

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 1 - THÁNG 1/2023



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: 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: 024.6269 4445

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 8236

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 1 - Tháng 1/2023

LUẬT

ĐÀO XUÂN THỦY

Một số vấn đề lý luận về trọng tài trực tuyến
Some theoretical issues about online arbitration8

TẶNG THANH PHƯƠNG - TRẦN KHẮC QUI - NGUYỄN NHƯ Ý

Các quan điểm về mang thai hộ trên thế giới
Perspectives on surrogacy in the world15

PHẠM QUỐC ĐẠT - NGUYỄN THỊ BÍCH NHUNG

Pháp luật về đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn một túi hồ sơ
từ thực tiễn tỉnh Bình Dương
Legal provisions on goods procurement under the one-envelope bidding procedure
from the practice in Binh Duong province21

LÊ HỒNG HÀ - ĐỖ TRANG NHUNG - NGUYỄN HƯƠNG GIANG

Pháp luật một số quốc gia trên thế giới về phương thức bảo vệ thông tin
của người bệnh trong sổ sức khỏe y tế điện tử
Laws of some countries on the protection of patient information on electronic health records26

NGUYỄN THỊ ANH NGỌC

Không tổ chức Hội đồng nhân dân phường - Một giải pháp xây dựng chính quyền đô thị cho thành phố Thanh Hóa
Removing the People's Council at ward level - A solution for the urban
governance model development of Thanh Hoa city 32

NGUYỄN THU HẰNG

Giáo dục quyền con người tại châu Á - Gợi ý cho giáo dục quyền con người tại Việt Nam
Human rights and human rights education in Asia - Suggestion for human rights education
for students in Vietnam38

KINH TẾ

HOÀNG THỊ HỒNG ĐÀO

Vai trò của nhà nước và thị trường trong giải quyết hài hòa lợi ích kinh tế ở Việt Nam hiện nay
The role of the State and the market in the harmonization of economic benefits in Vietnam44

NGUYỄN THỊ PHONG DUNG

Vai trò của 9 ngành dịch vụ trong tăng trưởng kinh tế thành phố Hồ Chí Minh
The role of nine industries in the economic growth of Ho Chi Minh City50

ĐÀO NGUYỄN MỘNG NGHI - NGUYỄN THỊ LƯƠNG - TRẦN THY LINH GIANG - ĐẶNG THỊ NGỌC HÀ

Tác động của vốn con người đến tăng trưởng kinh tế thành phố Cần Thơ
The impact of human capital on Can Tho city's economic growth.....56

TRẦN MAI HƯƠNG

Khai thác khoáng sản bền vững ở Việt Nam hiện nay
The current sustainable mineral exploitation in Vietnam.....62

BÙI THỊ KIM THANH - PHẠM LÊ ĐÔNG HẬU

Đặc điểm tình hình phân phối thu nhập của người dân vùng đồng bằng sông Cửu Long
Income distribution characteristics in the Mekong Delta67

PHẠM THỊ QUỲNH NGA

Thực trạng và các giải pháp hỗ trợ khởi nghiệp tại Việt Nam
Current startup support policies and solutions to facilitate the growth of startups in Vietnam.....72

NGUYỄN THỊ HỒNG THẢO - ĐÀO MINH CHÂU

Ứng dụng ARIMA và SARIMA trong dự báo giá vàng
Using ARIMA and SARIMA models to forecast the gold price78

PHẠM QUỐC ĐẠT - NGUYỄN THỊ BÍCH NHUNG

Hoàn thiện quản trị chuỗi cung ứng xăng dầu tại Thành phố Hồ Chí Minh
Improving the management of gasoline supply chain in Ho Chi Minh City85

TRẦN VĂN THIỆN

Phát triển logistics để tạo đà phát triển kinh tế cho thành phố Hồ Chí Minh và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam
Developing the logistics sector to facilitate the economic growth of Ho Chi Minh City
and the Southern key economic region91

NGUYỄN QUANG PHỤC

Phát triển tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn huyện Nam Đông, tỉnh Thừa Thiên Huế
Developing the handicraft industry in Nam Dong district, Thua Thien Hue province.....96

TRẦN VĂN HIỆP - LÊ MINH THỐNG - NGUYỄN THANH THỦY

Những thách thức trong việc phát triển chuỗi giá trị tre luồng tỉnh Thanh Hóa
Challenges in the development of the bamboo value chain in Thanh Hoa province102

QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ**VŨ TUẤN ANH - LƯU BẢO TRÂM**

Thực trạng và giải pháp phát triển thương mại điện tử ở tỉnh Vĩnh Phúc
Current situation and solutions for the development of e-commerce sector in Vinh Phuc province108

DO TRƯƠNG LAM - NGUYỄN THO QUANG ANH - TRẦN THE CUONG - HYUN JONG NAE

Analyzing the economic efficiency of sericulture farming households in Yen Bai province
Hiệu quả kinh tế hoạt động trồng dâu, nuôi tằm của các hộ nông dân tại tỉnh Yên Bái115

NGUYỄN THỊ BÍCH LIỄU - ĐÀO PHƯƠNG HOA

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng phục vụ
của bộ phận lễ tân tại các khách sạn trên địa bàn TP. Quy Nhơn
Factors affecting the front desk department's service quality of 3-star hotels in Quy Nhon city122

NGUYỄN HÁN KHANH - NGUYỄN HÒA THUẬN - TRẦN THỊ HUYỀN THANH

Nâng cao chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương
Improving the service quality of Vietcombank – Binh Duong Branch128

ĐÀO THỊ DUYÊN

Các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả công tác đào tạo cán bộ, công chức của thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội
Factors affecting the effectiveness of inspector training activities at Hanoi Department of Construction135

NGUYỄN ĐỖ THỦ KHOA - NGUYỄN KHẮC HIẾU

Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên tại Trung tâm kinh doanh VNPT - Đồng Tháp
Factors affecting the work motivation of employees
at the Sales Department of VNPT - Dong Thap province.....145

NGÔ THỊ MAI

Tổ chức học tập: Kinh nghiệm của các tổ chức, doanh nghiệp nước ngoài
Learning organization: Lessons from foreign enterprises152

NGUYỄN HÁN KHANH - NGUYỄN THỊ THẢO TRANG - NGUYỄN HÒA THUẬN

Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ cho các siêu thị điện máy tại Bình Dương
Solutions to improve the service quality of electronics supermarkets in Binh Duong province159

TRẦN VĂN TUỆ

Ứng dụng KPI trong công tác đánh giá thành tích người lao động tại các doanh nghiệp xây dựng
trên địa bàn Hà Nội năm 2022
The application of KPIs in measuring the performance of employees at construction enterprises in Hanoi166

ĐỖ ANH ĐỨC - LÊ THÙY DƯƠNG - VŨ XUÂN TÌNH

Thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp ở thành phố Hà Nội:
Bài học kinh nghiệm từ các doanh nghiệp quốc tế
Promoting innovation at enterprises in Hanoi: Lessons learned from foreign enterprises172

NGUYỄN THỊ THU TRANG - LÊ ANH THƠ - CHU THỊ KIM NGÂN

Nâng cao năng lực tự chủ của người học và ứng dụng trong giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên chất lượng cao
năm thứ nhất tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân
Ways to improve the learners' autonomy and their implementation in English language teaching f
or first-year high-quality students at the National Economics University178

CHU THỊ KIM NGÂN - NGUYỄN THỊ THU TRANG - LÊ ANH THƠ

Thực trạng và giải pháp đối với việc giảng dạy môn ngữ âm cho sinh viên hệ chất lượng cao năm thứ nhất
tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân
Solutions to improve the teaching of phonetics for first-year high-quality students
at the National Economics University184

LE ANH THO - NGUYEN THI THU TRANG - CHU THI KIM NGAN

Suggested mechanisms of motivation to study english pronunciation skills for neu students
Đề xuất cơ chế thúc đẩy việc học kỹ năng phát âm tiếng Anh cho sinh viên Trường Đại học Kinh tế quốc dân190

NGUYỄN THỊ THÚY HÒA

Việc sử dụng ngữ nhập (input) môn ngoại ngữ 2 - tiếng Trung Quốc với sinh viên Đại học Kinh tế quốc dân
trong hình thức học tập kết hợp (Blended Learning)
A study on how the National Economics University's students use the input hypothesis
to learn Chinese as the second language in the blended learning196

NGUYỄN VĂN LỰC - CẦN NGUYỄN DUY MINH - ĐỖ TRỌNG TRÍ - THÁI PHẠM TUÂN

Thực trạng phát triển nguồn nhân lực y tế vùng ven và một số khuyến nghị
The current development of human resources for health in suburban areas and some recommendations202

HOÀNG THỊ THÚY PHƯƠNG

Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng
Solutions to improve the competitiveness of shipbuilding companies in Hai Phong city208

BÙI TRUNG HẢI - TRẦN HOÀI NAM

Một số giải pháp thúc đẩy tác động của vườn ươm trong các trường đại học
tới quá trình phát triển ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên
Some solutions to promote the positive impacts of business incubators in universities
on the start-up process of students213

ĐỖ THỊ HOÀNG YẾN - BÙI THỊ NHÂN - LÊ THỊ TÚ TRINH - TRẦN LAN KIỀU

Mô hình các nhân tố tác động đến ý định chuyển đổi công việc của người lao động trong ngành Du lịch tại Mũi Né
Factors affecting the career shift of employees in the tourism industry in Mui Ne area221

LÂM HỒNG TUYÊN - HOÀNG THANH LIÊM - TRẦN NHẬT DUẬT

Nghiên cứu thực thi chính sách giảm nghèo đa chiều (giai đoạn 2018 - 2022)
tại huyện Hàm Thuận Bắc, tỉnh Bình Thuận
A study on the implementation of multi-dimensional poverty reduction policy
at Ham Thuan Bac district, Binh Thuan provine in the period from 2018 to 2022.....227

NGUYỄN THỊ TUYẾT MAI

Mô hình nghiên cứu giá trị cảm nhận của khách hàng đối với chuỗi siêu thị thế giới di động ở Hà Nội
The research model for exploring the perceived value of customers towards Mobile World stores in Hanoi236

TRỊNH XUÂN VIỆT

Thực trạng và giải pháp đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn Việt Nam hiện nay
The current situation and solutions for the vocational training
of rural agricultural workers in Vietnam.....243

NGUYỄN HOÀNG ANH VŨ - VÒNG THÌNH NAM

Các nhân tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân
tại Ngân hàng Agribank - Chi nhánh Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh
Factors affecting the personal loan decision at Agribank - Tan Binh Branch in Ho Chi Minh City248

NGUYỄN PHAN THU HẰNG - TRẦN THU GIANG

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết với tổ chức của người lao động tại
Tổng công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO)
Factors affecting the employee engagement at Saigon Beer - Alcohol - Beverage Joint Stock Corporation255

LÊ VĂN ĐẠI

Phát triển nguồn nhân lực tỉnh Bình Dương: Các hạn chế, nguyên nhân và một số giải pháp
The human resource development in Binh Duong province: Limitations, reasons and solutions261

NGUYỄN THỊ HỘI

Ứng dụng công nghệ Blockchain trong cải tiến hệ thống quản trị chuỗi cung ứng
Using Blockchain technology to improve the supply chain management system266

VĂN THỊ BÍCH

Tăng cường vai trò của trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo
Strengthening the role of universities in the innovative start-up ecosystem.....273

TRẦN HẢI VÂN

Xây dựng khung chuyển đổi số trong giáo dục đại học: Bảy khía cạnh trọng tâm
Developing the digital transformation framework for higher education institutions:
Seven major aspects279

MAI THỊ QUỲNH NHƯ

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng đào tạo của cựu sinh viên Đại học Duy Tân
Factors affecting the satisfaction of alumni of Duy Tan University with the university's training quality284

ĐÀO VŨ THẮNG

Nghiên cứu một số nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thẩm định giá
tại thành phố Hồ Chí Minh
Factors affecting the competitiveness of price appraisal service companies in Ho Chi Minh City289

TRẦN THỊ HUYỀN TRANG

Thực trạng quản lý nhà nước về bán lẻ điện tử tại Việt Nam
The current state management of online retail activities in Vietnam296

NGUYỄN ĐỖ NHƯ LOAN - KHÔNG TIẾN DŨNG - LÊ MỸ ANH - NGÔ TRỌNG LONG

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên
Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ
Analyzing factors affecting the start-up intention of students of the Faculty
of Rural Development, Can Tho University.....302

NGUYỄN THỊ HOA HỒNG - PHẠM TUẤN KIÊN - HOÀNG KHÁNH LINH - MAI THỊ TRANG LINH

Ảnh hưởng của sự kiện chính trị quốc tế đến hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam
Impacts of international political events on Vietnamese enterprises.....308

NGUYEN MINH TRIET - TRAN AI TIEN

Implementing the Importance-Performance Analysis (IPA) to assess the ecotourism development
of Dong Thap province
Vận dụng phương pháp IPA để đánh giá sự phát triển du lịch sinh thái miệt vườn ở tỉnh Đồng Tháp315

KINH DOANH

PHAN LÊ DIỄM HẰNG

Phân phối lợi ích trong chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại thành phố Nha Trang
Distribution of benefits in the value chain of travel service in Nha Trang city322

TRƯƠNG HOÀNG HOA DUYÊN

Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ của Thế giới di động - Nghiên cứu tại Thành phố Đà Nẵng
The satisfaction of customers with the service quality of Mobile World in Da Nang city328

NGUYỄN HUỲNH MAI XUÂN

Phát triển bền vững lĩnh vực kinh doanh nhà hàng: Các yếu tố ảnh hưởng và giải pháp
Developing the restaurant industry sustainably: Affecting factors and solutions334

NGUYỄN XUÂN NHĨ - ĐẶNG THỊ THU HIỀN

Lợi thế cạnh tranh: Tiếp thị kỹ thuật số tại các doanh nghiệp du lịch và lữ hành ở Việt Nam
Competitive advantage: Digital marketing of tourism businesses in Vietnam339

NGUYỄN THỊ BÚP

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với sản phẩm Ví Việt
tại Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Trà Vinh
Factors affecting the satisfaction of individual customers at Lien Viet Post Commercial Joint Stock Bank
- Tra Vinh Province Branch with Vi Viet346

TANG THỊ BÍCH HIỀN

Impacts of AI on the growth of Vietnam's e-commerce sector
Tác động của việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo đến sự phát triển của thương mại điện tử tại Việt Nam352

TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG - BẢO HIỂM

PHAN HÀ THANH NHÃ

Các yếu tố ảnh hưởng đến thương hiệu của ngân hàng thương mại tại TP. Hồ Chí Minh
Factors affecting the brand of commercial banks in Ho Chi Minh City360

NGUYEN THI MY DIEM

The situation of digitalization in the banking industry in Vietnam
Thực trạng quá trình số hóa của ngành Ngân hàng tại Việt Nam366

TRẦN HUY HOÀNG - ĐỒNG HỮU PHÚ

Các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp bất động sản
niêm yết trên sàn chứng khoán HOSE
Factors affecting the business performance of real estate companies listed
on the Ho Chi Minh City Stock Exchange373

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

NGUYỄN THỊ KIM HƯƠNG

Tổ chức chứng từ kế toán tại các doanh nghiệp
The process of accounting documents in enterprises378

NGUYỄN THỊ HỒNG SƯƠNG

Tăng cường kế toán quản trị với việc đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính
tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ
Enhancing the use of management accounting to evaluate the performance of financial investment activities
of Hoa Tho Textile & Garment Joint Stock Corporation384

ĐÀO THỊ QUỲNH

Tổ chức công tác kế toán trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Hưng Yên
The alignment of accounting systems in small and medium-sized enterprises in Hung Yen province390

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ TRỌNG TÀI TRỰC TUYẾN

● ĐÀO XUÂN THỦY

TÓM TẮT:

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 với tên gọi cuộc cách mạng số đang thúc đẩy mạnh mẽ mọi mặt của đời sống. Theo đó, quy trình giải quyết tranh chấp cũng đang chuyển sang thế giới ảo thông qua các nền tảng trực tuyến, tạo ra cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến mới, đó là trọng tài trực tuyến. Bài viết này nêu lên cách hiểu về trọng tài trực tuyến, đặc điểm của trọng tài trực tuyến và xác định cơ sở pháp lý cho việc giải quyết tranh chấp bằng trọng tài trực tuyến.

Từ khóa: trọng tài trực tuyến, trọng tài điện tử, giải quyết tranh chấp bằng trọng tài.

1. Khái niệm trọng tài trực tuyến

Trong những năm gần đây, trọng tài thương mại đã trở thành một cơ chế giải quyết tranh chấp phổ biến và hiệu quả bên cạnh phương thức giải quyết tranh chấp truyền thống như thương lượng, hòa giải, hoặc khởi kiện tại tòa án. Công ước về công nhận và thi hành phán quyết của trọng tài nước ngoài (còn gọi là Công ước New York 1958) với hơn 165 quốc gia thành viên càng tạo ra lợi thế to lớn của phương thức trọng tài trong việc giải quyết các tranh chấp xuyên biên giới quốc gia so với các phương pháp giải quyết khác về khả năng thực thi phán quyết của trọng tài [1].

Trong phương thức trọng tài, các bên có quyền linh hoạt trong quá trình giải quyết tranh chấp, bao gồm các thủ tục, thời gian, địa điểm xét xử, ngôn ngữ được sử dụng trong toàn bộ quá trình. Ngoài ra, các bên tranh chấp cũng có quyền lựa

chọn các trọng tài viên phù hợp, thay vì phải chịu sự chỉ định một cách thụ động của tòa án hoặc các cơ quan có thẩm quyền quốc gia. Điều này giúp các bên thoát khỏi sự lo sợ về việc can thiệp chính trị từ quốc gia [2].

Phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài trực tuyến ban đầu được sinh ra để giải quyết các vụ tranh chấp thương mại điện tử, sau đó mới được mở rộng để giải quyết các vụ tranh chấp thông thường nhờ tính tiện lợi của mình [3].

Trọng tài trực tuyến (còn được gọi là trọng tài điện tử) là phương thức trọng tài cụ thể sử dụng các ưu điểm của công nghệ internet, không gian mạng, được mô tả tốt nhất thuật ngữ công nghệ thông tin và truyền thông [4]. Một phần hoặc toàn bộ quá trình tố tụng trọng tài được thực hiện thông qua việc sử dụng công nghệ thông tin và công nghệ truyền thông như email, chữ ký điện tử, hội nghị trực tuyến, trí tuệ nhân tạo,...

Cũng có ý kiến cho rằng, trọng tài trực tuyến thực chất là phiên bản điện tử của trọng tài truyền thống, bao gồm các thành phần của trọng tài truyền thống bắt đầu bằng “thỏa thuận trọng tài trực tuyến” và kết thúc bằng “phán quyết trọng tài trực tuyến” [5]. Trong phương thức này, trọng tài viên được chỉ định bởi các bên hoặc bởi một tổ chức trọng tài do các bên thỏa thuận sẽ giải quyết tranh chấp và đưa ra một phán quyết trọng tài, sau khi nghe các lập luận của các bên và kiểm tra bằng chứng của họ. Trong quá trình tố tụng trọng tài, trọng tài, các bên, các chuyên gia và nhân chứng sử dụng các thiết bị điện tử, với quy trình tích hợp sử dụng các thiết bị phần mềm và phần cứng tinh vi để tạo thuận lợi cho việc sử dụng đó phục vụ tốt hơn nữa quá trình giải quyết tranh chấp.

Tóm lại, trọng tài trực tuyến là phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài có sử dụng các phương tiện điện tử trong một phần hoặc toàn bộ quá trình tố tụng trọng tài.

2. Đặc điểm trọng tài trực tuyến

Bên cạnh các đặc điểm của trọng tài truyền thống, trọng tài trực tuyến có một số các đặc điểm riêng, do tính chất trực tuyến của mình.

Thứ nhất, trọng tài trực tuyến là phương thức giải quyết tranh chấp có thể vượt ra ngoài phạm vi biên giới quốc gia. Quá trình giải quyết tranh chấp có thể tiến hành một phần, hoặc toàn bộ trên môi trường mạng, nghĩa là các bên có thể hành động từ bất kỳ nơi nào trên thế giới mà không bị ràng buộc về mặt lãnh thổ, biên giới. Các bên tranh chấp, trọng tài viên, người làm chứng, chuyên gia không cần phải ở cùng một vị trí, vì họ có thể thảo luận thông qua hội nghị trực tuyến.

Thứ hai, trọng tài trực tuyến có sự tham gia của “bên thứ tư” hỗ trợ tiếp nhận, lưu trữ và xử lý các tài liệu có liên quan. Ngoài ra, với sự phát triển của trí tuệ nhân tạo, công nghệ có thể đưa ra những phán đoán khách quan và trở thành một bên thứ tư trong việc giải quyết tranh chấp [6].

Thứ ba, trọng tài trực tuyến đảm bảo được tính minh bạch và dễ dàng truy cập. Các hồ sơ tài liệu đều được lưu trữ và trao đổi qua không gian

mạng. Các thông tin đều để lại “dấu tích điện tử” giúp nâng cao tính minh bạch cho quá trình giải quyết tranh chấp. Các bên cũng có thể dễ dàng trao đổi, truy cập vào nội dung thủ tục và họ sẽ trình bày bất kỳ tài liệu nào từ nhà hoặc văn phòng của họ vào bất kỳ giờ nào, bất cứ thời điểm nào trong ngày.

Thứ tư, tính bảo mật trong quá trình giải quyết tranh chấp cần được chú trọng hơn. Việc trao đổi thông tin qua môi trường mạng có rủi ro bị tiết lộ do những rủi ro trên môi trường mạng. Do đó, tính bảo mật của quá trình giải quyết tranh chấp bằng trọng tài trực tuyến thường nhận được nhiều sự quan tâm hơn cả.

Thứ năm, trọng tài trực tuyến giúp tiết kiệm thời gian và chi phí. Các thông tin liên lạc, tài liệu trao đổi giữa các bên thường sẽ diễn ra thông qua môi trường mạng. Các bên không cần phải in ấn hoặc đi đến các địa điểm khác nhau để trình bày bằng chứng, tài liệu hoặc tham dự phiên điều trần, do đó, thời gian và chi phí trong trọng tài sẽ giảm xuống.

Thứ sáu, sự hiểu biết công nghệ từ các bên và cả hội đồng trọng tài là điều kiện quan trọng để tiến hành trọng tài trực tuyến. Với việc sử dụng các phương tiện điện tử làm phương thức liên lạc và giải quyết tranh chấp, đòi hỏi người dùng phải có vốn hiểu biết nhất định về cách sử dụng.

Thứ bảy, trọng tài trực tuyến giúp các bên không gặp các vấn đề như khi tương tác mặt đối mặt. Trong một quy trình như trọng tài trực tuyến, ít phụ thuộc vào sự tương tác giữa các bên và tập trung nhiều hơn vào việc cung cấp bằng chứng. Với sức mạnh công nghệ, phương thức này hỗ trợ các bên trình bày các trường hợp của họ một cách hiệu quả hơn thông qua các hình thức liên kết tài liệu, chứng cứ và hệ thống tự động giải quyết trên cơ sở cân đối các nguồn lực và kỹ năng [7].

3. Phân loại trọng tài trực tuyến

Căn cứ vào mức độ tham gia trong quá trình tố tụng trọng tài, có thể phân chia trọng tài trực tuyến thành 2 loại, đó là: trọng tài trực tuyến có hỗ trợ công nghệ giản đơn và trọng tài trực tuyến hoàn toàn dựa trên công nghệ [8].

3.1. Trọng tài trực tuyến có hỗ trợ công nghệ giản đơn

Trọng tài trực tuyến có hỗ trợ công nghệ giản đơn phù hợp bối cảnh hiện tại, khi công nghệ mới được ứng dụng ở bước đầu và vai trò công nghệ bị giới hạn trong việc giao tiếp và trao đổi thông tin. Các trọng tài viên làm việc trực tuyến với các bên tranh chấp qua các công cụ như email, tin nhắn, hội nghị trực tuyến, lưu trữ trực tuyến,... Công nghệ là một thiết bị hữu ích để quản lý dữ liệu và chuẩn bị tài liệu và phán quyết [9].

Phần “trực tuyến” ở đây dùng để chỉ việc liên lạc thông qua một phương tiện điện tử và môi trường mạng. Đó có thể bao gồm việc sử dụng điện thoại bàn hoặc di động, fax, hoặc thư điện tử hoặc bất kì phương tiện nào khác thông qua môi trường mạng.

Trọng tài trực tuyến có thể tiến hành hoàn toàn trên môi trường mạng hay được tiến hành kết hợp trực tuyến với các phương tiện truyền thống. Với trọng tài trực tuyến toàn bộ, cả quá trình giải quyết sẽ dựa vào các phương tiện trao đổi trực tuyến như email, hội nghị trực tuyến và các công cụ giao tiếp khác; thậm chí là một hệ thống hoàn chỉnh được tạo ra để nhằm phục vụ cho quá trình giải quyết tranh chấp. Với trọng tài trực tuyến một phần, các công cụ đã đề cập trước đó cũng được sử dụng, nhưng còn kết hợp với các công cụ truyền thống khác như fax, bưu điện để chuyển giao bằng chứng, liên lạc và đưa ra phán quyết [10].

Hiện nay, các tổ chức trọng tài đã bắt đầu sử dụng một số cấp độ hỗ trợ công nghệ như sử dụng quản lý hồ sơ điện tử, sử dụng thư điện tử hoặc các phương tiện điện tử để trao đổi các tuyên bố và lập luận hoặc tổ chức hội nghị trực tuyến trong quá trình giải quyết tranh chấp [11].

Nhìn chung, các khía cạnh hỗ trợ công nghệ có thể được sử dụng trong trọng tài trực tuyến bao gồm [12]:

- Truyền tin và dữ liệu: Một trong số những công dụng rõ ràng nhất của công nghệ ngoại trừ sửa đổi văn bản đó chính là việc truyền tin sử dụng môi trường mạng. Công nghệ thường được

sử dụng cho mục đích này là thư điện tử và các công cụ giao tiếp nền tảng web-site.

- Hội trực tuyến: Công nghệ cho phép các bên và hội đồng trọng tài ở nhiều nơi trên thế giới có thể tổ chức hội nghị truyền hình (videoconferences).

- Xử lý văn bản: Văn bản có thể được xử lý bằng công nghệ thông qua việc sắp xếp, truy cứu, tổng hợp, thậm chí liên kết với nhau nhờ hyperlinks.

- Quản lý việc giải quyết tranh chấp: Công nghệ có thể được ứng dụng để theo dõi việc giải quyết hiệu quả hơn, ví dụ tạo ghi nhớ và theo dõi lịch trình, nhắc lịch cho các bên và hội đồng trọng tài để đảm bảo quá trình giải quyết tranh chấp được diễn ra theo đúng tiến độ đã đề ra trước đó.

- Biểu diễn trực quan các lập luận và chứng cứ: Khác với trọng tài truyền thống, khi chỉ dùng văn bản và lời nói để trình bày các chứng cứ thì công nghệ trong trọng tài trực tuyến cho phép các bên trình bày quan điểm của mình một cách rõ ràng và dễ theo dõi hơn bằng việc sử dụng trình chiếu (slideshows), đồ thị minh họa,...

3.2. Trọng tài trực tuyến hoàn toàn dựa trên công nghệ

Trọng tài trực tuyến hoàn toàn dựa trên công nghệ không chỉ sử dụng công nghệ ở mức độ hỗ trợ trao đổi, lưu trữ thông tin, mà còn tham gia sâu hơn vào cả quá trình giải quyết tranh chấp và ra phán quyết.

Cơ chế này có thể được sử dụng trong tương lai khi mà công nghệ phát triển đến một mức độ nhất định, đặc biệt là sự phát triển về trí tuệ nhân tạo (Artificial intelligence - viết tắt là AI).

Trong trường hợp này, công nghệ trí tuệ nhân tạo có thể được sử dụng để thay thế một phần hoặc một giai đoạn nào đó trong quá trình tố tụng trọng tài và đưa ra phán quyết của vụ việc dựa trên lập luận của các bên, cũng như kho án lệ và luật pháp. “Trọng tài điện tử” hoặc “trọng tài công nghệ” có thể tham gia giải quyết tranh chấp với vai trò bình đẳng như một “trọng tài con người” tùy vào quyền tự do lựa chọn trọng tài của các bên tranh chấp. Một tranh chấp có thể

hoàn toàn được xét xử qua “trọng tài điện tử”, hoặc kết hợp giữa “trọng tài điện tử” và “trọng tài con người”.

4. Cơ sở pháp lý cho việc giải quyết tranh chấp bằng trọng tài trực tuyến

Hiện nay, không có bất cứ quy định pháp luật nào ở cấp độ quốc tế điều chỉnh riêng về trọng tài trực tuyến. Mặc dù vậy, trọng tài trực tuyến vẫn đang ngày một phát triển dựa trên một số các quy tắc đang tồn tại của trọng tài truyền thống. Cơ sở pháp lý cho việc giải quyết tranh chấp bằng trọng tài trực tuyến xuất phát từ cả quy định của luật quốc tế và luật quốc gia.

4.1. Luật quốc tế

Ở cấp độ quốc tế, có 2 văn kiện quan trọng trong việc điều chỉnh hoạt động trọng tài, đó là Công ước New York năm 1958 về công nhận và thi hành Phán quyết của Trọng tài nước ngoài và Luật Mẫu của Ủy ban Liên Hiệp Quốc về Luật Thương mại quốc tế (United Nations Commission on International Trade Law – UNCITRAL) về Trọng tài Thương mại Quốc tế. Luật mẫu về trọng tài lần đầu tiên được thông qua vào năm 1985 (sau đây gọi là “Luật mẫu 1985”) và được sửa đổi vào năm 2006 (sau đây gọi là “Luật mẫu 2006”) với sự bổ sung quan trọng trong phạm vi yêu cầu “bằng văn bản”, mở ra cơ hội cho sự phát triển của trọng tài điện tử.

4.1.1. Công ước New York năm 1958 về công nhận và thi hành phán quyết của Trọng tài nước ngoài

Công ước về công nhận và thi hành các phán quyết trọng tài nước ngoài (Công ước New York 1958) được coi là một trong những công cụ pháp lý quốc tế thành công nhất được tạo ra bởi cộng đồng quốc tế nhằm bảo đảm tính hiệu quả của trọng tài. Trong phần này, tác giả sẽ xem xét mối quan hệ giữa trọng tài trực tuyến và Công ước New York 1958 trên một số khía cạnh chính sau:

Thỏa thuận trọng tài trực tuyến: Điều 2 của Công ước New York nêu rõ yêu cầu nghiêm ngặt liên quan đến thỏa thuận trọng tài quy định rằng thỏa thuận trọng tài phải được lập thành văn bản. Thỏa thuận bằng văn bản sẽ được đáp ứng khi có

một điều khoản trọng tài trong hợp đồng hoặc thỏa thuận trọng tài riêng, được ký bởi các bên hoặc có trong một trao đổi thư hoặc điện tín. Việc không tồn tại thỏa thuận trọng tài bằng văn bản có thể xảy ra trong 2 trường hợp:

- *Thứ nhất*, thay vì thỏa thuận bằng giấy truyền thống (viết tay) được ký bởi các bên, có một tệp kỹ thuật số có thể mang chữ ký điện tử hoặc chữ ký được quét của các bên;

- *Thứ hai*, khi thỏa thuận được ký kết thông qua trao đổi email. Trong trường hợp thứ nhất, việc xác định tình trạng pháp lý của chữ ký điện tử và các tập tin có chứa chữ ký được quét của các bên, có thể được thực hiện theo luật quốc gia hiện hành. Nói cách khác, sự đồng ý hợp đồng hợp lệ hay không cần được xem xét theo luật pháp trong nước áp dụng của các bên.

Trong trường hợp thứ hai, các phân tích được đề cập trên cũng tương tự khi xem xét cho phép email như một phương tiện “tương đương văn bản” để kết luận thỏa thuận trọng tài có hiệu lực về mặt hình thức hay không. Điều này một lần nữa sẽ dẫn đến việc tiếp cận luật pháp trong nước của các bên.

Địa điểm trọng tài trực tuyến: Công ước New York 1958 không có bất kỳ quy tắc nào yêu cầu phải có một địa điểm nhất định. Tuy nhiên, cách tiếp cận phổ biến ở đây là một số điều khoản của Công ước có chứa các liên kết mạnh mẽ kết nối trọng tài với địa điểm nhất định. Ví dụ, Điều 1 tuyên bố rằng Công ước này sẽ áp dụng đối với việc công nhận và thi hành các quyết định trọng tài được ban hành tại lãnh thổ của một quốc gia khác với quốc gia nơi có yêu cầu công nhận và thi hành quyết định trọng tài đó.

Nói cách khác, theo Công ước New York 1958, trọng tài trực tuyến muốn được tiến hành (mặc dù bản chất thực hiện qua không gian mạng, không gian ảo, phi vật chất) vẫn cần được kết nối với một địa điểm nhất định. Nếu không, quyết định của trọng tài trực tuyến sẽ có nguy cơ bị tước bỏ mọi lợi ích mà Công ước quy định.

Phán quyết trọng tài: Công ước New York 1958 không có bất kỳ yêu cầu nào đối với phán

quyết phải được viết thành văn bản vì vậy theo quan điểm này, Công ước sẽ không ảnh hưởng đến phán quyết trọng tài điện tử. Tuy nhiên, điều 4 của Công ước quy định rằng để có được sự công nhận và thi hành phán quyết, bên áp dụng để công nhận và thi hành, tại thời điểm nộp đơn, cung cấp phán quyết gốc được chứng thực hợp lệ hoặc một bản sao được chứng thực hợp lệ. Nói cách khác, đối với các phán quyết của trọng tài, Công ước không yêu cầu bằng văn bản, nhưng trong thủ tục công nhận và thi hành phán quyết lại có yêu cầu về hình thức nhất định. Vì vậy, trọng tài trực tuyến phải đối mặt với việc cung cấp một phán quyết điện tử, được coi là một bản gốc như trong thực tế. Việc xác định bản gốc không được Công ước quy định theo luật của quốc gia nào, tuy nhiên, theo quan điểm của tác giả, vấn đề này cần được điều chỉnh theo pháp luật của quốc gia nơi phán quyết sẽ được thi hành.

Vấn đề khó ở đây đối với yêu cầu về bản gốc là các tòa án cần phải có khả năng để đảm bảo rằng phán quyết được công nhận và thi hành là bản gốc (vấn đề tương tự cũng tồn tại trong trường hợp yêu cầu bằng văn bản đối với các thỏa thuận trọng tài được ký kết thông qua các phương tiện điện tử). Điều này chỉ ra rằng các tòa án cần kiểm tra tính hợp pháp về tài liệu điện tử trong các hồ sơ được gửi. Tuy nhiên, tòa án có làm điều này hay không chủ yếu sẽ phụ thuộc vào các quy định cụ thể của luật pháp quốc gia (địa phương), cũng như mức độ hỗ trợ trọng tài ở chính quốc gia ở đó.

4.1.2. Luật mẫu của UNCITRAL về trọng tài thương mại quốc tế

Luật mẫu về trọng tài thương mại quốc tế được sửa đổi vào năm 2006, trong đó, đã được đề xuất sửa đổi để phù hợp với các yêu cầu của thực tiễn thương mại hiện tại và phát triển công nghệ.

Một trong những sửa đổi quan trọng, có liên quan đến trọng tài trực tuyến được đề cập đến tại Điều 7 của Luật mẫu UNCITRAL 2006 với các nội dung như sau:

- Một thỏa thuận trọng tài bằng văn bản được thể hiện bằng một dữ liệu điện tử nếu thông tin

có trong đó có thể truy cập được, có thể sử dụng được để tham khảo tiếp theo;

- Truyền thông điện tử có nghĩa là bất kỳ thông tin liên lạc nào mà các bên thực hiện bằng các thông điệp dữ liệu;

- Tin nhắn dữ liệu có nghĩa là thông tin được tạo, gửi, nhận hoặc lưu trữ bằng các phương tiện điện tử, từ tính, quang học hoặc tương tự, bao gồm nhưng không giới hạn ở trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), thư điện tử, telegram, telex hoặc telecopy. Quy tắc này cung cấp khả năng xác lập thỏa thuận trọng tài với bất kỳ phương tiện nào hiện có sẵn và trong tương lai có thể được phát triển theo một tiêu chí như thông tin có trong thỏa thuận có thể truy cập được, có thể sử dụng được để tham khảo sau đó.

4.1.3. Các nguồn luật quốc tế đặc thù khác

Ngoài các quy định về trọng tài, UNCITRAL cũng đã thông qua Luật mẫu về thương mại điện tử vào năm 1996 (sửa đổi năm 1998) tạo ra một chức năng tương đương văn bản cho tài liệu điện tử và thừa nhận giá trị pháp lý của các dữ liệu điện tử, các hình thức dữ liệu điện tử. Thuật ngữ “thông điệp dữ liệu”, theo Điều 2.a, được định nghĩa khá rộng và bao hàm các phương thức truyền thông điện tử đa dạng bao gồm: các thông tin được tạo ra, gửi đi, tiếp nhận hoặc lưu trữ bằng phương tiện điện tử, quang học hoặc các phương tiện tương tự và bao gồm, nhưng không phải chỉ bao gồm, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), thư điện tử, điện tín, điện báo hoặc fax.

Bên cạnh đó, Công ước Liên hợp quốc về sử dụng các giao dịch điện tử trong các hợp đồng quốc tế năm 2005 và Luật mẫu của UNCITRAL về chữ ký điện tử năm 2001 (sau đây gọi là Luật mẫu về chữ ký điện tử) tăng cường tính chắc chắn pháp lý của các tài liệu thương mại dựa trên internet cũng như là cơ sở cho hiệu lực của thỏa thuận trọng tài trực tuyến và phán quyết trọng tài [13]. Rõ ràng các quy định của Luật mẫu có thể tạo điều kiện thuận lợi không chỉ cho việc xác nhận các thỏa thuận trọng tài thể hiện trong các tài liệu điện tử, mà còn cho việc xác nhận phán quyết điện tử và các tài liệu tố tụng khác.

4.2. Luật quốc gia

Ở cấp độ pháp luật quốc gia, luật trong nước về trọng tài đóng vai trò là nguồn pháp lý trung tâm để triển khai trọng tài điện tử. Như đã trình bày ở trên, rất nhiều các quy định của luật quốc tế về trọng tài đều không quy định rõ về trọng tài trực tuyến như về hình thức thỏa thuận trọng tài, địa điểm giải quyết tranh chấp, hình thức phán quyết trọng tài,... Các quy định đó cuối cùng đều dựa trên pháp luật quốc gia.

Việc tuân thủ các công ước quốc tế liên quan như đã đề cập ở trên, mặc dù không thể tạo ra một khuôn khổ quốc gia toàn diện cho trọng tài trực tuyến, nhưng là một bước tiếp theo để tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng công nghệ trong quá trình giải quyết tranh chấp bằng trọng tài.

Trên cơ sở các quy định về trọng tài trong pháp luật mỗi quốc gia, các tổ chức trọng tài cũng ban hành các quy tắc trọng tài nhằm điều chỉnh thủ tục trọng tài trực tuyến. Đây cũng có thể được

coi là một nguồn quy định khác điều chỉnh về trọng tài trực tuyến.

5. Kết luận

Qua việc nghiên cứu một số vấn đề cơ bản về trọng tài trực tuyến cũng như cơ sở pháp lý cho việc giải quyết tranh chấp bằng trọng tài trực tuyến, tác giả nhận thấy có thể ứng dụng công nghệ, kỹ thuật vào giải quyết tranh chấp theo nhiều mức độ khác nhau tùy vào trình độ phát triển, điều kiện của từng nước. Trọng tài trực tuyến có tiềm năng đóng góp rất lớn vào việc thay đổi hệ thống giải quyết tranh chấp ở Việt Nam. Ưu điểm nổi bật nhất của trọng tài trực tuyến là khả năng tiết kiệm thời gian và chi phí so với cơ chế giải quyết tranh chấp truyền thống. Những ưu điểm của trọng tài trực tuyến có thể là câu trả lời cho một số vấn đề trọng tài tại Việt Nam, bao gồm các phương thức giải quyết tranh chấp thích hợp cho cả tranh chấp nhỏ và tranh chấp thương mại điện tử.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Contracting States - List of contracting states (New York Arbitration Convention 1958). [Online] Available at www.newyorkconvention.org/list+of+contracting+states
2. Simon Greenberg, Christopher Kee and J. Romesh Weeramantry, (2011). *International commercial arbitration: an Asia-Pacific perspective*. UK: Cambridge University Press.
3. Ethan Katsh (2010). ODR: A Look at History - A Few Thoughts About the Present and Some Speculation About the Future. [Online] Available at <http://www.ombuds.org/odrbook/katsh.pdf>
4. Julia Hornle, (2009). *Cross-border internet dispute resolution*. UK: Cambridge University Press, tr. 74
5. Chinthaka Liyanage, (2010). Online arbitration compared to offline arbitration and the reception of online consumer arbitration: An overview of the literature. *Sri Lanka J. Int'l L.*, 22(1), 173.
6. E. KATSH and J. RIFKIN (2001). *Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace*. San Francisco: Jossey-Bass.
7. Dafna Lavi, (2016). Three Is Not a Crowd: Online Mediation-Arbitration in Business to Consumer Internet Disputes. [Online] Available at <https://scholarship.law.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1918&context=jil>
8. Mohamed S. Abdel Wahab, (2011). ODR and e-arbitration. In Mohamed S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds): *Online Dispute Resolution: Theory and Practice: A Treatise on Technology and Dispute Resolution*. USA: Eleven International Publishing, tr.402.
9. Arno R. Lodder and John Zeleznikow (2011). *Artificial Intelligence and Online dispute resolution*. In Mohamed

S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds): *Online Dispute Resolution: Theory and Practice: A Treatise on Technology and Dispute Resolution*. USA: Eleven International Publishing 2011, tr. 86.

10. Farzaneh Badiei (2010). Online Arbitration Definition and Its Distinctive Features. *CEUR Workshop Proceedings*, 684, 87-93.

11. Arno Lodder and John Zeleznikov, (2010). *Enhanced disputeresolution through the use of information technology*. UK: Cambridge University Press, tr. 79.

12. Gabrielle Kaufmann-Kohler and Thomas Schultz (2005). *The Use of Information Technology in Arbitration*. USA: JusLetter.

13. Aura Esther Vilalta, (2011). *ODR and E-commerce*. In Mohamed S. Abdel Wahab, Ethan Katsh and Daniel Rainey (eds): *Online Dispute Resolution: Theory and Practice: A Treatise on Technology and Dispute Resolution*. USA: Eleven International Publishing, tr. 131, 132.

Ngày nhận bài: 10/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. ĐÀO XUÂN THỦY

Giảng viên Trường Đại học Ngoại thương

SOME THEORETICAL ISSUES ABOUT ONLINE ARBITRATION

● Master. **DAO XUAN THUY**

Lecturer, Foreign Trade University

ABSTRACT:

The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) conceptualises rapid change to technology, industries, and societal patterns and processes including the dispute resolution process. The dispute resolution process is happening more commonly on online platforms. This change have created a new online dispute resolution mechanism - online arbitration. This paper presents the understanding of online arbitration and its characteristics. The paper also identifies the legal basis for the dispute resolution process by using online arbitration.

Keywords: online arbitration, electronic arbitration, arbitration.

CÁC QUAN ĐIỂM VỀ MANG THAI HỘ TRÊN THẾ GIỚI

● TĂNG THANH PHƯƠNG - TRẦN KHẮC QUI - NGUYỄN NHƯ Ý

TÓM TẮT:

Tùy thuộc vào quan niệm truyền thống và văn hóa pháp lý, luật các nước tiếp cận vấn đề mang thai hộ ở các góc độ khác nhau: có quốc gia cấm hoàn toàn việc mang thai hộ; có quốc gia chỉ cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo; có quốc gia chấp nhận mang thai hộ cả vì mục đích thương mại. Để có cái nhìn khách quan về việc mang thai hộ, bài viết sẽ lần lượt phân tích cả ba quan điểm này.

Từ khóa: cấm mang thai hộ, mang thai hộ vì mục đích thương mại, mang thai hộ vì mục đích nhân đạo.

1. Đặt vấn đề

Việc mang thai hộ bằng công nghệ hỗ trợ sinh sản ngày nay đã xuất hiện trên khắp thế giới. Theo quan điểm mang thai hộ hiện đại, các cặp vợ chồng hiếm muộn muốn có con cùng huyết thống, được di truyền về mặt sinh học, có thể thực hiện việc mang thai hộ bằng công nghệ hỗ trợ sinh sản, nghĩa là, lấy noãn của người vợ và tinh trùng của người chồng để thụ tinh trong ống nghiệm, sau đó cấy vào tử cung của người phụ nữ mang thai hộ để người này mang thai và sinh con. Vào năm 1985, đứa trẻ đầu tiên đã được sinh ra theo cách này ở Hoa Kỳ, sau đó việc sử dụng công nghệ hỗ trợ sinh sản để nhờ người khác mang thai hộ đã phổ biến mạnh mẽ trên toàn thế giới. Tuy nhiên, cho đến nay, các cuộc tranh luận về việc cấm hay không cấm mang thai hộ vẫn chưa có hồi kết, đặc biệt là đứng ở góc độ nữ quyền. Một số ý kiến cho rằng nên cấm mang thai hộ, nhất là vì mục đích thương mại để bảo vệ quyền của phụ nữ nghèo và dễ bị

tổn thương. Ngược lại, có ý kiến cho rằng không nên cấm mang thai hộ, vì việc cấm đoán này đi ngược lại với việc phụ nữ có quyền được tự do sử dụng cơ thể của họ theo cách họ muốn kể cả thực hiện mang thai hộ. Hơn nữa, quyền sinh sản là một trong các quyền cơ bản của con người để duy trì nòi giống và con người có quyền tự do lựa chọn phương thức để có con, miễn là không trái về mặt đạo đức xã hội. Theo một cuộc khảo sát ở Hoa Kỳ vào năm 2017, việc mang thai hộ bị cấm hoàn toàn ở 50 quốc gia, được hợp pháp hóa ở 40 quốc gia, được chấp nhận một phần ở 21 quốc gia và 30 quốc gia không có quy định pháp luật nào liên quan đến việc mang thai hộ, 72 quốc gia còn lại thì không có thông tin nào được cung cấp¹.

2. Cấm mang thai hộ ở các nước châu Âu

Một số nước châu Âu như Pháp, Đức, Ý và Thụy Điển cấm mang thai hộ cả vì mục đích nhân đạo hay mục đích thương mại. Thỏa thuận mang thai hộ bị xem là vô hiệu. Bản án của Tòa pháp án - Phòng

dân sự số 1 ngày 13/12/1989 cho rằng thỏa thuận mang thai hộ vô hiệu do có đối tượng bất hợp pháp và trái đạo đức; việc thỏa thuận người mẹ mang thai hộ chuyển giao con sẽ sinh ra cho người nhờ mang thai hộ là hành vi có chủ đích bỏ rơi đứa trẻ sẽ sinh ra (xem Cour de Cassation, Chambre civile 1, du 13 décembre 1989). Ở Pháp, Bản án của Hội đồng thẩm phán của Tòa phá án ngày 31/05/1991 cũng phán quyết rằng thỏa thuận mang thai hộ, ngay cả trong trường hợp phi thương mại đều bị xem là vi phạm trật tự công và vô hiệu, xâm phạm đến tính toàn vẹn của cơ thể con người (xem Cour de Cassation, Assemblée plénière, du 31 mai 1991, 90-20.105). Năm 1994, các quy định từ Điều 16 đến Điều 16-19 về Tôn trọng cơ thể con người trong Bộ luật Dân sự Pháp đã được sửa đổi theo Luật Đạo đức sinh học (ban hành ngày 29/7/1994), trong đó có các quy định về cấm mang thai hộ như sau: “Mỗi người đều có quyền được tôn trọng về cơ thể mình. Cơ thể người là bất khả xâm phạm. Cơ thể người, các bộ phận cơ thể người và sản phẩm từ cơ thể người không thể trở thành đối tượng của quyền tài sản. Nghiêm cấm bất kỳ sự can thiệp nào nhằm mục đích tạo ra một đứa trẻ giống hệt về mặt di truyền với một người khác dù người đó còn sống hay đã chết. Mọi thỏa thuận được giao kết nhằm mục đích sử dụng cơ thể người, các bộ phận cơ thể người hoặc sản phẩm từ cơ thể người như một tài sản đều vô hiệu. Nghiêm cấm trả thù lao cho người tự nguyện cho người khác tiến hành thí nghiệm trên cơ thể mình, lấy bộ phận cơ thể mình hoặc thu thập sản phẩm từ cơ thể mình. Mọi hợp đồng về việc sinh con hoặc mang thai hộ người khác đều vô hiệu.” Ngay cả trong trường hợp có thỏa thuận mang thai hộ bằng kỹ thuật hỗ trợ sinh sản thì người mẹ mang thai hộ là người được công nhận là mẹ của đứa trẻ đó vì thỏa thuận mang thai hộ vô hiệu. Điều 311-19 Bộ luật Dân sự Pháp quy định: “Trong trường hợp sinh con theo phương pháp khoa học với sự trợ giúp của người cho tinh trùng hoặc noãn, không được xác lập quan hệ cha - con, mẹ - con giữa người cho tinh trùng hoặc noãn và trẻ được sinh ra”. Hành vi môi giới cho việc mang thai hộ là tội hình sự, bị phạt đến 6 tháng tù và 7.500 euro; nếu vì mục đích lợi nhuận sẽ bị phạt 1 năm tù và

phạt tiền 15.000 euro; nếu lặp lại nhiều lần và vì mục đích lợi nhuận, hình phạt có thể tăng gấp 2 lần. Việc thay thế hay sửa đổi hộ tịch của trẻ có thể bị phạt tù đến 3 năm và 45.000 euro (Điều 227-12 và Điều 227-13 Bộ luật Hình sự Pháp). Việc tiến hành thực hiện kỹ thuật hỗ trợ sinh sản cho việc mang thai hộ có thể bị phạt tù đến 5 năm và phạt tiền 75.000 euro (Điều 511-24 Bộ luật Hình sự Pháp).

Đức cũng là một quốc gia cấm mang thai hộ theo quy định ở Điều 13c Luật Nuôi con nuôi². Điều 13d luật này nghiêm cấm việc quảng cáo về mang thai hộ, đưa ra đề nghị công khai về tìm người mang thai hộ trên báo chí. Theo Điều 14b của luật này, người điều hành dịch vụ mang thai hộ (không xem xét có vì mục đích thương mại hay không) sẽ bị phạt tiền và phạt tù đến 1 năm; người cung cấp dịch vụ mang thai hộ vì mục đích thương mại và nhận được lợi nhuận từ đó sẽ bị phạt tiền và phạt tù đến 3 năm; người mang thai hộ và người nhờ mang thai hộ thì không bị xử phạt. Từ năm 1998, theo Điều 1591 Bộ luật Dân sự Đức, “Người phụ nữ sinh ra đứa trẻ được công nhận là mẹ của đứa trẻ đó”. Nếu phát sinh việc mang thai hộ thì chính người phụ nữ mang thai hộ mới được công nhận là mẹ của đứa trẻ sinh ra. Yếu tố di truyền không phải là yếu tố chính để xác định quan hệ mẹ - con hay cha - con trong luật của Đức. Theo khoản 1 Điều 1592 Bộ luật Dân sự Đức, người đã kết hôn với mẹ đứa trẻ trước khi đứa trẻ sinh ra được công nhận là cha đứa trẻ đó. Nếu người phụ nữ mang thai hộ đã có chồng, thì theo luật, người đó mới được công nhận là cha của đứa trẻ sinh ra từ việc mang thai hộ. Vì thế, người nhờ mang thai hộ ở Đức (một cách bất hợp pháp) thường tìm kiếm người phụ nữ chưa kết hôn nhờ mang thai hộ để ít nhất người cha nhờ mang thai hộ có thể lên tiếng công nhận mình là cha đứa trẻ (Theo cùng điều luật, “Cha của đứa trẻ là người đàn ông đã thừa nhận quan hệ cha con với đứa trẻ”). Đến nay, theo Mục 1 của Luật Bảo vệ phôi thai³ Đức vẫn cấm việc dùng các kỹ thuật hỗ trợ sinh sản cho việc mang thai hộ.

Tuy nhiên, ở những quốc gia này, những người muốn có con bằng cách thức mang thai hộ vẫn sẵn sàng thực hiện thỏa thuận mang thai hộ bất hợp pháp hay sử dụng cách du lịch đến một nước khác

để thuê dịch vụ mang thai hộ (còn được gọi dưới cái tên là “du lịch sinh sản”) và sau đó xác nhận quan hệ cha, mẹ - con với đứa trẻ đó và đưa đứa trẻ đó về nước; từ đó, tạo ra những vấn đề pháp lý phức tạp, mang tính quốc tế trong việc bảo vệ quyền của đứa trẻ sinh ra từ việc mang thai hộ. Nghị viện châu Âu đã công bố quan điểm về mang thai hộ như sau⁴: “Nghị viện lên án việc mang thai hộ làm suy yếu phẩm giá con người của người phụ nữ vì cơ thể của họ và chức năng sinh sản của họ được sử dụng như một món hàng; khẳng định cấm việc mang thai hộ liên quan đến việc bóc lột sinh sản và sử dụng cơ thể con người vì lợi ích tài chính hoặc lợi ích khác, đặc biệt trong trường hợp phụ nữ dễ bị tổn thương ở các nước đang phát triển và xem đây là vấn đề cấp bách trong các văn kiện nhân quyền”.

3. Một số quốc gia chấp nhận mang thai hộ vì mục đích thương mại

Hoàn toàn trái ngược với quan điểm trên, một số quốc gia chấp nhận mang thai hộ vì mục đích thương mại và thừa nhận tính hợp pháp của các thỏa thuận mang thai hộ như ở Ukraine và một số bang của Hoa Kỳ như California, Colorado, Connecticut, Columbia, Maine,... Các nhà làm luật ở các nước này cho rằng quyền sinh sản là một trong những quyền cơ bản của con người, tất cả các cặp vợ chồng đều có quyền quyết định việc có con hay không, có quyền được thông tin và phương tiện để thực hiện quyền sinh sản của bản thân⁵. Do đó, sử dụng công nghệ hỗ trợ sinh sản, kể cả để phục vụ cho việc mang thai hộ là nhằm thực hiện quyền này và vì thế nên thừa nhận việc mang thai hộ vì mục đích thương mại. Theo số liệu thống kê của Tổ chức Y tế thế giới (WHO), trên thế giới ước tính có chừng 48 triệu cặp vợ chồng và 186 triệu người vô sinh⁶. Do đó, việc cho phép mang thai hộ vì mục đích thương mại sẽ góp phần đáp ứng mong muốn chính đáng được có con của những người bị vô sinh và góp phần vào sự ổn định và phát triển của xã hội. Tuy nhiên, việc mang thai hộ đã đem lại những hệ quả rất nặng nề cho xã hội. Những người phụ nữ mang thai hộ chịu nhiều rủi ro về sức khỏe và tính mạng, trong khi họ chỉ nhận được một phần nhỏ số tiền mà người thuê mang thai hộ chi trả cho dịch vụ này, nhất là ở những nước có thu nhập thấp, khi

người phụ nữ phải chấp nhận hoặc bị buộc trở thành người mang thai hộ để có thêm thu nhập cho gia đình. Nhiều trường hợp trẻ em sinh ra từ việc mang thai hộ bị dị tật hay không phù hợp về giới tính lựa chọn đã bị người thuê mang thai hộ bỏ rơi. Ví dụ, một cặp vợ chồng người Úc thuê dịch vụ mang thai hộ ở Ấn Độ, khi hai đứa trẻ song sinh ra đời, bé trai mắc hội chứng Down, bé gái bình thường, họ chỉ nhận bé gái và bỏ lại bé trai cho người phụ nữ Ấn Độ mà họ thuê mang thai hộ. Thêm vào đó, những rắc rối về mặt pháp lý khi xác nhận quan hệ cha, mẹ - con, đặc biệt là đối với trẻ được sinh ra từ việc mang thai hộ ở nước ngoài đã dẫn đến nhiều trường hợp bên thuê mang thai hộ không thể đưa con về nước... Chính vì thế, các nước như Ấn Độ, Mexico, Nepal trước đây được xem là các địa điểm cung cấp dịch vụ mang thai hộ cho du khách nước ngoài để thu lợi nhuận thì hiện nay đã cấm mang thai hộ vì mục đích thương mại, đặc biệt là cấm cung cấp dịch vụ mang thai hộ cho người nước ngoài. Ở Ấn Độ, một thống kê năm 2015 cho thấy có khoảng 30.000 trẻ em được sinh ra từ dịch vụ mang thai hộ ở nước này⁷ trước khi Bộ Nội vụ Ấn Độ thông báo cấm cung cấp dịch vụ mang thai hộ cho người nước ngoài vào cùng năm. Bộ Y tế và Phúc lợi gia đình Ấn Độ sau đó đưa ra Dự luật đầu tiên về mang thai hộ có nội dung chỉ cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo vào năm 2016 (Dự luật này hết hiệu lực khi Quốc hội Ấn Độ bị giải tán và sau đó đến năm 2019 Ấn Độ đưa ra Dự luật mới). Các nước khác như Mexico, Nepal hiện nay cũng chỉ chấp nhận mang thai hộ vì mục đích nhân đạo và luật các nước này cũng quy định các điều kiện chặt chẽ về mang thai hộ. Trong năm 2022, Nga cũng xem xét ban hành luật cấm cung cấp dịch vụ mang thai hộ cho người nước ngoài. Một số liệu thống kê cho thấy có khoảng 45.000 trẻ em ở Nga sinh ra từ việc mang thai hộ được đưa ra nước ngoài trong những năm gần đây⁸.

4. Pháp luật Việt Nam và một số nước chỉ cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo

Mong muốn được có con là nhu cầu chính đáng của tất cả các cặp vợ chồng. Chính vì thế, đối với cặp vợ chồng vô sinh nhưng muốn có được một đứa con cùng huyết thống thì công nghệ hỗ trợ sinh sản

tạo điều kiện cho việc mang thai hộ là một cứu cánh đối với họ. Do vậy, nhiều quốc gia trên thế giới đã chọn một giải pháp dung hòa, đó là cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo như ở Anh, đa số các tiểu bang của Australia, New Zealand, Hy Lạp, Israel, Bồ Đào Nha, Nam Phi... Các nước này có các quy định cho phép bên nhờ mang thai hộ được công nhận là cha mẹ của đứa trẻ được sinh ra từ việc mang thai hộ và công nhận hiệu lực của thỏa thuận mang thai hộ nếu đáp ứng được các quy định tương đối khắt khe của luật; người phụ nữ mang thai hộ là nhằm thực hiện công việc giúp đỡ cho các cặp vợ chồng hiếm muộn có con, nên chỉ được quyền nhận các chi phí mang thai hộ (ví dụ theo hóa đơn y tế) chứ không có quyền nhận được lợi ích tài chính từ việc mang thai hộ.

Ấn Độ cũng chuyển biến hẳn quan điểm từ cho phép mang thai hộ vì mục đích thương mại sang quan điểm chỉ cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo. Năm 2019, Bộ Y tế và Phúc lợi gia đình Ấn Độ đưa ra Dự luật về mang thai hộ và Dự luật này được thông qua vào ngày 5/8/2019 với nội dung chỉ cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo và quy định các thủ tục để thực hiện việc này. Sau đó, Dự luật đã được sửa đổi và trình trước Thượng viện vào năm 2020 và đến năm 2021, Luật về mang thai hộ của Ấn Độ đã được thông qua với quy định cấm mang thai hộ vì mục đích thương mại, chỉ được phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo đối với các cặp vợ chồng hiếm muộn, chỉ được thực hiện việc mang thai hộ tại các cơ sở y tế được cấp phép thực hiện kỹ thuật này và không cho phép trả tiền cho người mang thai hộ trừ các chi phí y tế và bảo hiểm trong thời gian mang thai⁹.

Việc mang thai hộ vì mục đích thương mại đã bị Tòa án tối cao Nepal đình chỉ vào ngày 25/8/2015 và Chính phủ ra quyết định cấm ngay sau đó. Phán quyết của Tòa án Tối cao Nepal ngày 12/12/2016 cho rằng việc mang thai hộ là hợp pháp đối với các cặp vợ chồng vô sinh ở Nepal, nhưng bất hợp pháp đối với nam hoặc nữ độc thân, các cặp chuyển giới và công dân nước ngoài¹⁰.

Riêng ở Việt Nam, để đáp ứng nhu cầu chính đáng của các cặp vợ chồng hiếm muộn, từ năm 2014, Quốc hội đã ban hành Luật Hôn nhân và Gia

đình năm 2014 cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo. Tuy nhiên, để phòng ngừa các hệ quả xấu có thể xảy ra đối với những người phụ nữ mang thai hộ và trẻ em sinh ra từ việc mang thai hộ, Việt Nam đã cấm mang thai hộ vì mục đích thương mại và quy định rất chặt chẽ về các điều kiện mang thai hộ vì mục đích nhân đạo từ Điều 93 đến Điều 101 Luật Hôn nhân và Gia đình năm 2014. Cụ thể là: Cặp vợ chồng muốn mang thai hộ, cần có xác nhận của tổ chức y tế có thẩm quyền về việc người vợ không thể mang thai và sinh con ngay cả khi áp dụng kỹ thuật hỗ trợ sinh sản; vợ chồng đang không có con chung và đã được tư vấn về y tế, pháp lý, tâm lý. Người được nhờ mang thai hộ phải là người thân thích cùng hàng của bên vợ hoặc bên chồng nhờ mang thai hộ; đã từng sinh con và chỉ được mang thai hộ 1 lần; ở độ tuổi phù hợp và có xác nhận của tổ chức y tế có thẩm quyền về khả năng mang thai hộ; trường hợp người phụ nữ mang thai hộ có chồng, thì phải có sự đồng ý bằng văn bản của người chồng và cũng phải được tư vấn về y tế, pháp lý, tâm lý. Thỏa thuận về mang thai hộ phải được công chứng và có thông tin đầy đủ về quyền và nghĩa vụ giữa các bên và trách nhiệm của các bên đối với đứa trẻ sinh ra từ việc mang thai hộ. Đối với bên nhờ mang thai hộ, bên mang thai hộ vì mục đích thương mại và nhân viên y tế hỗ trợ kỹ thuật cho hoạt động này sẽ bị xử phạt vi phạm hành chính với số tiền từ 5.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng và buộc nộp lại số lợi bất hợp pháp có được do thực hiện hành vi vi phạm; các cơ sở y tế vi phạm quy định về mang thai hộ sẽ bị xử phạt vi phạm hành chính lên đến 40 triệu đồng và buộc nộp lại số lợi bất hợp pháp có được do thực hiện hành vi vi phạm (xem Điều 60 Nghị định số 82/2020/NĐ-CP ngày 15/7/2020 của Chính phủ quy định xử phạt hành chính trong lĩnh vực bổ trợ tư pháp, hành chính tư pháp, hôn nhân gia đình, thi hành án dân sự, phá sản doanh nghiệp, hợp tác xã và Điều 42, Điều 43 Nghị định số 117/2020/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực y tế). Hành vi tổ chức mang thai hộ vì mục đích thương mại bị xem là tội phạm và bị xử lý hình sự theo Điều 187 của Bộ luật Hình sự năm 2015, người tổ chức mang thai hộ

bị phạt tù đến 5 năm và bị phạt tiền đến 200 triệu đồng. Các quy định về mang thai hộ ở Việt Nam hiện nay tương đối đầy đủ, đảm bảo việc mang thai hộ chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu có con chính đáng của các cặp vợ chồng hiếm muộn; không cho phép sử dụng việc mang thai hộ vì mục đích thương mại trong bất kỳ trường hợp nào.

5. Kết luận

Nhìn chung, tất cả các nước trên thế giới, kể cả các nước phương Tây, đều có định kiến về việc các cặp vợ chồng cần phải có con cái để duy trì và phát triển nòi giống. Nhu cầu để có được đứa con di truyền về mặt sinh học vẫn tồn tại trong xã hội loài người trong thời đại ngày nay. Do vậy, các cặp vợ chồng hiếm muộn hoặc các cặp đôi đồng tính vẫn tìm cách có được đứa con mà họ mong muốn thông qua các thỏa thuận mang thai hộ kể cả bằng con đường hợp pháp hay bất hợp pháp, hoặc bằng cách ra nước ngoài thuê người mang thai hộ. Chính vì

thế, các nhà làm luật trên khắp thế giới luôn cố gắng hoàn thiện các quy định điều chỉnh việc mang thai hộ, nhằm đáp ứng nhiều mục tiêu khác nhau: phù hợp với văn hóa pháp lý trong nước và nền tảng đạo đức xã hội, đáp ứng được nhu cầu của những cặp vợ chồng hiếm muộn muốn có con bằng việc mang thai hộ, bảo vệ được phẩm giá của người phụ nữ mang thai hộ và bảo vệ được quyền lợi của trẻ em sinh ra từ việc mang thai hộ. Đối với Việt Nam, mặc dù quy định pháp luật về mang thai hộ còn một vài hạn chế nhất định (Ví dụ thực tế có trường hợp một số cặp vợ chồng hiếm muộn không có cách nào đáp ứng được điều kiện luật định để nhờ mang hộ khi họ không có người thân thích cùng hàng bên vợ hoặc bên chồng để nhờ mang thai hộ), nhưng đến nay, việc lựa chọn giải pháp cho phép mang thai hộ vì mục đích nhân đạo và cấm mang thai hộ vì mục đích thương mại mà Việt Nam đang lựa chọn vẫn được xem là giải pháp tối ưu nhất ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. YuriHibino (2022). Ongoing Commercialization of Gestational Surrogacy due to Globalization of the Reproductive Market before and after the Pandemic. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s41649-022-00215-4>
2. Bộ Tư pháp Liên bang Đức (1976). Luật Nuôi con nuôi. Truy cập tại: http://www.gesetze-im-internet.de/advermig_1976/index.html#BJNR017620976BJNE002604360
3. Bộ Tư pháp Liên bang Đức (1990). Luật Bảo vệ phôi thai. Truy cập tại: <https://www.gesetze-im-internet.de/eschg/BJNR027460990.html>
4. European Parliament, Parliamentary question. Available at: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/P-8-2016-005909_EN.html
5. United Nations (2014). International Conference on Population and Development, Programme of Action, Para 7.3. Available at: https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/programme_of_action_Web%20ENGLISH.pdf
6. Tổ chức Y tế thế giới WHO (2020). Infertility. Available at: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/infertility>
7. Ae-Ryung Kim (2020). Surrogate mother, the modest witness of new reproductive technology: Understanding technobiopower in the posthuman era. *Asian Journal of Women's Studies*, 26:2, 205-222, DOI: 10.1080/12259276.2020.1777797
8. Khánh An (2022). Nga cấm phụ nữ mang thai hộ cho người nước ngoài. Truy cập tại: <https://thanhnien.vn/nga-cam-phu-nu-mang-thai-ho-cho-nguoi-nuoc-ngoai-post1526053.html>

9. Ajay Bhargava, Abhisar Bairagi, Milind Sharma, Natasha Syal (2022). India: The Evolution of Laws Around the Practice of Surrogacy and Assisted Reproductive Technology. Available at: <https://www.mondaq.com/india/performance/1263870/the-evolution-of-laws-around-the-practice-of-surrogacy-and-assisted-reproductive-technology>

10. U.S. Embassy in Nepal (2021). Surrogacy Services are Banned in Nepal. Available at: <https://np.usembassy.gov/surrogacy-services-are-banned-in-nepal/>

Ngày nhận bài: 14/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 14/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/12/2022

Thông tin tác giả:

1. TĂNG THANH PHƯƠNG¹

2. TRẦN KHẮC QUI¹

3. NGUYỄN NHƯ Ý²

¹Giảng viên Khoa Luật, Trường Đại học Cần Thơ

²Sinh viên Luật Tư pháp khóa 45 Khoa Luật, Trường Đại học Cần Thơ

PERSPECTIVES ON SURROGACY IN THE WORLD

● **TANG THANH PHUONG¹**

● **TRAN KHAC QUI¹**

● **NGUYEN NHU Y²**

¹Lecturer, Faculty of Law, Can Tho University

²Student, Faculty of Law, Can Tho University

ABSTRACT:

Depending on the traditional concept and legal culture, legal systems in the world have different approaches to the issue of surrogacy. Some countries completely prohibit surrogacy while some countries allow altruistic surrogacy, event accept commercial surrogacy. This paper analyzes all these three approaches to the issue of surrogacy to reach an objective perspective on this issue.

Keywords: prohibition of surrogacy, altruistic surrogacy, commercial surrogacy.

PHÁP LUẬT VỀ ĐẤU THẦU MUA SẮM HÀNG HÓA THEO PHƯƠNG THỨC MỘT GIAI ĐOẠN MỘT TÚI HỒ SƠ TỪ THỰC TIỄN TỈNH BÌNH DƯƠNG

● PHẠM QUỐC ĐẠT - NGUYỄN THỊ BÍCH NHUNG

TÓM TẮT:

Đấu thầu là một hoạt động tất yếu của nền kinh tế thị trường. Pháp luật về đấu thầu, với vai trò kiểm soát các nguồn vốn đầu tư công dù đã trải qua nhiều lần sửa đổi nhưng trên thực tiễn áp dụng vẫn chưa đạt được mục đích đảm bảo môi trường cạnh tranh công bằng, minh bạch, hiệu quả và phù hợp với thông lệ đấu thầu quốc tế. Một bộ phận nhà thầu lại vi phạm Luật Đấu thầu ngày càng nghiêm trọng hơn trước, chính điều đó trở thành rào cản những doanh nghiệp làm ăn chân chính. Những yếu kém trong quản lý đấu thầu hiện nay không chỉ làm gia tăng giá trị đầu tư các công trình mua sắm công mà còn làm suy giảm năng lực cạnh tranh của Việt Nam nói chung và của tỉnh Bình Dương nói riêng so với những nền kinh tế khác. Vì vậy, việc nghiên cứu các quy định pháp luật về đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn một túi hồ sơ từ thực tiễn tỉnh Bình Dương sẽ góp phần quan trọng trong việc sử dụng hiệu quả và tiết kiệm được nguồn vốn đầu tư của Nhà nước.

Từ khóa: pháp luật, đấu thầu, mua sắm hàng hóa, tỉnh Bình Dương.

1. Đặt vấn đề

Đấu thầu được xem là một trong những hoạt động lựa chọn nhà thầu để thực hiện kí kết và cung cấp các dịch vụ từ phí tư vấn, mua sắm hàng hóa, vật tư xây lắp, hoặc lựa chọn nhà đầu tư để kí kết và thực hiện hợp đồng dự án đầu tư theo hình thức đối tác dựa trên những cơ sở đảm bảo cạnh

tranh, công bằng, minh bạch và hiệu quả kinh tế cao. Như vậy có thể xem công tác đấu thầu là quá trình chủ đầu tư lựa chọn nhà thầu để đáp ứng những yêu cầu và mục đích của họ là giành độc quyền cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ với giá đủ bù đắp cho những chi phí đầu tư cũng như đảm bảo mức lợi nhuận cao nhất có thể.

Vì vậy để thực hiện tính minh bạch, công bằng giữa đôi bên, cơ quan nhà nước cần phải có công tác quản lý về hoạt động đấu thầu. Công tác quản lý này có thể được thực hiện bởi sự quản lý của Nhà nước vì nó có tác động đối với pháp quyền của Nhà nước trong hoạt động đấu thầu nhằm để hoạt động đấu thầu diễn ra một cách hiệu quả, công bằng và minh bạch cũng như góp phần thực hiện những mục tiêu kinh tế - xã hội của đất nước. Xuất phát từ yêu cầu đó và thực tế về hoạt động đấu thầu mua sắm hàng hóa ở Việt Nam nói chung và thực tiễn ở tỉnh Bình Dương nói riêng, việc nghiên cứu, phân tích cơ chế quản lý đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn, một túi hồ sơ ở Bình Dương có ý nghĩa lý luận và thực tiễn to lớn.

