lý, xác nhận người thật, trạng thái cử chỉ theo thời gian thực,... để đảm bảo an toàn giao dịch và lợi ích hợp pháp cho khách hàng.

Việc định danh khách hàng bằng eKYC được thực hiện tự động, sẽ nhanh chóng hơn, rút ngắn thời gian xác minh giúp tiết kiệm thời gian cho khách hàng, mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất đồng thời giúp ngân hàng tiết kiệm trong đầu tư vào cơ sở vật chất, nguồn nhân

lực, giảm thiểu chi phí cho hoạt động của ngân hàng. Đặc biệt, eKYC còn hạn chế được các rủi ro liên quan đến gian lận của khách hàng mà giao dịch viên khó phát hiện được như làm giả chứng minh thư, căn cước công dân, lừa đảo, rửa tiền,...

eKYC là nền tảng thiết yếu đánh dấu quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ của các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam, thúc đẩy khách hàng thay đổi thói quen từ giao dịch trực tiếp tại quầy sang giao dịch trực tuyến, nhằm hướng đến sự nhanh chóng, tiện lợi, an toàn, đặc biệt là trong bối cảnh dịch bệnh còn diễn biến phức tạp.

2. Thực trạng triển khai eKYC tại các NHTM Việt Nam

Từ đầu tháng 7/2020, NHNN chính thức cho phép một số ngân hàng triển khai thí điểm eKYC trong quy trình mở, sử dụng tài khoản thanh toán. Đến thời điểm hiện nay đã có nhiều ngân hàng triển khai thành công giải pháp eKYC và đạt được những kết quả nổi bật khi số lượng khách hàng mới tăng nhanh, số lượng giao dịch qua kênh Mobile Banking và Internet Banking cũng tăng rõ rệt. Những ngân hàng tiên phong đưa eKYC vào hoạt động và đã ghi nhận những kết quả ban đầu khá ấn tượng như sau:

+ Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank): Từ đầu tháng 7/2020, VPBank là ngân hàng đầu tiên triển khai eKYC tại Việt Nam. VPBank xây dựng một nền tảng công nghệ sinh trắc học (biometrics) toàn diện, kết hợp với công nghệ trí tuệ nhận tạo (AI) và chữ ký điện tử (eSignature). Với bước đi đột phá này, giải pháp eKYC do VPBank phát triển cho phép khách hàng mở tài khoản thanh toán 100% online và chỉ cần 5 phút để hoàn tất đăng ký mà không cần tốn thời gian chờ đợi hay đến bất kỳ chi nhánh nào để hoàn thiện hồ sơ. Khách hàng có thể giao dịch ngay sau khi mở tài khoản, được miễn 100% phí chuyển tiền trong và ngoài VPBank và trải nghiệm các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng số của VPBank như chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, nạp tiền dịch vụ, liên kết ví điện tử,... với nhiều ưu đãi cực kỳ hấp dẫn.

Sau 1 năm triển khai eKYC, VPBank đã có khoảng 15.000 tài khoản đăng ký mới, VPBank dự tính trong năm 2021 sẽ có thêm khoảng 30.000 tài khoản khách hàng mới đăng ký qua eKYC. Hơn

nữa từ ngày 8/4/2021, VPBank chính thức ra mắt sản phẩm eKYC tài khoản số đẹp, khách hàng hoàn toàn có thể mở tài khoản thanh toán số đẹp bằng công nghệ eKYC. Giải pháp eKYC giúp VPBank vượt qua mọi rào cản địa lý và thời gian để định danh khách hàng 100% online ngay từ lần giao dịch đầu tiên. Những tiến bộ công nghệ này sẽ được ngân hàng ứng dụng vào nhiều sản phẩm hơn trong tương lai như quy trình bán thẻ tín dụng và cho vay,...

+ Ngân hàng TMCP Phát triển Thành phố Hồ Chí Minh (HDBank): Đầu tháng 8/2020, HDBank là 1 trong số 5 ngân hàng áp dụng eKYC đầu tiên trong hệ thống ngân hàng, cho phép khách hàng mở tài khoản ngay trên ứng dụng (App) ngân hàng điện tử của HDBank. Để hoàn tất giao dịch, khách hàng chỉ cần nhập trường thông tin số điện thoại bắt buộc, chụp CMND, xác thực khuôn mặt. Trong vòng 2 phút, khách hàng sẽ có tài khoản iMoney và ngay lập tức có thể thực hiện giao dịch trực tuyến với nhiều tính năng như thanh toán hóa đơn và QR Pay, nạp tiền điện thoại, đặt vé máy bay, vé tàu, đặt phòng khách sạn,...

Sau hơn 1 tháng triển khai eKYC, HDBank đã có thêm 35.000 khách hàng mới đăng ký iMoney trên App HDBank, với 15.000 tài khoản đã thực hiện xác thực điện tử. Theo số liệu thống kê của HDBank, số lượng khách hàng giao dịch thường xuyên tăng 40%, trong đó 30% sử dụng dịch vụ topup điện thoại, 70% sử dụng thanh toán hóa đơn và các giao dịch thanh toán điện tử khác. Tỷ lệ giao dịch tăng trưởng 25% so với các tháng trước khi triển khai eKYC.

+ Ngân hàng TMCP Tiên Phong (TPBank): TPBank ghi dấu ấn khi có thể định danh khách hàng điện tử trong vòng 5 giây nhờ giải pháp eKYC. Trong tháng đầu triển khai eKYC, TPBank đã thu hút 30.000 khách hàng đăng ký mở tài khoản mới thông qua phương thức mở tài khoản trực tuyến và định danh khách hàng điện tử, tương đương 85% số lượng khách hàng đăng ký mở tại quầy giao dịch hoặc tại LiveBank theo cách truyền thống.

App TPBank đã được tích hợp những công nghệ hàng đầu như: máy học (Machine Learning), trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ nhận dạng ký tự quang học (OCR), công nghệ nhận diện khuôn mặt (Face Recognition), công nghệ nhận diện người

sống (Liveness Check), công nghệ nhận diện khách hàng giả mạo, lừa đảo (Fraud detection). Nhờ triển khai eKYC toàn diện trên ứng dụng di động, App TPBank Mobile của TPBank lọt top 1 trên bảng xếp hạng của cả App Store và Google Play, lượt tải App của TPBank có tốc độ tăng trưởng từng ngày khoảng 40-60%.

Với eKYC trên App TPBank, khách hàng chỉ cần thực hiện một vài thao tác đơn giản là đăng ký tài khoản thành công và có thể thực hiện ngay các giao dịch như chuyển tiền, thanh toán hóa đơn, mua sắm online,... đáp ứng đúng nhu cầu tiện lợi, nhanh chóng và an toàn của khách hàng.

Đặc biệt, TPBank đã ứng dụng thành công công nghệ gọi điện trực tuyến (Video Call) đảm bảo xác thực định danh khách hàng, kiểm tra và xác thực giấy tờ liên quan như chứng minh thư nhân dân hiệu quả như gặp mặt trực tiếp. Công nghệ này cho phép khách hàng có thể mở tối đa hạn mức giao dịch ngay trên App mà không cần đến quầy hay gặp mặt trực tiếp nhân viên ngân hàng. Hiện tại, TPBank là ngân hàng đầu tiên hoàn thiện tới bước định danh này.

Giải pháp eKYC giúp TPBank tiếp cận khách hàng vượt trội, tiện ích cả về thời gian và chi phí, dễ dàng mang dịch vụ ngân hàng đến khách hàng mới ở xa các thành phố lớn, những khách hàng không thuận tiện khi đến giao dịch trực tiếp tại ngân hàng mà không phải đầu tư thêm vào việc mở rộng mạng lưới chi nhánh.

+ Ngân hàng TMCP Bản Việt (Viet Capital Bank): Viet Capital Bank là ngân hàng đầu tiên sử dụng giải pháp eKYC TrueID để định danh khách hàng. Đây là một bước tiến quan trọng của Viet Capital Bank trong việc sẵn sàng hỗ trợ khách hàng mở tài khoản thanh toán trực tuyến để từ đó thực hiện các giao dịch tài chính một cách dễ dàng, góp phần gia tăng thuận tiện trong trải nghiệm của khách hàng, nâng cao tính an toàn trong quá trình khách hàng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng, đặc biệt qua kênh ngân hàng điện tử.

TrueID là giải pháp xác thực định danh người dùng tự động qua ứng dụng di động, được chính đội ngũ kỹ sư của VNG xây dựng trên nền tảng công nghệ trí tuệ nhân tạo, nhận diện gương mặt và nhận diện kí tự quang học. Các tính năng chính của TrueID là nhận dạng dấu hiệu giả mạo giấy tờ tùy

thân (ID), rút trích thông tin - OCR, nhận diện khuôn mặt và nhận biết người thực trong hình selfie. Đây là giải pháp eKYC made in Vietnam với khả năng chống gian lận hàng đầu được cung cấp ra thị trường hiện nay.

Đến tháng 12/2020, tỷ lệ khách hàng mới đăng ký tài khoản đã tăng gần gấp 3 lần so với hồi tháng 7/2020. Theo thống kê của ngân hàng này, tỷ trọng khách hàng sử dụng các dịch vụ, thanh toán qua ngân hàng điện tử/ví chiếm 50%, chuyển tiền chiếm 40% và gửi tiết kiệm chiếm 10% và cả 3 mảng này đều tăng trưởng mạnh kể từ khi triển khai eKYC đến nay.

Viet Capital Bank là một trong các ngân hàng đầu tiên thực hiện eKYC đồng bộ từ trực tuyến đến giao dịch tại quầy với mong muốn khách hàng đến quầy giao dịch cũng sẽ được phục vụ nhanh nhất và không mất nhiều thời gian chờ đợi và đi lại. Sự đồng bộ về mặt công nghệ không chỉ mang đến sự tiện lợi mà còn cho khách hàng trải nghiệm dịch vụ đồng bộ trên mọi kênh giao dịch với ngân hàng.

+ Ngân hàng TMCP Quốc Dân (NCB): Tháng 3/2020, NCB ra mắt phiên bản mới của ứng dụng NCB iziMobile và áp dụng thành công định danh khách hàng điện tử eKYC vào giao dịch. NCB là một trong những ngân hàng đầu tiên tại Việt Nam triển khai eKYC phục vụ khách hàng. Hệ thống công nghệ của NCB có thể thực hiện định danh khách hàng qua nền tảng số như smartphones, máy tính bảng với chức năng gọi video trực tiếp. Nhờ đó, NCB có thể thiết lập quan hệ với khách hàng mọi lúc mọi nơi, giảm thiểu thủ tục mà khách hàng phải hoàn tất. Thông qua NCB iziMobile, khách hàng chỉ cần thực hiện một số thao tác eKYC để mở tài khoản thanh toán trực tuyến một cách nhanh chóng và có thể thực hiện giao dịch ngay các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng số như: chuyển khoản, thanh toán và nạp tiền dịch vụ, gửi tiết kiệm online,...

NCB triển khai eKYC trên nền tảng công nghệ hiện đại như: trí tuệ nhân tạo (AI), xác thực sinh trắc học, chữ ký điện tử,... giúp cho quá trình xác minh khách hàng đơn giản, nhanh chóng và thuận tiện hơn. Từ đó, tiết kiệm rất nhiều thời gian, chi phí cho khách hàng và ngân hàng, nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng.

Mọi trải nghiệm của khách hàng sẽ được số hóa một cách tối đa đây là mục tiêu chính mà NCB đang hướng đến.

Ứng dụng NCB iziMobile đã nhận được sự phản hồi tích cực của khách hàng. Số lượng khách hàng đã tăng lên hàng nghìn khách hàng mỗi tháng. Đây là dấu mốc quan trọng, thể hiện tầm nhìn và quyết tâm chuyển đổi số của NCB. Với thành công này, NCB đang là một trong những ngân hàng đi đầu trong ứng dụng công nghệ hiện đại vào chuyển đổi số.

+ Ngân hàng Thương mại cổ phần Quân đội (MBBank): MBBank vừa nhận được giải thưởng Sao Khuê 2021 cho giải pháp định danh trực tuyến (eKYC). MBBank là một trong những ngân hàng tiên phong triển khai eKYC tại Việt Nam, đồng thời là ngân hàng có tỷ lệ thực hiện eKYC thành công cao nhất, khoảng 80% trong số các ngân hàng áp dụng giải pháp này tại Việt Nam. Đến nay, có khoảng 1,8 triệu khách hàng của MB đã trải nghiệm mở tài khoản ngân hàng thành công bằng eKYC, chiếm 70% trên tổng số khách hàng mới kể từ thời điểm MB chính thức ứng dụng eKYC.

Thông tư số 16/2020/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 23/2014/TT-NHNN, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cho phép tất cả các ngân hàng chính thức được áp dụng phương thức định danh trực tuyến (eKYC) để mở tài khoản cho khách hàng từ ngày 5/3/2021. Hiện nay, hầu hết các ngân hàng cũng đang triển khai hiệu quả giải pháp eKYC và nhận được phản hồi tích cực từ khách hàng như VietinBank, Nam A Bank, MBBank, VIB, LienVietPostBank, OCB, MSB,...

eKYC mang lại nhiều lợi ích cho các ngân hàng, giúp ngân hàng tiếp cận khách hàng tiềm năng dễ dàng hơn, giảm chi phí quản lý, nâng cao hiệu quả kinh doanh. Chính vì vậy, eKYC là xu hướng tất yếu trong quá trình chuyển đổi số ngân hàng, giúp các ngân hàng vượt lên thách thức, tạo lợi thế cạnh tranh, chủ động thích ứng và phát triển bền vững.

3. Những khó khăn, thách thức trong quá trình triển khai eKYC tại các NHTM Việt Nam

Bên cạnh những thành quả đạt được khi triển khai eKYC, các ngân hàng vẫn phải đối mặt những khó khăn, thách thức:

- Từ tháng 7/2020, các NHTM mới triển khai thí điểm áp dụng eKYC trong hoạt động nên việc dự trù được các rủi ro khi vận hành tại Việt Nam là rất khó và gần như không có thông tin.

- Các tài khoản được mở bằng định danh khách hàng điện tử (eKYC) chủ yếu tập trung vào các dịch vụ thanh toán hoặc gửi tiết kiệm nên chưa phong phú bằng tài khoản truyền thống. Bên cạnh đó, các ngân hàng còn đưa ra hạn mức giao dịch trong ngày... nên giao dịch qua kênh này chưa cao.

- Ngân hàng phải đối mặt với vấn đề liên quan bảo mật rủi ro như người dùng sử dụng công nghệ deepfake để gian lận nhằm bỏ qua bước kiểm tra thực thể sống, ngân hàng phải luôn cảnh giác, đối mặt với các tội phạm công nghệ cao.

- Khách hàng chưa có nhiều hiểu biết về eKYC cũng như chưa cảnh giác cao trong việc bảo vệ thông tin cá nhân khi tham gia các hoạt động trên môi trường mạng, khi giao dịch trực tuyến nên dễ có thể bị rò rỉ thông tin tài khoản cá nhân, thông tin giao dịch của khách hàng.

- Khi chuyển đổi từ quy trình xử lý truyền thống sang định danh khách hàng bằng eKYC tự động 100% online, các ngân hàng sẽ phải đối mặt với việc tái cấu trúc nhân sự, số lượng nhân viên ngân hàng truyền thống sẽ giảm xuống và phải đáp ứng kịp thời, toàn diện khả năng tiếp cận công nghệ của đội ngũ nhân viên.

4. Một số kiến nghị đề xuất

4.1. Đối với các ngân hàng thương mại

- Lựa chọn đối tác cung cấp giải pháp eKYC uy tín, có kinh nghiệm về tư vấn giải pháp eKYC và các giải pháp liên quan đến tái cấu trúc hệ thống hạ tầng của ngân hàng cho chiến lược chuyển đổi ngân hàng số. Đối tác hợp tác phải am hiểu về nghiệp vụ ngân hàng và có thể tư vấn phương án lưu trữ dữ liệu an toàn, ổn định, có công nghệ đảm bảo được các tình huống rủi ro có thể phát sinh.

- Tiếp tục hoàn thiện quy trình triển khai giải pháp eKYC phù hợp với quy định pháp luật về phòng, chống rửa tiền, quy định pháp luật về giao dịch điện tử, các quy định pháp luật liên quan về đảm bảo an toàn, bảo mật thông tin khách hàng và an toàn hoạt động của ngân hàng; xây dựng quy trình quản lý, kiểm soát, đánh giá rủi ro, phải thường xuyên rà soát, hoàn thiện những thông tin, dữ liệu cập nhật trong quá trình triển khai eKYC.

- Đẩy mạnh đầu tư cơ sở hạ tầng lưu trữ thông tin, dữ liệu của khách hàng, sử dụng các chuẩn bảo mật quốc tế để đảm bảo an toàn, bảo mật thông tin của khách hàng, bảo mật hệ thống tránh các hacker, tội phạm công nghệ cao xâm nhập; kết nối với cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư của Bộ Công an để hạn chế tối đa việc dùng CMND, căn cước công dân giả mạo.

- Tăng cường công tác truyền thông để khách hàng nắm bắt và hiểu rõ về eKYC, nâng cao hiểu biết tài chính, nhận thức của khách hàng; chủ động thông báo, cảnh báo với khách hàng về những trang web ngân hàng giả mạo có giao diện giống với trang web ngân hàng hợp pháp do các tội phạm mạng tạo ra nhằm đánh lừa khách hàng; hướng dẫn khách hàng các kỹ năng cơ bản về an toàn trên không gian mạng, các giải pháp đảm bảo an toàn, bảo mật thông tin, cảnh giác phòng chống tội phạm công nghệ cao, đề phòng và tránh những bất cẩn để lộ thông tin cá nhân, thông tin tài khoản, phải luôn cảnh giác với những thông báo về đổi coupon, mã giảm giá hoặc ưu đãi khi giao dịch thanh toán trực tuyến.

- Chủ động nghiên cứu, đổi mới sáng tạo, đẩy mạnh triển khai ứng dụng eKYC vào tất cả các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng để tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới, nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng, nâng cao trải nghiệm của khách hàng, nâng cao sức cạnh tranh của ngân hàng.

- Chú trọng đào tạo đội ngũ nhân viên không chỉ về nghiệp vụ chuyên môn, kỹ năng mà còn phải đào tạo kiến thức về công nghệ ứng dụng eKYC, kiến thức về ngân hàng số để có khả năng thích ứng với bối cảnh bùng nổ của cách mạng công nghiệp 4.0. Chú trọng công tác tuyển dụng, có chế độ đãi ngộ hấp dẫn, xây dựng đội ngũ nhân viên chất lượng cao, có trình độ công nghệ, liên kết với các đối tác công nghệ hàng đầu trên thế giới để nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ công nghệ. Nguồn nhân lực ngân hàng có chất lượng là nhân tố quyết định thành công trong triển khai eKYC, chuyển đổi số và phát triển ngân hàng số tại Việt Nam.

4.2. Đối với cơ quan quản lý

- Đẩy nhanh tiến độ xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, xây dựng cơ chế, chính sách

cho phép ngành Ngân hàng được chia sẻ, khai thác thông tin các cơ sở dữ liệu này phục vụ việc kiểm tra, xác minh thông tin nhận biết khách hàng; xây dựng, ban hành quy chế pháp lý cho việc chia sẻ, công nhận dữ liệu giữa các ngân hàng với nhau, từ đó các ngân hàng có thể sử dụng dữ liệu khách hàng của nhau để tiết giảm chi phí và không lãng phí nguồn nhân lực; nhanh chóng quy hoạch phát triển hạ tầng thanh toán số quốc gia theo hướng đồng bộ, thống nhất và tạo nguồn dữ liệu dùng chung.

- Tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách, khuôn khổ pháp lý về ngân hàng số, qui trình triển khai eKYC tại các NHTM; đẩy nhanh tiến độ xây dựng Luật Giao dịch điện tử thay thế hoặc sửa đổi, bổ sung Luật Giao dịch điện tử năm 2005, hoàn thiện quy định pháp lý về tranh chấp và xử lý vi phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử, quy định về an ninh, an toàn, bảo vệ, bảo mật trong giao dịch điện tử,... nhằm hướng tới minh bạch và bảo vệ tốt nhất quyền lợi hợp pháp của người dùng khi tham gia giao dịch trực tuyến.

- Xây dựng, hoàn thiện thể chế nhằm bảo đảm thông thoáng, khuyến khích các ngân hàng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực eKYC, đổi mới, sáng tạo trong quá trình triển khai eKYC; tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng đầu tư phát triển ngân hàng số, phát triển số hóa các dịch vụ ngân hàng để tăng tiện ích phục vụ khách hàng, hướng đến mục tiêu thúc đẩy tài chính toàn diện và thanh toán không dùng tiền mặt theo định hướng của Chính phủ.

- Hoàn thiện thể chế pháp luật về phòng, chống các loại tội phạm phi truyền thống, tội phạm công nghệ cao.

- Xây dựng, phát triển hạ tầng kết nối, hạ tầng số an toàn, phát triển internet tốc độ cao, đáp ứng nhu cầu về kết nối và xử lý dữ liệu lớn; đẩy mạnh triển khai các trung tâm giám sát an toàn thông tin mạng trên toàn quốc.