2. Thực trạng pháp luật về đấu thầu mua sắm hàng hoá theo phương thức một giai đoạn, một túi hồ sơ ở tỉnh Bình Dương

Từ năm 2014 đến nay, Luật Đấu thầu mới bắt đầu có hiệu lực đã đem lại một số thay đổi cho hoạt động đấu thầu trên phạm vi cả nước nói chung và tỉnh Bình Dương nói riêng. Cụ thể trong giai đoạn 2015-2021, tổng số tiền đấu thầu đạt được của UBND tỉnh Bình Dương là

108.826.164.060 đồng; trong đó hình thức chỉ định thầu chỉ chiếm một tỉ lệ rất khiêm tốn là 4.212.034.060 đồng (chiếm 3,87%); đồng thời các hình thức đấu thầu khác được đẩy mạnh như đấu thầu công khai rộng rãi, chào hàng cạnh tranh, chào giá, tham vấn... Pháp luật về đấu thầu hiện hành đã có những quy định nhằm hạn chế tình trạng đấu thầu chỉ định, đồng thời có những quy định giúp tăng số lượng các gói đấu thầu công khai rộng rãi tăng nhanh và ngày càng thể hiện được sự hiệu quả vượt trội của nó. Đây cũng là hình thức lựa chọn nhà thầu đạt tỉ lệ tiết kiệm cao nhất so với tất cả các hình thức lựa chọn nhà thầu khác đã thực hiện từ sau năm 2014 đến nay.

Để tăng cường sự công khai, minh bạch trong công tác đấu thầu, từ năm 2015 đến nay, với sự hỗ trợ của Ngân hàng Thế giới, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã khởi động thực hiện sáng kiến công khai hóa các hợp đồng đấu thầu, đồng thời với việc nghiên cứu, xây dựng hệ thống giám sát, đánh giá về đấu thầu. Trên những kết quả đã đạt được trong việc thực thi Luật Đấu thầu mới trong thời gian vừa qua bằng những chủ trương, đường lối, chính sách cụ thể và các văn bản pháp luật hiện hành, hoạt động

Bảng 1. Số lượng các gói thầu đã tổ chức tại tỉnh Bình Dương trong giai đoạn 2015-2021

(Đơn vị: Đồng)

Lĩnh vực	Số lượng	Số tiền	Hình thức đấu thầu
Xây dựng	01	Vốn sự nghiệp, ngân sách tỉnh Bình Dương	Đấu thầu công khai rộng rãi
Nông nghiệp (Vắc-xin gia súc, hóa chất)	02	4.212.034.060	Chỉ định thầu
Trang thiết bị, máy tính CNTT	13	518.000.000	Chào hàng cạnh tranh, chào giá
Y tế	04	104.096.130.000	Tham gia tư vấn quản lý, sử dụng
Khoáng sản	01	Vốn sự nghiệp, ngân sách tỉnh Bình Dương	Đấu thầu công khai rộng rãi

Nguồn: binhduong.gov.vn

đấu thầu sẽ ngày càng được thực hiện minh bạch, công khai, tăng tính cạnh tranh và đem lại hiệu quả tốt nhất cho nền kinh tế quốc dân.

Để đảm bảo mục tiêu cũng như những yêu cầu đặt ra với việc đảm bảo hiệu quả cho các dự án đầu tư, cụ thể ở đây là việc lựa chọn được các nhà thầu có đủ điều kiện về năng lực chuyên môn, tư cách pháp nhân, giấy phép hành nghề phù hợp và giá dự thầu phù hợp là những nội dung quan trọng được chú trọng và thực hiện tại các sở, ban ngành trực thuộc UBND tỉnh Bình Dương khi tiến hành công tác đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn một túi hồ sơ.

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn một túi hồ sơ tại tỉnh Bình Dương vẫn còn tồn tại một số bất cập, khó khăn nhất định. Chẳng hạn như ở Điều 4 Luật Đấu thầu 43/2013/QH13 về phần giải thích từ ngữ, không có nội dung giải thích như thế nào là hồ sơ một giai đoạn, hồ sơ gồm những gì, như thế nào là “một túi”. Ở Điều 26 Luật Đấu thầu năm 2013, cần phải làm rõ lựa chọn tư vấn cá nhân thực hiện trong trường hợp nào để được áp dụng khi công việc của gói thầu chỉ yêu cầu 01 hoặc 01 chuyên gia có kinh nghiệm, năng lực thực hiện mà không cần tham gia của tổ chức, không yêu cầu các điều kiện thực hiện công việc như đối với nhà thầu là tổ chức. Và hạn chế lớn nhất trong hoạt động đấu thầu thời gian vừa qua là số lượng tham gia dự thầu rất ít, kể cả đấu thầu trên mạng (bình quân chỉ hơn 1 hồ sơ). Điều đó chứng tỏ tính cạnh tranh không cao, nguyên nhân có thể thông tin được cài cắm trong hồ sơ mời thầu, làm hạn chế những nhà thầu tham gia. Đấu thầu mua sắm hàng hóa là một công việc hết sức phức tạp, có tính chuyên môn rất sâu, không phải ai cũng hiểu được kỹ thuật đấu thầu, thị trường trong nước và thế giới. Vì vậy, cần phải có những tổ chức, cá nhân chuyên nghiệp, nhưng trong qui định của pháp luật hiện nay chỉ có một điều duy nhất về tổ chuyên gia đấu thầu và không có tiêu chuẩn cụ thể nào.

3. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn, một túi hồ sơ ở tỉnh Bình Dương

Để khắc phục những tồn tại đã được đề cập ra trong thời gian qua, Chính phủ cũng cần phải qui định chi tiết tiêu chuẩn hồ sơ mời thầu. Mặt khác, tại Điều 18 Nghị định hướng dẫn thi hành luật qui định về phương pháp chấm điểm theo thang điểm, Nghị định này phải qui định rõ ràng về cơ cấu tỉ lệ trọng trong điểm tương ứng.

Trong qui định về chỉ định thầu tại Điều 79 khoản 2, Chính phủ cần bổ sung và làm rõ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân thẩm định trong Luật Đấu thầu. Cụ thể là tổ chức, cá nhân thẩm định phải chịu trách nhiệm chính về tính đúng đắn của dự án, đồ án, kiến trúc, kết cấu, khối lượng, đơn giá và phải chịu trách nhiệm chính trước cơ quan thanh tra kiểm toán khi có kết luận sai phạm, chịu trách nhiệm trước pháp luật và phải chịu bồi thường thiệt hại.

Về chỉ định thầu rút gọn, cần phân biệt các trường hợp chỉ định thầu rút gọn và chỉ định thầu thông thường; cần qui định về chỉ định thầu rút gọn trong trường hợp cấp bách thiên tai, dịch bệnh, mở rộng các trường hợp áp dụng chỉ định thầu rút gọn gồm cả trang thiết bị y tế, vật tư tiêu hao sinh phẩm, hóa chất xét nghiệm và thuốc. Trước tình trạng một số nhà thầu bắt tay nhau để nâng giá thầu trong thời gian qua, Luật Đấu thầu mới cần phải có giải pháp xử lý nghiêm minh hành vi tiết lộ thông tin của các cá nhân liên quan đến đấu thầu. Đồng thời, ban soạn thảo Luật Đấu thầu phải qui định một chương riêng về đấu thầu y tế; và đa dạng hóa các phương thức để có được hàng hóa, dịch vụ, có được thuốc cho người bệnh, chứ không chỉ có hình thức đấu thầu. Hơn nữa, thuốc là mặt hàng thiết yếu, khi đấu thầu sẽ có tình trạng các đơn vị dự thầu từ chối không tham gia thầu hoặc hủy thầu, trong trường hợp này cần có cách giải quyết đặc biệt để có thuốc phục vụ điều trị cho bệnh nhân. Vì vậy đến nay vẫn chưa giải quyết được tình trạng thiếu thuốc, thiếu trang

thiết bị, vật tư y tế tại các bệnh viện. Song song đó, qui định về chọn giá kế hoạch cần phải rõ ràng, căn cứ theo thị trường, không thể căn cứ vào giá trúng thầu của năm trước để làm giá kế hoạch của năm sau. Như vậy dẫn đến giá đấu thầu thuốc càng ngày càng thấp và không bảo đảm được chất lượng. Để khắc phục tình trạng trên, Luật Đấu thầu cần phải bổ sung thêm phần đánh giá của bác sĩ điều trị về thuốc đấu thầu, trong đó cần được lượng hóa, tính thành số điểm và phải chịu trách nhiệm công khai, minh bạch bởi Hội đồng thuốc và điều trị...

4. Kết luận

Quá trình đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn một túi hồ sơ ở tỉnh Bình Dương, cụ thể là trình tự thủ tục, đấu thầu

mua sắm hàng hóa tại các đơn vị sự nghiệp công lập, đã thể hiện tổng hợp mối quan hệ kinh tế và pháp lý. Trình tự thủ tục, đấu thầu mua sắm hàng hóa đóng vai trò quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả và hiệu quả của quá trình đấu thầu mua sắm hàng hóa tại các đơn vị sự nghiệp công lập. Những qui định của pháp luật về đấu thầu mua sắm hàng hóa theo phương thức một giai đoạn một túi hồ sơ trong thời gian qua đã có nhiều tiến bộ phù hợp, bắt kịp với thị trường. Tuy nhiên, nó vẫn còn những hạn chế, tồn tại nhất định trong tình hình kinh tế xã hội hiện nay, và cần tiếp tục được hoàn thiện, kịp thời thực thi các giải pháp để công tác đấu thầu theo phương thức một giai đoạn một túi hồ sơ phát huy vai trò tốt hơn nữa trong thời gian sắp tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2016), *Thông tư số 58/2016/TT-BKHĐT quy định chi tiết việc sử dụng vốn Nhà nước để mua sắm nhằm duy trì hoạt động thường xuyên của cơ quan Nhà nước, đơn vị thuộc lực lượng vũ trang nhân dân, đơn vị sự nghiệp công lập, tổ chức Chính trị Xã hội - Nghề nghiệp, tổ chức Xã hội, tổ chức Xã hội - Nghề nghiệp*, Hà Nội, ngày 29/03/2016.
2. Chính phủ (2012), *Nghị định số 55/2012/NĐ-CP quy định về thành lập, tổ chức lại, giải thể đơn vị sự nghiệp công lập*, Hà Nội, ngày 28/06/2012.
3. Nguyễn Quang Duệ, Đào Thị Thu Trang (2014), *Nghiệp vụ Đấu thầu*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền Thông.
4. Ngô Minh Hải (2004), *Quản lý đấu thầu - Thực trạng ở Việt Nam và kinh nghiệm quốc tế*, Nhà xuất bản Giao thông Vận tải.
5. Quốc hội (2013), *Luật Đấu thầu số 43/2013/QH13*
6. Quốc hội (2014), *Luật Đầu tư công số 49/2014/QH13*
7. Tiến Phát - Tiến Đạt (2016), *Sổ tay nghiệp vụ đấu thầu năm 2016 - Quy định chi tiết lập báo cáo đánh giá hồ sơ dự thầu đối với gói thầu dịch vụ tư vấn, mua sắm hàng hóa và xây lắp*, Nhà xuất bản Lao động.

Ngày nhận bài: 21/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/1/2023

Thông tin cá nhân:

1. ThS. PHẠM QUỐC ĐẠT

Trường Cao đẳng Viễn Đông, Khoa Tài chính-Ngân hàng

2. NGUYỄN THỊ BÍCH NHUNG

Chủ nhiệm Nhà khách, UBND tỉnh Bình Dương

**LEGAL PROVISIONS ON GOODS PROCUREMENT
UNDER THE ONE-ENVELOPE BIDDING
PROCEDURE FROM THE PRACTICE
IN BINH DUONG PROVINCE**

● Master. **PHAM QUOC DAT**¹

● **NGUYEN THI BICH NHUNG**²

¹Faculty of Finance and Banking,
Vien Dong College

²Head, the Guest House,
People's Committee of Binh Duong Province

ABSTRACT:

Bidding is an inevitable activity of the market economy. The public investment capital in Vietnam is governed by the Law on Bidding. Although the Law on Bidding has been amended, it still does not ensure a fair competitive, transparent, and efficient environment for bidding activities in lines with international practices. Some contractors violates the Law on Bidding seriously and it creates barriers for businesses that comply with laws. Limitations of the current bidding management not only lead to the increase in the investment for public works but also reduce the competitiveness of Vietnam in general and Binh Duong province in particular. It is essential to examine legal provisions on goods procurement under the one-envelope bidding procedure which is implemented in Binh Duong province.

Keywords: bidding, goods procurement, Binh Duong province.

PHÁP LUẬT MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI VỀ PHƯƠNG THỨC BẢO VỆ THÔNG TIN CỦA NGƯỜI BỆNH TRONG SỔ SỨC KHỎE Y TẾ ĐIỆN TỬ

● LÊ HỒNG HÀ - ĐỖ TRANG NHUNG - NGUYỄN HƯƠNG GIANG

TÓM TẮT:

Hiện nay, pháp luật Việt Nam chưa có quy định cụ thể về vấn đề bảo vệ thông tin người bệnh. Bài viết phân tích những tác động đến quyền đối với dữ liệu cá nhân (DLCN) của người bệnh, đồng thời đánh giá các quy định của pháp luật quốc tế và pháp luật ở một số quốc gia về việc bảo vệ quyền này, các phương thức bảo vệ trong bối cảnh mới và nêu ra một số giá trị mà Việt Nam có thể tham khảo.

Từ khóa: quyền riêng tư, quyền người bệnh, thông tin cá nhân, Sổ sức khỏe y tế điện tử.

1. Những vấn đề cơ bản về phương thức bảo vệ thông tin cá nhân của người bệnh và sổ sức khỏe y tế điện tử

1.1. Khái niệm thông tin cá nhân của bệnh nhân

Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử ghi rõ “Thông tin cá nhân (TTCN) là các thông tin góp phần định danh một cá nhân cụ thể, bao gồm tên, tuổi, địa chỉ nhà riêng, số điện thoại, thông tin y tế, số tài khoản, thông tin về các giao dịch thanh toán cá nhân và những thông tin khác mà cá nhân mong muốn giữ bí mật.”

Thông tin về tình trạng sức khỏe bệnh nhân bao gồm tư liệu về hồ sơ bệnh án, kết quả xét nghiệm, tường trình phẫu thuật, biên bản hội chẩn. Kể đến, nội dung cần được bảo vệ bao gồm phương thức cổ điển (giấy tờ) lẫn hiện đại (các tập

tin hình ảnh, các dữ liệu trên hệ thống thông tin y khoa, các kết quả x quang lưu giữ tại các máy chẩn đoán cận lâm sàng...). Không chỉ các dữ liệu y khoa, mà các thông tin về đời tư (địa chỉ, số điện thoại, thông tin thẻ tín dụng, tài khoản ngân hàng...) cũng cần phải được bảo vệ. Cuối cùng, tuy trong luật không ghi rõ nhưng việc giữ bí mật áp dụng cho mọi cá nhân trừ những cá nhân trực tiếp khám và điều trị cho bệnh nhân.

1.2. Khái niệm sổ sức khỏe y tế điện tử

Sổ sức khỏe y tế điện tử (SSKYTĐT) là hồ sơ bệnh án (hay còn gọi là EMR) là loại tài liệu y học, y tế và pháp lý. Mỗi người bệnh chỉ có một hồ sơ bệnh án trong mỗi lần khám bệnh, chữa bệnh tại cơ sở khám bệnh, chữa bệnh mà thường được lập bằng giấy hoặc điện tử và phải được ghi rõ, đầy đủ các mục có trong hồ sơ bệnh án.

Bên cạnh EMR, khái niệm Hồ sơ sức khỏe điện tử (EHR) cũng được nhiều người nhắc đến. Theo đó, thông tin trong EHR về bệnh nhân vượt xa giới hạn của cơ sở y tế. EHR là bản tin học hóa của hồ sơ sức khỏe được lập, hiển thị, cập nhật, lưu trữ và chia sẻ bằng phương tiện điện tử. Hay cũng có thể hiểu EHR là dữ liệu sức khỏe của một cá nhân, thu thập từ các lần khám chữa bệnh tại nhiều cơ sở y tế khác nhau. SSKYTĐT cũng có thể được chia sẻ với các cơ sở y tế khác nhau vì nó được tạo ra bởi chính các nhà cung cấp dịch vụ y tế khác nhau, do đó thông tin sẽ đầy đủ hơn, hữu ích hơn trong chẩn đoán và điều trị so với các loại EMR thông thường.

Ngoài EMR, SSKYTĐT còn bao gồm một loại khác, đó là Hồ sơ sức khỏe cá nhân (Personal Health Record - PHR). PHR được quản lý bởi chính người bệnh. Đây là nơi cho phép họ duy trì một bản ghi về tình trạng sức khỏe hay bất cứ TTCN gì liên quan đến sức khỏe, tiền sử bệnh của bản thân.

2. Phương thức bảo vệ TTCN của người bệnh trong SSKYTĐT theo quy định một số quốc gia

2.1. Quy định pháp luật Hoa Kỳ

Đối với vấn đề bảo vệ TTCN, tại Hoa Kỳ, pháp luật liên bang không có quy định toàn diện về vấn đề này mà được quy định trong các luật tiểu bang và các hướng dẫn được phát triển bởi cơ quan của Chính phủ. Có thể kể đến như: Đạo Luật quyền riêng tư 1974; Đạo Luật về Trách nhiệm giải trình và Cung cấp thông tin bảo hiểm y tế 1996 (HIPAA)... Có thể thấy, luật Hoa Kỳ tiếp cận vấn đề bảo vệ TTCN khá tối giản, hài hòa giữa quyền, lợi ích của các chủ thể.

Trên thực tế, HIPAA thiết lập các quy tắc về những người có thể xem và tiếp nhận thông tin sức khỏe của bệnh nhân; cho phép bệnh nhân có quyền đối với các thông tin sức khỏe của mình và khi nào thì các thông tin này được chia sẻ. Đạo luật cũng yêu cầu các bác sĩ, dược sĩ và các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe khác và chương trình y tế của bệnh nhân giải thích quyền lợi của họ và cách thông tin sức khỏe của họ có thể được sử dụng hoặc chia sẻ. Sau đó, Bộ Y tế và Dịch vụ nhân sinh Hoa Kỳ đã ban hành “Các tiêu chuẩn về quyền riêng tư của thông tin sức khỏe cá nhân có thể nhận dạng” (The Standards for Privacy of Individually

Identifiable Health Information (Privacy Rule)) để thi hành đạo luật nêu trên. Những thông tin được bảo vệ liên quan đến: Thông tin về sức khỏe hoặc tình trạng sức khỏe thể chất hoặc tinh thần trong quá khứ, hiện tại hoặc tương lai; thông tin về cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe cho cá nhân; thông tin thanh toán trong quá khứ, hiện tại hoặc tương lai cho việc cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe cho cá nhân.

Quy tắc bảo mật của HIPAA bao gồm các phương thức bảo vệ bằng: biện pháp bảo vệ hành chính, vật lý và kỹ thuật. Các phương thức đó vừa có thể bảo vệ con người, thông tin, công nghệ và cơ sở vật chất mà các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe phụ thuộc vào để thực hiện sứ mệnh chính của họ là chăm sóc bệnh nhân. Có thể kể đến một số phương thức điển hình như:

Thứ nhất, biện pháp bảo vệ hành chính (Administrative Safeguards). Các biện pháp bảo vệ hành chính là các hành động, chính sách và thủ tục hành chính để ngăn chặn, phát hiện, ngăn chặn và khắc phục các vi phạm bảo mật. Các biện pháp này liên quan đến việc lựa chọn, phát triển, triển khai và duy trì các biện pháp bảo mật để bảo vệ TTCN và quản lý hành vi của các chủ thể liên quan đến việc bảo vệ thông tin đó.

Thứ hai, những tiêu chuẩn mang tính tổ chức (Organizational Standards). Biện pháp này yêu cầu các cá nhân, tổ chức phải có hợp đồng hoặc các thỏa thuận với bên cơ sở khám chữa bệnh hoặc cá nhân sở hữu TTCN sẽ có quyền truy cập SSKYTĐT. Các tiêu chuẩn này cung cấp các tiêu chí cụ thể cần thiết cho các hợp đồng bằng văn bản hoặc các thỏa thuận khác.

Thứ ba, những Chính sách và Thủ tục (Policies and Procedures). Những tiêu chuẩn này yêu cầu các cá nhân, tổ chức áp dụng các chính sách và thủ tục hợp lý và phù hợp để tuân thủ các quy định trong Quy tắc bảo mật của HIPAA. Một cá nhân, tổ chức phải duy trì 6 năm sau ngày có hiệu lực cuối cùng (tùy theo ngày nào đến sau), các chính sách và quy trình bảo mật bằng văn bản cũng như hồ sơ bằng văn bản về các hành động, hoạt động hoặc đánh giá cần thiết. Các cơ sở khám chữa bệnh hay cá nhân có TTCN ở các cơ sở này phải định kỳ xem

xét và cập nhật tài liệu của mình để đáp ứng với những thay đổi về môi trường hoặc tổ chức có ảnh hưởng đến tính bảo mật của SSKYTĐT.

2.2. Quy định pháp luật Liên minh châu Âu

Như vậy, các thông tin về sức khỏe là những thông tin riêng tư của mỗi cá nhân và cần được bảo mật. Vấn đề bảo mật thông tin này là một trong những quyền con người và được pháp luật quốc tế và các quốc gia ghi nhận và bảo vệ. Ngày 14/4/2016, Nghị viện châu Âu đã ban hành Quy định chung về bảo vệ DLCN (General Data Protection Regulation - GDPR) và được áp dụng trực tiếp tại lãnh thổ các quốc gia thành viên. Trong đó, mục tiêu hướng tới là bảo vệ DLCN và quyền riêng tư của cá nhân tại Liên minh châu Âu.

Theo định nghĩa được quy định tại GDPR, DLCN (“data subject”) là “bất kỳ thông tin nào liên quan đến một thể nhân đã được nhận định danh tính, hoặc có thể được nhận định danh tính, dù trực tiếp hay gián tiếp, cụ thể là bằng cách chỉ ra một định danh như tên, số định danh, dữ liệu vị trí, định danh trên mạng, hay một hoặc nhiều yếu tố chỉ định danh tính của một cá nhân mang tính vật lý, sinh lý, di truyền, tâm lý, kinh tế, văn hoá, hoặc xã hội”. Bên cạnh đó, GDPR định nghĩa DLCN nhạy cảm được quy định dưới dạng hạng mục DLCN đặc biệt trong GDPR, được xem là: “Bất kỳ dữ liệu nào tiết lộ chủng tộc hoặc sắc tộc, tư tưởng chính trị, đức tin tôn giáo, quan niệm triết lý, thành viên công đoàn, và việc xử lý dữ liệu di truyền và sinh trắc nhằm mục đích định danh, hoặc dữ liệu liên quan đến sức khỏe, tình trạng sinh dục, và xu hướng tính dục”.

Việc xử lý và phân tích các dữ liệu nhạy cảm hoàn toàn bị cấm bởi GDPR. Một số trường hợp ngoại lệ cho phép xử lý DLCN nhạy cảm, bao gồm có sự đồng thuận từ chủ thể dữ liệu, để bảo vệ quyền lợi cá nhân, để phục vụ công tác y tế dự phòng và y tế nghiệp vụ, hoặc vì lợi ích công cộng.

Ngoài ra, GDPR thiết lập 7 nguyên tắc cần tuân thủ khi xử lý dữ liệu: 1) Tính hợp pháp, công bằng và minh bạch; 2) Giới hạn mục đích; 3) Giảm thiểu dữ liệu; 4) Độ chính xác; 5) Giới hạn lưu trữ; 6) Tính toàn vẹn và bảo mật; 7) Trách nhiệm giải trình. GDPR cũng quy định “quyền được lãng quên” - cụ thể là quyền xóa dữ liệu cho những

người muốn xóa DLCN của họ khi không còn căn cứ để lưu giữ dữ liệu đó. GDPR được áp dụng ở cấp độ trong nước với hiệu lực ngay lập tức, bắt đầu từ ngày nó có hiệu lực và việc áp dụng luật quốc gia sẽ không ảnh hưởng đến hiệu lực của nó. Tuy nhiên, GDPR cho phép các quốc gia thành viên sự linh hoạt đến một mức độ nhất định khi áp dụng một số quy định.

2.3. Quy định pháp luật của một số quốc gia khác

Quy định pháp luật của Canada

Ở Canada, Luật Bảo vệ TTCN và dữ liệu điện tử của Canada (Personal Information Protection and Electronic Documents Act - PIPEDA) được ban hành ngày 13/4/2000. Theo đó, luật này định nghĩa thông tin sức khỏe cá nhân đối với một cá nhân, dù còn sống hay đã chết dưới dạng liệt kê, bao gồm các thông tin đó là: (i) liên quan đến sức khỏe thể chất hoặc tinh thần của cá nhân; (ii) liên quan đến bất kỳ dịch vụ y tế nào được cung cấp cho cá nhân đó; (iii) liên quan đến việc cá nhân hiến tặng bất kỳ bộ phận cơ thể hoặc bất kỳ chất cơ thể nào của cá nhân đó hoặc thông tin thu được từ việc thử nghiệm hoặc kiểm tra một bộ phận cơ thể hoặc chất cơ thể của cá nhân đó; (iv) thu thập trong quá trình cung cấp dịch vụ y tế cho cá nhân; (v) thu thập tình cờ để cung cấp các dịch vụ y tế cho cá nhân.

Bên cạnh đó, PIPEDA còn quy định 10 nguyên tắc thông tin công bằng của PIPEDA tạo thành các nguyên tắc cơ bản cho việc thu thập, sử dụng và tiết lộ TTCN nói chung và thông tin sức khỏe của người bệnh nói riêng, cũng như để cung cấp quyền truy cập vào TTCN. Họ cung cấp cho các cá nhân quyền kiểm soát các TTCN của họ được xử lý trong khu vực tư nhân. Ngoài các nguyên tắc này, bất kỳ thu thập, sử dụng hoặc tiết lộ TTCN nào chỉ được dành cho các mục đích mà người hợp lý cho là phù hợp trong các trường hợp.

Quy định pháp luật của Nhật Bản

Tại Nhật Bản, Đạo luật bảo vệ TTCN tương tự như Dữ liệu của EU. Quy định tạo ra sự bảo vệ rộng rãi cho tất cả DLCN và quy định cho bên xử lý hồ sơ sức khỏe.

Luật yêu cầu dịch vụ chăm sóc sức khỏe phải nêu rõ mục đích thu thập, sử dụng TTCN của người

bệnh và thông báo kịp thời cho bệnh nhân. Nói chung, Đạo luật bảo vệ TTCN bảo vệ mạnh mẽ Hồ sơ sức khỏe. Một nhà cung cấp hoặc tổ chức chăm sóc sức khỏe có liên quan không được cung cấp TTCN của người bệnh cho một bên thứ ba có liên quan, dù ở trong hay ngoài Nhật Bản không có sự đồng ý của bệnh nhân, ngoại trừ các trường hợp ngoại lệ theo quy định.

Tại Nhật Bản, PPC (Personal Information Protection Commission - Ủy ban bảo vệ dữ liệu thông tin) là cơ quan bảo vệ dữ liệu cấp trung ương được thành lập theo bản sửa đổi gần đây của APPI và chịu trách nhiệm cho việc thi hành, điều tra. Sự ra đời của bộ hướng dẫn từ PPC đã tạo ra sự thống nhất cao, tránh tình trạng hướng dẫn nằm phân tán, rải rác trong quy định tại các cơ quan khác nhau. PPC có thể yêu cầu các báo cáo về việc xử lý TTCN và ban hành các khuyến nghị hay lệnh sửa đổi trong trường hợp nhà quản lý doanh nghiệp vi phạm quyền riêng tư của cá nhân và vi phạm những quy định của APPI. Trước khi ban hành lệnh sửa đổi, các khuyến nghị, hướng dẫn sẽ được gửi tới nhà quản lý doanh nghiệp. Việc vi phạm lệnh sửa đổi là tội phạm hình sự và cá nhân chịu trách nhiệm có thể bị phạt tù tối đa lên tới 6 tháng, phạt 300.000 Yên. Đây cũng là mức phạt tiền tối đa với nhà quản lý doanh nghiệp.

3. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

3.1. Khái quát thực trạng pháp luật Việt Nam về phương thức bảo vệ TTCN của người bệnh trong SSKYTĐT

Bảo vệ thông tin hay những giá trị riêng tư của một cá nhân tại Việt Nam đã nêu rõ trong Hiến pháp 1946. Xuyên suốt các bản Hiến pháp tiếp theo (1959, 1980, 1992), các quy định về quyền riêng tư vẫn luôn được hiện diện dưới nhiều hình thức và các diễn đạt khác nhau. Hiến pháp 2013 quy định càng rõ ràng, cụ thể về quyền riêng tư.

Việc bảo vệ quyền về sự riêng tư nói chung ở Việt Nam còn được cụ thể hóa trong nhiều đạo luật chuyên ngành khác nhau, phụ thuộc vào bản chất của từng vấn đề, ví dụ như Bộ luật Dân sự, Bộ luật Hình sự, Bộ luật Tố tụng hình sự, Bộ luật Tố tụng dân sự,... Dù vậy, hiện nay Việt Nam chưa có một văn bản pháp luật thống nhất điều chỉnh

các vấn đề liên quan và bảo vệ quyền về DLCN. Thay vào đó, quyền này được bảo vệ bởi nhiều văn bản pháp luật khác nhau như Luật Giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật An ninh mạng, Nghị định số 52/2013/ND-CP về thương mại điện tử và Nghị định số 72/2013/ND-CP về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng...

Trong vài năm gần đây, SSKYTĐT đã được triển khai. Thông tin của người bệnh được ghi nhận trong SSKYTĐT sẽ giúp người bệnh và bác sĩ dễ dàng hơn trong việc theo dõi, chữa trị. Tuy nhiên, trên thực tế, vẫn có những sự việc đáng tiếc xảy ra và bệnh nhân vẫn chưa nhận được sự bảo vệ thỏa đáng. Các vụ việc đánh cắp thông tin cá nhân,... vẫn diễn ra, làm giảm đi sự tin tưởng của người dân đối với các cơ sở y tế. Các bên cung cấp dịch vụ còn trục lợi từ việc bán TTCN. Và trong hầu hết các trường hợp, bệnh nhân vẫn không nhận được sự bảo vệ thỏa đáng từ pháp luật, sự cam kết từ phía các cơ sở y tế. Hiện, vẫn chưa có chuẩn thống nhất cho toàn ngành Y đối với hệ thống quản lý SSKYTĐT, các sở, ban, ngành có phần mềm quản lý riêng.

3.2. Những kinh nghiệm gợi mở cho việc hoàn thiện pháp luật về phương thức bảo vệ TTCN của người bệnh trong SSKYTĐT

Cần thiết phải xây dựng một văn bản pháp luật bảo vệ DLCN, trong đó có quy định cụ thể về bảo vệ TTCN của người bệnh trong SSKYTĐT. Có thể lấy kinh nghiệm từ HIPAA của Hoa Kỳ, Quy định chung về bảo vệ DLCN của EU hay pháp luật của Canada, Nhật Bản,... về các phương thức bảo vệ TTCN của người bệnh.

Để xây dựng được phương thức bảo vệ TTCN, Nhà nước cần nghiên cứu xây dựng, ban hành một văn bản pháp luật riêng về bảo vệ DLCN, trong đó quy định đầy đủ các khái niệm, nguyên tắc, thiết chế bảo vệ DLCN. Luật bảo vệ DLCN cũng cần quy định rõ những giới hạn của quyền, những điều kiện và hạn chế đặt ra với việc khai thác, sử dụng, phổ biến DLCN, quy định về cơ quan chuyên trách theo dõi, giám sát, giải quyết các khiếu nại, tố cáo về quyền này trên thực tế. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, đưa ra định nghĩa cụ thể về TTCN của người bệnh trong SSKYTĐT. Từ những nghiên cứu của pháp luật các nước, nhóm tác giả nhận thấy rằng, khái niệm này cần bao quát.

Thứ hai, xây dựng nguyên tắc chung trong việc thu thập, sử dụng và tiết lộ thông tin sức khỏe người bệnh. Các nguyên tắc này cần đảm bảo: (i) Tính công bằng, hợp pháp và minh bạch; (ii) Quyền của người bệnh đối với TTCN của mình; (iii) Nguyên tắc thông báo và chịu trách nhiệm; (iv) Các phương thức bảo vệ TTCN của người bệnh. Việt Nam có thể tham khảo các nguyên tắc chung trong Quy định chung về bảo vệ DLCN của EU hay pháp luật của Canada, các nguyên tắc khá

rõ ràng và cụ thể, đáp ứng được yêu cầu về bảo vệ thông tin hiện nay.

Thứ ba, học hỏi kinh nghiệm của Hoa Kỳ về các biện pháp hành chính, kỹ thuật. Bên cạnh đó, cần sửa đổi, bổ sung các quy định về bảo mật thông tin/dữ liệu trong các luật chuyên ngành gồm có Luật Công nghệ thông tin, Luật An toàn thông tin mạng, Luật An ninh mạng... Như đã đề cập, các quy định về vấn đề này trong pháp luật Hoa Kỳ rất cụ thể và chặt chẽ, trong khi các văn bản pháp luật của Việt Nam mới chỉ dừng lại ở mức quy định nguyên tắc chung nên hiệu quả áp dụng trong thực tế thấp, vì vậy, việc sửa đổi, bổ sung các quy định về vấn đề này là rất cần thiết ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

[1] Bộ Y tế, Triển khai bệnh án điện tử theo Thông tư số 46/2018/TT-BYT của Bộ Y tế, nguồn: <https://ehealth.gov.vn/Index.aspx?action=GioiThieu&MenuChildID=391&Id=4262>

[2] Cục Công nghệ thông tin - Bộ Y tế, Hồ sơ sức khỏe điện tử toàn dân và lợi ích, nguồn: [https://bvdk.quangngai.gov.vn/i1225-ho-so-suc-khoe-dien-tu-toan-dan-va-loi-ich.aspx#:~:text=H%E1%BB%93%20s%C6%A1%20s%E1%BB%A9c%20kh%E1%BB%8Fe%20%C4%91i%E1%BB%87n%20t%E1%BB%AD%20\(EHR\)%20%C3%A0%20b%E1%BA%A3n%20tin,b%E1%BA%B1ng%20ph%C6%B0%C6%A1ng%20ti%E1%B%B%87n%20%C4%91i%E1%BB%87n%20t%E1%BB%AD](https://bvdk.quangngai.gov.vn/i1225-ho-so-suc-khoe-dien-tu-toan-dan-va-loi-ich.aspx#:~:text=H%E1%BB%93%20s%C6%A1%20s%E1%BB%A9c%20kh%E1%BB%8Fe%20%C4%91i%E1%BB%87n%20t%E1%BB%AD%20(EHR)%20%C3%A0%20b%E1%BA%A3n%20tin,b%E1%BA%B1ng%20ph%C6%B0%C6%A1ng%20ti%E1%B%B%87n%20%C4%91i%E1%BB%87n%20t%E1%BB%AD)

[3] US Privacy Act of 1974

[4] Health Insurance Portability and Accountability Act

[5] Tham khảo trực tuyến tại: https://www.hhs.gov/sites/default/files/ocr/privacy/hipaa/understanding/consumers/brch_understanding_hipaa_vietnamese.pdf

[6] ThS. Nguyễn Phương Thảo, Quyền giữ bí mật thông tin sức khỏe của người bệnh, nguồn: <https://tapchitoaan.vn/quyen-giu-bi-mat-thong-tin-suc-khoe-cua-nguoi-benh>

[7] Nguyên văn Tiếng anh: The Security Rule contains the administrative, physical, and technical safeguards that CEs and BAs must put in place to secure ePHI.

[8] Art. 4 No.1 GDPR.

[9] Art. 9 GDPR (Recital 51)

[10] PIPEDA fair information principles, https://www.priv.gc.ca/en/privacy-topics/privacy-laws-in-canada/the-personal-information-protection-and-electronic-documents-act-pipeda/p_principle/

[11] Bộ Công Thương, (2022), Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về một số vấn đề trong pháp luật bảo vệ người tiêu dùng - Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam, nguồn: <https://phapluatdansu.edu.vn/wp-content/uploads/2022/11/kinh-nghiem-quoc-te-ve-BVQLNTD-1.pdf>

[12] Vũ Công Giao, Lê Trần Như Tuyên, (2020), Bảo vệ quyền đối với dữ liệu cá nhân trong pháp luật quốc tế, pháp luật ở một số quốc gia và giá trị tham khảo cho Việt Nam, Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp số 09 (409), tháng 5/2020, nguồn: <https://hpu.vn/thong-tin-khoa-hoc/bao-ve-quyen-doi-voi-du-lieu-ca-nhan-trong-phap-luat-quoc-te-phap-luat-o-mot-so-quoc-gia-va-gia-tri-tham-khao-cho-viet-nam-8661.html>

[13] Thu Hiền, (2022), Bệnh viện Từ Dũ khiến thông tin sản phụ bị rò rỉ, Báo Tuổi trẻ, nguồn: <https://tuoitre.vn/vu-lo-thong-tin-san-phu-ban-giam-doc-benh-vien-tu-du-noi-gi-20220824103640458.htm>

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Phương Thảo, (2020), Quyền giữ bí mật thông tin sức khỏe của người bệnh, *Tạp chí Tòa án*, nguồn: <https://tapchitoaan.vn/quyen-giu-bi-mat-thong-tin-suc-khoe-cua-nguoi-benh>
2. Chu Hồng Thanh, (2020), Nhận thức pháp lý về quyền riêng tư, *Tạp chí Luật sư*, nguồn: <https://lsvn.vn/nhan-thuc-phap-ly-ve-quyen-rieng-tu.html>
3. Vũ Công Giao, Lê Trần Như Tuyên, (2020), Bảo vệ quyền đối với dữ liệu cá nhân trong pháp luật quốc tế, pháp luật ở một số quốc gia và giá trị tham khảo cho Việt Nam, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp* số 09 (409), tháng 5/2020.
4. Chính phủ, (2021), *Dự thảo Nghị định quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân*.

Ngày nhận bài: 20/11/2022

Ngày phản biện: 20/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/1/2023

Thông tin tác giả:

1. LÊ HỒNG HÀ

2. ĐỖ TRANG NHUNG

3. NGUYỄN HƯƠNG GIANG

Sinh viên Trường Đại học Luật Hà Nội

**LAWS OF SOME COUNTRIES
ON THE PROTECTION OF PATIENT INFORMATION
ON ELECTRONIC HEALTH RECORDS**

● LE HONG HA¹

● DO TRANG NHUNG¹

● NGUYEN HUONG GIANG¹

¹Student, Hanoi Law University

ABSTRACT:

Currently, Vietnamese law does not have specific regulations on the protection of patient privacy. This paper analyzes the impacts of patient rights on the patient privacy, evaluates the provisions of international law and laws of some countries on the protection of patient privacy, assesses the methods for the protection of patient privacy in the new development context, and then points out some values that Vietnam can refer to.

Keywords: privacy, patient rights, personal information, electronic health records.

KHÔNG TỔ CHỨC HỘI ĐỒNG NHÂN DÂN PHƯỜNG - MỘT GIẢI PHÁP XÂY DỰNG CHÍNH QUYỀN ĐÔ THỊ CHO THÀNH PHỐ THANH HÓA

● NGUYỄN THỊ ANH NGỌC

TÓM TẮT:

Thực tế cho thấy để nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động quản lý nhà nước tại các địa phương cần có mô hình chính quyền riêng cho đô thị, gọi là mô hình chính quyền đô thị (CQĐT). Thành phố Thanh Hóa với quá trình thực hiện mục tiêu trở thành đô thị thông minh, văn minh, hiện đại sẽ gặp khó khăn, nếu chưa xây dựng được mô hình CQĐT phù hợp cho thành phố. Muốn xây dựng mô hình này thành phố phải tiến hành giảm bớt cấp quản lý cụ thể là bỏ Hội đồng nhân dân phường (HĐNDP). Đây là một giải pháp nhằm tổ chức lại chính quyền thành phố một cách hợp lý, khắc phục sự trùng lặp về chức năng, nhiệm vụ của mỗi cấp chính quyền địa phương (CQĐP), bảo đảm tính thống nhất, thông suốt của hệ thống hành chính nhà nước. Vấn đề này sẽ được tác giả phân tích trong nội dung bài viết dưới đây.

Từ khóa: chính quyền địa phương, hội đồng nhân dân, đô thị, chính quyền đô thị, thành phố Thanh Hóa.

1. Đặt vấn đề

Việc xây dựng CQĐT là đòi hỏi tất yếu khi quá trình đô thị hóa ở nước ta đang diễn ra với quy mô lớn và tốc độ nhanh. Lộ trình, cách thức triển khai CQĐT phải được nghiên cứu nghiêm túc, toàn diện để hướng tới xây dựng mô hình phù hợp, thực sự của nhân dân, do nhân dân và vì nhân dân, đáp ứng yêu cầu phát triển chung của đất nước trong giai đoạn mới. Chính vì thế, Nhà

nước ta đã thực hiện nhiều cải cách trong tổ chức CQĐT ở mà nổi bật trong số đó là bỏ HĐNDP ở đô thị. Tuy nhiên, chính sách này mới chỉ được thí điểm ở một số thành phố trực thuộc Trung ương chứ chưa được thực hiện ở các thành phố trên cả nước, đặc biệt là ở các thành phố trực thuộc tỉnh do vẫn còn nhiều ý kiến băn khoăn cho rằng chưa có cơ sở lý luận và thực tiễn đầy đủ để mở rộng thực hiện không tổ chức HĐNDP. Do đó, người

viết muốn thông qua bài viết này để chứng minh có đầy đủ cơ sở lý luận và thực tiễn để xây dựng CQĐT bằng giải pháp không tổ chức HĐND trên địa bàn thành phố Thanh Hóa - một thành phố trực thuộc tỉnh.

2. Cơ sở cho vấn đề không tổ chức HĐND tại thành phố Thanh Hóa

Về cơ sở lý luận: Theo GS.TS. Phạm Hồng Thái, tổ chức CQĐT nói chung, chính quyền cấp cơ sở nói riêng phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau, nhưng quan trọng hơn cả là việc hình thành các lãnh thổ hành chính trực thuộc. Nhìn lại toàn bộ lịch sử phát triển của nhân loại có thể nhận thấy các đơn vị hành chính lãnh thổ được hình thành theo 2 nguyên tắc cơ bản: hình thành một cách tự nhiên và hình thành một cách nhân tạo.

Đơn vị lãnh thổ hình thành một cách tự nhiên thường là những tụ điểm dân cư hình thành lâu đời của các dòng họ, được kết cấu lại thành các Commun (xã) như ở các nước phương Tây; làng, bản, thôn, ấp, xã ở các nước phương Đông (Việt Nam), sự hình thành các làng, bản, thôn, ấp diễn ra do nhu cầu rất tự nhiên của con người, bắt đầu thì nhỏ, sau lớn dần. Những người trong cộng đồng này liên kết với nhau theo huyết thống, được nhà nước thừa nhận và có tính ổn định lâu dài, có tính tự quản cao. Vì vậy, tham gia vào cơ chế vận hành bộ máy CQĐT, ngoài các cơ quan quản lý còn có cả các cơ quan do dân cư hợp thành trực tiếp hoặc gián tiếp bầu ra.

Khác với các đơn vị hành chính hình thành tự nhiên mà nhà nước buộc phải thừa nhận, các đơn vị hành chính nhân tạo là những đơn vị được nhà nước trung ương chia lãnh thổ thành các đơn vị hành chính trực thuộc theo nhu cầu của phát triển kinh tế - xã hội, hoặc do nhu cầu quản lý nhà nước, đó là các đơn vị tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh, phường,... Đối với các đơn vị hành chính lãnh thổ này, việc tổ chức và hoạt động của các cơ quan địa phương chủ yếu để thực hiện chức năng quản lý. Việc tổ chức các cơ quan nhà nước ở đây đơn giản chỉ cần những cơ quan hành chính để đảm nhiệm

chức năng hành chính như mục tiêu của nó đã đề ra mà không cần phải thành lập hay tổ chức ra các cơ quan đại diện dân cử, chúng thường được gọi là cấp chính quyền không hoàn chỉnh.

Trong tác phẩm "Chính thể đại diện", John Stuart Mill cũng đã chỉ ra rằng mỗi thành phố nên chỉ có một Hội đồng duy nhất. Các khu phố khác nhau của cùng một thành phố ít khi, hoặc chẳng bao giờ có lợi ích địa phương khác biệt nhau; tất cả họ đều đòi hỏi cùng những thứ cần phải làm, cùng những chi phí phải gánh chịu... Đó là các nhu cầu: làm đường, cấp thoát nước, giáo dục, bảo vệ sức khỏe, vệ sinh môi trường, giao thông, thông tin liên lạc, điện chiếu sáng và điều chỉnh thị trường, nếu tổ chức khác nhau ở các khu phố khác nhau trong cùng một thành phố thì nhất định sẽ lãng phí lớn và bất tiện nhiều.

Việc không tổ chức HĐND cũng có căn cứ từ lịch sử lập pháp của Việt Nam. Sau khi cách mạng tháng Tám thành công, vấn đề quan trọng hàng đầu đặt ra cho Chính phủ, đứng đầu là Chủ tịch Hồ Chí Minh là phải khẩn trương nghiên cứu ban hành văn bản về tổ chức CQĐT. Hồ Chủ tịch đã nhanh chóng ban hành Sắc lệnh số 63 ngày 22/11/1945 về "Tổ chức chính quyền nhân dân ở các địa phương" và ngay sau đó, ngày 21/12/1945 lại ban hành tiếp Sắc lệnh số 77 về "Tổ chức chính quyền nhân dân ở các thị xã và thành phố". Từ sắc lệnh 63 và sắc lệnh 77 cho thấy Chính phủ cách mạng lâm thời còn rất non trẻ, nhưng dưới sự lãnh đạo và điều hành trực tiếp của Chủ tịch Hồ Chí Minh đã phân biệt rõ ràng sự khác nhau của việc tổ chức quản lý địa bàn nông thôn so với địa bàn đô thị.

Trên địa bàn đô thị, Sắc lệnh số 77 ghi rõ: "Ở mỗi thành phố đặt 3 thứ cơ quan: Hội đồng nhân dân thành phố, Ủy ban Hành chính thành phố và Ủy ban Hành chính khu phố". Như vậy, theo sắc lệnh 77, Hội đồng nhân dân chỉ có ở cấp thành phố. Điều này phù hợp với quan niệm đô thị là một chính thể thống nhất nên phải tổ chức bảo đảm tính thống nhất, xuyên suốt, không được cắt khúc và quản lý trực tiếp, giảm bớt tầng nấc mục đích là để

nâng cao vai trò trách nhiệm của Ủy ban Hành chính các cấp trong việc điều hành đô thị.

Ở Việt Nam, đối với cấp cơ sở, xét về đặc điểm tự nhiên lẫn xã hội thì xã, thị trấn và phường khác nhau ở nhiều mặt. Phường ở địa bàn đô thị, xã ở địa bàn nông thôn, thị trấn là sự giao thoa giữa đô thị và nông thôn, song tính chất nông thôn vẫn còn chiếm ưu thế. Hai địa bàn đô thị và nông thôn có nhiều điểm khác nhau về quy hoạch, về dân cư, về kinh tế, về lối sống,... Xét về đặc điểm hình thành tự nhiên, xã mới là cấp cơ sở, ở xã quan hệ cộng đồng dân cư rất rõ nét. Còn phường là cánh tay nối dài của chính quyền thành phố, là cơ quan hành chính trong một CQĐT chứ không phải là chính quyền cơ sở của cộng đồng dân cư cố kết chặt chẽ với nhau như ở làng xã. Điều đó cho thấy, xét về mặt lý luận việc không tổ chức HĐND là hợp lý.

Về cơ sở thực tiễn: Trong quá trình thực hiện cải cách hành chính phục vụ yêu cầu xây dựng nhà nước pháp quyền XHCN ở nước ta trong giai đoạn hiện nay, việc xây dựng mô hình CQĐT mà trọng tâm là đổi mới tổ chức và hoạt động của chính quyền phường được coi là một nội dung cải cách lớn, thu hút được sự quan tâm của xã hội. Điều này được thể hiện rất rõ trong chủ trương của Đảng và pháp luật do Nhà nước ban hành.

Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng Cộng sản Việt Nam đã khẳng định: “Hoàn thiện mô hình tổ chức CQĐT phù hợp với đặc điểm ở nông thôn, đô thị, hải đảo, đơn vị hành chính - kinh tế đặc biệt theo luật định”[3]. Tinh thần trong các bản nghị quyết của Đảng đã được thể chế vào trong các văn bản quy phạm pháp luật, góp phần khiến các quy định của pháp luật về xây dựng CQĐT không ngừng được hoàn thiện, phát triển.

Gần đây nhất Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức CQĐT năm 2019 khẳng định: “CQĐT được tổ chức ở các đơn vị hành chính của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam quy định tại Điều 2 của Luật này phù hợp với đặc điểm nông thôn, đô

thị, hải đảo, đơn vị hành chính - kinh tế đặc biệt” (khoản 1, Điều 2); “CQĐT ở quận là cấp CQĐT, trừ trường hợp cụ thể Quốc hội quy định không phải là cấp CQĐT” (khoản 14, Điều 2); “CQĐT ở phường là cấp CQĐT, trừ trường hợp cụ thể Quốc hội quy định không phải là cấp CQĐT” (khoản 17, Điều 2). Những sửa đổi, bổ sung trên tạo cơ sở để Quốc hội ban hành các Nghị quyết: Nghị quyết số 97/2019/QH14 về thí điểm tổ chức mô hình CQĐT tại thành phố Hà Nội; Nghị quyết số 131/2020/QH14 về tổ chức CQĐT tại Thành phố Hồ Chí Minh và Nghị quyết số 119/2020/QH14 về thí điểm tổ chức mô hình CQĐT và một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển thành phố Đà Nẵng.

Từ các Nghị quyết trên cho thấy, ở Việt Nam đang thí điểm xây dựng 2 mô hình về tổ chức CQĐT, bao gồm:

Mô hình CQĐT một cấp: được tổ chức trong phạm vi nội thành của thành phố trực thuộc Trung ương. Trong đó, chỉ có một cơ quan đại diện là HĐND thành phố và không tổ chức HĐND ở quận và phường cũng như Ủy ban nhân dân ở cả 3 cấp hành chính. Mô hình này đang được triển khai thí điểm tại Thành phố Hồ Chí Minh và thành phố Đà Nẵng.

Mô hình CQĐT hai cấp: được tổ chức ở khu vực nội thành của thành phố trực thuộc Trung ương. Trong đó, có 2 cơ quan đại diện là HĐND thành phố và HĐND quận, không tổ chức HĐND ở phường, có đủ 3 cấp hành chính, đó là UBND thành phố, UBND quận và UBND phường. Mô hình này đang được triển khai thí điểm ở thành phố Hà Nội.

Qua bước đầu tổng kết đánh giá thực hiện thí điểm ở cả thành phố Hà Nội, Đà Nẵng và Thành phố Hồ Chí Minh, đều ghi nhận bỏ HĐND đã giảm thiểu sự chồng chéo, nhiều tầng nấc của các cấp chính quyền. Chính quyền các địa phương nói trên đã được tổ chức lại một cách hợp lý, khắc phục sự trùng lặp về chức năng, nhiệm vụ, xác định rõ vị trí, trách nhiệm của mỗi cấp CQĐT, bảo đảm tính thống nhất, thông suốt của hệ thống hành chính nhà nước. Khi không tổ chức HĐND,

thì vẫn còn các thiết chế đại diện khác. Điều này cũng tạo ra yêu cầu mới đối với HĐND thành phố và nhu cầu nâng cao tính tự quản cho cấp cơ sở, tăng cường dân chủ trực tiếp.

3. Không tổ chức HĐND - Sự cần thiết trong xây dựng CQĐT ở thành phố Thanh Hóa.

Thanh Hóa không nằm trong danh sách các thành phố thực hiện thí điểm tổ chức mô hình CQĐT theo Nghị quyết của Quốc hội. Tuy nhiên, quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa của chính thành phố đã đặt ra yêu cầu cấp thiết phải tổ chức lại bộ máy CQĐT để phù hợp với mục tiêu xây dựng đô thị thông minh. Từ những cơ sở lý luận và thực tiễn như đã nêu, hoạt động tổ chức chính quyền phường của thành phố Thanh Hóa cũng nên có những thay đổi thích hợp trong công cuộc cải cách này, cụ thể là nên xem xét bỏ HĐND.

Thành phố Thanh Hóa là trung tâm hành chính, chính trị, kinh tế, văn hóa của tỉnh Thanh Hóa. Mục tiêu phát triển của thành phố Thanh Hóa đến năm 2030 là trở thành thành phố thông minh, văn minh, hiện đại, là 1 trong 5 thành phố trực thuộc tỉnh dẫn đầu cả nước. Tốc độ đô thị hóa ở đây đang diễn ra nhanh, nhiều khu đô thị mới được hình thành, đòi hỏi công tác quản lý, công tác quy hoạch thành phố phải đồng bộ, kết nối. Tuy nhiên, công tác tổ chức và hoạt động của các cấp chính quyền thành phố còn nhiều bất hợp lý, công tác điều hành vẫn còn chậm, trì trệ do quản lý phân tán, phải qua nhiều tầng nấc trung gian. Do đó, để đạt mục tiêu phát triển thành đô thị hiện đại, khắc phục những yếu kém trong quản lý và thực thi chính sách, thành phố Thanh Hóa cần được tổ chức và quản lý bởi một cấp chính quyền hoàn chỉnh và phải bảo đảm tính thống nhất và liên thông trên địa bàn về quy hoạch đô thị, kết cấu hạ tầng, đời sống dân cư... và tránh sự chia cắt.

Tuy nhiên, tổ chức bộ máy chính quyền thành phố Thanh Hóa vẫn còn nhiều tầng nấc trung gian dẫn đến phân tán quyền lực và nguồn lực, chưa bảo đảm nguyên tắc tập trung, thống nhất. Ở thành phố Thanh Hóa, đơn vị hành chính đô thị

như phường vẫn là cấp chính quyền hoàn chỉnh gồm có HĐND và UBND giống các đơn vị hành chính nông thôn như xã. HĐND, với vai trò là cơ quan quyền lực nhà nước ở địa phương, nhưng không có thẩm quyền quyết định các vấn đề về quy hoạch, chiến lược, chủ trương, giải pháp phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn mà phải do HĐND thành phố quyết định. Điều đó chứng tỏ hoạt động của HĐND mang nhiều tính hình thức và không thiết thực.

Mệnh lệnh quản lý từ chính quyền thành phố Thanh Hóa xuống tới phường đã bị cắt khúc, triển khai chậm do trong nhiều trường hợp phải được HĐND ra nghị quyết mới thực hiện được. Tuy nhiên, nhiều nghị quyết của HĐND ở thành phố Thanh Hóa là sự “viết lại” và “quyết lại” nghị quyết của Đảng ủy phường và quyết định của UBND thành phố. Trong kỳ họp, HĐND thảo luận và quyết định các vấn đề thuộc thẩm quyền luật quy định nhưng về thực chất là thảo luận và quyết định các vấn đề mà Đảng ủy đã thảo luận và quyết định, vì kế hoạch phát triển kinh tế, xã hội do Đảng ủy quyết định, kế hoạch tài chính và chi tiêu ngân sách hàng năm do UBND thành phố phân bổ và phê duyệt [4]. Vì vậy, dù UBND các phường có vai trò là cơ quan chấp hành của HĐND cùng cấp và cơ quan hành chính nhà nước ở địa phương, nhưng do tính hình thức của HĐND nên việc UBND chấp hành và tổ chức thực hiện các nghị quyết của HĐND cũng mang tính hình thức; trên thực tế UBND chỉ đóng vai trò là cơ quan thực thi một số nhiệm vụ cụ thể của quản lý hành chính và cung ứng một số dịch vụ công trên địa bàn.

Cũng có nhiều ý kiến lo lắng bỏ HĐND sẽ mất đi quyền được đại diện, quyền dân chủ của nhân dân. Điều này không phải là trở ngại lớn vì những lý do sau:

Cơ chế ở Việt Nam hiện nay cho phép có nhiều thiết chế đại diện cho ý chí, nguyện vọng và quyền làm chủ của nhân dân. Mỗi người dân hiện có đến 4 tổ chức đại biểu đại diện cho mình, đó là đại biểu Quốc hội, đại biểu HĐND cấp tỉnh, đại

biểu HĐND cấp huyện, đại biểu HĐND cấp xã. Thế nhưng vẫn còn nhiều vấn đề nhân dân bức xúc, nhiều đơn thư kiến nghị của nhân dân chưa được giải quyết kịp thời. Do có nhiều đại biểu đại diện cho nhân dân, nhiệm vụ, quyền hạn chồng chéo, không rõ ràng, nên dẫn đến tình trạng cùng một lúc có nhiều cơ quan giám sát, nhiều đại biểu giám sát, cùng một việc nhiều người nghe, nhiều người nói mà hiệu quả giải quyết lại thấp.

Cứ sau mỗi kỳ họp là đại biểu Quốc hội tiếp xúc cử tri, đại biểu HĐND tỉnh, thành phố tiếp xúc cử tri, đại biểu HĐND huyện, thành phố, thị xã thuộc tỉnh tiếp xúc cử tri, đại biểu HĐND xã, phường, thị trấn tiếp xúc cử tri. Cùng một vấn đề bức xúc ở cơ sở, 4 đại biểu đại diện cho dân đều được nghe, đều được phản ánh, đều được chuyển cho UBND các cấp, nhưng vụ việc, bức xúc của nhân dân chỉ có thể được giải quyết khi UBND các cấp vào cuộc. Vì vậy, nỗi lo bỏ HĐND người dân người dân mất quyền dân chủ là không có cơ sở. Ở thành phố, người dân vẫn còn 3 tổ chức đại biểu là đại biểu Quốc hội, đại biểu HĐND Thành phố và đại biểu HĐND cấp tỉnh. Không tổ chức HĐND phường chính là tinh giản một bộ phận tổ chức trong bộ máy CQĐP, tuyệt nhiên không làm

mất đi quyền dân chủ, quyền làm chủ của nhân dân, không làm yếu đi chính quyền của nhân dân, mà ngược lại làm cho chính quyền mạnh hơn, bộ máy chính quyền gần dân, sát dân, phục vụ nhân dân tốt hơn.

Đối với việc giám sát hoạt động của các cơ quan nhà nước trên địa bàn phường cũng có thể khẳng định nếu không có tổ chức HĐND, thẩm quyền, nhiệm vụ và hoạt động giám sát vẫn được đảm bảo bằng cách tăng cường thẩm quyền giám sát cho đại biểu Quốc hội, đoàn đại biểu Quốc hội, cho HĐND tỉnh, thành phố, giám sát nhân dân của Mặt trận; giám sát trực tiếp của người dân, giám sát của các phóng viên báo, đài, tạp chí và đặc biệt là giám sát, kiểm tra của các cấp ủy, đồng thời tăng cường thanh tra, kiểm tra của các cơ quan hành chính cấp trên, của các cơ quan kiểm toán độc lập...

Từ những nguyên nhân khách quan và chủ quan đã phân tích cho thấy việc tổ chức hợp lý CQĐT ở Việt Nam nói chung và thành phố Thanh Hóa nói riêng là một yêu cầu cấp thiết. Bởi vậy, việc không tổ chức HĐND trong xây dựng CQĐT ở thành phố Thanh Hóa cần sớm được nghiên cứu để áp dụng trong thực tiễn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ (1945), *Sắc lệnh số 77/SL ngày 21/12/1945 về Tổ chức chính quyền nhân dân ở các thị xã và thành phố*, Hà Nội.
2. Nguyễn Đăng Dung (2008). *Những nguyên lý của chính quyền địa phương trong Nhà nước pháp quyền*. Hội thảo khoa học: Chính quyền địa phương trong thời kỳ đổi mới ở Việt Nam hiện nay. Học viện Hành chính Quốc gia năm 2008, Bộ Nội vụ, 442.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
4. Hội đồng nhân dân thành phố Thanh Hóa (2021), *Báo cáo Tổng kết tình hình tổ chức và hoạt động của HĐND thành phố Khóa XXI, nhiệm kỳ 2016 - 2021*.
5. Phạm Hồng Thái (2010), Một số vấn đề về phân chia đơn vị hành chính - lãnh thổ. *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Luật học*, 26, 75 - 76.
6. Nguyễn Văn Trọng và Bùi Nam Sơn (2007), *Chính thể đại diện/John Stuart Mill*, Nhà xuất bản Tri thức, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 25/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 6/1/2023

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ ANH NGỌC

Học viên Trường Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội

REMOVING THE PEOPLE’S COUNCIL AT WARD LEVEL - A SOLUTION FOR THE URBAN GOVERNANCE MODEL DEVELOPMENT OF THANH HOA CITY

● **NGUYEN THI ANH NGOC**

Student, University of Law

Vietnam National University - Hanoi

ABSTRACT:

In order to improve the quality and the performance of state management units in localities, it is necessary to have a specific governance model for urban areas. Thanh Hoa city aims to become a smart, civilized and modern city. However, the city will face difficulties in achieving this goal without an appropriate urban governance model. The city will have to reduce its management levels, specifically removing the People's Council at ward level. This reduction is to reorganize the city's governance model, helping the city eliminate overlapping and duplication of functions and tasks at each local government level, and ensuring the consistency and smoothness of the city's state administrative system. This study is to analyze the removal of the People's Council at ward level in Thanh Hoa city's governance model.

Keywords: local government, people's council, municipality, municipal government, Thanh Hoa city.

GIÁO DỤC QUYỀN CON NGƯỜI TẠI CHÂU Á - GỢI Ý CHO GIÁO DỤC QUYỀN CON NGƯỜI TẠI VIỆT NAM

● NGUYỄN THU HẰNG

TÓM TẮT:

Quyền con người là phổ quát theo các tuyên bố chính thức trong khuôn khổ của Liên hợp quốc. Tuy nhiên, tồn tại những khác biệt mang tính đối lập trong hệ tư tưởng phương Đông và phương Tây về vấn đề này. Các quốc gia phương Đông chia sẻ nhiều quan điểm chung khi đối diện với sự xâm nhập của hệ tư tưởng phương Tây về quyền con người. Bài viết nghiên cứu ở một số quốc gia đã có thực hành riêng có giá trị tham khảo tốt trong giáo dục về quyền con người và có thể được tham khảo cho vấn đề tương tự tại Việt Nam.

Từ khóa: giáo dục, quyền con người, sinh viên, châu Á, pháp luật.

1. Đặt vấn đề

Tiến trình thúc đẩy nhanh chóng các khía cạnh của quyền con người trên phạm vi quốc tế có những tác động tích cực không thể phủ nhận tới hầu hết các quốc gia, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, mặt trái của tiến trình này đối với nước ta là các quan điểm về quyền con người có xu hướng bị áp đặt theo các giá trị của phương Tây. Tuy nhiên, đã không có sự đồng thuận phổ quát về một định nghĩa tuyệt đối, ràng buộc về “nhân quyền”. Sự vận động và phát triển của các học thuyết về quyền con người thay đổi từ xã hội này sang xã hội khác, nổi bật trong số đó là sự khác biệt trong quan điểm về quyền con người tại các quốc gia tại châu Á. Tìm hiểu những khác biệt này và phương thức thực hành giáo dục quyền con người ở khu vực châu Á sẽ đem lại cho Việt Nam những gợi ý cho việc triển khai chương trình giáo dục quyền con người tại các cơ sở đào tạo bậc đại học.

2. Giáo dục quyền con người tại các quốc gia châu Á và những quan điểm chi phối

Nền văn minh của thế giới phương Tây đã đóng góp đáng kể vào sự phát triển của các tiêu chuẩn nhân quyền quốc tế hiện đại. Tuy nhiên, nhân quyền là sản phẩm của lịch sử, bắt nguồn từ thực tiễn của các quốc gia và xã hội trên toàn thế giới. Cùng nhau chia sẻ các quan điểm phổ biến về quyền con người và áp dụng những chương trình giáo dục về quyền con người phù hợp với đặc điểm văn hóa, dân tộc, các quốc gia châu Á ngày càng đóng góp nhiều hơn tiếng nói của mình về vấn đề quyền con người trên phạm vi quốc tế.

2.1. Những quan điểm phổ biến về quyền con người tại các quốc gia châu Á

2.1.1. Quan điểm về tính phổ quát và nguồn gốc tư tưởng về quyền con người

Tính phổ quát của quyền con người là một vấn đề còn nhiều tranh biện giữa các quốc gia. Cơ sở

của việc khẳng định tính phổ biến của quyền con người là gì? Chúng có phổ quát vì Tuyên ngôn Quốc tế nói như vậy không hay bởi vì Tuyên bố và các hiệp ước nhân quyền cốt lõi của Liên Hợp quốc đã nhận được sự chấp nhận gần như toàn cầu? Khi các cuộc tranh luận trở nên kịch tính và sâu sắc hơn, các câu hỏi tiếp nối được đặt ra: Chúng có bắt nguồn từ tất cả các nền văn minh hoặc tôn giáo lớn trên thế giới để được coi là phổ quát không? Và nếu vậy, các nền văn minh phương Đông đã đóng góp gì cho tính phổ quát của nhân quyền?¹ Tính phổ quát của quyền con người là một yêu cầu, hay một sự thừa nhận, hay một sự tiếp nhận của các quốc gia nơi quyền con người trở thành vấn đề của cộng đồng xã hội?

Tuyên bố Vienna và Chương trình hành động 1993 (được thông qua tại Hội nghị thế giới về quyền con người lần thứ hai, họp tại Vienna ngày 25/6/1993) nêu rõ: “Tất cả các quyền con người đều mang tính phổ cập, không thể chia cắt, phụ thuộc lẫn nhau và liên quan đến nhau. Trong khi phải luôn ghi nhớ ý nghĩa của tính đặc thù dân tộc, khu vực và bối cảnh khác nhau về lịch sử, văn hóa và tôn giáo, các quốc gia không phân biệt hệ thống chính trị, kinh tế, văn hóa, có nghĩa vụ đề cao và bảo vệ tất cả các quyền con người và các tự do cơ bản”². Cách tiếp cận trên về nhân quyền trên là phù hợp với các quốc gia châu Á do nhà nước có nhiệm vụ thúc đẩy và bảo vệ quyền của công dân. Mỗi quốc gia lựa chọn đảm bảo các quyền của chủ thể phù hợp với lịch sử, văn hóa và hệ thống chính trị, kinh tế của mình, nhưng vẫn cam kết tôn trọng tính phổ quát của quyền con người.

Hàng loạt cuộc tìm kiếm các giá trị phổ quát từng được tiến hành đã đưa những nghiên cứu đến các kinh sách và thực hành của tôn giáo. Nỗ lực này đã nâng cao hiểu biết về các giá trị của các nền văn minh phương Đông và cung cấp cho các nhà học thuật những căn cứ rõ ràng các giá trị phổ quát được tìm thấy trong tất cả các nền văn minh lớn trên thế giới. Ví dụ như Ấn Độ giáo bắt nguồn từ kinh điển Ấn Độ giáo cổ đại có chứa đựng nhiều ý tưởng gần gũi với nhân quyền. Kinh sách Ấn Độ giáo thể hiện

ý tưởng về tình bằng hữu toàn cầu và sự bình đẳng của tất cả linh hồn con người đang sống. Thực tiễn hiện nay của Nhà nước Ấn Độ giáo Nepal và Nhà nước Ấn Độ chủ yếu là Ấn Độ giáo (cả hai đều là nền dân chủ đầy đủ theo tiêu chuẩn hiện đại) chứng tỏ rằng Ấn Độ giáo có khả năng tự cải cách và kết hợp tính đa dạng.³

Các nền văn minh châu Á đã có đóng góp sâu sắc vào sự phát triển của luật pháp quốc tế cho đến khi họ chịu sự thống trị của thực dân. Trong khi một số chuẩn mực nhân quyền là mới và là một phần của sự phát triển tiến bộ của các chuẩn mực nhân quyền thì những chuẩn mực khác một phần xuất phát từ pháp luật cổ xưa, một số cũng bắt nguồn từ sách tôn giáo. Quyền con người mang tính phổ quát bởi vì mọi con người sống ở mọi nơi trên thế giới đều cần được bảo vệ những quyền như vậy và mọi xã hội văn minh ở mọi quốc gia văn minh và có trật tự đã công nhận chúng như vậy từ thời xa xưa có nguồn gốc lịch sử xa hơn nhiều so với các giá trị của phương Tây.

2.1.2. Quan điểm phê phán việc đề cao quá mức chủ nghĩa cá nhân phương Tây

Khi phải đối diện với sự xâm nhập của các tư tưởng về quyền con người của phương tây, ở các quốc gia châu Á, người ta lập luận rằng nhân quyền đương đại (là sản phẩm của tư tưởng chính trị phương Tây) thúc đẩy chủ nghĩa cá nhân phá hoại với cái giá phải trả là chủ nghĩa hài hòa trong cộng đồng. Thứ hai, có ý kiến cho rằng phương Tây nhấn mạnh quyền cá nhân mà không quan tâm đến nghĩa vụ. Thứ ba, do phương Tây tập trung vào các quyền cá nhân nên quyền dân sự và chính trị được ưu tiên hơn so với các quyền kinh tế, xã hội và văn hóa, đặc biệt là quyền phát triển.⁴ Các luận điểm trên không phủ nhận một ý tưởng rằng mỗi cá nhân đều quan trọng, tuy nhiên, mỗi cá nhân không phải là thực thể biệt lập, mà là thành viên của một gia đình hạt nhân và mở rộng là cộng đồng, quốc gia và Nhà nước.

Không phải trong mọi trường hợp, người ta đều tìm cách quy kết mọi thất bại đều đến từ sự tôn sùng chủ nghĩa cá nhân quá mức. Tuy nhiên, đa số thừa

nhận rằng văn hóa "châu Á" đảm bảo cho gia đình và cộng đồng được ưu tiên hơn những ham muốn cá nhân và sự hòa hợp xã hội được thúc đẩy vì lợi ích của tất cả mọi người. Tôn trọng chính quyền và các thể chế của nhà nước là trung tâm của hệ thống giá trị châu Á và người ta lập luận rằng chính điều này đã dẫn đến thành công kinh tế của các quốc gia châu Á. Tại châu Á, hầu hết các Chính phủ và các nền văn hóa bản địa lại có xu hướng dung hòa quyền cá nhân của mỗi con người riêng lẻ trong lợi ích chung của cộng đồng xã hội mà cá nhân đó là một thành viên.

2.1.3. Quan điểm chú trọng nhóm quyền kinh tế và xã hội

Theo lập trường của các quốc gia châu Á được nêu rõ tại hội nghị thượng đỉnh ở Bangkok trước Hội nghị Nhân quyền của Liên Hợp quốc tại Vienna năm 1993, họ không chấp nhận một tuyên bố đặt quyền của cá nhân lên trên nhu cầu của xã hội và quyền được sống trong một môi trường có trật tự xã hội và chính trị.⁵ Tầm quan trọng của sự phát triển kinh tế và xã hội trong việc đo lường các điều kiện nhân quyền được chấp nhận rộng rãi trong cộng đồng quốc tế. Một nghiên cứu do Trung tâm Nhân quyền Liên Hợp quốc đã xác định nghèo đói là một trở ngại chính đối với sự tiến bộ của nhân quyền.⁶ Báo cáo kết luận rằng nghèo đói là một sự vi phạm nhân quyền và là "một vấn đề kinh tế liên quan đến các chính sách phát triển quốc gia và quốc tế, đây cũng là một vấn đề xã hội và chính trị liên quan đến quyền được hưởng các quyền tự do, sự tham gia của người dân và trên hết là dân chủ".⁷ Như vậy, các chính phủ châu Á có lý do chính đáng khi tuyên bố các quyền kinh tế là quan trọng và điều này đặc biệt đúng khi xuất phát điểm của các quốc gia châu Á trong thế kỷ XX hầu hết đều là các quốc gia thuộc thế giới thứ ba.

2.2. Một số kinh nghiệm trong giáo dục về quyền con người tại các quốc gia châu Á

2.2.1. Thái Lan⁸

Bộ Giáo dục Thái Lan là cơ quan đầu mối quốc gia thúc đẩy giáo dục quyền con người trong hệ thống trường học. Kế hoạch hành động về giáo dục

quyền con người đã được phát triển và được ưu tiên cao trong Kế hoạch Hành động Quốc gia về nhân quyền của Thái Lan.

Ủy ban Nhân sĩ (Eminent Persons Committee) được Bộ Giáo dục thành lập vào tháng 3 năm 2007 để theo dõi việc thực hiện Kế hoạch Hành động của Chương trình Thế giới và được giao nhiệm vụ nghiên cứu và phân tích thông tin về việc học tập và giảng dạy nhân quyền ở Thái Lan. Ủy ban đã khuyến nghị tiến hành một nghiên cứu về giáo dục quyền con người trong hệ thống trường học, do Bộ Giáo dục và Đại học Mahidol đồng tổ chức. Bộ Giáo dục Thái Lan đã giao cho Đơn vị Hợp tác Tổ chức Quốc tế, Cục Hợp tác Quốc tế, phối hợp và chuẩn bị cho các hoạt động nêu trên và các sự kiện liên quan khác.

2.2.2. Singapore⁹

Trong chương trình giảng dạy chính thức, chương trình Giáo dục Công dân và Đạo đức đóng vai trò là nền tảng chính trong việc truyền tải các giá trị về sự tôn trọng, trách nhiệm, tính chính trực, sự quan tâm, khả năng phục hồi và sự hài hòa. Thông qua chương trình Khoa học Xã hội, học sinh tìm hiểu về xã hội đa chủng tộc, đa văn hóa và đa tôn giáo xung quanh các em cũng như ý thức gắn bó với gia đình, trường học và cộng đồng. Giáo viên cũng truyền thông điệp giáo dục quốc gia vào giáo trình, các vấn đề giáo dục quốc gia có thể được thảo luận trong các môn học như lịch sử, địa lý và kinh tế.

Trong chương trình giảng dạy không chính quy, Chương trình Tham gia Cộng đồng là một cách để học sinh có nguồn gốc dân tộc khác nhau cùng nhau thực hiện các hoạt động và dự án mang lại lợi ích cho xã hội. Ngoài ra, sinh viên cũng có cơ hội tham gia các chương trình trao đổi ở nước ngoài nhằm hỗ trợ phát triển các kỹ năng xã hội và văn hóa của họ. Thông qua sự tương tác với các bạn cùng chủng tộc và quốc tịch khác, học sinh có được sự đánh giá sâu sắc hơn về các nền văn hóa khác nhau và hiểu sâu hơn về bản sắc xã hội của mình.

Tất cả giáo viên đều được đào tạo về tư vấn cơ bản. Những học sinh gặp vấn đề khó khăn hơn có

thể được giới thiệu đến cố vấn giáo viên, mỗi trường có 2 người. Hơn nữa, các trường áp dụng một số biện pháp chủ động để ngăn chặn học sinh bỏ học. Những nỗ lực cũng được thực hiện để đảm bảo rằng các học sinh có nhu cầu đặc biệt được chăm sóc chu đáo trong hệ thống giáo dục.

2.2.2. Hàn Quốc

Nhiều biện pháp đã được thực hiện để nâng cao nhận thức về quyền con người, bao gồm việc phổ biến các hiệp ước về quyền con người thông qua xuất bản và dịch sang tiếng Hàn; tăng cường cung cấp giáo dục về quyền con người cho các quan chức nhà nước; tổ chức một chương trình quốc gia về các bài giảng và hội nghị chuyên đề trước công chúng về nhân quyền và cung cấp các dịch vụ trợ giúp pháp lý, thông qua đó các quyền cơ bản của con người được công khai ở các thành phố vừa và nhỏ cùng với các cộng đồng làm nông và đánh cá.¹⁰

Với việc thành lập Ủy ban Nhân quyền Quốc gia vào ngày 25 tháng 11 năm 2001, Hàn Quốc bắt đầu thúc đẩy giáo dục nhân quyền toàn diện trên phạm vi toàn quốc. Trong số những tiến bộ đạt được để phát triển các chương trình và tài nguyên nhân quyền để sử dụng trên toàn quốc, có việc thiết lập một hệ thống giáo dục nhân quyền dựa trên internet, việc sửa đổi sách giáo khoa để làm nổi bật tầm quan trọng của nhân quyền và các chương trình đào tạo giáo viên do Ủy ban Nhân quyền Quốc gia điều hành.¹¹

Kể từ năm 2002, Ủy ban đã phát triển và phân phối nội dung giáo dục nhân quyền để tiếp tục truyền bá nhận thức về nhân quyền và thúc đẩy giáo dục có liên quan. Ủy ban đã xuất bản 4 cuốn sách giáo dục nhân quyền vào năm 2015, đó là: Hướng dẫn Quản lý Nhân quyền (Phần 1. Thể chế Chính phủ và Phần 2. Chính quyền Địa phương); Bước đầu tiên hướng tới Nhân quyền; và Nhân quyền và Phúc lợi Xã hội. Các sách giáo khoa được thiết kế mới dành riêng cho một nhóm đối tượng cụ thể bao gồm Báo chí và Nhân quyền, Thể thao và Nhân quyền, Giảng dạy dựa trên Nhân quyền.

Ủy ban đã ký kết “thỏa thuận thúc đẩy nhân quyền” với tổng số 12 trường đại học để tăng cường

hơn nữa giáo dục nhân quyền trong các trường đại học và cao đẳng, đồng thời chỉ định và nuôi dưỡng một số trường như một trung tâm nghiên cứu giáo dục nhân quyền và là một trung tâm về nhân quyền giáo dục, nghiên cứu và xây dựng mạng lưới khu vực.¹²

2.3. Một số gợi ý cho Việt Nam

Tìm hiểu những quan điểm phổ biến và các ví dụ điển hình về giáo dục quyền con người tại các quốc gia châu Á giúp cho Việt Nam có một cái nhìn tổng thể về bối cảnh, phần nào chia sẻ những nét tương đồng trong lịch sử, văn hóa và có được những gợi ý về việc tổ chức triển khai các hoạt động giáo dục về quyền con người. Tập trung vào nội dung giáo dục quyền con người tại các cơ sở đào tạo bậc đại học không thuộc chuyên ngành luật, một số kinh nghiệm hữu ích dành cho Việt Nam tham khảo áp dụng bao gồm:

Thứ nhất, Nhà nước cần hoàn thiện kế hoạch hành động giáo dục quyền con người, trong đó, cần xác định các mục tiêu và lộ trình thực hiện cho giáo dục quyền con người ở Việt Nam. Theo khuyến nghị của Liên Hợp quốc phù hợp với “Chương trình thế giới về giáo dục quyền con người”, các quốc gia nên thiết lập kế hoạch hành động cho quyền con người ở cấp độ quốc gia. Trong giai đoạn kế tiếp, sau Đề án “Đưa nội dung quyền con người vào chương trình giáo dục trong hệ thống giáo dục quốc dân, giai đoạn 2017 - 2025” theo Quyết định số 1309/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, việc giáo dục quyền con người nói chung và ở bậc đại học thuộc các chuyên ngành không chuyên về luật nói riêng cần đặt ra những mục tiêu cụ thể cao hơn.

Thứ hai, tăng cường và nâng cao chất lượng công tác giáo dục pháp luật cho sinh viên ở mọi chuyên ngành đào tạo. Không chỉ đơn thuần bằng việc bổ sung một số nội dung giảng dạy về quyền con người trong môn học luật chung ở các trường không thuộc chuyên ngành luật, công tác giảng dạy cần hướng tới mục tiêu trang bị cho người học sự hiểu biết về mối tương quan giữa quyền con người và nhà nước.

Thứ ba, các thiết chế được chỉ định và từng cơ sở đào tạo cần đẩy mạnh nghiên cứu khoa học quyền con người, đóng góp tiếng nói của Việt Nam trong khoa học về quyền con người. Động lực cho việc nghiên cứu khoa học quyền con người tại các cơ sở giáo dục kể cả không phải các chuyên ngành nghiên cứu luật là đòi hỏi từ thực tiễn khách quan.

Thứ tư, xây dựng hệ thống học liệu, tài liệu tham khảo. Hệ thống cần đảm bảo cung cấp các tài liệu quốc tế chính thức được áp dụng tại Việt Nam bằng tiếng Việt. Bên cạnh đó, Việt Nam hóa các khía cạnh về quyền con người thông qua các học liệu chính thức và tài liệu tham khảo thông qua xây dựng cơ sở lý luận, nghiên cứu sâu sắc về quyền con người ở Việt Nam. Quan điểm thống nhất khi áp dụng biện pháp này là phải bảo vệ vững chắc quan điểm, lập trường của Việt Nam về quyền con người cần được đặt trong một cơ chế phù hợp, cho phép mở rộng cơ hội nghiên cứu, biên soạn các tài liệu học tập, bổ sung vào hệ thống học liệu tại các cơ sở đào tạo.

Thứ năm, tăng cường liên kết đào tạo quốc tế. Các hoạt động hợp tác quốc tế nên được lựa chọn

với các tổ chức uy tín, ưu tiên thiết lập cơ chế hợp tác thường xuyên với các quốc gia trong cùng khu vực do những tương đồng trong văn hóa và lịch sử sẽ phù hợp hơn cho việc cùng chia sẻ các quan điểm về quyền con người. Xuất phát từ chính bản chất tự nhiên của quyền con người được hình thành và phát triển trên cơ sở liên kết của những cộng đồng chia sẻ nhiều nét tương đồng trong văn hóa, chính trị và bối cảnh.

3. Kết luận

Trong nhiều năm qua, các đại diện đến từ châu Á đã góp tiếng nói của mình về các vấn đề trên tại các diễn đàn quốc tế và tại Liên Hợp quốc. Những đóng góp đó có thể được nhận thấy về cơ bản là tương đồng giữa các quốc gia trong khu vực châu Á. Các quốc gia cùng nhau chia sẻ các quan điểm để bảo vệ lợi ích của quốc gia, dân tộc trước sự thâm nhập của hệ tư tưởng của phương Tây. Các khảo lược đối với quan điểm phổ biến về quyền con người ở châu Á và ví dụ thực hành giáo dục quyền con người tại Singapore, Thái Lan và Hàn Quốc đã đem lại những giá trị tham khảo thực tế cho các chính sách tại Việt Nam ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

¹Surya P Subedi KC (2022). Human rights from East-West perspectives, Counsel, July 2022.

²Trung tâm Nghiên cứu quyền con người và Viện Thông tin khoa học thuộc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh (1993). Văn kiện quốc tế về quyền con người, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, trang 20.

³Surya P Subedi KC (2022). Human rights from East-West perspectives, Counsel, July 2022.

⁴J S Davidson (2001). East versus west: Human rights and cultural difference, CanterLawRw 3; (2001) 8 Canterbury Law Review 37.

⁵Debate over Rights: Rejecting Western Pressure, Asia Tables Its Own Definition. Asiaweek, 30 June 1993, p. 24.

⁶Paulo Sergio Pinheiro with the collaboration of Malak El-Chichini and Tulio Khan, "Poverty, Marginalization, Violence and the Realization of Human Rights", a study commissioned by the Centre for Human Rights pursuant to General Assembly resolutions 45/155 of 18 December 1990 and 46/116 of 17 December 1991. Paper submitted to the Fourth Session of the Preparatory Committee for the World Conference on Human Rights. A/CONF.157/PC/60/Add.3, 1 April 1993, p. 29.

⁷Clarence J. Dias (1993). Relationship between Human Rights, Development and Democracy: South/North NGO Solidarity in Fostering Popular Participation", discussion paper for a workshop on the relationship between development democracy and human rights, NGO forum held in conjunction with the World Conference on Human Rights, Vienna, 10-12 June 1993.

⁸United Nations High Commissioner for Human Rights. Available at: <https://www.ohchr.org/en/resources/educators/human-rights-education-training/world-programme-human-rights-education/phase1/national-initiatives/summary#asia>

⁹United Nations High Commissioner for Human Rights. Available at: <https://www.ohchr.org/en/resources/educators/human-rights-education-training/world-programme-human-rights-education/phase1/national-initiatives/summary#asia>

¹⁰United Nations High Commissioner for Human Rights. Available at: <https://www.ohchr.org/en/resources/educators/human-rights-education-training/summary-national-initiatives-undertaken-within-decade-human-rights-education-1995-2004>

¹¹United Nations High Commissioner for Human Rights. Available at: <https://www.ohchr.org/en/resources/educators/human-rights-education-training/world-programme-human-rights-education/phase1/national-initiatives/summary#asia>

¹²National Human Rights Commission of Korea (2019). Interim Report on the Implementation of the third phase (2015-2019) of the World Programme for Human Rights Education.

Ngày nhận bài: 11/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THU HẰNG

Giảng viên Khoa Quản lý - Học viện Quản lý Giáo dục

HUMAN RIGHTS AND HUMAN RIGHTS EDUCATION IN ASIA - SUGGESTION FOR HUMAN RIGHTS EDUCATION FOR STUDENTS IN VIETNAM

● **MA. NGUYEN THU HANG**

Faculty of Management

National Academy of Education Management

ABSTRACT:

Human rights are universal according to official declarations within the framework of the United Nations. However, these issues become complex and different as countries have their own views. Eastern countries share many common views while protecting themselves against Western ideology on human rights. A number of countries have their own practice that is of good reference value in human rights education and can be referenced for a similar issue in Vietnam.

Keywords: education, human rights, students, Asia, law.

VAI TRÒ CỦA NHÀ NƯỚC VÀ THỊ TRƯỜNG TRONG GIẢI QUYẾT HÀI HÒA LỢI ÍCH KINH TẾ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

● HOÀNG THỊ HỒNG ĐÀO

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu một số vấn đề về vai trò của Nhà nước và thị trường trong việc bảo đảm hài hòa các lợi ích kinh tế ở Việt Nam. Việc hài hòa lợi ích kinh tế sẽ góp phần thúc đẩy kinh tế phát triển bền vững hơn. Trên cơ sở phân tích ba nội dung về vai trò của nhà nước - vai trò của thị trường quốc tế và mối quan hệ giữa vai trò của nhà nước, thị trường trong giải quyết hài hòa lợi ích kinh tế. Từ đó, tác giả đưa ra một số nhận xét, đề xuất giải pháp giải quyết hài hòa lợi ích kinh tế trong điều kiện nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: nhà nước, thị trường, vai trò, lợi ích kinh tế, hài hòa các lợi ích kinh tế.

1. Đặt vấn đề

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay ở các nước trên thế giới nói chung và nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam nói riêng thì lợi ích kinh tế là vấn đề đã và đang được quan tâm. Trong giai đoạn hiện nay để phát triển kinh tế bền vững, Đảng ta xác định: “Bảo đảm lợi ích, sự kết hợp hài hòa các lợi ích và phương thức thực hiện lợi ích công bằng, hợp lý cho mọi người, cho các chủ thể, nhất là lợi ích kinh tế”. Việc giải quyết các quan hệ lợi ích một cách hài hòa, chính là tạo động lực cho sự phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta hiện nay. Từ đó, thấy được tầm quan trọng của Nhà nước và thị trường trong việc bảo đảm hài hòa các lợi ích kinh tế nhằm gia tăng thu nhập cho các chủ thể kinh tế; hạn chế mâu thuẫn, tăng cường sự thống nhất; xử lý kịp thời khi có xung đột.

2. Cơ sở lý thuyết

Một số khái niệm

Lợi ích kinh tế là lợi ích vật chất, lợi ích thu được khi thực hiện các hoạt động kinh tế của con người. Lợi ích kinh tế phản ánh mục đích và động cơ của quan hệ giữa các chủ thể kinh tế. Về biểu hiện lợi ích kinh tế: lợi nhuận (gắn với chủ doanh nghiệp), thu nhập (gắn với người lao động). Lợi ích kinh tế giữ vai trò quan trọng nhất, quyết định nhất, là nền tảng cho sự tồn tại và phát triển của mỗi con người nói riêng cũng như xã hội nói chung. Lợi ích kinh tế là động lực cho các hoạt động kinh tế của sự phát triển xã hội.

Phương thức thực hiện lợi ích kinh tế trong các quan hệ lợi ích chủ yếu thực hiện theo nguyên tắc thị trường và thực hiện lợi ích kinh tế theo chính sách của nhà nước và vai trò của các tổ chức xã hội.

Hài hòa các lợi ích kinh tế là sự thống nhất biện chứng giữa lợi ích kinh tế của các chủ thể, trong đó mặt mâu thuẫn được hạn chế, tránh được va chạm, xung đột; mặt thống nhất được khuyến khích, tạo điều kiện phát triển, từ đó tạo động lực thúc đẩy các hoạt động kinh tế, góp phần thực hiện tốt hơn các lợi ích kinh tế.

Quan hệ lợi ích kinh tế là sự thiết lập những tương tác giữa các chủ thể kinh tế nhằm mục tiêu xác lập các lợi ích kinh tế trong mối liên hệ với trình độ phát triển của lực lượng sản xuất và kiến trúc thượng tầng tương ứng của một giai đoạn phát triển xã hội nhất định. Đó là mối quan hệ giữa những người sử dụng lao động và người lao động, giữa chính họ với nhau.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Vai trò của nhà nước và thị trường trong giải quyết hài hòa các quan hệ lợi ích kinh tế

3.1.1. Vai trò của nhà nước

Một là, bảo vệ lợi ích hợp pháp, tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động tìm kiếm lợi ích của các chủ thể kinh tế. Các hoạt động kinh tế bao giờ cũng diễn ra trong một môi trường nhất định. Môi trường càng thuận lợi, các hoạt động kinh tế càng hiệu quả và không ngừng mở rộng. Môi trường vĩ mô thuận lợi không tự hình thành mà phải được nhà nước tạo lập. Vì vậy, nhà nước cần: giữ vững ổn định chính trị, xây dựng được môi trường pháp luật thông thoáng, bảo vệ được lợi ích chính đáng của các chủ thể kinh tế, đặc biệt là lợi ích của đất nước, đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng của nền kinh tế, tạo lập môi trường văn hóa phù hợp với yêu cầu phát triển kinh tế thị trường.

Hai là, điều hòa lợi ích giữa cá nhân - doanh nghiệp - xã hội: Nhà nước cần phải có các chính sách, trước hết là chính sách phân phối thu nhập nhằm đảm bảo hài hòa các lợi ích kinh tế. Trong điều kiện kinh tế thị trường, một mặt phải thừa nhận sự chênh lệch về mức thu nhập giữa các tập thể, cá nhân, mặt khác phải ngăn chặn sự chênh lệch thu nhập quá đáng. Sự phân hóa xã hội thái quá có thể dẫn đến căng thẳng, thậm chí xung đột xã hội. Đó là những vấn đề mà chính sách phân phối thu nhập phải tính đến. Phân phối thu nhập không chỉ dựa vào quan hệ sở hữu mà còn phụ

thuộc vào sản xuất. Nhà nước phải tích cực, chủ động thực hiện công bằng trong phân phối thu nhập. Ở mỗi giai đoạn phát triển, người dân phải đạt được mức sống tối thiểu. Nhà nước cần thực hiện hiệu quả các chính sách, tạo điều kiện và cơ hội tiếp cận bình đẳng các nguồn lực phát triển, hưởng thụ các dịch vụ xã hội cơ bản, vươn lên thoát nghèo bền vững ...

Ba là, kiểm soát, ngăn ngừa các quan hệ lợi ích có ảnh hưởng tiêu cực đối với sự phát triển xã hội. Trong cơ chế thị trường, thu nhập từ các hoạt động bất hợp pháp như buôn lậu, làm hàng giả, lừa đảo, tham nhũng... tồn tại khá phổ biến. Để chống lại các hình thức thu nhập bất hợp pháp, bảo đảm hài hòa các lợi ích kinh tế, trước hết phải có bộ máy nhà nước liêm chính. Bộ máy nhà nước phải tuyển dụng và sử dụng được những người có tài, có tâm, sàng lọc được những người không đủ tiêu chuẩn. Cán bộ công chức nhà nước phải được tạo cơ hội thăng tiến một cách công bằng, được đãi ngộ xứng đáng và chịu trách nhiệm đến cùng mọi quyết định trong phạm vi quyền hạn và chức trách của họ. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả của hoạt động thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm nhằm khắc phục những bất cập, thực hiện công bằng xã hội và quan trọng hơn là ngăn chặn các hình thức thu nhập bất hợp pháp.

Bốn là, giải quyết những mâu thuẫn trong quan hệ lợi ích kinh tế. Mâu thuẫn giữa các lợi ích kinh tế là khách quan, nếu không được giải quyết sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến động lực của các hoạt động kinh tế. Khi các mâu thuẫn phát sinh cần được giải quyết kịp thời. Do vậy, các cơ quan chức năng của nhà nước cần phải thường xuyên quan tâm, phát hiện mâu thuẫn và chuẩn bị chu đáo các giải pháp đối phó. Nguyên tắc để giải quyết mâu thuẫn giữa các lợi ích kinh tế là phải có sự tham gia của các bên liên quan, có nhân nhượng và phải đặt lợi ích đất nước lên trên hết. Ngăn ngừa là chính nhưng khi mâu thuẫn giữa các lợi ích kinh tế bùng phát có thể dẫn tới xung đột (đình công, bãi công...). Khi có xung đột giữa các chủ thể kinh tế, cần có sự tham gia hòa giải của các tổ chức xã hội liên quan, đặc biệt là các cơ quan nhà nước.

3.1.2. Vai trò của thị trường

Một là, cung cấp môi trường cho các chủ thể kinh tế trao đổi, thực hiện lợi ích của mình. Thị trường là cầu nối giữa sản xuất với tiêu dùng, cung cấp cho các chủ thể kinh tế môi trường để thực hiện các hoạt động kinh tế. Có vai trò thông tin, định hướng cho mọi nhu cầu sản xuất kinh doanh, nhờ đó mà giải quyết hài hòa quan hệ lợi ích kinh tế giữa các chủ thể trong mua bán, trao đổi trên thị trường. Trên thị trường lao động, người lao động xuất hiện với tư cách là người bán, người sử dụng lao động – người mua. Sau khi thực hiện quá trình lao động, người lao động được trả lương, người sử dụng lao động thu được lợi nhuận. Lợi ích kinh tế của hai bên được thực hiện.

Hai là, thị trường kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội, tạo ra cách thức phân bổ nguồn lực hiệu quả trong nền kinh tế. Thị trường thúc đẩy các quan hệ kinh tế không ngừng phát triển. Đòi hỏi các thành viên trong xã hội phải không ngừng nỗ lực, sáng tạo để thích ứng với sự phát triển của thị trường. Sự sáng tạo được thị trường chấp nhận, chủ thể sáng tạo sẽ được thụ hưởng lợi ích tương xứng. Từ đó, trở thành động lực trực tiếp thúc đẩy, kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội. Thông qua các quy luật thị trường, các nguồn lực cho sản xuất được điều tiết, phân bổ tới các chủ thể sử dụng hiệu quả nhất, tạo ra sự công bằng trong hoạt động kinh tế, cũng như nhận được những lợi ích kinh tế tương xứng với hoạt động kinh tế đó.

Ba là, bảo đảm sự thỏa mãn lợi ích kinh tế của các chủ thể khi tiến hành hoạt động kinh tế: Các chủ thể kinh tế khi tham gia vào thị trường đều phải chịu sự điều chỉnh của các quy luật kinh tế. Các quy luật này điều tiết thị trường thông qua giá cả. Khi không được thụ hưởng lợi ích tương xứng với công sức của mình, các chủ thể kinh tế sẽ ngừng hoặc hạn chế các hoạt động kinh tế. Lúc này, thị trường sẽ tự động điều chỉnh cho phù hợp với lợi ích kinh tế của các bên liên quan sao cho hoạt động kinh tế đó tiếp tục được diễn ra. Nhà nước sẽ can thiệp trong trường hợp, thị trường không tự điều chỉnh được.

3.1.3. Mối quan hệ giữa vai trò của nhà nước và thị trường trong giải quyết hài hòa lợi ích kinh tế

Lý luận và thực tiễn đều khẳng định: Nhà nước và thị trường đều rất cần thiết. Tuy nhiên, sử dụng nhà nước và thị trường như thế nào để phát triển kinh tế - xã hội thì vẫn có nhiều quan điểm khác nhau. Kinh tế thị trường có rất nhiều ưu việt nhưng cũng có không ít nhược điểm như phát triển không ổn định, không đáp ứng được yêu cầu về hàng hóa công cộng, sự xuất hiện của độc quyền, hiện tượng thiếu hụt sai lệch thông tin; xuất hiện nhiều vấn đề xã hội và môi trường... ảnh hưởng xấu đến sự hài hòa giữa các lợi ích kinh tế. Để hạn chế những nhược điểm đó, đồng thời phát huy tính ưu việt của kinh tế thị trường và của nhà nước, cần phải kết hợp cả hai. Nguyên tắc kết hợp là: Nhà nước chỉ làm và phải làm thật tốt những gì thị trường không làm được, công khai, minh bạch các hoạt động của Nhà nước.

3.2. Liên hệ thực tiễn ở Việt Nam hiện nay

3.2.1. Thành tựu đạt được

Thứ nhất, nhà nước ta bảo vệ lợi ích hợp pháp, tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động tìm kiếm lợi ích của các chủ thể kinh tế. Việt Nam đã thực hiện rất tốt vấn đề giữ vững ổn định chính trị. Nhờ đó đã thu hút, khiến các nhà đầu tư yên tâm khi tiến hành đầu tư. Bên cạnh đó, nhà nước đã và đang không ngừng xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật theo hướng: phục vụ mục tiêu kiến tạo phát triển, tạo dựng hành lang pháp lý an toàn cho phát triển và hội nhập sâu rộng với khu vực và thế giới cả về kinh tế, chính trị và văn hóa. Kết cấu hạ tầng của nền kinh tế nước ta ngày càng được cải thiện, đáp ứng nhu cầu các hoạt động kinh tế. Theo số liệu của Tổng Cục Thống Kê, năm 2022, nước ta có 148.500 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới với tổng số vốn 1590,9 nghìn tỷ đồng, tăng 27,1% về số doanh nghiệp, giảm 1,3% về số vốn đăng ký, với tổng số lao động là 51,7 triệu người, tăng 1,1 triệu người so với năm 2021. Bên cạnh đó, việc kiểm soát tốt dịch bệnh Covid 19, kết hợp chống dịch với phát triển kinh tế của nước ta hiện nay cũng tạo ra môi trường thuận lợi để đầu tư hơn nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Nhà nước đã nhanh chóng đưa ra các chính sách tiền tệ, tài khóa, an sinh xã hội nhằm hỗ

trợ doanh nghiệp và người dân vượt qua giai đoạn khó khăn nhất của cú sốc Covid-19. Nhà nước đẩy nhanh hoàn trả tiền nợ cho các công ty và tạm hoãn thanh toán tiền điện, nước cho doanh nghiệp. Lao động tự do, hộ kinh doanh, người nhập cư, người dân tộc thiểu số chịu tác động nặng nề hơn nên được Nhà nước đặc biệt hỗ trợ.

Thứ hai, trong điều hòa lợi ích cá nhân - doanh nghiệp - xã hội. Để điều hòa lợi ích giữa cá nhân, doanh nghiệp và xã hội nhà nước đã thực hiện phân phối công bằng các yếu tố sản xuất nhằm hạn chế sự chênh lệch giàu nghèo giữa người với người; thực hiện phân phối thu nhập, phân phối theo lao động. Lợi ích kinh tế là kết quả trực tiếp của phân phối thu nhập, phân phối công bằng hợp lý góp phần quan trọng đảm bảo hài hòa các lợi ích kinh tế. Chính sách tiền lương của Nhà nước đã đem lại những hiệu quả nhất định. Các quy định về thuế thu nhập cá nhân cũng góp phần làm giảm khoảng cách chênh lệch giữa các tầng lớp dân cư. Năm 2022, mặc dù bị ảnh hưởng của dịch Covid-19 nhưng số thu từ thuế thu nhập cá nhân vẫn tăng cao kỷ lục, đạt gần 168.000 tỷ đồng, vượt 38% dự toán.

Việc thực hiện tốt các chính sách an sinh xã hội và phúc lợi xã hội trong những năm qua đã tạo lập những giá trị mới của xã hội. Đời sống của mỗi cá nhân không ngừng được nâng lên, quyền và lợi ích chính đáng được pháp luật bảo vệ, nhất là trong sở hữu và phân phối. Trong giai đoạn (2016 - 2020) tốc độ tăng trưởng bình quân 5 năm ước đạt khoảng 5,8%/ năm, riêng năm 2020 do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 GDP tăng 2,91% nhưng vẫn thuộc nhóm tăng trưởng kinh tế cao nhất thế giới); tổng sản phẩm trong nước (GDP) đạt 268.4 tỉ USD, tăng gấp 1,3 lần so với năm 2010 đạt 116 tỉ USD; thu nhập bình quân đầu người đạt 4,23 triệu đồng/tháng; tính đến ngày 14/1/2021 thì đã có 88 triệu người tham gia bảo hiểm y tế (chiếm khoảng 90.85% dân số cả nước)...Tuy chịu ảnh hưởng của dịch bệnh nhưng đời sống vật chất của người dân vẫn được đảm bảo ở mức cơ bản.

Thứ ba, trong kiểm soát, ngăn ngừa các quan hệ lợi ích có ảnh hưởng tiêu cực đối với sự phát triển xã hội. Để bảo đảm hài hòa các lợi ích kinh

tế giữa các chủ thể và loại bỏ các ảnh hưởng tiêu cực trên nước ta quyết tâm xây dựng bộ máy nhà nước liêm chính, trong sạch, hiệu quả, kỷ luật kỷ cương. Thực hiện các nghị quyết của Quốc hội, chỉ đạo của Chính phủ và Ban chỉ đạo 389 quốc gia về chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, hàng nhái, các lực lượng chức năng đã tăng cường công tác kiểm tra, có nhiều biện pháp ngăn chặn, hạn chế tình trạng sản xuất, buôn bán hàng lậu. Trong năm 2022, lực lượng quản lý thị trường đã kiểm tra, xử lý 43.989 vụ vi phạm (tăng 6% so với cùng kỳ năm 2021); chuyển cơ quan điều tra 127 vụ việc có dấu hiệu tội phạm. Thu nộp ngân sách nhà nước trên 490 tỷ đồng (tăng 14% so với cùng kỳ năm 2021). Trị giá hàng tịch thu gần 96 tỷ đồng, trị giá hàng hóa áp dụng biện pháp khắc phục hậu quả buộc tiêu hủy hơn 19 tỷ đồng. Để vai trò của thị trường trong giải quyết hài hòa các lợi ích kinh tế được phát huy một cách hiệu quả nhà nước ta còn can thiệp để tránh những tác động tự phát có hại của thị trường như quản lý những tác động ngoại lai, điều tiết độc quyền, bảo hiểm xã hội...

3.2.2. Hạn chế

Thực tế vẫn còn có những hiện tượng ở không ít ngành, nghề lao động giản đơn lại có thu nhập cao hơn nhiều lần lao động phức tạp; nhiều người ở vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo chưa được hưởng phúc lợi xã hội như ở các trung tâm, các thành phố lớn, ...

Chính sách tiền lương chưa vận hành theo cơ chế thị trường mà do Nhà nước quy định, bị ràng buộc với nhiều chính sách xã hội khác và bị phụ thuộc vào ngân sách nhà nước. Việc điều chỉnh lương tối thiểu vẫn bị coi là gánh nặng của ngân sách nhà nước.

Việc thu thuế thu nhập cá nhân còn bỏ sót nhiều đối tượng, gây thất thoát cho ngân sách nhà nước, chưa đảm bảo công bằng cho những người phải nộp thuế. Chính sách trợ cấp xã hội, phân phối lại thu nhập của Chính phủ trong thời gian qua còn bất cập. Trong quá trình hoạt động lực lượng quản lý thị trường vẫn gặp nhiều khó khăn do phương thức, thủ đoạn của các đối tượng ngày càng tinh vi và phức tạp. Tình trạng nhân danh lợi ích xã hội để vi phạm vẫn tồn tại và tiềm ẩn nhiều vấn đề cần giải

quyết. Biểu hiện là tình trạng tham ô, tham nhũng, hoạt động của các “nhóm lợi ích” tiêu cực; các hành vi xây dựng trái phép trong các thành phố lớn và các khu đô thị;... làm cho lợi ích xã hội bị tổn thất lớn. Hay một số độc quyền nhà nước tại Việt Nam lạm dụng độc quyền để vụ lợi thao túng giá thị trường gây sức ép cho người dân, tạo ra cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp khiến một số doanh nghiệp nhỏ có nguy cơ phá sản, hệ lụy là người lao động thất nghiệp.

3.2.3. Một số giải pháp đề xuất

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, để thực hiện tốt hơn việc giải quyết hài hòa lợi ích kinh tế, tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển kinh tế bền vững, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, tiếp tục xây dựng, hoàn thiện thể chế để đảm bảo gắn tăng trưởng kinh tế với tiến bộ và công bằng xã hội, tạo cơ hội cho mọi thành viên trong xã hội tham gia và hưởng thụ thành quả của quá trình phát triển. Xây dựng hệ thống pháp luật tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp tham gia đầu tư trên thị trường, thúc đẩy doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân trở thành lực lượng đi đầu trong quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước. Nhà nước cần thực hiện tốt hơn nữa việc đảm bảo công khai, minh bạch trong quá trình quản lý, xử lý nghiêm những hành vi tham ô, tham nhũng, “lợi ích nhóm” tiêu cực gây tổn thất cho xã hội. Đẩy mạnh và nâng cao công tác tuyên truyền, giáo dục, thống nhất cao về ý chí và hành động trong cán bộ, đảng viên và nhân dân về phòng, chống tham nhũng. Tăng cường kiểm tra, giám sát, xây dựng đội ngũ cán bộ Đảng và Nhà nước trong sạch, vững mạnh, có năng lực đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế xã hội trong tình hình mới.

Thứ hai, tạo sự đồng thuận trong phân phối thu nhập, tiếp tục hoàn thiện và nâng cao hiệu quả của các chính sách an sinh xã hội, phúc lợi xã hội và

chính sách tiền lương. Quan tâm, giúp đỡ những hoàn cảnh khó khăn, người lao động nghèo, người có công với cách mạng và những người dân ở vùng sâu, vùng xa, đối tượng yếu thế trong xã hội. Có chính sách đãi ngộ tốt với người tài, đảm bảo mức tiền lương thỏa đáng cho công nhân viên chức và người lao động.

Thứ ba, cần có chính sách khuyến khích người dân làm giàu hợp pháp, giáo dục người dân biết đặt lợi ích của mình trong mối quan hệ với lợi ích của những chủ thể khác để tạo ra sự thống nhất trong quan hệ lợi ích, tránh xung đột, mâu thuẫn. Thông qua hoạt động giáo dục, tuyên truyền để nâng cao nhận thức của người dân về quyền và nghĩa vụ của mình trong các quan hệ lợi ích, về phân phối thu nhập để phân chia hợp lý giữa tiền lương và lợi nhuận. Khuyến khích mọi thành phần kinh tế, mọi công dân, mọi nhà đầu tư mở mang ngành nghề, tạo nhiều việc làm cho người lao động, phát triển dịch vụ việc làm.

4. Kết luận

Việc hài hòa lợi ích kinh tế sẽ góp phần thúc đẩy kinh tế phát triển bền vững hơn, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế. Trong nền kinh tế hội nhập, mở cửa và sự phát triển nhanh chóng của khoa học - công nghệ, vai trò của nhà nước và thị trường trong giải quyết hài hòa lợi ích kinh tế ở Việt Nam là vô cùng quan trọng. Các giải pháp giải quyết cần phải triển khai đồng bộ và có hiệu quả. Để đảm bảo hài hòa lợi ích kinh tế đòi hỏi phải có sự tác động của Nhà nước nhằm gia tăng thu nhập cho các chủ thể kinh tế; hạn chế mâu thuẫn, tăng cường sự thống nhất; xử lý kịp thời khi có xung đột. Song các chủ thể tham gia thị trường cần có sự thống nhất với nhau về mặt lợi ích kinh tế. Từ đó tạo động lực thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam phát triển theo định hướng xã hội chủ nghĩa, hướng tới mục đích công bằng xã hội, dân chủ văn minh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ (2021). Báo cáo tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2020 và 5 năm 2016 - 2020; dự kiến Kế hoạch năm 2022 và phương hướng, nhiệm vụ 5 năm 2021-2025.

2. Chính phủ (2022). *Báo cáo tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2021; dự kiến Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2022*.
3. Chính phủ (2022). *Báo cáo tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2022; dự kiến Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2023*.
4. Đảng Cộng sản Việt Nam (2026, 2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII, XIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
5. Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam (2020). Hội thảo khoa học, *An sinh xã hội cho các nhóm dễ tổn thương trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 ở Việt Nam*. NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
6. Tổng cục Thống kê (2021, 2022). *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội, năm 2021, 2022*. Nxb Thống kê, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 1/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. HOÀNG THỊ HỒNG ĐÀO

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên

THE ROLE OF THE STATE AND THE MARKET IN RECOMMENDING ECONOMIC BENEFITS IN VIETNAM TODAY

● Master. **HOANG THI HONG DAO**

Hung Yen university of technology and education

ABSTRACT:

The article studies some issues about the role of the State and the market in ensuring the harmonization of economic benefits in Vietnam. The harmonization of economic benefits will contribute to promoting more sustainable economic development. Based on analyzing three contents of the role of the state - the role of the economic market and the relationship between the role of the state and the market in the harmonious ensuring economic benefits. From there, the author makes some comments and proposes solutions to harmonize economic benefits in the context of the market economy in Vietnam today.

Keywords: The state, the market, role, economic benefits, harmonious economic benefits.

VAI TRÒ CỦA 9 NGÀNH DỊCH VỤ TRONG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● NGUYỄN THỊ PHONG DUNG

TÓM TẮT:

Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) với vai trò là đầu tàu phát triển trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, có cơ cấu kinh tế hiện đại với tỷ trọng dịch vụ hơn 60% (năm 2021) và là thành phố luôn đi đầu trong tăng trưởng kinh tế, đặc biệt là chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Tuy nhiên, trước tác động của dịch bệnh Covid-19, cũng như những biến động phức tạp về kinh tế - chính trị trong và ngoài nước đã tác động mạnh đến tăng trưởng kinh tế TP. HCM. Bài viết này phân tích thực trạng tăng trưởng kinh tế của TP. HCM và vai trò của 9 ngành dịch vụ trong kinh tế Thành phố giai đoạn vừa qua, đánh giá những thuận lợi, khó khăn và khuyến nghị một số giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển, gia tăng vai trò của 9 ngành dịch vụ trong tăng trưởng kinh tế của Thành phố giai đoạn tới.

Từ khóa: tăng trưởng kinh tế, ngành dịch vụ, Thành phố Hồ Chí Minh.

1. Thực trạng đóng góp của 9 ngành dịch vụ trong tăng trưởng kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2017 - 2021

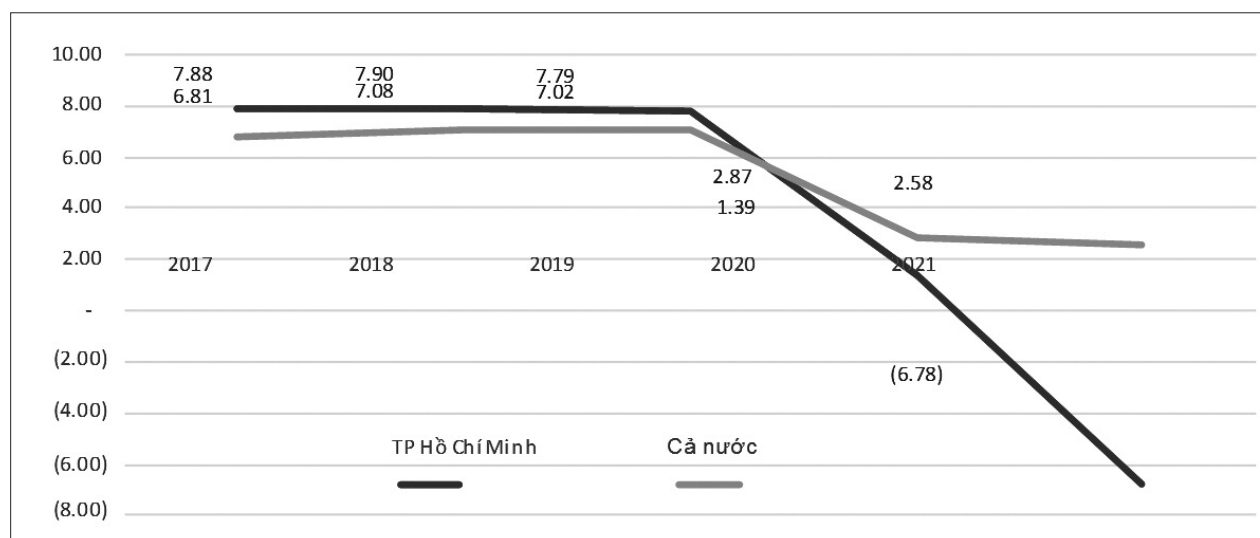
Căn cứ vào số liệu từ Chi cục Thống kê TP. HCM và số liệu từ Tổng cục Thống kê cho thấy trong giai đoạn 2017 - 2021, TP. HCM nói riêng và cả nước nói chung có mức tăng trưởng tăng giảm không đồng đều, cụ thể, GRDP của Thành phố (theo giá so sánh năm 2010) thì năm 2017 đạt 842.376 tỷ đồng, năm 2018 tăng lên và đạt 907.058 tỷ đồng, năm 2019 đạt 978.308 tỷ đồng. Các năm này, GRDP của Thành phố có mức tăng trưởng ổn định, với 7,88% năm 2017, 7,9% năm 2018 và năm 2019 đạt 7,79%, cao hơn mức tăng

trưởng chung của cả nước (ước đạt 7,02%). Như vậy, tốc độ tăng trưởng của Thành phố vẫn duy trì ở mức khá, mặc dù bối cảnh kinh tế thế giới suy giảm. (Hình 1)

Sang đến năm 2020, GRDP thành phố chỉ còn đạt 991.424 tỷ đồng, tương đương với mức tăng trưởng chỉ 1,39% và thấp hơn cả nước (cả nước năm 2020 là 2,87%). Đặc biệt năm 2021, GRDP của thành phố có mức sụt giảm khi chỉ còn đạt 924.367 tỷ đồng, đây là lần đầu tiên Thành phố có mức tăng trưởng âm 6,78%. Lý do năm 2020 và năm 2021 có mức GRDP tuyệt đối giảm sút và mức tăng trưởng âm do đây là 2 năm nền kinh tế của Thành phố chịu sự tác động lớn từ dịch bệnh

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP của TP. HCM và cả nước giai đoạn 2017 - 2021

(Đvt: %)



Nguồn: Theo tính toán của tác giả dựa trên số liệu niên giám của Tổng cục Thống kê và Chi cục Thống kê TP. HCM

Covid - 19. Từ chủ trương của Đảng, Nhà nước là phải tuyệt đối đảm bảo sức khỏe, tính mạng của người dân, chính quyền các cấp trên địa bàn Thành phố đã thực hiện nghiêm chỉ thị 15, chỉ thị 16 của Chính phủ, chấp nhận hy sinh tăng trưởng

kinh tế để đảm bảo sức khỏe, tính mạng của người dân. (Bảng 1, Bảng 2)

Là một nền kinh tế năng động, dựa trên số liệu từ Cục Thống kê năm 2017 thành phố Hồ Chí Minh có 9 ngành dịch vụ chủ yếu chiếm 52,7%

Bảng 1. Tổng sản phẩm trong 9 ngành dịch vụ trọng yếu của TP. HCM

(Đvt: tỷ đồng)

	Năm 2017	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Khu vực dịch vụ	618.773	822.762	856.128	823.36
Trong đó 9 ngành dịch vụ	138.264	739.244	777.955	761.205
G. Thương nghiệp bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy	559.603	198.267	215.851	199.002
H. Vận tải kho bãi	91.541	134.762	132.39	121.261
I. Dịch vụ lưu trú và ăn uống	30.362	37.589	26.247	11.653
J. Thông tin và truyền thông	43.495	59.052	63.032	66.585
K. Hoạt động tài chính ngân hàng và bảo hiểm	66.425	109.168	119.004	132.752
L. Hoạt động kinh doanh bất động sản	77.763	55.661	57.622	46.701
M. Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ	47.424	64.288	71.452	74.638
P. Giáo dục và đào tạo	37.504	42.733	48.057	51.195
Q. Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	26.825	37.726	44.300	57.419

Nguồn: Cục Thống kê TP. HCM tháng 12/2020

Bảng 2. Tỷ trọng đóng góp của 9 ngành dịch vụ trọng yếu trong GRDP của Thành phố năm 2017 và năm 2021

(Đvt: %)

	Năm 2017		Năm 2021	
	Tỷ trọng so với GRDP	Tỷ trọng nội bộ ngành của khu vực dịch vụ	Tỷ trọng so với GRDP	Tỷ trọng nội bộ ngành của khu vực dịch vụ
Khu vực dịch vụ	58,3	100	63,4	100
Trong đó 9 ngành dịch vụ	52,7	90,4	58,6	92,5
G. Thương nghiệp bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy	13,0	22,3	15,3	24,2
H. Vận tải kho bãi	8,6	14,8	9,3	14,7
I. Dịch vụ lưu trú và ăn uống	2,9	4,9	0,9	1,4
J. Thông tin và truyền thông	4,1	7,0	5,1	8,1
K. Hoạt động tài chính ngân hàng và bảo hiểm	6,3	10,7	10,2	16,1
L. Hoạt động kinh doanh bất động sản	7,3	12,6	3,6	5,7
M. Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ	4,5	7,7	5,8	9,1
P. Giáo dục và đào tạo	3,5	6,1	3,9	6,2
Q. Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	2,5	4,3	4,4	7,0

Nguồn: Cục Thống kê TP. HCM tháng 12/2020

trong GRDP, chiếm 90,4% trong khu vực dịch vụ. Trong đó, 4 ngành chiếm tỷ trọng cao là thương nghiệp (13,0%), vận tải kho bãi (8,6%), kinh doanh bất động sản (7,3%), tài chính ngân hàng (6,3%), đây là những ngành chủ đạo chiếm 60,4% nội bộ khu vực dịch vụ. Sang năm 2019, 9 ngành dịch vụ tăng lên chiếm 55% trong GRDP, chiếm 89,8% trong khu vực dịch vụ. Trong đó, 4 ngành chiếm tỷ trọng cao là thương nghiệp (24,1%), vận tải kho bãi (16,4%), hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ (7,8%), tài chính ngân hàng (13,3%) - đây là những ngành chủ đạo chiếm 37,6% trong GRDP, chiếm 61,6% nội bộ khu vực dịch vụ. Năm 2020, tỷ trọng của 9 ngành dịch vụ tiếp tục tăng lên chiếm 56,7% trong GRDP, chiếm 90,9% trong khu vực dịch vụ. Trong đó, 4 ngành chiếm tỷ trọng cao trong GRDP là thương nghiệp

(15,7%), vận tải kho bãi (9,6%), hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ (5,2%), tài chính ngân hàng (8,7%) - đây là những ngành là chủ đạo chiếm 39,2% trong GRDP, chiếm 62,9% nội bộ khu vực dịch vụ. Năm 2021, tỷ trọng của 9 ngành dịch vụ lúc này đã chiếm tới 58,6% trong GRDP, chiếm 92,5% trong khu vực dịch vụ. Trong đó, 4 ngành chiếm tỷ trọng cao trong GRDP là thương nghiệp (15,3%), vận tải kho bãi (9,3%), hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ (5,8%), tài chính ngân hàng (10,2%) - đây là những ngành là chủ đạo chiếm 40,6% trong GRDP, chiếm 64,1% nội bộ khu vực dịch vụ. Tác động của dịch Covid-19 ảnh hưởng rất rõ đối với các ngành dịch vụ, tuy nhiên nhờ các mô hình kinh doanh trực tuyến, đặt hàng qua mạng, dịch vụ giao nhận, hội họp trực tuyến được nhiều người dùng,

được doanh nghiệp áp dụng và bên cạnh đó một số ngành vẫn đáp ứng nhu cầu tiêu thụ thiết yếu của thị trường trong lĩnh vực bán lẻ hàng thực phẩm, dịch vụ internet, viễn thông. Có 4/9 ngành giảm, do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhưng có đến 5/9 ngành dịch vụ có mức tăng trưởng dương so với cùng kỳ, tiêu biểu như: ngành Thông tin truyền thông: đạt 66.585 tỷ đồng, chiếm 5,1% trong tổng GRDP và 8,1% trong khu vực dịch vụ, có mức tăng 6,08% so với cùng kỳ; ngành Tài chính, ngân hàng: đạt 132.752 tỷ đồng, chiếm 10,2% trong tổng GRDP và 16,1% trong khu vực dịch vụ, có mức tăng 8,16% so với cùng kỳ; ngành Hoạt động chuyên môn, khoa học công nghệ đạt 74.638 tỷ đồng, chiếm 5,8% trong tổng GRDP và 9,1% trong khu vực dịch vụ, có mức tăng 3,8% so với cùng kỳ năm trước; ngành Giáo dục và đào tạo: đạt 51.195 tỷ đồng, chiếm 3,9% trong tổng GRDP và 6,2% trong khu vực dịch vụ, có mức tăng 3,12% so với cùng kỳ; ngành Y tế và hoạt động cứu trợ xã hội: đạt 57.419 tỷ đồng, chiếm 4,4% trong tổng GRDP và 7,0% trong khu vực dịch vụ, tăng 28,68% so với cùng kỳ (Tổng cục Thống kê TP. HCM, 2021).

Như vậy, trong thời gian qua, tăng trưởng kinh tế của Thành phố luôn giữ đầu tàu kinh tế của các nước. Nếu không tính riêng năm 2021, dưới tác động của dịch Covid thì khi chúng ta so sánh với vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, TP. HCM như một cực tăng trưởng kinh tế luôn có tỷ trọng GRDP cao nhất vùng. Năm 2020, TP. HCM chiếm 48,34% GRDP của toàn vùng và chiếm 21,8% GRDP của cả nước. Cơ cấu kinh tế của TP. HCM trong những năm gần đây thay đổi theo chiều hướng tăng nhanh ở khu vực dịch vụ và công nghiệp, giảm tương đối ở khu vực nông nghiệp. Tính đến cuối năm 2020, cơ cấu GRDP của TP. HCM: ngành Dịch vụ đóng góp 62,48% tổng sản phẩm trên địa bàn, Công nghiệp - Xây dựng 24,08%, Nông nghiệp 0,74%. Trong khu vực dịch vụ, chỉ tính riêng 9 ngành dịch vụ, thì tỷ trọng của 9 ngành dịch vụ chiếm 56,7% trong GRDP, chiếm 90,9% trong khu vực dịch vụ (năm 2020). Tuy

nhiên, sự phát triển và đóng góp của 9 ngành dịch vụ hiện nay vẫn còn tồn tại một số khó khăn, bất cập như sau:

Thứ nhất, do tác động của dịch Covid - 19 kéo dài, dẫn tới 9 ngành dịch vụ nói riêng và toàn ngành dịch vụ tại Tp.HCM nói chung bị ảnh hưởng. Điều này dẫn tới dòng tiền của các doanh nghiệp hoạt động trong các ngành dịch vụ đang cạn kiệt dần, nhiều doanh nghiệp đã đóng cửa. Trong thời gian đóng cửa, các doanh nghiệp vẫn phải gánh chịu các chi phí như tiền thuê mặt bằng, chi phí hỗ trợ và phúc lợi cho người lao động. Đa số lao động phải tạm hoãn hợp đồng, thu nhập đột ngột bị sụt giảm nghiêm trọng.

Thứ hai, vì là đặc thù là ngành dịch vụ, nên khi chuỗi cung ứng hàng hóa của 9 ngành bị tác động, bị đứt gãy dẫn tới hàng hoá bị tắc nghẽn khi giữa các địa phương có những biện pháp chống dịch khác nhau. Bên cạnh đó tâm lý “phòng thủ” của khách hàng trong giai đoạn hiện nay dù dịch bệnh đã được kiểm soát thì hàng quán, dịch vụ có mở cửa cũng không chi tiêu nhiều như trước đây. Doanh nghiệp cũng cần thời gian để chờ khách quay về.

Thứ ba, trong sự thay đổi tỷ trọng cơ cấu nông nghiệp - công nghiệp - dịch vụ với tỷ lệ dịch vụ chiếm tỷ trọng hơn 60%, là kết quả của các hệ thống chính quyền các cấp, nhưng theo tác giả cũng do một phần bị ảnh hưởng mới các yếu tố như khủng hoảng tài chính, suy thoái kinh tế tác động. Nhất là khi giá nguyên vật liệu đầu vào, giá thành vận chuyển tăng cao, chuỗi cung ứng bị đứt gãy khiến các doanh nghiệp gặp rất nhiều khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ, nhất là các ngành trong thương nghiệp bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy.

Thứ tư, hiện nay theo định hướng phát triển, TP. HCM trong giai đoạn tới sẽ trở thành một đô thị thông minh, một trung tâm tài chính của châu Á. Tuy nhiên, những hạn chế do chính sách chưa đồng bộ đã dẫn đến việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế chưa theo hướng cạnh tranh, nhất là các chính sách định hướng cho doanh nghiệp chuyển từ gia

công sản xuất. Công nghiệp hỗ trợ chậm phát triển, sản xuất phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu nhập khẩu. Hạ tầng phục vụ cho phát triển lại ngày càng quá tải nên gây ra những bất cập, cản trở việc thực hiện mục tiêu tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa của TP. HCM.

2. Một số khuyến nghị giải pháp

Trước những thách thức trong giai đoạn sắp tới, để giữ vững vai trò là đầu tàu kinh tế của các nước, thúc đẩy 9 ngành dịch vụ và gia tăng đóng góp của nhóm ngành này trong tăng trưởng kinh tế, TP. HCM cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau

Thứ nhất, căn cứ vào Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành phố lần thứ XI nhiệm kỳ 2020 - 2025, thành phố cần tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng kinh tế theo đúng định hướng của Đảng và Nhà nước. Để nước ta có thể đạt được đúng mục tiêu tới năm 2045 cơ bản trở thành một nước công nghiệp với nền sản xuất hiện đại với vai trò định hướng trở thành thành phố đô thị thông minh, trung tâm tài chính, theo tác giả tỷ trọng đóng góp của khoa học công nghệ vào các ngành dịch vụ phải được gia tăng hơn nữa. Để làm được điều này, chính quyền Thành phố phải đưa ra các chính sách, các hỗ trợ để các doanh nghiệp có thể đầu tư vào nghiên cứu, đổi mới sáng tạo, để gia tăng vào năng suất lao động trong từng doanh nghiệp và dẫn tới gia tăng năng suất cho toàn Thành phố.

Thứ hai, đối với các doanh nghiệp hoạt động 9 ngành dịch vụ nói riêng và cả ngành dịch vụ, công nghiệp và công nghiệp nói chung, chính quyền thành phố cần tăng cường các chính sách hỗ trợ như hỗ trợ các doanh nghiệp về các khoản vay ưu đãi, các khoản vay phục vụ phục hồi sản xuất, hỗ trợ gia hạn với các khoản vay, gia hạn các khoản thuế phải đóng để doanh nghiệp có thêm thời gian phục hồi sản xuất.

Thứ ba, để hàng hóa được lưu thông, sự liên kết giữa các vùng, địa phương với thành phố được năng động hơn cần phải tập trung vào mở rộng, cải thiện các dự án giao thông nhằm khắc phục những hạn chế trong cơ sở hạ tầng giao thông đang tồn tại. Đẩy mạnh việc triển khai, hoàn thành các đường vành đai 3, vành đai 4 và mở rộng các đường cao tốc kết nối với các tỉnh Đồng Nai, Bà Rịa Vũng Tàu và các tỉnh miền Tây Nam Bộ.

Thứ tư, dịch Covid - 19 đã tác động rất lớn đến hành vi của người tiêu dùng và nhà sản xuất. Hiện nay, sự bùng nổ của các sàn thương mại điện tử, các ngành hàng online đã và đang đặt ra cơ hội và thách thức buộc chính quyền các cấp Thành phố cần phải tập trung vào các dự án chuyển đổi số một cách toàn diện. Từ cơ sở là nền tảng số hóa sẽ giúp các ngành dịch vụ nói riêng và cả kinh tế Thành phố nói chung gia tăng năng suất, thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế theo hướng bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cục Thống kê Thành phố Hồ Chí Minh (2020), *Niên giám thống kê thành phố hồ Chí Minh năm 2020*, Nhà xuất bản Thống kê.
2. Cục Thống kê Thành phố Hồ Chí Minh (2017), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2016*.
3. Cục Thống kê Thành phố Hồ Chí Minh (2018), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2017*.
4. Cục Thống kê Thành phố Hồ Chí Minh (2020), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2019*.
5. Cục Thống kê Thành phố Hồ Chí Minh (2021), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2020*.

Ngày nhận bài: 1/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ PHONG DUNG

Khoa Công nghệ thông tin

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

THE ROLE OF NINE INDUSTRIES IN THE ECONOMIC GROWTH OF HO CHI MINH CITY

● MSc. **NGUYEN THI PHONG DUNG**

Faculty of Information Technology

Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

In 2021, service industries accounted for more than 60% of the economic structure of Ho Chi Minh City - the economic engine in the Southern key economic region. Ho Chi Minh City plays a key role in the economic growth of Vietnam and the city always lead the country's economic restructuring. However, the city's economic growth has been adversely impacted by the COVID-19 pandemic as well as complicated economic-political fluctuations in Vietnam and in the world. This paper analyzes the current economic growth of the city and the role of nine service industries in the city's economy, evaluates the advantages and disadvantages and proposes some solutions to facilitate the development of these nine service industries in Ho Chi Minh City in the coming time.

Keywords: economic growth, service industries, Ho Chi Minh City.

TÁC ĐỘNG CỦA VỐN CON NGƯỜI ĐẾN TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ THÀNH PHỐ CẦN THƠ

● ĐÀO NGUYỄN MỘNG NGHI - NGUYỄN THỊ LƯƠNG
- TRẦN THY LINH GIANG - ĐẶNG THỊ NGỌC HÀ

TÓM TẮT:

Mục tiêu của nghiên cứu xem xét sự tác động, ảnh hưởng của vốn con người đến tăng trưởng kinh tế của thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu được thực hiện với bộ số liệu thứ cấp được thu thập từ Niên giám Thống kê trong giai đoạn 1995 - 2020. Kết quả ước lượng của mô hình phân phối trễ tự hồi quy (ARDL) cho thấy các biến đo lường vốn con người đều có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế của thành phố Cần Thơ, bên cạnh các biến kiểm soát là vốn vật chất, lao động và sự ổn định kinh tế vĩ mô. Các kiểm định tính dừng, kiểm định đồng kết hợp và kiểm định Bound được sử dụng để đảm bảo cho việc lựa chọn đúng mô hình ước lượng.

Từ khóa: tăng trưởng kinh tế, mô hình ARDL, thành phố Cần Thơ.

1. Đặt vấn đề

Nguồn nhân lực hay vốn con người từ lâu đã được xem là một yếu tố trung tâm, ảnh hưởng rất lớn đối với sự tăng trưởng kinh tế của một quốc gia nói chung cũng như là sự tăng trưởng kinh tế của tỉnh/thành phố nói riêng và thành phố Cần Thơ cũng không ngoại lệ. Trong thời đại ngày nay, vai trò của nguồn nhân lực với tăng trưởng kinh tế càng được khẳng định là một yếu tố quan trọng tác động mạnh mẽ đến tăng trưởng kinh tế bên cạnh yếu tố vốn vật chất và công nghệ, góp phần đưa nền kinh tế của thành phố, của khu vực có thể hòa nhập vào nền kinh tế chung của cả nước cũng như thế giới. Để đạt điều đó, đòi hỏi phải có được nguồn nhân lực đủ chất lượng đáp ứng những yêu cầu khắt khe của trình độ phát triển kinh tế ngày nay.

Lý thuyết về tăng trưởng nội sinh trong những thập kỷ qua đã xác định về vai trò của nguồn nhân lực đối với tăng trưởng kinh tế, chẳng hạn như Romer (1986), Lucas (1988), Squire (1993), Schultz (1999), Bassanini & Scarpetta (2001). Vốn con người ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế chủ yếu thông qua: giáo dục và y tế. Đối với giáo dục, giáo dục có vai trò vô cùng quan trọng, đầu tư và nâng cao tri thức sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (Isola & Alani, 2005; Hồ & Hoàng, 2016; Nguyệt & cộng sự, 2018). Đối với y tế, đây là một trong những yếu tố quan trọng của tăng trưởng kinh tế, hệ thống y tế sẽ làm cho nền kinh tế phát triển hơn do năng suất lao động tăng lên khi công việc được đảm bảo về sức khỏe (Isola & Alani, 2005; Hồ & Hoàng, 2016).

Nghiên cứu về tác động của nguồn nhân lực đến tăng trưởng kinh tế hiện nay nhận được rất nhiều sự quan tâm nghiên cứu, tuy nhiên đối với nền kinh tế của thành phố Cần Thơ lại rất hạn chế và thiếu những bằng chứng để chứng minh rằng: (i) Nguồn nhân lực có thật sự tác động đến nền kinh tế của thành phố Cần Thơ hay không? và (ii) Nếu có thì sẽ tác động qua những yếu tố nào và tác động như thế nào? Do vậy, việc tìm hiểu sâu hơn về vai trò của nguồn nhân lực cũng như sự ảnh hưởng của chất lượng nguồn nhân lực đối với tăng trưởng kinh tế thành phố Cần Thơ là điều thật sự cần thiết trong bối cảnh hiện tại, để từ đó có thể giúp những nhà hoạch định chính sách có những lựa chọn chính sách phù hợp.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Tầm quan trọng của nguồn vốn con người được các nhà nghiên cứu kinh tế ghi nhận rất nhiều trong các lý thuyết tăng trưởng kinh tế. Các lý thuyết tăng trưởng kinh tế này đã đóng góp không nhỏ trong việc giải thích ảnh hưởng của nguồn vốn con người đối với tăng trưởng kinh tế, đồng thời tạo tiền đề vững chắc để lý thuyết tăng trưởng kinh tế phát triển ngày càng hoàn thiện hơn. Giáo dục là tâm điểm chú ý đối với các nhà kinh tế học khi nghiên cứu về tăng trưởng kinh tế kể từ khi các mô hình tăng trưởng nội sinh được giới thiệu. Tăng trưởng nội sinh dựa vào tích lũy vốn con người đã được giới thiệu bởi tác giả Lucas (1988). Lucas (1988) đã phát triển một mô hình tương tự của Romer (1986), ngoại trừ việc Lucas lập luận rằng tiến bộ kỹ thuật là do sự lan tỏa vốn của con người chứ không phải vốn vật chất như đề xuất của Romer (1986). Lucas (1988) đưa ra phạm trù tăng trưởng nội sinh dựa vào tích lũy vốn con người và cho phép giải thích một cơ chế cộng dồn tăng trưởng mà không cần phải viện đến một tăng trưởng ngoại sinh. Lucas định nghĩa vốn con người là các kỹ năng gắn với các cá nhân, được các cá nhân này sử dụng để tạo ra sản phẩm hoặc để tích lũy tri thức thông qua giáo dục. Một đặc điểm độc đáo của lý thuyết Lucas (1988) là vốn con người được coi là một yếu tố sản xuất, do đó lợi nhuận cận biên không đổi hoặc ngày càng tăng của tích lũy vốn con người có thể quyết định sự tăng

trưởng nội sinh. Mô hình hàm sản xuất Lucas có dạng như sau:

$$Y = K\alpha (u.H)^{1-\alpha} \quad (1)$$

Trong đó: Y là sản lượng quốc gia (GDP); K là vốn sản xuất quốc gia; u là thời gian lao động của mỗi cá nhân; H là vốn con người; (u.H) là vốn con người của toàn bộ lao động quốc gia; α là hệ số co giãn của vốn theo GDP; (1- α) là hệ số co giãn của vốn con người theo GDP.

Từ cơ sở các lý thuyết kinh tế học và các nghiên cứu kinh tế trước đây đều thấy rằng nguồn nhân lực có mối liên hệ vô cùng mật thiết với tăng trưởng kinh tế. Vì vậy, nghiên cứu sẽ sử dụng mô hình tăng trưởng Solow do R. Solow và T. Swan xây dựng dựa vào hàm sản xuất Cobb-Dougllass mở rộng, được bổ sung các biến được tổng hợp từ các nghiên cứu trước và phù hợp với đặc điểm kinh tế tại Cần Thơ. Hàm sản xuất có dạng như sau:

$$Y = AK^\alpha L^\beta H^\delta e^{\lambda IR+U} \quad (2)$$

Trong đó: Y là tăng trưởng kinh tế được đo lường bằng GDP/GRDP, A là năng suất các yếu tố tổng hợp, K là giá trị vốn vật chất; L là lực lao động; H là vốn con người. IR: là sự ổn định kinh tế vĩ mô được đo lường bằng tỷ lệ lạm phát hàng năm.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng mô hình ước lượng Phân phối trễ tự hồi quy (ARDL). Mô hình ARDL được sử dụng phổ biến để mô hình hóa mối quan hệ giữa các biến (kinh tế) trong một phương trình chuỗi thời gian. Mô hình được sử dụng phổ biến là bởi các chuỗi kinh tế thường không dừng và có mối quan hệ đồng tích hợp với quá trình điều chỉnh sai số (EC). Sự tồn tại của một mối quan hệ dài hạn hay đồng tích hợp có thể được kiểm tra dựa trên dạng điều chỉnh sai số. Mô hình ARDL/EC rất hữu ích để dự báo và phân tích mối quan hệ dài hạn từ các biến động ngắn hạn. Theo đó một chuỗi thời gian bị ràng buộc lẫn nhau theo các điều chỉnh cân bằng mặc dù từng chuỗi thời gian riêng lẻ có thể biến động đáng kể. Vì vậy, khi có sự hiện diện của các biến trễ phụ thuộc là các biến giải thích trong mô hình thì việc sử dụng ước lượng OLS cho mô hình ARDL sẽ cho kết quả ước lượng của các hệ số bị chệch.

Bảng 1. Kiểm định tính dừng

Biến	Chuỗi gốc		Sai phân bậc 1		Bậc tích hợp
	Hằng số	Hằng số và xu hướng	Hằng số	Hằng số và xu hướng	
Y	1,340(0,9968)	-1,870(0,6698)	-3,167**(0,0220)	-3,264*(0,0724)	I(1)
K	-0,513(0,9853)	-2,042(0,5786)	-4,886*** (0,0000)	-5,042*** (0,0002)	I(1)
L	-1,832(0,3648)	-1,790(0,7094)	-4,713*** (0,0001)	-4,631*** (0,0009)	I(1)
ChiYT	-0,530(0,8861)	-2,624(0,2688)	-6,282*** (0,0000)	-6,253*** (0,0000)	I(1)
ChiGD	2,303(0,990)	-1,513(0,8247)	-2,846(0,0520)	-3,571(0,0324)	I(1)
IR	-6,940*** (0,0000)	-6,782*** (0,0000)	-8,131*** (0,0000)	-7,954*** (0,0000)	I(0)
S	-1,188(0,6786)	-3,357*(0,0574)	-6,545*** (0,0000)	-6,426*** (0,0000)	I(0)
DH	0,060(0,9632)	-3,263*(0,0725)	-5,226*** (0,0000)	-5,210*** (0,0001)	I(0)

Ghi chú: *, ** và *** có ý nghĩa tương ứng ở mức 10%, 5% và 1%.

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm Stata

4. Kết quả và thảo luận

Kết quả kiểm định tính dừng (Bảng 1) cho thấy các chuỗi trong mô hình là dừng hỗn hợp, kết quả kiểm định Gregory - Hansen (1996) cho thấy giá trị thống kê lớn hơn giá trị tới hạn ở mức ý nghĩa 5% (- 4,65 so với -5,77), nghĩa là các chuỗi trong mô hình không có điểm gãy cấu trúc ở mức độ chuỗi cơ sở. Đồng thời kiểm định về mối quan hệ đồng kết hợp cũng cho thấy các chuỗi trong mô hình có mối quan hệ đồng tích hợp (nghĩa là có mối quan hệ cân bằng trong dài hạn). Từ những bằng chứng thống kê đó cho thấy, việc lựa chọn mô hình Phân phối trễ tự hồi quy (ARDL) để ước lượng sự ảnh hưởng của Vốn con người đến Tăng trưởng kinh tế TPCT là phù hợp với đặc điểm của bộ số liệu thu thập được. (Bảng 2)

Trong cả 4 mô hình ước lượng thì hệ số điều chỉnh đều mang giá trị âm (-) và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, điều này cho thấy các chuỗi trong mô hình ước lượng có mối quan hệ đồng kết hợp, điều này cung cấp thêm bằng chứng thống kê để khẳng định mối quan hệ tác động trong dài hạn của chuỗi độc lập đến chuỗi phụ thuộc bên cạnh kiểm định Bound của Pesaran et al. (2001).

Kết quả ước lượng cho thấy chi tiêu ngân sách cho giáo dục của thành phố Cần Thơ có tác động

tích cực đến tăng trưởng kinh tế cả trong dài hạn lẫn ngắn hạn. Tuy nhiên, mức độ tác động của chi tiêu cho giáo dục trong dài hạn lớn hơn so với sự tác động của yếu tố này trong ngắn hạn. Chiều tác động và mức độ tác động của chi tiêu cho giáo dục ở thành phố Cần Thơ tương đồng với các nghiên cứu khác về ảnh hưởng của biến số này đến tăng trưởng kinh tế của các địa phương như trong các nghiên cứu của Long và Nhân (2018), Hồ và Hoàng (2015), Hùng (2018), Nguyệt và cộng sự (2018).

Số năm đi học bình quân của lượng lao động có tác động trong dài hạn, nhưng lại chưa có đủ bằng chứng thống kê về sự ảnh hưởng của yếu tố này đến tăng trưởng kinh tế thành phố Cần Thơ trong ngắn hạn. Điều này có thể được giải thích là sự ảnh hưởng của chất lượng nguồn nhân lực thông qua số năm đi học bình quân của người lao động cần thời gian để có thể phát huy được sự ảnh hưởng của nó đến tăng trưởng kinh tế.

Tương tự thước đo số năm đi học bình quân thì thước đo tỷ lệ sinh viên trên tổng dân số trong độ tuổi 15 - 60 cũng chỉ thể hiện sự tác động của nó đến tăng trưởng kinh tế thành phố Cần Thơ trong dài hạn và không có mối quan hệ tác động trong ngắn hạn. Điều này được giải thích bởi vì sinh viên là đối tượng đang theo học ở các trường đại học và

Bảng 2. Kết quả hồi quy

Biến phụ thuộc: lnY	Thước đo vốn con người			
	lnYT	lnGD	S	DH
Tác động trong dài hạn				
Hệ số điều chỉnh	-0,2805 ***	-0,6038***	-0,6284***	-0,5774***
H	-0,0576ns	0,3644***	0,3832***	5,9944***
lnK	0,08431***	0,3300***	0,3358***	0,5505***
lnL	0,7431**	0,2809**	0,6186***	0,5048***
IR	0,0236**	0,0088**	0,0034ns	0,0058**
Tác động trong ngắn hạn				
H	-0,0161ns	0,2200***	0,0334ns	0,4969ns
lnK	0,2363***	0,1992***	0,0436ns	0,1684***
lnL	0,3400***	0,2597***	0,5306***	0,4027***
IR	0,0066***	0,00534***	0,0021ns	0,0039**
Hằng số	-1,5609ns	1,8632ns	0,1778ns	0,6533ns
Log Likelihood	44,4480	49,3118	60,1184	53,2330

Nguồn: Kết quả xử lý

chưa tham gia vào hoạt động kinh tế, ngoài ra từ khi theo học cho đến khi tốt nghiệp và có thể tham gia vào hoạt động sản xuất - kinh doanh thì cũng cần có thời gian bởi vì biến số này cần có độ trễ để phát huy được tác động của nó.