- Xây dựng hành lang pháp lý về bảo vệ dữ liệu, bảo vệ quyền riêng tư dữ liệu người dùng, nhằm tạo dựng môi trường giao dịch số an ninh, an toàn đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của người dùng trong kỷ nguyên số ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ngân hàng Nhà nước (2020). *Thông tư số 16/2020/TT-NHNN ngày 04/12/2020 về hướng dẫn việc mở và sử dụng tài khoản thanh toán tại tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán.*
2. Fintech Vietnam (2020). eKYC - Digital Identity Verification - Banking Challenges. [Online] Available at <https://innotech-vn.com/ekyc-digital-identity-verification-banking-challenges/>
3. Nguyễn Duy Việt (2021). Kinh nghiệm triển khai định danh khách hàng trực tuyến eKYC và bài học cho Việt Nam. Truy cập tại <https://thitruongtaichinhntiente.vn/kinh-nghiem-trien-khai-dinh-danh-khach-hang-truc-tuyen-ekyc-va-bai-hoc-cho-viet-nam-33476.html>
4. Khuê Nguyễn (2020). eKYC sẽ tăng tốc. Truy cập tại <https://thoibaonganhang.vn/ekyc-se-tang-toc-108648.html>
5. VA (2021). Đảm bảo hiệu quả, an toàn khi triển khai eKYC. Truy cập tại <https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/links/cm100?dDocName=SBV429608>

Ngày nhận bài: 8/8/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/9/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/9/2021

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN PHẠM HỮU CHÂU

Khoa Tài chính - Kế toán

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

**THE CURRENT ELECTRONIC KNOW
YOUR CUSTOMER (eKYC) IMPLEMENTATION
OF VIETNAMESE COMMERCIAL BANKS**

● Master. **TRAN PHAM HUU CHAU**
Faculty of Finance - Accounting
Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

This study analyzes the current electronic Know Your Customer (eKYC) implementation of Vietnamese commercial banks during the complicated developments of COVID-19 pandemic. By analyzing the difficulties and shortcomings in the eKYC implementation of Vietnamese commercial banks, this paper makes some recommendations to help banks overcome these shortcomings.

Keywords: electronic Know Your Customer, commercial bank, digital transformation in banking.

THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CỦA CÁC CÔNG TY CỔ PHẦN Khai thác than trên thị trường CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

● LÊ MINH THỐNG - PHẠM THANH PHƯƠNG

TÓM TẮT:

Thực hiện chủ trương cổ phần hóa doanh nghiệp (DN) nhà nước, nhiều công ty khai thác than đã tiến hành cổ phần hóa và tham gia vào thị trường chứng khoán ở Việt Nam. Mặc dù được coi là ngành kinh tế quan trọng nhưng cổ phiếu của các DN khai thác than nhìn chung chưa tạo ra được sức hấp dẫn cho các nhà đầu tư. Bài báo phân tích thực trạng về tình hình tài chính của các công ty cổ phần khai thác than đang niêm yết trên thị trường chứng khoán trong 10 năm vừa qua để làm rõ ảnh hưởng của chúng đến việc thu hút các nhà đầu tư.

Từ khóa: công ty cổ phần, khai thác than, tài chính, thị trường chứng khoán.

1. Đặt vấn đề

Ngành Than là ngành kinh tế mũi nhọn đóng góp nhiều vào quá trình phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Thực hiện chủ trương cổ phần hóa DN nhà nước, từ cuối những năm 90 đầu năm 2000, Tổng công ty Than Việt Nam trước đây và Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản (TKV) hiện nay đã triển khai mạnh mẽ việc cổ phần hóa (CPH). Từ năm 2005 đến nay, TKV đã thực hiện CPH 8 công ty than lớn là Núi Béo, Hà Tu, Đèo Nai, Cọc Sáu, Cao Sơn, Mông Dương, Hà Lầm, Vàng Danh và do Nhà nước nắm giữ 51% vốn điều lệ [3]. Theo Đề án Tái cơ cấu ngành Than Việt Nam giai đoạn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Bộ Công Thương ban hành năm 2015, một số DN cổ phần thuộc TKV tiếp tục

có những sự điều chỉnh tái cơ cấu, sát nhập, do đó cũng ảnh hưởng đến việc hoạt động của các DN này trên thị trường chứng khoán.

Theo Quy hoạch ngành Than đến năm 2020, có xét triển vọng đến năm 2030, nhu cầu than cho nhiệt điện là 64,1 triệu tấn vào năm 2020 và lên đến 131,1 triệu tấn vào năm 2030. Tuy nhiên, sản lượng khai thác than trong nước chỉ ước đạt 47-50 triệu tấn năm 2020 và 55-57 triệu tấn năm 2030. Trong khi đó, nguồn than khai thác còn phải dành cho nhiều lĩnh vực khác như luyện kim, xi măng, phân bón, hóa chất... Như vậy, tổng nhu cầu than cả nước trong tương lai rất cao, ước tính lên gần 157 triệu tấn vào năm 2030. Điều này cũng đặt ra triển vọng dài hạn đối với các DN khai thác than và cũng là kỳ vọng đối với các nhà đầu tư dài hạn [5].

Hiện nay, có 7 công ty cổ phần khai thác than được niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX) gồm Than Mông Dương (MDC), Than Đèo Nai (TDN), Than Cọc Sáu (TC6), Than Vàng Danh (TVD), Than Hà Lâm (HLC), Than Hà Tu (THT) và Than Núi Béo (NBC). Trong đó, TKV sở hữu trên 50% vốn tại các công ty. Mặc dù trong những năm gần đây, do nhu cầu tiêu thụ của than tăng cao, các chỉ tiêu về doanh thu và lợi nhuận đều ghi nhận sự chuyển biến tích cực nhưng nhiều chỉ số tài chính quan trọng khác của DN khai thác than niêm yết lại chưa cải thiện, giá cổ phiếu các công ty này đều thấp, đa số giao dịch dưới mệnh giá và tính thanh khoản không cao. Đây là một trong những lý do khiến hầu hết cổ phiếu công ty khai thác than kém hấp dẫn nhà đầu tư.

2. Thực trạng tình hình tài chính của các công ty khai thác than

Để đánh giá tình hình tài chính của DN, các vấn đề cần xem xét đến đó là tình hình và sự biến động của tài sản - nguồn vốn, khả năng đảm bảo nguồn vốn, tình hình thanh toán và khả năng thanh toán, hiệu quả sử dụng vốn [4].

2.1. Tình hình biến động và khả năng đảm bảo nguồn vốn

Tài sản của DN được tài trợ từ các nguồn vốn khác nhau. Do đặc thù của lĩnh vực khai thác than nên các công ty khai thác than đều có giá trị tài sản lớn, trong đó tài sản tập trung chủ yếu vào tài sản dài hạn do các DN thường phải đầu tư lớn vào việc mua sắm tài sản cố định (TSCĐ) để phục vụ sản xuất. Số liệu của các công ty khai thác than trên sàn chứng khoán hiện nay cũng thể hiện rõ điều đó, tài sản dài hạn của các công ty này ở thời điểm năm 2020 đều chiếm tỷ trọng từ 60% đến 70% tổng tài sản của các DN. Qua đó cho thấy việc đầu tư, sử dụng TSCĐ sẽ ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động sản xuất - kinh doanh của DN. (Bảng 1)

Số liệu thống kê cho thấy nguồn vốn của các DN trong giai đoạn này đều có xu hướng tăng lên với tốc độ tăng trưởng bình quân là trên 8%/năm. Nguồn vốn chủ yếu đến từ các khoản nợ phải trả. Tỷ suất nợ của các DN trong giai đoạn từ 2011 đến nay chiếm tỷ trọng khá cao và có xu hướng

tăng. Thấp nhất là Công ty cổ phần Than Hà Tu với tỷ lệ bình quân là 66%, cao nhất là Công ty cổ phần Than Vàng Danh với tỷ suất nợ chiếm trên 90%. Năm 2020, tỷ suất nợ bình quân của các công ty này là 82%. Qua đó cho thấy khả năng đảm bảo về nguồn vốn của các công ty không tốt dẫn đến khả năng mất cân đối về nguồn vốn của các công ty. Ngoài ra, tỷ suất nợ cao cũng ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh và tiềm ẩn sự mất an toàn tài chính trong các DN [2].

2.2. Tình hình và khả năng thanh toán

Trong kinh doanh, việc chiếm dụng vốn lẫn nhau của các DN thường xuyên xảy ra. Song các DN cần đánh giá được tình hình thanh toán của mình. Tình hình thanh toán của DN được thể hiện qua việc phân tích các khoản phải thu và các khoản nợ phải trả nhất là các khoản phải thu, phải trả ngắn hạn. (Bảng 2)

Số liệu phân tích cho thấy các khoản phải thu ngắn hạn của các DN này đều lớn hơn các khoản phải trả ngắn hạn, qua đó cho thấy cơ cấu nợ ngắn hạn mất cân bằng, DN chiếm dụng vốn nhiều hơn bị chiếm dụng. Các khoản phải thu ngắn hạn của các công ty này chủ yếu tập trung vào các khoản phải thu của khách hàng, đó là các DN trong ngành như công ty tuyển than, công ty kho vận. Đây cũng là vấn đề mà các công ty nên xem xét kiến nghị để cải thiện về tình hình thanh toán, nâng cao hiệu quả tài chính cũng như hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN.

Bên cạnh đó, lượng hàng tồn kho của các DN này khá lớn và có xu hướng tăng mạnh trong giai đoạn vừa qua với tốc độ tăng bình quân chung là 22,6%/năm, cá biệt rơi vào một số DN như Công ty cổ phần Than Hà Lâm, Công ty cổ phần Than Vàng Danh với tốc độ tăng trên 40%/năm. Điều này cũng gây ảnh hưởng không nhỏ tới tình hình và khả năng thanh toán của các DN, ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Khả năng thanh toán của DN là tình trạng sẵn sàng trong việc trả các khoản nợ. Đây là một chỉ tiêu quan trọng đánh giá tiềm lực tài chính của DN. Chỉ tiêu này không chỉ là mối quan tâm của bản thân DN, mà còn của cả các đối tượng khác. Các chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán của

Bảng 1. Sự biến động và khả năng đảm bảo nguồn vốn các DN khai thác than giai đoạn 2011 - 2020

Mã DN	Chỉ tiêu	2011	2013	2015	2017	2019	2020	Tăng trưởng BQ	Bình quân
TC6	Tổng Nguồn vốn (Trđ)	1.485.838	1.419.384	1.320.694	1.866.437	2.003.514	1.708.220	103,03	1.646.841
	Tỷ suất nợ (%)	81,22	77,42	74,95	79,91	83,38	80,43	99,98	79,51
TDN	Tổng Nguồn vốn (Trđ)	1.357.097	1.127.866	1.031.942	1.061.013	1.522.192	1.383.437	101,03	1.212.452
	Tỷ suất nợ (%)	79,25	73,49	69,63	68,16	73,61	71,43	98,94	72,21
NBC	Tổng Nguồn vốn (Trđ)	980.722	1.173.458	1.477.198	2.708.305	3.602.416	3.561.311	116,23	2.075.739
	Tỷ suất nợ (%)	74,50	73,40	74,08	82,24	87,29	86,69	101,82	78,30
MDC	Tổng Nguồn vốn (Trđ)	760.551	1.053.827	1.186.829	1.320.501	1.188.610	1.481.384	108,69	1.160.776
	Tỷ suất nợ (%)	73,69	79,66	81,16	82,14	79,54	83,38	101,44	79,80
TVD	Tổng Nguồn vốn (Trđ)	1.501.077	1.807.950	2.265.482	3.379.679	2.510.677	2.670.528	107,84	2.348.123
	Tỷ suất nợ (%)	84,27	80,72	79,43	85,40	79,66	80,68	99,62	81,07
THT	Tổng Nguồn vốn (Trđ)	735.181	772.053	740.347	717.860	1.412.665	1.781.646	112,17	910.547
	Tỷ suất nợ (%)	66,60	67,55	63,88	59,75	74,52	79,94	102,39	66,03
HLC	Tổng Nguồn vốn (Trđ)	1.347.272	2.180.261	3.200.405	4.047.703	3.248.658	3.538.047	112,68	2.987.850
	Tỷ suất nợ (%)	88,59	88,58	91,93	92,16	90,97	91,08	100,32	90,84

Nguồn: Tính toán từ bảng Báo cáo tài chính các công ty giai đoạn 2011 - 2020

DN là cơ sở để đánh giá tình hình tài chính của DN tốt hay xấu, khả quan hay không. Do đó, nếu khả năng thanh toán của DN không đảm bảo, chắc chắn DN sẽ gặp rất nhiều khó khăn trong mọi hoạt động, thậm chí DN sẽ rơi vào tình trạng mất an toàn về mặt tài chính. Số liệu phân tích về khả năng thanh toán của các DN khai thác than trên thị trường chứng khoán được thể hiện trên Bảng 3.

Khả năng thanh toán tổng quát của các DN đều > 1 cho thấy về mặt khả năng thanh toán nói chung các DN có thể trang trải hết công nợ và tình hình tài

chính của DN là khá ổn định. Tuy nhiên, nếu xét trong ngắn hạn, mức độ đảm bảo của vốn ngắn hạn đối với các khoản nợ ngắn hạn của các DN đang gặp nhiều khó khăn. Theo số liệu phân tích, hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn bình quân của các DN trong giai đoạn nghiên cứu đều <1, cho thấy các DN đều gặp tình trạng căng thẳng trong việc chi trả các khoản nợ ngắn hạn.

2.3. Hiệu quả sử dụng vốn

Để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN, người ta có thể sử dụng nhiều chỉ tiêu để

Bảng 2. Tình hình khoản phải thu, phải trả ngắn hạn tại các công ty giai đoạn 2011 - 2020

ĐVT: Tr đồng

Mã DN	Chi tiêu	2011	2013	2015	2017	2019	2020	Tăng trưởng BQ	Bình quân
TC6	Phải thu ngắn hạn	304.527	196.931	2.341	264.246	319.575	113.912	840,45	261.630
	Phải trả ngắn hạn	675.916	755.810	661.081	1.107.672	1.269.502	1.006.998	108,91	933.477
	Hàng tồn kho	170.466	286.112	172.775	425.351	403.705	337.111	118,13	287.795
TDN	Phải thu ngắn hạn	330.903	124.261	22.472	128.660	386.441	229.657	134,67	210.414
	Phải trả ngắn hạn	613.876	540.085	607.689	504.476	774.729	558.932	101,24	602.885
	Hàng tồn kho	172.448	236.593	208.647	133.181	297.861	243.788	113,12	194.721
NBC	Phải thu ngắn hạn	193.410	273.729	217.396	179.445	9.577	109.888	228,00	164.961
	Phải trả ngắn hạn	380.194	483.796	580.773	898.292	1.317.546	1.380.675	116,84	759.042
	Hàng tồn kho	110.364	114.567	288.308	540.505	729.074	733.228	126,90	373.311
MDC	Phải thu ngắn hạn	133.966	195.551	310.537	315.126	193.390	361.569	129,53	247.292
	Phải trả ngắn hạn	355.072	303.865	663.953	535.426	531.666	838.687	118,93	501.111
	Hàng tồn kho	32.762	34.554	35.046	29.290	40.558	28.993	102,69	35.761
TVD	Phải thu ngắn hạn	235.184	277.113	224.580	152.202	320.073	431.803	114,11	274.747
	Phải trả ngắn hạn	405.445	491.008	946.583	1.235.126	785.385	1.106.535	120,01	759.740
	Hàng tồn kho	216.463	331.022	165.978	496.519	144.784	355.217	140,07	239.170
THT	Phải thu ngắn hạn	237.980	183.690	32.516	10.864	225.964	437.988	310,37	176.208
	Phải trả ngắn hạn	333.596	440.297	472.781	425.302	770.565	689.128	111,58	468.504
	Hàng tồn kho	148.567	201.477	180.696	374.068	316.652	340.099	115,78	234.496
HLC	Phải thu ngắn hạn	98.661	182.918	41.679	42.104	15.178	446.682	542,47	149.214
	Phải trả ngắn hạn	364.597	791.618	423.297	543.600	829.835	1.027.767	117,58	656.955
	Hàng tồn kho	66.554	125.743	120.077	201.868	119.125	399.087	141,46	150.187

Nguồn: Tính toán từ bảng Báo cáo tài chính các công ty giai đoạn 2011 - 2020

Bảng 3. Khả năng thanh toán của các công ty giai đoạn 2011 - 2020

Mã DN	Chỉ tiêu	2011	2013	2015	2017	2019	2020	Tăng trưởng BQ	Bình quân
TC6	Hệ số thanh toán tổng quát	1,23	1,29	1,33	1,25	1,20	1,24	100,20	1,26
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	0,72	0,68	0,35	0,69	0,68	0,54	101,06	0,64
TDN	Hệ số thanh toán tổng quát	1,26	1,36	1,44	1,47	1,36	1,40	101,25	1,39
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	0,83	0,69	0,48	0,62	0,98	0,97	103,11	0,73
NBC	Hệ số thanh toán tổng quát	1,34	1,36	1,35	1,22	1,15	1,15	98,46	1,29
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	0,81	0,82	0,91	0,82	0,61	0,64	98,47	0,77
MDC	Hệ số thanh toán tổng quát	1,36	1,26	1,23	1,22	1,26	1,20	98,70	1,25
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	0,61	0,79	0,55	0,69	0,54	0,59	100,81	0,64
TVĐ	Hệ số thanh toán tổng quát	1,19	1,24	1,26	1,17	1,26	1,24	100,58	1,23
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	1,39	1,3	0,51	0,54	0,63	0,75	97,59	0,91
THT	Hệ số thanh toán tổng quát	1,50	1,48	1,57	1,67	1,34	1,25	98,31	1,53
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	1,18	0,9	0,65	0,97	0,78	1,19	103,45	0,96
HLC	Hệ số thanh toán tổng quát	1,13	1,13	1,09	1,09	1,10	1,10	99,70	1,10
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	0,46	0,42	0,52	0,5	0,21	0,86	132,50	0,49

Nguồn: Tính toán từ bảng Báo cáo tài chính các công ty giai đoạn 2011 - 2020

đánh giá. Trong đó, việc đánh giá hiệu quả sử dụng vốn là một trong những nội dung được các đối tượng quan tâm nhất, nhất là với các nhà đầu tư khi xem xét quyết định bỏ vốn vào DN. Để đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh thông thường ta sử dụng các chỉ tiêu cơ bản như: tỷ suất sinh lợi của doanh thu thuần (ROS), tỷ suất doanh lợi của vốn kinh doanh (ROA), tỷ suất doanh lợi của vốn chủ sở hữu (ROE). (Bảng 4)

Qua số liệu phân tích cho thấy, chỉ tiêu ROS bình quân của các DN trong 10 năm qua là 1,91%, phản ánh năng lực tạo ra lợi nhuận của các DN là không cao. Để nâng cao chỉ tiêu này, DN cần tìm ra các giải pháp tăng doanh thu và giảm chi phí.

Chỉ tiêu ROE bình quân của các DN trong giai đoạn nghiên cứu đạt 15,57%. Đây là chỉ tiêu được các nhà đầu tư quan tâm khi quyết định bỏ vốn vào DN. Mặc dù với tỷ lệ bình quân là 15,57% - một tỷ lệ chấp nhận được nhưng theo số liệu thì lượng vốn chủ sở hữu của các DN này lại chỉ chiếm tỷ lệ thấp trong tổng nguồn vốn điều này cũng sẽ gây ảnh hưởng nhất định làm cho cán cân nợ cao, khả năng thanh toán thấp và dễ rủi ro về tài chính.

Chỉ tiêu ROA cũng là một chỉ tiêu quan trọng mà nhà đầu tư sẽ nhìn nhận để ra quyết định đầu tư, nó phản

Bảng 4. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn của các công ty giai đoạn 2011 - 2020

Mã DN	Chỉ tiêu	2011	2013	2015	2017	2019	2020	Bình quân
TC6	ROS, %	2,91	1,37	1,07	1,45	0,17	0,23	1,07
	ROE, %	43,43	19,22	12,75	10,21	1,71	2,16	12,97
	ROA, %	8,13	3,54	3,2	2,15	0,3	0,39	2,58
TDN	ROS, %	2,76	1,05	0,79	1,06	2,92	1,49	1,53
	ROE, %	39,88	8,73	6,22	7,18	26,31	11,26	14,43
	ROA, %	8,7	2,13	1,84	2,38	7,05	3,09	3,75
NBC	ROS, %	3,28	3,44	3,75	5,85	1,4	2,12	3,56
	ROE, %	31,47	26,49	13,55	19,33	7,14	10	18,79
	ROA, %	7,77	6,77	3,91	3,79	1,01	1,3	4,44
MDC	ROS, %	5,14	1,86	0,01	0,78	1,21	1,13	1,66
	ROE, %	41,4	13,48	0,04	4,71	10,44	11,49	13,13
	ROA, %	9,5	2,9	0,01	0,86	1,93	2,11	2,78
TVD	ROS, %	4,57	3,22	1,71	1,03	1,34	1,46	2,07
	ROE, %	57,52	26,18	12,39	6,09	11,87	12,82	18,93
	ROA, %	8,6	5,32	2,73	0,91	2,32	2,54	3,44
THT	ROS, %	3,1	1,57	1,11	1,39	2,66	1,27	1,81
	ROE, %	27,8	12,12	9,76	10,01	18,91	10,16	14,73
	ROA, %	8,92	4,07	3,49	4,18	5,73	2,28	5,04
HLC	ROS, %	3,04	1,54	1,38	1,87	0,64	1,56	1,66
	ROE, %	36,61	14,24	12,06	16,51	6,51	13,98	16,00
	ROA, %	4,13	1,53	1,06	1,24	0,56	1,25	1,52

Nguồn: Tính toán từ bảng Báo cáo tài chính các công ty giai đoạn 2011 - 2020

ảnh tỉ suất lợi nhuận sau thuế đạt được bao nhiêu % so với tổng vốn kinh doanh bình quân của DN. Trong giai đoạn 2011 - 2020, ROA bình quân của các DN được nghiên cứu là 3,36%. Đây là mức tỷ lệ chưa thể hiện được mức độ hấp dẫn của các DN này.

Nhìn vào số liệu của giai đoạn 10 năm qua cho thấy các chỉ tiêu này của các DN đều có xu hướng giảm, đây cũng là vấn đề khiến cho cổ phiếu của các DN này thiếu tính hấp dẫn đối với các nhà đầu tư. Do đó, các DN cần tìm giải pháp nâng cao các chỉ tiêu trên trong giai đoạn tới.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tài chính của các DN khai thác than

3.1. Xây dựng cơ cấu vốn hợp lý

Các kết quả nghiên cứu đã chứng minh mối quan hệ giữa tỷ lệ nợ và hiệu quả hoạt động của DN là quan hệ ngược chiều, đó là khi tỷ lệ nợ tăng lên kết quả hoạt động của DN lại giảm đi [1]. Điều này phản ánh đúng với thực trạng các DN khai thác than trên thị trường chứng khoán Việt Nam hiện nay. Do đó, để đảm bảo hiệu quả sản xuất - kinh doanh của DN cũng như nâng cao mức độ hấp dẫn với các nhà đầu tư thì phải xây dựng được cơ cấu

vốn hợp lý. Nguồn vốn nợ của các công ty hiện nay chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng nguồn vốn, làm ảnh hưởng đến tính an toàn về mặt tài chính và hiệu quả kinh doanh. Vì vậy, các DN cần xem xét giảm bớt tỷ lệ nợ trong cơ cấu vốn của mình, tăng cường huy động vốn từ lợi nhuận và vốn góp của chủ sở hữu, nâng cao tỷ lệ góp vốn của TKV. Đây là hình thức huy động mà DN có thể huy động với số lượng lớn với giá vốn cố định trong thời gian dài, không lo bị đội vốn phụ thuộc vào sự biến đổi của thị trường, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.

3.2. Nâng cao tính thanh khoản, thanh toán của DN

Đa phần các khoản phải thu hiện nay của các công ty đều đến từ các khách hàng là các DN chế biến và phụ trách tiêu thụ thuộc TKV, để giảm tình trạng này các công ty cần kiến nghị TKV có các cơ chế về tài chính linh hoạt giữa các DN phụ trách khâu tiêu thụ với các DN khai thác để nâng cao tính thanh khoản cho các DN.

Thực tế cho thấy, giá trị hàng tồn kho của các DN này là khá lớn. Do đó, các DN cần kiến nghị TKV để chủ động trong việc tìm kiếm khách hàng, nâng cao hiệu quả tiêu thụ. Bên cạnh đó, cần tổ chức tốt công tác mua sắm trang thiết bị, vật tư và dự trữ hàng hóa phù hợp với nhu cầu kinh doanh thực tế nhằm làm giảm số hàng tồn kho tối thiểu. Đồng thời, phát hiện kịp thời và xử lý ngay những ứ đọng quá lâu để tránh tình trạng ứ đọng vốn.

Các công ty cần đảm bảo lượng tiền mặt nhất định để thanh toán các khoản vay gần đến hạn. Bên cạnh đó cũng cần trích lập các khoản dự phòng rủi ro trong thanh toán.

3.3. Nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản cố định

Do đặc thù nên lượng TSCĐ sử dụng trong DN này là rất lớn. Do đó, các DN cần rà soát TSCĐ để loại bỏ, thanh lý, nhượng bán, cho thuê các tài sản không dùng, hoặc sử dụng không hiệu quả trong SXKD để huy động vốn đầu tư vào các hoạt động thiết yếu. Trong trường hợp vốn đầu tư TSCĐ lớn, DN chưa thể huy động được vốn thì trong ngắn hạn các DN có thể cân nhắc đến việc thuê tài chính, điều này vừa giảm được gánh nặng tài chính, vừa đảm bảo tính thanh khoản của DN.

3.4. Tăng cường quản trị chi phí trong DN

Đây là một hướng đi cơ bản lâu dài đối với các DN khai thác than do chi phí bỏ ra rất lớn. Vì vậy, DN cần tìm cách quản trị chi phí sao cho hiệu quả nhất, chẳng hạn áp dụng khoán chi phí vào tất cả các công đoạn của quá trình sản xuất.

4. Kết luận

Mặc dù đã thực hiện cổ phần hóa trong nhiều năm, tuy nhiên nhìn chung các DN khai thác than hoạt động vẫn chưa thực sự có hiệu quả, tình hình tài chính còn có nhiều bất cập như khả năng đảm bảo nguồn vốn không cao, khả năng thanh toán còn kém và hiệu quả sử dụng vốn chưa tốt, làm cho giá trị cổ phiếu của các DN trên thị trường không cao, dẫn đến tâm lý dè dặt đối với các nhà đầu tư vào lĩnh vực này. Do đó, việc nâng cao hiệu quả hoạt động tài chính để từng bước nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, tạo ra uy tín và sự hấp dẫn các nhà đầu tư rất quan trọng. Điều này đòi hỏi tính chủ động từ các DN và cơ chế chính sách từ Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoang, T.T., Hoang, L.T., Phi, T.K., Nguyen, M.T., Phan, M.Q., (2020). The Influence of the Debt Ratio and Enterprise Performance of Joint Stock Companies of Vietnam National Coal and Mineral Industries Holding Corp. *J. Asian Finance Econ. Bus.* 7, 803-810. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.803>.
2. Nguyễn Tiến Hưng, Nguyễn Thị Nguyệt, (2017). Thực trạng an toàn tài chính tại các doanh nghiệp khai thác than thuộc Tập đoàn Than Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam giai đoạn 2009 - 2015. Truy cập tại: <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-an-toan-tai-chinh-tai-cac-doanh-nghiep-khai-thac-than-thuoc-tap-doan-than-cong-nghiep-than-khoang-san-viet-nam-giai-doan-2009--2015-27119.htm>

3. Nguyễn Văn Hải, Nguyễn Cảnh Nam, (2014). Tiếp tục đẩy mạnh thực hiện cổ phần hóa DNNN trong Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam. Truy cập tại: <http://www.vinacomin.com.vn/tap-chi-than-khoang-san/tiep-tuc-day-manh-thuc-hien-co-phan-hoa-dnnn-trong-tap-doan-cong-nghiep-than-khoang-san-viet-7509.htm>.
4. Phan Thị Thái, Lê Minh Thống et al, (2020). *Giáo trình phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp*. Đại học Mỏ - Địa chất.
5. Thủ tướng Chính phủ, (2016). *Quyết định 428/QĐ-TTg về việc Điều chỉnh Quy hoạch phát triển điện quốc gia giai đoạn 2011 - 2020 có xét đến 2030*.

Ngày nhận bài: 9/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/8/2021

Thông tin tác giả:

1. TS. LÊ MINH THỐNG

Trường Đại học Mỏ - Địa chất Hà Nội

2. PHẠM THANH PHƯƠNG

Công ty Cổ phần Than Cọc Sáu - Vinacomin

THE FINANCIAL PERFORMANCE OF COAL MINING JOINT STOCK COMPANIES LISTED IN VIETNAM'S STOCK MARKET

● Ph.D **LE MINH THONG**¹

● **PHAM THANH PHUONG**²

¹ Faculty of Economics and Business Administration,
Hanoi University of Mining and Geology

² Coc Sau Coal Joint Stock Company - Vinacomin

ABSTRACT:

Implementing the equitization of state-owned enterprises policy, many coal mining companies have been equitized and listed in Vietnam's stock market. Although the coal industry is considered an important economic sector in Vietnam, not many investors are interested in buying shares of coal mining joint stock companies. This paper analyzes the financial performance of coal mining joint-stock companies listed in Vietnam's stock market over the past ten years to assess how their financial performances impact their attractiveness to investors in the stock market.

Keywords: joint stock company, coal mining, finance, stock market.

CÔNG TÁC QUẢN LÝ CHI QUỸ BẢO HIỂM XÃ HỘI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐẮK LẮK TRONG GIAI ĐOẠN NĂM 2018 - 2020

● DƯƠNG THỊ ÁI NHI - NGUYỄN THỊ THÚY NGA

TÓM TẮT:

Quản lý nhà nước về chi quỹ Bảo hiểm xã hội là vấn đề cấp bách để đảm bảo quyền lợi của người tham gia, đảm bảo quỹ chi được an toàn, không thất thoát nhằm góp phần thực hiện tốt chính sách an sinh xã hội. Trên cơ sở khái quát thực trạng công tác chi quỹ bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk bao gồm: thực trạng quản lý lập dự toán chi quỹ Bảo hiểm xã hội; quản lý tổ chức thực hiện chi quỹ Bảo hiểm xã hội; quản lý công tác quyết toán chi quỹ Bảo hiểm xã hội; công tác kiểm tra, giám sát chi quỹ Bảo hiểm xã hội; xử lý vi phạm trong công tác chi quỹ Bảo hiểm xã hội, bài viết tập trung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến công tác chi quỹ Bảo hiểm xã hội trong những năm qua. Bài viết cũng đã đề xuất được một số giải pháp cơ bản nhằm hoàn thiện công tác chi quỹ Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk trong thời gian tới.

Từ khóa: bảo hiểm xã hội, quỹ bảo hiểm xã hội, chi, quỹ, tỉnh Đắk Lắk.

1. Khái quát về thực trạng quản lý chi quỹ Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk

1.1. Thực trạng lập dự toán chi quỹ Bảo hiểm xã hội

Đắk Lắk là một tỉnh có đối tượng thụ hưởng các chế độ bảo hiểm xã hội tương đối đông và cư trú rải rác khắp địa bàn trong tỉnh. Dự toán đối tượng thụ hưởng chế độ bảo hiểm xã hội từ nguồn quỹ Bảo hiểm xã hội tăng dần qua mỗi năm. Cụ thể năm 2020, đối tượng hưởng chế độ từ quỹ hưu

trí, tử tuất chiếm 71,80%; đối tượng hưởng chế độ từ quỹ ốm đau, thai sản chiếm 26,24%; và đối tượng hưởng chế độ từ quỹ tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp chiếm 1,96%.

Về dự toán đối tượng hưởng theo các chế độ từ quỹ Bảo hiểm xã hội: giai đoạn năm 2018 - 2020 không có quá nhiều chênh lệch, năm sau thường cao hơn năm trước do hàng năm cơ quan bảo hiểm xã hội đều phát triển thêm mới đối tượng tham gia nên số đối tượng thụ hưởng các chế độ bảo hiểm

xã hội từ quỹ Bảo hiểm xã hội này sẽ tăng theo.

Dự toán mức chi bình quân của các chế độ Bảo hiểm xã hội đều có xu hướng tăng lên theo từng năm, do Bảo hiểm xã hội tỉnh Đắk Lắk căn cứ theo các văn bản của Nhà nước về điều chỉnh trợ cấp và tăng mức lương cơ sở để xây dựng dự toán chi các chế độ bảo hiểm xã hội từ quỹ Bảo hiểm xã hội. Từ đó, bảo hiểm xã hội tỉnh lập dự toán số tiền chi quỹ Bảo hiểm xã hội theo các quỹ thành phần; trong đó, dự toán số tiền chi quỹ hưu trí, tử tuất chiếm tỷ trọng cao nhất (trên 92%) tổng dự toán chi và có tốc độ phát triển bình quân giai đoạn năm 2018 - 2020 là 13,10%. (Bảng 1)

1.2. Thực trạng tổ chức thực hiện chi quỹ Bảo hiểm xã hội

Các tổ chức bộ máy quản lý nhà nước thực hiện việc chi trả quỹ Bảo hiểm xã hội bao gồm: Bảo hiểm xã hội tỉnh, Bảo hiểm xã hội các huyện, thị xã và cơ quan Bưu điện theo hợp đồng ký kết với cơ quan Bảo hiểm xã hội.

Tổ chức thực hiện chi trả cho các đối tượng hưởng chế độ bảo hiểm xã hội bao gồm: đối tượng hưởng chế độ bảo hiểm xã hội hàng tháng; đối tượng hưởng chế độ bảo hiểm xã hội một lần và đối tượng hưởng chế độ bảo hiểm xã hội ngắn hạn. (Bảng 2)

Phương thức và hình thức chi trả các chế độ Bảo hiểm xã hội được áp dụng linh hoạt như chi trả trực tiếp bằng tiền mặt hoặc chi trả gián tiếp qua đơn vị sử dụng lao động hoặc qua tài khoản cá nhân người hưởng.

Việc thực hiện chi quỹ Bảo hiểm xã hội được chi theo thành phần. Trong giai đoạn năm 2018 - 2020, tình hình chi trả các chế độ bảo hiểm xã hội tăng dần qua các năm, trong đó, chi từ quỹ hưu trí, tử tuất chiếm tỷ lệ lớn nhất (trên 92%) trong tổng số chi với tốc độ tăng bình quân quỹ này giai đoạn này là 13,05%. Số chi quỹ này cũng được thực hiện theo các chế độ bảo hiểm xã hội hàng tháng, Bảo hiểm xã hội một lần, bảo hiểm xã hội ngắn

Bảng 1. Dự toán đối tượng thụ hưởng theo quỹ thành phần giai đoạn 2018 - 2020

TT	Nội dung	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020	
		SL (Người)	Tỷ lệ (%)	SL (Người)	Tỷ lệ (%)	SL (Người)	Tỷ lệ (%)
1	Quỹ hưu trí, tử tuất	42.426	70,41	43.165	68,51	45.955	71,80
2	Quỹ tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp	258	0,43	3.075	4,88	1.254	1,96
3	Quỹ ốm đau, thai sản	17.573	29,16	16.767	26,61	16.795	26,24
Tổng Cộng		60.257	100	63.007	100	64.004	100

Nguồn: BHXH tỉnh Đắk Lắk, 2018-2020

Bảng 2. Tổng hợp đối tượng hưởng chế độ BHXH hàng tháng

DVT: người

TT	Nội dung	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
1	Quỹ hưu trí, tử tuất	29.949	31.645	33.514
2	Quỹ tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp	249	250	256
Tổng cộng		30.198	31.895	33.770

Nguồn: BHXH tỉnh Đắk Lắk (2018 - 2020)

hạn và theo các đơn vị trực thuộc trên địa bàn tỉnh bao gồm: 14 huyện, thị xã và tại văn phòng tỉnh.

Mặc dù công tác tổ chức chi trả thực hiện theo quy trình cụ thể, tuy nhiên không tránh khỏi những sai sót trong quá trình thực hiện chi trả. Cụ thể tỷ lệ số tiền thu hồi do chi sai qua các năm so với tổng số tiền chi chiếm tỷ lệ nhỏ (dưới 0,03% trong tổng quỹ Bảo hiểm xã hội đã chi). Điều này cho thấy công tác quản lý nguồn kinh phí này tại tỉnh ngày càng chặt chẽ và được giám sát sát sao. (Biểu đồ 1)

Kiểm tra công tác chi trả các chế độ Bảo hiểm xã hội là việc làm hết sức quan trọng đối với cán bộ nhân viên Bảo hiểm xã hội tỉnh Đắk Lắk. Vì vậy, hàng năm Bảo hiểm xã hội tỉnh luôn xây dựng kế hoạch, nội dung, chương trình kiểm tra cho phù hợp để kịp thời phát hiện và ngăn chặn những sai sót trong quá trình chi trả gồm kiểm tra định kỳ, kiểm tra đột xuất và phối hợp thanh tra liên ngành.

1.5. Xử lý vi phạm trong công tác quản lý về chi quỹ Bảo hiểm xã hội

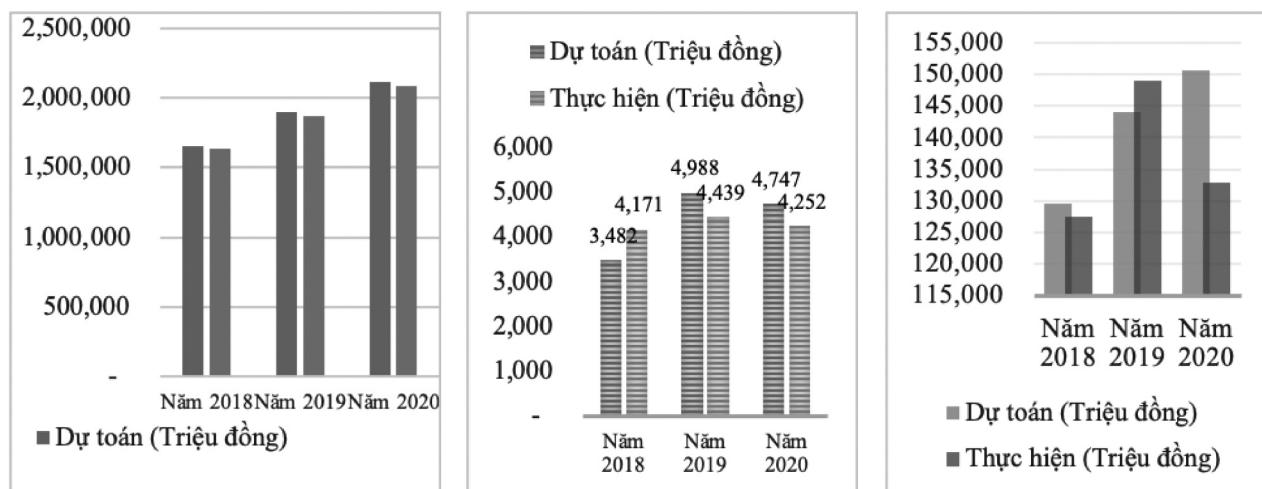
Qua công tác thanh tra, kiểm tra Bảo hiểm xã hội, tỉnh Đắk Lắk đã ban hành 43 Quyết định xử

phạt vi phạm hành chính và có sự giảm dần qua các năm; điều này cho thấy cơ quan Bảo hiểm xã hội đã quyết liệt trong việc xử lý vi phạm hành chính đối với các đơn vị vi phạm pháp luật về Bảo hiểm xã hội góp phần chấn chỉnh các đơn vị thực hiện nghiêm túc các quy định của pháp luật, đảm bảo quyền lợi, các chế độ và chính sách. (Bảng 3)

Việc thực hiện công tác quản lý chi quỹ Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh những năm qua chịu tác động bởi các yếu tố khách quan bên ngoài, bao gồm: Đặc điểm tự nhiên, KTXH; Chính sách pháp luật về Bảo hiểm xã hội; Đối tượng thụ hưởng trên địa bàn tỉnh. Bên cạnh đó, công tác quản lý chi quỹ Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh còn chịu ảnh hưởng của công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật về Bảo hiểm xã hội; Công tác đảm bảo an toàn, kịp thời, ổn định cuộc sống cho các đối tượng thụ hưởng chế độ Bảo hiểm xã hội; Công tác quản lý đối tượng thụ hưởng Bảo hiểm xã hội; Công tác giải quyết các chế độ thụ hưởng Bảo hiểm xã hội; Việc áp dụng các phương thức chi trả; Công tác thanh tra, kiểm tra việc chấp hành pháp luật về Bảo hiểm xã hội.

Bên cạnh những kết quả đạt được, quản lý chi

Biểu đồ 1: Quyết toán chi quỹ BHXH tỉnh Đắk Lắk



Quỹ hưu trí, tử tuất

Quỹ TNLĐ-BNN

Quỹ ốm đau, thai sản

Nguồn: BHXH tỉnh Đắk Lắk, 2018-2020. 1.4. Thực trạng kiểm tra, giám sát công tác chi quỹ BHXH

Bảng 3. Xử lý vi phạm hành chính về chi quỹ BHXH

TT	Nội dung	ĐVT	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
1	Số quyết định xử phạt	Đơn vị	26	13	4
2	Số tiền xử phạt phải thu	Triệu đồng	829,6	251,8	232,0
3	Số tiền xử phạt đã thu	Triệu đồng	212,7	0	45,9
4	Tỷ lệ chấp hành	%	25,64	0,00	19,78

Nguồn: BHXH tỉnh Đắk Lắk (2018 – 2020)2. Các yếu tố ảnh hưởng công tác chi quỹ BHXH trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk

quỹ Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh trong những năm qua còn tồn tại một số hạn chế do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 tác động lớn đến nền kinh tế, công tác tuyên truyền; Một số hồ sơ, chứng từ vướng mắc phải chờ xác minh dẫn tới chậm giải quyết, gây áp lực cho cán bộ xét duyệt; Một số doanh nghiệp vẫn còn hiện tượng lạm dụng, trục lợi quỹ Bảo hiểm xã hội; Tình trạng hưởng Bảo hiểm xã hội một lần để giải quyết tạm thời những khó khăn của cuộc sống; Công tác chi trả các chế độ Bảo hiểm xã hội không dùng tiền mặt qua hệ thống ngân hàng chưa cao; Công tác thanh tra, kiểm tra trong chi trả các chế độ Bảo hiểm xã hội thường xuyên gián đoạn do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 phải thực hiện giãn cách xã hội.

3. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác chi quỹ Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk

Để hoàn thiện công tác chi quỹ Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk trong thời gian tới, một số giải pháp được đề xuất, trong đó tập trung vào:

3.1. Nâng cao chất lượng đội ngũ báo cáo viên làm công tác tuyên truyền phổ biến Luật Bảo hiểm xã hội

Việc nâng cao chất lượng đội ngũ báo cáo viên làm công tác tuyên truyền phổ biến Luật Bảo hiểm xã hội góp phần hỗ trợ phát triển đối tượng tham gia Bảo hiểm xã hội tự nguyện. Bên cạnh

đó, cần xác định phân nhóm đối tượng để có các giải pháp phù hợp từ phương thức, nội dung, cách thức, kỹ năng tiếp cận,... đặc biệt quan tâm và tổ chức thực hiện phương án phát triển đối tượng tham gia Bảo hiểm xã hội tự nguyện.

3.2. Tiếp tục thực hiện cải cách thủ tục hành chính, thực hiện nghiêm các quy định của Bảo hiểm xã hội Việt Nam

Các quy định của Bảo hiểm xã hội Việt Nam về việc cắt giảm thủ tục hồ sơ, quy trình thực hiện trên tất cả các lĩnh vực tham gia và thụ hưởng các chế độ Bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế (BHYT) cần được triển khai đồng bộ; triển khai việc giao dịch điện tử với các doanh nghiệp; tiếp nhận và trả kết quả thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu điện đã tiết kiệm thời gian, giảm chi phí trong việc kê khai tham gia và hưởng các chế độ Bảo hiểm xã hội.

3.3. Tiếp tục hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin

Hạ tầng công nghệ thông tin (mạng máy tính, máy chủ, hệ thống phần mềm,...) cần được hoàn thiện nhằm quản lý tập trung cơ sở dữ liệu người hưởng tham gia Bảo hiểm xã hội trên địa bàn tỉnh, liên thông dữ liệu các phần mềm nghiệp vụ; thực hiện kết nối liên thông dữ liệu với các sở, ngành. Bên cạnh đó, cần triển khai hiệu quả hệ thống tương tác đa phương tiện giữa người dân và doanh nghiệp; mở rộng cung cấp các dịch vụ công trực tuyến, đẩy mạnh giao dịch điện tử; quản lý, sử

dụng văn bản điện tử trong ngành Bảo hiểm xã hội và trực liên thông của Chính phủ nhằm phục vụ tối đa người dân trên địa bàn tỉnh.

3.4. Đẩy mạnh công tác truyền thông để người lao động biết được lợi ích ưu việt của việc tham gia Bảo hiểm xã hội để nhận lương hưu khi về già

Khi người lao động đến nộp hồ sơ nhận một lần, cán bộ tuyên truyền, động viên thuyết phục người lao động bảo lưu, giải thích về lợi ích trước mắt cũng như lâu dài để cho họ thấy thiệt hơn, động viên họ tham gia Bảo hiểm xã hội tự nguyện để khi về già hưởng chế độ an sinh.

3.5. Hoàn thiện công tác chi trả Bảo hiểm xã hội qua Bưu điện

Để thực hiện tốt hơn nữa việc chi trả các chế độ cho đối tượng qua hệ thống Bưu điện, trong thời gian tới cơ quan Bảo hiểm xã hội tiếp tục phối hợp với Bưu điện tăng cường hơn nữa công tác kiểm tra, giám sát tại các điểm chi trả để kịp thời phát hiện những sai sót và có biện pháp chấn chỉnh kịp thời.

3.6. Hoàn thiện quy trình cưỡng chế và có biện pháp giám sát công chức, viên chức thực hiện công tác.

Bảo hiểm xã hội cần có hướng dẫn để thống nhất cách hiểu đối với một số khái niệm, tình tiết trong các điều luật như gian lận Bảo hiểm xã hội, BHYT, bảo hiểm thất nghiệp (BHTN); trốn đóng Bảo hiểm xã hội, thủ đoạn tinh vi xảo quyệt; có tính chất chuyên nghiệp. Đồng thời làm rõ một số vấn đề trong các quy định về “Tội gian lận Bảo hiểm xã hội, BHTN; Tội gian lận BHYT; Tội trốn đóng Bảo hiểm xã hội, BHYT, BHTN” cho người lao động. Cùng với đó là xác định thời điểm truy cứu trách nhiệm hình sự đối với người hoặc pháp nhân thương mại thực hiện hành vi phạm tội về Bảo hiểm xã hội, BHYT, BHTN. Việc quy định các tội danh này là rất cần thiết để tạo cơ sở pháp lý trong xử lý hình sự đối với các hành vi vi phạm nghĩa vụ đóng Bảo hiểm xã hội, BHYT, BHTN và hành vi vi phạm quyền thụ hưởng Bảo hiểm xã hội, BHYT, BHTN ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. BHXH Việt Nam (2020). Báo cáo đánh giá kết quả 25 năm thực hiện chính sách BHXH, BHYT; các giải pháp triển khai Nghị quyết số 28-NQ/TW và nhiệm vụ công tác năm.
2. BHXH Việt Nam (2019). Quyết định số 2468/QĐ-BHXH ngày 31/12/2019 ban hành quy trình lập, phân bổ và giao dự toán thu, chi các chế độ BHXH, BHTN, BHYT và chi phí quản lý BHXH, BHTN, BHYT hằng năm và lập kế hoạch tài chính-ngân sách nhà nước 3 năm.
3. BHXH tỉnh Đắk Lắk (2020). Công văn số 327/BHXH-KHTC ngày 03/3/2020 về việc hướng dẫn quy trình lập dự toán thu, chi hằng năm và kế hoạch tài chính-NSNN 3 năm.
4. BHXH tỉnh Đắk Lắk (2019, 2020, 2021). Báo cáo kết quả công tác năm 2018, 2019, 2020 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2019, 2020, 2021.
5. BHXH tỉnh Đắk Lắk (2019, 2020, 2021). Báo cáo công tác chi trả các chế độ BHXH, trợ cấp thất nghiệp và quản lý người hưởng qua hệ thống Bưu điện.

Ngày nhận bài: 7/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/8/2021

Thông tin tác giả:

1. TS. DƯƠNG THỊ ÁI NHI

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Tây Nguyên

2. NGUYỄN THỊ THÚY NGA

Bảo hiểm xã hội tỉnh Đắk Lắk

**EXPENDITURE MANAGEMENT
OF DAK LAK PROVINCE'S SOCIAL INSURANCE
FUND OVER THE PERIOD FROM 2018 TO 2020**

● PhD. **DUONG THI AI NHI**

● **NGUYEN THI THUY NGA**²

¹Faculty of Economics, Tay Nguyen University

²Dak Lak Province Department of Social Insurance

ABSTRACT:

State management of the social insurance funds expenditures is an urgent matter to ensure the interests of stakeholders and the funds capital safety in order to effectively implement social security policies. This paper provides an overview about the current expenditure management of Dak Lak Province's social insurance fund including estimating expenditures, implementing expenditures, inspecting and supervising expenditures, and handling violations in the implementation of expenditures. This paper analyzes the factors affecting the provincial social insurance fund's expenditures in recent years and proposes some solutions to improve the effectiveness of implementing expenditures from Dak Lak Province's social insurance fund in the coming time.

Keywords: social insurance, social insurance fund, expenditure, fund, Dak Lak Province.

XÂY DỰNG MÔ HÌNH XÁC ĐỊNH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI QUẢN TRỊ LỢI NHUẬN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

● LÊ THỊ NGÀ

TÓM TẮT:

Quản trị lợi nhuận (Earnings management) trong kế toán là hành vi các nhà quản trị doanh nghiệp sử dụng các ước tính trong kế toán và lựa chọn chính sách kế toán để điều chỉnh lợi nhuận theo ý muốn của mình nhằm phóng đại hay làm đẹp lợi nhuận. Nó sẽ làm sai lệch tình hình tài chính thực tế của DN và dẫn đến hậu quả là các nhà đầu tư bị lừa dối về kết quả kinh doanh và tốc độ tăng trưởng của DN. Với mục tiêu đưa ra các hàm ý cho các nhà đầu tư, bài nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi quản trị lợi nhuận (HVQTL) của các DN niêm yết thông qua các nghiên cứu trước và cơ sở lý thuyết xem xét các quan hệ và mức độ ảnh hưởng để xác định các yếu tố nhân tố ảnh hưởng đến HVQTL tại các DN niêm yết trên sàn chứng khoán đó là: (i) Quy mô công ty (Size); (ii) Khả năng sinh lời trên tài sản (ROA), (iii) Tỷ số lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu (ROE); (iv) Đòn bẩy tài chính của công ty (LEV), (v) Tỷ lệ cổ phần của ban giám đốc (BGD); (vi) Chất lượng kiểm toán (AUD).

Từ khóa: hành vi điều chỉnh lợi nhuận, quản lý thu nhập, báo cáo tài chính, thị trường chứng khoán.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hiện nay, nền kinh tế Việt Nam đang gặp nhiều khó khăn sau những khủng hoảng và trì trệ từ ảnh hưởng của đại dịch Covid - 19, các DN thường có xu hướng tìm kiếm nguồn vốn đầu tư để bổ sung nguồn lực, tuy nhiên họ đang gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận

và thu hút nguồn vốn đầu tư do hiệu quả sản xuất kinh doanh của DN bị ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch. Vậy làm thế nào để thu hút nguồn vốn đầu tư? Các nhà quản trị thường sử dụng các thủ thuật quản trị lợi nhuận để làm lợi nhuận của DN đẹp hơn, tạo sức hấp dẫn với nhà đầu tư. Việc quản trị lợi nhuận trong kế toán là hành vi các nhà quản

trị DN sử dụng các ước tính trong kế toán và lựa chọn chính sách kế toán để điều chỉnh lợi nhuận theo ý muốn của nhà quản trị. Hành vi sẽ làm sai lệch tình hình tài chính thực tế của DN và dẫn đến hậu quả vô cùng nghiêm trọng đối với nhà đầu tư khi bị đánh lừa về hiệu quả kinh doanh và tốc độ tăng trưởng của DN, từ đó chịu thiệt hại nặng nề về quyết định đầu tư của mình. Và việc quản trị lợi nhuận sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến sự minh bạch và phát triển lành mạnh của thị trường chứng khoán.

Vì vậy, việc nhận diện và xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi điều chỉnh lợi nhuận của các nhà quản trị trong các DN sẽ giúp các đối tượng sử dụng thông tin, đặc biệt nhà đầu tư có được thông tin chính xác để đưa ra các quyết định đúng đắn và mang lại lợi ích cho nhà đầu tư là một đề tài có ý nghĩa rất lớn. Nhận thấy được ý nghĩa thiết thực đó, bài báo này đi xác định và xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến HVQTL của các công ty niêm yết.

2. Hành vi quản trị lợi nhuận và các nghiên cứu trước đây

2.1. Khái niệm

Schipper (1989) đã định nghĩa HVQTL là “Sự can thiệp có mục đích trong quá trình công bố các báo cáo tài chính ra bên ngoài với mục đích cung cấp các thông tin có lợi cho DN”. Còn theo Levit (1998), HVQTL là hành động làm cho báo cáo tài chính phản ánh lợi nhuận theo mong muốn của nhà quản trị chứ không phải là hoạt động tài chính cơ bản của công ty. Parfet (2000) cũng cho rằng, HVQTL được thực hiện để che dấu thông tin hoạt động tài chính thực tế bằng cách tạo ra các nghiệp vụ kinh tế không có thực hoặc các dự trữ kế toán không hợp lý.

Tóm lại, HVQTL là một sự can thiệp vào trong quy trình cung cấp báo cáo tài chính ra bên ngoài cho các đối tượng sử dụng thông tin kế toán với mục đích thao tác các dữ liệu kế toán thông qua các ước tính và chính sách kế toán nhằm phóng đại hoặc “làm đẹp” lợi nhuận.

2.2. Mục đích của HVQTL

Thứ nhất, việc thực hiện HVQTL nhằm huy động vốn nhanh hơn với mức chi phí vốn thấp.

Thứ hai, việc thực hiện HVQTL có thể làm giảm số thuế thu nhập DN phải nộp.

Thứ ba, việc thực hiện HVQTL nhằm cải thiện sự hài lòng của các nhà đầu tư đối với DN.

Thứ tư, việc thực hiện HVQTL sẽ tác động tích cực vào giá cổ phiếu niêm yết.

Thứ năm, việc thực hiện HVQTL giúp DN hưởng lợi tối đa từ việc ưu đãi thuế khi có chính sách ưu đãi thuế.

Thứ sáu, việc thực hiện HVQTL giúp tăng mức thưởng và uy tín cho nhà quản trị.

3. Các nhân tố của mô hình

3.1. Các yếu tố của mô hình

+ *Quy mô công ty*: theo Elton và Gruber (2000), các nhà đầu tư sẽ có xu hướng xem xét đầu tư vào các công ty có tài sản lớn vì họ cho rằng, các công ty có quy mô tài sản lớn sẽ có ít rủi ro hơn so với các công ty có ít tài sản. Và trong một số nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng, các công ty lớn thường có động cơ rất lớn trong việc thực hiện HVQTL nhiều hơn các công ty có quy mô nhỏ. Các công ty lớn để duy trì hình ảnh và sự tin tưởng của các nhà đầu tư, họ sẽ có xu hướng quản trị lợi nhuận của mình nhằm thổi phồng quy mô, hiệu quả kinh doanh của DN để tạo tâm lý yên tâm cho các nhà đầu tư.

Tuy nhiên, theo Kim et al. (1976), Glaum et al. (2004): các công ty có quy mô lớn sẽ tránh thực hiện HVQTL của mình vì họ cho rằng các công ty lớn sẽ nhận được sự theo dõi chặt chẽ hơn từ nhà nước, các nhà phân tích, các nhà đầu tư nên các công ty lớn sẽ thấy khó khăn khi thực hiện HVQTL của mình. Đồng thời, các công ty lớn thường sẽ có hệ thống kiểm soát nội bộ, hệ thống này sẽ giúp DN kiểm soát tính minh bạch trong việc trình bày và công bố thông tin tài chính đến các nhà đầu tư. Để kiểm định lại quy mô công ty có hay không ảnh hưởng đến HVQTL, tác giả đưa ra giả thuyết như sau:

Giả thuyết 1: Quy mô công ty có ảnh hưởng đến HVQTL của các công ty niêm yết?

+ *Tỷ lệ sinh lợi (ROA)*: Đối với các nhà đầu tư để đưa ra một quyết định đầu tư, họ thường có xu hướng quan tâm đến chỉ tiêu lợi nhuận của DN đã đạt được. Vì vậy, một chỉ tiêu để đánh giá mức độ

hoạt động của DN mà nhà đầu tư quan tâm đó là chỉ tiêu khả năng sinh lời (ROA) của DN. Biến ROA thể hiện cho các nhà đầu tư thấy mức độ hiệu quả khi sử dụng tài sản của DN. ROA càng cao mức độ sử dụng tài sản của DN càng tốt. Để kiểm định lại biến ROA có hay không ảnh hưởng đến HVQTL của DN, tác giả đưa ra giả thuyết:

Giả thuyết 2: Khả năng sinh lời (ROA) ảnh hưởng đến HVQTL của các công ty niêm yết.

+ *Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE):* ROE thể hiện hiệu quả kinh doanh của DN thông qua chỉ tiêu vốn chủ sở hữu, là thước đo để đo lường liệu một đồng vốn bỏ ra và tích lũy được có thể tạo ra được bao nhiêu đồng lãi. Do vậy, để kiểm định ROE có ảnh hưởng đến HVQTL của DN hay không, tác giả đưa ra giả thuyết:

Giả thuyết 3: Tỷ suất lợi nhuận thuần ảnh hưởng đến sự ổn định trong thu nhập của các công ty niêm yết.

+ *Đòn bẩy tài chính (LEV):* Đòn bẩy tài chính là hoạt động liên quan đến việc sử dụng các khoản nợ đi vay, thay vì sử dụng vốn chủ sở hữu để mua sắm tài sản nhằm thu về lợi ích cho DN. Các DN sử dụng mức đòn bẩy cao, tỷ lệ nợ của DN đó càng lớn và ngược lại. Các nhà đầu tư sẽ không rót vốn cho những công ty có mức đòn bẩy cao, vì họ cho rằng những công ty này sẽ gặp rủi ro tài chính cao như khủng hoảng tài chính, khả năng thanh toán các khoản nợ và nguy cơ phá sản cao (theo Andrade & Kaplan, 1998). Để tránh tình trạng này xảy ra, các DN có tỷ lệ LEV cao thường có xu hướng thực hiện quản trị lợi nhuận, do vậy tác giả thực hiện nghiên cứu để xác định biến LEV có hay không ảnh hưởng đến sự ổn định trong thu nhập của DN.

Giả thuyết 4: Đòn bẩy tài chính ảnh hưởng đến HVQTL của các công ty niêm yết.

+ *Sở hữu cổ phần của Ban giám đốc (BGD):* Trong một nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng, những người quản lý công ty như ban giám đốc thường có xu hướng thực hiện HVQTL vì các nhà quản lý muốn chứng minh năng lực và

giá trị bản thân vì mục đích cá nhân như vì mục tiêu tiền thưởng (Bergstresser và Philippon 2006) nhưng trong một nghiên cứu khác của Lei, (2006) đã cung cấp bằng chứng cho thấy BGD nắm cổ phần của công ty sẽ làm giảm HVQTL. Theo đó, tác giả đưa ra giả thuyết như sau:

Giả thuyết 5: Tỷ lệ sở hữu vốn cổ phần của Ban giám đốc có mối quan hệ tương quan với HVQTL của các công ty niêm yết.

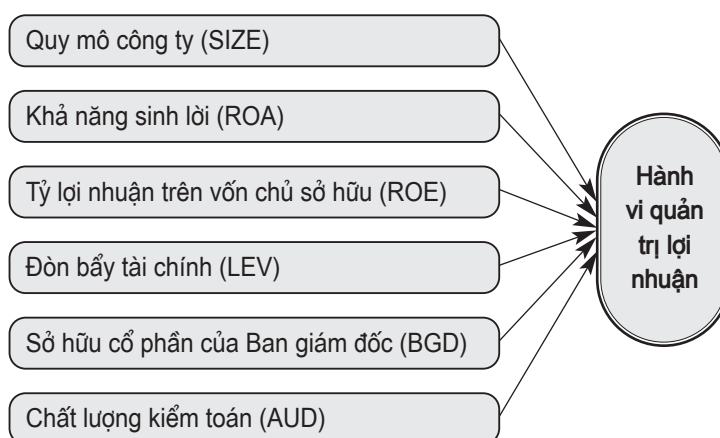
+ *Chất lượng kiểm toán (AUD):* Đối với các công ty niêm yết, việc công bố thông tin kế toán là yêu cầu bắt buộc và để xác định được sự chính xác, minh bạch trong thông tin kế toán các báo cáo này phải thông qua ý kiến của kiểm toán. Các công ty được kiểm toán bởi các công ty kiểm toán lớn trong nhóm Big4 (Công ty kiểm toán KPMG, Ernst & Young, Deloitte, PWC) có đội ngũ kiểm toán viên chuyên nghiệp, với trình độ chuyên môn cao, độc lập, minh bạch và có kinh nghiệm thì mức độ thông tin trong báo cáo tài chính của DN đáng tin cậy hơn so với các công ty kiểm toán khác (Cheung, 2005). Tác giả thực hiện nghiên cứu để xác định biến chất lượng kiểm toán có hay không ảnh hưởng đến HVQTL của DN.

Giả thuyết 6: Việc lựa chọn công ty kiểm toán bởi các công ty kiểm toán lớn Big 4 có ảnh hưởng đến HVQTL của các công ty niêm yết.

3.2. Mô hình nghiên cứu tổng quát

Từ các giả thuyết nêu trên, bài nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu tổng quát như sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu tổng quát



4. Mô hình các nhân tố tác động đến HVQTL của các công ty niêm yết

4.1. Chỉ số đo lường HVQTL

Kế toán cơ sở dồn tích (Accrual basis) là phương pháp kế toán dựa trên cơ sở Dự thu - Dự chi. Cơ sở kế toán dồn tích là một trong các nguyên tắc kế toán cơ bản nhất chi phối các phương pháp kế toán cụ thể trong kế toán DN. Theo đó, mọi giao dịch kinh tế liên quan đến tài sản, nợ phải trả, nguồn vốn chủ sở hữu, doanh thu và chi phí được ghi nhận tại thời điểm phát sinh giao dịch, không quan tâm đến thời điểm thực tế thu hoặc chi tiền (Chuẩn mực kế toán số 01, 2002). Tuy nhiên, điểm yếu chính của phương pháp kế toán dồn tích đó là công ty phải trả thuế thu nhập trước khi thực nhận được tiền từ doanh thu bán hàng hóa và dịch vụ.