Tuy nhiên, chi thường xuyên của ngân sách nhà nước cho y tế lại chưa đủ bằng chứng thống kê về sự tác động của khoản chi này đến tăng trưởng kinh tế thành phố Cần Thơ. Điều này được lý giải là khoản chi thường xuyên của ngân sách nhà nước cho y tế được tập trung chủ yếu chi lương cho đội ngũ y tế ở cơ sở y tế công lập do địa phương quản lý, thay vì chi vào các hoạt động chủ động chăm sóc sức khỏe và chất lượng đời sống của người dân. Bên cạnh đó, người dân Việt Nam có thể sử dụng hệ thống khám chữa bệnh tư nhân và có thể sử dụng bảo hiểm y tế. Vì vậy, khoản chi này đối với TPCT chưa thực sự tác động đến tăng trưởng của nền kinh tế thành phố.

Vốn vật chất là yếu tố có ý nghĩa trong cả 4 mô

hình ước lượng thước đo vốn con người trong cả dài hạn lẫn ngắn hạn, điều đó thể hiện sự ảnh hưởng và cần thiết của vốn vật chất đến tăng trưởng kinh tế. Cùng với vốn vật chất, lao động là yếu tố đầu vào quan trọng tiếp theo cho tăng trưởng và phát triển kinh tế. Đối với tăng trưởng kinh tế thành phố Cần Thơ, lao động đóng góp không chỉ trong dài hạn mà còn trong cả ngắn hạn.

Trong các lý thuyết tăng trưởng mới (tăng trưởng nội sinh) đều nhấn mạnh và thừa nhận vai trò của nhà nước trong điều tiết nền kinh tế. Việc ổn định vĩ mô nền kinh tế có vai trò quan trọng trong không chỉ phát triển, tăng trưởng kinh tế mà còn ổn định về mặt xã hội, dân sinh. Kết quả ước lượng từ các mô hình ước lượng đã cung cấp bằng chứng thống kê về sự ảnh hưởng của ổn định vĩ mô nền kinh tế đến tăng trưởng kinh tế của thành phố Cần Thơ trong giai đoạn 1995 - 2020 trong cả dài hạn lẫn ngắn hạn. Tuy nhiên, hệ số ước lượng mức độ tác động của biến số này là khá nhỏ và chiều tác

động là cùng chiều, nghĩa là khi tỷ lệ lạm phát tăng lên sẽ tác động làm kinh tế tăng trưởng. Điều này đúng với lý thuyết kinh tế. Khi đó lạm phát ở mức chấp nhận được sẽ là một đòn bẩy kích thích các doanh nghiệp mở rộng hoạt động sản xuất, từ đó sẽ làm gia tăng tổng sản lượng.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết quả của nghiên cứu đã cho chúng ta thấy tác động tích cực của nguồn nhân lực đối với tăng trưởng kinh tế TPCT, vì thế chúng ta cần phải có những chính sách để tận dụng cơ hội hiện có và phát huy tối đa hiệu quả nguồn nhân của thành phố để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của TPCT:

❖ Đối với y tế

Thứ nhất, mạng lưới y tế của thành phố tuy có phát triển nhưng chưa đáp ứng một cách đồng bộ và đúng mức yêu cầu nâng cao sức khỏe, cho người lao động của thành phố.

Thứ hai, phải không ngừng hoàn thiện và mở rộng hệ thống cơ sở y tế khám chữa bệnh nhất là

vùng sâu vùng xa, bảo đảm số lượng y, bác sĩ cần thiết.

Thứ ba, cần tăng cường công tác nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ, kỹ thuật tiên tiến trong công tác phòng, khám bệnh, phát hiện và điều trị.

❖ Đối với giáo dục

Thứ nhất, cần đổi mới bố trí ngân sách cho giáo dục tại các địa phương và đảm bảo tỷ lệ chi thường xuyên cho giáo dục tối thiểu ngang bằng với tỷ lệ bình quân chung của cả nước.

Thứ hai, cần đẩy mạnh xã hội hóa trong đào tạo nguồn nhân lực công nghiệp chất lượng cao, khuyến khích khu vực tư nhân và các doanh nghiệp tham gia đào tạo nhân lực công nghiệp chất lượng cao, gắn kết chặt chẽ giữa nghiên cứu, đào tạo với hoạt động sản xuất - kinh doanh và nhu cầu của thị trường lao động công nghiệp, khuyến khích tổ chức đào tạo lao động tại chỗ, đặc biệt là lao động kỹ thuật cao ■

Lời cảm ơn: Đề tài này được tài trợ bởi Trường Đại học Cần Thơ, mã số: T2022-52.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. New York: Columbia University Press.
2. Becker, G. S., & Murphy, K. M. (2009). *Social economics: Market behavior in a social environment*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
3. Cục Thống kê thành phố Cần Thơ (1995 - 2020). *Niên giám thống kê Cần Thơ*. Cần Thơ: NXB Thống kê.
4. Đinh Phi Hồ và Từ Đức Hoàng (2016). Tác động của vốn con người đến tăng trưởng kinh tế đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, số 27(2), trang 02-16.
5. Gregory, A. W., & Hansen, B. E. (1996). Tests for Cointegration in Models with Regime and Trend Shifts. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 58(3), 555 - 560.
6. Lucas, R. E. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3 - 42.
7. Nguyễn Hồng Gấm (2020). *Nguồn nhân lực chất lượng cao với sự nghiệp phát triển TP Cần Thơ theo tinh thần Nghị quyết 45-NQ/TW của Bộ Chính trị*. Hội thảo Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ cho sự phát triển thành phố Cần Thơ theo tinh thần Nghị quyết số 45-NQ/TW của Bộ Chính trị. Đại học Cần Thơ, tháng 1/2020.
8. Nguyễn Ngọc Hùng (2016). Tác động của nguồn nhân lực đến tăng trưởng kinh tế Việt Nam. *Tạp chí Tài chính*, [online] số tháng 9/2016. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/tac-dong-cua-nguon-nhan-luc-den-tang-truong-kinh-te-viet-nam.html>.
9. Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289 - 326.

10. Phạm Đình Long và Lương Thị Mai Nhân (2018). Tác động của giáo dục đến tăng trưởng kinh tế các tỉnh, thành khu vực miền Trung. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng*, số 4(125), trang 11-15.
11. Phan Thị Bích Nguyệt, Trần Thị Hải Lý và Lương Thị Thảo (2018). Nguồn vốn con người và tăng trưởng kinh tế cấp độ tỉnh/thành phố tại Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, số 8 (2018), trang 05-17.
12. Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.
13. Teixeira, A. A. C., & Queirós, A. S. S. (2016). Economic growth, human capital and structural change: A dynamic panel data analysis. *Research Policy*, 45 (2016): 1636–1648.
14. Trình, T. H., & Thanh, T. B. (2022). Mô hình tăng trưởng và khủng hoảng kinh tế. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 33(6), 72 - 88.

Ngày nhận bài: 7/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/12/2022

Thông tin tác giả:

1. ĐÀO NGUYỄN MỘNG NGHI¹

2. NGUYỄN THỊ LƯƠNG¹

3. TRẦN THY LINH GIANG¹

4. ĐẶNG THỊ NGỌC HÀ¹

¹Trường Kinh tế - Đại học Cần Thơ

THE IMPACT OF HUMAN CAPITAL ON CAN THO CITY'S ECONOMIC GROWTH

● DAO NGUYEN MONG NGHI¹

● NGUYEN THI LUONG¹

● TRAN THY LINH GIANG¹

● DANG THI NGOC HA¹

¹University of Economics, Can Tho University

ABSTRACT:

This study is to estimate the impact of human capital on Can Tho city's economic growth. This study uses secondary data covered the period of 1995 to 2020 and the data is collected from the Statistics Yearbook of Can Tho city. The Autoregressive Distributed Lag (ARDL) model's results reveals that besides control variables including physical capital, labor and economic stability, the variables measuring human capital have a positive impact on the economic growth of Can Tho city. Unit root, cointegration and Bound tests are conducted to select the appropriate estimation model.

Keywords: economic growth, ARDL model, Can Tho city.

KHAI THÁC KHOÁNG SẢN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

● TRẦN MAI HƯƠNG

TÓM TẮT:

Việt Nam có nguồn tài nguyên khoáng sản tương đối phong phú và đa dạng về chủng loại, có ý nghĩa chiến lược và là nguồn lực để phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Tuy nhiên, thực trạng khai thác khoáng sản thời gian qua cho thấy còn thiếu bền vững. Vì vậy, thời gian tới, các cơ quan quản lý nhà nước cần có những giải pháp phù hợp và kịp thời hơn, nhằm hướng tới việc khai thác khoáng sản bền vững. Bài viết phân tích thực trạng khai thác khoáng sản bền vững ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: khoáng sản, khai thác bền vững, tài nguyên thiên nhiên.

1. Khái quát nguồn tài nguyên khoáng sản của Việt Nam

Kết quả công tác điều tra, đánh giá, thăm dò khoáng sản đã thực hiện đến nay cho thấy nước ta có nguồn tài nguyên khoáng sản khá đa dạng và phong phú với trên 5000 mỏ, điểm quặng của 60 loại khoáng sản khác nhau; có một số loại khoáng sản quy mô trữ lượng đáng kể, tầm cỡ thế giới, có ý nghĩa chiến lược và là nguồn lực để phát triển kinh tế - xã hội đất nước.

Trung bình mỗi năm ngành Công nghiệp khai khoáng nước ta cung cấp cho nền kinh tế khoảng 90 triệu tấn đá vôi xi măng, khoảng 70 triệu m³ đá vật liệu xây dựng thông thường (VLXD TT), gần 100 triệu m³ cát xây dựng, cát san lấp, trên 45 triệu tấn than, trên 3 triệu tấn quặng sắt...; giá trị sản lượng ngành Khai khoáng (không kể dầu khí) chiếm khoảng 4-5% tổng GDP hàng năm; đóng góp trực tiếp cho ngân sách từ tiền cấp quyền khai thác khoáng sản, thuế tài nguyên, phí bảo vệ môi trường (không kể dầu khí) từ năm 2014 đến nay trung bình mỗi năm từ 16-20.000 tỷ đồng, trong đó thuế tài

nguyên từ 10.000 - 11.000 tỷ đồng. Có thể nói, tài nguyên khoáng sản thật sự đã trở thành một trong những nguồn lực để phát triển kinh tế - xã hội đất nước trong từng thời kỳ.

Quặng titan: tập trung tại tỉnh Thái Nguyên, từ Thanh Hóa vào đến Bà Rịa - Vũng Tàu. Tổng tiềm năng tài nguyên, trừ lượng quặng titan ở Việt Nam đạt khoảng 663,15 triệu tấn khoáng vật nặng có ích.

Quặng bauxit: phân bố chủ yếu ở các tỉnh phía Bắc (Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang) và ở Tây Nguyên (Đắk Nông, Lâm Đồng, Gia Lai, Kon Tum) và tỉnh Bình Phước, Phú Yên. Trữ lượng và tài nguyên dự báo quặng bauxit trầm tích ở các tỉnh phía Bắc khoảng 88,5 triệu tấn. Đối với quặng bauxit laterit đã xác định được tổng trữ lượng và tài nguyên dự báo quặng bauxit-laterit đạt khoảng 3.500 triệu tấn quặng tinh.

Đất hiếm: tập trung ở các mỏ Bắc Nậm Xe, Nam Nậm Xe, Đông Pao (Lai Châu), Mường Hum (Lao Cai), Yên Phú (Yên Bái). Theo thống kê, trữ lượng và tài nguyên đất hiếm ở Việt Nam đạt khoảng 19,96 tấn Tr2O3.

Apatit: gồm 17 mỏ, điểm quặng apatit, tập trung chủ yếu ở tỉnh Lào Cai. Với trữ lượng và tài nguyên dự báo quặng apatit tính đến độ sâu - 900m là 2.373,97 triệu tấn.

Cát trắng: phân bố trên 9 tỉnh ven bờ biển Bắc Bộ và Trung Bộ. Tổng trữ lượng 13 mỏ đã thăm dò là 123 triệu tấn, tài nguyên dự báo khoảng 3 tỷ tấn.

Đá vôi chất lượng cao (trừ đá hoa trắng): phân bố không đều và tập trung chủ yếu ở khu vực miền Bắc và Bắc Trung bộ. Đến nay, đã có trên 80 mỏ được điều tra đánh giá và thăm dò ở các mức độ khác nhau với tổng trữ lượng đạt khoảng 8 tỷ tấn.

Đá hoa trắng: Phân bố ở 11 tỉnh miền Bắc, nhưng tập trung ở tỉnh Nghệ An và Yên Bái. Đến nay đã có trên 70 mỏ đã, đang thăm dò khai thác. Đã xác định khoảng 200 triệu m³ đá hoa trắng đủ điều kiện sản xuất đá ốp lát và 1,2 tỷ tấn đủ chất lượng sản xuất bột carbonat calci.

Nước khoáng - nước nóng: Hầu hết các tỉnh, thành phố trong cả nước đều có nguồn nước khoáng - nước nóng. Đến nay, đã điều tra đánh giá, ghi nhận được 400 nguồn nước khoáng - nước nóng.

Quặng Urani: Kết quả nghiên cứu địa chất, tìm kiếm khoáng sản đã phát hiện khoáng hóa urani ở khu vực Tây Bắc, Việt Bắc, Trung Trung Bộ và Tây Nguyên. Trong đó tập trung chủ yếu ở vùng Nông Sơn (Quảng Nam). Đến nay, đã có 6 mỏ urani được đánh giá, thăm dò với tổng tài nguyên dự báo khoảng 218.000 tấn U₃O₈, trong đó vùng Nông Sơn khoảng 100.000 tấn U₃O₈.

Than: Than phân bố tập trung chủ yếu ở bể than Đông Bắc và bể than Sông Hồng. Ngoài trữ lượng than đã khai thác tính, nếu không tính than thuộc bể Sông Hồng, trữ lượng và tài nguyên còn lại là không lớn (khoảng 5 tỷ tấn kể cả tài nguyên dự báo).

Về bể than Sông Hồng, kết quả điều tra, đánh giá bước đầu cho thấy, tiềm năng than tại phần đất liền bể Sông Hồng là rất lớn, mật độ chứa than cao ở chiều sâu từ -330m đến -1200m. Diện phân bố kéo dài từ Khoái Châu (Hưng Yên) đến Tiền Hải (Thái Bình), Hải Hậu (Nam Định). Kết quả bước đầu đã xác định than có chất lượng tốt cho việc sử dụng làm than năng lượng.

Ngoài ra, nước ta còn một số khoáng sản kim loại khác, như: quặng đồng, quặng sắt, mangan,

antimon, thủy ngân, molipden, felspat, kaolin, sét kalin làm nguyên liệu sứ gốm, đá ốp lát,... đã được phát hiện, đánh giá tiềm năng tài nguyên, nhưng tài nguyên các loại khoáng sản này không lớn, phân bố rải rác.

2. Tình hình khai thác một số khoáng sản chủ yếu ở Việt Nam

Do tính chất và mục đích sử dụng của từng nhóm khoáng sản, đối với một số loại khoáng sản quan trọng và có tiềm năng lớn, Chính phủ Việt Nam giao cho một số doanh nghiệp nhà nước đảm nhận vai trò nòng cốt, cụ thể như sau:

- Khai thác và chế biến dầu khí giao Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

- Khai thác và chế biến than và các khoáng sản khác giao cho Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam.

- Khai thác và chế biến khoáng sản hóa chất (apatit) chủ yếu giao cho Tập đoàn Hóa chất Việt Nam.

- Khai thác, chế biến quặng sắt chủ yếu do Tổng công ty Thép Việt Nam, Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam thực hiện.

- Khai thác, chế biến vật liệu xây dựng chủ yếu giao cho Tổng công ty Xi măng Việt Nam và các doanh nghiệp ngành xây dựng, giao thông vận tải thực hiện (ngành Khoáng sản vật liệu xây dựng do Bộ Xây dựng quản lý).

Ngoài ra, tham gia khai thác, chế biến các điểm mỏ khoáng sản quy mô nhỏ ở các địa phương có rất nhiều các doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần.

3. Chính sách về quản lý khai thác khoáng sản ở Việt Nam

Việt Nam có một hệ thống chính sách, pháp luật tương đối đầy đủ để quản lý và điều hành khai thác tài nguyên; trong đó nổi bật là Luật Khoáng sản (có hiệu lực vào ngày 1/7/2011 và thay thế Luật Khoáng sản năm 2006). Luật Khoáng sản năm 2011 quy định về điều tra cơ bản địa chất khoáng sản; bảo vệ khoáng sản chưa khai thác; thăm dò, khai thác khoáng sản; quản lý nhà nước về khoáng sản... Luật quy định Nhà nước có chiến lược, quy hoạch khoáng sản để phát triển bền vững kinh tế, xã hội, quốc phòng, an ninh trong từng thời kỳ. Luật cấm lợi dụng hoạt động khoáng sản xâm phạm lợi

ích của Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân...; đồng thời, đề cập đến chiến lược khoáng sản, khi nhấn mạnh việc xây dựng chiến lược khoáng sản phải bảo đảm phù hợp với chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh, quy hoạch vùng, bảo đảm nhu cầu về khoáng sản phục vụ phát triển bền vững kinh tế - xã hội,...

Để thực hiện Luật Khoáng sản, Chính phủ ban hành các Nghị định hướng dẫn việc thi hành luật(3). Các Nghị định này sửa đổi, bổ sung các nội dung liên quan tới quá trình thăm dò, khai thác, cấp phép... theo hướng rõ ràng, minh bạch hơn. Đặc biệt, để ngăn chặn hiệu quả tình trạng thất thoát tài sản quốc gia, làm sai lệch báo cáo kết quả trong hoạt động thăm dò, khai thác khoáng sản, gây thất thu ngân sách nhà nước, các Nghị định bổ sung quy định nguyên tắc, căn cứ, nội dung giám sát thi công đối với tổ chức, cá nhân khai thác khoáng sản.

4. Một số vấn đề đặt ra

Bên cạnh một số ưu điểm nổi bật, chính sách, luật pháp về khai thác, bảo vệ tài nguyên khoáng sản vẫn còn nhiều bất cập, như:

Việc quy định cơ quan quản lý khoáng sản Trung ương có thẩm quyền quyết định các khu vực không đưa ra đấu giá khai thác khoáng sản; một mặt, tạo điều kiện cho nhiều doanh nghiệp tham gia, tăng tính cạnh tranh, song mặt khác, cũng tạo ra những lỗ hổng cho các "nhóm lợi ích" lách luật. Khi một số khu vực khai thác khoáng sản được thực hiện theo cơ chế chỉ định, chủ đầu tư được quyền khai thác mà không phải đấu giá, thì quyền xác định khu vực nào không phải thực hiện đấu giá khai thác khoáng sản có thể là một bước đi có tính toán của "nhóm lợi ích" trong việc cấp phép khai thác khoáng sản cho nhà đầu tư đã được chỉ định.

Luật Khoáng sản năm 2011 chưa quy định rõ ràng về định giá khoáng sản, định giá mỏ, chưa có công cụ tài chính phù hợp để quản lý giá trị khoáng sản nói chung và quản lý đấu giá khoáng sản nói riêng. Việc quản lý trữ lượng, khối lượng khai thác mới chỉ dựa trên kê khai của doanh nghiệp được cấp phép, Nhà nước chưa có biện pháp quản lý tốt khâu xác định trữ lượng, khối lượng khai thác được. Hiện nay, Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Công

Thương, Bộ Xây dựng cùng quản lý về khoáng sản, nhưng vấn đề quản lý giữa các Bộ vẫn chưa được rõ ràng. Ngoài ra, hệ thống giám sát khai thác tài nguyên mới ghi nhận có 30% doanh nghiệp báo cáo định kỳ và nguồn thuế mà Nhà nước thu được rất ít, bởi thuế tài nguyên dựa vào sản lượng mà doanh nghiệp báo cáo, nên nhiều doanh nghiệp khai báo sản lượng thấp hơn so với thực tế. Bởi hệ thống pháp luật còn thiếu các chế tài đủ sức răn đe với những người nộp thuế chậm, hoặc chây ì nộp thuế.

Một số quy định của pháp luật về khoáng sản không còn phù hợp, chưa thống nhất, đồng bộ với pháp luật hiện hành về đầu tư, đấu giá tài sản, đất đai, môi trường...; vấn đề phối hợp trong quản lý khai thác, bảo vệ khoáng sản chưa khai thác giữa một số địa phương còn hạn chế; chưa xử lý triệt để hoạt động khai thác khoáng sản trái phép; chưa kiên quyết xử lý người đứng đầu chính quyền địa phương hoặc xử lý chưa kiên quyết... Vấn đề phối hợp trong quản lý khai thác, bảo vệ khoáng sản chưa khai thác giữa một số địa phương còn hạn chế; chưa xử lý triệt để hoạt động khai thác khoáng sản trái phép; chưa kiên quyết xử lý người đứng đầu chính quyền địa phương hoặc xử lý chưa kiên quyết, thiếu đồng bộ và kịp thời đối với hoạt động khai thác trái phép; công tác thanh tra, kiểm tra hoạt động khoáng sản vẫn còn gặp khó khăn, do đây là lĩnh vực yêu cầu đòi hỏi chuyên môn sâu về kỹ thuật chuyên ngành; đội ngũ thanh tra, kiểm tra chuyên ngành mới đáp ứng cơ bản yêu cầu về chuyên môn, còn thiếu về số lượng hoặc hạn chế về kinh phí, phương tiện kỹ thuật trong thực hiện thanh tra, kiểm tra về hoạt động khoáng sản.

Ngoài ra, việc áp dụng các công nghệ khai thác lạc hậu (có lợi cho doanh nghiệp nhưng có hại cho lợi ích chung) cũng góp phần không nhỏ trong việc hủy hoại và tàn phá môi trường. Bên cạnh đó, Việt Nam chủ yếu khai thác và xuất khẩu quặng thô, mang lại giá trị kinh tế thấp và tổn thất do khai thác hầm lò từ 40% đến 60%; apatit từ 26% đến 43%; quặng kim loại từ 15%; dầu khí từ 50% đến 60%; tổng thu hồi quặng vàng trong chế biến chỉ đạt 30 - 40%.

Việc đánh giá và quản lý tài nguyên khoáng sản cũng có bất cập. Việt Nam có khoảng 5.000 điểm

mở được phát hiện thì các cơ quan quản lý từ Trung ương đến địa phương đã cấp phép khai thác gần hết. Tài nguyên được khai thác theo kiểu tận thu, nhưng Nhà nước được hưởng lợi không nhiều, khoảng trên dưới 30%, phụ thuộc vào doanh nghiệp khai thác báo cáo thuế. Đây thực sự là một nghịch lý khi nguồn tài sản chung của nhân dân đang được một số cơ quan quản lý nhà nước tùy tiện cấp phép cho các doanh nghiệp khai thác.

5. Một số khuyến nghị

Thứ nhất, cần khắc phục sớm các “lỗ hổng” chính sách trong hệ thống pháp luật về khai thác tài nguyên khoáng sản, như việc cấp phép, thu thuế, giao dự án... chú ý khắc phục việc quản lý chưa đồng bộ, sự chồng chéo giữa các cấp, các ngành. Bên cạnh đó, chú trọng công tác đánh giá tác động chính sách, quy định của Luật Khoáng sản, từ đó, đề xuất các nội dung cần sửa đổi, bổ sung nhằm khắc phục những hạn chế nảy sinh trong thực tiễn thi hành luật. Ngoài ra, cần bổ sung quy định pháp luật về việc bồi thường thiệt hại cho người dân, do hoạt động đầu tư khai thác các nguồn tài nguyên thiên nhiên gây ra. Bổ sung các quy định ngăn chặn việc lợi dụng cơ chế xin - cho, “cơ chế cửa hậu” để có được quyền khai thác tài nguyên khoáng sản một cách bất chính.

Thứ hai, hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với khai thác tài nguyên khoáng sản. Cần giám sát, kiểm soát chặt chẽ quyền lực nhà nước trong lĩnh vực quản lý tài nguyên khoáng sản. Thận trọng trước khi cấp phép, thường xuyên kiểm tra, giám sát hoạt động khai thác của doanh nghiệp. Các đơn vị được cấp phép thăm dò, khai thác cần chú trọng

phương thức khai thác thu hồi tối đa, sử dụng đúng mục đích, gắn với bảo vệ môi trường. Nhà nước cần có kế hoạch khai thác tài nguyên khoáng sản chặt chẽ, tổng thể, phù hợp với quy luật của tự nhiên; đồng thời, tăng cường quản lý việc xuất khẩu nhằm tránh tình trạng thất thoát tài nguyên, nhưng vẫn bảo vệ được môi trường tự nhiên.

Thứ ba, bảo đảm tính công khai, minh bạch thông tin trong khai thác tài nguyên khoáng sản. Các kết quả điều tra, thăm dò, khảo sát tài nguyên khoáng sản, các quy trình, thủ tục, hồ sơ và thời gian cấp phép cho các dự án khai thác tài nguyên phải được công khai một cách rộng rãi. Ngoài ra, cần công khai thu chi ngân sách có nguồn gốc từ khai thác tài nguyên khoáng sản... Qua đó, tạo ra cơ hội bình đẳng, công bằng cho mọi doanh nghiệp làm ăn chân chính, kiểm soát tốt hoạt động khai thác tài nguyên khoáng sản, góp phần thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế - xã hội đúng hướng và bền vững.

Thứ tư, hoàn thành việc xây dựng quy chế phối hợp quản lý khoáng sản ở khu vực giáp ranh hai hay nhiều tỉnh nhất là khoáng sản cát, sỏi lòng sông; tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý hành vi vi phạm của các tổ chức, cá nhân, xử lý cơ quan hoặc người đứng đầu thiếu trách nhiệm để xảy ra sai phạm tại địa bàn quản lý; tăng cường và thực hiện tốt hơn nữa công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về quản lý khai thác cát, sỏi; tăng cường quản lý, kịp thời phát hiện, tố cáo các hành vi tiêu cực trong quản lý, hoạt động khoáng sản nói chung, khoáng sản cát, sỏi nói riêng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2010). *Luật số 60/2010/QH12: Luật Khoáng sản, ban hành ngày 30 tháng 11 năm 2010.*
2. Chính phủ (2012). *Nghị định số 15/2012/NĐ-CP ngày 09 tháng 3 năm 2012 Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Khoáng sản.*
3. Chính phủ (2012). *Nghị định số 22/2012/NĐ-CP ngày 26 tháng 3 năm 2012 quy định về đấu giá quyền khai thác khoáng sản.*
4. Chính phủ (2016). *Nghị định số 158/2016/NĐ-CP ngày 29 tháng 11 năm 2016 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Khoáng sản.*

5. Cục Địa chất Việt Nam (2017). Giới thiệu về tiềm năng khoáng sản Việt Nam. Truy cập tại <http://www.dgmv.gov.vn/bai-viet/gioi-thieu-ve-tiem-nang-khoang-san-viet-nam>

Ngày nhận bài: 10/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN MAI HƯƠNG

Khoa Bất động sản và Kinh tế tài nguyên

Trường Đại học Kinh tế quốc dân

THE CURRENT SUSTAINABLE MINERAL EXPLOITATION IN VIETNAM

● Master. **TRAN MAI HUONG**

Faculty of Real Estate and Resources Economics

National Economics University

ABSTRACT:

Vietnam has rich and diversified mineral resources. These resources play a strategic role in the country's socio-economic development. However, the current mineral exploitation in Vietnam is unsustainable. Therefore, it is essential for state management agencies to have more appropriate and timely solutions to promote the sustainable mineral exploitation in the coming time.

Keywords: minerals, sustainable exploitation, natural resources.

ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH PHÂN PHỐI THU NHẬP CỦA NGƯỜI DÂN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

● BÙI THỊ KIM THANH - PHẠM LÊ ĐÔNG HẬU

TÓM TẮT:

Bài báo nghiên cứu đặc điểm của tình trạng bất bình đẳng thu nhập hộ gia đình tại vùng đồng bằng sông Cửu Long. Trên cơ sở số liệu điều tra mức sống dân cư được khảo sát bởi Tổng cục Thống kê Việt Nam, nghiên cứu cho thấy mức độ bất bình đẳng thu nhập tại vùng đồng bằng sông Cửu Long không chỉ đến từ chênh lệch thu nhập giữa thành thị và nông thôn, mà còn có sự đóng góp rất lớn từ sự khác biệt thu nhập giữa các hộ gia đình trong cùng khu vực thành thị và sự khác biệt thu nhập giữa các hộ gia đình trong cùng khu vực nông thôn. Bên cạnh đó, yếu tố khu vực sinh sống có ảnh hưởng nhiều hơn đến mức độ bất bình đẳng thu nhập so với các yếu tố đặc điểm hộ gia đình.

Từ khóa: phân phối thu nhập, tăng trưởng kinh tế, đồng bằng sông Cửu Long.

1. Đặt vấn đề

Theo báo cáo của Ngân hàng Thế giới và của Tổng cục Thống kê Việt Nam, trong giai đoạn gần đây, tình hình phân phối thu nhập của người dân trong nước có sự cải thiện đáng kể song song với việc tăng trưởng kinh tế. Mức độ bất bình đẳng thu nhập đo lường theo chỉ số Gini có xu hướng giảm từ 0,431 (năm 2016) xuống 0,373 (năm 2020). Chiều hướng giảm này cũng xảy ra ở các vùng kinh tế trọng điểm và ở vùng đồng bằng sông Cửu Long (chỉ số Gini giảm từ 0,405 ở năm 2016 xuống 0,372 ở năm 2020). Đồng thời, tỷ lệ hộ nghèo giảm mạnh từ 8,23% xuống còn 2,75% trong cùng giai đoạn.

Các nghiên cứu đã thực hiện về tình hình phân phối thu nhập của người dân ở Việt Nam phần nào giải thích tác động của một số yếu tố trong nền kinh tế (chẳng hạn như sự thay đổi trong trình độ học vấn, thị trường lao động, thị trường tài chính) có ảnh hưởng đến vấn đề bất bình đẳng thu nhập. Các nghiên cứu cố gắng ước lượng mối quan hệ nhân quả của từng yếu tố đơn lẻ đến tình hình phân phối thu nhập và tập trung lý giải cho phạm vi nền kinh tế chung của cả nước. Tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu đi sâu phân tích đặc điểm cụ thể của tình hình bất bình đẳng thu nhập tại Việt Nam, cũng như tại các địa phương cụ thể. Hiểu rõ đặc điểm này có thể hỗ trợ tốt cho định hướng

chính sách, đặc biệt là nhóm chính sách liên quan đến điều tiết và phân phối thu nhập, giúp việc hoạch định chính sách trở nên hiệu quả hơn.

2. Tổng quan nghiên cứu

Với đà tăng trưởng liên tục của nền kinh tế Việt Nam từ sau giai đoạn đổi mới, thu nhập bình quân đầu người tăng đều qua các năm. Câu hỏi đặt ra là liệu tăng trưởng kinh tế có giúp thu nhập cá nhân được phân phối đồng đều hơn, hay chênh lệch hơn? Một số nhà nghiên cứu đã tìm câu trả lời thông qua việc phân tích tác động của những kết quả có được từ tăng trưởng kinh tế lên sự chênh lệch trong phúc lợi giữa các cá nhân, hoặc lên mức độ nghèo đói trong xã hội.

Nghiên cứu của Lê Quốc Hội và Chu Minh Hội (2015) chứng minh rằng mức độ phát triển cao của thị trường tài chính làm gia tăng tình trạng bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam. Thêm vào đó, các yếu tố liên quan đến vốn con người như trình độ học vấn, suất sinh lợi của học vấn càng làm vấn đề này thêm trầm trọng (Le và Booth, 2014). Đồng thời, khác biệt trong lợi ích có được từ tăng trưởng kinh tế xuất phát từ sự khác biệt giữa các dân tộc cũng làm gia tăng sự phân hóa trong thu nhập ở Việt Nam (Kang và Imai, 2012). Những bằng chứng tương tự về tác động của tăng trưởng kinh tế lên tình trạng phân phối thu nhập ở các quốc gia khác cũng được công bố trong nhiều nghiên cứu trong giai đoạn gần đây, đơn cử như các nghiên cứu của Park và Mercado (2015), Tridico (2017) và Hailemariam (2021).

Bên cạnh nhiều nhân tố tác động tiêu cực đến tình trạng bất bình đẳng thu nhập, dòng kiều hối và tiền công trả cho lao động di cư từ nông thôn ra thành thị được xem như những yếu tố giúp thu hẹp khoảng cách thu nhập giữa hai khu vực này (Le và Booth, 2014; Benjamin, Brandt và McCaig, 2017; Bui và Imai, 2019). Trần Huy Phương và cộng sự (2021) cho thấy việc thu hút vốn đầu tư nước ngoài cũng như cải thiện năng lực cạnh tranh cấp tỉnh giúp bình đẳng hóa thu nhập giữa lao động nam và lao động nữ. Thêm vào đó, sự phát triển của thị trường lao động cũng góp phần giúp thu

nhập tại Việt Nam được phân phối đồng đều hơn nhờ vào việc tăng cơ hội việc làm cho toàn dân (Benjamin, Brandt và McCaig, 2017).

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp phân tách theo nhóm (decomposition by population subgroups) (Shorrocks, 1984) để xác định rõ đặc điểm cấu thành của tình hình bất bình đẳng thu nhập tại vùng đồng bằng sông Cửu Long. Cụ thể, mức độ bất bình đẳng thu nhập được phân chia thành 2 yếu tố thành phần, gồm: bất bình đẳng trong nhóm (within-group inequality) và bất bình đẳng giữa các nhóm (between-group inequality). Ý tưởng cơ bản của phương pháp này được hiểu như sau. Mức độ bất bình đẳng thu nhập chung của toàn vùng được cấu thành bởi sự chênh lệch thu nhập giữa các nhóm dân cư trong vùng và bởi cả mức độ bất bình đẳng thu nhập nội bộ trong các nhóm dân cư này.

Chỉ số đo lường bất bình đẳng chung toàn vùng $I(\theta)$ được phân tách thành 2 thành phần cụ thể như sau:

$$I(\theta) = \bar{I}(\theta) + \sum_{k=1}^K \phi(k) \left(\frac{\mu(k)}{\mu}\right)^\theta I(k:\theta)$$

Thành phần thứ nhất đo lường bất bình đẳng giữa các nhóm dân cư trong vùng, thành phần thứ hai đo lường mức độ bất bình đẳng nội bộ trong các nhóm dân cư này. Trong đó, $\theta(k)$ và $\mu(k)$ lần lượt là tỷ lệ của tổng dân số thuộc nhóm k và thu nhập trung bình của nhóm k . Tổng trọng số của các bất bình đẳng trong nội bộ nhóm được ghi nhận thông qua $I(k:\theta)$.

Trong nghiên cứu này, có 3 tiêu chí được dùng để phân chia các hộ gia đình tại vùng đồng bằng sông Cửu Long thành các nhóm dân cư nhỏ hơn. Tiêu chí đầu tiên là khu vực sinh sống của hộ gia đình, hộ gia đình sinh sống tại thành thị và hộ gia đình sinh sống tại nông thôn. Tiêu chí này được chọn dựa theo thực tế chênh lệch trong thu nhập bình quân giữa hai khu vực. Tiêu chí thứ hai là giới tính của chủ hộ. Nhóm các hộ gia đình có chủ hộ là nam và các hộ gia đình có chủ hộ là nữ có

thể có sự khác biệt trong thu nhập. Sau cùng là tiêu chí về trình độ học vấn của chủ hộ. Quan điểm phổ biến cho rằng, các hộ gia đình mà chủ hộ trình độ học vấn cao có xu hướng thu nhập cao hơn các hộ còn lại. Theo tiêu chí này, bài nghiên cứu chia các hộ tại đồng bằng sông Cửu Long thành 2 nhóm: nhóm có chủ hộ đã tốt nghiệp trung học phổ thông và nhóm có chủ hộ chưa tốt nghiệp trung học phổ thông.

Số liệu phân tích trong bài được lấy từ bộ số liệu điều tra mức sống dân cư (VHLSS) cho năm 2020, được thực hiện bởi Tổng cục Thống kê Việt Nam. Đây là bộ số liệu khảo sát một cách có hệ thống các tầng lớp dân cư tại Việt Nam, bao gồm thông tin về thu nhập, chi tiêu, y tế, giáo dục và các đặc điểm liên quan đến chất lượng cuộc sống của cá nhân và hộ gia đình. Do đó, kết quả phân tích dựa theo số liệu này mang tính tin cậy cao và phản ánh được vấn đề nghiên cứu.

4. Kết quả và thảo luận

Như đã đề cập, các yếu tố vùng miền, học vấn, đặc điểm hộ gia đình có thể dùng làm tiêu chí phân chia dân cư của vùng đồng bằng sông Cửu Long thành các nhóm dân cư nhỏ hơn. Qua đó, việc phân tích mức thu nhập, mức độ bất bình đẳng sẽ cho thấy được cụ thể sự khác biệt trong thu nhập giữa các nhóm dân cư này. Thu nhập bình quân đầu người của hộ gia đình có khác biệt giữa các nhóm dân cư phân theo cả 3 tiêu chí trên. Chênh lệch trong mức thu nhập trung bình giữa các hộ ở thành thị với nông thôn lớn nhất, trong khi khác biệt này giữa hộ có chủ hộ là nam và hộ có chủ hộ là nữ hầu như không đáng kể. (Bảng 1)

Nếu xét về tình trạng bất bình đẳng nội bộ trong mỗi nhóm dân cư, hầu như không có khác biệt đáng kể giữa các nhóm dân cư được xem xét. Bất bình đẳng thu nhập trong từng nhóm dân cư đều xoay quanh mức độ bất bình đẳng của toàn vùng đồng bằng sông Cửu Long là 3,34 (Bảng 2). Bên cạnh đó, bất bình đẳng nội bộ trong nhóm dân cư có vẻ như là thành phần cấu thành chính của tình trạng bất bình đẳng thu nhập tại vùng đồng bằng sông Cửu Long (Bảng 3). Mặc dù thu nhập bình quân giữa các nhóm dân cư có khác nhau, nhưng tình trạng phân hóa giàu nghèo trong từng nhóm dân cư lại khá tương đồng. Trong 3 tiêu chí phân chia ở Bảng 3, khu vực sinh sống của hộ gia đình có ảnh hưởng nhiều nhất đến chênh lệch thu nhập giữa các nhóm dân cư. Sự khác biệt thu nhập giữa thành thị với nông thôn đóng góp gần 3% vào mức độ bất bình đẳng thu nhập trong toàn vùng đồng bằng sông Cửu Long. Sự khác nhau trong mức thu nhập giữa nhóm hộ có chủ hộ tốt nghiệp trung học phổ thông và nhóm có chủ hộ chưa tốt nghiệp phổ thông cũng như nhóm hộ có chủ hộ là nam với nhóm còn lại không đóng góp nhiều vào tình trạng bất bình đẳng thu nhập của vùng.

Phát hiện trên có thể đi ngược lại với quan điểm thường được mặc định là tình trạng chênh lệch thu nhập giữa thành thị và nông thôn, hoặc chênh lệch thu nhập giữa nhóm người có trình độ học vấn cao với nhóm còn lại là nhân tố chính dẫn đến tình trạng bất bình đẳng thu nhập. Thông tin ở Bảng 3 cho thấy nhân tố còn lại, sự khác biệt trong nội bộ nhóm đóng vai trò không kém trong việc phân hóa thu nhập.

Bảng 1. Thu nhập bình quân đầu người của hộ gia đình

Tiêu chí	Khu vực		Giới tính		Học vấn	
	Thành thị	Nông thôn	Nam	Nữ	Tốt nghiệp THPT	Chưa tốt nghiệp THPT
Thu nhập bình quân (nghìn đồng/người/ tháng)	4.739	3.932	4.170	4.089	4.495	3.942
Tỷ lệ (%)	26,58	73,42	70,42	29,58	36,95	63,05

Bảng 2. Mức độ bất bình đẳng thu nhập của mỗi nhóm dân cư

		Chỉ số Atkinson
Tiêu chí	Toàn vùng	0,33570
Khu vực	Thành thị	0,31288
	Nông thôn	0,33647
Giới tính	Nam	0,33172
	Nữ	0,34464
Học vấn	Tốt nghiệp THPT	0,33512
	Chưa tốt nghiệp THPT	0,33195

5. Kết luận

Mức độ bất bình đẳng thu nhập tại vùng đồng bằng sông Cửu Long có sự đóng góp rất lớn từ sự khác biệt thu nhập giữa các hộ gia đình tuy có cùng đặc điểm về khu vực sinh sống, trình độ học vấn, giới tính của chủ hộ, nhưng vẫn có thể khác nhau về các đặc điểm như nghề nghiệp, tuổi tác, sức khỏe,... Chính sự khác nhau này dẫn đến mức bất bình đẳng thu nhập đáng kể trong nội bộ mỗi nhóm dân cư phân theo 3 tiêu chí đề cập từ đầu

Bảng 3. Bất bình đẳng thu nhập trong nhóm và bất bình đẳng thu nhập giữa các nhóm dân cư

Tiêu chí	Bất bình đẳng nội bộ trong nhóm dân cư	Tỷ lệ (%)	Bất bình đẳng giữa các nhóm dân cư	Tỷ lệ (%)
Khu vực	0,32930	97,18	0,00954	2,82
Giới tính	0,33549	99,90	0,00032	0,10
Học vấn	0,33322	98,90	0,00372	1,10

bài. Việc không tương đồng mức thu nhập trong mỗi nhóm dân cư có cùng khu vực sinh sống, trình độ học vấn và giới tính của chủ hộ cho thấy cần có các nghiên cứu chi tiết hơn để chỉ ra yếu tố cụ thể quan trọng dẫn đến sự khác biệt này. Điều này còn gợi ý cho các chính sách phân phối, điều tiết thu nhập nên chú ý giải quyết tình trạng bất bình đẳng thu nhập nội bộ trong cùng nhóm dân cư song song với việc thu hẹp khoảng cách giữa các nhóm dân cư khác nhau ■

Lời cảm ơn:

Đề tài này được tài trợ bởi Trường Đại học Cần Thơ, mã số: T2022-41.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Benjamin, D., Brandt, L. & McCaig, B. (2017). Growth with equity: Income inequality in Vietnam, 2002-14. *Journal of Economic Inequality*, 15(1): 25-46.
2. Bui, T. P & Imai, K.S (2019). Determinants of Rural-Urban Inequality in Vietnam: Detailed Decomposition Analyses Based on Unconditional Quantile Regressions, *The Journal of Development Studies*, 55(12): 2610-2625.
3. Hailemariam, A., Sakutukwa, T. & Dzhumashev, R. (2021). Long-term determinants of income inequality: evidence from panel data over 1870–2016. *Empirical Economics*, 61:1935-1958.
4. Kang, W. & Imai, K.S. (2012). Pro-poor growth, poverty and inequality in rural Vietnam. *Journal of Asian Economics*, 23(5): 527-539.
5. Lê Quốc Hội & Chu Minh Hội (2015). Tác động của phát triển tài chính đến bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh châu Á*, 26(8): 02-17.
6. Le, H. & Booth, A.L. (2014). Inequality in Vietnamese urban-rural living standards, 1993-2006. *Review of Income and Wealth*, 60(4): 862-886.

7. Shorrocks, A. F. (1984). Inequality decomposition by population subgroups. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1369-1385.
8. Park, C.Y & Mercado, R. (2015). Financial Inclusion, Poverty, and Income Inequality in Developing Asia. *Asian Development Bank Economics Working Paper Series No. 426*.
9. Tridico, P. (2018). The determinants of income inequality in OECD countries. *Cambridge Journal of Economics*, 42(4): 1009-1042.

Ngày nhận bài: 13/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/12/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. BUI THỊ KIM THANH (tác giả chính)

2. PHẠM LÊ ĐÔNG HẬU (tác giả phụ)

Trường Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

INCOME DISTRIBUTION CHARACTERISTICS IN THE MEKONG DELTA

● Ph.D BUI THI KIM THANH¹

● M.S PHAM LE DONG HAU¹

¹School of Economics, Can Tho University

ABSTRACT:

The study explores the characteristics of household income inequality in the Mekong Delta. Based on the General Statistics Office of Vietnam's data about the living standards, the study finds out that the level of income inequality in the Mekong Delta is not only affected by the income gap between the urban and rural areas, but also greatly driven by the income gap among households in urban areas as well as the income gap among households in rural areas. In addition, the factor of living area has more influence on the level of income inequality than that of the factor of household characteristics.

Keywords: income distribution, economic growth, Mekong Delta.

THỰC TRẠNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

● PHẠM THỊ QUỲNH ANGA

TÓM TẮT:

Khởi nghiệp tạo ra một làn sóng mới và trở thành nền tảng quan trọng đối với phát triển kinh tế. Các nỗ lực trong triển khai hỗ trợ khởi nghiệp đã dần đạt được các thành tựu đáng ghi nhận. Dù vậy, vẫn tồn tại một số hạn chế làm cho nguồn lực hỗ trợ bị lãng phí. Dựa trên tổng hợp các tài liệu, nguồn thông tin từ các bộ, ngành, nghiên cứu phân tích thực trạng các hoạt động hỗ trợ đã và đang triển khai. Căn cứ vào kết quả đánh giá, tại bài nghiên cứu này, các giải pháp đã được đề xuất nhằm giúp Nhà nước, doanh nghiệp khởi nghiệp cùng các cơ sở liên quan phát huy tối đa hiệu quả của chính sách hỗ trợ khởi nghiệp.

Từ khóa: doanh nghiệp khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp, hạn chế, giải pháp.

1. Đặt vấn đề

Khởi nghiệp trở thành một trong những yếu tố giúp đa dạng hóa các hoạt động kinh tế và thúc đẩy kinh tế tăng trưởng. Các doanh nghiệp khởi nghiệp đã và đang tạo ra những động lực mới cho nền kinh tế với những hướng đi mới, những cách làm sáng tạo. Theo số liệu từ cơ sở dữ liệu quốc gia về đăng ký doanh nghiệp, tính đến hết năm 2021, cả nước có 857.551 doanh nghiệp đang hoạt động, tăng 5,7% so với cùng thời điểm năm 2020, tăng 16,7% so với bình quân giai đoạn 2017 - 2020 (Tổng cục Thống kê, 2022).

Nhận thức được tầm quan trọng của khởi nghiệp, Việt Nam đã áp dụng các chính sách khởi nghiệp và tiến hành hỗ trợ thể chế tương ứng để phát triển nền kinh tế. Tuy nhiên, để tăng cường hiệu quả của việc triển khai các chính sách, cấp thiết cần có những giải pháp khắc phục hạn chế

của các chương trình, đề án thúc đẩy khởi nghiệp đang triển khai. Đây là cơ sở để phát triển khởi nghiệp tại Việt Nam hiệu quả, phù hợp hơn.

2. Tình hình triển khai các hoạt động thúc đẩy khởi nghiệp ở Việt Nam

2.1. Xây dựng và ban hành các chính sách thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp

Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” (gọi tắt là Đề án 844) được ký ngày 18/5/2016 đã quy định chi tiết về đối tượng hỗ trợ là các cá nhân, nhóm cá nhân có dự án khởi nghiệp và các doanh nghiệp, tổ chức cung cấp các dịch vụ, cơ sở vật chất,... hoàn thiện thể chế, xây dựng đầy đủ các chính sách hỗ trợ cho khởi nghiệp. Tiếp đến, Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa ra đời ngày 12/6/2017 do Quốc hội ban hành và Nghị định số 39/2018/NĐ-CP ngày 11/3/2018. Đây là hành lang pháp lý quan

trọng trong việc xây dựng các chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khởi nghiệp tại Việt Nam. Cùng với đó, Quyết định số 1665/QĐ-TTg ngày 30/10/2017 của Thủ tướng Chính phủ ban hành về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025”. Một số đề án khác cũng tạo tiếng vang như Nghị định số 13/2019/NĐ-CP về doanh nghiệp khoa học và công nghệ, hay Chỉ thị số 09/CT-TTg về việc tạo điều kiện cho doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo ngày 18 tháng 02 năm 2020; phối hợp Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 897/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình “Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp” giai đoạn 2022 - 2030, đồng hành cùng các hoạt động Ngày hội học sinh sinh viên khởi nghiệp của Bộ Giáo dục và Đào tạo,...

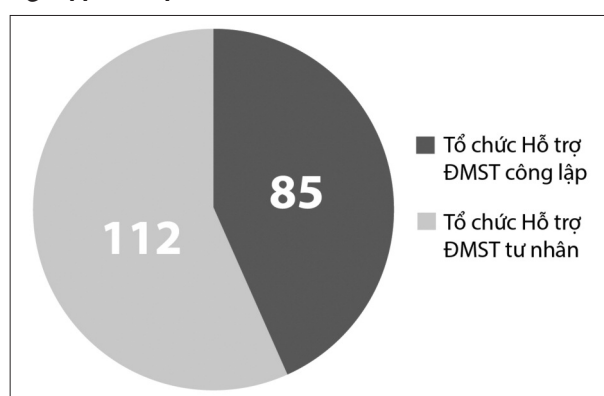
2.2. Hỗ trợ phát triển các ý tưởng khởi nghiệp

Trong giai đoạn vừa qua, Chính phủ đã phối hợp cùng các Bộ, Ban, ngành thực hiện tuyên truyền, giáo dục cho các đối tượng có ý tưởng khởi nghiệp, đặc biệt là tầng lớp thanh niên bao gồm đoàn viên thanh niên, sinh viên đại học và sau khi ra trường,... nhận biết về vai trò, tầm quan trọng của khởi nghiệp, đổi mới, sáng tạo, tự tạo việc làm; các chương trình giáo dục khởi nghiệp của địa phương, quốc gia và thế giới; các chính sách hỗ trợ khởi nghiệp của Nhà nước; các vườn ươm, không gian khởi nghiệp, các quỹ hỗ trợ khởi nghiệp ở trong nước và nước ngoài thông qua các hoạt động giáo dục; các video clip, hình ảnh, ấn phẩm; qua tài liệu và các phương tiện truyền thông. Trong báo cáo tổng kết Techfest 2021, mạng lưới nghiên cứu khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hiện đã có hơn 400 thành viên, tiếp cận được hơn 1.000 nhà khoa học, chuyên gia và các đối tượng quan tâm về khởi nghiệp từ các trường đại học, viện nghiên cứu, tổ chức hỗ trợ trong nước và nước ngoài. Đồng thời, mạng lưới liên kết truyền thông với hơn 60 đơn vị đã đồng hành, cam kết và kiến tạo nhiều kênh thông tin từ các phương tiện thông tin truyền thông chính thống tới mạng xã hội, từ địa phương tới trung ương và gắn kết chặt chẽ với các kênh quốc tế nhằm hỗ trợ phát triển

các ý tưởng khởi nghiệp cũng như từng bước hình thành tinh thần, triết lý và văn hóa khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, văn hóa dẫn thân và văn hóa chấp nhận rủi ro.

Bên cạnh đó, các trường đại học, cao đẳng, cơ sở giáo dục cũng tiếp cận và đưa khởi nghiệp vào chương trình giảng dạy, như: Đại học Kinh tế quốc dân, Đại học Bách khoa, Học viện Bưu chính Viễn thông,... (Biểu đồ 1)

Biểu đồ 1: Phân loại tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp ở Việt Nam theo hình thức sở hữu



Nguồn: Báo cáo hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mở năm 2022

2.3. Xây dựng và liên kết các thành phần trong hệ sinh thái khởi nghiệp

Các thành phần trong hệ sinh thái khởi nghiệp bao gồm nhiều khía cạnh. Đầu tiên, Cơ quan quản lý Nhà nước đã và đang có những cơ chế, chính sách và hoạt động hỗ trợ rất thiết thực để hỗ trợ và phát triển hoạt động khởi nghiệp từ khuôn khổ pháp lý, như: Luật Chuyển giao công nghệ; Luật Hỗ trợ Doanh nghiệp vừa và nhỏ; Luật Đầu tư,... và các chương trình, đề án cấp Quốc gia như Đề án 844, Đề án 1665 với hướng tiếp cận tổng thể theo hệ sinh thái. Tiếp theo, doanh nghiệp khởi nghiệp là trung tâm của hệ sinh thái. Về bản chất, các doanh nghiệp khởi nghiệp khi thành lập đã hội tụ đủ 3 yếu tố tri thức, văn hóa và công nghệ. Tuy nhiên, doanh nghiệp còn hạn chế trong năng lực cạnh tranh để duy trì thị trường và khách hàng.

Trường đại học, viện nghiên cứu là những đơn vị tiên phong trong triển khai thực hiện nghiên cứu khoa học, đào tạo và triển khai thương mại. Tính

đến nay, Việt Nam đã có 43 vườn ươm được thành lập bởi các trường đại học, viện nghiên cứu, học viện và cao đẳng và có hơn 40 cơ sở giáo dục - đào tạo đã hình thành mô hình câu lạc bộ, trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp. Tỷ lệ các trường có môn học về khởi nghiệp chiếm khoảng 7-8%. Bên cạnh đó, còn có sự hỗ trợ của các tổ chức trung gian tư vấn, cố vấn, đầu tư, gọi vốn, hỗ trợ về thị trường, mô hình kinh doanh. Hiện nay, các tổ chức hỗ trợ đổi mới sáng tạo ở địa phương chiếm 35% trong tổng số 197 tổ chức hỗ trợ đang hoạt động ở Việt Nam. Đồng thời, tổ chức tư nhân chiếm 56,9%, trong khi tổ chức hỗ trợ đổi mới sáng tạo công lập chỉ có 85 tổ chức với 43,1%. Điều này đã cho thấy các tổ chức tư nhân đóng vai trò quan trọng đối với thúc đẩy khởi nghiệp Việt Nam (Sở Khoa học Công nghệ Đà Nẵng, 2022).

2.4. Hỗ trợ phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam

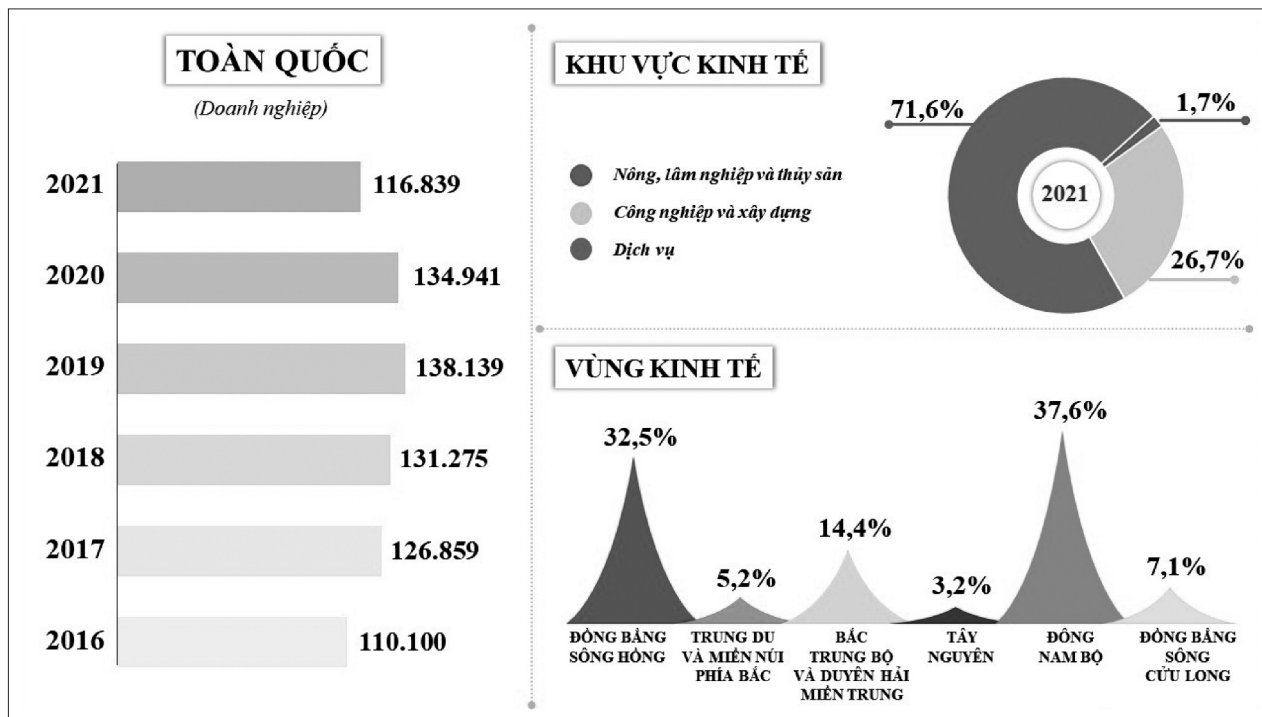
Tính đến hết năm 2021 cả nước có 116.839 doanh nghiệp thành lập mới, giảm 13,4% về số doanh nghiệp so với năm 2020, giảm 8,9% so với bình quân năm giai đoạn 2016-2020. Nguyên

nhân do từ cuối năm 2019 đến nay, dịch bệnh Covid-19 đã làm ảnh hưởng đến nền kinh tế của toàn thế giới, dẫn tới phần lớn các doanh nghiệp gặp khó khăn trong hoạt động sản xuất - kinh doanh. (Biểu đồ 2)

Về phương diện vốn, tổng nguồn vốn sử dụng cho sản xuất - kinh doanh của toàn bộ doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất - kinh doanh năm 2021 đạt 48,7 triệu tỷ đồng, tăng 12,2% so với cùng thời điểm năm 2020. Trong đó, “nhà đầu tư thiên thần” sẽ hỗ trợ vốn cho các DN khởi nghiệp với các khoản vốn từ trên 500 triệu đồng đến dưới 3 tỷ đồng. Chủ yếu các DN vẫn đang ở bước gọi vốn vòng A, đây là bước có mô hình kinh doanh để phát triển ra thị trường. Như vậy, các DN được khảo sát đều có tiềm năng trong việc định hình ý tưởng, kinh doanh và mở rộng thị trường.

Về phương diện đào tạo, phát triển nhân lực. Trong giai đoạn năm 2019 - 2021, Việt Nam tổ chức được 3.426 phóng sự để tuyên truyền hoạt động khởi nghiệp sáng tạo. Tổ chức 1.257 lớp đào tạo kỹ năng khởi nghiệp, đạt 112.815 lượt người tham gia hội nghị, hội thảo, diễn đàn khởi nghiệp

Biểu đồ 2: Doanh nghiệp thành lập mới giai đoạn 2016 - 2021



Nguồn: Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam, 2022

đổi mới sáng tạo. Đồng thời, Chính phủ đã hỗ trợ tổ chức 244 khóa đào tạo, tập huấn về khởi nghiệp sáng tạo. Những chương trình đào tạo, tập huấn cụ thể như: Học viện Phụ nữ Việt Nam tổ chức tập huấn “Khởi nghiệp thông minh” cho phụ nữ; Trung tâm Đào tạo TSC - Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp Khoa học và công nghệ tập huấn kiến thức về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cho sinh viên, thanh niên, phụ nữ. Đồng thời, tổ chức các cuộc thi Ý tưởng khởi nghiệp (Cuộc thi Ý tưởng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại các tỉnh; Cuộc thi Ý tưởng khởi nghiệp giữa các trường đại học). Cùng với đó, tổ chức các cuộc hội thảo, diễn đàn với tổng số 1.245 lượt nhằm nâng cao năng lực quản lý, hỗ trợ phát triển khởi nghiệp sáng tạo cho các tổ chức cá nhân.

2.5. Hoạt động thanh tra, kiểm tra công tác hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp

Trong những năm gần đây, Chính phủ đã luôn chú trọng đến công tác thanh tra, kiểm tra hoạt động của các doanh nghiệp khởi nghiệp và các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp. Một số văn bản luật có giá trị pháp lý cao trong lĩnh vực này đã lần lượt được ban hành, từ Pháp lệnh Thanh tra năm 1990, Nghị định số 61/1998/NĐ-CP về công tác thanh tra, kiểm tra đối với doanh nghiệp, đến Luật Thanh tra năm 2004 và mới đây nhất là Luật Thanh tra năm 2010, cùng hệ thống các văn bản hướng dẫn Luật (Nguyễn Thị Hoài Phương, 2019). Theo đó, số lượng các vụ việc vi phạm được phát hiện ngày càng nhiều, từ đó giảm tình trạng tiêu cực trong hoạt động sử dụng tài nguyên khởi nghiệp. Cụ thể kết quả năm 2021, cả nước đã triển khai thực hiện gần 400 cuộc thanh tra đối với gần 3.000 tổ chức/cá nhân, theo đó phát hiện gần 900 trường hợp vi phạm.

3. Các hạn chế tồn tại trong hỗ trợ thúc đẩy khởi nghiệp quốc gia

Từ các thực trạng trên cho thấy các ưu điểm, những nỗ lực mà Nhà nước đã thực hiện nhằm thúc đẩy khởi nghiệp. Tuy nhiên, các chính sách Nhà nước triển khai, cũng như bản thân doanh nghiệp cũng đang gặp phải một số hạn chế. Cụ thể như sau:

Một là, các chính sách hỗ trợ khởi nghiệp còn thiếu sót, chưa toàn diện.

Các chính sách còn dàn trải, chưa tập trung sâu vào từng ngành, nghề, lĩnh vực. Còn hạn chế trong việc xây dựng tổ chức ươm tạo, huấn luyện, tư vấn khởi nghiệp. Thiếu kết nối giữa các viện, trường đại học với ý tưởng khởi nghiệp. Ngoài ra, chính sách hỗ trợ thương mại hóa sản phẩm khởi nghiệp vẫn còn thiếu sót.

Hai là, mức độ tiếp cận vốn đầu tư còn thấp.

Các khoản vốn trên 3 tỷ đồng mới được ít nhà đầu tư hỗ trợ, rất ít các “nhà đầu tư thiên thần” thực hiện hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Điều này cho thấy các nhà đầu tư vẫn còn e ngại và thận trọng trong việc hỗ trợ nguồn vốn. Bên cạnh đó, các hình thức hỗ trợ vốn hoặc hỗ trợ vay còn phức tạp, chồng chéo.

Ba là, hoạt động đào tạo, tập huấn còn mang tính hình thức, không thực tiễn.

Các hoạt động đào tạo chưa được tổ chức thường xuyên và các kiến thức đào tạo thiếu tính ứng dụng cao. Bên cạnh đó, việc các chính sách hỗ trợ đào tạo bao quát các kiến thức về kinh doanh, tài chính, bán hàng, marketing và quản lý nhân sự vẫn chưa phổ biến rộng rãi.

Bốn là, hoạt động thanh tra, hỗ trợ khởi nghiệp chưa có cơ sở pháp lý vững chắc.

Hiện nay, chưa có bất kỳ văn bản quy phạm pháp luật nào quy định riêng về hoạt động kiểm tra đối với doanh nghiệp khởi nghiệp. Mặt khác, một doanh nghiệp đang phải chịu sự thanh tra, kiểm tra của cơ quan Thanh tra Nhà nước và đồng thời của các cơ quan được giao thực hiện chức năng thanh tra chuyên ngành, dẫn đến sự chồng chéo trong hoạt động thanh tra, kiểm tra; Chưa có văn bản hướng dẫn chi tiết về một số lĩnh vực đặc thù như lĩnh vực thuế, hay khái niệm “kiểm tra không quá 01 lần/năm”, nên gây ra nhầm lẫn, khó thực hiện trong thực tế.

4. Một số giải pháp hỗ trợ thúc đẩy khởi nghiệp

Thứ nhất, đối với chính sách hỗ trợ khởi nghiệp của Nhà nước.

Thực hiện công khai hóa, minh bạch hóa các quy hoạch, kế hoạch, cơ chế, chính sách trên từng ngành, lĩnh vực cụ thể, nhất là những ngành, lĩnh vực, địa bàn mà Nhà nước khuyến khích phát triển

và xuất khẩu để tạo ra thế chủ động và tự chịu trách nhiệm của các doanh nghiệp và nhà đầu tư. Rà soát, kiện toàn bộ máy pháp lý đủ năng lực, tạo uy tín cho chính quyền địa phương bằng việc nâng cao năng lực thực thi pháp lý, quản lý dân chủ, có khả năng hợp tác, hỗ trợ các DN, nhà đầu tư trong điều kiện mới.

Đơn giản hóa các quy định nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc đăng ký kinh doanh, gia nhập thị trường và các hoạt động của DN. Tạo điều kiện tiếp cận đất đai, mặt bằng sản xuất cho các DN đặc biệt là tại các địa phương, thông qua việc hình thành các khu, cụm công nghiệp tập trung.

Thứ hai, thúc đẩy khả năng tiếp cận vốn đầu tư của doanh nghiệp khởi nghiệp.

Tăng cường tầm ảnh hưởng và hiệu quả hoạt động của quỹ phát triển DN và quỹ bảo lãnh tín dụng tại các địa phương. Tạo điều kiện thuận lợi triển khai các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm. Đổi mới, đơn giản hóa thủ tục vay vốn, bảo đảm an toàn vốn vay và phù hợp với quy định của pháp luật, thực hiện triển khai lãi suất hợp lý, khuyến khích đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng để tăng khả năng tiếp cận vốn của doanh nghiệp.

Thứ ba, cải thiện hiệu quả đào tạo, phát triển nguồn nhân lực cho khởi nghiệp.

Khuyến khích huy động các nguồn tài chính bổ sung vào nguồn quỹ đào tạo tài năng, đào tạo các nhà quản lý, cho các nghiên cứu phát triển DN. Hoàn thiện các quy định pháp lý, các chính sách cho các DN, hình thành quỹ phát triển nguồn nhân lực, tiếp tục thực hiện có hiệu quả chương trình trợ giúp đào tạo nguồn nhân lực và đa dạng hóa các hoạt động hỗ trợ DN. Trong đó, Nhà nước cần hỗ trợ về kinh phí đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho các DN.

Với vai trò đại diện cho các DN, các hiệp hội, các tổ chức xã hội nghề nghiệp cần đứng ra tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn cho các hội viên, hoặc tổ chức các hoạt động giao lưu truyền đạt kinh nghiệm giữa các hội viên với nhau. Tổ chức thăm quan, khảo sát thực tế theo chương trình các khóa

học, quan tâm đến chất lượng, nội dung, đổi mới phương pháp đào tạo, bồi dưỡng phù hợp với nhu cầu thực tế của các DN, như: kỹ năng bán hàng, phong cách lãnh đạo, tin học ứng dụng, xây dựng chiến lược, kế hoạch sản xuất - kinh doanh, lập dự án vay vốn, tư vấn hành lang pháp lý và kiểm soát nội bộ, bồi dưỡng nghiệp vụ kế toán, kỹ thuật trong các ngành nghề sản xuất, kinh doanh.

Thứ tư, giải pháp hoàn thiện công tác thanh tra, kiểm soát hoạt động khởi nghiệp.

Nhà nước cần sớm ban hành văn bản hướng dẫn đối với Chỉ thị số 20/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ để tránh cách hiểu tùy tiện về “kiểm tra không quá 01 lần/năm” như hiện nay; Đẩy mạnh hoạt động thanh tra liên ngành; Xây dựng cơ chế để các cơ quan phải công nhận kết quả thanh tra, kiểm tra của nhau; Thực hiện được điều này sẽ giúp tiết kiệm thời gian, chi phí cho đoàn kiểm tra, đồng thời hạn chế các áp lực thanh tra của doanh nghiệp.

Nâng cao nghiệp vụ và đạo đức công vụ của cán bộ làm công tác thanh tra, kiểm tra; Xử lý nghiêm nhằm chấm dứt tình trạng lợi dụng hoạt động thanh, kiểm tra để nhũng nhiễu doanh nghiệp như hiện nay.

Áp dụng nguyên tắc quản lý rủi ro. Để áp dụng nguyên tắc này, cơ quan nhà nước có thẩm quyền có thể chia thành các cấp độ rủi ro khác nhau, để từ đó có các cách “đối xử” khác nhau đối với các doanh nghiệp sau khi đã được phân loại. Ví dụ trong lĩnh vực kiểm dịch, nên phân thành 3 loại tương ứng 3 mức độ nguy cơ, gồm: nguy cơ cao sẽ kiểm tra hồ sơ, lấy mẫu kiểm tra từng lô hàng; nguy cơ trung bình sẽ kiểm tra hồ sơ, lấy mẫu kiểm tra ngẫu nhiên và theo tần suất; nguy cơ thấp chỉ kiểm tra hồ sơ. Căn cứ vào mức độ rủi ro để áp dụng phương thức, phạm vi, mức độ, địa điểm kiểm dịch khác nhau. Việc áp dụng nguyên tắc quản lý rủi ro này sẽ tạo động lực kích thích cho doanh nghiệp và tăng hiệu quả quản lý nhà nước, vì khi đó, sẽ chỉ có khoảng 5 - 10% doanh nghiệp cũng như nhóm hàng cần tiến hành kiểm tra ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo, (2021), *Tham khảo về hỗ trợ khởi nghiệp dành cho cán bộ hỗ trợ khởi nghiệp các trường đại học.*
2. Bộ Khoa học và Công nghệ, (2021). Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo: Không chỉ là từ khóa trên các diễn đàn và truyền thông. Truy cập tại: http://vjst.vn/vn/_layouts/15/ICT.Webparts.TCKHCN/mt_poup/Intrangweb.aspx?IdNews=4698
3. Nguyễn Thị Hoài Phương, (2019). Công tác thanh tra, kiểm tra đối với hoạt động của doanh nghiệp khởi nghiệp. *Tạp chí Công Thương*. Truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/cong-tac-thanh-tra-kiem-tra-doi-voi-hoat-dong-cua-doanh-nghiep-khoi-nghiep-64925.htm>
4. Sở Khoa học Công nghệ Đà Nẵng, (2022). Tăng cường vai trò của trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp. Truy cập tại: <https://dost.danang.gov.vn/chi-tiet-tin-tuc?dinhdanh=6818757&cat=4801>
5. Tổng cục Thống kê, (2022). Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam (2022). Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/wp-content/uploads/2022/11/Sach-trang-DN-2022.pdf>
6. Tổng cục Thống kê, (2022). Thông cáo Báo chí Kết quả chính thức tổng điều tra kinh tế năm 2021. Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2022/07/thong-cao-bao-chi-ket-qua-chinh-thuc-tong-dieu-tra-kinh-te-nam-2021/>

Ngày nhận bài: 7/11/2022**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/12/2022****Ngày chấp nhận đăng bài: 19/12/2022***Thông tin tác giả:***ThS. PHẠM THỊ QUỲNH NGA****Trưởng Đại học Tài chính - Marketing**

**CURRENT STARTUP SUPPORT POLICIES
AND SOLUTIONS TO FACILITATE THE GROWTH
OF STARTUPS IN VIETNAM**

● Master. **PHAM THI QUYNH NGA**
University of Finance - Marketing

ABSTRACT:

Entrepreneurship creates a new wave of businesses and it becomes an essential foundation for economic development. Efforts in providing supports to startups have gradually achieved remarkable achievements. However, there are still some limitations that hinder these supports. By reviewing documents and information sources from ministries and branches, and analyzing current supports for startups, this paper proposes some solutions to help the government, startups and related parties maximize the effectiveness of startup support policies.

Keywords: startups, support, limitations, solutions.