Kế toán cơ sở tiền là phương pháp kế toán dựa trên cơ sở Thực thu - Thực chi tiền. Theo phương pháp này, thu nhập và chi phí được ghi nhận khi thực nhận tiền và thực chi tiền. Ngược lại với kế toán theo cơ sở dồn tích, kế toán theo cơ sở tiền chỉ cho phép ghi nhận các giao dịch khi các giao dịch này phát sinh bằng tiền. Nếu lợi nhuận được xác định theo cơ sở tiền, lợi nhuận và dòng tiền từ hoạt động kinh doanh trong một kỳ sẽ bằng nhau. Tuy nhiên, kế toán theo cơ sở tiền hiện nay chỉ được sử dụng để lập báo cáo lưu chuyển tiền tệ. Kế toán theo cơ sở tiền có một ưu điểm nổi bật là tính khách quan cao khi trình bày thông tin trong BCTC. Tiền thu vào và chi ra là những hoạt động “hữu hình”, số tiền và ngày thu, chi tiền được xác định chính xác, cụ thể không phụ thuộc vào ý muốn chủ quan của nhà quản trị DN.

Việc áp dụng các phương pháp kế toán dồn tích và cơ sở tiền mặt này đã tạo cho nhà quản trị có cơ hội thực hiện HVQTL của mình thông qua các giao dịch không bằng tiền mặt nhằm đạt được mục tiêu mong muốn. Theo chuẩn mực kế toán quy định, đối với bảng kết quả kinh doanh phải áp dụng phương pháp kế toán dồn tích, còn kế toán cơ sở tiền được áp dụng cho bảng báo cáo lưu chuyển tiền tệ theo phương pháp trực tiếp dựa trên cơ sở thực thu - thực chi nên nhà quản trị sẽ không thực hiện được HVQTL vì không điều

chỉnh các hoạt động giao dịch. Chính vì vậy, giữa các bảng báo cáo này sẽ tạo ra sự chênh lệch về lợi nhuận trên bảng báo cáo kết quả kinh doanh và dòng tiền trên bảng lưu chuyển tiền tệ tạo nên biến kế toán gọi là biến dồn tích, được tính bằng công thức:

$$\begin{aligned} & \text{Tổng dồn tích} \\ & = \text{lợi nhuận sau thuế} \\ & - \text{Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh} \end{aligned}$$

Từ đó suy ra:

$$\begin{aligned} & \text{Lợi nhuận sau thuế} \\ & = \text{biến kế toán dồn tích} \\ & + \text{Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh} \end{aligned}$$

Biến kế toán dồn tích (TA) = Biến kế toán dồn tích có thể điều chỉnh được (DA) + Biến kế toán dồn tích không thể điều chỉnh được (NDA)

Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh trên báo cáo lưu chuyển tiền tệ được lập theo cơ sở tiền nên không thể điều chỉnh được, nên muốn điều chỉnh lợi nhuận các nhà quản trị phải điều chỉnh các biến kế toán dồn tích. Theo các nhà nghiên cứu, các biến kế toán dồn tích (Accruals) gồm 2 phần: phần không thể điều chỉnh (NDA) và phần có thể điều chỉnh từ nhà quản trị (DA). Biến NDA phản ánh tình hình kinh doanh cụ thể của công ty nên không bị ảnh hưởng bởi nhà quản lý nên không thể điều chỉnh, biến DA là biến mà các nhà quản lý có thể điều chỉnh thông qua việc lựa chọn chính sách kế toán, tác động vào nghiệp vụ kinh tế phát sinh.

Để đo lường phần biến DA, tác giả sử dụng mô hình nhận diện HVQTL của Dechow, Sloan and Sweeney (1995) đã cải tiến mô hình của mô hình Modiferd Jones để đo lường:

$$\begin{aligned} \frac{NDA_{it}}{A_{it-1}} = & \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) \\ & + \alpha_2 \left(\frac{(\Delta REV_{it} - \Delta AR_{it})}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon \end{aligned}$$

Trong đó:

TA_{it} là biến kế toán dồn tích công ty *i* năm *t*; *DA_{it}* là biến dồn tích có điều chỉnh của công ty *i* năm *t*; *NDA_{it}* là biến dồn tích không của công ty *i* năm *t*; *A_{it-1}* là tổng tài sản công ty *i* năm *t-1*; *ΔREV* là biến động doanh thu thuần công ty *i* năm *t* so với

doanh thu thuần kỳ $t-1$; ΔAR là biến động của trong nợ phải thu công ty i năm t so với năm $t-1$; PPE_t là nguyên giá tài sản cố định hữu hình, nguyên giá tài sản cố định thuê tài chính, nguyên giá bất động sản đầu tư, chi phí xây dựng cơ bản dở dang cuối kỳ t ; $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ là các tham số của từng công ty; t là kỳ t cần nghiên cứu hành động điều chỉnh lợi nhuận; i là công ty i cần nghiên cứu hành động điều chỉnh lợi nhuận.

Vậy, biến DA được đo lường theo phương trình sau:

$$DA_{it} = TA_{it} - NDA_{it}$$

Chia cả 2 vế phương trình cho A_{it-1} , ta có:

$$\frac{DA_{it}}{A_{it-1}} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \frac{NDA_{it}}{A_{it-1}} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) - \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta AR_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{it-1}} \right)$$

4.2. Xây dựng mô hình nghiên cứu xác định các yếu tố tác động đến HVQTL của các công ty niêm yết

Từ các giả thuyết được đưa ra ở mục 3.1, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến HVQTL:

$$EM = \beta_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \beta_3 ROE + \beta_4 LEV + \beta_5 BGD + \beta_6 AUD + \varepsilon$$

Trong đó:

EM là hành vi quản trị lợi nhuận; β_0 là hệ số

chặn; SIZE, ROA, ROE, LEV, BGD, AUD là biến phụ thuộc; $\beta_1 \rightarrow \beta_6$ là hệ số ước lượng của mô hình; ε là sai số ngẫu nhiên.

5. Kết luận

Với mục tiêu nghiên cứu khám phá và xác định các nhân tố ảnh hưởng đến HVQTL của DN đang niêm yết đưa ra các hàm ý cho những các nhà đầu tư. Nghiên cứu đã đưa xây dựng mô hình nghiên cứu được đề xuất có 7 nhân tố với 6 giả thuyết, trong đó các biến độc lập bao gồm: Quy mô công ty (SIZE), Khả năng sinh lời (ROA); Tỷ lệ sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE); Đòn bẩy tài chính (LEV); Sở hữu của ban giám đốc (BGD); Chất lượng kiểm toán (AUD).

Từ mô hình đã được xây dựng trong nghiên cứu trên, nhà đầu tư áp dụng mô hình này để tiến hành khảo sát và đo lường HVQTL của các DN, xác định được các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp HVQTL của các công ty niêm yết và từ đó đưa ra các quyết định đầu tư hợp lý.

Hướng nghiên cứu trong tương lai: Trong bài nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến HVQTL của các DN niêm yết. Ở nghiên cứu sau, tác giả sẽ áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để phân tích và xác định sự tác động của yếu tố này đến HVQTL của các công ty niêm yết ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Aziatul, W. Ghazali (ab), Nur, A. S and Zuraidah, M. S (2015). Earnings Management: An Analysis of Opportunistic Behaviour, Monitoring Mechanism and Financial Distress. *Procedia Economics and Finance*, 28, 190-201.
2. Dade, N, Linda, H. (2015). Analysis of Factors Affecting the Motivation of Earnings Management in Manufacturing Listed in Indonesia Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(3), 100-107.
3. Dechow, Patricia, Richard Sloan, and Amy P. Sweeney. (1995). Detecting earnings management. *The Accounting Review*, 70(2-April), 193-225.
4. Elton, E, and M, Gruber. (2000). *Modern portfolio theory and investment analysis*. New York: John Wiley and Sons.
5. Jones, J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193-228.
6. Kim, JS, and WC, Hamner. (1976). Effect of performance feedback and goal setting on productivity and satisfaction in an organizational setting. *Journal of Applied Psychology*, 61, 45-57.

7. Lei, K. (2006). *Earnings Management and Corporate Governance in the UK: The Role of the Board of Directors and Audit Committee*. Master's Theses, Department of Finance & Accounting National University Of Singapore.
8. Levit Jr, A (1998). The number game. *The CPA Journal, December*, 15-19.
9. Nguyễn Đỗ Quyên và Trần Đức Hoàng (2017). Hành vi quản trị lợi nhuận và hiệu quả hoạt động của các DN niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế đối ngoại*, 99, 1-18.
10. Trisnawati, R., Sasongko, N., & Fauzi, I. (2015). The Effect Of Information Asymmetry, Firm Size, Leverage, Profitability And Employee Stock Ownership On Earnings Management With Accrual Model. *International Journal of Business, Economics and Law*, 8(2), 21-30.
11. Wiyadi dan Prasnowo (2011). Earning Management Practices in Companies Listed in Jakarta Islamic Index Indonesian Stock Exchange. PROCEEDINGS, *Malaysia-Indonesia International Conference in Economics, Management and Accounting (MIICEMA)*, October 13th-14th, (pp. 1255-1271). Bengkulu, Indonesia.

Ngày nhận bài: 9/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ THỊ NGÀ

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

**BUILDING A MODEL FOR DETERMINING
FACTORS AFFECTING THE EARNINGS MANAGEMENT
BEHAVIOR OF LISTED COMPANIES
ON VIETNAM'S STOCK MARKET**

● Master. **LE THI NGA**
Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

Earnings management in accounting is the use of accounting estimates and choosing accounting policies to adjust profits to manipulate earnings. It distorts the actual financial position of the company and deceives investors about the company's performance. By reviewing previous studies and analyzing theories, this paper identifies the factors affecting the earnings management of listed companies in Vietnam's stock market. There are some factors affecting the earnings management of listed companies including (i) Company size (Size); (ii) Return on Assets (ROA), (iii) Return on Equity (ROE); (iv) Financial leverage of the company (LEV), (v) Share ratio of the Board of Directors (BGD), and (vi) Audit Quality (AUD).

Keywords: income smoothing, earnings management, financial statements, stock market.

NGHIÊN CỨU NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC LỰA CHỌN CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CỦA DOANH NGHIỆP CHẾ BIẾN GỖ VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

● NGUYỄN TRỌNG PHƯƠNG - NGUYỄN KHẢ ĐỒNG

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn chính sách kế toán của các doanh nghiệp (DN) chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự tác động các nhân tố chính và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó đến sự lựa chọn chính sách kế toán của doanh nghiệp ngành Công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ bao gồm: Thuế, Tính trung thực hợp lý báo cáo tài chính, Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong, Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài doanh nghiệp. Trong các nhân tố trên, Thuế có tác động mạnh nhất đến việc lựa chọn chính sách kế toán của các doanh nghiệp sản xuất ngành Công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ. Từ kết quả nghiên cứu này, tác giả đưa ra các gợi ý về lựa chọn chính sách kế toán cho các doanh nghiệp ngành Công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ.

Từ khóa: chính sách kế toán, lựa chọn chính sách kế toán, doanh nghiệp chế biến gỗ, vùng Đông Nam bộ.

1. Đặt vấn đề

Chính sách kế toán (CSKT) và lựa chọn chính sách kế toán (LCCSKT) là một trong những nhiệm vụ quan trọng của nhân viên kế toán. Một DN LCCSKT phù hợp góp phần quan trọng vào việc phản ánh mức độ trung thực và hợp lý của thông tin trên báo cáo tài chính (BCTC). Chính vì thế, việc lựa chọn các CSKT là việc cấp thiết mang tính sống còn của DN và cũng là vấn đề được các nhà quản trị DN quan tâm.

Vấn đề đặt ra là những yếu tố nào sẽ có ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng như thế nào đến sự

LCCSKT? Trả lời được cho câu hỏi này sẽ giúp nhà quản trị DN xác định được tầm ảnh hưởng của các nhân tố để sự LCCSKT hiệu quả nhất.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Chính sách kế toán

Theo Chuẩn mực kế toán quốc tế số 8 (IAS 8) và Chuẩn mực kế toán Việt Nam số 29 (VAS 29, 2005) được tổng hợp các nội dung có liên quan trong Hệ thống chuẩn mực kế toán Việt Nam, Trần Đình Khôi Nguyên (2012) cho rằng, CSKT bao gồm 3 phần cơ bản: Thứ nhất, CSKT là những nguyên tắc chung mà tất cả các DN phải áp dụng;

Thứ hai, CSKT là những lựa chọn về phương pháp kế toán trong khuôn khổ phạm vi từng chuẩn mực cho phép, tùy thuộc vào đặc điểm của giao dịch, điều kiện và khả năng vận dụng của từng DN; Thứ ba, CSKT là những phương pháp mà DN tự xây dựng và phát triển do bản thân chuẩn mực không thể bao quát hết mọi vấn đề trong thực tiễn.

2.2. Đặc điểm của ngành Chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ

Mỗi một ngành sản xuất đều có những đặc điểm riêng để phát triển, ngành Chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ đã phát triển từ rất lâu đời và hình thành những làng nghề truyền thống. Hệ thống sản phẩm gỗ đa dạng, phong phú phục vụ nhu cầu tiêu dùng của công chúng ở thị trường trong nước và xuất khẩu. Ngành Chế biến gỗ sử dụng nhiều lao động có trình độ khác nhau và có thể tận dụng lao động lúc nông nhàn để nâng cao hiệu quả sử dụng nhân lực, cũng như tăng thu nhập cho lao động nông thôn. Hiện nay, việc áp dụng công nghệ cao vào sản xuất chế biến gỗ chưa nhiều, đa số ngành Sản xuất gỗ thường sử dụng lao động thủ công thô sơ nên rất thuận lợi cho việc đầu tư phát triển với qui mô DN nhỏ và vừa, phù hợp với từng vùng, từng cụm dân cư trong xã hội.

Từ những đặc điểm trên, ngành Công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ thể hiện được qua vai trò như: cung ứng sản phẩm tiêu dùng thiết yếu rộng rãi trên thị trường, góp phần phát triển ngành Công nghiệp và phát triển kinh tế, tạo nhiều việc làm và nâng cao thu nhập cho người lao động, xuất khẩu tạo nguồn ngoại tệ quốc gia, đóng góp vào nguồn thu cho Ngân sách nhà nước.

2.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở thừa kế các nghiên cứu trong và ngoài nước, đặc biệt là nghiên cứu của Szilveszter Fekete và cộng sự (2010) phù hợp các điều kiện của các DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ, đồng thời kết hợp lý thuyết về thống kê, nhóm nghiên cứu rút ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự LCCSKT trong DN bao gồm như Hình 1.

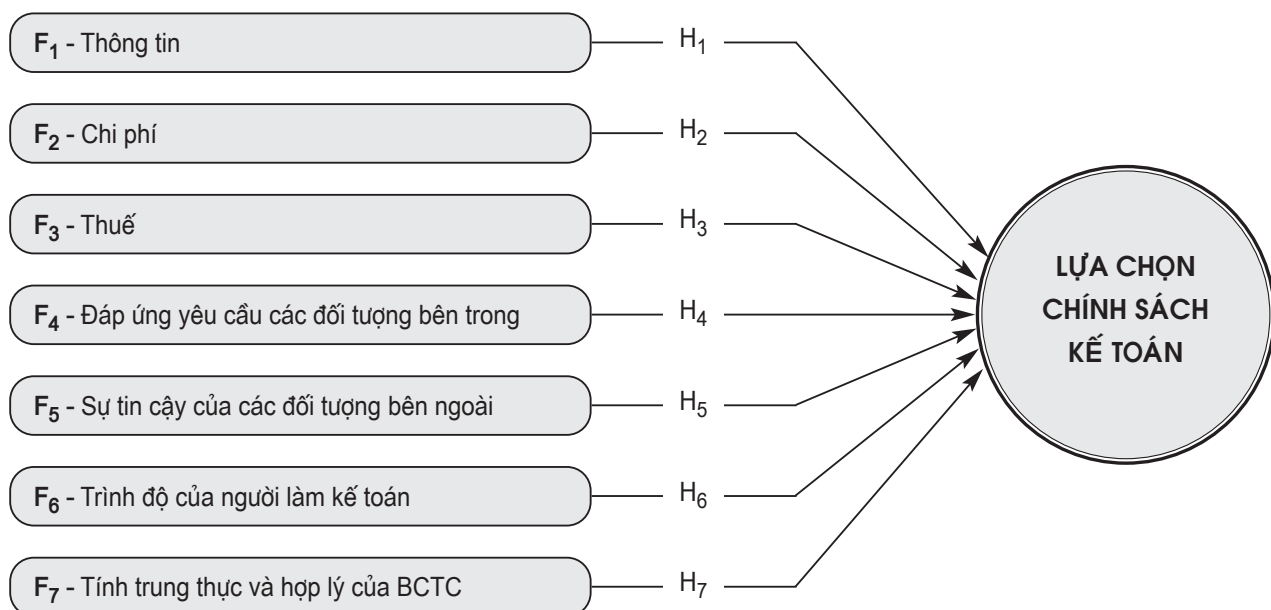
Với mô hình nghiên cứu trên, tác giả thực hiện kiểm định các giả thuyết như sau:

Giả thuyết H₁: Nhóm nhân tố Thông tin biến thiên cùng chiều với sự LCCSKT của các DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ.

Giả thuyết H₂: Nhóm nhân tố Chi phí biến thiên cùng chiều với sự LCCSKT của DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ.

Giả thuyết H₃: Nhóm nhân tố Thuế biến thiên

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



cùng chiều với sự LCCSKT của các DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ.

Giả thuyết H₄: Nhóm nhân tố Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong biến thiên cùng chiều với sự LCCSKT của các DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ.

Giả thuyết H₅: Nhóm nhân tố Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài DN biến thiên cùng chiều với sự LCCSKT của các DN ngành Công nghiệp chế biến gỗ có quy mô nhỏ và vừa vùng Đông Nam bộ.

Giả thuyết H₆: Nhóm nhân tố trình độ của người làm kế toán biến thiên cùng chiều với sự LCCSKT của các DN chế biến gỗ có quy mô nhỏ và vừa DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ.

Giả thuyết H₇: Nhóm nhân tố Tính trung thực và hợp lý BCTC biến thiên cùng chiều với sự LCCSKT của các DN ngành Chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ.

Từ giả thuyết trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu:

$$\begin{aligned} \text{LCCSKT} = & \beta_0 + \beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 \\ & + \beta_3 F_3 + \beta_4 F_4 + \beta_5 F_5 \\ & + \beta_6 F_6 + \beta_7 F_7 + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (1)$$

2.4. Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên kết quả công trình nghiên cứu của Szilveszter Fekete và cộng sự (2010), tác giả kế thừa 25 biến đo lường (biến quan sát) các nhân tố ảnh hưởng đến sự LCCSKT của DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ chia thành 6 nhóm nhân tố, gồm: Thông tin (5 quan sát); Chi phí (4 quan sát); Thuế (4 quan sát); Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong (4 quan sát); Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài (3 quan sát); Trình độ của người làm kế toán (4 quan sát); Tính trung thực BCTC (1 quan sát) và biến phụ thuộc là sự LCCSKT (3 quan sát).

Bài viết sử dụng phương pháp hồi quy bội để xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến LCCSKT trong DN. Kết quả phân tích cũng phụ thuộc vào số lượng mẫu, do đó để phù hợp với phân tích khám phá có số biến quan sát là 25 biến, chúng ta

phải cần có số mẫu tối thiểu là $25 * 5 = 125$ mẫu. Do đó, tác giả đã gửi 205 bảng câu hỏi đến nhân viên kế toán ở các DN chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ và nhóm nghiên cứu nhận về 182 bảng khảo sát hợp lệ và cũng đảm bảo số lượng mẫu tối thiểu để phục vụ cho việc phân tích các nhân tố,...

4. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

4.1. Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbachs Alpha các nhân tố

Tác giả tiến hành đánh giá thang đo các nhân tố là biến độc lập, gồm: Thông tin; Chi phí; Thuế; Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong; Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài DN; Sự LCCSKT (biến phụ thuộc) đều có hệ số Cronbachs Alpha > 0,6, đồng thời các biến quan sát đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Như vậy, các thang đo này đạt yêu cầu về độ tin cậy. Riêng thang đo nhóm nhân tố Tính trung thực và hợp lý BCTC do thang đo chỉ có 1 biến quan sát nên không kiểm định Cronbach's alpha.

Sau khi tiến hành xử lý độ tin cậy của các thang đo, tác giả có được 6 thang đo dùng để đo lường các khía cạnh liên quan đến sự LCCSKT và 1 thang đo là biến phụ thuộc.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Trước khi tiến hành phân tích nhân tố, cần xem xét liệu dữ liệu có phù hợp với phương pháp phân tích nhân tố hay không bằng cách thực hiện phép kiểm định Barlett. Mục đích của kiểm định này là kiểm tra giả thuyết H₀: các biến không có tương quan với nhau trong tổng thể, nếu giả thuyết H₀ không bị bác bỏ thì phân tích nhân tố có khả năng sẽ không phù hợp để tiến hành phân tích dữ liệu.

• Phân tích nhân tố cho các biến độc lập

Sử dụng phương pháp trích rút những thành phần chính (Principal Components), cùng với việc thực hiện phép quay Varimax để đơn giản hóa việc giải thích các biến lẫn nhân tố. Kết quả của kiểm định Barlett thu được kết quả có ý nghĩa (Sig. = 0,000) cho phép chúng ta bác bỏ giả thuyết (H₀) các biến không có tương quan với nhau trong tổng thể và chỉ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) = 0,782 > 0,5; như vậy chúng ta có thể sử dụng

phương pháp phân tích nhân tố để phân tích dữ liệu. Từ kết quả phân tích nhân tố - phương sai trích Total Variance Explained, với 6 nhóm nhân tố được rút ra có khả năng giải thích được 82,13% mức độ biến thiên của dữ liệu, vượt ngưỡng chấp nhận được để hình thành nhân tố mới (50%). Do vậy, tác giả tiến hành gom các biến theo từng nhân tố được tiến hành bằng: nếu hệ số tải nhân tố (factor loading) của các thuộc tính lớn nhất ở nhân tố nào và thỏa mãn thêm điều kiện > 0,4 thì sẽ thuộc về nhân tố đó. Như vậy, các biến nếu hệ số tải lớn nhất trong hàng < 0,4 sẽ bị loại, vì nó không có ý nghĩa đo lường cho một nhân tố nào.