ỨNG DỤNG ARIMA VÀ SARIMA TRONG DỰ BÁO GIÁ VÀNG

● NGUYỄN THỊ HỒNG THẢO - ĐÀO MINH CHÂU

TÓM TẮT:

Vàng là kim loại quý hiếm, là mặt hàng trao đổi đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Vì vậy, dự báo giá vàng là một điều rất cần thiết trong kinh doanh, đầu tư, cũng như trong quản lý nhà nước. Nhóm tác giả đã tìm hiểu mô hình dự báo ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average - mô hình tự hồi quy tích hợp trung bình trượt) và SARIMA (Seasonal Autoregressive Integrated Moving Average - mô hình ARIMA theo mùa), là phương pháp dự báo dữ liệu theo chuỗi thời gian để dự báo giá vàng trong tương lai. Các tác giả đã sử dụng dữ liệu thực tế giá vàng trong 4 năm để phân tích và đánh giá, tìm ra kết quả dự báo tốt nhất của giá vàng.

Từ khóa: mô hình ARIMA, mô hình SARIMA, dự báo giá vàng, giá vàng.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, việc nghiên cứu dự báo đã được ứng dụng rộng rãi, như: dự đoán kết quả phân tích dự báo đầu tư, đánh giá kết quả phát triển trong một số lĩnh vực,... và được sử dụng trong tiến trình khám phá tri thức. Dự báo mang đến nhiều lợi ích, giúp xử lý rất nhiều thông tin đến từ nhiều nguồn khác nhau và dự báo các thông tin đó; ở những nơi không có chuyên gia, có thể giúp tạo ra được các quyết định từ các dữ liệu có được; các thuật toán có thể giúp xử lý khi dữ liệu không đầy đủ, không chính xác,...

Do dự báo mang đến nhiều lợi ích cho con người, nên nhóm tác giả chọn nghiên cứu vài bài toán dự báo theo chuỗi thời gian, sử dụng mô hình ARIMA và SARIMA để dự báo giá trong tương lai. Dữ liệu để phân tích và dự báo là giá vàng. Vàng là một trong những mặt hàng quan trọng

đánh giá chỉ số lạm phát của một quốc gia. Do đó, dự báo về giá vàng rất cần thiết. Nhóm tác giả đã tiến hành hàng loạt kiểm định và đánh giá mô hình, cũng như phân tích nhân tố biến động theo chuỗi thời gian để tìm ra kết quả tối ưu nhất, nhằm gia tăng hiệu suất dự báo.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Các công trình có liên quan

Hiện nay, với sự phát triển dự báo được thuận tiện hơn và có những kết quả dự báo cơ bản đáp ứng được mục đích của từng vấn đề. Nhóm tác giả trích dẫn một số công trình nghiên cứu như sau. Nghiên cứu ảnh hưởng tin tức kinh tế đến giá cả hàng hóa, trong đó có giá vàng trong công trình 7 common factors that influence gold prices của Williams S. (2018) [2]. Một số công trình nghiên cứu dự báo giá vàng bằng cách sử dụng các thuật

toán máy học, như: Predicting future gold rates using machine learning approach của Sami I. (2017) [3], Time series forecasting using a hybrid ARIMA and neural network model [4], Application of SARIMA Model in Cucumber Price Forecast. Applied Mechanics and Materials [5], Gold price forecasting research based on an improved online extreme learning machine algorithm [6], HolteWinters smoothing enhanced by fruit fly optimization algorithm to forecast monthly electricity consumption [7].

Các công trình đã đưa ra được một số mô hình dự báo giá vàng, cũng như giá một số mặt hàng khác bằng các thuật toán máy học. Đối với công trình nghiên cứu giá vàng thường cho kết quả chính xác với giá trị thực nghiệm, nhưng khi thử với những giá trị khác thì cho kết quả có độ sai lệch. Tuy nhiên, kết quả các công trình nghiên cứu này là cơ sở để đánh giá, so sánh thuật toán ARIMA và SARIMA trong dự báo giá vàng.

2.2. Cơ sở lý thuyết

2.2.1. Phương pháp ARIMA

Phương pháp ARIMA là mô hình dự báo theo chuỗi thời gian được phát minh bởi Box-Jenkin, kết quả dự báo phụ thuộc chuỗi giá trị trong quá khứ. Phương pháp ARIMA phân tích định lượng tính tương quan giữa các dữ liệu quan sát để đưa ra mô hình dự báo thông qua các giai đoạn nhận dạng mô hình, ước lượng các tham số từ dữ liệu quan sát và kiểm tra các tham số ước lượng để tìm ra mô hình thích hợp. Phương pháp ARIMA được thực hiện cho dữ liệu dừng (hay dữ liệu đã loại bỏ yếu tố xu thế). ARIMA được kết hợp bởi 3 thành phần chính ARIMA(p,q,d):

AR (p): Autogressive (tự hồi quy)

I (q): Integrated (chuỗi dừng)

MA (d): Moving Arverage (trung bình động)

Tiến trình xây dựng thuật toán ARIMA gồm có 6 bước:

Bước 1: Tính ACF và PACF của dữ liệu gốc để kiểm tra xem chuỗi gốc có dừng hay không. Nếu dừng, chuyển sang bước 3.

Bước 2: Lấy log rồi lấy sai phân bậc một của

dữ liệu gốc, hoặc lấy sai phân trực tiếp nếu dữ liệu ít biến động, sau đó tính ACF và PACF của dữ liệu chuyển đổi.

Bước 3: Phân tích giản đồ tự tương quan để xác định các mô hình có thể có.

Bước 4: Ước lượng các mô hình dự kiến.

Bước 5: Đối với mỗi mô hình được ước lượng:

Kiểm tra hệ số của độ trễ cao nhất có ý nghĩa thống kê không. Nếu không giảm bớt độ trễ của p và q .

Kiểm tra ACF và PACF đối với phần dư.

So sánh các sai số dự báo.

Phân tích đồ thị phần dư.

Phân tích đồ thị giá trị dự báo và giá trị thực tế.

Khi đánh giá các mô hình ARIMA, nên so sánh giữa các mô hình.

Bước 6: Nếu có thay đổi so với mô hình gốc, quay lại bước 4.

Phương pháp ARIMA được áp dụng đối với những chuỗi thời gian dừng. Hầu hết, dữ liệu chuỗi thời gian là các chuỗi có xu thế (giá trị trung bình của Y_t trong năm này có thể khác năm kia hoặc các chuỗi không dừng). Để áp dụng được mô hình ARIMA thì các chuỗi thời gian phải khử các yếu tố xu thế trong các chuỗi dữ liệu gốc thông qua quy trình lấy sai phân.

2.2.2. Phương pháp SARIMA

Phương pháp SARIMA được phát triển từ phương pháp ARIMA khi chuỗi dữ liệu có tính mùa vụ. Các độ trễ theo mùa của y_t trong mô hình ARIMA để trở thành mô hình SARIMA. Mô hình SARIMA có dạng tổng quát: $(p,d,q)(P,D,Q)_s$, trong đó, P là AR và Q là MA, D là bậc sai phân có tính mùa, s là số kỳ trong một vòng chu kỳ ($s = 12$ khi chuỗi dữ liệu theo tháng). Phân tích ACF và PACF tại các trễ là bội số của độ dài mùa s giúp kết luận các giá trị P , Q phù hợp cho mô hình. Đối với thành phần mùa MA, biểu đồ ACF cho thấy một đỉnh nhọn ở các trễ mùa, còn đối với thành phần mùa AR thì biểu đồ PACF thể hiện đỉnh nhọn này.

Tiến trình xây dựng thuật toán SARIMA thực hiện qua 6 bước sau:

Bước 1: Kiểm định tính dừng, tính mùa vụ của dữ liệu gốc. Các chuỗi được kiểm định tính dừng của dữ liệu thời gian bằng phương pháp kiểm định đơn vị (unit root test) - kiểm định Dickey-Fuller (ADF).

Bước 2: Chuyển dữ liệu sang sai phân. Việc chuyển đổi được thực hiện bằng cách tính sai phân giữa các giá trị quan sát dựa vào giả định các phần khác nhau của các chuỗi thời gian. Nghiên cứu thực nghiệm khi chuyển chuỗi dữ liệu sang sai phân nên dừng lại sai phân bậc 2.

Bước 3: Ước lượng các giá trị tham số của mô hình sau khi chuyển thành chuỗi sai phân bậc d để đạt tính dừng.

Bước 4: Xây dựng mô hình SARIMA.

Bước 5: Lựa chọn mô hình và kiểm định mô hình các tham số của mô hình sẽ được ước lượng bằng MLE.

Bước 6: Dự báo sau khi kiểm định sai số, nếu mô hình là phù hợp, sẽ được sử dụng vào việc dự báo. Nghiên cứu tính chỉ tiêu % sai số của dự báo so với giá trị quan sát được và được tính bằng sự chênh lệch giữa giá trị quan sát so với giá trị dự báo.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp định lượng: Dự báo chuỗi thời gian dựa trên phân tích giá vàng và thời gian thay đổi theo từng ngày.

Thu thập và xử lý số liệu số: chuỗi dữ liệu sử dụng 1118 dòng quan sát từ ngày 02/01/2019 đến ngày 25/8/2022. Mỗi dòng quan sát bao gồm giá vàng và thời gian liên tục mỗi ngày lưu trên phần mềm Excel.

Nguồn số liệu: Lấy từ nguồn dữ liệu thực tế truy cập tại: <https://www.tradingview.com>

3. Kết quả thực nghiệm và thảo luận

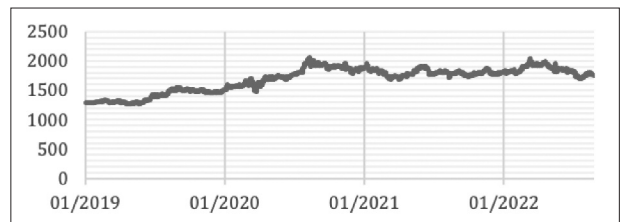
3.1. Phương pháp ARIMA

Với các phương pháp đề xuất, tiến hành thử nghiệm trên chuỗi dữ liệu gồm 1118 dòng quan sát từ ngày 02/01/2019 đến ngày 25/8/2022, được lấy từ các nguồn dữ liệu thực tế thông qua trang web Trading View (www.tradingview.com). Dự đoán chuỗi thời gian dựa trên phân tích giá vàng

và thời gian thay đổi từng ngày. Mỗi dòng quan sát bao gồm giá vàng và thời gian liên tục trong ngày được lưu trữ trong phần mềm Excel.

Các kết quả phân tích dữ liệu dựa trên phần mềm Rstudio. Trước khi tiến hành phân tích dữ liệu, biểu diễn biểu đồ giá vàng trong thời gian quan sát. (Hình 1)

Hình 1: Biểu đồ giá vàng từ ngày 02/01/2019 đến ngày 25/8/2022



Nguồn: www.tradingview.com

Kết quả biểu đồ giá vàng Hình 1, ta thấy giá vàng là chuỗi dữ liệu không dừng vì có yếu tố xu hướng và yếu tố mùa vụ. Để kiểm định lại nhận định trên, cần tiến hành phân tích biểu đồ giản tự tương quan ACF của tập dữ liệu giá vàng. (Hình 2)

Dựa vào biểu đồ tương quan tính độ trễ, hệ số ACF của tập dữ liệu giảm rất chậm và liên tục nằm ngoài giới hạn tin cậy. Kết luận dữ liệu giá vàng là chuỗi không dừng.

Do dữ liệu giá vàng là chuỗi không dừng, nên cần loại bỏ tính xu hướng và mùa vụ của tập dữ liệu bằng cách tiến hành lấy sai phân hoặc log trước khi vận dụng phương pháp ARIMA.

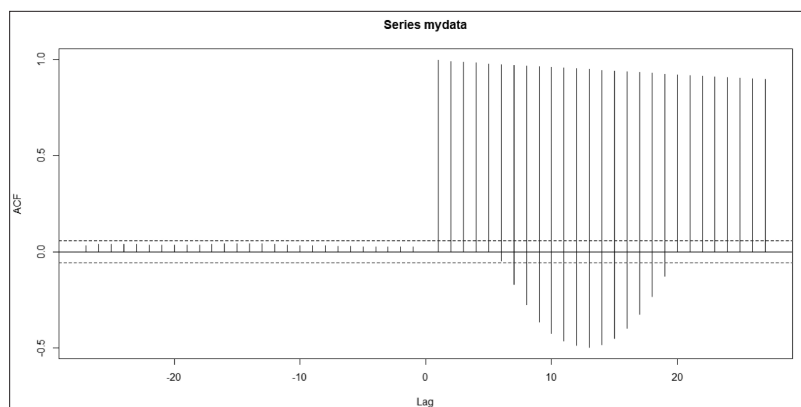
Hình 3 biểu diễn biểu đồ giá vàng sau khi lấy sai phân bậc 1, tất cả các giá trị dao động xung quanh giá trị [-100,100], có vài điểm nằm ngoài khoảng trên. Sau khi lấy sai phân lần 1 dữ liệu có thể có tính dừng.

Biểu đồ hàm tự tương quan sai phân bậc 1 của chuỗi dữ liệu giá vàng cho thấy chuỗi dữ liệu sau khi lấy sai phân đã loại bỏ thuộc tính mùa vụ và xu hướng, như vậy đã đạt chuỗi dừng. Kết luận $q=1$.

Biểu đồ PACF có độ trễ là 1. Vậy $p=1$.

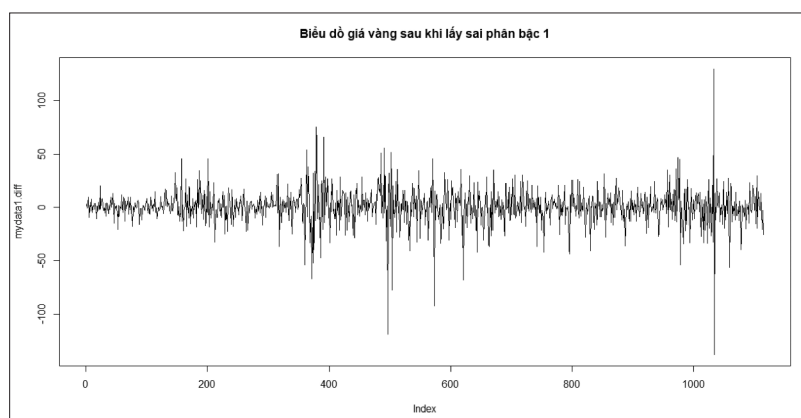
Một số mô hình ARIMA có thể ứng với các giá trị $p=1, q=1, d=1$.

Hình 2: Biểu đồ tương quan của dữ liệu vàng (từ ngày 02/1/2019 đến ngày 25/8/2022)



Nguồn: www.tradingview.com

Hình 3: Biểu đồ giá vàng sau khi lấy sai phân bậc 1



Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

Hình 4: So sánh AIC của các mô hình ARIMA đề xuất với dữ liệu vàng

```
Fitting models using approximations to speed things up...
ARIMA(2,1,2) with drift          : 5337.634
ARIMA(0,1,0) with drift          : 5335.344
ARIMA(1,1,0) with drift          : 5338.015
ARIMA(0,1,1) with drift          : 5337.283
ARIMA(0,1,0)                     : 5335.202
ARIMA(1,1,1) with drift          : 5339.947

Now re-fitting the best model(s) without approximations...
ARIMA(0,1,0)                     : 5340.798

Best model: ARIMA(0,1,0)

Series: seriesdata2
ARIMA(0,1,0)

sigma^2 estimated as 269.4:  log likelihood=-2669.4
AIC=5340.79  AICc=5340.8  BIC=5345.24
```

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

ARIMA (2,1,2), ARIMA (1,1,0), ARIMA (0,1,1), ARIMA (0,1,0), ARIMA (1,1,1).

Tiếp tục kiểm tra và so sánh các mô hình ARIMA để tìm mô hình ARIMA tối ưu nhất. (Hình 4)

Theo như kết quả so sánh giá trị của chỉ tiêu AIC của các mô hình đề xuất, thì mô hình thứ 5 (ARIMA(0,1,0)) là mô hình có giá trị AIC thấp nhất, điều này có nghĩa là mô hình này phù hợp với tập dữ liệu hơn so với các mô hình còn lại. (Hình 5)

Biểu đồ dự báo Hình 5 ứng với mô hình ARIMA tối ưu nhất, ARIMA(0,1,0). Nhóm tác giả đã so sánh giá trị dự báo và giá trị thực cho mô hình ARIMA. Giá trị dự báo của giá vàng là phần đồ thị thể hiện dấu +.

3.2. Phương pháp SARIMA (Hình 6)

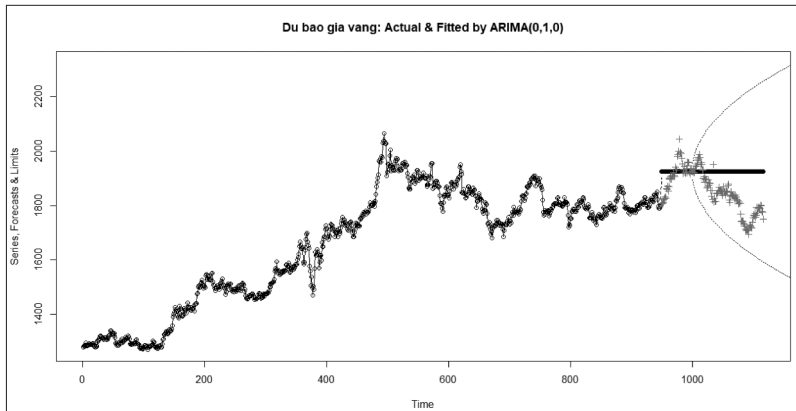
Dựa vào phần biểu đồ tương quan ACF ở trên thì biểu đồ thể hiện biến động tăng và giảm ở các độ trễ nằm trong giới hạn tin cậy, ngoại trừ độ trễ thứ 2 có giá trị của ACF gần với giới hạn tin cậy 95%. Biểu đồ hàm tự tương quan sai phân bậc 2 của chuỗi dữ liệu này cho thấy chuỗi dữ liệu sau khi lấy sai phân bậc 2 đã loại bỏ thuộc tính mùa vụ và xu hướng, như vậy đã đạt chuỗi dừng. Kết luận $q+Q=1$.

Phần biểu đồ tương quan riêng phần PACF, tại độ độ trễ 2 nằm ngoài phạm vi tin cậy. Chọn $p+P=1$.

Một số mô hình có thể ứng với các giá trị $p+P=1, q+Q=1, d+D=1$

Mô hình SARIMA

Hình 5: Biểu đồ so sánh giá trị thực tế và giá trị dự báo theo mô hình ARIMA (0,1,0)



Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

Hình 6: So sánh AIC của các mô hình SARIMA đề xuất với dữ liệu vàng

```

ARIMA(2,0,2)(0,1,0)[12] with drift      : Inf
ARIMA(0,0,0)(0,1,0)[12] with drift     : 87.51252
ARIMA(1,0,0)(0,1,0)[12] with drift     : 89.77352
ARIMA(0,0,1)(0,1,0)[12] with drift     : 89.09006
ARIMA(0,0,0)(0,1,0)[12]                : 84.7474
ARIMA(1,0,1)(0,1,0)[12] with drift     : Inf

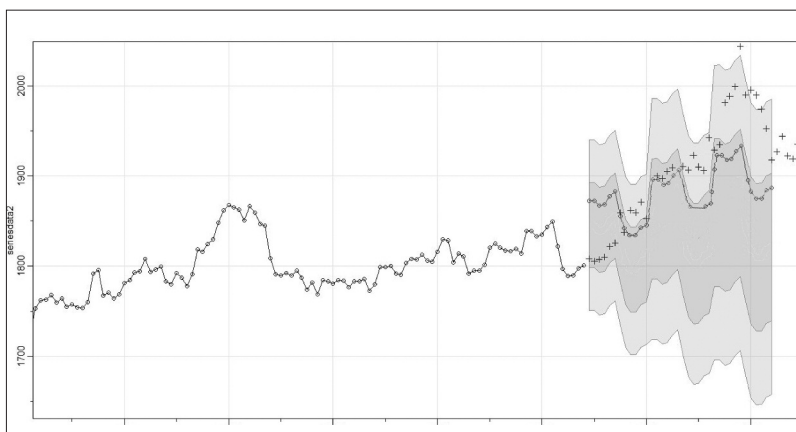
Best model: ARIMA(0,0,0)(0,1,0)[12]

Series: Train
ARIMA(0,0,0)(0,1,0)[12]

sigma^2 estimated as 57.6: log likelihood=-41.17
AIC=84.35  AICc=84.75  BIC=84.83
    
```

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

Hình 7: Biểu đồ so sánh giá trị thực tế và giá trị dự báo theo mô hình SARIMA (0,0,0)(0,1,0)₁₂



Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

(2,0,2)(0,1,0)₁₂, Mô hình SARIMA (0,0,0)(0,1,0)₁₂, Mô hình SARIMA (1,0,0)(0,1,0)₁₂, Mô hình SARIMA (0,0,1)(0,1,0)₁₂, Mô hình SARIMA (1,0,1)(0,1,0)₁₂

Theo như kết quả so sánh giá trị của chỉ tiêu AIC của 5 mô hình đề xuất, thì mô hình thứ 2 (tức là mô hình SARIMA (0,0,0)(0,1,0)₁₂) có giá trị AIC thấp nhất, điều này có nghĩa mô hình này phù hợp với tập dữ liệu so với các mô hình còn lại.

Biểu đồ dự báo Hình 7 ứng với mô hình SARIMA tối ưu nhất, SARIMA (0,0,0)(0,1,0)₁₂. Nhóm tác giả đã so sánh giá trị dự báo và giá trị thực cho mô hình ARIMA. Giá trị dự báo của giá vàng là phần thể hiện dấu +.

3.3. Đánh giá và so sánh các kết quả thực nghiệm

Nhóm tác giả đã so sánh các mô hình này bằng cách sử dụng cùng một tập huấn luyện và tập dữ liệu kiểm tra trong cùng một môi trường hoạt động. Dữ liệu được chọn cho thử nghiệm này giá vàng, là dữ liệu giao dịch hàng ngày tính từ ngày 02/01/2019 đến ngày 25/8/2022 được lấy từ cơ sở dữ liệu giao dịch thực tế. Mỗi phần dữ liệu bao gồm giá đóng cửa, mở cửa, giá cao nhất, thấp nhất. Từ kết quả thực nghiệm, nhóm tác giả đã tìm thấy mô hình tối ưu cho ARIMA là ARIMA (0,1,0) và SARIMA là SARIM (0,0,0)(0,1,0)₁₂.

Trong đó:

MAE: Sai số tuyệt đối trung bình (Mean Absolute Error);

Bảng 1. Đánh giá và so sánh kết quả dự báo của các phương pháp

Mô hình	MAE	MSE	RMSE	MAPE	MPE
<i>Dữ liệu giá vàng từ ngày 02/01/2019 đến ngày 10/06/2021</i>					
ARIMA(0,1,0)	70.26160714	6911.57365357	83.13587465	0.03993752	-0.03185311
SARIMA(0,0,0)(0,1,0) ₁₂	58.56428571	6005.85447714	77.49744820	0.03351040	-0.02915437

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

MSE: Sai số bình phương trung bình (Mean Squared Error); **RMSE:** Sai số bình phương trung bình gốc (Root Mean Squared Error);

MAPE: Sai số phần trăm tuyệt đối trung bình (Mean Absolute Percentage Error);

MPE: Sai số phần trăm trung bình (Mean Percentage Error); là các thước đo độ chính xác của một mô hình dự báo.

Đối với tập dữ liệu giá vàng tính từ ngày 02/01/2019 đến ngày 25/8/2022 được sử dụng để dự báo theo các mô hình ARIMA và SARIMA, theo như kết quả đánh giá dự báo mô hình SARIMA(0,0,0)(0,1,0)₁₂ có độ chính xác cao hơn, phù hợp để dự báo giá vàng tính từ ngày 02/01/2019 đến ngày 25/8/2022. Từ đó cho thấy dự báo theo mô hình SARIMA là hiệu quả hơn so với mô hình ARIMA. (Bảng 1)

4. Kết luận

Qua việc áp dụng bài toán dự báo dữ liệu chuỗi

thời gian sử dụng mô hình dự báo ARIMA và SARIMA để dự báo giá vàng, nhóm tác giả đã sử dụng dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ thực tiễn để huấn luyện và thử nghiệm, nhằm tăng độ chính xác cho quá trình phân tích dự báo một cách đầy đủ và liên tục theo chu kỳ 4 năm. Theo kết quả thực nghiệm tiến hành một loạt thử nghiệm và đánh giá hiệu quả của 2 mô hình ARIMA và SARIMA: mô hình ARIMA (0,1,0) hợp lý nhất để dự báo giá vàng đối với phương pháp ARIMA, mô hình SARIMA (0,0,0)(0,1,0)₁₂ là mô hình cho kết quả tốt nhất so với các mô hình SARIMA. Đối với phương pháp SARIMA, kết quả đánh giá thực nghiệm nghiên cứu dữ liệu giá vàng cho thấy phương pháp SARIMA tối ưu hơn phương pháp ARIMA. Kết quả dự báo này có thể ứng dụng vào thực tế và các phương pháp này có thể được nghiên cứu và mở rộng để dự báo các loại hàng hóa khác trên thị trường ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Vũ Thanh Nguyên (2004). Ứng dụng các thuật toán máy học trong phân tích dự báo. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh*, số 1, tháng 2/2004.
- Williams S (2018). 7 common factors that influence gold prices. Available at: <https://www.fool.com/investing/2016/10/13/7-common-factors-that-influence-gold-prices.aspx>.
- Sami I., Junejo K.N (2017). Predicting future gold rates using machine learning approach. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 8(12).
- G. Peter Zhang (2003). Time series forecasting using a hybrid ARIMA and neural network model. *Neurocomputing*, 50, 159-175.
- Changshou Luo, Liying Zhou, Qingfeng Weil (2013). Application of SARIMA Model in Cucumber Price Forecast. *Applied Mechanics and Materials*, 373-375, 1686-1690.

6. Futian Weng, Yin hao Chen, Zheng Wang, Muzhou Hou, Jianshu Luo, Zhongchu Tian (2020). Gold price forecasting research based on an improved online extreme learning machine algorithm. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 11, 4101- 4111.

7. Weiheng Jiang, Xiaogang Wu, Yi Gong, Wanxin Yu, Xinhui Zhong (2020). HolteWinters smoothing enhanced by fruit fly optimization algorithm to forecast monthly electricity consumption. *Energy*, 193, 116779.

Ngày nhận bài: 14/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 14/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/12/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN THỊ HỒNG THẢO¹

2. ĐÀO MINH CHÂU^{1*}

¹Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh

**Tác giả liên hệ*

USING ARIMA AND SARIMA MODELS TO FORECAST THE GOLD PRICE

● **NGUYEN THI HONG THAO¹**

● **DAO MINH CHAU^{1*}**

¹ Ho Chi Minh City University of Food Industry

* *Corresponding author*

ABSTRACT:

Gold is a rare and precious metal and it plays an important role in the economy. Hence, it is necessary for businesses, investors, and also government units to forecast the gold price. This study explores the use of ARIMA model and SARIMA model to predict the gold price. These models are based on the time series data forecasting methods. This study uses the actual gold price over four years to analyze and assess these two price forecasting models in order to find the best prediction of gold price.

Keywords: ARIMA model, SARIMA model, gold price prediction.

HOÀN THIỆN QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG XĂNG DẦU TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● PHẠM QUỐC ĐẠT - NGUYỄN THỊ BÍCH NHUNG

TÓM TẮT:

Xăng dầu được xem là mặt hàng chiến lược, có tầm quan trọng đặc biệt đối với phát triển kinh tế quốc dân. Hiện nay, các nhà máy lọc dầu trong nước chưa đáp ứng hoàn toàn nhu cầu xăng dầu trong nước, mới chỉ đảm bảo khoảng trên 70% thị phần nội địa. Như vậy, hoạt động cung ứng xăng dầu có một vị trí vô cùng quan trọng trong nền kinh tế thị trường. Đặc biệt, TP. Hồ Chí Minh được xem là đầu tàu kinh tế của cả nước, vấn đề an ninh năng lượng của Thành phố càng phải được đặt lên hàng đầu. Bài viết nêu thực trạng về chuỗi cung ứng xăng dầu tại Thành phố Hồ Chí Minh, từ đó đề ra những giải pháp nhằm hoàn thiện chuỗi cung ứng của các đơn vị, doanh nghiệp.

Từ khóa: chuỗi cung ứng, xăng dầu, TP. Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Những năm trước đây, cụm từ “chuỗi cung ứng” rất hiếm khi được các nhà quản trị đề cập đến. Họ thường quan tâm đến các khái niệm về “hậu cần” (logistics), vận tải để nói về dòng chảy hàng hóa trên thị trường. Sự xuất hiện của khái niệm chuỗi cung ứng ban đầu chỉ là liên kết sự vận chuyển và logistics với sự thu mua hàng hóa và được gọi chung là quá trình thu mua hàng hóa. Cho đến nay, nhiều người vẫn lầm tưởng quản lý chuỗi cung ứng và quản lý logistics là một. Trong khi đó, quản lý logistic hay quản lý hậu cần chỉ liên quan đến công việc quản lý về mặt kho bãi, vận chuyển, giao nhận và phân phối hàng hóa. Các nghiên cứu về chuỗi cung ứng các sản phẩm công nghiệp, nông nghiệp, xây dựng, dịch vụ đều cho thấy sự liên kết chặt chẽ của các mắt xích trong chuỗi từ khâu hoạch định, mua hàng, sản

xuất, giao hàng đã góp phần giảm chi phí của toàn chuỗi xuống mức tối thiểu, tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Nhưng đối với xăng dầu là một mặt hàng đặc thù và là mặt hàng kinh doanh có điều kiện, tính cạnh tranh chủ yếu ở các doanh nghiệp đầu mối nhập khẩu. Việc nghiên cứu chuỗi cung ứng xăng dầu ở các doanh nghiệp quốc doanh và tư nhân vẫn còn nhiều hạn chế, chỉ dừng lại ở từng khâu, từng bộ phận. Do đó, việc hoàn thiện quản trị chuỗi cung ứng xăng dầu của nước ta nói chung và của TP. Hồ Chí Minh nói riêng sẽ bổ sung thêm cho lý luận cũng như thực tiễn, nhất là trước sự tác động lớn của nền kinh tế thị trường đối với xăng dầu.

Thời gian qua, thị trường xăng dầu trong nước nói chung và TP. Hồ Chí Minh nói riêng đã tái diễn tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng xăng dầu

cùng với nhiều xáo trộn, nhất là ở khâu bán lẻ. Xăng dầu vốn là mặt hàng bình ổn và kinh doanh có điều kiện, khi doanh nghiệp bán lẻ dừng bán hàng thì phải có lý do chính đáng, được sự chấp thuận từ cơ quan quản lý. Nếu không, sẽ dẫn đến tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng, kéo theo hàng loạt những hệ lụy khác. Trong bối cảnh thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, cũng như các yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường kinh doanh gây áp lực rất lớn, đòi hỏi chuỗi cung ứng xăng dầu của các doanh nghiệp trong nước phải thực hiện nhiệm vụ chính trị vừa hoạt động sản xuất - kinh doanh, vừa cung ứng đầy đủ xăng dầu cho nhu cầu thị trường nội địa. Vì vậy, việc hoàn thiện quản trị chuỗi cung ứng xăng dầu tại TP. Hồ Chí Minh là việc cần được quan tâm hàng đầu.

2. Thực trạng về chuỗi cung ứng xăng dầu tại Thành phố Hồ Chí Minh

Theo cổng thông tin điện tử của UBND TP. Hồ Chí Minh, TP. Hồ Chí Minh được phân chia thành 19 quận và 5 huyện ngoại thành, với tổng diện tích là 2.061 km². Mật độ dân số của TP. Hồ Chí Minh được xác định là 4.292 người/km². Theo website World Population Review, tính đến tháng 7/2021, dân số TP. Hồ Chí Minh đạt 9.077.158 người. So với năm 2009, dân số của TP. Hồ Chí Minh đã tăng thêm 1.800.000 người. TP. Hồ Chí Minh trở thành thành phố có mật độ dân số đông nhất cả nước. Vì thế, TP. Hồ Chí Minh cũng đang trong tình trạng quá tải về rất nhiều mặt, trong đó có vấn đề cung ứng xăng dầu cho toàn địa bàn Thành phố. Hiện nay, thị trường xăng dầu nước ta chỉ có khoảng 17.000 cửa hàng, trong đó có hơn 6.000 cửa hàng của hai doanh nghiệp nhà nước là Petrolimex và PVOIL, còn lại thuộc về các doanh nghiệp bán lẻ khác, mức cung ứng xăng dầu cho thị trường nội địa vẫn còn thấp. Tại TP. Hồ Chí Minh, doanh nghiệp nhà nước tham gia chuỗi cung ứng xăng dầu chiếm 25%, còn lại là doanh nghiệp tư nhân tham gia. Tính đến 12h ngày 1/11/2022, TP. Hồ Chí Minh có 108/550 cửa hàng đang thiếu xăng hoặc dầu, có 4 cửa hàng đang xin tạm ngưng hoạt động để sửa chữa (Báo Tuổi trẻ - 2022).

Ngày 13/12/2016, UBND TP. Hồ Chí Minh đã

ban hành Quyết định số 6505/QĐ-UBND phê duyệt dự án “Quy hoạch phát triển hệ thống cửa hàng xăng dầu trên khu vực TP. Hồ Chí Minh đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, thay thế Quyết định số 39/2007/QĐ-UBND được thành phố ban hành ngày 6/3/2007. Theo quyết định 6505/QĐ-UBND, đến năm 2030, TP. Hồ Chí Minh sẽ xây mới 407 cửa hàng xăng dầu, trong đó có 345 cửa hàng xăng dầu trên mặt đất (có 35 địa điểm đang xây dựng, chưa xây dựng; 310 địa điểm định hướng đến năm 2030); 62 cửa hàng xăng dầu xây dựng trên mặt nước. Số lượng các cửa hàng xăng dầu sẽ được phân bổ cho từng quận, huyện, trong đó ưu tiên phát triển điểm bán mới cho các quận vùng ven và huyện ngoại thành TP. Hồ Chí Minh (Bảng 1).

Như vậy, nếu tính gộp cả 532 cửa hàng xăng dầu đang hoạt động kinh doanh và 407 cửa hàng xăng dầu được xây mới, tính đến năm 2030, toàn Thành phố sẽ có 939 cửa hàng xăng dầu. Tuy nhiên, tính đến tháng 11/2022, TP. Hồ Chí Minh mới có tổng số 550 cửa hàng kinh doanh xăng, dầu.

Theo dự báo của Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh, tính đến năm 2022, mức tiêu thụ bình quân xăng dầu của Thành phố là 2.520 triệu m³, sẽ tiếp tục tăng lên mức 3.251 triệu m³ vào năm 2025 (gấp 1,3 lần) và 4.297 triệu m³ vào năm 2030 (gấp 1,7 lần).

Thời gian qua, khi có những biến động trên thị trường xăng dầu thế giới, (biến động địa chính trị, xung đột giữa Ukraine - Nga, chính sách thương mại của tổ chức OPEC+, các lệnh trừng phạt Nga của những nước phương Tây, các nước Ả Rập giảm nguồn cung...), đã có một số công ty kinh doanh xăng dầu trong nước không có hàng để cung ứng ra thị trường, khiến thị trường xăng dầu trong nước đã có những biến động, xáo trộn, đồng thời cũng làm giảm hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp xăng dầu.

Giá xăng dầu trong nước phụ thuộc rất lớn và trực tiếp từ giá xăng dầu thế giới. Các biến số chiến sự Nga - Ukraine, hay việc Trung Quốc mở cửa tối đa sau khi nới lỏng các biện pháp phòng dịch Covid-19, Ấn Độ và Thổ Nhĩ Kỳ tăng nhập

Bảng 1. Số lượng các cửa hàng xăng dầu được phân bổ xây dựng cho từng quận, huyện tại TP. Hồ Chí Minh, số liệu năm 2016

STT	Quận/huyện	Số Cửa hàng xây dựng hiện hữu	Số cửa hàng xây mới trên mặt đất		Số cửa hàng xây mới trên mặt nước
			Đang xây, chưa xây	Định hướng đến năm 2030	
TỔNG CỘNG		532	35	310	62
I. CÁC QUẬN		342	12	149	25
1	Quận 1	7	0	0	2
2	Quận 2	11	1	22	2
3	Quận 3	9	0	2	0
4	Quận 4	3	0	5	0
5	Quận 5	13	0	2	1
6	Quận 6	12	0	9	3
7	Quận 7	19	2	2	3
8	Quận 8	16	0	7	2
9	Quận 9	22	2	21	5
10	Quận 10	7	0	2	0
11	Quận 11	11	0	2	0
12	Quận 12	34	3	26	1
13	Quận Bình Tân	37	2	17	0
14	Quận Bình Thạnh	20	0	3	1
15	Quận Gò Vấp	28	0	11	1
16	Quận Phú Nhuận	7	0	1	0
17	Quận Tân Bình	25	0	2	0
18	Quận Tân Phú	26	0	5	0
19	Quận Thủ Đức	35	2	10	4
II. CÁC HUYỆN		190	23	161	37
20	Bình Chánh	44	11	51	4
21	Cần Giờ	10	1	21	9
22	Củ Chi	86	3	53	10
23	Hóc Môn	37	4	16	3
24	Nhà Bè	13	4	20	11

Nguồn: Theo Quyết định số 6505/QĐ-UBND/UBND TP. Hồ Chí Minh

khẩu dầu Nga, lệnh áp giá trần của EU đối với Nga... được dự đoán có tác động lớn tới giá nhiên liệu này ở trong nước. Đặc biệt, đang có nhiều lo ngại Trung Quốc mở cửa trở lại sau một thời gian dài thực hiện chiến lược “Zero Covid” sẽ hút một lượng lớn nhiên liệu sản xuất, khiến cho giá năng lượng đất đỏ hơn. (Hình 1)

3. Đề xuất một số giải pháp

Từ những biến động của thị trường xăng dầu hiện nay, để duy trì liên tục việc cung ứng xăng dầu trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, đảm bảo nguồn cung xăng dầu phục vụ sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng của người dân, Nhà nước cần điều chỉnh, chỉnh sửa Nghị định 95/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 83/2014/NĐ-CP ngày 03/9/2014 của Chính phủ về kinh doanh xăng dầu. Cụ thể là, cơ quan quản lý cần bỏ hoặc giảm số thương nhân phân phối để hạ chi phí trung gian. Nếu vẫn để loại hình thương nhân phân phối thì không cho các đơn vị này hoạt động bán lẻ, nhằm đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh. Ngoài ra, họ phải ấn định mức chiết khấu cố định tối thiểu cho doanh nghiệp ở mức phù hợp. Tỷ lệ chiết khấu tối thiểu có thể ở mức 5%, hoặc ở mức tỷ lệ hợp lý theo tính toán của cơ quan chức năng, song điều này là phải có, để doanh nghiệp duy trì được hoạt động, được đối xử công bằng trong chuỗi cung ứng xăng dầu. Khi doanh nghiệp đầu mối được tự quyết định các chi phí kinh doanh, họ sẽ tự cân đối, duy trì chiết khấu trong hệ thống phù hợp với thực tế cung cầu trên thị trường, nên vấn đề bất cập về chiết khấu sẽ được giải quyết.

Doanh nghiệp bán lẻ cần được lấy hàng từ nhiều nguồn, thay vì chỉ 1 nguồn như hiện nay, để đa dạng nguồn hàng và tránh bị động khi nguồn cung căng thẳng. Việc này nhằm kiểm soát tốt hơn số lượng đơn vị cấp hàng cho hệ thống của thương nhân phân phối, nhưng vẫn đảm bảo linh hoạt để họ hoạt động, nhất là thương nhân có địa bàn kinh doanh rộng, có thể chọn lấy hàng của 3 đơn vị đầu mối tại 3 miền đất nước.

Hình 1: Diễn biến giá xăng dầu từ đầu năm 2022 đến ngày 13/6/2022



Nguồn: Báo Lao động

Nhà nước vẫn điều hành giá xăng dầu như hiện nay thông qua Quỹ bình ổn xăng dầu, giảm thuế, phí trong cơ cấu giá bán lẻ... trong trường hợp biến động bất thường về giá; và phải sửa công thức giá cơ sở theo hướng bổ sung một số chi phí thực tế phát sinh của doanh nghiệp chưa được tính, như premium trong nước (phần trả lãi cho người bán - premium thỏa thuận theo quý hoặc 6 tháng/lần). Các quy định về phương thức, tần suất xác định chi phí... sẽ được rà soát để đảm bảo tính đúng, đủ vào giá cơ sở xăng dầu. Nếu tình huống vẫn diễn ra bất thường thì cơ quan quản lý có thể tính toán, đề xuất cấp có thẩm quyền đưa về mức sàn của biểu khung thuế.

Theo quy định hiện hành, Nhà nước đưa ra giá cơ sở để làm căn cứ điều hành giá bán lẻ xăng dầu. Tức là, mức giá điều hành do Nhà nước công bố giống như giá trần để các doanh nghiệp tự xác định giá bán lẻ xăng dầu trong hệ thống. Nhà nước chỉ công bố giá định hướng, doanh nghiệp sẽ tự xác định, đưa ra giá bán lẻ xăng dầu sau khi cộng chi phí kinh doanh thực tế. Nhà nước chỉ công bố các yếu tố cấu thành giá, gồm giá thế giới (giá Platts), các loại thuế, lợi nhuận định mức, mức trích, sử dụng Quỹ bình ổn giá... Đây được coi là giá định hướng, các doanh nghiệp trên cơ sở dữ liệu này sẽ cộng các chi phí kinh doanh, vận chuyển, premium... để tự xác định và công bố giá bán lẻ của mình. Doanh nghiệp tự kê khai khi thay đổi giá bán, báo cáo liên Bộ Công Thương - Bộ Tài chính để giám sát. Cơ quan quản lý cần đưa giá xăng dầu dần về sát với thị trường, giảm dần sự can thiệp của Nhà nước.

Cơ quan quản lý nên rút ngắn thời gian điều hành giá xăng dầu xuống còn 7 ngày, vào ngày thứ Năm hàng tuần, không kể ngày nghỉ lễ, trừ trường hợp trùng vào ngày mùng 1, 2 và 3 tháng 1 Âm lịch của Tết Nguyên đán (sẽ được chuyển sang ngày mùng 4). Sự điều chỉnh này sẽ đảm bảo giá xăng dầu bám sát hơn với diễn biến trên thị trường thế giới. Việc điều hành kể cả vào ngày nghỉ lễ nhằm tránh giá có biến động lớn, ảnh hưởng tới quyền lợi người tiêu dùng hoặc doanh nghiệp kinh doanh mặt hàng này.

Bên cạnh các giải pháp chung này, để góp phần đảm bảo việc cung ứng xăng dầu trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh cần phải thành lập Tổ công tác điều hành hoạt động xăng dầu trên địa bàn Thành phố. Đồng thời, Tổ công tác có nhiệm vụ tham mưu cho UBND TP. Hồ Chí Minh các giải pháp điều hành hoạt động xăng dầu trên địa bàn Thành phố theo chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền được giao. Tổ công tác cũng cần kịp thời đề xuất các giải pháp tháo gỡ khó khăn trong hoạt động kinh doanh, cung ứng xăng dầu trên địa bàn Thành phố trong phạm vi trách nhiệm, thẩm quyền của Thành phố; kiến nghị các cơ quan có liên quan giải quyết các vấn đề khó khăn thuộc thẩm quyền; Đồng thời đề xuất các cơ chế, giải pháp để khắc phục những tồn tại, hạn chế gây tác động, ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng xăng dầu trên địa bàn; Theo dõi, đôn đốc quá trình giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong hoạt động kinh doanh xăng dầu.

4. Kết luận

Trong thời gian qua, các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh đã

có nhiều nỗ lực, giải pháp khắc phục khó khăn, phối hợp với các cơ quan quản lý Nhà nước cùng tìm cách giải quyết tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng xăng dầu, nhằm tiếp tục duy trì nguồn cung cho hệ thống, đảm bảo đầy đủ nguồn cung cho thị trường. Tuy nhiên, với những khó khăn do tình hình chung hiện nay, có tình trạng các thương nhân kinh doanh xăng dầu không chủ động nhập hàng để kinh doanh (vì bị thua lỗ), nên có thời điểm thiếu nguồn hàng cung cấp cho hệ thống phân phối; đồng thời cùng với một số lý do khách quan đã dẫn đến tình trạng thiếu hàng cục bộ, chưa đảm bảo việc cung ứng đầy đủ, thường xuyên, liên tục cho yêu cầu sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp và nhu cầu tiêu dùng thiết yếu của người dân. Xăng dầu là mặt hàng thiết yếu, đầu vào của nhiều ngành sản xuất, nên sự biến động của nó có tác động đến nhiều đối tượng trong nền kinh tế, đồng thời ảnh hưởng trực tiếp tới nhu cầu sinh hoạt thiết yếu của người dân. Chính vì vậy, cơ quan quản lý cần theo dõi sát sao, chặt chẽ để có kịch bản điều hành linh hoạt, hợp lý, tránh bị động ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ (2014), *Nghị định 83/2014/NĐ-CP về kinh doanh xăng dầu*, Hà Nội, ngày 03/09/2014.
2. Chính phủ (2021), *Nghị định 95/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 83/2014/NĐ-CP ngày 03/09/2014 về kinh doanh xăng dầu*, Hà Nội, ngày 01/11/2021.
3. Hồ Đức Đại (2008), *“Giải pháp phát triển doanh nghiệp xăng dầu miền Nam”*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
4. Dương Hoài Lan (2011), *“Hoàn thiện hệ thống quản trị tiêu thụ sản phẩm xăng dầu tại Công ty Xăng dầu khu vực I trên địa bàn Hà Nội”*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
5. Lê Thanh Mân (2011), *“Nâng cao năng lực cạnh tranh kinh doanh xăng dầu tại Công ty TNHH MTV Thương mại dầu khí Đồng Tháp”*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
6. Quốc hội (2005), *Luật Thương mại, số 36/2005/QH11 ngày 14/06/2005*, Hà Nội.
7. Quốc hội (2012), *Luật Giá 2012, số 11/2012/QH13 ngày 20/06/2012*, Hà Nội.
8. Quốc hội (2020), *Luật Doanh nghiệp, số 59/2020/QH14 ngày 17/06/2020*, Hà Nội.
9. Phương Anh (2022), *Diễn biến giá xăng từ đầu năm 2022 đến nay: 6 tháng tăng 8.505 đồng/lít*, Báo Lao động, truy cập tại: https://laodong.vn/infographic/dien-bien-gia-xang-tu-dau-nam-2022-den-nay-6-thang-tang-8505-donglit-1056019.lido?gidzl=C_TAKhm4rb4uxKnHk1_GKZVeJbUk7TS0AEXFKlqNrL4ku1Jv-ai4NdJb6bds5OOC8E0K23ctnwisjGJKKW

10. UBND TP. Hồ Chí Minh (2016), *Quyết định số 6505/QĐ-UBND phê duyệt dự án “Quy hoạch phát triển hệ thống cửa hàng xăng dầu trên khu vực TP. Hồ Chí Minh đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”*, TP. Hồ Chí Minh, ngày 13/12/2016.

11. Thảo Lê - Cẩm Nương (2022), Chiều 1-11, gần 20% cửa hàng tại TP.HCM thiếu xăng, dầu, *Báo Tuổi trẻ*, truy cập tại: <https://tuoitre.vn/chieu-1-11-gan-20-cua-hang-tai-tp-hcm-thieu-xang-dau-20221101151630243.htm>

Ngày nhận bài: 20/12/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/1/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/1/2023

Thông tin tác giả:

1. ThS. PHẠM QUỐC ĐẠT

Giảng viên Khoa Tài chính - Ngân hàng, Trường Cao đẳng Viễn Đông

2. NGUYỄN THỊ BÍCH NHUNG

Chủ nhiệm Nhà khách, UBND tỉnh Bình Dương

IMPROVING THE MANAGEMENT OF GASOLINE SUPPLY CHAIN IN HO CHI MINH CITY

● Master. **PHAM QUOC DAT**¹

● **NGUYEN THI BICH NHUNG**²

¹Faculty of Finance and Banking, Vien Dong College

²Head of the Guest House,

People's Committee of Binh Duong Province

ABSTRACT:

Gasoline is strategic product plays a key role in the national economic development. In Vietnam, domestic oil refineries are able to meet about 70 percent of the domestic market's demand. As a result, it is an important task to ensure the supply of gasoline across Vietnam, especially in Ho Chi Minh City - the country's leading economic engine. This paper presents the current situation of gasoline supply chain in Ho Chi Minh City and proposes some solutions to improve this supply chain.

Keywords: supply chain, gasoline, Ho Chi Minh city.

PHÁT TRIỂN LOGISTICS ĐỂ TẠO ĐÀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ CHO THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH VÀ VÙNG KINH TẾ TRỌNG ĐIỂM PHÍA NAM

● TRẦN VĂN THIỆN

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh hội nhập toàn cầu, khi các quan hệ hợp tác được thiết lập, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ sẽ là một bộ phận không thể tách rời, cấu thành chuỗi sản phẩm của các tập đoàn công nghiệp đa quốc gia trên thế giới. Logistics và chuỗi cung ứng trở thành cầu nối tham gia vào hệ thống sản xuất quốc tế. Giá trị của dịch vụ logistics sẽ được tính trong chuỗi giá trị sản xuất công nghiệp của khu vực, cũng như toàn cầu.

Nền kinh tế của vùng hay quốc gia nào có ngành Logistics phát triển, đương nhiên các ngành công nghiệp hay dịch vụ của khu vực và quốc gia đó cũng phát triển. Vì vậy, cần đầu tư cho sự phát triển logistics để tạo đà phát triển kinh tế cho Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và vùng kinh tế trọng điểm nói chung. Đây là vấn đề được bàn đến trong bài viết dưới đây.

Từ khóa: Logistics, doanh nghiệp, hạ tầng giao thông, chuỗi cung ứng, chuyển đổi số, Thành phố Hồ Chí Minh, vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.

1. Đóng góp của ngành Logistics cho nền kinh tế

Ngành Logistics và quản lý chuỗi cung ứng là ngành quản lý mạng lưới kết nối của các doanh nghiệp tham gia vào việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho doanh nghiệp, người tiêu dùng. Đây là một trong những ngành quan trọng, không thể thiếu trong guồng quay kinh tế quốc gia. Khi nền kinh tế thế giới đang ngày càng phát triển mạnh mẽ với các tiến bộ vượt bậc về khoa học - công

nghệ và xu hướng toàn cầu hóa, thì giao thương hàng hóa rất lớn và cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn. Điều này mang đến những cơ hội và cả thách thức cho ngành Logistics nói riêng và nền kinh tế nói chung.

Sự giao thương giữa các doanh nghiệp và quốc gia trên thế giới ngày càng trở nên thuận lợi thì việc sản xuất một sản phẩm hoàn chỉnh được hình thành từ nhiều sản phẩm khác nhau của ngành công nghiệp phụ trợ với sự trợ giúp của dịch vụ

logistics. Điều này làm cho ngành Logistics có điều kiện khẳng định được vị thế và tiềm năng tăng trưởng lớn hơn, trở thành một trong những công cụ cạnh tranh đặc lực của nền kinh tế trong việc tiếp cận và phát triển các giao dịch quốc tế. Hơn thế nữa, logistics và chuỗi cung ứng phát triển sẽ kéo theo rất nhiều ngành khác phát triển, như: thương mại quốc tế, bảo hiểm, hàng không, cảng biển và giao thông,... góp phần nâng cao vị thế của quốc gia trên thị trường quốc tế.

Phát triển dịch vụ logistics sẽ đem lại nguồn lợi khổng lồ cho nền kinh tế đất nước. Đối với những nước phát triển như Mỹ và Nhật Bản, logistics đóng góp khoảng 10% GDP. Riêng đối với những nước đang phát triển, tỷ lệ này còn cao hơn. Tại Việt Nam, dịch vụ logistics đã đóng góp vào nền kinh tế quốc gia 5% GDP vào năm 2020 và đặt mục tiêu đạt từ 8 - 10% vào năm 2025. Vai trò và hoạt động của các doanh nghiệp logistics có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp dịch vụ, sản xuất và xuất nhập khẩu nói riêng và nền kinh tế của Việt Nam nói chung.

2. Thực trạng ngành Logistics của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam

Thành phố Hồ Chí Minh là hạt nhân của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, đóng góp ngân sách lớn nhất của cả nước. Mặc dù có nhiều tiềm năng, nhưng hiện tại, ngành Logistics của vùng vẫn còn nhiều hạn chế bao gồm cơ sở hạ tầng cả phần cứng và phần mềm, cũng như công nghệ quản lý, môi trường chính sách.

Theo thống kê, vùng Đông Nam bộ có khoảng 14.800 doanh nghiệp cung ứng dịch vụ logistics, chiếm 49,2% tổng số doanh nghiệp logistics cả nước. Số lượng doanh nghiệp logistics của thành phố Hồ Chí Minh với 11.027 doanh nghiệp, tỉnh Bình Dương là 1.655 doanh nghiệp, Đồng Nai có 1.223 doanh nghiệp.

Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam hiện có nhiều "điểm nghẽn", mà nổi bật là cơ sở hạ tầng, vấn đề quan trọng tác động đến hoạt động logistics. "Điểm nghẽn" này dẫn đến nhiều thách thức cho doanh nghiệp logistics. Trong khi giao

thông đường bộ chưa đáp ứng kết nối cảng với các khu công nghiệp, nơi sản xuất, kho hàng, thì vận tải đa phương thức chưa thể phát huy hiệu quả, vì thiếu kết nối giữa các phương thức giao thông khác như hàng không, đường sắt, đường bộ và đường thủy. Việc đầu tư các phương thức này lại đang thiếu đồng bộ, không theo kịp quy hoạch. Đặc biệt trong quy hoạch đường bộ bao gồm đường cao tốc và đường vành đai nhằm liên kết toàn vùng đã có quy hoạch từ lâu nhưng vẫn chưa đầu tư được. Toàn vùng hiện chỉ có 2 tuyến cao tốc Thành phố Hồ Chí Minh - Long Thành - Dầu Giây và Thành phố Hồ Chí Minh - Trung Lương. Các dự án quy hoạch đường vành đai và trục giao thông kết nối vẫn đang chậm triển khai. Về đường thủy nội địa, vùng Đông Nam bộ có 6 tuyến. Tuy nhiên, nhiều cầu vượt sông trên các tuyến chính lại không bảo đảm tĩnh không. Tỉnh không cầu Bình Triệu, cầu Bình Phước thấp, tàu lớn không qua được. Gần đây, chỉ mới có cầu đường sắt Bình Lợi được làm mới. Với những hạn chế trên, ngành Logistics chưa thể phát triển tương xứng với tiềm năng, lợi thế vùng, khiến chi phí logistics cao và sự liên kết giữa doanh nghiệp dịch vụ logistics, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu chưa đạt được hiệu quả như mong đợi.

Các tuyến vành đai 3 và 4 kết nối các tỉnh thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía Nam chưa được đầu tư cũng ảnh hưởng tiêu cực đến giao thông, vận chuyển hàng hóa 2 chiều. Các tuyến đường bộ nối đến cảng Cát Lái, Khu cảng cạn Trường Thọ, sân bay Tân Sơn Nhất quá tải, các ga hàng không đã hết công suất. Gần đây, đường vành đai 3 được Quốc hội thông qua chủ trương đầu tư kết nối Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương và Long An, con đường này khi hình thành sẽ giúp cho ngành Logistics của vùng Đông Nam bộ thêm động lực phát triển.

Thành phố Hồ Chí Minh vừa là thị trường tiêu thụ lớn, vừa là trung tâm phân phối lớn nhất nước. Tuy nhiên, việc chưa có các trung tâm logistics đáp ứng đầy đủ tiêu chí, về lâu dài có thể gây nên những ách tắc nhất định cho sự lưu thông hàng hóa

và dịch vụ logistics. Theo các chuyên gia kinh tế, chi phí logistics cao khiến giá thành hàng hóa của Việt Nam cao hơn so với các nước khác, làm giảm sức cạnh tranh của doanh nghiệp sản xuất trong nước và của cả nền kinh tế.

Việc đẩy mạnh liên kết giữa các doanh nghiệp logistics với nhau, giữa doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu còn yếu, chưa hình thành được mạng lưới các doanh nghiệp logistics có quy mô lớn, có năng lực dẫn dắt thị trường, thúc đẩy ngành Logistics phát triển, nhằm hạ giá dịch vụ logistics. Ngoài ra, một thách thức khác được đặt ra với ngành Logistics là chất lượng nguồn nhân lực. Có 53,3% doanh nghiệp logistics tại Thành phố Hồ Chí Minh thiếu đội ngũ cán bộ có năng lực và kinh nghiệm, 30% doanh nghiệp có nhu cầu đào tạo lại đội ngũ nhân viên của họ.

3. Giải pháp giúp ngành Logistics của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam phát triển

Một ngành Logistics vững mạnh chính là chìa khóa để đất nước tham gia tích cực vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đối với Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam nói chung, muốn có ngành Logistics phát triển, giúp kinh tế khu vực phát triển bền vững hơn thì cần một số giải pháp sau:

Việc kết nối hạ tầng vùng là một bài toán khó, đòi hỏi các địa phương trong vùng phải cùng chung tay, phát huy tiềm lực của mỗi địa phương mình và cùng nhau đóng góp các sáng kiến nhằm hoàn thiện, thúc đẩy hoạt động logistics vùng phát triển. Cần có chính sách phát triển kết cấu hạ tầng giao thông liên vùng, trong đó, tập trung phát triển mạng lưới đường bộ cao tốc, đường vành đai. Nhà nước cần ban hành cơ chế huy động nguồn lực từ khu vực tư nhân, đất đai... để có ngân sách phát triển hạ tầng và có các chính sách thúc đẩy việc liên kết vùng, một cơ chế đặc biệt và sự phối hợp giữa các tỉnh trong vùng. Đồng thời, cần tập trung thu hút đầu tư vào phát triển hạ tầng giao thông đường bộ, đường sắt, cảng biển, cảng hàng không, tạo thuận lợi hơn nữa cho dịch vụ logistics phát triển, nhằm nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh

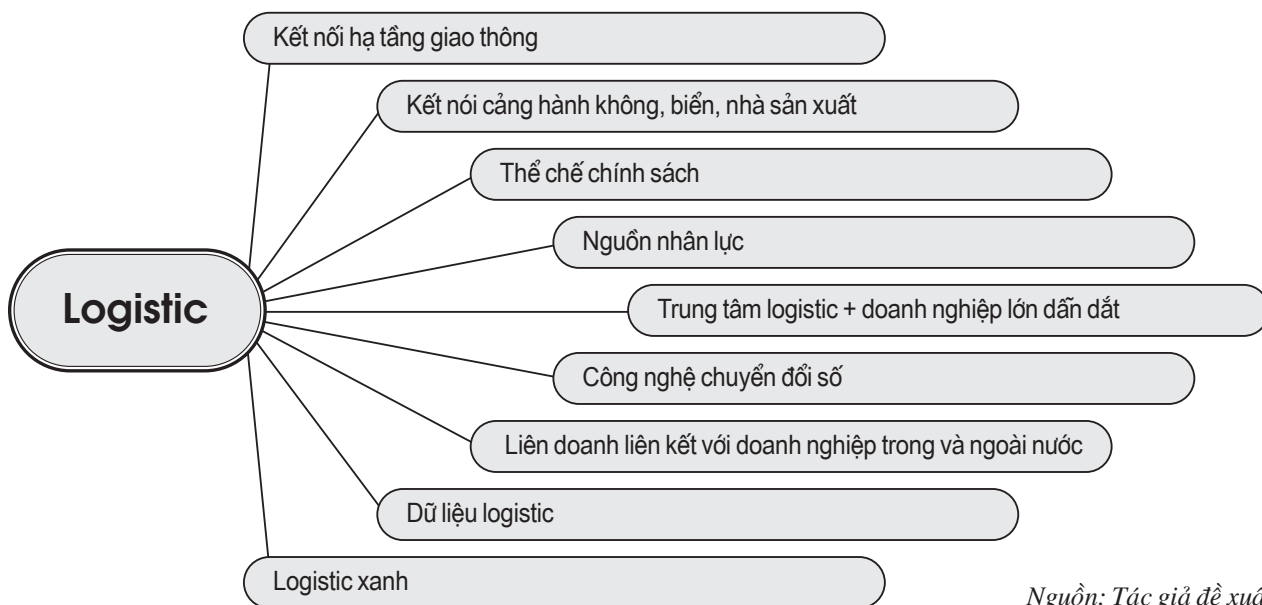
tế. Hiện tại, Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương và Long An đang cùng nhau đẩy nhanh tiến độ giải phóng mặt bằng để khởi công tuyến vành đai 3 vào tháng 6 năm 2023 kết nối 4 địa phương là điển hình thứ vị trong hợp tác kết nối vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.

Những địa phương có tiềm năng phát triển dịch vụ cảng biển và logistics như Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Long An và Bà Rịa - Vũng Tàu cần hình thành các doanh nghiệp (DN) dịch vụ logistics đầu tàu, ứng dụng các công nghệ mới trong hoạt động logistics, chú trọng huấn luyện đội ngũ quản lý có năng lực cho ngành Logistics và đồng thời xây dựng trung tâm logistics hiện đại, đáp ứng nhu cầu phát triển hiện tại và tương lai cho vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.

Quá trình chuyển đổi số ở các cơ quan nhà nước cũng giúp các thủ tục hành chính về logistics đơn giản, nhanh chóng. Về phía các doanh nghiệp cũng nhận rõ việc cần những công nghệ mới để đáp ứng yêu cầu của thương mại điện tử, chuỗi cung ứng, cần tăng cường ứng dụng công nghệ để số hóa dữ liệu hành trình vận chuyển, áp dụng tự động hóa trong lĩnh vực logistics từ khâu vận chuyển, dịch vụ cảng, kho bãi, vận tải,... sử dụng hệ thống phần mềm, nền tảng tối ưu hóa logistics nhằm cắt giảm chi phí logistics, nâng cao chất lượng, tự động hóa trong quản trị kho hàng, cũng như mảng logistics đô thị với sự hậu thuẫn mạnh mẽ của công nghệ số.

Đẩy mạnh các hoạt động liên doanh, liên kết, hợp tác quốc tế, chuyển giao công nghệ, phương pháp quản lý tiên tiến của các nước có ngành Logistics phát triển nhằm tận dụng công nghệ và nguồn vốn cũng như thị trường để đẩy mạnh phát triển ngành Logistics khu vực và trong nước phát triển, đặc biệt là trong lĩnh vực đào tạo, logistics số, logistics thương mại điện tử... nhằm nâng cao năng lực, khả năng thích ứng, sức cạnh tranh và làm chủ một số chuỗi giá trị của doanh nghiệp trong lĩnh vực này thời gian tới. Đây phải được xem là quyết sách đột phá nhằm nâng tầm các

Sơ đồ 1: Các giải pháp giúp ngành Logistics của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam phát triển



Nguồn: Tác giả đề xuất

dịch vụ ngành Logistics phục vụ cho phát triển kinh tế vùng và hạ giá thành logistics so với các nước trong khu vực.

Sự tác động của các giải pháp trên được thể hiện qua Sơ đồ 1.

4. Kết luận

Bài viết đã phân tích những thuận lợi và hạn chế, đồng thời đề xuất giải pháp để ngành Logistics Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam phát triển, đóng góp vào sự phát triển của chung của cả nước. Cụ thể:

Thuận lợi: Thành phố Hồ Chí Minh và Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam là nơi tập trung được chất xám, nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao, có nhiều trường đại học lớn ở Thành phố Hồ Chí Minh, có hệ sinh thái khởi nghiệp đang phát triển, tập trung nhiều doanh nghiệp chuyên ngành logistics, có cảng hàng không, cảng biển, hoạt

động xuất nhập khẩu nhộn nhịp, vùng sản xuất lớn hàng hóa xuất nhập khẩu, là trung tâm tài chính lớn nhất nước, nơi tập trung các tổ chức tín dụng lớn, chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh đang tích cực đẩy mạnh chuyển đổi số.

Hạn chế: Chưa có trung tâm logistics lớn, chưa có doanh nghiệp logistics lớn, liên kết liên vùng chưa tốt, kết nối giao thông trong vùng, giữa cảng biển, cảng hàng không, kho bãi, khu công nghiệp chưa tốt, doanh nghiệp chuyển đổi số còn chậm.

Giải pháp: Cần kết nối giao thông trong vùng và cảng biển, cảng hàng không, kho bãi, khu công nghiệp; thành lập doanh nghiệp lớn đầu tàu về logistics, trung tâm logistics lớn cho vùng, liên kết đầu tư nước ngoài về logistics, chuyển đổi số ngành logistics, số hóa dữ liệu đào tạo, huấn luyện nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Logistics và logistics xanh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. UBND Thành phố Hồ Chí Minh (2020). *Quyết định số 2392/QĐ-UBND ngày 03/07/2020 về cập nhật kiến thức chính quyền điện tử Thành phố Hồ Chí Minh.*

2. Trung tâm Xúc tiến thương mại và đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh Trung tâm Trọng tài quốc tế Việt Nam và Hiệp hội Logistics Thành phố Hồ Chí Minh (2022). *Logistics vùng Đông Nam bộ: Chia sẻ và góc nhìn từ chuyên gia*, hội thảo, Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Daniel Stanton (2017). *Quản lý chuỗi cung ứng for dummies*. USA: Wiley.
4. Đặng Đình Đào, Tạ Văn Lợi, Nguyễn Minh Sơn, Đặng Thị Thúy Hồng (2017). *Dịch vụ Logistics ở Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế*. Nxb Dân Trí, Hà Nội.
5. Vũ Đặng Dương (2022). *Cảng biển và Logistics - Nhìn lại hành trình phát triển*. Nxb Dân Trí, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 5/12/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/01/2023

Thông tin tác giả:

TS. TRẦN VĂN THIÊN

Trường Đại học Văn Lang

DEVELOPING THE LOGISTICS SECTOR TO FACILITATE THE ECONOMIC GROWTH OF HO CHI MINH CITY AND THE SOUTHERN KEY ECONOMIC REGION

● **PhD. TRAN VAN THIEN**

Van Lang University

ABSTRACT:

In the context of global integration, supporting industry products play a key role in product chains of multinational manufacturing companies. The logistics industry connects different manufacturing parts in the international production system. The value of logistics services is counted in the regional and global industrial production values. The logistics industry also plays an important role in the economic growth of a region or a country. As a result, it is essential to invest more into the logistics sector in Ho Chi Minh City in particular and in the Southern key economic region of Vietnam in general.

Keywords: logistics, enterprise, transportation infrastructure, supply chain, digital transformation, Ho Chi Minh City, Southern key economic region.

PHÁT TRIỂN TIỂU THỦ CÔNG NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN NAM ĐÔNG, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

● NGUYỄN QUANG PHỤC

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp nhằm phát triển ngành tiểu thủ công nghiệp (TTCN) tại huyện Nam Đông, tỉnh Thừa Thiên Huế. Kết quả nghiên cứu chỉ ra sự thay đổi theo hướng tích cực về số lượng và chất lượng trong sản xuất và kinh doanh của các cơ sở TTCN huyện Nam Đông. Tuy còn nhiều hạn chế về quy mô và năng lực quản lý, nhưng với việc chú trọng phát triển TTCN góp phần bảo tồn giá trị văn hóa, tạo việc làm và cải thiện sinh kế cho người dân địa phương. Từ đó, đề xuất một số hàm ý chính sách về quy hoạch, đào tạo nguồn nhân lực, huy động nguồn vốn đầu tư và đổi mới công nghệ đã được gợi mở nhằm phát triển TTCN tại địa bàn nghiên cứu trong thời gian tới.

Từ khóa: tiểu thủ công nghiệp, huyện Nam Đông, tỉnh Thừa Thiên Huế.

1. Đặt vấn đề

Nam Đông là một huyện miền núi của tỉnh Thừa Thiên Huế, cách TP. Huế khoảng 50 km về phía Tây Nam. Toàn Huyện có 10 xã và 01 thị trấn với tổng dân số là 24.815 người, trong đó 44,5% dân số là đồng bào dân tộc thiểu số bao gồm Tà ôi, Pa cô, Pa hy và Vân kiều. Toàn Huyện có 64.782 ha đất tự nhiên nhưng trên 90% là diện tích đồi núi, còn lại rất ít là bãi bồi ven sông suối (UBND huyện Nam Đông, 2021).

Tuy có nhiều khó khăn về điều kiện tự nhiên và đặc điểm dân cư nhưng kinh tế - xã hội của huyện Nam Đông vẫn tăng trưởng ổn định. Tổng giá trị sản xuất năm 2021 tăng 14% so với năm 2019, cơ cấu kinh tế phù hợp với nông nghiệp chiếm 36,8%, công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp chiếm 42,6% và dịch vụ chiếm 34,8%. Về xã hội, số hộ nghèo đã giảm từ 533 hộ năm 2019 về 325 hộ năm 2021, cơ sở hạ tầng được đầu tư xây dựng theo hướng kiên cố

và từng bước hiện đại, bản sắc văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số được giữ gìn và phát huy, đời sống người dân từng bước được cải thiện tốt hơn (UBND huyện Nam Đông, 2019 và 2021).

Có được những thành tựu như trên, ngoài hiệu quả mang lại từ chính sách đầu tư phát triển của Nhà nước phải kể đến những đóng góp đáng kể của ngành TTCN trong giải quyết việc làm, cải thiện sinh kế, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa của địa phương. Theo số liệu thống kê, toàn huyện năm 2021 có 288 cơ sở TTCN thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau như Dệt may, Chế biến nông sản, Cơ khí, Sản xuất vật liệu xây dựng... Năm 2021, ngành TTCN đã tạo việc làm trực tiếp cho 1.664 lao động địa phương và tạo ra giá trị sản xuất tương ứng 450 tỷ đồng (UBND huyện Nam Đông, 2021). Bên cạnh những thành tựu, ngành TTCN tại huyện Nam Đông cũng đang đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức như công nghệ chậm đổi mới, quy mô sản xuất

nhỏ và siêu nhỏ, khó khăn trong tiếp cận thị trường tiêu thụ, năng lực quản lý và trình độ lao động chưa cao... Thực tế này đòi hỏi cần có một nghiên cứu để đánh giá thực trạng phát triển, nhận diện những khó khăn thách thức, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm phát triển ngành TTCN tại huyện Nam Đông trong thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Số liệu, thông tin thứ cấp, được thu thập từ các báo cáo tổng kết hàng năm về phát triển kinh tế - xã hội nói chung và TTCN nói riêng của UBND huyện Nam Đông giai đoạn 2019 - 2021. Ngoài ra, các văn bản pháp quy, số liệu thống kê, các nghiên cứu được công bố chính thức trên các tạp chí gần đây cũng được sử dụng trong nghiên cứu này.

Để có thêm luận chứng trong việc đề xuất các giải pháp, chúng tôi tiến hành khảo sát 75 cơ sở TTCN bằng bảng hỏi trong tổng số 288 cơ sở bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên. Danh sách 288 cơ sở TTCN được cung cấp bởi phòng Thống kê - Hạ tầng huyện Nam Đông. Các cơ sở được khảo sát thuộc các nhóm ngành có thế mạnh trên địa bàn huyện Nam Đông, bao gồm dệt may (25 cơ sở), chế biến nông sản thực phẩm (20 cơ sở), sản xuất cơ khí và chế biến lâm sản mỗi nhóm khảo sát 15 cơ sở.

Số liệu sau khi thu thập được xử lý và phân tích trên phần mềm Excel. Phương pháp tổng hợp, phương pháp so sánh, phương pháp thống kê mô tả được áp dụng để phân tích số liệu, thông tin.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Tình hình phát triển tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn huyện Nam Đông

- Về số lượng, đến cuối năm 2021, huyện Nam

Đông có 288 cơ sở TTCN, không có biến động nhiều về số lượng cơ sở TTCN so với những năm trước. Lĩnh vực có nhiều cơ sở TTCN nhất bao gồm chế biến nông lâm sản, may mặc, cơ khí. Đa phần các cơ sở TTCN có quy mô rất nhỏ, chủ yếu là loại hình kinh tế cá thể, năng lực quản lý hạn chế, theo kiểu gia đình - công tác quản lý sản xuất chủ yếu là chủ cơ sở trực tiếp điều hành. Việc sử dụng lao động thuê chủ yếu là lao động thời vụ, trình độ sản xuất còn đơn giản, phần lớn là truyền nghề từ gia đình và từ người khác.