● *EFA cho thang đo biến phụ thuộc: LCCSKT*

Thang đo Sự LCCSKT gồm 3 biến quan sát. Sau khi đạt độ tin cậy khi kiểm tra bằng Cronbachs alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để kiểm định lại mức độ hội tụ của các biến quan sát. Kiểm định KMO và Bartlett's trong phân tích nhân tố cho thấy hệ số KMO bằng 0,735 (> 0,5) với mức ý nghĩa sig = 000, cho thấy phân tích nhân tố EFA là thích hợp. Với phương pháp rút trích Principal Components và phép quay Varimax, phân tích nhân tố đã trích được duy nhất 1 nhân tố từ 3 biến quan sát với phương sai trích lượt là 81,25% (> 50%) đạt yêu cầu.

Như vậy, theo phân tích nhân tố khám phá EFA phần trên, các biến của các nhân tố không có sự thay đổi, mô hình các nhân tố ban đầu vẫn được giữ nguyên. Cụ thể như sau: *F1 - Chi phí, F2 - Thuế, F3 - Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong, F4 - Thông tin, F5 - Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài, F6 - Tính trung thực và hợp lý BCTC, và 1 nhân tố phụ thuộc Lựa chọn chính sách kế toán (LCCSKT).*

4.3. Kết quả phân tích hồi quy

4.3.1. Phân tích tương quan

Từ số liệu phân tích cho thấy, các biến độc lập (F2, F3, F4, F5) có tương quan với biến phụ thuộc (LCCSKT). Biến phụ thuộc LCCSKT có tương quan mạnh nhất với biến độc lập F3 (hệ số Pearson = 0,430).

4.3.2. Kiểm định mô hình hồi quy bội

Theo kết quả phân tích, trị thống kê F của mô hình bằng 24.551 với mức ý nghĩa quan sát rất nhỏ (sig = 0.000) nên có thể khẳng định tồn tại mô hình hay tồn tại mối quan hệ giữa biến LCCSKT với các biến độc lập khác trên tổng thể.

Một số kết quả phân tích tiếp theo: Đại lượng thống kê Durbin – Watson (d) = 2,078 > 1 nên mô hình không có hiện tượng tự tương quan; R² hiệu chỉnh = 0,372, nghĩa là phương trình hồi quy tuyến tính bội được xây dựng phù hợp với tập dữ liệu là 37,2%; Hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance Inflation Factor) nhỏ hơn 5 cho thấy các biến độc lập này không có quan hệ chặt chẽ với nhau nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Do đó, mối quan hệ giữa các biến độc lập không ảnh hưởng đáng kể đến kết quả giải thích của mô hình này.

Như vậy, phân tích hồi quy tuyến tính bội là phù hợp và có thể sử dụng để kiểm định mô hình đề xuất:

LCCSKT =	<p>0.1227 + 0.132 * Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong</p> <p>+ 0.226 * Thuế</p> <p>+ 0.186 * Tính trung thực và hợp lý BCTC</p> <p>+ 0.165 * Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài DN</p>
-----------------	--

Kết quả cuối cùng tác giả chọn được mô hình có 4 nhân tố tác động đến LCCSKT có quan hệ thuận chiều với các biến độc lập, như: (1) Thuế; (2) Tính trung thực và hợp lý BCTC; (3) Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài DN; (4) Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong, được thảo luận cùng với thực trạng hiện nay như sau:

Nhân tố Thuế có quan hệ thuận chiều (hệ số Beta mang dấu +) với LCCSKT, thể hiện qua hệ số hồi quy riêng $\hat{a} = 0.226$ với độ tin cậy 95%. Tức là, khi yếu tố Thuế tăng lên 1 đơn vị LCCSKT tăng tương ứng là 0.226 đơn vị trong điều kiện các yếu tố khác không đổi.

Nhân tố Tính trung thực và hợp lý BCTC: có quan hệ thuận chiều (hệ số Beta mang dấu +) với LCCSKT, thể hiện qua hệ số hồi quy riêng $\beta = 0.186$ với độ tin cậy 95%. Tức là, khi yếu tố Trung thực và hợp lý tăng lên 1 đơn vị, thì LCCSKT tăng tương ứng là 0.186 đơn vị trong điều kiện các yếu tố khác không đổi.

Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài DN: có quan hệ thuận chiều (hệ số Beta mang dấu +) với LCCSKT, thể hiện qua hệ số hồi quy riêng $\beta = 0.165$ với độ tin cậy 95%. Tức là, khi yếu tố bên ngoài tăng lên 1 đơn vị, LCCSKT tăng tương ứng là 0.165 đơn vị trong điều kiện các yếu tố khác không đổi.

Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong: có quan hệ thuận chiều (hệ số Beta mang dấu +) với LCCSKT, thể hiện qua hệ số hồi quy riêng $\beta = 0.123$ với độ tin cậy 95%. Tức là, khi yếu tố Hình ảnh bên trong tăng lên 1 đơn vị, LCCSKT sẽ tăng tương ứng là 0.123 đơn vị trong điều kiện các yếu tố khác không đổi.

5. Kết luận

Qua phân tích nhân tố, phân tích hồi quy đa biến chúng ta đã nhận diện được các nhân tố chính và mức độ ảnh hưởng của chúng đến sự LCCSKT của DN ngành Chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ, các yếu tố bao gồm: Thuế; Tính trung thực hợp lý

BCTC; Đáp ứng yêu cầu các đối tượng bên trong; Sự tin cậy của các đối tượng bên ngoài DN. Trong đó, nhân tố Thuế có tác động mạnh nhất đến việc LCCSKT của các DN sản xuất ngành Công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ. Đồng thời, dựa trên các kết quả phân tích, một số gợi ý về LCCSKT cho các DN ngành Công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ được đề xuất như sau:

(1) Cơ quan thuế cần đưa ra các chính sách thuế tiệm cận với chuẩn mực và chế độ kế toán để hạn chế ảnh hưởng và chi phối đến việc ghi chép và lập BCTC của DN;

(2) Đối tượng sử dụng thông tin trên BCTC cần yêu cầu các DN phải cung cấp BCTC mà DN nộp cho cơ quan thuế nhằm hạn chế tình trạng DN sửa đổi CSKT làm sai lệch thông tin BCTC. Cần chú trọng tham khảo thêm nhiều nguồn thông tin khác ngoài BCTC của DN trong quá trình thẩm định tín dụng, quyết định đầu tư, quyết định khen thưởng;

(3) Cần chú trọng đưa ra giải pháp để nâng cao năng lực chuyên môn, kỹ năng làm việc cho các nhân viên kế toán trong các DN ngành Công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam bộ, giúp cho DN có thể LCCSKT hiệu quả và đáp ứng được yêu cầu trình bày trung thực hợp lý trên BCTC ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cătălin Nicolae Albu and Nadia Albu, Szilveszter Fekete, (2010). The context of the possible IFRS for SMEs implementation in Romania, An exploratory Study. *Accounting and Management Information Systems*, 9(1), 45-71.
2. Cathy J. McCall, (2007). *Evidence on the Determinants of Accounting Procedure Choice by Regulated Firms. Thesis for the degree Doctor of Business Administration.* Cleveland State University, UMI Dissertations Publishing.
3. Christos Tzovas, (2006). Factors influencing a firms accounting policy decisions when tax accounting and financial accounting coincide. *Managerial Auditing Journal*, 21(4), 372-386.
4. Colin.R. Dey et al, (2007). Determinants of Accounting Choices in Egypt. *The Journal of Applied Accounting Research*, 8, 48-92.

5. Cudia et al, (2008). Factors that influence small and medium enterprises in Metro Manila to choose between accrual and cash accounting. *Journal of International Business Research*, 7(1), 1-15.
6. Dang Duc Son et al, (2006). Users perceptions and uses of financial reports of small and medium companies in transitional economies - Qualitative evidence from Vietnam. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 3(3), 218-235.

Ngày nhận bài: 2/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/8/2021

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN TRỌNG PHƯƠNG

2. NGUYỄN KHẢ ĐỒNG

Khoa Kế toán - Tài chính Ngân hàng

Trường Cao đẳng Công Thương TP. Hồ Chí Minh

FACTORS AFFECTING THE CHOICE OF ACCOUNTING POLICY OF WOOD PROCESSING ENTERPRISES IN THE SOUTHEAST OF VIETNAM

● **NGUYEN TRONG PHUONG¹**

● **NGUYEN KHA DONG¹**

¹ Faculty of Accounting - Finance and Banking
Ho Chi Minh City College of Industry and Trade

ABSTRACT:

This study examines the factors affecting the choice of accounting policy of wood processing enterprises in the Southeast of Vietnam. The study finds out that the choice of accounting policy of wood processing enterprises are impacted by some major factors, including tax, truthfulness and reasonableness of financial statements, meeting the requirements of internal stakeholders, reliability of external parties. In which, the tax factor has the strongest impact on the choice of accounting policy of wood processing enterprises in the Southeast of Vietnam. Based on the study's results, some suggestions about the choice of accounting policy of wood processing enterprises in the Southeast of Vietnam are made.

Keywords: accounting policy, choice of accounting policy, wood processing enterprise, the Southeast of Vietnam.

TẦM QUAN TRỌNG CỦA VIỆC ÁP DỤNG CHUẨN MỤC KẾ TOÁN CÔNG QUỐC TẾ (IPSAS)

● LÊ VŨ PHƯƠNG THẢO

TÓM TẮT:

Bài báo này nhằm mục đích làm rõ khái niệm Chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSAS), so sánh với Chuẩn mực kế toán quốc tế (IAS) và Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (IFRS), tầm quan trọng của việc áp dụng Chuẩn mực này thông qua phân tích các nghiên cứu vận dụng IPSAS và các kế hoạch cải cách nhằm tuân thủ các chuẩn mực này trong tương lai.

Từ khóa: Chuẩn mực kế toán quốc tế, trách nhiệm giải trình.

1. Đặt vấn đề

Trước sự phát triển và phức tạp của các hoạt động chính phủ, nhiều quốc gia trên thế giới đã phát sinh khó khăn trong việc giải thích và sử dụng báo cáo tài chính cho mục đích so sánh do các nguyên tắc, phương pháp và tài khoản khác nhau của hệ thống kế toán chính phủ. Liên đoàn Kế toán quốc tế (IFAC) nhận thấy sự cần thiết của một khuôn khổ kế toán toàn cầu thống nhất trong khu vực công. Thông qua việc ban hành các tiêu chuẩn quốc tế về cơ bản làm rõ các điều khoản ghi nhận, đo lường, hiển thị và công bố thông tin liên quan đến các giao dịch và dữ kiện trong báo cáo tài chính được lập cho mục đích chung trong các tổ chức của khu vực công trên thế giới.

Nói cách khác, trên thực tế, cần có một khuôn khổ các chuẩn mực kế toán nhằm cung cấp các

hướng dẫn để xử lý hợp lý hơn là các quy tắc, kỹ thuật kế toán linh hoạt và để đảm bảo tính trung thực của báo cáo tài chính, sự cam đoan cũng như đánh giá tính hợp lệ, độ tin cậy, có thể hiểu và so sánh được đối với các thông tin cung cấp. Do đó, hầu hết các quốc gia trên thế giới đã tiến hành cải cách triệt để nhằm tăng cường hiệu quả cho hệ thống kế toán của họ, nhằm đáp ứng mong muốn của công chúng về dịch vụ công có chất lượng cao hơn với niềm tin rằng việc cải cách các đơn vị khu vực công bắt đầu từ phát triển hệ thống kế toán thông qua áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế thống nhất. Vì vậy, tiêu chuẩn IPSAS có thể được coi là nền tảng để đạt được hiệu quả và phát triển bền vững với ít nỗ lực và chi phí nguồn lực nhất.

IPSAS là một bộ chuẩn mực kế toán do Ủy ban Chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSASB) ban

hành để sử dụng bởi các đơn vị thuộc khu vực công trên thế giới trong việc lập báo cáo tài chính, các chuẩn mực này dựa trên IFRS do Hội đồng Chuẩn mực kế toán quốc tế (IASB) ban hành.

IPSAS là một hệ thống những quy định và hướng dẫn về những nguyên tắc, nội dung, phương pháp và thủ tục kế toán cơ bản, chung nhất và đầy đủ, làm cơ sở ghi chép kế toán và lập báo cáo tài chính nhằm đạt được sự đánh giá trung thực, hợp lý, khách quan về thực trạng tài chính và kết quả hoạt động của các đơn vị kế toán trong lĩnh vực công.

2. Nội dung

2.1. Sự ra đời và khái niệm của IPSAS

Chuẩn mực kế toán công được xây dựng và áp dụng ở các quốc gia có nền kinh tế hội nhập, là một nhu cầu tất yếu khách quan. Hệ thống chuẩn mực kế toán có thể được trình bày dưới các hình thức văn bản khác nhau, có thể là theo từng chuẩn mực riêng rẽ hoặc trình bày, quy định trong hệ thống kế toán chung, tùy theo đặc điểm của mỗi quốc gia.

IPSASB thuộc Liên đoàn Kế toán quốc tế đã soạn thảo các chuẩn mực kế toán cho các đơn vị thuộc lĩnh vực công hay còn gọi là chuẩn mực kế toán công quốc tế. IPSASB ban hành các chuẩn mực kế toán công quốc tế, trong đó đề cập đến việc báo cáo tài chính trên cơ sở kế toán dồn tích và cơ sở kế toán tiền mặt.

Sáng kiến Chuẩn mực kế toán công quốc tế bắt đầu vào năm 1996 khi IFAC thành lập Hội đồng khu vực công (sau đó được đổi tên thành Hội đồng Chuẩn mực kế toán công quốc tế - IPSASB) để phát triển các tiêu chuẩn kế toán khu vực công quốc tế trong việc chuẩn bị chung - Báo cáo tài chính khu vực công trên toàn thế giới dựa trên quy trình của IASB, sáng kiến này được hỗ trợ bởi Quỹ tiền tệ quốc tế, Ngân hàng Thế giới và Liên Hợp quốc. Có hai giai đoạn trong quá trình xây dựng chuẩn mực, giai đoạn đầu tiên là từ năm 1996-2002, trong đó 20 chuẩn mực kế toán quốc tế đã được ban hành thông qua việc áp dụng và điều chỉnh IAS. Giai đoạn thứ hai, bắt đầu từ năm 2003 và cho đến nay, đã có một loạt các tiêu chuẩn được ban hành thông qua việc tiếp tục điều chỉnh

các tiêu chuẩn IAS cũng như IFRS, ngoài việc tập trung vào các vấn đề cụ thể trong khu vực công.

Chuẩn mực kế toán là các quy tắc lập báo cáo tài chính. Chúng là các nguyên tắc kế toán được chấp nhận chung nhằm xác định loại thông tin cần có trong báo cáo tài chính, cách thức lập, xác định các thông lệ kế toán được chấp nhận và không được chấp nhận (Gernon & Meek, 2001).

IPSAS đo lường, hiển thị và công bố thông tin đề cập đến các hoạt động, sự kiện trong báo cáo tài chính có liên quan đến mục đích chung. Đây cũng có thể được coi là hướng dẫn chung dẫn đến việc hợp lý hóa và điều tiết công tác kế toán trong các đơn vị chính phủ (Minh, 2014).

Như vậy, IPSAS là một tập hợp các quy tắc thực tế và một loạt các nguyên tắc được chấp nhận chung đại diện cho sự đồng thuận của các chuyên gia, cơ quan cùng tổ chức nghề nghiệp chuyên ngành kế toán, thống nhất các thông lệ kế toán trên toàn cầu bằng cách hướng dẫn công việc của kế toán viên, bộ phận xử lý, trình bày và công bố đầy đủ nhằm nâng cao chất lượng báo cáo tài chính của chính phủ.

2.2. Cơ chế ban hành IPSAS

IFAC chịu trách nhiệm về việc ban hành các tiêu chuẩn này bằng cách giao quyền cho IPSASB. IPSASB thông qua việc ban hành chính thức các chuẩn mực này với sự tham vấn của nhóm tư vấn và nhận phản hồi từ các cơ quan thành viên IFAC, các kiểm toán viên và những người lập báo cáo tài chính. Đến nay, 42 chuẩn mực kế toán đã được ban hành trên cơ sở dồn tích và một chuẩn mực trên cơ sở tiền mặt (IFAC, 2019).

Việc phát hành IPSAS phụ thuộc nhiều vào sự thích ứng của IAS và IFRS, cũng như một số vấn đề của khu vực công, vì vậy, IFAC nhấn mạnh rằng "Khung khái niệm IASB về Báo cáo tài chính" là một tài liệu tham khảo thích hợp cho người sử dụng IPSAS. Vì lý do này, tác giả đã xem xét IPSAS theo các năm phát hành để liên hệ giữa mỗi IPSAS với IAS và IFRS, được điều chỉnh cho phù hợp với loại hoạt động của các đơn vị chính phủ ngoài các chuẩn mực được ban hành cho hoạt động của khu vực công. (Bảng 1)

Bảng 1. IPSAS tương ứng với IAS và IFRS

Năm phát hành	IPSAS	Các tiêu chuẩn tương ứng IAS, IFRS
2000	1 Trình bày Báo cáo Tài chính	IAS 1 Trình bày Báo cáo Tài chính
	2 Báo cáo lưu chuyển tiền tệ	IAS 7 Báo cáo lưu chuyển tiền tệ
	3 Chính sách Kế toán, Thay đổi trong kế toán: Ước tính và sai sót	IAS 8 Chính sách Kế toán, Thay đổi trong kế toán: Ước tính và sai sót
	4 Ảnh hưởng của việc thay đổi tỷ giá hối đoái	IAS 21 Ảnh hưởng của Thay đổi tỷ giá hối đoái
	5 Chi phí đi vay	IAS 23 Chi phí đi vay
	6 Báo cáo tài chính hợp nhất và riêng lẻ	IAS 27 Báo cáo tài chính hợp nhất và riêng lẻ
	7 Đầu tư vào Công ty liên kết	IAS 28 Đầu tư vào Công ty liên kết
	8 Lợi ích trong liên doanh	IAS 31 Lợi ích trong liên doanh
2001	9 Doanh thu từ các giao dịch hối đoái	IAS 18 Doanh thu
	10 Báo cáo tài chính trong các nền kinh tế siêu lạm phát	IAS 29 Báo cáo tài chính trong các nền kinh tế siêu lạm phát
	11 Hợp đồng xây dựng	IAS 11 Hợp đồng xây dựng
	12 Hàng tồn kho	IAS 2 Hàng tồn kho
	13 Hợp đồng thuê	IAS 17 Cho thuê
	14 Sự kiện sau Ngày Báo cáo	IAS 10 Sự kiện Sau Ngày lập Bảng cân đối kế toán
	15 Công cụ tài chính: Tiết lộ và Trình bày	IAS 32 Công cụ tài chính: Tiết lộ và trình bày
	16 Bất động sản đầu tư	IAS 40 Bất động sản đầu tư
2002	17 Tài sản, Nhà máy và Thiết bị.	IAS 16 Bất động sản, Nhà máy và Thiết bị.
	18 Báo cáo bộ phận	IAS 14 Báo cáo bộ phận
	19 Các khoản dự phòng, Nợ phải trả và Tài sản dự phòng	IAS 37 Các khoản dự phòng, Nợ phải trả và Tài sản dự phòng
2004	20 Tiết lộ của Bên liên quan	IAS 24 Tiết lộ của Bên liên quan
	21 Suy giảm tài sản không tạo ra tiền	IAS 36 Suy giảm tài sản
2006	22 Tiết lộ Thông tin Tài chính về Khu vực Chính phủ chung	Không có IAS hoặc IFRS tương ứng, vì chúng là các tiêu chuẩn được ban hành cho hoạt động của khu vực công
	23 Doanh thu từ các giao dịch phi hối đoái (Thuế và chuyển khoản)	
	24 Trình bày thông tin ngân sách trong báo cáo tài chính	
2008	25 Quyền lợi nhân viên	IAS 19 Phúc lợi cho nhân viên
	26 Suy giảm tài sản tạo tiền	IAS 36 Suy giảm tài sản

Năm phát hành	IPSAS	Các tiêu chuẩn tương ứng IAS, IFRS
2009	27 Nông nghiệp	IAS 41 Nông nghiệp
2010	28 Công cụ tài chính: Trình bày	IAS 32 Công cụ tài chính: Trình bày
	29 Công cụ tài chính: Ghi nhận và đo lường	IAS 39 Công cụ tài chính: Ghi nhận và đo lường
	30 Công cụ tài chính: Tiết lộ	IFRS 7 Công cụ tài chính: Tiết lộ
	31 Tài sản vô hình	IAS 38 Tài sản vô hình
2011	32 Thỏa thuận Nhượng quyền Dịch vụ: Bên tài trợ	Giải thích số 12 và 29 đã được thông qua bởi IFRIC
2015	33 Lần đầu tiên áp dụng IPSAS cơ sở dồn tích	Không có IAS hoặc IFRS tương ứng, vì là một tiêu chuẩn phát hành cho hoạt động của khu vực công.
	34 Báo cáo tài chính riêng	IAS 27 Báo cáo tài chính riêng
	35 Báo cáo tài chính hợp nhất	IFRS 10 Báo cáo tài chính hợp nhất
	36 Đầu tư vào Công ty liên kết và Liên doanh	IAS 28 Đầu tư vào các Công ty liên kết và Liên doanh
	37 Thỏa thuận chung	IFRS 11 Các thỏa thuận chung
	38 Tiết lộ lợi ích đối với các tổ chức khác	IFRS 12 Tiết lộ lợi ích của các tổ chức khác
2016	39 Quyền lợi Nhân viên	IAS 19 Phúc lợi cho nhân viên
2017	40 Kết hợp Khu vực Công	IFRS 3 Kết hợp kinh doanh
2018	41 Công cụ tài chính	IFRS 9 Công cụ tài chính
2019	42 Phúc lợi Xã hội	Không có IAS hoặc IFRS tương ứng, vì là một tiêu chuẩn phát hành cho hoạt động của khu vực công

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.3. Tầm quan trọng và lợi ích của việc áp dụng IPSAS

Việc áp dụng một ngôn ngữ kế toán toàn cầu duy nhất cho các báo cáo tài chính sẽ đảm bảo tính phù hợp, hiệu quả, dễ hiểu, đáng tin cậy, kịp thời, khách quan, dễ so sánh, minh bạch và trách nhiệm giải trình, dẫn đến thông tin kế toán được thay đổi về chất lượng và báo cáo sẽ nâng cao độ tin cậy, ủy quyền của thông tin kế toán đối với các nhà đầu tư cùng những người dùng khác trên toàn thế giới (Ahmad & Khan, 2010).