- Về lao động, số liệu thống kê cho thấy, toàn huyện có 1.664 lao động đang làm việc trong lĩnh vực tiểu thủ công nghiệp và không có biến động nhiều trong thời gian qua nhưng nhìn chung sự thay đổi đang diễn ra theo chiều hướng tích cực. Lao động làm việc trong các cơ sở khai khoáng năm 2020 giảm mạnh so với năm 2019, từ 97 người xuống còn 30 người, giảm 69,07%. Lao động trong các cơ sở dệt may mặc tăng nhiều nhất, tăng từ 301 lao động năm 2019 lên 620 lao động năm 2021, tăng 105,9% so với năm 2019. Tuy nhiên, số lượng lao động bình quân/cơ sở thấp, chủ yếu từ 4-5 lao động. Điều này cho thấy, đa phần cơ sở TTCN tại Nam Đông có quy mô nhỏ và siêu nhỏ.

- Về nguồn vốn sản xuất kinh doanh, theo báo cáo của UBND huyện Nam Đông, vốn bình quân trên một cơ sở TTCN là khá nhỏ, đạt 150 triệu/cơ sở và 26 triệu đồng/lao động. Tuy nhiên, nhìn chung vốn sản xuất - kinh doanh của các cơ sở trong giai đoạn 2019-2021 tăng từ 34.673 triệu đồng tăng lên 43.377 triệu đồng. Nguồn vốn tập trung đầu tư vào các ngành có nhu cầu đầu tư đổi mới công nghệ,

Bảng 1. Số lượng cơ sở TTCN tại Nam Đông giai đoạn 2019-2021

TT	Ngành nghề	Năm			2020/2019		2021/2020	
		2019	2020	2021	(+/-)	(%)	(+/-)	(%)
1	Khai thác	2	2	2	0	0,00	0	0,00
2	Chế biến nông, lâm sản	22	27	28	5	22,73	1	3,70
3	Dệt, may mặc	29	29	32	0	0,00	3	10,34
4	Vật liệu xây dựng	2	2	2	0	0,00	0	0,00
5	Cơ khí	28	31	30	3	10,71	-1	-3,23
6	Khác	199	195	194	-4	-2,01	-1	-0,51
	Tổng số	282	286	288	4	1,42	2	0,70

Nguồn: Báo cáo của phòng Thống kê - Hạ tầng, 2021

thiết bị máy móc vào sản xuất như: sản xuất cơ khí, đúc kim loại phục vụ nông nghiệp nông thôn, thủ công mỹ nghệ từ các sản phẩm có lợi thế vùng nguyên liệu trên địa bàn như gỗ, sản phẩm từ tre nứa,... đặc biệt là phát triển sản xuất các sản phẩm vật liệu xây dựng không nung.

- Về kết quả sản xuất, ngành TTCN có nhiều chuyển biến tích cực, góp phần to lớn trong tăng trưởng của huyện nhờ duy trì tốc độ tăng trưởng khá cao, bình quân khoảng 6,4%/năm trong giai đoạn 2019-2021. Tuy nhiên, trình độ phát triển của ngành chưa đồng đều và chưa thật sự bền vững; còn mang tính sản xuất nhỏ lẻ, khả năng liên kết hợp tác còn nhiều hạn chế, trang thiết bị công nghệ chậm đầu tư đổi mới, đặc biệt là ngành sản xuất vật liệu xây dựng và chế biến khoáng sản, dệt may. Số liệu thống kê cho thấy, tổng giá trị sản xuất năm 2021 đạt 426.856 triệu đồng, bình quân đạt 1.426 triệu đồng/cơ sở. Giá trị sản xuất của nhóm ngành dệt may năm 2021 tăng mạnh đạt 68.550 triệu đồng, tăng 21.350 triệu đồng so với năm 2021, tương ứng tăng 45,3%; trong khi nhóm khai thác vật liệu xây dựng và chế biến nông lâm sản có xu hướng giảm mạnh. Điều này cho thấy năng lực cạnh tranh của các sản phẩm TTCN ngành Vật liệu xây dựng và Chế biến chưa cao, một phần do chi phí vận chuyển cao, một phần do công nghệ và trình độ sản xuất còn lạc hậu.

3.2. Đánh giá thực trạng phát triển các cơ sở tiểu thủ công nghiệp được chọn khảo sát

3.2.1. Đặc điểm chung của chủ cơ sở tiểu thủ công nghiệp

Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn chủ các cơ sở TTCN có trình độ từ cấp 3 trở xuống. Chủ cơ sở của nhóm ngành Dệt may có trình độ từ trung cấp trở lên chiếm tỷ lệ lớn nhất, gần 30% so với nhóm ngành Chế biến nông sản, Chế biến lâm sản, Cơ khí - chỉ chiếm từ 10 đến 13%. Về giới tính, có đến 77,3% chủ cơ sở là nam giới, đặc biệt là ngành Cơ khí và Chế biến lâm sản có chủ cơ sở là nam lần lượt chiếm 100% và 93,3%, trong khi đó chủ cơ sở ngành Chế biến nông sản đa phần là nữ giới, chiếm 55%. Điều này phản ánh đúng đặc thù của từng ngành cũng như văn hóa ở nông thôn khi nam giới vừa là chủ gia đình, vừa là chủ cơ sở sản xuất. Ngoài ra, số liệu khảo sát cũng cho thấy độ tuổi bình quân của các chủ cơ sở TTCN dao động từ 39,2 đến 43,4 tuổi - đây là độ tuổi không còn trẻ và có nhiều kinh nghiệm trong khi ra các quyết định

trong sản xuất - kinh doanh. Về năng lực quản lý và năng lực chuyên môn, 76% chủ cơ sở ngành Dệt may đã được đào tạo chuyên môn và kiến thức quản lý, tiếp đến là nhóm ngành Cơ khí với 53,3%, thấp nhất là ngành Chế biến nông sản với 15% chủ cơ sở được đào tạo.

3.2.2. Nguồn lực sản xuất kinh doanh của các cơ sở tiểu thủ công nghiệp

- Về lao động, nhóm cơ sở thuộc ngành Dệt may có tổng số lượng lao động và số lao động bình quân trên một cơ sở là lớn nhất (49,48 lao động), tiếp đến là ngành Chế biến nông sản (12,80 lao động) và thấp nhất là ngành Cơ khí (7,27 lao động). Dệt may và Chế biến nông sản đòi hỏi người lao động phải có đức tính cẩn thận và tinh thần chịu khó, nên tỷ lệ lao động nữ làm việc trong 2 ngành này tương đối cao, tương đương 79,87% và 62,11%. Ngược lại, vì công việc trong nhóm ngành Cơ khí và Chế biến lâm sản thường rất nặng, nên đòi hỏi người lao động phải có sức khỏe tốt, vì vậy lao động nam chiếm tỷ lệ cao hơn, tương ứng 93,58% và 93,29%. Mặc dù quy mô của các cơ sở TTCN tại Nam Đông chưa lớn, nhưng hầu hết các cơ sở đều thuê lao động bên ngoài, tỷ lệ lao động gia đình chỉ chiếm từ 7% đến 35%. Đây là một tín hiệu tích cực trong giải quyết việc làm cho lao động địa phương, đặc biệt là lao động dưới 40 tuổi. Số liệu thống kê cho thấy, hơn 65% lao động đang làm việc tại các cơ sở TTCN có độ tuổi dưới 40, tỷ lệ này đối với nhóm ngành Dệt may cao nhất (82%).

- Về mặt bằng, máy móc và thiết bị sản xuất, trong số 25 cơ sở dệt may tham gia khảo sát, có 6 doanh nghiệp có diện tích cơ sở sản xuất rộng hơn 500m² và 11 cơ sở có diện tích từ 200m² đến 500m². Chỉ có 7 cơ sở đang áp dụng máy móc và trang thiết bị ở mức độ hiện đại, 18 cơ sở được đánh giá ở mức bình thường trở xuống. Đây cũng chính là điểm yếu chung của các cơ sở TTCN trên địa bàn huyện Nam Đông. Đối với các cơ sở chế biến nông sản, có đến 40% số cơ sở có diện tích sản xuất - kinh doanh trên 500m², nhưng máy móc và trang thiết bị sản xuất thì đa số ở mức độ trung bình, chiếm 65%. Do đặc thù của cơ khí nông thôn là chủ yếu sản xuất những nông cụ (cuốc, xẻng, xe kéo), nội thất dân dụng (cửa sắt, cổng sắt, tủ bàn...), nên nhu cầu trang bị công nghệ hiện đại chưa cấp thiết, cũng như nhu cầu về mặt bằng sản xuất không lớn. Kết quả khảo sát cho thấy, có đến 53% số cơ sở có

diện tích sản xuất dưới 200m². Ngược lại, trên 53% số cơ sở chế biến lâm sản được khảo sát có mặt bằng sản xuất trên 500m² và gần 50% số cơ sở có thiết bị máy móc, kỹ thuật ở mức độ hiện đại.

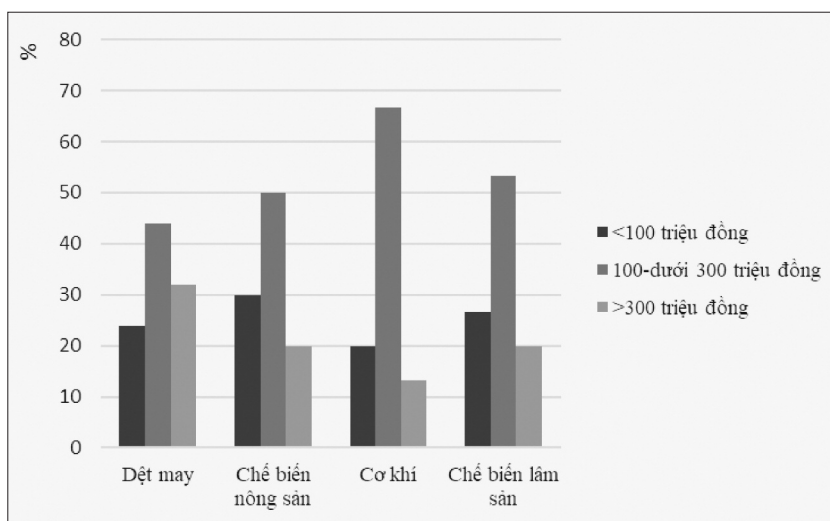
- *Vốn sản xuất - kinh doanh bình quân của mỗi cơ sở TTCN tham gia khảo sát là không quá cao*, hơn 260 triệu đồng. Cụ thể, nhóm Dệt may có vốn sản xuất lớn nhất, bình quân 317,7 triệu đồng/cơ sở, tiếp đến nhóm ngành Cơ khí và Chế biến lâm sản (tương ứng 243,6 triệu đồng và 288,1 triệu đồng/cơ sở), thấp nhất là nhóm ngành Chế biến nông sản với quy mô vốn bình quân là 211,4 triệu đồng/cơ sở. Số cơ sở có quy mô vốn trên 300 triệu đồng chiếm tỷ lệ khiêm tốn (22,6%). Nhìn chung, vốn sản xuất của các cơ sở TTCN được khảo sát chủ yếu là quy mô nhỏ, điều này ảnh hưởng đáng kể đến khả năng mở rộng quy mô sản xuất, cũng như nâng cao năng lực về trang thiết bị hiện đại trong tương lai. (Hình 1)

3.2.3. Thị trường tiêu thụ và kết quả kinh sản xuất - kinh doanh của các cơ sở tiểu thủ công nghiệp

Số liệu khảo sát cho thấy cơ cấu thị trường tiêu thụ sản phẩm giữa các cơ sở là khá đa dạng, nhưng chủ yếu vẫn chỉ tiêu thụ trong phạm vi tỉnh Thừa Thiên Huế. Hơn 80% sản phẩm của dệt may và cơ khí tiêu thụ trong các huyện, thị xã và thành phố của tỉnh Thừa Thiên Huế. Tỷ lệ này đối với cơ sở chế biến nông sản và chế biến lâm sản là 49,1% và 55,2%. Một số sản phẩm của dệt may, chế biến nông sản (cau sấy khô, chè sấy khô), lâm sản (gỗ dăm, cửa gỗ) bước đầu thâm nhập vào thị trường nước ngoài như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và châu Âu. Tuy nhiên, giá trị xuất khẩu hiện nay chưa đáng kể, tương ứng chiếm gần 2,4%, 11,3% và 4,5% tổng giá trị sản xuất. Tuy vậy, đây là một dấu hiệu tích cực cho thấy những sản phẩm TTCN của huyện Nam Đông có khả năng đáp ứng thị trường quốc tế và có triển vọng phát triển nếu có sự đầu tư thỏa đáng trong tương lai.

Kết quả khảo sát cho thấy, thu nhập bình quân của 1 cơ sở TTCN dao động từ 135 triệu đồng đến

Hình 1: Quy mô vốn sản xuất - kinh doanh của các cơ sở TTCN



Nguồn: Số liệu khảo sát các cơ sở TTCN, 2021

256 triệu đồng trong năm 2021. Trong đó, cơ sở chế biến lâm sản có thu nhập cao nhất (256 triệu đồng), tiếp đến nhóm dệt may (205 triệu đồng), cơ khí (194 triệu đồng) và thấp nhất là các cơ sở thuộc ngành Chế biến nông sản (135 triệu đồng).

3.3. Giải pháp phát triển các cơ sở tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn huyện Nam Đông

3.3.1. Quy hoạch phát triển tiểu thủ công nghiệp

Thực tế cho thấy, các ngành nghề TTCN phát triển tự phát, nhỏ lẻ và phân tán, chưa được quy hoạch và thiếu định hướng phát triển. Vì vậy, xây dựng các phương án quy hoạch, đặc biệt là quy hoạch các tiểu ngành TTCN có ý nghĩa quan trọng, giúp các nhà quản lý địa phương có đủ cơ sở khoa học để hoạch định chính sách và kế hoạch phát triển. Việc quy hoạch cần tập trung vào các hướng chủ đạo sau đây: (i) Quy hoạch phát triển theo các tiểu ngành, đặc biệt là tiểu ngành chế biến nông sản, chế biến lâm sản. Đây là 2 nhóm ngành có nhiều lợi thế của địa phương xét trên khía cạnh truyền thống, nguyên liệu và lao động sẵn có. Ngoài quy hoạch không gian, quy mô của các tiểu ngành, thì phát triển vùng nguyên liệu là một thành phần không thể thiếu trong công tác này; (ii) Phát triển mô hình sản xuất theo cụm để tạo ra sự liên kết giữa các đơn vị cung ứng, các nhà sản xuất, nhà phân phối. Theo đó, cần quy hoạch và xây dựng cụm công nghiệp, làng nghề với hạ tầng đồng bộ để bố trí mặt bằng sản xuất - kinh doanh cho các cơ sở TTCN.

3.3.2. Đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho các cơ sở tiểu thủ công nghiệp

Để đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong lĩnh vực TTCN, chính quyền địa phương, cụ thể là UBND huyện cần có một chương trình hỗ trợ đào tạo nghề cho khu vực nông thôn một cách toàn diện, bao gồm đào tạo kiến thức quản lý kinh doanh cho chủ cơ sở, đào tạo chuyên môn cho đội ngũ quản lý trung gian và đào tạo kỹ thuật, bồi dưỡng tay nghề cho người lao động. Về hình thức đào tạo cần tập trung vào các hình thức sau: (i) Tổ chức đào tạo thông qua các lớp tập huấn ngắn hạn cho các chủ cơ sở. Đây là các lớp bồi dưỡng kiến thức ngành nghề, kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, kế toán tài chính, kinh tế, quản lý, thị trường, tiếp thị; (ii) Đào tạo thông qua các Trung tâm thông tin và tư vấn cho các chủ doanh nghiệp. Đây là hình thức mới được hình thành trong những năm gần đây, vì nhu cầu tư vấn của các doanh nghiệp nhỏ ở nông thôn rất lớn.

3.3.3. Huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn trong phát triển tiểu thủ công nghiệp

Nguồn vốn của các cơ sở TTCN chủ yếu là vốn tự có, quy mô nhỏ và luôn thiếu vốn để đầu tư đổi mới công nghệ kỹ thuật, cải tạo hệ thống nhà xưởng và mua sắm trang thiết bị phục vụ phát triển sản xuất. Vì vậy, trước hết, cần sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn đầu tư từ ngân sách cho những công trình, dự án hạ tầng kỹ thuật trong các khu, cụm CN - TTCN và làng nghề. Hình thành các nguồn vốn khuyến công cho vay hỗ trợ lãi suất thấp, cho vay theo chương trình mục tiêu, không cho vay tràn lan, thời gian vay dài hơn. Các tổ chức tài chính cần có chính sách ưu tiên và đơn giản hóa các thủ tục cho vay, các điều kiện thế chấp, nhằm giúp các cơ sở TTCN quy mô nhỏ và siêu nhỏ tiếp cận được nguồn vốn vay.

3.3.4. Tăng cường ứng dụng kỹ thuật và công nghệ tiên tiến vào sản xuất tiểu thủ công nghiệp

Thực tế cho thấy, các cơ sở TTCN tại Nam Đông tổ chức sản xuất với trình độ thủ công, bán cơ khí và công nghệ chậm đổi mới, cho nên năng suất và chất lượng sản phẩm chưa cao. Vì vậy, UBND huyện nên tiếp tục vận động và khuyến khích các cơ sở

đầu tư đổi mới kỹ thuật và công nghệ trong sản xuất, nhất là nhóm ngành Chế biến lâm sản, Khai thác vật liệu xây dựng. Đổi mới kỹ thuật và công nghệ là vấn đề tự lực của các cơ sở, Nhà nước chỉ đóng vai trò hỗ trợ, tạo các điều kiện thuận lợi để họ tiếp cận dễ dàng; Khuyến khích việc phát triển mạnh dịch vụ tư vấn chuyển giao khoa học công nghệ; Tăng cường các mối quan hệ hợp tác, liên kết giữa các trường đại học, các cơ quan nghiên cứu hay các trung tâm ứng dụng công nghệ, các trung tâm nghiên cứu với các cơ sở TTCN trong việc thử nghiệm, chuyển giao ứng dụng kỹ thuật và công nghệ mới.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự thay đổi theo chiều hướng tích cực về số lượng cơ sở TTCN cũng như chất lượng của quá trình sản xuất - kinh doanh trong những năm gần đây. Một số sản phẩm như viên nén, gỗ rừng trồng, cau sấy khô, hàng may mặc đã không những có khả năng cạnh tranh tốt ở thị trường nội địa, mà còn xuất khẩu đến thị trường châu Âu, Trung Quốc và Hàn Quốc. Tuy vậy, nhìn chung, quy mô (lao động, vốn, mặt bằng sản xuất...) của các cơ sở TTCN còn nhỏ, chủ yếu dưới hình thức hộ gia đình, tổ chức hoạt động theo kiểu tự phát, ít có sự liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Năng lực điều hành, quản lý của chủ cơ sở còn nhiều hạn chế. Kỹ thuật và công nghệ sản xuất còn lạc hậu, chậm đổi mới. Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ đến năng suất, chất lượng sản phẩm và kết quả sản xuất - kinh doanh của các cơ sở TTCN.

Để phát triển TTCN tại huyện Nam Đông trong thời gian tới, chính quyền địa phương cần thực hiện đồng bộ nhiều nhóm giải pháp, như: quy hoạch, đào tạo nguồn nhân lực, nguồn vốn và kỹ thuật, công nghệ. Trong đó, cần ưu tiên thực hiện công tác quy hoạch phát triển các tiểu ngành có lợi thế của địa phương như chế biến nông, lâm sản. Quy hoạch phải gắn với phát triển vùng nguyên liệu và tăng cường sự liên kết. Bên cạnh đó, cũng nên ưu tiên tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn và tư vấn, nhằm nâng cao năng lực quản lý cho các chủ cơ sở TTCN ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Văn Vượng (2002). *Làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam*. Hà Nội: NXB Văn hóa Thông tin.

2. Hoàng Ngọc Hòa, Phạm Châu Long, Nguyễn Văn Thọ (2001). *Phát triển công nghiệp nông thôn ở đồng bằng sông Cửu Long theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.
3. Lê Xuân Thanh (2017). *Phát triển tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn quận Ngũ hành Sơn thành phố Đà Nẵng*. Luận văn Thạc sỹ Kinh tế phát triển, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.
4. Nguyễn Đình Phan (2005). Vấn đề phát triển nghề tiểu thủ công nghiệp trong quá trình hội nhập. *Tạp chí Khuyến công*, 11(2), 7-9.
5. Nguyễn Văn Phúc (2004). *Công nghiệp hóa nông thôn Việt Nam thực trạng và giải pháp phát triển*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.
6. Nguyễn Văn Song, Trần Anh Tuyên, Nguyễn Công Tiệp, Thái Văn Hà (2021). Phát triển tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn huyện Kim Sơn, tỉnh Ninh Bình. *Tạp chí Công Thương*, Số 26, tháng 11.
7. Trần Minh Huân, Phạm Thanh Tùng (2007). Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống ở một số nước châu Á. *Tạp chí Công nghiệp*, 6(1), 53-54.
8. UBND huyện Nam Đông (2019, 2020, 2021). *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội và phương hướng nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội*.

Ngày nhận bài: 18/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/12/2022

Thông tin tác giả:

NGUYỄN QUANG PHỤC

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

DEVELOPING THE HANDICRAFT INDUSTRY IN NAM DONG DISTRICT, THUA THIEN HUE PROVINCE

● NGUYEN QUANG PHUC

University of Economics, Hue University

ABSTRACT:

This study assesses the current development of the handicraft industry in Nam Dong district, Thua Thien Hue province. The study's results reveals the improvement in terms of quantity and quality of handicraft businesses in Nam Dong district. Although the district has limitations about the scales and management capacity, the development of handicraft industry has significantly contributed to the local cultural value protection, job creation and livelihood improvement. Based on these results, the study proposes some policy implications about the planning and training human resource, the investment mobilization, and the technological innovation to facilitate Nam Dong district's handicraft industry.

Keywords: handicraft industry, Nam Dong district, Thua Thien Hue province.

NHỮNG THÁCH THỨC TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ TRE LUỒNG TỈNH THANH HÓA

● TRẦN VĂN HIỆP - LÊ MINH THỐNG - NGUYỄN THANH THỦY

TÓM TẮT:

Tre đóng góp quan trọng trong việc tăng sinh kế cho nhóm dân tộc đồng bào thiểu số tại các huyện miền núi của tỉnh Thanh Hóa và trong bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu. Tuy nhiên, việc phát triển chuỗi giá trị tre luồng còn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là sự phối hợp giữa các tác nhân và năng lực các tác nhân trong chuỗi. Bài báo chỉ ra những nút thắt trong việc nâng cao năng lực của chuỗi giá trị tre luồng tỉnh Thanh Hóa. Cả 2 nguồn số liệu thứ cấp và sơ cấp được thu thập để phân tích cho bài báo. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn sâu các tác nhân trong chuỗi, thảo luận nhóm và quan sát. Kết quả nghiên cứu cho thấy người dân có nhận thức yếu về trồng và khai thác bền vững, người trồng luồng không nhận được sự hỗ trợ từ doanh nghiệp chế biến tre. Các doanh nghiệp chế biến thiếu vốn để đầu tư vào máy móc, công nghệ và việc tiếp cận thị trường của các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn.

Từ khóa: trồng tre, khai thác tre, công nghệ chế biến tre, tre luồng, tỉnh Thanh Hóa.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam hiện nay là quốc gia có diện tích tre lớn thứ tư trên thế giới với diện tích khoảng 1,5 triệu ha, trong đó hơn 74.000 ha là diện tích tre trồng, chỉ đứng sau Trung Quốc, Ấn Độ và Myanmar. Tre được sử dụng với nhiều mục đích khác nhau như làm nhà, cây chống nông nghiệp và xây dựng, sản xuất đũa, giấy, nội thất và hàng thủ công mỹ nghệ.

Tre được đánh giá là sản phẩm lâm sản ngoài gỗ có giá trị nhất. Các nghiên cứu đã cho thấy vai trò quan trọng của tre đối với phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ môi trường (Benton, 2015; Chaowana, 2013). Tổng diện tích tre luồng của Việt Nam gần 1,5 triệu ha, chiếm khoảng 15% diện tích rừng tự nhiên với 216 loài tre thuộc 25 chi (Hiệp, 2021). Tre luồng được phân bố ở các tỉnh miền núi phía

Bắc như Thanh Hóa, Nghệ An, Hòa Bình, Sơn La, trong đó Thanh Hóa là tỉnh có diện tích tre lớn nhất hơn 208 nghìn ha (WWF, 2015).

Sản lượng tre khai thác hàng năm của Việt Nam khoảng 5,2 triệu tấn phục vụ cho nhiều mục đích khác nhau như xây dựng, làm nhà đũa, giấy, nội thất và hàng thủ công mỹ nghệ (Marsh and Demestre, 2008; WWF, 2015). Nhiều sản phẩm tre của Việt Nam được xuất khẩu sang các nước như Nhật Bản, Đài Loan, Mỹ và các nước châu Âu với giá trị xuất khẩu đạt 384 triệu USD (MOARD, 2019). Ngành công nghiệp tre của Việt Nam có tiềm năng phát triển với giá trị ước tính 1 tỷ USD do Việt Nam có vùng nguyên liệu lớn và thị trường sản phẩm tre công nghiệp được nhiều nước phát triển quan tâm. Tuy nhiên, diện tích tre được đánh giá ngày một giảm do thu nhập từ trồng tre không ổn

định, kém cạnh tranh so với các cây trồng khác, nên các hộ dân chuyển từ diện tích tre sang các cây trồng có thu nhập ổn định hơn như quế, cây kéo và cây nông nghiệp. Tre được khai thác thủ công, không đúng kỹ thuật, khai thác sớm và cạn kiệt, nên chất lượng tre giảm như đường kính giảm từ 2-3 cm và tỷ lệ măng mọc giảm 30% so với cách đây 10 năm (Hiep, 2021; Sass, 2018).

Việt Nam thiếu doanh nghiệp tre lớn để dẫn dắt thị trường, phát triển công nghệ. Các chính sách hỗ trợ cho ngành Tre chưa rõ ràng, còn chung với chính sách lâm nghiệp, thiếu Hiệp hội Tre quốc gia để định hướng và đưa ra chiến lược phát triển ngành Tre Việt Nam. Do đó, ngành công nghiệp Tre nói chung và chuỗi giá trị các sản phẩm tre tại Thanh Hóa gặp nhiều khó khăn để phát triển. Bài báo đề cập cụ thể những khó khăn trong việc phát triển chuỗi giá trị tre luồng tại tỉnh Thanh Hóa.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Khu vực nghiên cứu

Thanh Hóa là một trong những tỉnh lớn nhất của Việt Nam với diện tích tỉnh khoảng 11,129.48 km², trong đó chủ yếu là miền núi chiếm tới 75.44% diện tích toàn tỉnh. Dân số của tỉnh xấp xỉ 3,72 triệu người vào năm 2021 và dân tộc thiểu số chiếm đa số ở khu vực miền núi như dân tộc Mường, Thái, H'Mong, Dao, Thổ, Khơ-mú. Tre và mía là nguồn thu nhập chính của người địa phương ở khu vực miền núi. Tỉnh Thanh Hóa có diện tích lớn nhất cả nước với 200,000 ha rừng tre, trong đó có 71,000 ha luồng trồng, hàng năm tỉnh cung cấp ra thị trường khoảng 550 nghìn tấn tre (DOFA, 2015).

2.2. Phương pháp thu thập và phân tích số liệu

Số liệu bài báo được thu thập từ 2 nguồn thứ cấp và sơ cấp. Nguồn số liệu thứ cấp được thu thập thông qua báo cáo các dự án tre tại từ Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Thanh Hóa, các dự án tre quốc tế tại tỉnh và các bài báo khoa học liên quan chủ đề nghiên cứu. Nguồn số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn các thành phần trong chuỗi giá trị tre như 15 hộ dân có diện tích tre trên 3 ha, trên 10 năm kinh nghiệm, 5 thương lái tham gia trực tiếp vào việc thu mua tre từ các hộ dân và phân phối tới các doanh nghiệp và các đại lý tại các tỉnh và 2 doanh nghiệp chế biến tre luồng. Việc phỏng vấn tập trung vào một số chủ đề như hoạt động khai thác và thu mua, chế biến, chi phí trong quá trình sản xuất - kinh doanh, sự phối hợp

giữa các thành phần trong chuỗi giá trị tre, các chính sách hỗ trợ, thị trường cho các sản phẩm tre.

Một số phương pháp được áp dụng để phân tích số liệu bao gồm: phương pháp phân tích theo nội dung được sử dụng để đánh giá các hoạt động như hoạt động khai thác, chế biến, marketing, sự phối hợp giữa các thành phần trong chuỗi giá trị. Phương pháp so sánh được áp dụng để so sánh sự thay đổi của kết quả kinh doanh của các thành phần trong chuỗi theo các năm. Phương pháp thống kê được áp dụng để đánh giá sự biến động số liệu như giá, sản lượng khai thác, chi phí, doanh thu theo thời gian. Phương pháp hệ thống được áp dụng để hệ thống số liệu liên quan đến trồng, khai thác, vận chuyển, chế biến và tiêu thụ từ các nguồn số liệu thứ cấp.

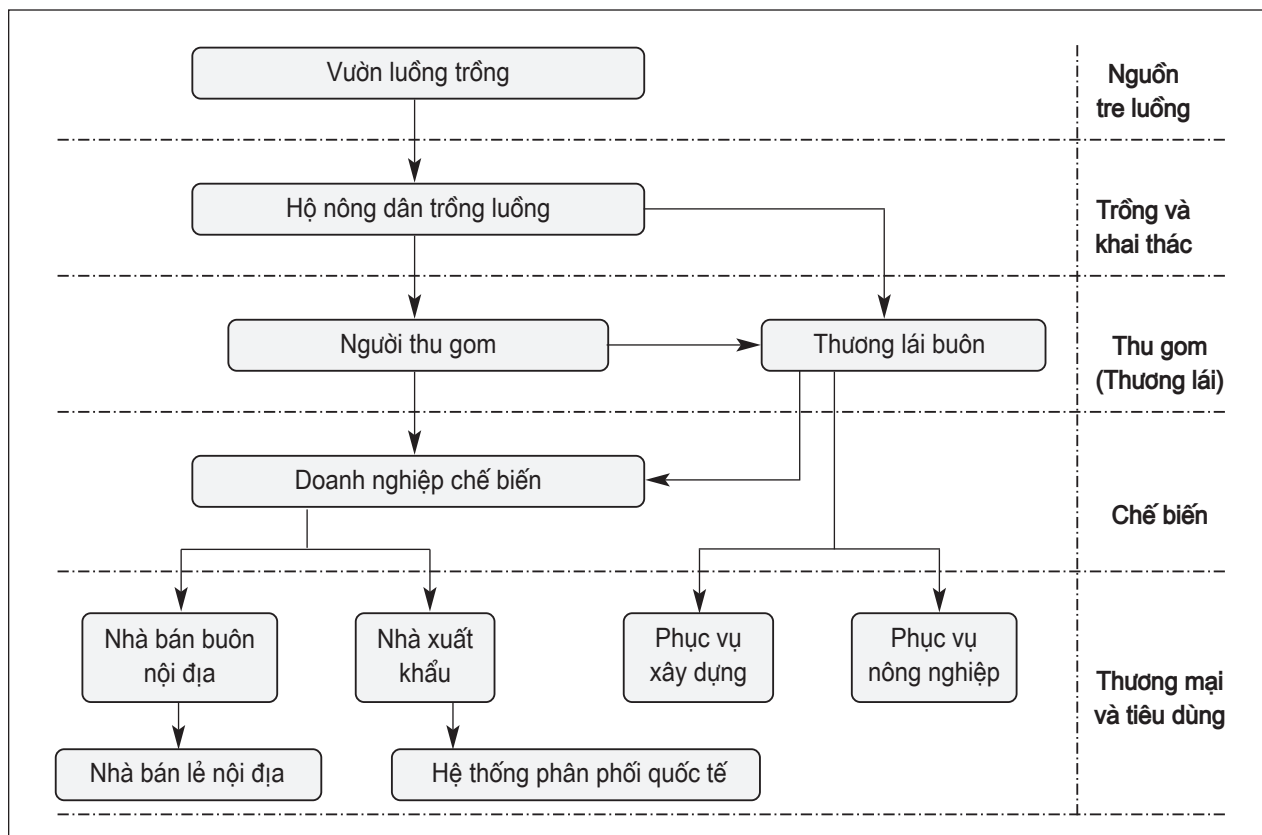
3. Những thách thức trong việc phát triển chuỗi giá trị tre luồng

3.1. Tổng quan về chuỗi giá trị tre luồng tỉnh Thanh Hóa

Luồng phân bố tập trung tại một số huyện miền núi tỉnh Thanh Hóa, theo đó 3 huyện có diện tích luồng lớn nhất gồm Quan Hóa, Bá Thước, Lang Chánh. Luồng có chất lượng thường được khai thác từ 2-3 tuổi, được sử dụng làm đũa và nội thất truyền thống. Tuy nhiên, do nhu cầu cao của thị trường giấy vàng mã về nguyên liệu luồng và nhận thức của người dân về khai thác bền vững thấp, nên luồng thường được khai thác sớm từ 1-1,5 tuổi. Vào tháng 12/2022, các hộ dân bán luồng chất lượng (đường kính trên 8 cm, tuổi từ 2-3 năm, dài trên 8 mét) bình quân bán cho các thương lái khoảng 900 đồng/kg tại vườn. Luồng nguyên liệu được các thương lái bán cho các doanh nghiệp chế biến và các đầu mối thu gom bình quân 1.100 đồng/kg. Giá bán tùy thuộc vào từng thời điểm, như vào mùa mưa và mùa măng mọc, nguyên liệu khó khai thác, giá luồng có thể tăng lên tới 1.300 đồng/kg. Luồng kém chất lượng có giá thấp hơn so với luồng chất lượng từ 200-300 đồng/kg. Luồng kém chất lượng được các thương lái thu gom bán cho các công ty sản xuất giấy và làm cọc chống xây dựng.

Hình 1 cho thấy sau khi luồng được khai thác đã được các thương lái thu mua tại vườn. Do địa hình đồi núi và chưa có đường khai thác, nên chi phí khai thác cao, các hộ dân thường thuê lao động địa phương để khai thác với chi phí khoán 50% doanh thu từ bán luồng. Sau khi luồng được thu gom từ các hộ dân, thương lái có một đội nhân công phân loại

Hình 1: Cấu trúc chuỗi giá trị luồng, tỉnh Thanh Hóa



Nguồn: Hiep, 2021

luồng với chất lượng khác nhau để đáp ứng theo các yêu cầu của từng khách hàng. Chỉ khoảng gần 40% nguyên liệu luồng phân phối tới các doanh nghiệp sản xuất dũa và giấy trên địa bàn tỉnh. Để sản xuất dũa, các doanh nghiệp yêu cầu luồng nguyên liệu có tuổi trên 2 năm, đường kính từ 8cm, các doanh nghiệp sản xuất giấy không có yêu cầu cụ thể chất lượng nguyên liệu và thường mua theo giá bình quân theo xe. Trên 60% nguyên liệu luồng được các thương lái địa phương phân phối tới các đại lý ở các tỉnh phía Bắc như Hà Nội, Hưng Yên, Thái Bình, Hà Nam để phục vụ cho nhu cầu xây dựng và làm nhà.

3.2. Những thách thức trong việc phát triển chuỗi giá trị tre luồng

3.2.1. Nguyên liệu tre luồng

Tỉnh Thanh Hóa có trên 200.000 ha tre luồng và hơn 70.000 ha là diện tích luồng trồng. Tuy nhiên, nhiều diện tích tre thuộc rừng tự nhiên, hoặc khu vực bảo tồn, nên không được khai thác. Khu vực nguyên liệu tre luồng được khai thác đang bị suy

thoái nghiêm trọng, như: xuất hiện tre nở hoa (lụi) trên nhiều diện tích, tỷ lệ tre bị sâu đục thân xuất hiện nhiều, tỷ lệ măng mọc giảm 30% và đường kính tre giảm 2 cm so với 10 năm trước, tre được khai thác sớm và quá mức, do nhận thức của người dân về khai thác bền vững hạn chế. Theo đánh giá của Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Quan Hóa, 1 ha luồng có thể cho sản lượng 16 tấn/năm. Tuy nhiên, tre luồng được khai thác thủ công bằng dao, nên năng suất khai thác thấp và chi phí nhân công khai thác cao. Việc áp dụng máy cưa vào khai thác gặp nhiều khó khăn do địa hình phức tạp, vườn luồng xa nhà dân nên việc vận chuyển máy cưa không thuận tiện, chi phí đầu tư máy cưa cao so với với thu nhập của hộ dân. Một nghiên cứu của Trường Đại học Lâm nghiệp cho thấy, nếu áp dụng máy cưa vào khai thác, năng suất khai thác có tăng 10 lần và chi phí khai thác giảm rất nhiều. Do địa hình đồi núi, đường khai thác chưa được đầu tư, nên việc vận chuyển tre được thực hiện chủ yếu thủ công bằng mang vác

trên vai người hoặc vận chuyển trên sông đóng theo bè. Baulch và các đồng nghiệp (2009) cho thấy phần lớn tre luồng sau khi thu hoạch được người dân vận chuyển bằng mang vác trên vai (87,8%) hoặc theo bè nổi trên sông (8,59%), xe tay kéo và thuyền chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ (3,7%).

3.2.2. Thu mua và chế biến tre luồng

Sau khi thu mua luồng từ các hộ dân, các thương lái không sơ chế luồng mà bán trực tiếp nguyên liệu luồng thô tới các doanh nghiệp và các đại lý tại các tỉnh. Các thương lái có quy mô nhỏ và có từ 1 đến 2 xe tải chuyên dụng để vận chuyển luồng từ điểm thu mua của người dân đến bãi tập kết của họ. Các thương lái không đăng ký giấy phép kinh doanh và không thuê lao động cố định, họ có mối quan hệ với các đội khai thác và đội bốc vác địa phương để thuê theo thời vụ.

Theo báo cáo của Sở Công Thương Thanh Hóa, năm 2015, toàn tỉnh có 126 cơ sở chế biến tre luồng, với 3 sản phẩm chính, gồm sản phẩm thủ công mỹ nghệ, đĩa dùng một lần và giấy vàng mã. Hơn 90% các sản phẩm thủ công mỹ nghệ được các doanh nghiệp xuất khẩu chủ yếu sang thị trường châu Âu và Mỹ, giấy vàng mã được các doanh nghiệp xuất khẩu tới 80% sang thị trường Đài Loan. Đĩa dùng một lần được tiêu thụ tại thị trường nội địa. Các doanh nghiệp có quy mô rất nhỏ, còn yếu trong việc tổ chức sản xuất, lập kế hoạch kinh doanh và phát triển chiến lược. Công nghệ chế biến lạc hậu, hầu hết máy móc nhập khẩu từ Trung Quốc trên 10 năm và hết khấu hao, nên năng suất thấp ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp sản xuất đùa cho rằng hệ số thu hồi nguyên liệu chỉ đạt khoảng 17% và trên 80% trở thành rác sản xuất, dẫn đến giá thành sản xuất cao.

Do quy mô nhỏ, kết quả kinh doanh yếu, thiếu tài sản thế chấp, nên các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn từ ngân hàng. Các doanh nghiệp cho rằng rất khó tiếp cận nguồn vốn vay để đầu tư vào sản xuất và máy móc do thủ tục vay vốn phức tạp và lãi suất vay vốn cao. Nguồn nhân lực tại các doanh nghiệp đang là vấn đề lớn. Do nhà máy đặt tại vùng nguyên liệu, khu vực miền núi với kinh tế kém phát triển, cơ sở hạ tầng yếu, nên khó thu hút được lao động qua đào tạo bài bản về làm việc, mức lương của doanh nghiệp tre thấp, bình quân chỉ đạt 4 triệu đồng/người/tháng, nên khó cạnh tranh và thu hút

lao động với các ngành khác. Lao động chủ yếu là lao động thời vụ, người dân tộc thiểu số chưa được đào tạo nghề.

3.2.3. Tiếp cận thị trường của các tác nhân trong chuỗi

Tỉnh Thanh Hóa đã thành lập Hiệp hội Tre luồng tháng 7 năm 2019 để tập hợp, kết nối, chia sẻ nguồn lực, thông tin thị trường giữa các thành phần trong chuỗi giá trị. Tuy nhiên, theo đánh giá của các doanh nghiệp, Hiệp hội Tre luồng của tỉnh hoạt động không hiệu quả, như thiếu các hoạt động triển khai, thông tin thị trường không được chia sẻ giữa các doanh nghiệp, không có định hướng phát triển sản phẩm và thị trường mục tiêu. Các hộ dân trồng tre phụ thuộc thông tin từ các thương lái và yếu tố trong việc xác định giá bán luồng.

Các doanh nghiệp chế biến tre do thiếu nhân lực và tài chính, nên hoạt động nghiên cứu thị trường không được thực hiện, thiếu liên kết với các tổ chức nghiên cứu thị trường để đánh giá dữ liệu về khách hàng. Các doanh nghiệp không triển khai các hoạt động marketing như thiếu website, không tham gia hội chợ triển lãm sản phẩm cấp tỉnh và quốc gia. Kênh phân phối sản phẩm phụ thuộc vào các công ty thương mại. Một số nghiên cứu cho thấy chính quyền đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến tre tiếp cận thị trường như thành lập trung tâm xúc tiến sản phẩm tre luồng để kết nối khách hàng với doanh nghiệp, quảng bá sản phẩm tre tới thị trường trong nước và quốc tế, đào tạo và hỗ trợ doanh nghiệp về marketing (Ibrahim and Mustapha, 2019).

3.2.4. Phối hợp giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị

Kết quả phỏng vấn cho thấy các thương lái là người địa phương nên có mối quan hệ tốt với các hộ dân, mặc dù không có hợp đồng thu mua chính thức giữa hộ dân và thương lái nhưng các thương lái có một số hoạt động hỗ trợ người trồng luồng như tạm ứng trước tiền cho các hộ gia đình khi họ có nhu cầu. Do không xây dựng hợp đồng thu mua giữa người dân trồng luồng và thương lái, nên người trồng luồng chịu nhiều rủi ro khi thị trường biến động và bị ép giá. Các hộ dân cho rằng họ không nhận được sự hỗ trợ từ các doanh nghiệp chế biến trong đào tạo kỹ thuật lâm sinh, tài chính, phân bón.

Bên cạnh đó, các thành phần trong chuỗi giá trị cũng còn thiếu sự phối hợp, như giữa các doanh

nghiệp giấy và đũa đã cạnh tranh trong việc thu mua nguyên liệu, doanh nghiệp giấy thu mua cả nguyên liệu luồng non (dưới 1 tuổi), dẫn đến luồng bị khai thác non, chưa đủ tuổi, làm ảnh hưởng đến khả năng sinh trưởng của măng. Các doanh nghiệp giấy cần phối hợp với các doanh nghiệp đũa để thu mua rác đũa sản xuất để làm nguyên liệu đầu vào, tận thu rác sản xuất để tăng hệ số thu hồi nguyên liệu trong chuỗi giá trị. Các thương lái cần sơ chế nguyên liệu để phân loại nguyên liệu tre luồng ngay từ đầu nguồn để cung cấp nguyên liệu phù hợp cho từng mục đích sản xuất, như: sản xuất đũa, sản xuất hàng thủ công và sản xuất giấy. Điều này sẽ làm tăng giá trị cây tre luồng và tạo thêm nhiều việc làm cho người dân địa phương. Theo báo cáo của huyện Quan Hóa, 2.369 ha rừng luồng của huyện đã được cấp chứng chỉ quản lý rừng bền vững (FSC). Đây là mô hình tốt để các hộ dân phối hợp với nhau, phối hợp với các thành phần trong chuỗi giá trị luồng để quản lý và khai thác bền vững diện tích rừng luồng được cấp chứng chỉ FSC, tăng thu nhập từ trồng luồng.

4. Kết luận và kiến nghị

Ba sản phẩm chính như đũa, giấy và hàng thủ công mỹ nghệ trong chuỗi giá trị luồng đóng góp

quan trọng vào sinh kế, phát triển xã hội cho bà con các huyện miền núi tỉnh Thanh Hóa. Tuy nhiên, chuỗi giá trị luồng gặp nhiều khó khăn để phát triển, như chất lượng tre luồng giảm, nhận thức của các hộ dân trong việc khai thác bền vững còn hạn chế, năng lực của các doanh nghiệp chế biến còn yếu về công nghệ, tổ chức sản xuất, nhân lực và các hoạt động marketing. Sự tương tác và phối hợp giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị hạn chế, nên khó tăng giá trị cho các sản phẩm tre.

Để nâng cao giá trị cho các sản phẩm tre và phát triển thành các chuỗi sản phẩm có giá trị cao, vùng nguyên liệu tre luồng cần được quy hoạch rõ và hỗ trợ người trồng về kỹ thuật lâm sinh và thị trường tiêu thụ cây luồng ổn định. Các thương lái tham gia sâu vào chuỗi thông qua việc phân loại, đầu tư vào máy móc để sơ chế nguyên liệu từ đầu nguồn. Các doanh nghiệp cần được hỗ trợ cải tiến công nghệ chế biến, nâng cao năng lực quản trị và tiếp cận nguồn vốn vay thuận lợi để đầu tư vào sản xuất. Chính quyền tỉnh và huyện cần hỗ trợ ngành Tre thông qua các chính sách, như: hỗ trợ người dân giống và phân bón, hỗ trợ doanh nghiệp hoạt động marketing để tiếp cận thị trường và bảo lãnh các khoản vay vốn cho các phần trong chuỗi giá trị ■

Lời cảm ơn:

Bài báo này được trích lược một phần từ đề tài nghiên cứu khoa học mã số T22-30. Tác giả chân thành cảm ơn Trường Đại học Mở - Địa chất đã hỗ trợ kinh phí cho dự án này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Baulch, B., Marsh, J., Nguyen, B.L., Nguyen, H.T., Vu, H.L., (2009). *Key findings from the second Thanh Hoa bamboo survey*. Prosper. Initiat.
2. Benton, A., (2015). Priority species of bamboo, in *Bamboo*. Springer, pp. 31–41.
3. Chaowana, P., (2013). Bamboo: An alternative raw material for wood and wood-based composites. *J. Mater. Sci. Res.* 2, 90.
4. DOFA, (2015). *Thực trạng chế biến Luồng tỉnh Thanh Hóa*. Sở Ngoại vụ Thanh Hóa Vietnam.
5. Hiep, T.V., (2021). *Key factors affecting small bamboo enterprises upgrading in North Vietnam: Case studies from Chuong My, Hanoi and Thanh Hoa province*. TU Dresd.
6. Ibrahim, M.I., Mustapha, B., (2019). Determinants of small and medium enterprises performance in Nigeria: The role of Government support policy. *Int. J. Bus. Econ. Res.* 8, 41–49.
7. Marsh, J., Demestre, T., (2008). *Development programme for the bamboo industry in North West Viet Nam*.
8. MOARD, (2019). Báo cáo: *Ngành công nghiệp chế biến, xuất khẩu gỗ, lâm sản năm 2018, thành công, bài học kinh nghiệm, giải pháp bứt phá năm 2019*. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Hà Nội, Việt Nam.

9. Sass, M., (2018). Quality criteria of *Dendrocalamus barbatus* raw material and products along the bamboo value chain in Thanh Hoa and Hanoi province, Vietnam: present state and prospects. Available at: <https://katalogbeta.slib-dresden.de/id/0021142524/detail>

10. WWF, (2015). *Bamboo supply chain analysis and recommendations for project interventions*. World Wildlife Fund, Hue, Vietnam.

Ngày nhận bài: 20/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/1/2023

Thông tin tác giả:

1. TRẦN VĂN HIỆP¹

2. LÊ MINH THỐNG¹

3. NGUYỄN THANH THỦY¹

¹Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Mỏ - Địa Chất

CHALLENGES IN THE DEVELOPMENT OF THE BAMBOO VALUE CHAIN IN THANH HOA PROVINCE

● TRAN VAN HIEP¹

● LE MINH THONG¹

● NGUYEN THANH THUY¹

¹Faculty of Economics and Business Administration,
Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

Bamboo plays an important role in the environment protection and climate change mitigation, and in the livelihoods of ethnic minorities in mountainous districts of Thanh Hoa province. However, the development of clumping giant bamboo (*Dendrocalamus barbatus*) value chain faces many difficulties including the poor coordination among stakeholders and the capability of stakeholders of the chain. This study points out the bottlenecks in the development of clumping giant bamboo value chain in Thanh Hoa province. The study uses both primary and secondary data. Primary data is collected through in-depth interviews with stakeholders of the chain, group discussions and observations. The study finds out that bamboo growers' awareness of sustainable planting and harvesting is quite low. In addition, bamboo growers have not yet received supports from bamboo processing enterprises. Bamboo processing enterprises face difficulties in accessing capital to improve their production and challenges of access to market.

Keywords: bamboo plantation, harvest bamboo, process bamboo, *Dendrocalamus barbatus*, Thanh Hoa province.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO TỈNH VĨNH PHÚC

● VŨ TUẤN ANH - LƯU BẢO TRÂM

TÓM TẮT:

Thương mại điện tử (TMĐT) có vai trò quan trọng trong nền kinh tế số, mở ra nhiều cơ hội và thách thức cho sự phát triển của nền kinh tế cả nước, trong đó có tỉnh Vĩnh Phúc, một tỉnh có tốc độ phát triển kinh tế và năng lực cạnh tranh cao trên cả nước. Trong giai đoạn 2016-2021, Vĩnh Phúc đã xây dựng được một nền tảng hạ tầng TMĐT vững chắc, cùng với việc đời sống người dân trong tỉnh được nâng cao. Mặc dù có nhiều tiềm lực, nhưng TMĐT của Vĩnh Phúc chưa thực sự phát triển xứng tầm. Nghiên cứu đã phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong phát triển TMĐT tại Vĩnh Phúc và đưa ra 5 giải pháp trung hạn giúp đẩy mạnh năng lực TMĐT của tỉnh trong bối cảnh phát triển kinh tế số.

Từ khóa: thương mại điện tử, tỉnh Vĩnh Phúc, sàn thương mại điện tử, kinh tế số.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử là một thành tố đóng vai trò chủ chốt của kinh tế số, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế. Số liệu thống kê cho thấy, doanh số TMĐT trên thế giới dự kiến sẽ tăng lên 6,54 nghìn tỷ USD vào năm 2022. Việt Nam được đánh giá là quốc gia có tốc độ phát triển TMĐT nhanh nhất thế giới. Trong giai đoạn 2014-2020, thị trường TMĐT Việt Nam có giá trị tăng trưởng trung bình đạt 41,3%/năm và tốc độ tăng trưởng đạt trung bình 37,7%/năm. Năm 2020, Việt Nam là nước duy nhất ở Đông Nam Á có tăng trưởng TMĐT 2 con số, với tốc độ tăng trưởng TMĐT đạt mức 18%, quy mô đạt 11,8 tỷ USD (Sách trắng TMĐT Việt Nam).

Vĩnh Phúc nằm trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, vùng thủ đô và là cầu nối giữa các tỉnh

phía Tây Bắc với Hà Nội. Năm 2021, GRDP của Vĩnh Phúc cao thứ 9 toàn quốc, và có tổng thu ngân sách đạt trên 32.000 tỷ đồng. Tổng doanh thu khu vực sản xuất, dịch vụ công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông và công nghệ số tại địa phương đạt 118.204 tỷ đồng, chiếm 18,7% tổng sản phẩm GRDP của tỉnh. Kết quả khả quan như vậy phải kể đến những nỗ lực của các Sở, Ngành và ý chí lãnh đạo địa phương trong phát triển cơ sở hạ tầng số và cơ chế địa phương phù hợp cho sự phát triển của chuyển đổi số và TMĐT. Mặc dù vậy, chỉ số tổng quát TMĐT Vĩnh Phúc đạt 23,9 điểm đứng thứ 11 trên toàn quốc. TMĐT theo hình thức B2B được xếp thứ hạng cao hơn B2C và chiếm lĩnh lần lượt vị trí thứ 9 và thứ 13 trên bảng thứ hạng. Số liệu này cho thấy, Vĩnh Phúc có nhiều dư địa về năng lực để phát triển TMĐT.

Bài viết này sẽ chỉ ra những tồn tại cần khắc phục và giải pháp cho TMĐT của Vĩnh Phúc trên cơ sở đánh giá 300 doanh nghiệp trên các lĩnh vực theo tiêu chí trang TMĐT của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử của Chính phủ, ban hành ngày 16 tháng 05 năm 2013 và Nghị định số 85/2021/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, ban hành ngày 25 tháng 9 năm 2021. Thêm nữa, bài viết cũng sẽ đánh giá số lượng sản phẩm bán từ Vĩnh Phúc trên sàn TMĐT Postmart.vn và 4 sàn TMĐT thông dụng tại Việt Nam: Lazada, Tiki, Shopee và Sendo.

2. Hạ tầng thương mại điện tử của Vĩnh Phúc

Vĩnh Phúc là tỉnh đồng bằng sông Hồng, có diện tích 1.715 km², với dân số khoảng 1,2 triệu người. Số lượng người dân trên địa bàn sử dụng điện thoại thông minh đạt 1.150.000 thuê bao, chiếm gần 86% số thuê bao di động, cao hơn mức trung bình chung của cả nước (75%). Số thuê bao internet băng thông rộng là 1.255.000 thuê bao (đạt tỷ lệ 82% số thuê bao băng rộng trên 100 dân), trong đó có 995.000 thuê bao Internet băng thông rộng di động, còn lại là số thuê bao băng rộng cố định (Báo cáo số 250/BC-STTTT, ngày 11/11/2022). Hạ tầng truyền dẫn trên đại bàn tỉnh được cấp quang hóa 100%. Các dịch vụ bưu chính viễn thông phát triển nhanh và những công nghệ lạc hậu đã dần bị thay thế bởi công nghệ tiên tiến. Hiện 100% cơ quan, đơn vị trong hệ thống chính trị 3 cấp tỉnh - huyện - xã đã được trang bị máy tính, mạng LAN, kết nối mạng số liệu chuyên dùng của Chính phủ. Thống kê cho thấy, 100% cán bộ, công chức cấp tỉnh, 95% cán bộ công chức cấp huyện và 80% cán bộ công chức cấp xã được trang bị máy tính để làm việc. Dịch vụ trực tuyến iGate được đưa vào hệ thống năm 2022 đã kết nối 746 dịch vụ công trực tuyến mức độ 3, mức độ 4 với Cổng Dịch vụ công quốc gia, tỷ lệ chữ ký số trên phần mềm quản lý văn bản đạt mức 98% và 100% doanh nghiệp vốn nước ngoài sử dụng phần mềm quản lý và giao dịch trực tuyến. Cũng theo khảo sát, việc sử dụng các phần mềm TMĐT như Shopee, Lazada, Tiki...vv và các mạng xã hội như Youtube, Facebook, Zalo, Instagram, Tiktok,

Twitter...vv của một bộ phận người dân Vĩnh Phúc đã trở nên phổ biến hơn, những phương thức thanh toán qua tài khoản hay ví điện tử cũng được khai thác và sử dụng rộng rãi hơn nhiều so với trước. Số liệu thống kê cho thấy, 100% các siêu thị, trung tâm thương mại có thiết bị thanh toán - POS không dùng tiền mặt; 55% người từ 15 tuổi trở lên có tài khoản giao dịch tại tổ chức tín dụng; 65% cá nhân, tổ chức sử dụng các kênh thanh toán điện tử.

3. Nhân lực phát triển thương mại điện tử tại Vĩnh Phúc

Với tỷ lệ người trên 15 tuổi đang lao động chiếm khoảng 54%, Vĩnh Phúc được cho là địa phương có nhiều tiềm lực về con người có thể phục vụ cho việc phát triển TMĐT. Tuy nhiên, tình trạng thiếu hụt trầm trọng những nhân lực có chuyên môn xảy ra chủ yếu trong cơ quan quản lý nhà nước, khi toàn tỉnh chỉ có 80% trong tổng số 106 cán bộ chuyên trách về công nghệ thông tin (CNTT) có bằng CNTT, hay trong tổng số 57 cơ quan hành chính của tỉnh chỉ có 35 cơ quan có cán bộ chuyên trách. Trên cơ sở thực trạng đó, tỉnh đã đưa ra một số giải pháp bao gồm: triển khai hoạt động bồi dưỡng kiến thức cho cán bộ, doanh nghiệp; đồng thời chủ động xây dựng những kế hoạch phổ cập kiến thức TMĐT với ngân sách huy động từ địa phương, cụ thể: tính từ năm 2014 cho tới nay, Tỉnh đã tổ chức 33 lớp tập huấn với tổng số 3500 lượt học viên tham gia. Việc tập huấn và đào tạo cán bộ, doanh nghiệp nhìn chung đem đến kết quả tốt, khắc phục được phần nào vấn đề thiếu hụt nhân lực có năng lực vận hành hệ thống CNTT. Hệ thống giáo dục và đào tạo tại Vĩnh Phúc cũng có những chuyển biến tích cực về chất lượng giảng dạy và học tập. Nhân lực ở tỉnh Vĩnh Phúc có tiềm năng cho việc mở rộng TMĐT, song cần nhiều nỗ lực hơn nữa trong việc đào tạo nâng cao và chuyên sâu kiến thức TMĐT tới cán bộ và cả người dân trên địa bàn.

4. Năng lực thương mại điện tử của doanh nghiệp Vĩnh Phúc

Áp dụng Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử của Chính phủ, ban hành ngày 16 tháng 05 năm 2013 và Nghị định số 85/2021/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013

của Chính phủ về thương mại điện tử, ban hành ngày 25 tháng 9 năm 2021, 300 doanh nghiệp trên tổng số 9.539 doanh nghiệp của địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc đã được khảo sát, đánh giá và hình thành cơ sở dữ liệu dựa trên những tiêu chí được ban hành trong Nghị định trên. Những thông tin được đúc kết sau khảo sát gồm nội dung sau:

Các phương thức TMĐT bao gồm các phân loại B2B, B2C, B2G, C2C, C2G được áp dụng một cách rất nhanh nhạy và khéo léo tại địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc. Thống kê cho thấy, địa phương này sở hữu 5.148 tên miền, trong đó Trung tâm Internet Việt Nam cung cấp 2.396 tên miền “.vn”, các tổ chức quốc tế cung cấp 2.752 tên miền. Mặc dù vậy, còn rất nhiều đơn vị để website ở trạng thái “treo”, không cập nhật thường xuyên và chỉ có một số Sở là có lượng thông tin khá đầy đủ.

Kết quả khảo sát (Bảng 1) cho thấy, chỉ khoảng 23% doanh nghiệp ở Vĩnh Phúc có trang web, trong đó tập trung nhiều nhất ở những ngành Sản xuất và Phân phối Điện, Khí đốt, Nước nóng, Hơi nước và Điều hòa không khí; Cung cấp nước; Hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải; Thông tin và Truyền thông; Y tế và hoạt động trợ giúp Xã hội; Nghệ thuật, Vui chơi và Giải trí. Trong khi đó, tỉ lệ các doanh nghiệp có trang web tương đối thấp trong các ngành dịch vụ Giáo dục và Đào tạo; Vận tải và Kho bãi; Dịch vụ lưu trú và ăn uống; Xây dựng... Người dân chủ yếu vẫn kinh doanh theo mô hình truyền thống và sử dụng mạng xã hội để tương tác với khách hàng.

Đặc biệt một số ngành như: Cung cấp nước; Hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải; Thông tin và Truyền thông; Y tế và hoạt động trợ giúp Xã hội; Nghệ thuật, Vui chơi và Giải trí, tỷ lệ doanh nghiệp thuộc những ngành này có trang web vượt trội hơn so với các ngành khác, nhưng các doanh nghiệp

này vẫn phát triển song song các kênh thông tin mạng xã hội (Youtube, Facebook, Zalo, Instagram, Tiktok, Twitter...). Trong khi đó, những doanh nghiệp thuộc ngành Xây dựng; Giáo dục và Đào tạo; Hoạt động Chuyên môn, Khoa học và Công nghệ có tỷ lệ sử dụng mạng xã hội thấp.

Xét theo tiêu chuẩn của một trang web TMĐT (Bảng 2), số lượng doanh nghiệp có chức năng thanh toán còn tương đối thấp, chủ yếu tập trung ở những ngành Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản; Dịch vụ Lưu trú và Ăn uống; Hoạt động Hành

Bảng 1. Tỷ lệ doanh nghiệp khảo sát có trang web phân theo ngành

Đơn vị tính: %

STT	Ngành	Tỷ lệ
1	Sản xuất và Phân phối điện, Khí đốt, Nước nóng, Hơi nước và Điều hòa không khí	100%
2	Cung cấp nước; Hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải	100%
3	Thông tin và Truyền thông	100%
4	Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	100%
5	Nghệ thuật, Vui chơi và Giải trí	100%
6	Công nghiệp Chế biến, Chế tạo	63.33%
7	Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản	50%
8	Khai khoáng	50%
9	Hoạt động Tài chính, Ngân hàng và Bảo hiểm	33.33%
10	Hoạt động Kinh doanh bất động sản	33.33%
11	Bán buôn và Bán lẻ; Sửa chữa Ô tô, Mô tô, Xe máy và xe có Động cơ khác	26.44%
12	Dịch vụ Lưu trú và Ăn uống	20%
13	Hoạt động Hành chính và Dịch vụ hỗ trợ	20%
14	Hoạt động Chuyên môn, Khoa học và Công nghệ	17.39%
15	Giáo dục và Đào tạo	16.67%
16	Vận tải Kho bãi	13.33%
17	Xây dựng	7.94%

Nguồn: Khảo sát của nhóm tư vấn Trường ĐH Kinh tế quốc dân

Bảng 2. Tỷ lệ doanh nghiệp khảo sát có chức năng mua bán trực tuyến

Đơn vị tính: %

STT	Ngành	Tỷ lệ
1	Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản	50.00%
2	Dịch vụ Lưu trú và Ăn uống	50.00%
3	Hoạt động Hành chính và Dịch vụ hỗ trợ	50.00%
4	Bán buôn và Bán lẻ; Sửa chữa Ô tô, Mô tô, Xe máy và xe có động cơ khác	39.13%
5	Công nghiệp Chế biến, Chế tạo	5.26%

Nguồn: Khảo sát của nhóm tư vấn Trường ĐH Kinh tế quốc dân

chính và Dịch vụ hỗ trợ. Những doanh nghiệp thuộc các ngành như: Bán buôn và Bán lẻ; Sửa chữa Ô tô, Mô tô, Xe máy và xe có Động cơ khác; hay Công nghiệp Chế biến, Chế tạo có tỷ lệ thấp hơn rất nhiều (39.13% và 5.26%).

Số liệu khảo sát cho thấy, các hoạt động TMĐT của Vĩnh Phúc còn sơ khai, khoảng hơn 20% số doanh nghiệp có trang web nhưng nội dung mới chỉ dừng lại ở mức cung cấp thông tin, khoảng 15% số doanh nghiệp có trang web có tính năng mua bán sản phẩm, dịch vụ mới và chỉ dưới 3% doanh nghiệp trên toàn tỉnh có trang web được gọi là trang TMĐT.

5. Năng lực thương mại sản phẩm của Vĩnh Phúc trên sàn thương mại điện tử

Các sàn TMĐT được người dân và doanh nghiệp Vĩnh Phúc sử dụng nhiều nhất có thể kể đến như Lazada, Tiki, Shopee, Sendo; trong đó Tiki là sàn

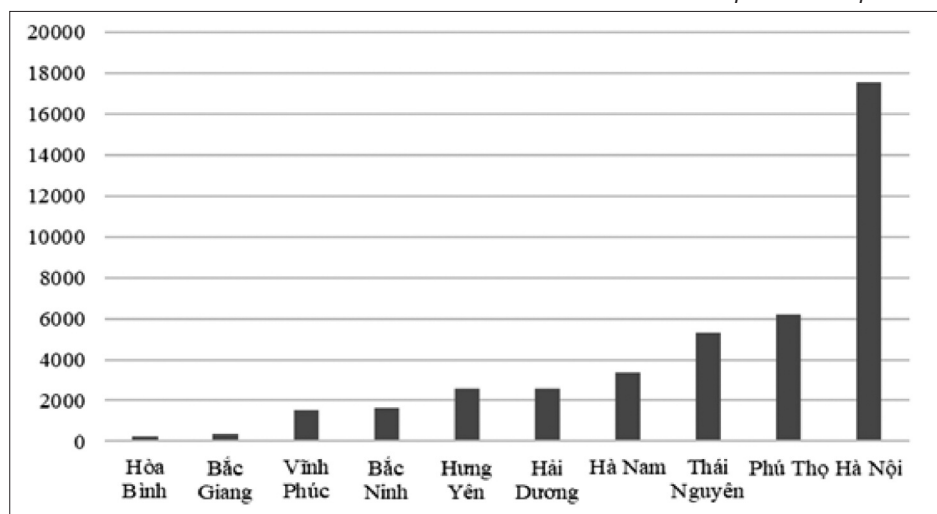
được người dân Vĩnh Phúc ưa chuộng, với số lượng sản phẩm giao dịch vượt trội hơn cả. Việc khảo sát mức độ quan tâm trên các sàn cũng cho thấy một thực tế: tình hình thương mại sản phẩm trên các sàn TMĐT còn rất khiêm tốn so với nguồn lực (tổng sản phẩm thương mại trên 4 sàn nêu trên là 1549 sản phẩm, đứng thứ 8 trên 10 tỉnh, thành phố thuộc vùng thủ đô - xem Hình 1).

Trong thời gian qua, Tỉnh đã có những hoạt động hỗ trợ đưa sản phẩm để thương mại hóa trên 2 sàn TMĐT Postmart (Postmart.vn - của Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam) và Voso (Voso.vn - của Tổng Công ty Cổ phần Bưu chính Viettel). Các sản phẩm thương mại có địa chỉ bán từ Vĩnh Phúc chủ yếu trên sàn tập trung vào các sản phẩm: OCOP; đặc sản vùng miền; bách hóa; thực phẩm bổ dưỡng; và đồ uống. Còn lại, những mặt hàng khác đều chưa nhận được sự quan tâm và hưởng ứng mạnh mẽ từ phía doanh nghiệp và người dân. (Hình 2)

Hình 3 cho thấy, Vĩnh Phúc khá năng động và đã có những bước tiến vượt trội trong việc quảng bá sản phẩm OCOP so sánh với các tỉnh, thành phố thuộc vùng thủ đô. Số lượng sản phẩm OCOP bán trên sàn có địa chỉ bán từ Vĩnh Phúc cũng cho thấy thực tế tích cực khi đứng thứ ba chỉ sau Hà Nội và Thái Nguyên.

Hình 1: Tổng sản phẩm thương mại trên các sàn Lazada, Shopee, Sendo, Tiki

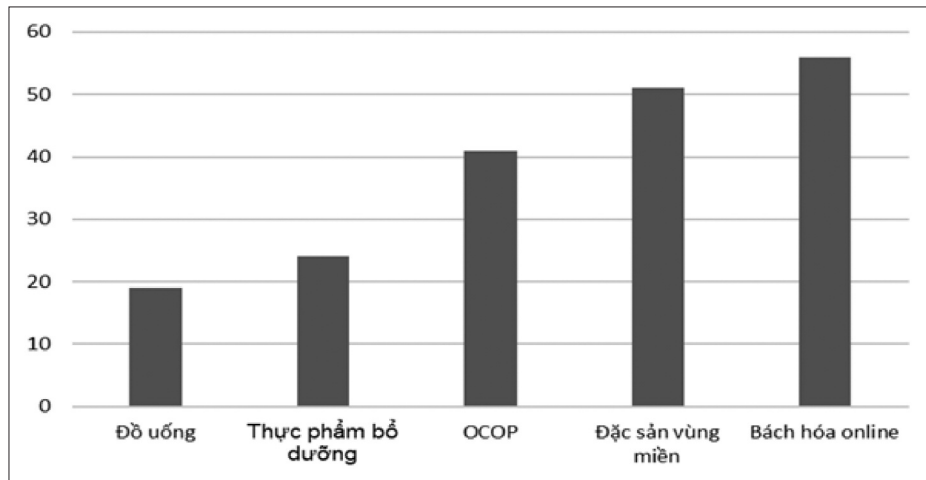
Đơn vị tính: sản phẩm



Nguồn: Tổng hợp từ trang Lazada.vn; Shopee.vn; Sendo.vn; Tiki.vn, ngày 23/11/2022

Hình 2: Sản phẩm bán từ Vinh Phúc trên sàn TMĐT Postmart.vn

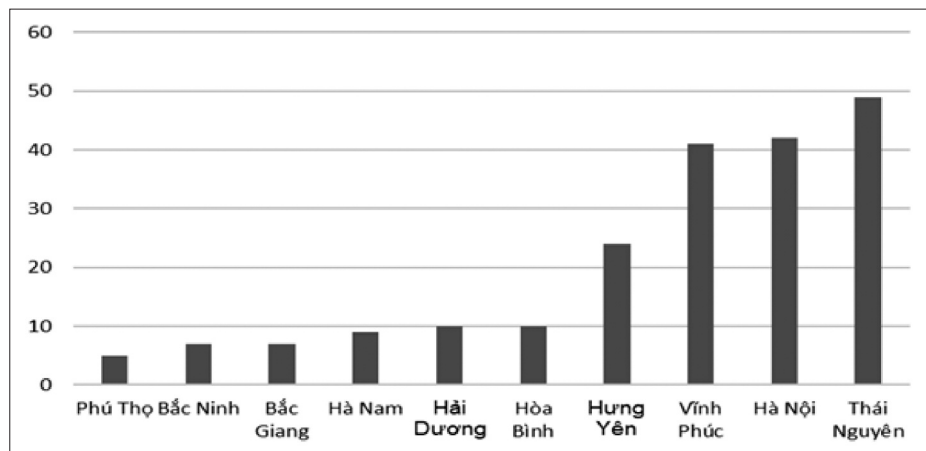
Đơn vị tính: sản phẩm



Nguồn: Tổng hợp từ trang Postmart.vn, ngày 23/11/2022

Hình 3: Số lượng sản phẩm OCOP thương mại trên sàn Postmart.vn

Đơn vị tính: sản phẩm



Nguồn: Tổng hợp từ trang Postmart.vn, ngày 23/11/2022

Vinh Phúc cũng có số lượng sản phẩm thương mại trên sàn đứng thứ 4 sau Bắc Giang, Thái Nguyên và Hà Nội với các sản phẩm mang tính đặc sản vùng miền. Bên cạnh đó, các sản phẩm bách hóa được nhiều tỉnh thành phố thuộc vùng Thủ đô cũng được quan tâm nhiều do tính đa dạng của sản phẩm. Tuy nhiên, có thể thấy số lượng sản phẩm này của Vinh Phúc chỉ chiếm khoảng 50% so với số lượng sản phẩm của Thái Nguyên và khoảng 25% so với Hà Nội. Với loại hình sản phẩm này, Vinh Phúc không có lợi thế cạnh tranh nhiều, số liệu cho thấy Vinh Phúc đứng thứ 5 trong

tổng số tỉnh, thành phố thuộc vùng Thủ đô.

Số liệu khảo sát cho thấy, tốc độ tăng trưởng của giao dịch TMĐT của Vinh Phúc giữa 2 năm 2019 và 2020 có kết quả khả quan, khi Tỉnh đứng đầu với tốc độ tăng trưởng đạt 10,8%, mặc dù số lượng giao dịch TMĐT còn khá khiêm tốn. Vinh Phúc rất có tiềm năng phát triển nếu có sự đầu tư mạnh mẽ và hoạt động hỗ trợ hiệu quả từ các cơ quan, đoàn thể và tổ chức chính trị, xã hội.