Để hỗ trợ các nước đang phát triển, IPSAS được coi là ý tưởng kế toán chính phủ tốt nhất mà ngành kế toán toàn cầu cung cấp, do đó, IPSAS đã trở thành chuẩn mực được công nhận để đánh giá và cải thiện kế toán chính phủ ở các nước đang

phát triển. Mục tiêu ban đầu của IPSAS là thúc đẩy trách nhiệm giải trình của chính phủ cao hơn ở tất cả các quốc gia, cải thiện chất lượng và độ tin cậy trong kế toán và báo cáo tài chính, hoạt động kinh tế và tài chính tốt hơn, quản lý và kỷ luật tài chính tốt hơn, sự hài hòa quốc tế về các yêu cầu báo cáo.

IPSASB nhằm mục đích hỗ trợ lợi ích công bằng cách xây dựng các chuẩn mực kế toán chất lượng cao cho khu vực công và điều này sẽ cải thiện chất lượng và tiêu chuẩn hóa của báo cáo tài chính trên toàn thế giới, do đó, khả năng so sánh tài chính giữa các quốc gia khác nhau dễ dàng hơn. IPSASB phát triển các tiêu chuẩn này bằng cách tuân theo một quy trình rất có cấu trúc nhằm tạo cơ hội cho tất cả những người quan tâm đến

báo cáo tài chính khu vực công cùng chia sẻ trong việc xây dựng các tiêu chuẩn này.

Tầm quan trọng của việc áp dụng IPSAS ở các nước kém phát triển hơn có thể được giải thích từ một số khía cạnh. Trước hết, các cuộc khủng hoảng tài chính và nợ công hiện nay ở các nước đòi hỏi chính phủ của họ phải báo cáo tài chính tốt hơn và nhu cầu cần quản lý tốt hơn các nguồn lực của khu vực công. Mặt khác, các quyết định quản lý tài chính của chính phủ ảnh hưởng đến công dân của họ. Nâng cao năng lực trong việc ra quyết định của khu vực công có thể được thực hiện bằng cách áp dụng báo cáo tài chính minh bạch và mạnh mẽ, kết quả là làm cho các chính phủ có “giá trị” hơn đối với công dân của họ.

Bằng cách áp dụng IPSAS, sẽ có cái nhìn toàn diện và chính xác hơn về tình hình tài chính của chính phủ, do đó, chính phủ sẽ có thể xác định điểm mạnh và điểm yếu, từ đó xây dựng và thực hiện các chính sách mới có thể giúp ích trong quá trình điều hành. Cải cách kế toán chính phủ ở các nước đang phát triển sẽ có thể thực hiện được nếu nó được liên kết với Chương trình phát triển của Liên Hợp quốc. Một trong những mục tiêu này là xóa đói giảm nghèo, vì vậy đòi hỏi phải có một kế hoạch quản lý công do IPSAS cung cấp tốt nhất.

Tuy nhiên, khi áp dụng vào bất kỳ quốc gia nào, chắc chắn sẽ có một số thách thức cần được kiểm tra và chuẩn bị các yêu cầu cần thiết để vượt qua chúng. Một số thách thức và yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng IPSAS, bao gồm thách thức về công nghệ, thách thức về tổ chức, thách thức về tài chính (Whitefield & Savvas, 2016). Việc áp dụng các chuẩn mực kế toán công quốc tế cũng có ảnh hưởng đối với việc thay đổi chương trình giảng dạy ở các cơ sở giáo dục khác nhau (Agyemang, 2017). Nhiều khía cạnh của việc lãng phí nguồn lực công và sự gia tăng khoảng cách tham nhũng giữa các nước phát triển và đang phát triển cũng là trở ngại không kém (Biraud, 2010).

2.4. Việc vận dụng IPSAS

Kết quả nghiên cứu việc cải cách hệ thống kế toán công và vận dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế tại các quốc gia cho thấy, thực hiện cải cách kế toán công; vận dụng IPSAS bắt nguồn từ

những hạn chế của hệ thống quản lý tài chính, tình trạng tham nhũng ngày càng gia tăng đe dọa tính hợp pháp và thẩm quyền của Chính phủ. Việc cải cách kế toán công giúp minh bạch thông tin tài chính, nâng cao trách nhiệm giải trình và hạn chế sự khác biệt so với thông lệ quốc tế (Chan & Zhang, 2013).

Việc cải cách hệ thống kế toán còn phát sinh do sự thay đổi trong thể chế chính trị, kinh tế và chủ trương hội nhập kinh tế thế giới. Bên cạnh đó, những hạn chế sai sót từ kế toán khu vực công làm cho việc ghi nhận không đầy đủ về tình hình tài chính công, các hoạt động gian lận, chi tiêu lãng phí cũng là một trong những nguyên nhân dẫn đến việc thực hiện cải cách hệ thống kế toán công của quốc gia (Mhaka, 2014).

Các nghiên cứu đều thống nhất rằng, cải cách hệ thống kế toán công theo hướng vận dụng IPSAS nhằm nâng cao trách nhiệm giải trình, tính minh bạch của các báo cáo tài chính Chính phủ (Ijeoma, NB, 2014). IPSAS phù hợp với các tổ chức quốc tế hoặc các nhà viện trợ phát triển, thúc đẩy khả năng so sánh thông tin tài chính trên phạm vi quốc tế, tăng cường sự minh bạch thông tin và trách nhiệm giải trình của Chính phủ cho người dân, cử tri và các đại diện của họ (Gomes, 2013).

Các nhân tố tác động đến quá trình cải cách và vận dụng IPSAS bao gồm: Sự khác biệt về văn hóa, bối cảnh lịch sử, cấu trúc của mỗi quốc gia và sự thống trị của kế toán doanh nghiệp đã ảnh hưởng đáng kể đến quá trình cải cách và vận dụng IPSAS của các quốc gia với nhiều mức độ khác nhau (Christiaens và cộng sự, 2013).

Những khác biệt về ngôn ngữ, thuật ngữ sử dụng trong kế toán, những khó khăn khi chuyển từ kế toán trên cơ sở tiền mặt sang kế toán trên cơ sở dồn tích hoặc thực hiện kế toán dồn tích không đầy đủ, sự gián đoạn trong cải cách khu vực công, cùng với sự hạn chế về trình độ nguồn nhân lực và công nghệ là những nhân tố cản trở việc vận dụng IPSAS tại các quốc gia (Cardoso và cộng sự, 2014). Đối với các nước đang phát triển, vai trò hỗ trợ của cán bộ lãnh đạo cấp cao và nguồn lực tài chính có ý nghĩa quan trọng để thực hiện việc chuyển đổi, vận dụng IPSAS.

Có thể thấy, các nghiên cứu tập trung vào việc đánh giá những lợi ích và thách thức mà các quốc gia phải đối mặt khi thực hiện cải cách hệ thống kế toán công và vận dụng IPSAS. Thông qua phân tích thực nghiệm, một số tác giả đã xây dựng được mô hình những nhân tố ảnh hưởng đến việc cải cách hệ thống kế toán công và việc vận dụng IPSAS, qua đó làm rõ những điều kiện cần thiết để vận dụng IPSAS. Tuy nhiên, các nghiên cứu này được thực hiện tại mỗi quốc gia với hệ thống pháp lý, chính trị, kinh tế và trình độ nguồn nhân lực cũng như nhiều yếu tố đặc thù khác nhau.

Nhìn chung, các nghiên cứu về vận dụng IPSAS cho thấy, mỗi quốc gia đều có những chính sách kế toán riêng biệt. Tuy nhiên, với xu thế hội nhập và phát triển kinh tế - xã hội, việc áp dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế là cần thiết và song song với nó luôn là việc cải cách kế toán khu vực công.

3. Kết luận

Xu hướng toàn cầu hướng tới IPSAS cho thấy số quốc gia sẽ áp dụng IPSAS vào năm 2023 ngày càng tăng lên 107 trong tổng số 148 quốc gia, chiếm 72%. Nó cũng làm tăng số quốc gia sẽ áp dụng cơ sở dồn tích thay vì cơ sở tiền mặt lên 113 quốc gia vào năm 2023, tỷ lệ 76%. Điều này cho thấy kinh nghiệm thành công của một số quốc gia và tầm quan trọng của việc áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế thống nhất và dữ liệu kết quả đáp ứng nhu cầu của người dùng và bắt kịp với sự phát triển và tiêu chuẩn hóa ở cấp độ toàn cầu.

IPSAS chủ yếu được phát triển để các nước đang phát triển áp dụng với một số mục tiêu cần đạt được bao gồm thúc đẩy sự nhanh chóng hơn của chính phủ ở tất cả các nước, cải thiện chất lượng kế toán và báo cáo tài chính, cũng như hài hòa quốc tế về các yêu cầu báo cáo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Agyemang, J. (2017). Factors Affecting the Implementation of Accrual-Based International Public Sector Accounting Standards (AIPSAS) in Ghana. *The International Journal of Management*, 3, 64-75.
2. Augusto, S. (2018). *The impact of International Public Sector Accounting Standards (IPSAS) on financial reporting quality in public sector: Case study Rushinga Rural District Council*. Dissertation submitted to Midlands State University, as partial fulfilment of the requirements of Bachelor of Commerce Accounting Honours Degree in the department of Accounting, Gweru, Zimbabwe.
3. Biraud, G. (2010). *Preparedness of United Nations system organizations for the International Public Sector Accounting Standards (IPSAS)*. Geneva: United Nations.
4. Cardoso, Ricardo Lopes and Aquino, Andre C. B. and Pigatto, Jose Alexandre M. (2104). Brazilian Governmental Accounting Reforms: IPSAS and Accrual Accounting Adoption. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2466484>
5. Chan J.L., Zhang Q. (2013) Government Accounting Standards and Policies. In: Allen R., Hemming R., Potter B.H. (eds) *The International Handbook of Public Financial Management*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137315304_35
6. Christiaens, J., Vanhee, C., Rossi, F. M., & Aversano, N. (2013). The Effect of IPSAS on Reforming Governmental Financial Reporting: An International Comparison. *International Review of Administrative Sciences*, 76, 537-554.
7. Gernon, H. & Meek, G.K. (2001). *Accounting an International Perspective*. New York: Irwin McGraw-Hill Edition.
8. Gomes, D & Sargiacomo, M. (2013). Accounting and accountability in local government: An introduction. *Accounting History*, 18(4), 439-446

9. International Federation of Accountants (2019). *Handbook of International Public Sector Accounting Pronouncements*. ISBN: 978-1-60815-433-3, IFAC, New York, USA.
10. Ijeoma, N.B (2014). The Impact Of International Public Sector Accounting Standard (IPSAS) On Reliability, Credibility And Integrity Of Financial Reporting In State Government Administration In Nigeria. *International Journal of Technology Enhancements and Emerging Engineering Research*, 2, 1-8.
11. Mhaka, C. (2014). IPSAS, a guaranteed way of quality government financial reporting? A Comparative Analysis of the Existing Cash Accounting and IPSAS Based Accounting Reporting. *International Journal of Financial Economics*, 3(3), 134-141.
12. Minh , M.T.H. (2014). *Application of International Public Sector Accounting Standards in Vietnam in Current Conditions*. Ho Chi Minh City: University of Economics.
13. Whitefield, A.A. & Savvas, P. (2016). The Adoption and Implementation of the International Public Sector Accounting Standards: The challenges faced by the United Nation in producing UN-IPSAS compliant financial reports in Kenya. *International Journal of Finance and Accounting*, 1(1), 75-91.

Ngày nhận bài: 9/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/8/2021

Thông tin tác giả:

LÊ VŨ PHƯƠNG THẢO

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Trường Đại học Đà Lạt, Lâm Đồng

THE IMPORTANCE OF APPLYING INTERNATIONAL PUBLIC SECTOR ACCOUNTING STANDARDS

● **LE VU PHUONG THAO**

Faculty of Economics - Business Administration
Da Lat University

ABSTRACT:

This paper is to clarify the concept of International Public Sector Accounting Standards (IPSAS) and compare IPSAS to International Accounting Standards and International Financial Reporting Standards. This paper also highlights the importance of applying IPSAS by reviewing studies on IPSAS application and reform plans to comply with IPSAS in the future.

Keywords: International Public Sector Accounting Standards, accountability.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN BÁO CÁO TÀI CHÍNH CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI TỈNH BÌNH ĐỊNH

● NGUYỄN THỊ THANH TRÂM

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định các nhân tố và đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định. Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS 22.0, kết quả nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định gồm: môi trường pháp lý; hệ thống kiểm soát nội bộ; quy trình công tác kế toán; trình độ nhân viên kế toán; kiểm toán; công bố thông tin. Cuối cùng, nghiên cứu đề xuất các hàm ý chính sách nhằm cải thiện chất lượng thông tin báo cáo tài chính của các doanh nghiệp này trong thời gian tới.

Từ khóa: báo cáo tài chính, chất lượng thông tin báo cáo tài chính, doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Bình Định.

1. Đặt vấn đề

Các nghiên cứu về chất lượng thông tin báo cáo tài chính, các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính được nhiều tác giả quan tâm, thực hiện nghiên cứu (Datar và cộng sự, 1991; Jonas và cộng sự, 2000; Alshbiel và cộng sự, 2011; Afiah và cộng sự, 2014; Kewo và cộng sự, 2017;...). Qua đó, các nghiên cứu góp phần hệ thống cơ sở lý thuyết về chất lượng thông tin báo cáo tài chính, xác định các nhân tố tác động và đo lường mức độ tác động của chúng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp như thế nào.

Ngày 14/4/2009, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 54/2009/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh

Bình Định đến năm 2020. Theo đó, Bình Định được xác định sẽ trở thành tỉnh có nền công nghiệp hiện đại và là một trong những trung tâm phát triển về kinh tế - xã hội, đóng góp tích cực vào sự phát triển của vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và cả nước. Qua lược khảo các nghiên cứu trước, tác giả nhận thấy các nghiên cứu về chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp chủ yếu tập trung vào nhóm đối tượng là các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán, nghiên cứu trường hợp ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Bình Định thì ít có tác giả nào thực hiện. Từ đó, việc bổ sung thực hiện các nghiên cứu về chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định, các nhân tố ảnh

hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định là cần thiết. Đây cũng chính là khe hở nghiên cứu trong mảng đề tài về chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp.

Từ những phân tích trên, tác giả lựa chọn đề tài “Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định” để thực hiện nghiên cứu. Qua nghiên cứu, đề tài xác định các nhân tố và đo lường mức độ tác động của chúng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định, từ đó có những kiến nghị thích hợp nhằm nâng cao chất lượng thông tin báo cáo của các doanh nghiệp này.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết và mô hình đề xuất

Theo Hội đồng Chuẩn mực Kế toán Quốc tế (IASB): báo cáo tài chính là sản phẩm của kế toán tài chính, phản ánh tình hình, kết quả tài chính của doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu số đông của người sử dụng trong việc đưa ra các quyết định kinh tế, nó cũng là kết quả quản lý của ban giám đốc đối với nguồn lực được giao phó cho họ.

Theo IASB và Ủy ban Chuẩn mực Kế toán Tài chính (FASB), các đặc điểm chất lượng của thông tin tài chính hữu ích được phân ra thành các đặc điểm chất lượng cơ bản và các đặc điểm chất lượng bổ sung. Trong đó, các đặc điểm chất lượng cơ bản gồm: thích hợp và trình bày trung thực. Các đặc điểm chất lượng bổ sung gồm: có thể so sánh; có thể kiểm chứng; kịp thời và có thể hiểu.

Qua lược khảo các nghiên cứu trước, một số các nhân tố tác động đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của các doanh nghiệp như:

Môi trường pháp lý: Khung pháp lý liên quan đến kế toán bao gồm: Luật kế toán, chuẩn mực kế toán, chế độ kế toán và các nghị định, thông tư có liên quan. Môi trường pháp lý có tác động mạnh mẽ đến hệ thống kế toán và báo cáo tài chính tại các quốc gia. Douppnik and Salter (1992) đã nghiên cứu tác động của hệ thống pháp luật trên sự phát triển của hệ thống kế toán tại các quốc gia khác nhau và cho rằng sự khác biệt về hệ thống pháp luật của các nước khác nhau có thể giải thích sự khác biệt trong sự phát triển của hệ thống kế

toán, từ đó ảnh hưởng đến báo cáo tài chính, chất lượng báo cáo tài chính. Từ đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H1 (+): Môi trường pháp lý có tác động cùng chiều đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định.

Hệ thống kiểm soát nội bộ: Theo Afiah và cộng sự (2014), kiểm soát nội bộ là một công cụ hữu hiệu trong việc kiểm tra, kiểm soát, ngăn ngừa và phát hiện gian lận, sai sót; để lập báo cáo tài chính trung thực, đảm bảo việc thực hiện các chế độ pháp lý, tuân thủ các luật lệ và quy định. Thông qua việc thực hiện các chức năng nói trên kiểm soát nội bộ một mặt góp phần đảm bảo chất lượng thông tin kế toán của doanh nghiệp. Theo Kewo và cộng sự (2017), thông tin kế toán được kiểm định bởi một hệ thống kiểm soát nội bộ hữu hiệu sẽ nhận được sự tin cậy nhiều hơn bởi các đối tượng bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Từ đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H2 (+): Hệ thống kiểm soát nội bộ có tác động cùng chiều đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định.

Quy trình công tác kế toán: Theo Jonas, G. J., & Blanchet, J. (2000), báo cáo tài chính không chỉ là sản phẩm cuối cùng, đây là một quy trình bao gồm các thành phần như giao dịch, sự kiện, lựa chọn chính sách kế toán, áp dụng chính sách kế toán, ước tính, đánh giá liên quan, công bố về giao dịch, sự kiện, chính sách, ước tính, phán đoán, từ đó, chất lượng báo cáo tài chính phụ thuộc vào chất lượng của từng phần của quy trình này. Từ đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H3 (+): Quy trình công tác kế toán có tác động cùng chiều đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định.

Trình độ nhân viên kế toán: Kết quả nghiên cứu của ALshbiel và Al-Awaqleh (2011) tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa trình độ nhân viên kế toán và chất lượng thông tin báo cáo tài chính, điều này được giải thích rằng nhân viên có trình độ, nhân viên được đào tạo để sử dụng hệ thống thông tin kế toán là một vấn đề quan trọng để thực hiện hệ

thống thông tin kế toán thành công, từ đó cung cấp các thông tin kế toán nói chung và thông tin báo cáo tài chính nói riêng chất lượng hơn. Từ đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H4 (+): Trình độ nhân viên kế toán có tác động cùng chiều đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định.

Công bố thông tin: Michelin, G. (2011) dựa trên lý thuyết hợp pháp đã chứng minh rằng danh tiếng doanh nghiệp ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính mà doanh nghiệp đó cung cấp. Michelin, G. (2011) xem xét khái niệm danh tiếng của doanh nghiệp thành ba khía cạnh để phân tích: cam kết với bên liên quan, hiệu quả tài chính, tiếp xúc với truyền thông. Michelin, G. (2011) cho rằng, doanh nghiệp có hiệu quả tài chính tốt có nhiều khả năng công bố thông tin nhiều hơn nhằm truyền đạt tính hợp pháp trong hoạt động của họ cho bên liên quan thông qua báo cáo tài chính hay báo cáo thường niên, từ đó khẳng định danh tiếng của họ. Thông qua công bố thông tin, đơn vị khẳng định uy tín của mình, doanh nghiệp có uy tín cao hơn ít làm sai lệch báo cáo tài chính của họ, bởi vì họ có thể chịu thiệt hại danh tiếng từ báo cáo tài chính kém chất lượng mà họ cung cấp do sự phũ phàng của truyền thông, sự giám sát của công chúng dành cho chất lượng thông tin mà đơn vị này cung cấp. Từ đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H5 (+): Công bố thông tin có tác động cùng chiều đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định.

Kiểm toán: Lý thuyết tín hiệu cho thấy rằng lựa chọn của doanh nghiệp kiểm toán độc lập có thể coi như là một giấy chứng nhận cho chất lượng thông tin kế toán trên báo cáo tài chính của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn có nhiều khả năng lựa chọn một doanh nghiệp kiểm toán lớn hơn, bởi vì nó là một tín hiệu tốt cho các nhà đầu tư. Sự lựa chọn của doanh nghiệp kiểm toán được coi như là một tín hiệu của giá trị doanh nghiệp. Sự hiện diện của Big4 được xem như là một chất lượng tín hiệu của việc công bố thông tin kế toán của doanh nghiệp (Datar, Feltham và Hughes,

1991). Từ đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H6 (+): Kiểm toán có tác động cùng chiều đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Với phương pháp nghiên cứu định tính, thông qua nghiên cứu tài liệu lý thuyết có liên quan đến đề tài, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu và thang đo nghiên cứu cho các biến trong mô hình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định. Bằng phương pháp nghiên cứu định tính, thông qua khảo sát chuyên gia, tác giả xác định mô hình nghiên cứu và thang đo nghiên cứu chính thức của đề tài. Với phương pháp nghiên cứu định lượng, dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng bảng câu hỏi khảo sát, sau đó dữ liệu được xử lý bởi phần mềm SPSS 22.0 với các kỹ thuật gồm thống kê mô tả các biến; kiểm định độ tin cậy thang đo với hệ số Cronbachs alpha; phân tích nhân tố khám phá EFA; và kiểm định mô hình hồi quy bội nhằm xác định các nhân tố và mức độ tác động của các nhân tố đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định.

Phương pháp chọn mẫu: Mẫu được chọn theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên, đó là các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định. Theo Tabachnick và cộng sự (1996) thực hiện phân tích hồi quy đạt được kết quả tốt nhất khi cỡ mẫu phải thỏa mãn điều kiện: $n \geq 8p + 50$ (n : là cỡ mẫu cần thiết, p : số biến độc lập của mô hình). Ở nghiên cứu này, mô hình được xây dựng với 6 biến độc lập nên cỡ mẫu tối thiểu phải là 98 quan sát. Tiếp đó, theo Hair và cộng sự (1998), số mẫu quan sát trong phân tích nhân tố phải > 100 quan sát và có tỷ lệ so với biến tốt nhất trong khoảng tỷ lệ 5/1 - 10/1. Trong nghiên cứu này, số biến là 35, do đó cỡ mẫu tối thiểu cần đạt là 175 quan sát ($35*5$).

Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định như sau:

$$CLTT = \beta_0 + \beta_1MTPL + \beta_2HTKSNB + \beta_3QTKT + \beta_4NVKT + \beta_5CBTT + \beta_6KIT$$

Trong đó:

- MTPL: Môi trường pháp lý
- HTKSNB: Hệ thống kiểm soát nội bộ
- QTKT: Quy trình công tác kế toán
- NVKT: Trình độ nhân viên kế toán
- CBTT: Công bố thông tin
- KIT: Kiểm toán
- $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_6$: Hệ số hồi quy của mô hình
- ϵ : Hệ số nhiễu.

4. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

Sau khi thực hiện kiểm định độ tin cậy thang đo với hệ số Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến độc lập và biến phụ thuộc, tác giả đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính như sau: (Bảng 1)

Kết quả Bảng 1 cho thấy mô hình có độ phù hợp đạt yêu cầu ($R^2 = 0.545 > 0.5$). Hệ số R^2 hiệu chỉnh trong mô hình này là 0.532, nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu đến mức 53.2%, điều này cũng có nghĩa là các biến

độc lập giải thích được 53.2% biến thiên của biến phụ thuộc. (Bảng 2)

Kết quả Bảng 2 cho thấy hệ số Sig của 6 nhân tố độc lập: môi trường pháp lý; hệ thống kiểm soát nội bộ; quy trình công tác kế toán; trình độ nhân viên kế toán; công bố thông tin; kiểm toán đều $< 5\%$ và hệ số phóng đại phương sai VIF rất thấp (< 2), điều này chứng tỏ hiện tượng đa cộng tuyến không xảy ra với các biến độc lập.

Phương trình hồi quy:

$$CLTT = 0.182MTPL + 0.134HTKSNB + 0.185QTKT + 0.257NVKT + 0.219CBTT + 0.245KIT$$

Để so sánh mức độ ảnh hưởng từng nhân tố độc lập đối với biến độc lập, tác giả căn cứ vào hệ số Beta chuẩn hóa. Kết quả số liệu trên cho thấy trong các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định thì nhân tố trình độ nhân viên kế toán có ảnh hưởng mạnh nhất với mức ảnh hưởng là $\beta = 0.257$ và nhân tố hệ thống kiểm soát nội bộ có ảnh hưởng yếu nhất với mức ảnh hưởng là $\beta = 0.134$.

Bảng 1. Kiểm tra độ phù hợp của mô hình

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R ²	Hệ số R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	.578a	.545	.532	.16689	1.747
a. Predictors: (Constant), MTPL, HTKSNB, QTKT, NVKT, CBTT, KIT					
b. Dependent Variable: CLTT					

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

Bảng 2. Bảng kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	Hệ số VIF	
1	(Constant)	1.854	.213		8.464	.000		
	MTPL	.052	.023	.182	2.821	.004	.832	1.160
	HTKSNB	.049	.025	.134	1.875	.001	.618	1.181
	QTKT	.071	.032	.185	2.679	.004	.712	1.302
	NVKT	.163	.041	.257	3.421	.001	.517	1.517
	CBTT	.066	.032	.219	3.289	.001	.791	1.231
	KIT	.077	.021	.245	4.106	.000	.874	1.124

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Qua nghiên cứu, bằng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, kết quả nghiên cứu xác định các nhân tố tác động và mức độ tác động xếp theo thứ tự tăng dần của chúng đến chất lượng thông tin báo cáo tài chính của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bình Định như sau: hệ thống kiểm soát nội bộ; môi trường pháp lý; quy trình công tác kế toán; công bố thông tin; kiểm toán; trình độ nhân viên kế toán. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất các hàm ý chính sách liên quan đến các nhân tố này như sau:

Đối với hệ thống kiểm soát nội bộ, các nhà quản trị cần điều hành hoạt động của hệ thống kiểm soát nội bộ theo hướng phù hợp với mục tiêu hoạt động doanh nghiệp đã đề ra, có các biện pháp thích hợp để giám sát, điều chỉnh hoạt động của hệ thống này. Xây dựng các quy định chặt chẽ về kiểm tra chéo giữa các bộ phận trong doanh nghiệp tránh gian lận thông tin.

Môi trường pháp lý là nền tảng cho việc ghi chép, lập báo cáo tài chính cho các doanh nghiệp, các chính sách thuế và chuẩn mực kế toán chi phối tới việc lập báo cáo tài chính của các doanh nghiệp, do đó, tác giả đề xuất cơ quan thuế cần có sự điều chỉnh để có sự hòa hợp giữa quy định của thuế và chuẩn mực kế toán, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp trong việc lập báo cáo.

Đối với quy trình công tác kế toán, cần hoàn thiện hệ thống chứng từ kế toán tại đơn vị cần phải được thực hiện, khắc phục thiếu sót, tồn tại ngay trong quá trình tổ chức hệ thống chứng từ kế toán theo đúng quy định hiện hành của Nhà nước. Tổ chức sử dụng chứng từ kế toán đảm bảo đúng, đủ, phù hợp, làm cơ sở cho việc hạch toán. Tổ chức

hoàn thiện chứng từ kế toán là khâu quan trọng, quyết định đến thông tin kế toán. Xây dựng hệ thống chứng từ đơn giản, rõ ràng, phù hợp với quy định của chế độ kế toán, chỉ tiêu phản ánh trong chứng từ phải thể hiện được yêu cầu quản lý nội bộ.

Đối với kiểm toán, tác giả đề xuất kiểm toán viên phải tuân thủ đúng quy trình kiểm toán, cố gắng bồi dưỡng kiến thức chuyên sâu và học hỏi các kỹ năng cần thiết, có như vậy chất lượng thông tin trên báo cáo tài chính mới được đảm bảo. Các doanh nghiệp kiểm toán cần quản lý về thời gian tham gia kiểm toán tại một đơn vị đối với một kiểm toán viên, để tránh đem lại rủi ro cho cả doanh nghiệp được kiểm toán và doanh nghiệp kiểm toán.

Đối với công bố thông tin, tác giả đề xuất cần cụ thể hóa các quy định về yêu cầu công bố thông tin doanh nghiệp để doanh nghiệp hiểu rõ đồng thời thực hiện đúng, đầy đủ, kịp thời những quy định về công bố thông tin; tạo ra khung pháp lý chung, thống nhất về việc công bố thông tin hoạt động của doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu cho thấy trình độ nhân viên kế toán có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng thông tin trên báo cáo tài chính của các doanh nghiệp. Về nhân tố này, tác giả đề xuất công tác tổ chức tuyển dụng phải công khai, minh bạch, theo đúng quy trình tuyển dụng. Bên cạnh đó, nhân viên được tuyển dụng phải có đủ tố chất phù hợp với từng vị trí dự tuyển như về chuyên môn nghiệp vụ, phẩm chất đạo đức nghề nghiệp trung thực, cẩn thận, nhiệt tình,... nhằm hạn chế rủi ro xảy ra cho doanh nghiệp sau này. Nhân viên kế toán cần không ngừng tự nâng cao trình độ chuyên môn thông qua việc đào tạo, cập nhật kiến thức thường xuyên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. IASB (International Accounting Standards Board). (2011). *Preface to International Financial Reporting Standards*. London: IFRSF.
2. Afiah, N. N., & Rahmatika, D. N. (2014). Factors influencing the quality of financial reporting and its implications on good government governance. *International Journal of Business, Economics and Law*, 5(1), 111-121
3. Alshbiel, S. O., & Al-Awaqlah, Q. A. (2011). Factors affecting the applicability of the computerized accounting system. *International Research Journal of Finance and Economics*, 64, 36-53.

4. Datar, S. M., Feltham, G. A., & Hughes, J. S. (1991). The role of audits and audit quality in valuing new issues. *Journal of accounting and Economics*, 14(1), 3-49.
5. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). *Multivariate data analysis* 5(3), 207-219.
6. Jonas, G. J., & Blanchet, J. (2000). Assessing quality of financial reporting. *Accounting horizons*, 14(3), 353-363.
7. Kewo, C. L., & Afiah, N. N. (2017). Does quality of financial statement affected by internal control system and internal audit? *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(2), 568.
8. Michelon, G. (2011). Sustainability disclosure and reputation: A comparative study. *Corporate Reputation Review*, 14(2), 79-96.
9. Salter, S. B., & Douppnik, T. S. (1992). The relationship between legal systems and accounting practices: A classification exercise. *Advances in International Accounting*, 5(1), 3-22.
10. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). Analysis of covariance. *Using multivariate statistics*, 8(1), 321-374.

Ngày nhận bài: 9/7/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/8/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/8/2021

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ THANH TRÂM

Khoa Tài chính - Kế toán

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF FINANCIAL STATEMENTS OF SMEs IN BINH DINH PROVINCE

● Master. **NGUYEN THI THANH TRAM**
Faculty of Finance - Accounting
Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

The study is to identify the factors and measure the impact of these factors on the quality of financial statements of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Binh Dinh Province. By using qualitative and quantitative research methods, and the SPSS Statistics 22.0, the study finds out that there are 6 factors affecting the quality of financial statements of SMEs in Binh Dinh Province. These factors are legal environment, internal control system, accounting process, competencies of accountant, auditing, and information disclosure. The study also proposes some policy implications to improve the quality of financial statements of SMEs in Binh Dinh Province in the coming time.

Keywords: financial statements, quality of financial statements, small and medium-sized enterprises in Binh Dinh Province.

TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG THÔNG BÁO

THẺ LỆ VIẾT VÀ GỬI BÀI CÔNG BỐ CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG, CHỈ SỐ ISSN 0866 - 7756, ĐƯỢC XUẤT BẢN BẰNG TIẾNG VIỆT VÀ TIẾNG ANH. TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG ĐÃ ĐƯỢC HỘI ĐỒNG CHỨC DANH GIÁO SƯ NHÀ NƯỚC CÔNG NHẬN TÍNH ĐIỂM CHO CÁC BÀI BÁO KHOA HỌC THUỘC CÁC LIÊN NGÀNH: KINH TẾ 0 - 0,5 ĐIỂM; LUẬT HỌC 0 - 0,5 ĐIỂM VÀ HÓA HỌC - CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM 0 - 0,5 ĐIỂM.

Năm 2021, Tạp chí Công Thương sẽ xuất bản định kỳ bằng tiếng Việt 3 số/Tháng và bằng tiếng Anh 1 số/Quý, công bố Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, thuộc các ngành: Kinh tế; Luật học; Hóa học - Công nghệ thực phẩm; Cơ khí - Động lực; Cơ học; Luyện kim; Công nghệ thông tin; Điện - Điện tử - Tin học; Sinh học; Xây dựng - Kiến trúc.

Tạp chí Công Thương trân trọng thông báo và hoan nghênh các cộng tác viên có nhu cầu công bố các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ gửi bài đến Tòa soạn. Tạp chí Công Thương sẽ biên tập, thẩm định để đăng vào số thích hợp nhất và Tạp chí Công Thương điện tử.

Thẻ lệ viết và gửi bài báo khoa học trên Tạp chí Công Thương như sau:

1. YÊU CẦU CHUNG

- Bài gửi Tạp chí Công Thương phải là những bài báo khoa học chưa từng được công bố trên các tạp chí khoa học trong nước và quốc tế.
- Bài viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh.
- Dung lượng bài báo khoảng 4.000 từ. Các danh từ tiếng Việt nếu dịch từ tiếng nước ngoài phải viết kèm theo tiếng nước ngoài. Chữ viết tắt phải có chú thích từ gốc.
- Bài báo gửi về Tòa soạn thông qua hộp thư điện tử được viết dưới dạng file Word; Font chữ Times New Roman.
- Các công trình thuộc đề tài nghiên cứu có cơ quan quản lý, cần kèm theo giấy phép cho công bố của cơ quan (Tên đề tài, mã số, tên chủ nhiệm đề tài, cấp quản lý, ...).

2. YÊU CẦU VỀ TRÌNH TỰ NỘI DUNG

- **Tên bài báo (Title):** phản ánh được nội dung chính của bài báo, cần phải rõ ràng, không dài quá 20 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường, đậm.
- **Tên tác giả (Author's name):** bao gồm cả họ và tên, viết hoa chữ cái đầu, chữ thường, đậm.
- **Tóm tắt (Abstract):** phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài báo và thể hiện rõ những kết quả, đóng góp, điểm mới của bài báo, dài khoảng 100 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường.
- **Từ khóa (Keywords):** thể hiện chủ đề của bài viết, chọn khoảng 3 - 5 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường.
- **Đặt vấn đề (Introduction):** cần trình bày rõ lý do thực hiện nghiên cứu và tầm quan trọng của chủ đề nghiên cứu (có ý nghĩa như thế nào về mặt lý luận và thực tiễn); xác định rõ vấn đề nghiên cứu; nội dung chính mà bài báo sẽ tập trung giải quyết, chữ thường.
- **Tổng quan nghiên cứu và/hoặc Cơ sở lý thuyết (Literature review and/or Theoretical framework):** trình bày khái quát và tổng hợp các công trình nghiên cứu có liên quan, qua đó chỉ ra khoảng trống nghiên cứu (research gap); cơ sở lý thuyết liên quan; khung lý thuyết hoặc khung phân tích sử dụng trong bài.
- **Phương pháp nghiên cứu (Methodology):** có thể là phương pháp nghiên cứu định tính hoặc định lượng, hoặc cả hai tùy theo cách tiếp cận của tác giả, trong đó cần thể hiện mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (nghiên cứu định lượng) và/hoặc thiết kế nghiên cứu định tính; đồng thời cần chỉ ra cách thức thu thập dữ liệu.
- **Kết quả và thảo luận (Results and discussion):** trình bày, phân tích các kết quả phát hiện, thu được trong nghiên cứu; đồng thời thảo luận rút ra mối quan hệ chung, mối liên hệ giữa kết quả nghiên cứu của tác giả với những phát hiện khác trong các nghiên cứu trước đó; chữ thường. Lưu ý: Chú thích bảng/hình được đánh số thứ tự tăng dần, không đánh theo thứ tự các tiểu mục. Mỗi bảng/hình cần phải có tên tương ứng mô tả chính xác nội dung của bảng/hình. Số thứ tự và tên bảng/hình được đặt ở vị trí phía trên cùng của bảng/hình đó theo phương chiều ngang, chữ in đậm. Các bảng/hình phải được dẫn nguồn. Nguồn được đặt dưới cùng của bảng/hình, chữ trình bày in nghiêng, không in đậm.
- **Kết luận hoặc/và giải pháp/khuyến nghị/hàm ý (Conclusions or/and solutions/suggestions/implications):** xuất phát từ kết quả nghiên cứu và tùy theo mục tiêu nghiên cứu, cần có kết luận và đưa ra giải pháp hay khuyến nghị cho các nhà quản lý doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách,... có thể thêm quan điểm của nghiên cứu, chữ thường.
- **Lời cảm ơn (Acknowledgements):** không bắt buộc, dành để cảm ơn các cơ quan, tổ chức tài trợ, các cá nhân có đóng góp, giúp đỡ cho việc viết và hoàn thiện bài báo, chữ thường, đậm, nghiêng.
- **Tài liệu tham khảo (References):** bao gồm các tài liệu đã trích dẫn/ tham khảo trong bài báo; Được trình bày theo thứ tự 1, 2, 3, ... bao gồm các nội dung: Tên tác giả/tên cơ quan chủ quản, (năm xuất bản), tên bài viết/tên tài liệu, tên đơn vị xuất bản/tên địa phương, tập/số, trang nếu có. Các tài liệu tham khảo được sắp xếp theo vần ABC chữ cái đầu tiên, không phân tách tài liệu tiếng Anh hay tiếng Việt, chữ thường. Lưu ý: (1) Giữa tên các tác giả bài báo được đánh dấu phẩy (,), trường hợp bài báo 3 tác giả trở lên, cần ghi tên 3 tác giả đầu và cộng sự (et al - tiếng Anh). Giữa tên các tác giả sách được sử dụng chữ và (hoặc chữ and); trường hợp có 3 tác giả trở lên thì ghi tên tác giả thứ nhất và cụm từ cộng sự (hoặc et al. - tiếng Anh). (2) Ghi nghiêng: Với tạp chí: Tên tạp chí, tập san; Với sách: Tên sách; Với Tài liệu tham khảo là bài báo đăng trong các kỷ yếu của hội nghị, hội thảo, diễn đàn: Tên kỷ yếu/tên hội nghị/tên diễn đàn; Với Tài liệu tham khảo là các giáo trình, bài giảng hay tài liệu lưu hành nội bộ: Tên giáo trình, bài giảng, tài liệu; Với Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn internet, báo mạng: <đường dẫn để tiếp cận tài liệu đó>; Với luận án, luận văn: Tên đề tài luận án, luận văn.
- **Thông tin tác giả (Author's biography):** Ghi rõ học hàm, học vị, chức danh, đơn vị công tác, số điện thoại, email, địa chỉ nhận thư.

THÔNG TIN CHI TIẾT, LIÊN HỆ:

Tòa soạn: TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG

Địa chỉ: Tòa nhà Bộ Công Thương, số 655 Phạm Văn Đồng, Q. Bắc Từ Liêm, TP. Hà Nội (Tầng 8).

Điện thoại: (024) 22218238 - Fax: (024) 22218237 *Website: <http://www.tapchicongthuong.vn>



IUH INDUSTRIAL
UNIVERSITY OF
HOCHIMINH CITY

TUYỂN SINH TRÌNH ĐỘ THẠC SĨ

2 0 2 1

www.sdh.iuh.edu.vn



ĐỢT 1: THÁNG 5/2021

ĐỢT 2: THÁNG 10/2021

13

CHUYÊN NGÀNH

Quản lý tài nguyên và môi trường

Kỹ thuật môi trường

Kỹ thuật cơ khí

Kỹ thuật hóa học

Hoá phân tích

Kỹ thuật điện

Kỹ thuật điện tử

Kỹ thuật Ô tô

Công nghệ thực phẩm

Công nghệ sinh học

Khoa học máy tính

Kế toán

Quản trị kinh doanh

780

CHỈ TIÊU

**CƠ HỘI NHẬN
HỌC BỔNG 100%
CHO SINH VIÊN GIỎI
GIẢM 15% CHO
CỰU SINH VIÊN IUH**

PHÒNG QUẢN LÝ SAU ĐẠI HỌC

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP. HỒ CHÍ MINH

12 Nguyễn Văn Bảo, Phường 4, Quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh



(0283) 8940.390 (106)



sdh@iuh.edu.vn