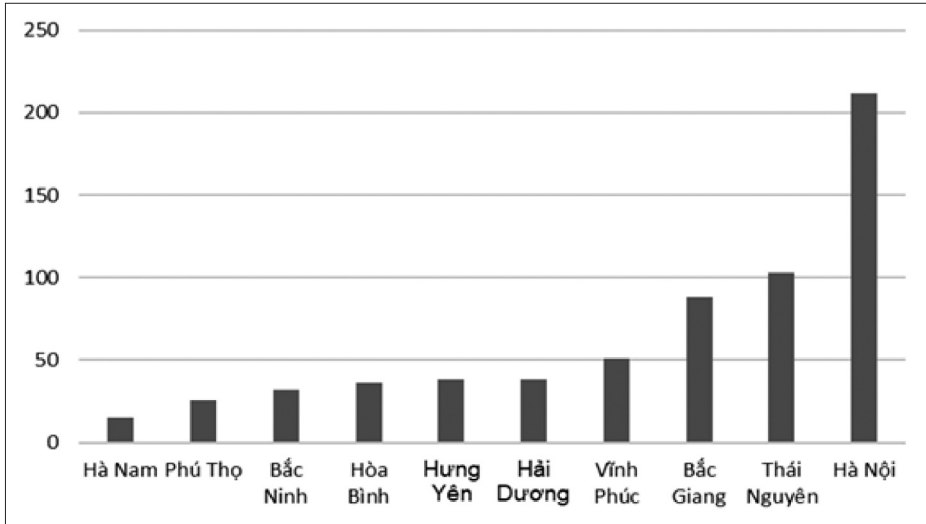
6. Kết luận

Thương mại điện tử là một yếu tố quan trọng cho phát triển kinh tế và xã hội trong giai đoạn hiện nay, không chỉ đối với tỉnh Vinh Phúc mà còn đối với cả nước. Riêng ở tỉnh Vinh Phúc, những kế hoạch và hành động đã được triển khai bước đầu đánh dấu sự quan tâm của chính quyền địa

phương trong việc áp dụng TMĐT đối với hoạt động kinh doanh của cá nhân và tổ chức. Tuy nhiên, phân tích thực trạng và các tiêu chí đánh giá theo các nghị định và phát triển TMĐT của Vinh Phúc còn tồn tại nhiều hạn chế, có thể kể đến như: trình độ phát triển TMĐT của tỉnh Vinh Phúc còn đang ở mức thấp so với các địa phương thuộc vùng thủ đô, hoạt động TMĐT xuyên biên giới còn thấp; chất lượng giao dịch TMĐT của khối cơ quan hành chính nhà nước còn chưa cao; khối lượng giao dịch TMĐT của các doanh nghiệp và người dân còn khiêm tốn; chưa có doanh nghiệp TMĐT mang tính

Hình 4: Số lượng đặc sản vùng miền bán từ Vinh Phúc qua postmart.vn

Đơn vị tính: sản phẩm



Nguồn: Tổng hợp từ trang Postmart.vn, ngày 23/11/2022

dẫn dắt trên toàn địa bàn tỉnh; TMĐT chưa thành phương thức bán hàng và chưa lan tỏa được thương hiệu sản phẩm của tỉnh ra cả nước... Do vậy, để khắc phục những hạn chế và phát huy lợi thế phát triển, một số giải pháp và định hướng phát triển TMĐT cho tỉnh Vinh Phúc có thể được cân nhắc như sau:

Thứ nhất, cần xây dựng chương trình tổng thể về chuyển đổi số cho giai đoạn 2023- 2025 và nền kinh tế số của tỉnh Vinh Phúc giai đoạn 2025-2030 với nội dung như: định hướng chuyển đổi số phải được thống nhất, phù hợp với định hướng phát triển kinh tế của tỉnh, đồng thời cần xây dựng nền tảng mở; đẩy mạnh dịch vụ công trực tuyến; đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt; đẩy mạnh hoạt động phổ biến kiến thức về kinh doanh và TMĐT cho người dân và doanh nghiệp trên toàn tỉnh.

Thứ hai, chính quyền địa phương cần khuyến khích xây dựng hệ sinh thái TMĐT của tỉnh Vinh Phúc; phối hợp hình thành chuỗi sản phẩm với các địa phương; phát triển các hệ thống chứng thực, đánh giá tín nhiệm doanh nghiệp và người tiêu dùng trong TMĐT nhằm tạo niềm tin của người dân cũng như doanh nghiệp vào cơ sở hạ tầng, thông tin mà cơ quan quản lý đã ban hành.

Thứ ba, chính quyền cần nghiên cứu điều chỉnh chính sách, kế hoạch nhằm thu hút và đào tạo nguồn lực có trình độ cao cho phát triển TMĐT; phổ biến và đào tạo kiến thức an ninh mạng nhằm tạo dựng độ tin cậy và an toàn trong các giao dịch trực tuyến.

Thứ tư, Tỉnh cần tiếp tục đẩy mạnh hoạt động năng suất, chất lượng trong phát triển sản phẩm và cung ứng dịch vụ. Nhanh chóng kết nối với các tổ chức trong và ngoài nước có uy tín xây dựng hệ thống chứng thực, chứng nhận chất lượng sản phẩm, dịch vụ để có thể lan tỏa sản phẩm ra thị trường ngoài nước.

Thứ năm, Tỉnh cần đẩy mạnh hoạt động chống buôn bán hàng giả, hàng nhái, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ nhằm tạo dựng một môi trường kinh doanh lành mạnh và tạo dựng niềm tin cho người tiêu dùng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử của Chính phủ, ban hành ngày 16 tháng 05 năm 2013.
2. Nghị định số 85/2021/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, ban hành ngày 25 tháng 9 năm 2021.
3. VECOM, 2021. Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2021.

Ngày nhận bài: 3/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/12/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. VŨ TUẤN ANH

Trung tâm Nghiên cứu, Tư vấn Kinh tế và Kinh doanh - Đại học Kinh tế quốc dân

2. LƯU BẢO TRÂM

Trường Đại học Kinh tế quốc dân

**CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS
FOR THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE SECTOR
IN VINH PHUC PROVINCE**

● **VU TUAN ANH**

Center for Research Consultancy in Economics and Business
- National Economics University

● **LUU BAO TRAM**

National Economics University

ABSTRACT:

E-commerce plays an important role in the digital economy. It brings many opportunities and also challenges to the development of Vietnam's economy in general and Vinh Phuc province's economy in particular. Among provinces in Vietnam, Vinh Phuc province has a high competitiveness and rapid growth rate. In the period from 2016 to 2021, the province has built a solid e-commerce infrastructure foundation and it has improved the local people's living standards. Although the province has great potential, the e-commerce sector of the province has not developed as expected. This study analyzes the strengths, weaknesses, opportunities and challenges in the development of e-commerce sector in Vinh Phuc province. The study also proposes five medium-term solutions to boost the province's e-commerce development in the context of the digital economy development.

Keywords: e-commerce, Vinh Phuc province, e-commerce platform, digital economy.

ANALYZING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF SERICULTURE FARMING HOUSEHOLDS IN YEN BAI PROVINCE

● DO TRUONG LAM - NGUYEN THO QUANG ANH
- TRAN THE CUONG - HYUN JONG NAE

ABSTRACT:

This study analyzes the economic efficiency of sericulture farmers in Van Chan and Tran Yen districts, Yen Bai province. The study's data is collected through surveys with 40 sericulture farming households in these two districts. The study finds out that households using VH2020 silkworm breeds and new mulberry varieties such as VH9, VH13, and GQ2 have a higher economic efficiency. The growth rate of these households' income is also higher than that of other households. Based on the study's findings, to improve the economic efficiency of sericulture farmers, it is necessary to further support farmers gain knowledge, have good silkworm varieties and mulberry varieties, and also better connect to the market.

Keywords: economic efficiency, sericulture, households, Yen Bai province.

1. Introduction

Sericulture is an agricultural production sector with a long tradition in Vietnam. Nowadays, although the chemical industry develops and many kinds of synthetic fibers appear with good features, they still cannot replace silk. Sericulture provides a livelihood for nearly 40,000 farming households with over 103,000 workers cultivating mulberry and raising silkworms in 32/63 provinces of Vietnam as reported by Hoang Giang (2022). Sericulture has contributed to income generation for rural people, especially the Northern mountainous people. Moreover, the demand for silk is increasing strongly in recent years both at

home and abroad. Therefore, the mulberry area in 2018 increased by 26% compared to 2017 according to statistics from Livestock Department reported by Minh Hau (2020). The rapid growth of silk and silk products is an opportunity to develop mulberry farming to raise silkworms and bring higher incomes to farmers, especially farmers in rural and mountainous areas. However, the cocoon productivity and quality of Vietnamese farmers are still low. Moreover, with the low productivity of mulberry leaves, the value chain of silk in our country has not yet developed strongly. Recognizing these problems, KOPIA Vietnam Center has implemented the project: "Innovative

Rural Development through Establishing Model Villages of High Added Value Silk in Yen Bai Province" project with the coordination of the Vietnam Academy Agriculture of Science (VAAS), Vietnam Sericultural Research Centre (VietSERI), and Center for Agrarian Systems Research and Development (CASRAD). The project is implemented in 3 years (2020, 2021, and 2022) and Van Chan and Tran Yen districts of Yen Bai province.

Van Chan is a mountainous district located in the southwest of Yen Bai province. Van Chan has a total natural area of 1,129.90 km², with 155,473 people, according to data from the 2019 Population and Housing Census. Van Chan has great economic potential in terms of land, forestry, medicinal plants, and a variety of minerals. The town of the district is an area of tea, fruit trees, and forest gardens, Tran Yen is a lowland district located in the south of Yen Bai province. The average temperature is from 23.1 to 23.9 degrees. Tran Yen has an area of Feralit soil and alluvial soil along the river. Tran Yen's agricultural land area is 57152.11ha in 2020. With the advantage of being located along the banks of the Red River, Tran Yen has many favorable conditions to develop the agricultural industry in the direction of producing goods such as tea, citrus fruits, cinnamon, Bat Do bamboo shoots, and sericulture. Tran Yen is the district with the largest mulberry area in Yen Bai province.

Because of the projects, the production activities of farmers will change. Specifically, farmers participating in the sericulture project can grow new mulberry varieties with higher yields, and at the same time, the cost of growing mulberries will also change. Due to the new mulberry variety, the mulberry growing area increased. Therefore, silkworm farmers will increase silkworm production. In addition, the silkworm farmers participating in the project have improved their knowledge of silkworm rearing and used silkworm varieties for better yield and quality of silkworm cocoons. As a result, the price of the output product will be higher. However, the costs of silkworm rearing by farmers may be to increase. So, will the income of silkworm farmers and

mulberry growers increase when they join the project?

Against this background, this paper aims to address the following research questions: (i) What are the current incomes of both households participating in and households non-participating in the project? (ii) How have the current incomes of these farmers changed compared to before the project was implemented (in 2019)? (iii) How does the project impact the income of farmers from growing mulberry and raising silkworms? Answering these questions provides useful information for the project managers to decide to replicate the model of growing mulberry and raising silkworms in other localities of Vietnam.

2. Research Methodology

2.1. Household survey

Semi-structured interviews using household questionnaires are conducted to collect data from 40 households in Van Chan and Tran Yen districts of Yen Bai province. The sample includes 30 farmers who participated (participating households) and 10 farmers who did not participate in the project (non-participating households). The participating households can participate in training courses, receive new silkworm breeds such as VH2020, new mulberry varieties such as VH9, VH13, and GQ2, and receive other supports such as market connection, fertilizers, and disinfectants in silkworm rearing.

The household questionnaires are used to collect data containing sections on the farming data or cultivation data, production cost (seed or silkworm, fertilizers, pesticides, utilities, production scale, materials, farming equipment, and labor), total income (production volume or cocoons produced, unit price, total revenue), and participant satisfaction with KOPIA projects. The contents of the questionnaire are surveyed before and after the households participated in the projects.

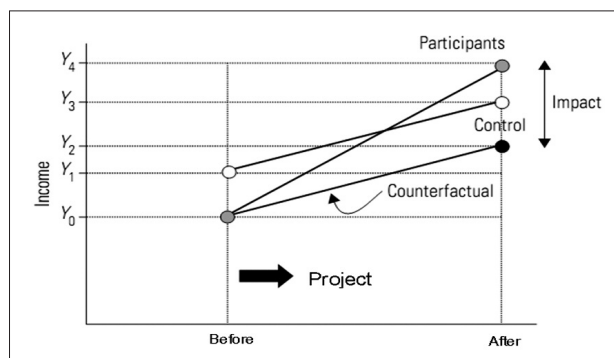
2.2. Data analysis

We use two methods namely the cost-benefit analysis method and the difference-in-difference (DID) method as discussed by Fredriksson and Oliveira (2019) for this research. Firstly, we use the cost-benefit analysis method to analyze the economic efficiency of both participating and

non-participating household groups. Benefits indicators include total revenue, total income, income/cost, and income/labor.

To analyze the impact of the project on the income of farmers, we use the difference-in-difference (DID) method (Figure 1). First, we calculate the incomes of the participating farmers (Y0) and the non-participating farmers (Y1) before the project is implemented. Second, we calculate the incomes of farmers participating in the project (Y4) and farmers not participating in the project (Y3) after the project is implemented. Third, we calculate the first differences in income between the participating farmers (Treatment group) and the non-participating farmers (Control group) (Bilach et al, 2022; Schochet, 2022).

Figure 1: The impact of the project on household income



Finally, we calculate the project's impact on household income as the difference in the difference between the participating and

non-participating households and between before and after the project implementation (Olden & Men, 2022). The project's impact (DID) = The first differences in income of the Treatment group - The first differences in income of the Control group, or the project's impact (DID) = $(Y_4 - Y_0) - (Y_3 - Y_1) = Y_4 - Y_2$.

3. Results and findings

3.1. Economic efficiency analysis for participating farmers

We estimate the economic accounting for households growing mulberry and raising silkworms both before (the year 2019) and after the project (the year 2022). These households are mainly in Viet Thanh commune, Tran Yen district.

The economic accounting results for one silkworm egg card showed that the costs and the total production value of households participating in the project both increased, of which the total cost increased by more than 31.7% and the total production value increased by more than 42.4% compared to before the project. This increase in the total production value is due to an increase in the unit prices and an increase in the cocoons produced, of which the cocoons produced increased by 15.4% and the unit prices by 23.4% compared to before the project. Since the growth rate of the total production value was greater than that of the total cost, total profit increased by more than 46.8% compared to the period before the project.

Besides, thanks to the higher profit growth than the production value increase, the profit/production value ratio increased by about 3.1% or 2.21

Table 1. Economic efficiency in mulberry cultivation and silkworm rearing of participating households (estimated for one egg card of silkworms)

	Indicator	Unit	Year 2019 (1)	Year 2022 (2)	Difference 1 (2) - (1)
1.	Cocoons produced (A)	Kg	19.09	22.02	2.94
2.	Unit price (B)	1,000 VND/kg	94.64	116.79	22.14
3.	Total production value (A*B)	1,000 VND	1,806.45	2,572.11	765.66
4.	Total cost	1,000 VND	529.59	697.27	167.68
5.	Total profit	1,000 VND	1,276.86	1,874.84	597.98
6.	Total profit/family labor	1,000 VND/labor	96.87	160.37	63.50
7.	The profit/production value ratio	%	70.68	72.89	2.21

percentage points compared to the period before the project. This shows that the economic efficiency for an average of one silkworm egg card has improved. In addition, thanks to the reduction in family labor time involved in mulberry growing and silkworm rearing and the profit increase, the average profit per worker also increased significantly, by nearly 65.5%, compared to the period before the project. This is an important factor to help farmers maintain production activities in the long term future.

3.2. Economic efficiency analysis for non-participating farmers

The non-participating farming households were mainly surveyed in Viet Thanh commune (Tran Yen district), the local mulberry growing - silkworm rearing activities have developed for many years ago and households in the area received support from several state projects as well as good market connections with several enterprises purchasing and processing silkworm cocoons. The total production cost of farmers outside the project tends to increase markedly.

The calculation of economic results and efficiency indicators show that the average total cost per silkworm egg card rose by more than 49.4% while the average total production value increased by only 33.7%. This leads to a slight increase in the average profit per silkworm egg card of the household. Besides the increase in silkworm farming results, economic efficiency also increased with an increase in the profit/labor ratio of 18.4%. However, the profit/production

value ratio decreased by 24.3% or 7.92 percentage points.

3.3. Assessment of project impact on the income of sericulture households

The results (Table 3) show that the project's impact has reduced the cost by about 443 thousand VND/egg card of a silkworm. This can be explained that the participating households have used good mulberry varieties, mulberry growing methods, appropriate tree density/ha along with a reasonable fertilizer regime leading to lower total costs compared to the other households. Along with that, the silkworm breeding techniques trained by the project are applied thoroughly, since then the cost of silkworm treatment and loss in the silkworm rearing process has been significantly reduced, so the cost is also reduced accordingly. In contrast, for non-participating households, in mulberry cultivation, there is a tendency to grow mulberry with a thicker density, and apply more fertilizer, leading to a higher rate of pests and diseases. The impact of the project on the household's profit is about 590.8 thousand VND per egg card of a silkworm. The reasons are the increases in the price of cocoons and the cocoons produced of the participating households larger than that of the non-participating households.

For the whole household, the results show that the project has the impact of increasing profit by 52.5 thousand VND per family labor, increasing the profit/production value ratio by 10.1%, and increasing the total income by 11.5 million VND/household/year. The reason is that the

Table 2. Economic efficiency in mulberry cultivation and silkworm rearing of non-participating households (estimated for one egg card of silkworm)

Indicator		Unit	Year 2019 (1)	Year 2022 (2)	Difference 1 (2) - (1)
1.	Cocoons produced (A)	Kg	19.12	21.00	1.88
2.	Unit price (B)	1,000 VND/kg	95.83	116.67	20.83
3.	Total production value (A*B)	1,000 VND	1,832.76	2,450.43	617.67
4.	Total cost	1,000 VND	1,235.75	1,846.24	610.49
5.	Total profit	1,000 VND	597.01	604.19	7.19
6.	Total profit/family labor	1,000 VND/labor	59.80	70.82	11.02
7.	The profit/production value ratio	%	32.57	24.66	-7.92

Table 3. Impact of project’s activities on economic efficiency (DID)

Indicator	Unit	Difference 0 (0)	Difference 1 (1)	DID (1) - (0)
<i>I. Estimate for one egg card of silkworm</i>				
1. Cocoons produced (A)	Kg	1.88	2.94	1.1
2. Unit price (B)	1,000 VND/kg	20.83	22.14	1.3
3. Total production value (A* B)	1,000 VND	617.67	765.66	148.0
4. Total cost	1,000 VND	610.49	167.68	-442.8
5. Total profit	1,000 VND	7.19	597.98	590.8
<i>II. Estimate for one household</i>				
1. Total silkworm income	1,000 VND	4032.6	1,5497.6	1,1465.0
2. The profit/production value ratio	%	-7.92	2.21	10.1
3. Total profit/family labor	1,000 VND/labor	11.02	63.50	52.5

Table 4. Comparison of economic efficiency of mulberry-silkworm production and maize production (estimated for 1000 m² of arable land)

Indicator	Unit	Mulberry-silkworm (A)	Maize (B)	Compare (A-B)
1. Total cost	1,000 VND	3670.1	5,880.6	-2,210.4
2. Total production value	1,000 VND	1,0369.5	9,333.3	1,036.1
3. Total profit	1,000 VND	6,699.3	3,452.8	3,246.6
4. Total profit/family labor	1,000 VND	143.99	76.2	67.8
5. The profit/production value ratio	%	64.6	37.0	27.6

participating households have optimized the number of silkworms raised per litter and the number of litters per year with the number of employees, the area household mulberry cultivation by using the knowledge learned in the project through training and visiting the model. They used effectively the fertilizers in mulberry garden and disinfectants in silkworm rearing to improve their income. This is consistent with Srinivasa et al. (2008) who report that the fertilizers in mulberry gardens and disinfectants in silkworm rearing for more efficient use of resources and for earning better income in Kamataka of India.

To better understand the impact of the project on the farmers’ income, we compare the economic efficiency of mulberry cultivation for silkworm rearing of new entrants in Chan Yen district with the economic efficiency of maize and

rice. Maize and rice are the two most competitive crops with mulberry in terms of land. In other words, if farmers don't grow mulberries, growing corn or rice will bring the highest income to them. During the survey, we found that local farmers cultivate several types of cash crops, most commonly maize, in addition to mulberry trees. Therefore, we selected maize production for the economic accounting with 2 maize crops per year in the area. The economic results and efficiency indicators are converted to 1000 m² of arable land for comparison.

Calculation results show that the cost of planting 1000 m² of corn is nearly twice higher as that of growing mulberry, while the total production value generated from growing mulberry and raising silkworms is about 11.1% higher than that of growing corn. Therefore, the profit of growing mulberry-silkworm farming, for 1000 m² of arable

land, is nearly 2 times higher than that of growing corn. Economic efficiency according to the profit/family labor ratio and the profit/production value ratio of mulberry-silk raising is also about 89% and 75% higher than that of maize, respectively. The large difference in the economic results and efficiency of mulberry-silk farming is a big driver for the restructuring of local crops and a significant decrease in the maize area of farmers was also recorded during the survey.

4. Conclusion

The sericultural households have positive profits. The sericultural profit of households participating in the project is much higher than before the project was implemented (in 2019) due to lower production costs and a strong increase in revenue. The profit growth rate of participating households is higher than that of non-participating households. In other words, the project contributes to increasing income for farmers through the KOPIA center's mulberry growing model,

especially for new farmers involved in sericulture. Therefore, the project also contributes to achieving income targets in the construction of the New Rural model.

The economic efficiency of mulberry cultivation and raising silkworms is higher than that of competitive crops such as maize. Therefore, farmers have been shifting their resources from other crops and occupations to growing mulberry and raising silkworms. Thus, the proportion of income from growing mulberry and raising silkworms in the total income of households is increasing. The farmers are very satisfied with project activities including the training activities, and supporting mulberry and silkworm varieties/breeds. Therefore, the farmer households will maintain and introduce the project's techniques to other farmers. Gradually replicate the model of growing mulberry to raise silkworms in other localities, especially where there is an inefficient farming land area ■

Acknowledgments:

We thank the surveyed farmers in Yen Bai province for their support and cooperation. We acknowledge the financial support of the KOPIA Vietnam Center and appreciate the efforts of the staff at the Vietnam Sericultural Research Centre for data collection.

REFERENCES:

1. Bilach, T. J., Roche, S. P., & Wawro, G. J. (2022). Correction to: The effects of the summer all out foot patrol initiative in new york city: A difference-in-differences approach. *Journal of Experimental Criminology*, 18(2), 245-246.
2. Fredriksson, A. and Oliveira, G.M.d. (2019). Impact evaluation using Difference-in-Differences. *RAUSP Management Journal*, 54(4), 519-532.
3. Hoang Giang (2022). Chấn hưng” ngành dâu tằm tơ. Truy cập tại <https://nongnghiep.vn/chan-hung-nganh-dau-tam-to-d335032.html>
4. Minh Hau (2020). Giải pháp phát triển bền vững ngành dâu tằm. Truy cập tại <https://tttt.ninhbinh.gov.vn/nong-thon-moi/giai-phap-phat-trien-ben-vung-nghe-dau-tam-1078.html>
5. Olden, A., & Men, J. (2022). The triple difference estimator. *The Econometrics Journal*, 25(3), 531-553.
6. Schochet, P. Z. (2022). Statistical power for estimating treatment effects using difference-in-differences and comparative interrupted time series estimators with variation in treatment timing. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*, 47(4), 367-405.
7. Srinivasa G., Periasamy K., & Vijayaprakash N.B. (2008). Economic analysis of resource use efficiency in sericulture. *Indian Journal of Sericulture*, 47(1), 29-33.

Received date: November 15, 2022

Reviewed date: December 1, 2022

Accepted date: December 17, 2022

Author information:

1. Dr. DO TRUONG LAM¹

2. MS.c NGUYEN THO QUANG ANH¹

3. MS.c TRAN THE CUONG¹

4. Dr. HYUN JONG NAE²

¹Faculty of Economics and Rural Development, Vietnam National University of Agriculture

²Director, Korea Program on International Agriculture (KOPIA) in Vietnam

HIỆU QUẢ KINH TẾ HOẠT ĐỘNG TRỒNG DÂU, NUÔI TẦM CỦA CÁC HỘ NÔNG DÂN TẠI TỈNH YÊN BÁI

● TS. ĐỖ TRƯỜNG LÂM¹

● ThS. NGUYỄN THỌ QUANG ANH¹

● ThS. TRẦN THẾ CƯỜNG¹

● TS. HYUN JONG NAE²

¹Khoa Kinh tế và Phát triển Nông thôn
Học viện Nông nghiệp Việt Nam

²Giám đốc, Chương trình Nông nghiệp Quốc tế Hàn Quốc (KOPIA)
tại Việt Nam

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm phân tích hiệu quả kinh tế hoạt động trồng dâu, nuôi tầm của các hộ nông dân tại 2 huyện Văn Chấn và Trấn Yên, tỉnh Yên Bái. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua khảo sát 40 hộ nông dân tại 2 huyện này. Kết quả cho thấy, các hộ nông dân sử dụng giống tầm VH2020 và các giống dâu mới VH9, VH13 và GQ2 cho hiệu quả kinh tế cao hơn so với trước đây. Tăng trưởng thu nhập của các hộ này cũng cao hơn các hộ nông dân khác. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng để nâng cao hiệu quả kinh tế của các hộ nông dân, cần tiếp tục hỗ trợ nông dân về kiến thức, giống tầm, giống dâu, cũng như hỗ trợ họ kết nối với thị trường tốt hơn.

Từ khóa: hiệu quả kinh tế, nghề trồng dâu, nuôi tầm, hộ gia đình, tỉnh Yên Bái.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ CỦA BỘ PHẬN LỄ TÂN TẠI CÁC KHÁCH SẠN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ QUY NHƠN

● NGUYỄN THỊ BÍCH LIỄU - ĐÀO PHƯƠNG HOA

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm khám phá và đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa (SHL) về chất lượng phục vụ của bộ phận lễ tân (CLPV) tại các khách sạn 3 sao trở lên trên địa bàn TP. Quy Nhơn. Kết quả có 4 nhân tố ảnh hưởng SHL về CLPV được sắp xếp theo mức độ quan trọng từ cao xuống thấp như sau: khả năng đáp ứng (ĐU), độ tin cậy (TC), năng lực phục vụ (NL) và sự đồng cảm (ĐC). Chưa đủ điều kiện để khẳng định nhân tố Phương tiện hữu hình (HH) ảnh hưởng đến SHL về CLPV. Từ đó, bài viết đề xuất một số kiến nghị nhằm nâng cao CLPV tại các khách sạn trên địa bàn TP. Quy Nhơn.

Từ khóa: sự hài lòng, du khách, chất lượng phục vụ, bộ phận lễ tân, khách sạn 3 sao, TP. Quy Nhơn.

1. Đặt vấn đề

Trên thế giới, nghiên cứu về chất lượng dịch vụ đã có một quá trình kế thừa và phát triển khá dài, được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Các nghiên cứu trước đây đã tập trung tìm hiểu về các khía cạnh, cấu trúc của chất lượng dịch vụ [8, 16]; khoảng cách giữa nhận thức của khách hàng và nhận thức của ban quản lý về các thuộc tính của khách sạn [22]; yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ [11, 13]. Các nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến SHL như [3], [7], [15], [21]; Nghiên cứu của Minh và cộng sự (2015) cũng khẳng định tầm quan trọng của yếu tố vô hình đóng vai trò quan trọng ảnh hưởng đến SHL

của khách hàng [17]. Tại Việt Nam, cũng có một số nghiên cứu về chất lượng dịch vụ như [1], [4]. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào được thực hiện tại tỉnh Bình Định nên bài nghiên cứu tiến hành thực hiện tại tỉnh Bình Định và khảo sát hệ thống khách sạn từ 3 sao trở lên tại TP. Quy Nhơn nhằm có cái nhìn rõ hơn về các nhân tố ảnh hưởng đến SHL về CLPV tại các khách sạn trên địa bàn TP. Quy Nhơn.

2. Mô hình nghiên cứu

Tổng hợp từ các nghiên cứu trước đó và mục tiêu của nghiên cứu, bài viết đề xuất các nhân tố ảnh hưởng đến SHL về CLPV, gồm:

Sự đồng cảm: Theo [18], sự đồng cảm thể hiện

sự quan tâm chăm sóc khách hàng, lắng nghe và tiếp thu ý kiến khách hàng cũng như việc nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng [22]. Sự đồng cảm đòi hỏi phải đảm bảo rằng thời gian hoạt động của khách sạn là phù hợp và thuận lợi cho du khách [9, 15, 20]. Điều này làm cho bộ phận lễ tân có cái nhìn thiện cảm hơn trong mắt du khách, có ảnh hưởng đến SHL. Như vậy, bài viết đề xuất giả thuyết:

H1: Sự đồng cảm tác động tích cực đến SHL.

Độ tin cậy: Phản ánh khả năng của nhà cung cấp dịch vụ trong việc thực hiện dịch vụ một cách đáng tin cậy và chính xác, gồm: “làm đúng ngay lần đầu tiên” đối với khách hàng [19], tạo cho du khách cảm giác an toàn và tin tưởng khi giao tiếp với nhân viên lễ tân [12, 18, 22], khách hàng thích làm việc với các tổ chức luôn đảm bảo về kết quả dịch vụ [10]. Do vậy, bài viết đề xuất giả thuyết:

H2: Độ tin cậy tác động tích cực với đến SHL.

Khả năng đáp ứng: Thể hiện nhân viên sẵn sàng giúp đỡ khách [6] cũng như việc bộ phận lễ tân thông báo chính xác thời gian các dịch vụ được tiến hành [19]. Nhân viên lễ tân trong khách sạn phải được đào tạo tốt cũng như phải phản ứng nhanh với khách hàng [10]. Vì vậy, bài viết đề xuất giả thuyết sau:

H3: Khả năng đáp ứng tác động tích cực đến SHL.

Năng lực phục vụ: Thể hiện trình độ chuyên môn của nhân viên, có kiến thức về sản phẩm khách sạn và kiến thức về địa phương [17]. Nhân viên có khả năng giao tiếp, có thể trả lời các câu hỏi của khách hàng [9, 15]. Du khách sẽ đánh giá cao hơn về CLPV khi có đội ngũ nhân viên lành nghề, có trình độ cao, phục vụ họ tận tình và chu đáo [15, 22]. Từ đây, bài viết đề xuất giả thuyết:

H4: Năng lực phục vụ của bộ phận lễ tân tác động tích cực đến SHL.

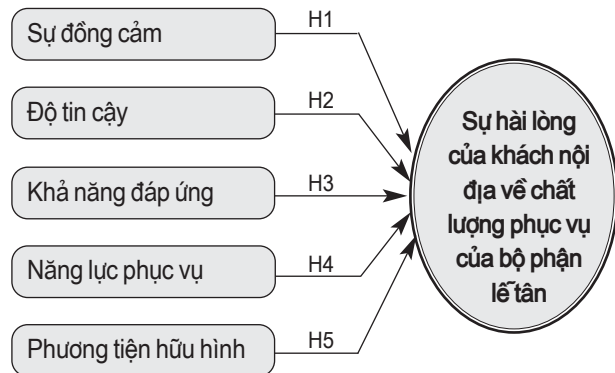
Phương tiện hữu hình: Khách hàng mới có thể đánh giá chất lượng thông qua phương tiện hữu hình: như trang thiết bị tại quầy lễ tân, ngoại hình nhân viên [10]. Cơ sở vật chất tại quầy lễ tân bao gồm trang thiết bị khu vực hiện đại, cơ sở vật chất bắt mắt cũng là yếu tố ảnh hưởng đến SHL [14, 15, 22]. Cơ sở vật chất phù hợp với loại hình dịch vụ, sách ảnh phục vụ du khách được thiết kế đẹp mắt

và trang phục của nhân viên gọn gàng, lịch sự [18, 22-23]. Giả thuyết đề xuất như sau:

H5: Phương tiện hữu hình tác động tích cực đến SHL.

Như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất như sau: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp là nghiên cứu định tính và định lượng:

Nghiên cứu định tính được tiến hành bằng cách phỏng vấn sâu với 3 giảng viên phụ trách học phần Quản trị bộ phận lễ tân tại Trường Đại học Quy Nhơn và 2 chuyên gia đang làm việc tại bộ phận lễ tân tại các khách sạn trên địa bàn TP. Quy Nhơn và 10 khách du lịch nội địa.

Nghiên cứu định lượng sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính bội thông qua các bước:

+ Thu thập dữ liệu nghiên cứu bằng bảng câu hỏi và kỹ thuật phỏng vấn các du khách nội địa đến lưu trú tại các khách sạn từ 3 sao trở lên tại TP. Quy Nhơn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện.

+ Sử dụng phần mềm thống kê SPSS 26.0 để xử lý dữ liệu: Thống kê mô tả, kiểm tra độ tin cậy Cronbachs Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA nhằm đánh giá độ tin cậy của các thang đo, qua đó loại bỏ các biến quan sát không đạt độ tin cậy; Phân tích hồi quy xác định các nhân tố ảnh hưởng đến SHL về CLPV trên phương diện du khách nội địa.

4. Kết quả

Việc kiểm định độ tin cậy cho thấy tất cả các thang đo đều có hệ số tin cậy lớn hơn 0,6, đạt yêu cầu. Tuy nhiên, thang đo Sự đồng cảm (DC) có một

chỉ báo bị loại (Thời gian phục vụ phù hợp và thuận lợi cho khách hàng) và thang đo Phương tiện hữu hình có một chỉ báo bị loại (Nhân viên lễ tân có ngoại hình ưa nhìn, trang phục gọn gàng, lịch sự) vì có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3. Khi loại 2 chỉ báo trên, giá trị Cronbachs Alpha tăng lên đáng kể (Bảng 1).

Phân tích EFA biến độc lập cho thấy, có 5 nhân tố được rút ra ở ngay lần phân tích khám phá đầu tiên đó là: (1) Sự đồng cảm, (2) Độ tin cậy, (3) Năng lực phục vụ, (4) Phương tiện hữu hình và (5) Khả năng đáp ứng. Tất cả các điều kiện về phân tích khám phá đều đáp ứng, hệ số KMO 0,782 > 0,5 với Sig. 0,000 < 0,05 chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích nhân tố. Với phương pháp trích Principal components và phép quay Varimax, có 5 nhân tố được rút trích từ ra từ 20 biến quan sát tại điểm dừng Eigenvalues là 1,784 > 1 với tổng phương sai trích là 83,286% > 50%. Điều này cho chúng ta thấy 5 nhân tố rút trích ra thể hiện được khả năng giải thích được 83,286% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Phân tích EFA cho biến phụ thuộc cho thấy chỉ số KMO = 0,831 chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích là hoàn toàn hợp lý. Kiểm định Bartlett = 1.044,312 với Sig. < 0,05. Các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5 nên các nhân tố đảm bảo được giá trị hội tụ và phân biệt. Giá trị tổng phương sai trích là 84,948% điều này cho biết 5 nhân tố rút trích về 1 nhân tố có Eigenvalues bằng 3,398 và phương sai trích là 84,948% > 50% đạt yêu cầu (Bảng 2).

Kết quả phân tích tương quan Pearson, hệ số tương quan đều nhỏ hơn 0,85 điều này cho thấy đảm bảo giá trị phân biệt giữa các biến. Phân tích hồi quy cho thấy R² hiệu chỉnh = 0,70, điều này có nghĩa là các biến độc lập trong mô hình giải thích được 70% sự thay đổi của biến phụ thuộc, phần còn lại được giải thích bởi các yếu tố không được xem xét trong mô hình. Kiểm định F có ý nghĩa thống kê với giá trị Sig ,000 (< 0,05), chứng tỏ mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với dữ liệu thu thập được và có thể suy rộng ra tổng thể. Kết quả phân tích hồi quy đa biến cho thấy các giá trị Sig. của các nhân tố: ĐC, TC, ĐU, NL đều rất nhỏ (< 0,05). Vì vậy có thể khẳng định các

Bảng 1. Kết quả hệ số tin cậy Cronbach's Alpha sau loại chỉ báo

STT	Nhân tố	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng bé nhất
1	ĐC	0,951	0,838
2	TC	0,936	0,740
3	ĐU	0,917	0,778
4	NL	0,929	0,749
5	HH	0,924	0,747

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát

Bảng 2. Phân tích EFA cho biến độc lập

Hệ số KMO		,782
Kiểm tra Bartlett	Chi-Square	5472,789
	df	190
	Sig.	,000

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát

Bảng 3. Phân tích EFA cho biến phụ thuộc

Hệ số KMO		,831
Kiểm tra Bartlett	Chi-Square	1.044,312
	df	6
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát

nhân tố này có ý nghĩa trong mô hình. Yếu tố HH có giá trị Sig. là 0,488 > 0,05 nên không đạt yêu cầu. (Bảng 4).

Kiểm tra các khuyết tật của mô hình cho kết quả như sau: Hệ số Durbin-Watson (DW) bằng 2,099 nên không có tự tương quan bậc 1 hình, hay nói cách khác giả định về tính độc lập của sai số được chấp nhận. Hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến đều nhỏ hơn 2 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến hay các biến độc lập trong mô hình hồi quy bội không tương quan hoàn toàn với nhau.

Do vậy, phương trình hồi quy theo hệ số đã chuẩn hóa (Beta):

$$SHL = 0,143*DC + 0,177*TC + 0,798*DU + 0,147*NL$$

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	Beta	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	-1.559E- 16	0,034		0,000	1,000		
DC	0,143	0,034	0,143	4,231	0,000	1,000	1,000
TC	0,177	0,034	0,177	5,234	0,000	1,000	1,000
DU	0,798	0,034	0,798	23,653	0,000	1,000	1,000
NL	0,147	0,034	0,147	4,363	0,000	1,000	1,000
HH	0,023	0,034	0,023	0,694	0,488	1,000	1,000

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát

Có thể thấy, khả năng đáp ứng ảnh hưởng mạnh nhất đến SHL về CLPV ($\beta = 0,798$), tiếp theo là Độ tin cậy ($\beta = 0,177$). Kết quả này tương đồng với kết quả của [13, 15-17]. Nhân tố Phương tiện hữu hình không ảnh hưởng đến SHL về CLPV, kết quả này tương đồng với nghiên cứu của [2, 4, 17].

5. Kết luận và kiến nghị

Trên cơ sở lý thuyết của các nghiên cứu trước, các ý kiến của chuyên gia và khách nội địa lưu trú tại các khách sạn 3 sao trở lên trên địa bàn TP. Quy Nhơn cùng với sự tìm hiểu và quan sát, nhóm tác giả đã xây dựng 5 giả thuyết nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa cả về lý luận lẫn thực tiễn cho các khách sạn trên địa TP. Quy Nhơn, vì cho đến nay hầu như chưa có nghiên cứu đánh giá về các nhân tố ảnh hưởng đến SHL về CLPV tại Quy Nhơn. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số kiến nghị nhằm nâng cao CLPV, như sau:

Một là, chú trọng nâng cao khả năng đáp ứng của bộ phận lễ tân. Lãnh đạo khách sạn phải nghiên cứu kinh nghiệm của các nước, của các địa phương khác để học hỏi về phong cách phục vụ, khả năng đáp ứng của đội ngũ lễ tân ở những khách sạn này để áp dụng và nâng cao khả năng đáp ứng cho đội ngũ nhân viên của khách sạn mình từ việc thực hiện dịch vụ nhanh chóng, luôn sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của khách, đồng thời luôn biết phối hợp với các bộ phận khác trong khách sạn để hỗ trợ phục vụ khách.

Hai là, xây dựng và luôn đảm bảo độ tin cậy với du khách. Để tạo được độ tin cậy trong giao dịch với du khách ngay trong lần đầu tiên giao dịch, lãnh

đạo khách sạn cần đầu tư hơn nữa về các máy móc, thiết bị như máy vi tính, máy in, máy scan, đồng thời cần thường xuyên kiểm tra tính chính xác và kịp thời thay thế khi thiết bị phát sinh những hư hỏng hay lỗi để tránh được những sai sót, đảm bảo được tính chính xác và bảo mật khi tính tiền trong quá trình giao dịch với khách hàng.

Ba là, nâng cao năng lực phục vụ của bộ phận lễ tân. Các cấp lãnh đạo trong hệ thống khách sạn phải có cái nhìn đúng đắn về tầm quan trọng của nguồn nhân lực trong phát triển doanh nghiệp, luôn duy trì đào tạo, bồi dưỡng nhân lực theo yêu cầu của thị trường. Đồng thời, vừa đào tạo kiến thức chuyên môn chuyên sâu, năng lực giao tiếp bài bản đồng thời phải truyền lửa để mỗi thành viên trong bộ phận lễ tân ra sức phấn đấu và hoàn thành tốt công việc được giao. Lãnh đạo khách sạn cần có các chính sách hỗ trợ cho người lao động được học tập để cải thiện chuyên môn, nâng cao năng lực. Ngoài ra, nhân viên bộ phận lễ tân cũng cần tự trau dồi kiến thức cho bản thân bằng cách tham gia các khóa học đào tạo ngắn hạn và dài hạn để nâng cao trình độ cũng như cập nhật kiến thức.

Bốn là, nâng cao sự đồng cảm với du khách. Lãnh đạo khách sạn và các cơ sở giáo dục cần thống nhất tiêu chuẩn đào tạo, chú trọng các kỹ năng mềm như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng đàm phán, đồng thời chú ý đào tạo cả về EQ để nhân viên luôn biết lắng nghe, quan tâm và đồng cảm với du khách. Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng sẽ dễ dàng đồng cảm và phục vụ khách chu đáo hơn ■

Lời cảm ơn:

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: T2022.775.31.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt

1. Hà Nam Khánh Giao (2011). Đo lường chất lượng dịch vụ tại resort Whitesand. Truy cập tại <https://ssrn.com/abstract=3695758>.
2. Long, P. H. (2019). Đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng MIA Nha Trang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 55(3), 167-174.
3. Nghi, N. Q., & Phùng, P. V. (2011). Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với hệ thống khách sạn ở Thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, (18a), 258-266.
4. Nguyễn Chí Bảo Doanh. (2012). *Nâng cao chất lượng phục vụ của bộ phận lễ tân tại khách sạn Huế Heritage*. Khóa luận tốt nghiệp, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế.
5. Nguyễn Đình Thọ (2007). *Nghiên cứu khoa học Marketing: Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Lao động.
6. Phạm Thị Cúc. (2005). *Giáo trình Lý thuyết nghiệp vụ lễ tân*. Hà Nội: NXB Hà Nội.

Tiếng Anh

7. Abbasi, A. S., Khalid, W., Azam, M., & Riaz, A. (2010). Determinants of customer satisfaction in hotel industry of Pakistan. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 97-105.
8. Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), 170-192.
9. Al-Ababneh, M. M., Masadeh, M. A., Al-Shakhsheer, F. J., & Mamoun, A. H. (2018). The impact of internal service quality on job satisfaction in the hotel industry. *Research in Hospitality Management*, 8(1), 55-62.
10. Anwar, K. (2017). Analuzing the conceptual model of service quality and its relationship with guest satisfaction: a study of hotels in Erbil. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 25(2), 1-16.
11. Chen, W.-J., & Chen, M.-L. (2014). Factors affecting the hotel's service quality: Relationship marketing and corporate image. *Journal of hospitality marketing & management*, 23(1), 77-96.
12. Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
13. Ekinici, Y., Prokopaki, P., & Cobanoglu, C. (2003). Service quality in Cretan accommodations: Marketing strategies for the UK holiday market. *International Journal of Hospitality Management*, 22(1), 47-66.
14. Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Impact of hotel-restaurant image and quality of physical-environment, service, and food on satisfaction and intention. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 82-92.
15. Marković, S., & Raspor Janković, S. (2013). Exploring the relationship between service quality and customer satisfaction in Croatian hotel industry. *Tourism and Hospitality Management*, 19(2), 149-164.
16. Mei, A. W. O., Dean, A. M., & White, C. J. (1999). Analysing service quality in the hospitality industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, 9(2), 136-143.
17. Minh, N. H., Ha, N. T., Anh, P. C., & Matsui, Y. (2015). Service quality and customer satisfaction: A case study of hotel industry in Vietnam. *Asian Social Science*, 11(10), 73.
18. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
19. Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

20. Parasuraman A., Z. V. A., and Berry L.L... (1985). Problems and Strategies in Service Marketing. *Journal of Marketing*, 49, 33-46.
21. Radojevic, T., Stanistic, N., & Stanic, N. (2017). Inside the rating scores: A multilevel analysis of the factors influencing customer satisfaction in the hotel industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 58(2), 134-164.
22. Saleh, F., & Ryan, C. (1991). Analysing service quality in the hospitality industry using the SERVQUAL model. *Service Industries Journal*, 11(3), 324-345.
23. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. USA: Simon and Schuster.

Ngày nhận bài: 4/11/2022

Ngày phần biện đánh giá và sửa chữa: 4/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/12/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN THỊ BÍCH LIỄU^{1*}

2. ĐÀO PHƯƠNG HOA²

¹Khoa Tài chính - Ngân hàng và Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Quy Nhơn

²Phòng Công tác Chính trị Sinh viên, Trường Đại học Quy Nhơn

FACTORS AFFECTING THE FRONT DESK DEPARTMENT'S SERVICE QUALITY OF 3-STAR HOTELS IN QUY NHON CITY

● **NGUYEN THI BICH LIEU¹**

● **DAO PHUONG HOA²**

¹Faculty of Finance - Banking & Business Management, Quy Nhon University

²Politics & Student Affairs Office, Quy Nhon University

ABSTRACT:

This study explores and measures the factors affecting domestic visitor's satisfaction with the front desk department's service quality of 3-star hotels in Quy Nhon city. The study finds out that there are four factors affecting the satisfaction of domestic visitors with the front desk department's service quality. These factors listed in the descending order of importance are responsiveness, reliability, service capacity, and empathy. In addition, it is not able to confirm the impact of the tangible factor on the satisfaction of domestic visitors with the front desk department's service quality. Based on the study's findings, some solutions are proposed to improve the front desk department's service quality of 3-star hotels in Quy Nhon city.

Keywords: satisfaction, tourist, service quality, front office department, 3-star hotel, Quy Nhon city.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NGÂN HÀNG VIETCOMBANK - CHI NHÁNH BÌNH DƯƠNG

● NGUYỄN HÁN KHANH - NGUYỄN HÒA THUẬN - TRẦN THỊ HUYỀN THANH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ; xác định các yếu tố và mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương. Trên cơ sở đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

Từ khóa: ngân hàng, chất lượng dịch vụ, phân tích nhân tố khám phá, Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

1. Đặt vấn đề

Xu hướng hội nhập kinh tế toàn cầu đã tạo điều kiện cho sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế nước ta trong quá trình hội nhập. Các ngân hàng nước ngoài đã và đang tham gia vào thị trường tài chính nước ta ngày càng nhiều, tạo nên áp lực cạnh tranh ngày một khốc liệt trong hệ thống các ngân hàng thương mại. Các ngân hàng trong nước mặc dù đã có nhiều cố gắng, nỗ lực nhưng vẫn gặp rất nhiều khó khăn trong việc tồn tại và phát triển. Việc phải đối mặt với quá nhiều thách thức cạnh tranh cùng với sự gia nhập của các ngân hàng nước ngoài đòi hỏi các ngân hàng phải có chiến lược rõ ràng để giữ vững và nâng cao thị phần. Nhiều ngân hàng đã có bước phát triển vượt bậc về chất lượng dịch vụ, nâng cao trình độ quản trị, áp dụng nhiều ứng dụng như internet banking, ebank, fintech,... Việc đem đến chất lượng dịch vụ tốt nhất cho khách hàng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết nếu ngân hàng muốn tồn tại và phát triển trong giai đoạn hiện nay. Chính vì vậy, Vietcombank đã chọn khẩu hiệu: “Chung niềm tin vững tương lai”

làm “kim chỉ nam” cho mọi hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Nếu những chuẩn mực bên ngoài như cơ sở vật chất, đồng phục, hình thức, tác phong,... là yếu tố ban đầu để thu hút khách hàng thì thái độ và sự tận tụy là phẩm chất, chuẩn mực bên trong để chinh phục trọn vẹn trái tim khách hàng, đồng thời đây cũng là nhân tố quyết định tạo nên sự thành công. Để làm rõ hơn các vấn đề trên, tác giả đã thực hiện nghiên cứu “Nâng cao chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương”.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ

Chất lượng sản phẩm là hữu hình còn chất lượng dịch vụ là một yếu tố vô hình và là một phạm trù rộng. Có rất nhiều định nghĩa khác nhau về chất lượng dịch vụ, tuy nhiên, bản chất của chất lượng dịch vụ nói chung được xem là những gì mà khách hàng cảm nhận được. Mỗi khách hàng có nhận thức và nhu cầu cá nhân khác nhau nên cảm nhận về chất lượng dịch vụ cũng khác nhau.

Theo quan điểm của Gronroos (1984), chất

lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh: chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ còn chất lượng chức năng nói lên chúng được phục vụ như thế nào. Dịch vụ cung cấp tốt hay không là tùy thuộc vào người cung cấp dịch vụ qua thái độ, quan hệ bên trong công ty, hành vi, tinh thần phục vụ, sự biểu hiện bên ngoài, tiếp cận và tiếp xúc khách hàng. Muốn tạo dịch vụ tốt, phải có sự giao thoa giữa chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.

Theo TCVN ISO 9001:2000, “Chất lượng là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có của một sản phẩm, hệ thống hoặc quá trình thỏa mãn các yêu cầu của khách hàng và các bên có liên quan”. Theo TCVN ISO 9001:2007, “Chất lượng là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có đáp ứng các yêu cầu”.

Quan điểm của David Cox (1997), dịch vụ ngân hàng là các dịch vụ về vốn, tiền tệ, thanh toán,... mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng đáp ứng nhu cầu kinh doanh, sinh lời, sinh hoạt cuộc sống, cất trữ tài sản... và ngân hàng thu chênh lệch lãi suất, tỷ giá hay thu phí thông qua dịch vụ ấy. Trong xu hướng phát triển ngân hàng hiện nay, ngân hàng được coi như là một siêu thị dịch vụ, một bách hóa tài chính với hàng trăm, thậm chí hàng nghìn dịch vụ khác nhau tùy theo cách phân loại và tùy theo trình độ phát triển của từng ngân hàng.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở lý luận và kế thừa các công trình nghiên cứu đã trình bày, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 7 yếu tố tác động đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương, gồm: 1 - Phương tiện hữu hình; 2 - Sự tin cậy; 3 - Sự đáp ứng; 4 - Năng lực phục vụ; 5 - Sự đồng cảm; 6 - Mạng lưới chi nhánh và ATM; 7 - Chăm sóc khách hàng; (Hình 1)

Giả thuyết H1: Phương tiện hữu hình có tương quan thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

Giả thuyết H2: Sự tin cậy có tương quan thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

Giả thuyết H3: Sự đáp ứng có tương quan thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

Giả thuyết H4: Năng lực phục vụ có tương quan thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

Giả thuyết H5: Sự đồng cảm có tương quan thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

Giả thuyết H6: Mạng lưới chi nhánh và ATM có tương quan thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

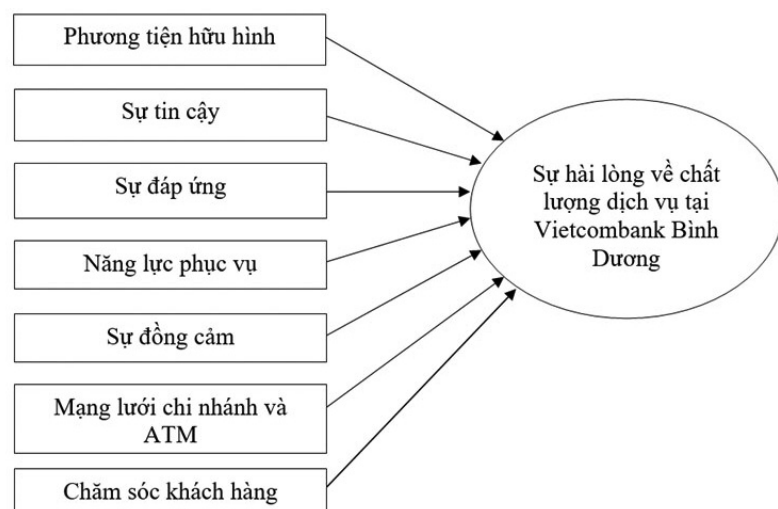
Giả thuyết H7: Chăm sóc khách hàng có tương quan thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Độ tin cậy của các thang đo

Mức giá trị hệ số Cronbach’s Alpha: 0,8 ≤ Cronbach’s Alpha ≤ 1: rất tốt; 0,7 ≤ Cronbach’s Alpha < 0,8: tốt; 0,6 ≤ Cronbach’s Alpha < 0,7: đủ điều kiện (Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Hệ số tương quan biến tổng: Nếu một biến đo lường có hệ số tương quan biến tổng ≥ 0,3 thì biến đó đạt yêu cầu (Nunnally, 1978); nếu yếu tố nào nhỏ hơn 0,3 thì cần loại biến này ra khỏi nhân tố. Độ tin cậy thang đo được kiểm định với kết quả như Bảng 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Bảng 1. Độ tin cậy các nhân tố

TT	Nhân tố	Mã hóa	Số biến	Cronbach's Alpha
1	Phương tiện hữu hình	HH	7	0,889
2	Sự tin cậy	TC	6	0,835
3	Sự đáp ứng	DU	5	0,825
4	Năng lực phục vụ	NL	5	0,622
5	Sự đồng cảm	DC	4	0,910
6	Mạng lưới chi nhánh và ATM	ML	3	0,722
7	Chăm sóc khách hàng	CS	5	0,834
8	Sự hài lòng	HL	7	0,895

3.2. Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá EFA là phương pháp phân tích thống kê, các thông số cơ bản cần thỏa mãn gồm: giá trị Eigenvalue tối thiểu bằng 1; với cỡ mẫu nghiên cứu là 260 (quy mô mẫu trong

phạm vi từ 100 đến 350) thì hệ số tải yếu tố tối thiểu bằng 0,55; kết quả kiểm định KMO (Kaiser Meyer Olkin) $0,5 \leq KMO \leq 1$; tổng phương sai trích (Cumulative) $> 50\%$; kiểm định Bartlett phải có Sig. $\leq 0,05$ để thể hiện mức ý nghĩa cao. Kết quả thu được như Bảng 2.

Như vậy, sau khi phân tích nhân tố EFA mô hình nghiên cứu có 7 nhân tố ảnh hưởng thuận đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương (gồm 35 biến

quan sát vẫn được giữ nguyên).

Kết quả Bảng 3 cho thấy, các giá trị của nhân tố phụ thuộc đạt yêu cầu để tiếp tục phân tích hồi quy.

3.3. Phân tích hồi quy

Giá trị R² hiệu chỉnh là 0,665 cho thấy, sự biến

Bảng 2. Bảng kết quả phân tích các nhân tố độc lập

Biến quan sát	Thành phần						
	1	2	3	4	5	6	7
HH1	0,900	Phương tiện hữu hình (HH)					
HH6	0,876						
HH2	0,866						
HH4	0,787						
HH5	0,699						
HH3	0,691						
HH7	0,541						
CS4		0,906	Chăm sóc khách hàng (CS)				
CS3		0,900					
CS2		0,865					
CS1		0,819					
TC5		0,795					
DC1			0,940	Sự đồng cảm (DC)			
DC2			0,906				
NL5			0,883				
DC4			0,822				
DC3			0,811				

Biến quan sát	Thành phần							
	1	2	3	4	5	6	7	
TC2	Sự tin cậy (TC)			0,889				
TC1				0,817				
TC4				0,790				
TC3				0,737				
TC6				0,618				
CS5				0,543				
DU3	Sự đáp ứng (DU)				0,796			
DU4					0,777			
DU2					0,767			
DU5					0,766			
DU1					0,698			
NL4					Năng lực phục vụ (NL)			
NL3	0,706							
NL2	0,617							
NL1	0,616							
ML1	Mạng lưới chi nhánh và ATM (ML)							
ML2							0,784	
ML3							0,714	
Phương sai trích (%)							68,856	

Nguồn: Kết quả tính toán từ SPSS

Bảng 3. Bảng kết quả phân tích EFA nhân tố phụ thuộc

Biến	Giá trị Eigenvalues			Tổng phương sai trích		
	Tổng	% biến thiên	% tích lũy	Tổng	% biến thiên	% tích lũy
1	4,322	61,747	61,747	3,209	45,845	45,845
2	1,353	19,335	81,083	2,467	35,237	81,083
3	0,589	8,408	89,491			
4	0,457	6,533	96,024			
5	0,197	2,813	98,837			
6	0,046	0,657	99,494			
7	0,035	0,506	100,000			
KMO	0,760					

Bảng 4. Bảng mô hình tổng thể

Mô hình	R	R ²	R ² điều chỉnh	Độ lệch chuẩn	Hệ số Durbin-Watson
1	0.693 ^a	0,680	0,665	0,406	1,800

Bảng 5. Kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai lệch chuẩn	Beta			Hệ số chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai VIF	
1	Hằng số	0,122	0,302		0,405	0,686		
	X1	0,151	0,053	0,142	2,844	0,005	0,855	1,169
	X2	0,350	0,059	0,320	5,912	0,000	0,733	1,365
	X3	0,044	0,037	0,060	1,192	0,234	0,861	1,162
	X4	0,354	0,047	0,383	7,465	0,000	0,817	1,224
	X5	0,004	0,045	0,005	0,098	0,922	0,956	1,046
	X6	0,072	0,052	0,075	1,392	0,165	0,743	1,347
	X7	0,092	0,038	0,115	2,407	0,017	0,945	1,058

thiên của các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tại Vietcombank Bình Dương có 66,5% ảnh hưởng bởi các biến độc lập trong mô hình. Hệ số Durbin - Watson là 1,800 (nằm trong khoảng 1÷3), cho thấy không có sự tương quan giữa các phần dư. Điều này khẳng định, tính độc lập của phần dư được đảm bảo. (Bảng 4)

Trong phân tích hồi quy, hệ số Beta đã chuẩn hóa là kết quả của việc giải phương trình hồi quy mà các biến độc lập, biến phụ thuộc đã được chuẩn hóa (phương sai bằng 1). Còn hệ số B chưa chuẩn hóa là kết quả của việc giải phương trình hồi quy mà các biến được giữ nguyên giá trị thô. Kết quả phân tích, kiểm tra hệ số phóng đại phương sai (Variance inflation factor - VIF) cũng cho thấy hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến là tương đối nhỏ (tất cả đều nhỏ hơn 2). Do đó, không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình nghiên cứu. (Bảng 5)

Như vậy, mô hình hồi quy chuẩn hóa các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương được xác định như sau:

$$Y = 0,151 * X_1 + 0,350 * X_2 + 0,354 * X_4 + 0,092 * X_7$$

Hay

$$HL = 0,151 * HH + 0,350 * CS + 0,354 * TC + 0,092 * ML$$

4. Giải pháp

4.1. Giải pháp về yếu tố “Phương tiện hữu hình”

Vietcombank Bình Dương đã có được nền tảng cơ sở vật chất khang trang, hiện đại, đồng phục nhân viên tươm tất, đồng bộ. Tuy nhiên, trong công tác mở rộng mạng lưới chi nhánh, gia tăng số lượng nhân viên, Vietcombank Bình Dương cần thiết phải chú ý đến sự đồng bộ tại các chi nhánh, điểm giao dịch mới với toàn hệ thống Ngân hàng Vietcombank để tiếp tục duy trì thế mạnh về phương tiện hữu hình. Ngoài ra, nhà giữ xe cho khách hàng hiện tại còn hẹp, chưa phân định từng loại xe. Do đó, Vietcombank Bình Dương cần xem xét mở rộng diện tích nhà xe cùng với sắp xếp, phân loại hệ thống xe phù hợp với tình hình phương tiện hiện nay. Có thể nghiên cứu hệ thống nâng hạ xe bằng thủy lực để tiết kiệm diện tích xây dựng mà vẫn đảm bảo số lượng xe theo mong muốn. Bên cạnh đó, cần chấn chỉnh, đào tạo đội ngũ bảo vệ có trách nhiệm cao trong việc hướng dẫn kiểm soát xe; bổ sung thẻ xe chú ý phân loại thẻ giữa ô tô và xe máy; bảo đảm an toàn, an tâm cho khách hàng đến giao dịch bằng cách lắp đặt hệ thống camera an ninh.

4.2. Giải pháp về yếu tố “Sự tin cậy”

Hạn chế sai sót trong giao dịch với khách hàng; đảm bảo chất lượng đã cam kết với khách hàng.

Xây dựng đội ngũ cán bộ nhân viên ngân hàng đáp ứng tốt yêu cầu nhiệm vụ được giao. Phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa các phòng ban chuyên môn, giữa các cán bộ nhân viên, thường xuyên rà soát cải tiến quy trình cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng. Cung cấp thông tin và cung cấp dịch vụ ngân hàng chính xác, không để xảy ra sai sót. Bảo mật thông tin cho khách hàng tốt nhất và kịp thời khắc phục khi có sự cố xảy ra. Xây dựng chế độ khen thưởng hợp lý, kịp thời đối với cán bộ nhân viên làm việc hiệu quả và xử lý ngay đối với các cán bộ nhân viên có biểu hiện tiêu cực hoặc không hoàn thành nhiệm vụ. Tại các vị trí tiếp nhận và trả hồ sơ cần duy trì việc tích hợp hệ thống đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đến giao dịch đối với cán bộ nhân viên tiếp nhận hồ sơ, đồng thời những kiến nghị này sẽ được chuyển đến các lãnh đạo quản lý.

4.3. Giải pháp về yếu tố “Mạng lưới chi nhánh và ATM”

Vietcombank là đơn vị dẫn đầu trong việc đa dạng hóa thẻ thanh toán trên thị trường nội địa và quốc tế. Hiện tại, thẻ ATM Vietcombank chia làm 3 loại chính: thẻ ghi nợ nội địa, thẻ ghi nợ quốc tế, thẻ tín dụng quốc tế. Với dòng thẻ ATM Vietcombank nội địa khách hàng có thể đi mua sắm trong nước không cần tiền mặt với tiện ích quét thẻ

ở các cửa hàng, trung tâm thương mại có sử dụng máy Pos tại quầy thanh toán. Một số loại thẻ được miễn phí mở thẻ như: Vietcombank - AEON; Vietcombank - Coopmart và thẻ liên kết sinh viên. Những chính sách ưu đãi đã và đang được áp dụng nhưng thực tế vẫn còn khá nhiều khách hàng mơ hồ hoặc không biết. Điều này cần được Vietcombank - Bình Dương nhanh chóng khắc phục. Để khách hàng thật sự cảm nhận được chất lượng dịch vụ từ các chính sách của Vietcombank, lãnh đạo Vietcombank Bình Dương cần làm tốt công tác truyền thông, tuyên truyền, quản lý thông tin và marketing các chính sách này đến khách hàng, có như vậy chính sách mới thực sự hiệu quả. Bên cạnh đó, Vietcombank Bình Dương cần cân đối giữa mục tiêu mở rộng mạng lưới và mục tiêu kiểm soát chi phí để có thể phát triển bền vững, không làm ảnh hưởng đến chỉ tiêu lợi nhuận của ngân hàng.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã tập trung phân tích, xác định các yếu tố, mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Vietcombank - Chi nhánh Bình Dương. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp giúp lãnh đạo Vietcombank nói chung và Vietcombank Bình Dương nói riêng nâng cao chất lượng dịch vụ trong thời gian tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đỗ Hoàng Long (2008). *Tác động của toàn cầu hóa kinh tế đối với dòng FDI vào Việt Nam*. Luận án tiến sĩ. Học viện Tài chính.
2. Hà Quang Tiến (2015). *Tác động của đầu trực tiếp nước ngoài đến phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Vĩnh Phúc*. Luận án tiến sĩ. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
3. Đặng Thành Cường (2012). *Tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào tỉnh Nghệ An*. Luận án tiến sĩ. Đại học Kinh tế quốc dân.
4. Nguyễn Huy Thám (1999). *Kinh nghiệm thu hút vốn đầu tư nước ngoài ở các nước ASEAN và vận dụng vào Việt Nam*. Luận án tiến sĩ. Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
5. Đinh Phi Hồ (2017). *Phương pháp nghiên cứu khoa học và viết luận văn thạc sĩ*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
6. Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh, Thiết kế và thực hiện*. Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
7. Kevin Daly, Chanikarn Teresa Tosompark (2015). Determinants of Foreign Direct Investment in Thailand. *In The Impact of the Global Financial Crisis on Emerging Financial Markets*, 93, 709-718.

8. Rashmi Banga (2003). *Impact of Government Policies and Investment Agreements on FDI Inflows*. An Empirical Evidence.

9. James B., (2007). Determinants of Foreign Direct Investment In Malaysia. *Journal of Policy Modeling, Elsevier*, 30(1), 185-189.

Ngày nhận bài: 2/11/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/12/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN HÁN KHANH

2. NGUYỄN HÒA THUẬN

3. TRẦN THỊ HUYỀN THANH

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Thủ Dầu Một

IMPROVING THE SERVICE QUALITY OF VIETCOMBANK - BINH DUONG BRANCH

● Ph.D. **NGUYEN HAN KHANH**¹

● **NGUYEN HOA THUAN**

● **TRAN THI HUYEN THANH**

¹Director of the Faculty Logistics and Supply chain management,
Thu Dau Mot University

ABSTRACT:

This study is to systematize the theoretical basis of service quality, determine the factors affecting the service quality of the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam (Vietcombank) - Binh Duong Branch. Based on the study's findings, some solutions are proposed to improve the bank's service quality.

Keywords: bank, service quality, exploratory factor analysis, Vietcombank - Binh Duong Branch.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI HIỆU QUẢ CÔNG TÁC ĐÀO TẠO CÁN BỘ, CÔNG CHỨC CỦA THANH TRA SỞ XÂY DỰNG HÀ NỘI

● ĐÀO THỊ DUYÊN

TÓM TẮT:

Công tác đào tạo nhân lực ở Việt Nam và trên thế giới đã, đang nhận được sự chú ý lớn. Tuy nhiên, nghiên cứu về hiệu quả đào tạo và những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả đào tạo ở Việt Nam nhất là trong một lĩnh vực cụ thể như thanh tra xây dựng thì chưa có. Thêm vào đó, việc áp dụng các lý thuyết vào thực tiễn cũng rất khó khăn. Đây là một khoảng trống để tác giả thực hiện nghiên cứu này. Nghiên cứu nhằm tìm hiểu về các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động đào tạo nhân lực tại thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội.

Nghiên cứu này được thực hiện trên cơ sở thu thập các dữ liệu thứ cấp từ các nghiên cứu trước được công bố trong và ngoài nước có liên quan đến hoạt động đánh giá hiệu quả công tác đào tạo nhân lực. Bằng phương pháp thống kê, phân tích, so sánh và khảo cứu nội dung, tác giả sắp xếp các nghiên cứu có liên quan đến hiệu quả đào tạo nhân lực và xây dựng mô hình nghiên cứu theo 5 nhân tố cơ bản có ảnh hưởng tới hiệu quả công tác đào tạo nhân lực.

Từ khóa: công tác đào tạo nhân lực, cán bộ, công chức, thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Con người là thành phần quan trọng nhất đóng góp vào thành công của các tổ chức nói chung và các doanh nghiệp kinh doanh nói riêng. Để có thể hoàn thành mục tiêu cũng như các kế hoạch của tổ chức trong bối cảnh kinh tế - xã hội ngày càng thay đổi nhanh chóng và phức tạp thì công tác đào tạo nhân lực (ĐTNL) ngày càng trở nên quan trọng. Công tác xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức thanh tra chuyên ngành Xây dựng từ ngày

thành lập đến nay đã có những chuyển biến quan trọng đáp ứng được yêu cầu đặt ra trong điều kiện phát triển kinh tế - xã hội của đất nước hiện nay. Tuy nhiên, việc đầu tư cho công tác đào tạo cán bộ, công chức có thật sự đem lại hiệu quả cho việc thực hiện công việc cũng như các mục tiêu kế hoạch của tổ chức hay không thì vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Thực tế này là tồn tại rất lớn, không chỉ đối với công tác ĐTNL của thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội, mà còn của phần

lớn các tổ chức hiện nay. Các nghiên cứu công trình khoa học liên quan đến hiệu quả đào tạo cũng cho thấy thực tế khó khăn của việc áp dụng lý luận vào thực tiễn, thực tế khiến vấn đề đánh giá hiệu quả đào tạo không phải là mới mẻ nhưng vẫn hết sức cấp thiết trong giai đoạn hiện nay. Từ những lý do trên, tác giả đề xuất nghiên cứu với đề tài “Các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả công tác đào tạo cán bộ, công chức của thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội”, từ đó có được những khuyến nghị cụ thể và khách quan, nhằm góp phần vào việc nâng cao hiệu quả cho hoạt động ĐTNL hiện nay.

2. Các khái niệm

2.1. Nhân lực

Con người là yếu tố kiên quyết của hoạt động sản xuất - kinh doanh. Theo C. Mác, Lê Nin, người lao động (NLĐ) là nhân tố hàng đầu của lực lượng sản xuất, là yếu tố quyết định đến quá trình sản xuất. Nói như vậy để thấy, ngay từ khi xuất hiện hoạt động “sản xuất vật chất”, con người, NLĐ đã được coi trọng, là yếu tố kiên quyết trong hoạt động sản xuất - hoạt động đặc trưng riêng của con người và xã hội loài người. Đến giai đoạn hiện nay, khi máy móc được sử dụng để thay thế dần quá trình thực hiện công việc thì địa vị của con người trong sản xuất vật chất vẫn không thay đổi. Sang đến những năm 90, yếu tố con người trong sản xuất đã được xã hội nhận thức một cách toàn diện hơn, thuật ngữ “nhân lực” từ đó mới được chú ý và sử dụng ngày một rộng rãi. Thuật ngữ nhân lực hiện nay có thể được hiểu như sau: “Nhân lực là nguồn lực bên trong mỗi con người” (Lê Thanh Hà, 2012). Theo cách hiểu này, nhân lực là khả năng, là tiềm lực của mỗi người. Trong phạm vi một tổ chức, nhân lực chính là khả năng phát huy năng lực để thực thi công việc một cách tốt nhất. Năng lực này được kết tinh bởi thể lực và trí lực bên trong mỗi con người. Thể lực, trí lực đều là những yếu tố vô hạn, khi được đặt đúng hoàn cảnh các yếu tố này sẽ phát triển và vượt ra khỏi các giới hạn thông thường. Quan điểm này cũng tương tự như quan điểm “Nhân lực được hiểu

là toàn bộ các khả năng về thể lực và trí lực của con người được vận dụng trong quá trình lao động sản xuất. Nó cũng được xem là sức lao động của con người - một nguồn lực quý giá nhất trong các yếu tố sản xuất của doanh nghiệp. Nhân lực của doanh nghiệp bao gồm tất cả những người lao động làm việc trong doanh nghiệp”. (Hà Văn Hội, 2007). Như vậy, nhân lực là tất cả những khả năng về thể lực và trí lực của con người được sử dụng trong hoạt động lao động, sản xuất.

2.2. Đào tạo nhân lực

Dubashi, P.R (1983) đã đưa ra khái niệm đào tạo “như một quá trình làm tăng kiến thức, kỹ năng và thái độ của NLĐ để đạt được các mục tiêu của tổ chức”. James R Davis Ph and Adelaide B Davis (1998) cho rằng “đào tạo là tập hợp những quy trình với mục đích không ngừng phát triển NLĐ và các hệ thống quản lý”. Raymond A. Noe (2010) cho rằng, “đào tạo là các hoạt động có kế hoạch của DN nhằm hỗ trợ quá trình học hỏi các năng lực nghề nghiệp của NLĐ”. Nyitor A. Shenge thì định nghĩa “đào tạo là hoạt động có tổ chức, giúp tác động đến nguồn lực bên trong mỗi con người, từ đó, cho phép tổ chức cạnh tranh thành công trong môi trường kinh doanh khốc liệt.” (Nyitor A. Shenge, 2014)

Lê Thanh Hà (2012) cho rằng, ĐTNL là quá trình học tập có định hướng, có kế hoạch của tổ chức, giúp NLĐ bổ sung kiến thức kỹ năng thiếu hụt và thực hiện công việc có hiệu quả hơn. Trần Kim Dung (2011) cũng đồng nhất với quan điểm trên về ĐTNL. “ĐTNL là các phương pháp tác động lên quá trình học tập” để nâng cao các kiến thức, kỹ năng thực hành, tập trung giải quyết đến vấn đề thuộc phạm vi công việc hiện tại của cá nhân NLĐ, giúp họ có ngay các kỹ năng cần thiết để thực hiện tốt công việc hiện tại. Nguyễn Ngọc Quân, Nguyễn Văn Điềm (2012) cũng nhấn mạnh về việc “đào tạo là các hoạt động học tập nhằm giúp cho NLĐ có thể thực hiện có hiệu quả hơn chức năng, nhiệm vụ của mình. Đó chính là quá trình học tập làm cho NLĐ nắm vững hơn về công việc của mình, là những hoạt động học tập để

nâng cao trình độ, kỹ năng của NLĐ để thực hiện nhiệm vụ lao động có hiệu quả hơn”. Từ những khái niệm về ĐTNL của các tác giả trong nước và nước ngoài, tác giả đề xuất khái niệm để sử dụng trong nghiên cứu như sau: ĐTNL là tổng hợp các hoạt động có tổ chức nhằm tạo ra sự thay đổi quan điểm, năng lực hành vi, năng lực nghề nghiệp theo hướng tích cực cho người lao động, giúp cho NLĐ có thể thực hiện có hiệu quả hơn chức năng, nhiệm vụ của mình, từ đó giúp tổ chức có thể hoàn thành các mục tiêu đã đề ra.

2.3. Hiệu quả

Các tác giả nghiên cứu vấn đề hiệu quả cũng có những cách tiếp cận khác nhau về khái niệm này. Trong khuôn khổ nghiên cứu của mình, tác giả theo quan điểm hiệu quả cần được gắn với mục tiêu cụ thể, là sự kết hợp giữa đầu vào và đầu ra, cách tiếp cận kinh tế học. Nguyễn Kim Thúy (1989) cho rằng “hiệu quả được hiểu là chỉ tiêu so sánh, biểu hiện mức độ tiết kiệm chi phí trong một đơn vị kết quả hữu ích và mức tăng khối lượng kết quả hữu ích của hoạt động sản xuất vật chất trong một thời kỳ, góp phần làm tăng thêm lợi ích xã hội của nền kinh tế quốc dân”. Dương Văn Chung (2003) đưa ra hai khái niệm về hiệu quả như sau: “Hiệu quả là khái niệm dùng để chỉ mối quan hệ giữa kết quả thực hiện các mục tiêu hoạt động của chủ thể và chi phí mà chủ thể phải bỏ ra để đạt được kết quả đó trong những điều kiện nhất định” và “Hiệu quả là một chỉ tiêu phản ánh mức độ thu lại được kết quả nhằm đạt một mục đích nào đó tương ứng với một đơn vị nguồn lực phải bỏ ra trong quá trình thực hiện hoạt động nhất định”. Đỗ Huyền Trang (2013) tiếp cận hiệu quả gắn với mục đích của chủ thể, hiệu quả được hiểu là “một chỉ tiêu phản ánh mức độ thu lại được kết quả nhằm đạt được một mục đích nào đó của chủ thể tương ứng với một đơn vị nguồn lực đã bỏ ra trong quá trình thực hiện”. Từ đó ta có thể hiểu, để đạt được thành công của một hoạt động, các nhà kinh tế luôn chú trọng đến việc giảm chi phí lãng phí và nâng cao số lượng, chất lượng của sản phẩm đầu ra. Nói

cách khác, đó là mức độ “thu hồi vốn” và “tạo giá trị thặng dư” của mỗi hoạt động.

2.4. Hiệu quả đào tạo (HQĐT) nhân lực

Baldwin và Ford định nghĩa về HQĐT như sau “đào tạo được coi là hiệu quả khi người học có thể áp dụng các kiến thức, kỹ năng và thái độ đã học được vào trong một công việc cụ thể” (Baldwin và Ford, 1988). Kaye Alvarez, Eduardo Salas, Christina M. Garofano (2004) cho rằng hiệu quả ngoài việc đánh giá kết quả đào tạo, tổ chức còn cần cố gắng đánh giá các khía cạnh của môi trường, chương trình đào tạo và bản thân nhân viên. Những yếu tố này làm tác nhân khiến chương trình đào tạo thành công hay không thành công. Hiểu theo cách hiểu này, HQĐT là nghiên cứu về các biến có khả năng ảnh hưởng đến kết quả đào tạo ở các giai đoạn khác nhau (trước, trong và sau) của quá trình đào tạo. Cách hiểu đó cũng được tìm thấy trong quan điểm “hiệu quả cần được gắn với một cụm từ có nghĩa khác như hiệu quả vốn đầu tư, hiệu quả kinh tế, hiệu quả kinh tế xã hội” (Nguyễn Đình Hậu, 2012). Việc chia ra các khía cạnh hiệu quả khác nhau xuất phát từ những nguyên nhân: không phải lúc nào các hoạt động trong tổ chức cũng có mục đích lợi nhuận nên không cần thiết phải so sánh chi phí đầu vào với kết quả đầu ra. Ngoài ra, việc đo lường bóc tách nguyên nhân của kết quả đầu ra đôi khi gặp nhiều khó khăn, vì vậy rất khó để xác định đào tạo có phải là nguyên nhân khiến tổ chức thu được kết quả tốt hơn hay không. Kirkpatrick thì khẳng định rằng “đào tạo sẽ có rất ít giá trị cho tổ chức nếu nó không được chuyển thành năng suất” (Kirkpatrick, 1959). Như vậy, theo quan điểm này, hiệu quả đào tạo cần được đo lường dựa theo sự thay đổi của năng suất lao động. Từ những định nghĩa trên, tác giả đưa ra khái niệm cho nghiên cứu của mình “Hiệu quả đào tạo là kết quả của quá trình đào tạo đem lại sự thay đổi tích cực về kiến thức, kỹ năng, thái độ của người học và khả năng áp dụng nó vào công việc cụ thể góp phần đem lại lợi ích tích cực trong hoạt động của các chủ thể liên quan”.

2.5. Các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động đào tạo

Các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động ĐTNL cũng sẽ ảnh hưởng tới hiệu quả của hoạt động này. Rất nhiều công trình nghiên cứu ĐTNL chia các yếu tố ảnh hưởng đó thành các yếu tố thuộc môi trường bên trong và môi trường bên ngoài:

- Môi trường bên trong: quản lý hoạt động ĐTNL, quan điểm của người lãnh đạo, sử dụng nhân lực sau đào tạo, mục tiêu đào tạo, đặc trưng ngành nghề, chiến lược phát triển của tổ chức, văn hóa doanh nghiệp, khả năng tài chính của doanh nghiệp.

- Môi trường bên ngoài: thể chế chính trị, đặc điểm môi trường kinh doanh, tình hình kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội, hệ thống pháp luật, chất lượng nguồn nhân lực, sự phát triển của hệ thống giáo dục, đối thủ cạnh tranh.

Đặc điểm chung của các công trình nghiên cứu trên là lựa chọn một vài yếu tố đặc trưng ở các môi trường bên trong và môi trường bên ngoài để phân tích trong trường hợp cụ thể. Cách làm này giúp đảm bảo bao quát các vấn đề từ việc phân tích các yếu tố khách quan cho đến các yếu tố chủ quan khi thực hiện đào tạo. Các tác giả nghiên cứu theo hướng đó như David P.Lepak and Scott A.Snell (1999), Trần Thanh Bình (2003), Nile W. Hatch and Jeffrey H. Dyer (2004), Phạm Thị Bích

Thu (2009), Đinh Văn Toàn (2011), Phạm Minh Phương (2013), Đặng Thị Hương (2015).

3. Một số mô hình các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả đào tạo nhân lực

3.1. Mô hình của Abdullah Lin và Mohd Yazam Shariff, 2008

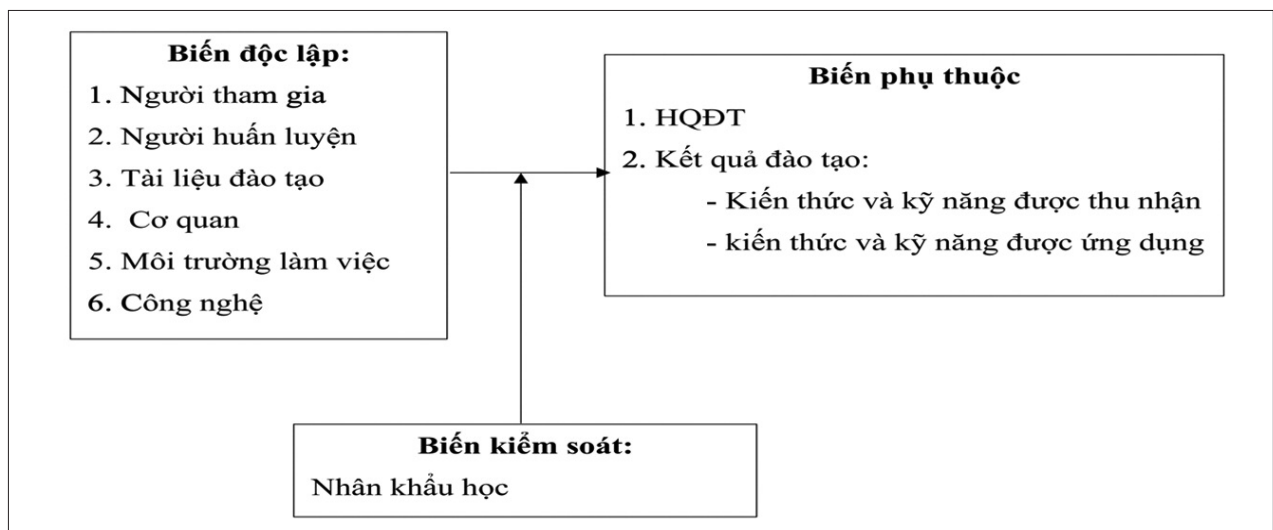
Abdullah Lin và Mohd Yazam Shariff (2008) khi nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến HQĐT đã nghiên cứu ảnh hưởng của 6 nhân tố, gồm: người tham gia, người huấn luyện, tài liệu đào tạo, cơ quan, môi trường làm việc và công nghệ. Cụ thể như sau Hình 1.

3.2. Mô hình của K. L. Jayawardana và H. A. D. Prasanna

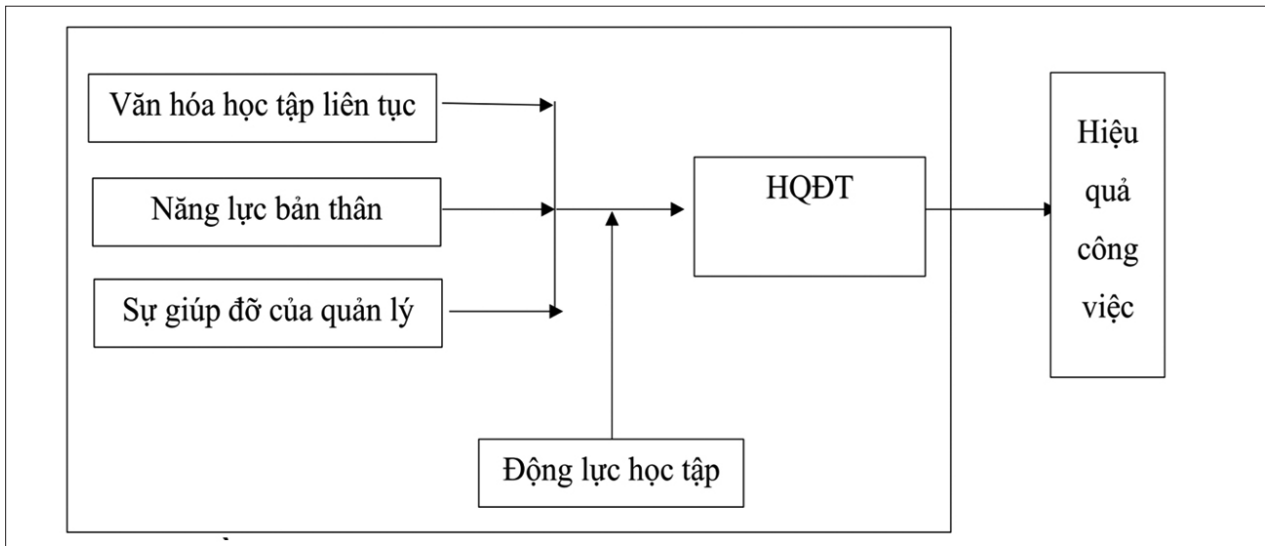
K.L. Jayawardana và H. A. D. Prasanna (2007) trong bài viết "Factors Affecting the Effectiveness of Training Provided to Merchandisers of Garment Industry in Sri Lanka" đã đưa ra mô hình đánh giá hiệu quả làm việc dựa trên đánh giá HQĐT. Cụ thể như Hình 2.

Như vậy, HQĐT được tác động bởi 3 yếu tố gồm: Văn hóa học tập liên tục, Năng lực bản thân, Sự giúp đỡ của quản lý. Động lực học tập là yếu tố kiểm soát đến mối quan hệ này. Có thể thấy, điểm nổi bật của mô hình này là việc lựa chọn động lực học tập là yếu tố kiểm soát, bởi theo quan điểm của tác giả động lực học tập có thể tác động và làm thay đổi 3 yếu tố độc lập.

Hình 1: Mô hình của Abdullah Lin và Mohd Yazam Shariff, 2008



Hình 2: Mô hình của K. L. Jayawardana và H. A. D. Prasanna, 2007



Đinh Thị Hồng Duyên (2015) dựa vào một số quan điểm nghiên cứu, tác giả đã tổng hợp lại các yếu tố ảnh hưởng đến HQĐT bao gồm: Động lực học tập, Tự nhận thức và khả năng bản thân, Sự hỗ trợ của nhà quản lý, Văn hóa học tập liên tục của doanh nghiệp, Một số đặc điểm cá nhân (giới tính, tuổi tác, trình độ).

Mỗi mô hình đều có những ưu điểm và hạn chế. Tuy nhiên, trong mỗi ngành nghề sẽ có những đặc điểm và tiêu chuẩn đánh giá khác nhau. Do vậy, các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động đào tạo cũng không thể như nhau được. Phần dưới đây, tác giả xin đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động ĐTNL cụ thể trong ngành Thanh tra xây dựng phù hợp với những đặc điểm riêng biệt của ngành nghề này.

4. Đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động đào tạo nhân lực của Thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội

Số lượng công chức của cơ quan Thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội trong những năm gần đây luôn duy trì số lượng lớn và ổn định, qua các năm không có sự chênh lệch đáng kể, chủ yếu cán bộ công chức còn khá trẻ và nằm trong độ tuổi từ 30-40 tuổi. Số cán bộ, công chức trẻ có khả năng tiếp thu khoa học công nghệ hiện đại nhanh, đây chính là điều kiện thuận lợi cho công tác đào tạo,

bồi dưỡng đội ngũ cán bộ, công chức. Tuy nhiên, ở Thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội, số cán bộ, công chức trẻ thường thiếu kinh nghiệm và thường có mong muốn được nâng cao trình độ hơn những người lớn tuổi. Chính điều này có thể làm cho nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng của Thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội lớn hơn và kết quả đào tạo cao hơn. Đó là một thuận lợi cho công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ, công chức ở cơ quan Thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội. Tuy nhiên, vẫn có những điểm hạn chế làm ảnh hưởng tới hoạt động ĐTNL:

Một là, Do tính đặc thù của cơ quan Thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội - công chức thường xuyên phải bám sát địa bàn hoặc tham gia các đoàn thanh tra liên ngành do Thành phố hoặc UBND các quận, huyện thành lập nên việc bố trí cho công chức đi học các khóa đào tạo, bồi dưỡng cũng gặp nhiều khó khăn.

Hai là, Việc bố trí cho công chức đi học các khóa bồi dưỡng về quản lý nhà nước, lý luận chính trị, nghiệp vụ chuyên ngành còn bị động, phụ thuộc nhiều vào các đơn vị chủ trì như Sở Nội vụ, Trường Cán bộ Thanh tra, Học viện Quản lý xây dựng và đô thị nên việc chủ động bố trí thời gian cho công chức tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng còn gặp khó khăn.

Ba là, Việc học và sử dụng ngoại ngữ trong những năm gần đây chưa thực sự phát triển do công việc thực tế chưa đòi hỏi nhiều đến việc sử dụng ngoại ngữ.

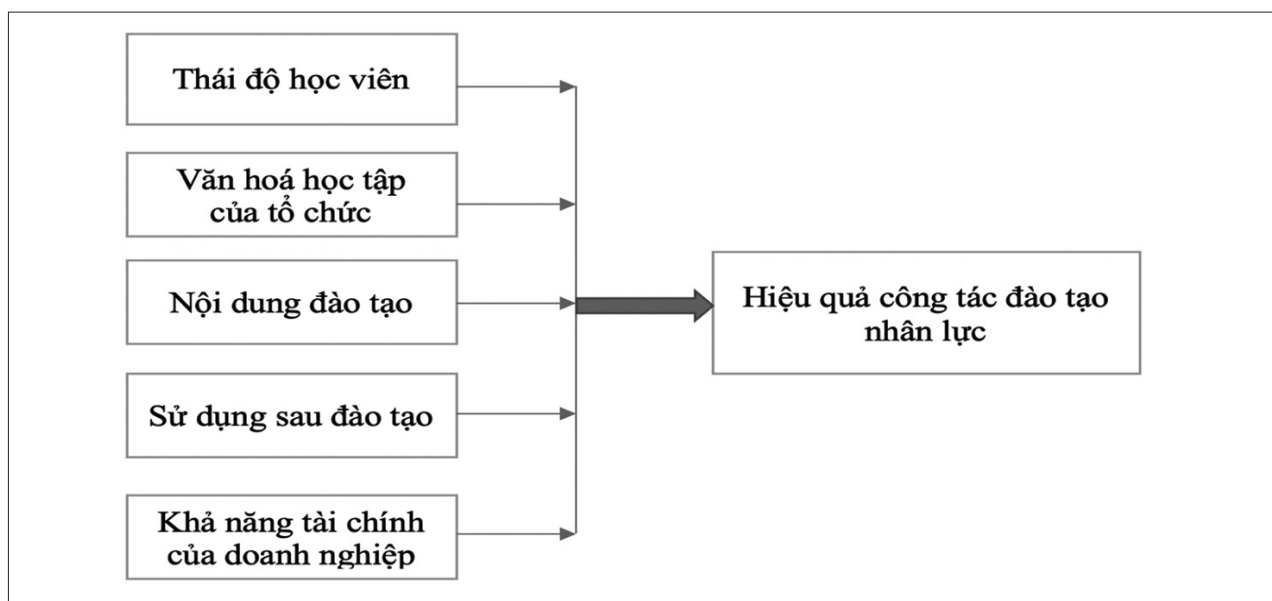
Từ những tồn tại và hạn chế trong công tác ĐTNL của thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội ở trên, tác giả đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động ĐTNL thanh tra xây dựng tại Sở Xây dựng Hà Nội như thể hiện tại Hình 3.

- *Thái độ học viên*: Trước tiên, thái độ học viên phải đảm bảo yêu thích, có quan điểm đúng đắn về ĐTNL. Thái độ của học viên đối với một chương trình đào tạo và công tác đào tạo tại một tổ chức có thể quyết định học viên đó có sẵn sàng lĩnh hội kiến thức, cũng như áp dụng kiến thức được học và thực tế hay không. Thực tế cho thấy, trong nhiều trường hợp, học viên không thích học nhưng vì mục tiêu được xác định rõ ràng khiến họ quyết tâm học và vẫn thu được kết quả cao. Học tập lúc này không phải vì đam mê, sở thích mà có thể trở thành nhiệm vụ, thành điều đúng đắn mà các học viên đó dù không muốn tham gia học tập nhưng họ vẫn sẽ học để đạt được mục tiêu mình mong muốn. Tất nhiên, không thể phủ nhận một chiều ngược lại rằng nếu có thái độ học tập tốt,

yêu thích hoạt động đào tạo, các học viên sẽ lĩnh hội kiến thức một cách dễ dàng hơn, qua đó đảm bảo HQĐT. Học viên có thái độ tích cực, hiệu quả có thể thu được cao, ngược lại, thái độ học viên chưa tích cực có thể gây khó khăn trong quá trình tiếp thu và lĩnh hội kiến thức được truyền tải trong ĐTNL. Xét về ý nghĩa lý luận, thái độ học viên cũng là yếu tố có đặc điểm tương đồng với yếu tố "động lực học tập", yếu tố được nhắc đến trong rất nhiều mô hình và bài nghiên cứu như: mô hình của Hyochang Lim và cộng sự; mô hình của Baldwin và Ford (1988); hay trong các nghiên cứu của B.K. Punia & Saurabh Kant (2013); Sahinidis & Bouris (2008). Động lực có thể hiểu là sự khát khao, tự nguyện tham gia quá trình học tập hay nói cách khác là thái độ của học viên với quá trình học tập ở tổ chức. Với đặc thù công việc thanh tra thường xuyên phải đi công tác, bám địa bàn, theo tác giả nếu người lao động có thái độ tích cực với quá trình đào tạo thì họ sẽ cố gắng bố trí công việc hoặc sắp xếp với những người khác để hoàn thành khóa đào tạo của mình.

- *Nội dung đào tạo*: Nội dung đào tạo phải phù hợp với mục tiêu chương trình đào tạo và mục tiêu chiến lược kinh doanh của tổ chức. Cũng như

Hình 3: Mô hình nghiên cứu của tác giả về các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả đào tạo thanh tra xây dựng



bất kỳ một chương trình đào tạo nào, nội dung đào tạo quyết định học viên sẽ được trang bị những gì sau khi tham gia đào tạo. Xây dựng nội dung đào tạo hợp lý, phong phú, bám sát mục tiêu và nhu cầu đào tạo là yêu cầu bắt buộc khi xây dựng chương trình đào tạo. Khi nội dung đào tạo tốt kết hợp với kết quả học tập - mức độ nắm vững nội dung đào tạo của các học viên có kết quả tốt đồng nghĩa với việc chương trình đào tạo đã đạt được các mục tiêu đề ra. Đây là điều kiện cần tiếp theo để khẳng định hoạt động đào tạo tại tổ chức là có kết quả tốt. Nội dung đào tạo cũng là một trong các yếu tố được nghiên cứu trong các mô hình của Baldwin & Ford (1988); mô hình của Hyochang Lim và cộng sự (2007)... Lựa chọn nội dung đào tạo qua đó sẽ đảm bảo phù hợp, kết hợp hiệu quả kết quả của các mô hình đánh giá HQĐT và các công trình nghiên cứu về yếu tố ảnh hưởng đến HQĐT.

- *Văn hóa học tập của tổ chức*: Văn hóa là các thói quen, giá trị, nếp nghĩ của một nhóm người hay của toàn xã hội. Văn hóa là thứ mà thành viên trong xã hội, trong nhóm phải thực hiện theo. Trong phạm vi tổ chức, văn hóa tổ chức đề cập đến các giá trị, quy trình và hành vi tổ chức. Trong đó, một văn hóa không thể không nhắc đến là văn hóa học tập. Xây dựng được văn hóa học tập giúp tạo ra sự nỗ lực học tập một cách tự nguyện của mỗi nhân viên. Một tổ chức có văn hóa học tập liên tục là tổ chức biết cách xây dựng hoạt động đào tạo liên tục, hợp lý và lôi cuốn nhân viên vào quá trình đào tạo. Theo đó, nhân viên sẽ tự nguyện tham gia các chương trình đào tạo hoặc thậm chí tự học tập và rèn luyện để theo kịp với yêu cầu của tổ chức, theo kịp sự phát triển của đồng nghiệp xung quanh. Xây dựng được văn hóa học tập có nghĩa là mọi thành viên trong tổ chức sẽ có ý thức và tự giác trong học tập để phù hợp và hòa nhập hơn với tổ chức. Điều này sẽ tác động mạnh tới sự thành công của các khóa đào tạo. Theo Burke & Baldwin (1999), văn hóa học tập có vai trò quan trọng trong đào tạo, bởi nó đảm bảo sự thành công khi tổ chức đó thường xuyên cập

nhập những kiến thức và kỹ năng mới cũng như tạo môi trường để ứng dụng các kiến thức kỹ năng mới đó vào thực tế quá trình làm việc. Để xây dựng văn hóa học tập, các tổ chức cần thể hiện quan điểm, cách thức nhìn nhận về ĐTNL qua nhiều phương diện như: khen thưởng, kỷ luật, giao việc, động viên, khuyến khích, xây dựng cơ chế cạnh tranh lành mạnh...

- *Sử dụng nhân lực sau đào tạo*: Sử dụng kết quả sau đào tạo minh chứng những gì học viên đã áp dụng vào trong thực tế. Sử dụng kết quả sau đào tạo không chỉ là hoạt động trong nội hàm của ĐTNL mà còn đảm bảo đào tạo có HQĐT trong thực tế. Để thực hiện được điều này, sau khi thu được các kết quả học tập tốt, tổ chức cần xây dựng chương trình, nội dung hành động để sử dụng nhân lực sau đào tạo, giúp họ có cơ hội áp dụng kiến thức, kỹ năng thái độ mới được đào tạo vào công việc. Điều này cũng giúp đảm bảo một trong các nguyên tắc của ĐTNL: đào tạo phải gắn với sử dụng sau đào tạo. Đào tạo sẽ được coi là phí phạm nếu đào tạo xong nhưng không sử dụng, vì vậy sử dụng sau đào tạo là điều kiện cần của HQĐT. Tổ chức không thể tổ chức hiệu quả các chương trình đào tạo nếu không chú trọng đến việc áp dụng những gì mình đã đào tạo được. Nếu đào tạo không gắn với sử dụng sau đào tạo, chắc chắn đào tạo không hiệu quả.

- *Khả năng tài chính của doanh nghiệp*: Với những doanh nghiệp, tổ chức có khả năng tài chính ổn định, dồi dào, đồng nghĩa với việc họ có thể cung cấp cho người lao động những hình thức học tập với chất lượng cao nhất. Đồng thời trong quá trình người lao động đi học nâng cao trình độ cũng như kỹ năng thì các chế độ trong tương lai có thể nhận được cũng là một động lực quan trọng khiến họ có thái độ tích cực hơn trong quá trình được đào tạo cũng như trong quá trình sử dụng những kiến thức, kỹ năng thu thập được vào công việc chuyên môn của mình. Từ những lý do đó, tác giả liệt kê yếu tố khả năng tài chính của doanh nghiệp (tổ chức) là 1 trong những yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động ĐTNL.

5. Kết luận

Vấn đề nhân lực là một vấn đề rất khó để đánh giá và đưa ra các biện pháp phù hợp hoàn toàn cho đúng với đặc điểm người lao động, cũng như điều kiện, hoàn cảnh của các tổ chức, doanh nghiệp. Trên cơ sở tập hợp các tài liệu có liên quan, tác giả bằng sự hiểu biết của mình đã xây dựng một mô hình với 5 yếu tố cơ bản ảnh hưởng tới hiệu quả quá

trình ĐTNL của thanh tra Sở Xây dựng Hà Nội. Đây là một hướng tiếp cận để các nhà quản lý nói chung và những nhà quản lý nhân lực nói riêng của Sở Xây dựng Hà Nội có thể xem xét và cân nhắc để có những chính sách, biện pháp trong tương lai, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động ĐTNL, tiến tới việc đảm bảo đội ngũ nhân lực đủ trình độ, kỹ năng, cũng như kinh nghiệm trong ngành Xây dựng Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tài liệu tiếng Việt:

1. Trần Thanh Bình (2003), *Đào tạo nguồn nhân lực phục vụ quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông thôn Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân.
2. Dương Văn Chung (2003), *Nghiên cứu về hiệu quả sản xuất kinh doanh và một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nhà nước xây dựng giao thông*, Luận án tiến sĩ, Đại học Nông nghiệp I.
3. Đinh Thị Hồng Duyên (2015), *Đào tạo nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp thuộc nền công nghiệp nội dung số VN*, Luận án tiến sĩ Kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân.
4. Trần Kim Dung (2009), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nhà xuất bản XB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh.
5. Lê Thanh Hà (2012), *Giáo trình Quản trị nhân lực I*, Nhà xuất bản Lao động Xã hội.
6. Nguyễn Đình Hậu (2012), *Nghiên cứu đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ lĩnh vực cơ khí quốc phòng*, Luận án tiến sĩ Quân sự, Học viện Kỹ thuật Quân sự.
7. Đặng Thị Hương (2015), *Đào tạo cán bộ quản lý trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam đáp ứng yêu cầu của hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế.
8. Hà Văn Hội (2007), *Quản trị nhân lực trong doanh nghiệp*, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.
9. Phạm Minh Phương (2013), *Quản lý đào tạo nhân lực tại doanh nghiệp may Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Giáo dục.
10. Phạm Thị Bích Thu (2009), *Đào tạo và phát triển nhân lực của công nghiệp dệt may Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Đại học Đà Nẵng.
11. Nguyễn Kim Thúy (1989), *Nghiên cứu hệ thống chỉ tiêu đo lường hiệu quả kinh tế hoạt động SXKD trong xí nghiệp công nghiệp*, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân.
12. Nguyễn Ngọc Quân, Nguyễn Văn Điềm (2012), *Giáo trình quản trị nhân lực*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.
13. Lê Trung Hiếu (2021), *Hiệu quả đào tạo nhân lực của Tập đoàn Điện lực Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Lao động - Xã hội.

Tài liệu tiếng Anh:

14. A.Akin Aksu & Sevcan Yildiz (2011). Measuring results of training with ROI method: An application in a 5-star hotel in Antalya region of Turkey. *An international multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(1), 193-212

15. AKL Jayawardana & HAD Prasanna (2007). Factors Affecting the Effectiveness of Training Provided to Merchandisers of Garment Industry in Sri Lanka. *Sri Lankan Journal of Management*, Vol 172.
16. Alvarez, K., Salas, E., & Garofano, C. M (2004). An Integrated Model of Training Evaluation and Effectiveness. *Human Resource Development Review*, 3(4), 385–416.
17. Baldwin, T.T., & Ford, J.K (1988). Transfer of training: A review and directions for future research. *Personnel Psychology*, 41(1), 63-105.
18. A.Akin Aksu & Sevcan Yildiz (2011). Measuring results of training with ROI method: An application in a 5-star hotel in Antalya region of Turkey. *An international multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(1), 193-212.
19. AKL Jayawardana & HAD Prasanna (2007). Factors Affecting the Effectiveness of Training Provided to Merchandisers of Garment Industry in Sri Lanka. *Sri Lankan Journal of Management*, Vol 172.
20. Anitha and Dr. M. Ashok Kumar (2016). A study on the impact of training on employee performance in private insurance sector, coimbatore district. *International Journal of Management Research & Review*, 6(8).
21. Alvarez, K., Salas, E., & Garofano, C. M (2004). An Integrated Model of Training Evaluation and Effectiveness. *Human Resource Development Review*, 3(4), 385–416.
22. Aliya Mohammed Al-Mughairi, (2018). *The evaluation of training and development of employees: The case of a national oil and gas industry*. Thesis of Doctor of Philosophy, Brunel Business School Brunel University.
23. Alexandros G. Sahinidis, John Bouris (2008). Employee perceived training effectiveness relationship to employee attitudes. *Journal of European Industrial Training*, 32 (1), 63-76.
24. Baldwin, T.T., & Ford, J.K (1988). Transfer of training: A review and directions for future research. *Personnel Psychology*, 41(1), 63-105..
25. Erdem, M., & Ucar, I. H. (2013). Learning Organization Perceptions in Elementary Education in terms of Teachers and the Effect of Learning Organization on Organizational Commitment. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 13(3), 1527- 1534.
26. Ford, J. K., Quinones, M. A., Sego, D. J., & Sorra, J. S (1992). Factors affecting the opportunity to perform trained tasks on the job. *Personnel Psychology*, 45, 511–527.
27. Haslinda, A. and Mahyuddin, M.Y (2009). The Effectiveness of Training in the Public Service. *American Journal of Scientific Research*, 6 (2009), 39-51.
28. HomKlin (2014). *Training effectiveness of Skill Certification system: the Case of automotive Industry in Thailand*. Doctoral thesis, International Development and cooperation Hiroshima University.
29. Hyochang Lim, Sang-GunLee, KichanNam (2007). Validating E- learning factors affecting training effectiveness. *International Journal of Information Management*, 27(1), 22-35
30. Khalid S Alwekaisi (2015). *Perception on Training Programs in Family-owned Firms in the Kingdom of Saudi Arabia*. Thesis of Doctor of Philosophy, Brunel University.
31. Kaufman & M. Keller (1994). Levels of Evaluation: Beyond Kirkpatrick. *Human resource development quarterly*, 5(4).
32. Nile W. Hatch and Jeffrey H. Dyer (2004). Human capital and learning as a source of sustainable competitive advantage. *Strategic management journal*, Vol 25
33. Nyitor A. Shenge (2014). Training Evaluation: Process, Benefits, and Issues. *Ife Psychologia*, 22(1), 50-58.
34. Karatas Hakan và Fer Seval (2011). CIPP Evaluation Model Scale: Development, Reliability and Validity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences 00* (2011) 000–000

35. Kirkpatrick D (1996). Great ideas revisited: revisiting Kirkpatrick's four-level model. *Training and Development*, 50, 54-57.
36. Kirkpatrick D. et al (2006). Evaluating training programs, Four levels, 3rd edition. Berrett-Koehler.
37. Mohammed Saad và Norsiah Binti Mat (2015). Evaluation of effectiveness of training and development: The Kirkpatrick Model. *Asian Journal of Business and management sciences*, 2(11).

Ngày nhận bài: 1/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. ĐÀO THỊ DUYÊN

Bộ Giáo dục và Đào tạo

**FACTORS AFFECTING THE EFFECTIVENESS
OF INSPECTOR TRAINING ACTIVITIES
AT HANOI DEPARTMENT OF CONSTRUCTION**

● Master. **ĐÀO THỊ DUYÊN**

Ministry of Education and Training

ABSTRACT:

Human resource training in Vietnam and in the world has received great attention. However, there is no researches about the effectiveness of training activities and the factors affecting the training effectiveness in Vietnam, especially researches in specific fields such as the construction inspection. In addition, it is very difficult to put theory into practice. This study is to determine the factors affecting the effectiveness of inspector training activities at Hanoi Department of Construction.

This study is conducted by using secondary data of previous published studies about the effectiveness of human resource training activities in Vietnam and in the world. By using statistics, analysis, comparison methods and reviewing researches, a research model consisting of 5 basic factors affecting the effectiveness of human resource training activities is proposed.

Keywords: human resource training activities, officials, civil servants, inspectors of Hanoi Department of Construction.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT - ĐỒNG THÁP

● NGUYỄN ĐỖ THỦ KHOA - NGUYỄN KHẮC HIẾU

TÓM TẮT:

Động lực làm việc là một trong những yếu tố có tác động rất lớn đến hiệu suất làm việc, phát huy tối đa khả năng của người lao động, thu hút và giữ chân lao động có trình độ chuyên môn cao. Nghiên cứu này nhằm tìm ra những nhân tố có ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên tại Trung tâm kinh doanh VNPT - Đồng Tháp nhằm giúp các nhà quản trị thông qua các giải pháp, chính sách đãi ngộ cụ thể giúp cho nhân viên luôn hết mình trong công việc, có động lực làm việc rõ ràng, gắn kết lợi ích cá nhân với lợi ích chung của đơn vị. Kết quả nghiên cứu đã xác định 6 nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên Trung tâm kinh doanh VNPT - Đồng Tháp được sắp xếp theo thứ tự giảm dần của mức độ ảnh hưởng bao gồm: (1) “Tiền lương và phụ cấp”, (2) “Đào tạo và thăng tiến”, (3) “Cấp trên và giám sát”, (4) “Đánh giá thành tích”, (5) “Điều kiện làm việc”, (6) “Đồng nghiệp”.

Từ khóa: động lực làm việc, đánh giá thành tích, Trung tâm kinh doanh VNPT, tỉnh Đồng Tháp.

1. Đặt vấn đề

Trong kỷ nguyên phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ và hội nhập kinh tế quốc tế, sự cạnh tranh trên thương trường ngày càng trở nên gay gắt. Nhân tố làm nên sự thành công của mỗi công ty, được thực tế kiểm nghiệm, là nhân tố con người (Phạm Thanh Tùng, 2022). Con người muốn lao động với hiệu suất cao, có tính sáng tạo cần có động lực thúc đẩy, có động cơ rõ ràng. Nhiều công ty nhận thức rõ vai trò của nguồn nhân lực trong việc tạo ra ưu thế cạnh tranh trên thương trường và mở rộng phát triển sản xuất - kinh doanh, chú trọng đến chiến lược nhân sự, tuyển chọn nhân viên giỏi bằng việc đưa các chế độ ưu đãi hấp dẫn như mức lương cao, điều kiện, môi trường làm việc tốt.

Tuyển chọn người lao động giỏi về làm việc cho

công ty đã khó nhưng giữ chân họ và phát huy tối đa khả năng lao động, sáng tạo của họ, cống hiến cho công ty lại càng khó khăn hơn nhiều bởi một số lý do sau: thứ nhất, các công ty đối thủ cũng muốn tuyển mộ những nhân viên giỏi này về làm việc; thứ hai, tính di động của những nhân viên này rất cao bởi họ muốn thử thách trong công việc và nâng cao thu nhập; thứ ba, giữ chân những nhân viên giỏi để họ cống hiến cho công ty đòi hỏi lãnh đạo công ty phải nắm bắt được nhu cầu, tạo động lực làm việc cho họ thông qua các giải pháp chính sách đãi ngộ cụ thể. Trong tất cả các chức năng của nhà quản lý thì tạo động lực cho người lao động được cho là phức tạp nhất.

Trong điều kiện kinh doanh có tính cạnh tranh cao của ngành Viễn thông, yêu cầu của khách hàng

ngày càng đa dạng, khắt khe thì việc nâng cao chất lượng phục vụ, chất lượng sản phẩm, dịch vụ là nhiệm vụ mang tính sống còn, quyết định sự tồn tại, phát triển của Trung tâm Kinh doanh VNPT - Đồng Tháp. Để đáp ứng yêu cầu đó, bên cạnh năng lực của lãnh đạo trong việc hoạch định chiến lược phát triển đòi hỏi mỗi cán bộ, nhân viên luôn hết mình trong công việc, có động lực làm việc rõ ràng, gắn kết lợi ích cá nhân với lợi ích chung của đơn vị. Xuất phát từ lý do nêu trên, nghiên cứu này nhằm tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến việc tạo động lực thúc đẩy người lao động, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản trị cho Trung tâm kinh doanh VNPT - Đồng Tháp trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Động lực và tạo động lực làm việc

Động lực là các nhân tố bên trong thuộc về người lao động tác động đến ý chí, nghị lực và sức sáng tạo của họ hướng đến hoàn thành khối lượng công việc được giao. Mitchell (1982) cho rằng “động lực thể hiện quá trình tâm lý tạo ra sự thức tỉnh, định hướng và kiên trì thực hiện của các hoạt động tự nguyện nhằm đạt được mục tiêu”. Robbins (1998) định nghĩa động lực làm việc là “sự sẵn lòng thể hiện mức độ cao của nỗ lực để hướng tới các mục tiêu của tổ chức trong điều kiện một số nhu cầu cá nhân được thỏa mãn theo khả năng nỗ lực của họ”. Islam và Ismail (2008) định nghĩa động lực làm cho chúng ta chuyển từ trạng thái chán nản sang thích thú, nghĩa là nó tạo ra sự hứng khởi trong công việc, được tạo ra từ sự đam mê với công việc hay sự động viên, khích lệ từ đồng nghiệp, lãnh đạo. Higgins và Trope (1990) giải thích động lực là lực đẩy từ bên trong cá nhân để đáp ứng các nhu cầu chưa được thỏa mãn.

Có nhiều nhân tố cùng lúc tác động đến động lực của người lao động, bao gồm cả nhân tố của bản thân người lao động và các nhân tố khác từ môi trường bên ngoài, có tác động cộng hưởng lẫn nhau. Do đó, việc tạo ra động lực làm việc cho người lao động, đặc biệt là lao động bậc cao rất khó khăn, bởi nó đòi hỏi sự tinh tế, đa dạng và linh

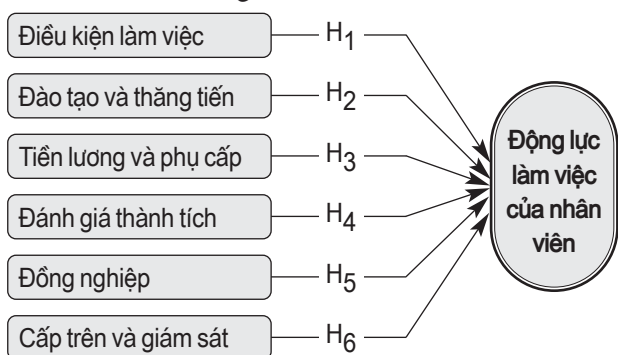
hoạt trong cơ chế tác động. Đối với nhà quản lý tạo động lực cho người lao động được hiểu là hệ thống các chính sách, biện pháp, thủ thuật quản lý tác động đến người lao động nhằm tạo ra sự hứng thú, đam mê và trách nhiệm để hoàn thành công việc với hiệu suất cao.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Sau khi tham khảo các kết quả nghiên cứu có liên quan, tác giả nhận thấy rằng lý thuyết 2 nhân tố của Herzberg (1959) là một trong những học thuyết được sử dụng rất phổ biến, mô hình nghiên cứu của Barzoki và cộng sự (2012) cũng dựa trên lý thuyết tạo động lực của Herzberg (1968). Vì vậy, tác giả lựa chọn và kế thừa mô hình của Barzoki và cộng sự (2012) để làm nền tảng cho nghiên cứu. Bên cạnh đó, sự tham khảo mô hình nghiên cứu của Brooks (2007), Teck-Hong và Waheed (2011), Kukanja (2013) cũng đóng vai trò quan trọng trong đề xuất các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên tại Trung tâm kinh doanh VNPT - Đồng Tháp.

Trên cơ sở đó, mô hình nghiên cứu dự kiến đưa ra 6 nhân tố tác động đến động lực của người lao động bao gồm: Điều kiện làm việc; Đào tạo và thăng tiến, Tiền lương và phụ cấp, Đánh giá thành tích, Đồng nghiệp, Cấp trên và giám sát. Những nhân tố này được tác giả tổng hợp và xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất như Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Nghiên cứu định tính

Dựa trên mô hình nghiên cứu của Boeve (2007) và tham khảo một số nghiên cứu về động

lực làm việc trước đây của các tác giả trong và ngoài nước để đề xuất mô hình nghiên cứu với biến phụ thuộc là động lực làm việc của nhân viên và 6 biến độc lập bao gồm: Tiền lương và phụ cấp, Đào tạo và thăng tiến, Cấp trên và giám sát, Đồng nghiệp, Đánh giá thành tích, Điều kiện làm việc.

Sau khi xác định các nhân tố chính ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên, tác giả thiết kế 29 câu hỏi khảo sát và tiến hành tổ chức thảo luận nhóm chuyên gia. Trên cơ sở xem xét, đánh giá ý kiến đề xuất của tổ chuyên gia, tác giả thiết kế bảng câu hỏi chính thức dựa trên thang bảng đo để tiến hành điều tra mẫu nghiên cứu. Phiếu điều tra sẽ sử dụng thang đo Likert mức độ từ 1 đến 5 (với 1 là Hoàn toàn phản đối và 5 là Hoàn toàn đồng ý) để đo lường các nhân tố trong mô hình.

3.2. Nghiên cứu định lượng

Khi có kết quả khảo sát chính thức từ nhân viên Trung tâm Kinh doanh VNPT - Đồng Tháp được thực hiện thông qua bảng câu hỏi, dữ liệu thu thập được trong nghiên cứu sẽ được tiến hành phân tích, đánh giá thông qua việc sử dụng phần mềm IBM SPSS Statistics 20. Tác giả sử dụng hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA để đánh giá thang đo và độ tin cậy của các biến đo lường. Sau đó, các giả thuyết nghiên cứu sẽ được kiểm định bằng phương pháp hồi quy.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Để thực hiện phân tích định lượng, tác giả gửi bảng câu hỏi trực tiếp đến nhân viên thông qua email, bảng khảo sát được thiết kế trên Google Biểu mẫu. Tổng số nhân viên được khảo sát là 262, số kết quả thu về là 208. Tác giả đã loại bỏ 28 phiếu trả lời thiếu nội dung yêu cầu. Cuối cùng, tác giả còn lại 180 quan sát đưa vào phân tích định lượng.

4.1. Phân tích độ tin cậy thang đo

Để đảm bảo các thang đo đảm bảo độ tin cậy, tác giả đã sử dụng phần mềm SPSS để phân tích độ tin cậy thang đo bằng chỉ số Cronbach's Alpha.

Bảng 1. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo

Ký hiệu	Thang đo	Cronbach's Alpha	Cỡ mẫu
DK	Điều kiện làm việc	0,811	180
DT	Đào tạo và thăng tiến	0,847	180
TL	Tiền lương và phụ cấp	0,844	180
TT	Đánh giá thành tích	0,828	180
DN	Đồng nghiệp	0,839	180
CT	Cấp trên và giám sát	0,825	180
DL	Động lực làm việc	0,831	180

Nguồn: Phân tích của tác giả bằng phần mềm SPSS 20

Kết quả phân tích của tất cả các nhân tố được trình bày trong Bảng 1.

Kết quả phân tích độ tin cậy thang đo cho thấy tất cả các biến số đều có Cronbach's Alpha > 0,6 và các hệ số tương quan biến tổng đều > 0,3 nên các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đáng tin cậy.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi phân tích độ tin cậy thang đo, các nhân tố độc lập sẽ được phân tích nhân tố khám phá. Chi tiết kết quả phân tích nhân tố khám phá được trình bày trong Bảng 2.

Hệ số tải yếu tố của tất cả các biến quan sát thể hiện các yếu tố đều > 0,5, qua đó cho thấy các biến quan sát đều có mối quan hệ với các yếu tố mà các biến này biểu diễn. Các thang đo đạt được giá trị hội tụ là hợp lý, vì không có một mục hỏi nào đo lường 2 nhân tố và các trọng số nhân tố đều cao (lớn hơn 0,5) và đều đạt giá trị hội tụ. Như vậy, sau khi tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA, số biến quan sát được giữ lại là 24 biến quan sát, hội tụ thành 6 nhân tố.

4.3. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy tuyến tính được sử dụng để tìm hiểu mối quan hệ giữa các nhân tố thành phần ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên. Dựa vào kết quả hồi quy, ta nhận thấy tất cả các biến DK, DT, TL, TT, DN, CT đều có ảnh hưởng thuận chiều đến biến DL vì mức ý nghĩa của các biến này đều bé hơn 5%. (Bảng 3)

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội cho

Bảng 2. Ma trận xoay nhân tố khám phá

Thang đo	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
TL2	0,789					
TL4	0,771					
TL3	0,747					
TL1	0,727					
TL5	0,697					
DT4		0,811				
DT3		0,797				
DT1		0,787				
DT2		0,784				
DN1			0,852			
DN3			0,813			
DN2			0,763			
DN4			0,710			
CT1				0,823		
CT2				0,770		
CT3				0,728		
CT4				0,724		
CT5					0,832	
TT4					0,777	
TT1					0,710	
TT2					0,677	
DK3						0,810
DK2						0,767
DK1						0,749

Nguồn: Phân tích của tác giả bằng phần mềm SPSS 20

thấy với độ tin cậy 95%, mô hình nghiên cứu có 6 biến độc lập tác động đến động lực làm việc. Trong đó, biến Tiền lương và phụ cấp có tác động mạnh nhất với hệ số $\beta = 0,382$; Biến Đào tạo và thăng tiến có tác động mạnh thứ hai với hệ số $\beta = 0,248$; Tiếp theo là biến Cấp trên và giám sát với hệ số $\beta = 0,191$, biến Đánh giá thành tích với hệ

số $\beta = 0,154$, biến Điều kiện làm việc với hệ số $\beta = 0,128$ và cuối cùng là biến Đồng nghiệp với hệ số $\beta = 0,107$.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu này dựa trên khung lý thuyết về động lực làm việc của nhân viên dựa trên các lý thuyết nền như: Thuyết nhu cầu của Maslow (1943); Thuyết hai nhân tố của Herzberg (1959); và Thuyết công bằng của Adam (1963). Để thực hiện nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp kết hợp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Các công cụ phân tích định lượng bao gồm: thống kê mô tả, kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích hồi quy tuyến tính bội để đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến động lực làm việc của nhân viên trong đơn vị. Kết quả nghiên cứu đã xác định 6 nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên Trung tâm kinh doanh VNPT - Đồng Tháp được sắp xếp theo thứ tự giảm dần của mức độ ảnh hưởng bao gồm: (1) “Tiền lương và phụ cấp”, (2) “Đào tạo và thăng tiến”, (3) “Cấp trên và giám sát”, (4) “Đánh giá thành tích”, (5) “Điều kiện làm việc”, (6) “Đồng nghiệp”.

5.2. Hàm ý quản trị

Thứ nhất, đối với nhóm nhân tố Tiền lương và phụ cấp: Thực hiện trả lương cho nhân viên theo phương pháp 3Ps hướng đến mục tiêu công bằng và cạnh tranh. Tiền lương phải gắn liền với công việc thực hiện, năng lực của nhân viên và theo mức độ hoàn thành công việc cụ thể hàng tháng

Bảng 3. Kết quả hồi quy

Biến số	Hệ số hồi quy		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa
	Beta	Sai số chuẩn	Beta		
Hằng số	-0,392	0,230		-1,701	0,091
DK	0,099	0,040	0,128	2,465	0,015
DT	0,207	0,041	0,248	5,091	0,000
TL	0,352	0,046	0,382	7,605	0,000
TT	0,139	0,047	0,154	2,973	0,003
DN	0,095	0,043	0,107	2,187	0,030
CT	0,178	0,046	0,191	3,918	0,000

Nguồn: Phân tích của tác giả bằng phần mềm SPSS 20

của họ. Xây dựng hệ thống đơn giá tiền lương gắn liền với doanh thu và sản lượng thực hiện hàng tháng nhằm mục tiêu người làm nhiều hưởng nhiều, người làm ít hưởng ít, từ đó tạo sự công bằng trong phân phối thu nhập. Thực hiện khảo sát, phân tích mức thu nhập của các doanh nghiệp có cùng loại hình hoạt động và xác định mức thu nhập cho hợp lý. Quy chế tiền lương phải rõ ràng, được công khai, minh bạch và quán triệt đến toàn thể người lao động nắm và hiểu rõ, từ đó định hướng được cho người lao động cần phải làm gì để có tiền lương cao.

Thứ hai, đối với nhóm nhân tố Đào tạo và thăng tiến: Thường xuyên thực hiện các đợt khảo sát nhu cầu đào tạo và tổ chức các kỳ thi đánh giá năng lực của nhân viên nhằm tìm hiểu xem họ đang cần kiến thức gì, từ đó tổ chức các lớp học bổ sung kiến thức phù hợp. Thành lập Tổ giảng viên nội bộ tại các đơn vị trực thuộc trong đó quy định rõ thời gian đào tạo tối thiểu trong tháng. Chương trình đào tạo cần chú trọng vào các kỹ năng mềm như giao tiếp, bán hàng, làm việc nhóm và xử lý tình huống. Kết thúc các lớp đào tạo cần tổ chức đánh giá hiệu quả sau đào tạo, nhằm kiểm tra lại kiến thức nhân viên đã đạt hay chưa, chất lượng giảng viên thế nào để có kế hoạch bổ sung hoặc điều chỉnh phương thức đào tạo.

Thứ ba, đối với nhóm nhân tố Cấp trên và giám sát: Lãnh đạo đối xử công bằng với nhân viên,

luôn coi trọng năng lực và đóng góp của nhân viên, biết lắng nghe họ và giải quyết mọi khó khăn trong công việc và đời sống sẽ khiến cho người lao động hết mình vì công việc. Sự công bằng được biểu hiện thông qua đánh giá đúng năng lực, khen thưởng và trả lương một cách đúng đắn giữa các nhân viên trong doanh nghiệp. Cần tôn trọng tất cả các ý kiến đóng góp và phản hồi của mỗi cá nhân trong các cuộc họp, lãnh đạo phải biết gạt bỏ cảm xúc cá nhân, đánh giá nhân viên thông qua hiệu quả công việc chứ không phải tính cách của họ. Đóng góp của nhân viên cần được biểu dương, khen thưởng kịp thời nhằm khích lệ tối đa sự cống hiến. Phải biết được năng lực, sở trường, sở đoản của từng cá nhân, từ đó có biện pháp phát huy cái tốt, khắc phục những nhược điểm của họ, giúp họ hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Thứ tư, đối với nhóm nhân tố Đánh giá thành tích: Cần xây dựng được các tiêu chuẩn đánh giá một cách hợp lý, rõ ràng và định lượng được. Đó cũng là cơ sở đảm bảo công bằng giữa các nhân viên, tránh tâm lý chán nản, mất động lực của cá nhân làm việc tốt và tâm lý ỷ lại của cá nhân có hiệu quả làm việc kém. Thành tích phải được đánh giá chính xác, kịp thời tránh tình trạng để quá lâu mới khen thưởng làm nhân viên mất động lực. Khen thưởng phải được vinh danh trong các cuộc họp và sự kiện đông người nhằm tạo tâm lý

kiêu hãnh, vượt trội của cá nhân so với các đồng nghiệp khác. Thành tích phải được gắn liền với khen thưởng bằng vật chất và công tác quy hoạch, bổ nhiệm cán bộ, nhằm duy trì hiệu quả làm việc của họ và khả năng cống hiến liên tục cho doanh nghiệp.

Thứ năm, đối với nhóm nhân tố Điều kiện làm việc: Lãnh đạo cần quan tâm trang bị mua sắm công cụ dụng cụ, đặc biệt là đầu tư trang thiết bị để ứng dụng công nghệ thông tin vào sản xuất nhằm giảm sức lao động thủ công, đồng thời nâng cao năng suất lao động. Chú ý công tác an toàn vệ sinh lao động, cải tạo khung trang trụ sở xuống cấp, xây dựng nơi làm việc rộng rãi thoáng mát, mặt bằng làm việc thông thoáng, thực hiện 5S hàng ngày (Sàng lọc, Sắp xếp, Sạch sẽ, Sẵn sàng, Sẵn sàng). Do đặc thù kinh doanh, giờ giấc làm việc không cần phải cứng nhắc. Cần linh hoạt theo từng bộ phận khác nhau và đánh giá nhân

viên theo hiệu quả công việc, không nên quản lý công việc theo thời gian.

Thứ sáu, đối với nhóm nhân tố Đồng nghiệp: Lãnh đạo đơn vị cần ban hành quy chế phối hợp giữa các bộ phận trong đơn vị, quy trình xử lý công việc cần quy định rõ ràng trách nhiệm từng cá nhân, để từ đó các bộ phận, cá nhân phối hợp nhịp nhàng cùng hoàn thành nhiệm vụ chung, tránh tình trạng đổ thừa, ỷ lại, ảnh hưởng đến tiến độ hoàn thành, mất đoàn kết nội bộ khi công việc hoàn thành không đúng tiến độ. Thường xuyên tổ chức các hoạt động theo nhóm nhằm tạo sự gắn kết, học tập kinh nghiệm lẫn nhau và giúp nhau cùng hoàn thành nhiệm vụ chung như tổ chức bán hàng theo nhóm luân phiên giữa các địa bàn mà cá nhân phụ trách. Địa bàn nào yếu, cần tổ chức tập trung toàn bộ nhân lực hỗ trợ địa bàn đó. Nhân viên nào yếu, cần cử một nhân viên giỏi đến kèm cặp, cùng nhau đi bán hàng thực tế trên địa bàn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Adams J. Stacy (1963), *Equity Theory*. VDM Publishing, 2010.
2. Abby M. Brooks (2007). *Factors that influence employee motivation in organizations*. The University of Tennessee, Knoxville, USA.
3. Boeve, W. D (2007). *A National Study of Job factors among faculty in physician assistant education*. Eastern Michigan University.
4. Frederick Herzberg (1959). *The Motivation to Work*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
5. Frederick Herzberg (1968). One More Time, How Do You Motivate Employees? *Harvard Business Review*.
6. Higgins, E. T., & Trope, Y. (1990). Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior. *The Guilford Press*, 2, 229-264.
7. Islam, R and A. Z. H. Ismail (2008). Employee Motivation: A Malaysian Perspective. *International Journal of Commerce & Management*, 18(4), 344-362.
8. Marko Kukanja (2013). Influence of demographic characteristics on employee motivation in catering companies. *Tourism and Hospitality Management*, 19(1), 97-107.
9. Maslow, A. H (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
10. Mitchell (1982). Motivation: New Directions for Theory, Research, and Practice. *Academy of Management*.
11. Phạm Thanh Tùng (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên ngành du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương*, tháng 10/2022.
12. Robbins (1998). *Organization Behavior, Concepts, Controversies, Application, seventh edition*. United State: Englewood Cliffs.

13. Shaemi Barzoki, Attafar, RezaJannati (2012). An Analysis of Factors Affecting the Employees Motivation based on Herzbergs Hygiene Factors Theory. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*.

14. Tan Teck-Hong and Amna Waheed (2011). Herzbergs Motivation - Hygiene Theory And Job Satisfaction in the Malaysian retail sector: The Mediating effect of love of money. *Asian Academy of Management Journal*, 16(1), 73-94.

Ngày nhận bài: 1/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/12/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN ĐỖ THỦ KHOA¹

2. TS. NGUYỄN KHẮC HIẾU²

¹Nhân viên, Trung tâm kinh doanh VNPT - Đồng Tháp

²Giảng viên, Khoa Kinh tế, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh

FACTORS AFFECTING THE WORK MOTIVATION OF EMPLOYEES AT THE SALES DEPARTMENT OF VNPT - DONG THAP PROVINCE

● **NGUYEN DO THU KHOA¹**

● **Ph.D NGUYEN KHAC HIEU²**

¹Sales Department - VNPT - Dong Thap province

²Lecturer, Faculty of Economics,

Ho Chi Minh City University of Technology and Education

ABSTRACT:

Work motivation is one of the factors that greatly impact the work performance, affect the attraction and retention of high-skilled workers. This study is to find out the factors affecting the work motivation of employees at the Sales Department of Vietnam Posts and Telecommunications Group (VNPT) in Dong Thap province. This study is expected to help VNPT - Dong Thap province's managers have appropriate solutions to improve the employee engagement and the employee performance in order to achieve the company's goals. The study finds out that there are 6 factors affecting the work motivation of the Sales Department of VNPT - Dong Thap province. These factors listed in descending order of impact level include: (1) "Salaries and allowances", (2) "Training and promotion", (3) "Superiors and supervisors", (4) "Performance evaluation", (5) "Working conditions", and (6) "Colleagues".

Keywords: work motivation, performance evaluation, Sales Department - VNPT, Dong Thap province.

TỔ CHỨC HỌC TẬP: KINH NGHIỆM CỦA CÁC TỔ CHỨC, DOANH NGHIỆP NƯỚC NGOÀI

● NGÔ THỊ MAI

TÓM TẮT:

Bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, xu hướng chuyển đổi số hay các yếu tố dịch bệnh đòi hỏi doanh nghiệp ngày càng nâng cao tính linh hoạt, khả năng thích ứng nhanh của tổ chức, của đội ngũ nhân lực. Ngày nay, để giải quyết các vấn đề mới, bài toán mới mà doanh nghiệp chưa từng gặp phải, đòi hỏi các doanh nghiệp càng phải quan tâm đào tạo và phát triển đội ngũ nhân lực. Hiện nay, xu hướng dịch chuyển từ đào tạo và phát triển nhân lực sang học tập và phát triển nhân lực ngày càng rõ rệt, đòi hỏi doanh nghiệp chuyển mình trở thành một tổ chức học tập, tạo môi trường để cá nhân, nhóm, tổ chức không ngừng học hỏi, không ngừng đổi mới. Bài viết tập trung nghiên cứu về bản chất của tổ chức học tập, tiến hành nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn tại Google và Cơ quan hàng không vũ trụ Mỹ (NASA), từ đó rút ra bài học kinh nghiệm trong xây dựng tổ chức học tập.

Từ khóa: tổ chức học tập, đào tạo và phát triển, kinh nghiệm, doanh nghiệp nước ngoài.

1. Đặt vấn đề

Học tập đã trở thành con đường quan trọng để hiểu và thích ứng với tốc độ thay đổi ngày càng tăng của môi trường (Michael J. Marquardt, 2002). Thực tế đã chứng minh, tổ chức học tập chính là chìa khóa để tồn tại trong môi trường cạnh tranh khắc nghiệt. Tổ chức học tập có thể thích ứng với những bất ổn của môi trường và học hỏi từ những sai lầm trong quá khứ nhanh hơn, từ đó thay đổi nhanh hơn.

Theo báo cáo của Navigos Group (2021), khi tiến hành khảo sát 225 doanh nghiệp thuộc các loại hình doanh nghiệp và lĩnh vực hoạt động cho thấy, 82% đánh giá vai trò quan trọng nhất của đào tạo

và phát triển nhân lực trong doanh nghiệp là giúp nâng cao hiệu suất của đội ngũ nhân viên. Cùng với nhận định rằng 2 lý do khiến việc đào tạo ngày càng trở nên quan trọng, đó là bản chất công việc thay đổi do sự tác động của bối cảnh mới (37%) và môi trường đa dạng các thế hệ (24%). Theo đó, trong 5 năm tới, khuyến khích học tập suốt đời (48%) có vai trò vô cùng quan trọng. Navigos Group đề xuất đội ngũ lãnh đạo và quản lý cần xây dựng tổ chức học tập và học tập suốt đời trong nội bộ bằng cách làm gương, cũng như tạo động lực cho nhân viên để việc học tập này được triển khai nhân rộng trong doanh nghiệp.

Bài báo tập trung nghiên cứu về bản chất của

tổ chức học tập, tiến hành nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn tại Google và Cơ quan hàng không vũ trụ Mỹ (NASA), từ đó rút ra bài học kinh nghiệm trong xây dựng tổ chức học tập. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, tác giả đã thu thập các dữ liệu thứ cấp thông qua các nguồn tài liệu như sách, bài báo, các số liệu thống kê đã được xuất bản, các báo cáo tổng hợp của các tổ chức, cơ quan quản lý có liên quan nhằm làm rõ thực tiễn tổ chức học tập tại một số tổ chức, doanh nghiệp nước ngoài.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm tổ chức học tập

Pedler và các cộng sự (1992) nhấn mạnh vào tính linh hoạt cho rằng tổ chức biết học hỏi là “nơi tạo điều kiện cho việc học tập của tất cả các thành viên và liên tục thay đổi, chuyển hóa chính bản thân nó”.

Hướng tới xây dựng một tầm nhìn chung, Leithwood and Aitken (1995) định nghĩa, tổ chức biết học hỏi là một nhóm những người theo đuổi mục tiêu chung (cũng như mục tiêu của cá nhân) với cam kết của tập thể thường xuyên cân nhắc, coi trọng giá trị của những mục tiêu đó, thay đổi chúng khi cần thiết và phát triển để chúng thiết thực hiệu quả hơn, coi trọng những cách làm hiệu quả để đạt được mục tiêu đã đề ra.

Nhấn mạnh vào vấn đề tìm kiếm, chuyển giao kiến thức, Nevis và cộng sự (1995) đã định nghĩa một tổ chức học tập “là một tổ chức có hiệu quả trong việc thu nhận, chia sẻ và sử dụng kiến thức”; Garvin, Edmondson và Gino (2008) nhận định tổ chức biết học hỏi là “một nơi mà nhân viên xuất sắc trong việc tạo ra, tiếp thu và chuyển giao kiến thức, đồng thời sửa đổi hành vi của mình để phản ánh kiến thức và hiểu biết mới”.

Senge (2006) nhấn mạnh vào việc học tập của mọi thành viên trong tổ chức đã mô tả các tổ chức học tập là “nơi mọi người liên tục mở rộng khả năng của mình để tạo ra kết quả mà họ thực sự mong muốn, nơi nuôi dưỡng những người mới và mở rộng tư duy, nơi khát vọng tập thể được tự do và nơi mọi người liên tục học cách học” và khẳng định rằng “Các tổ chức thực sự xuất sắc trong

tương lai sẽ là các tổ chức phát hiện ra cách khai thác cam kết và năng lực học tập của mọi người ở mọi cấp độ”.

2.2. Tổ chức học tập so với tổ chức truyền thống

Senge (2006) đã mô tả 5 nguyên tắc cốt lõi của một tổ chức học tập bao gồm:

- Làm chủ cá nhân (Personal mastery) - các cá nhân học cách mở rộng năng lực cá nhân của chính mình để tạo ra kết quả mà họ mong muốn nhất. Tổ chức tạo ra một môi trường khuyến khích tất cả các nhân viên, đồng nghiệp phát triển bản thân hướng tới các mục tiêu và mục đích mà họ mong muốn.

- Mô hình tinh thần (Mental models) - mỗi cá nhân phản ánh, liên tục làm sáng tỏ và cải thiện bức tranh bên trong của họ về thế giới và cách họ định hình các hành động và quyết định cá nhân.

- Tầm nhìn chung (Shared Vision) - các cá nhân xây dựng ý thức cam kết trong các nhóm làm việc cụ thể, phát triển sự chia sẻ tầm nhìn về tương lai chung và những mong muốn của cá nhân, nhóm; cũng như các nguyên tắc và thực tiễn hướng dẫn để hỗ trợ hành trình đến tương lai.

- Học theo nhóm (Team learning) - nhóm chứ không phải cá nhân là đơn vị học tập cơ bản trong một tổ chức hiện đại. Nếu một nhóm học tập, nhóm đó sẽ trở thành một mô hình thu nhỏ cho việc học của tổ chức. Học nhóm giúp phát triển kỹ năng đối thoại, kỹ năng tư duy phù hợp cho phép các nhóm phát triển trí thông minh và khả năng lớn hơn tổng của từng thành viên.

- Tư duy hệ thống (System thinking) - tư duy hệ thống giúp nhìn thấy bức tranh toàn cảnh trong tổ chức và hiểu làm thế nào để thay đổi trong một bộ phận ảnh hưởng đến toàn bộ hệ thống và ngược lại, từ đó giúp các nhà quản lý cũng như nhân viên thấy được cách thay đổi hệ thống hiệu quả hơn và hành động phù hợp hơn với các quy trình lớn hơn.

Trong một tổ chức truyền thống, lãnh đạo cao nhất quản lý mọi thứ. Điều này bao gồm tầm nhìn chung và giải quyết xung đột. Khi trở thành một tổ chức học tập, doanh nghiệp áp dụng phương pháp

học tập hợp tác, phù hợp với các cá nhân đa dạng trong tổ chức. Ngoài ra, các ý tưởng được nuôi dưỡng và thực hiện ở tất cả các cấp tổ chức. Trong mô hình này, lãnh đạo cao nhất sẽ thu hút người lao động một cách sâu sắc. Chúng được coi là một phần trong tầm nhìn của công ty. Hitt W.D (1995) đã đưa ra 8 khía cạnh khác biệt giữa tổ chức học tập và tổ chức truyền thống. (Bảng 1)

làm việc tốt nhất của thế giới. Google là một tổ chức học tập với nền tảng văn hóa học tập mạnh mẽ đã giúp họ có động lực lớn hơn với một lực lượng lao động linh hoạt hơn, mọi người sáng tạo hơn, cải thiện tương tác xã hội, chia sẻ kiến thức, sự phụ thuộc lẫn nhau, phá bỏ rào cản giao tiếp truyền thống, quan hệ khách hàng, tài nguyên thông tin, đổi mới và sáng tạo.

Bảng 1. So sánh các tổ chức truyền thống và tổ chức học tập

Yếu tố	Tổ chức truyền thống	Tổ chức học tập
Giá trị được chia sẻ	Hiệu quả	Xuất sắc Đổi mới tổ chức
Phong cách quản lý	Điều khiển	Người hướng dẫn Người huấn luyện
Chiến lược/Kế hoạch hành động	Cách tiếp cận từ trên xuống Bản đồ đường đi	Mọi người được tư vấn Bản đồ học tập
Cấu trúc tổ chức	Hệ thống cấp bậc	Cấu trúc bằng phẳng Mạng lưới động
Đặc điểm nhân viên	Những người hiểu biết (chuyên gia) Kiến thức là sức mạnh	Những người học hỏi Sai lầm được chấp nhận như một phần của quá trình học tập
Kỹ năng đặc biệt của nhân viên	Học tập thích ứng	Học tập sản sinh
Hệ thống đo lường	Các biện pháp tài chính	Cả các biện pháp tài chính và phi tài chính
Đội	Các nhóm làm việc Ranh giới bộ phận	Các đội chức năng chéo

Nguồn: Hitt W.D (1995)

3. Kinh nghiệm xây dựng tổ chức học tập của tổ chức, doanh nghiệp nước ngoài

3.1. Google

Google được thành lập năm 1998, là công ty chuyên cung cấp sản phẩm, dịch vụ liên quan Internet. Năm 2021, Google được vinh danh “Văn hóa toàn cầu tốt nhất năm 2021”, “Địa điểm tốt nhất để làm việc ở Los Angeles 2021” do Comparably bình chọn. Google cũng luôn đứng trong danh sách các công ty tốt nhất để làm việc của Fortune và nằm trong danh sách những nơi

- Về làm chủ cá nhân:

Google tạo điều kiện cho nhân viên khám phá cách họ muốn làm việc và cho họ quyền tự do để tiếp cận công việc theo cách phù hợp với cá nhân họ. Google khuyến khích tinh thần tự giác của nhân viên, họ có thể làm việc ở bất kỳ chỗ nào họ thích và cho phép nhân viên đăng ký lịch trình làm việc linh hoạt. Mỗi tuần, Google cho phép nhân viên có thể dành tối đa một ngày để tham gia các dự án đặc biệt hoặc công việc sáng tạo riêng của mình.

- Về tầm nhìn chung:

Google đã xây dựng một môi trường làm việc mà ở đó mọi cá nhân đều thấy rằng họ đóng góp cho mục tiêu chung và tạo ra sự thay đổi. Google có cơ cấu tổ chức phẳng nhằm khuyến khích tất cả nhân viên chia sẻ ý kiến, suy nghĩ với lãnh đạo ở bất kỳ cấp bậc nào. Nhân viên có thể chia sẻ trực tiếp mối quan tâm của họ với Giám đốc điều hành mà không chịu bất kỳ sự phản đối nào từ người quản lý trực tiếp của họ. Nhân viên được tự do thể hiện sự sáng tạo của mình, có thể đưa ra các giải pháp mới cho cùng một vấn đề... Google liên tục tổ chức các cuộc họp và nói chuyện ngắn nhằm khuyến khích suy nghĩ sáng tạo và đưa ra các ý tưởng mới. Google đánh giá cao sự đóng góp của mỗi nhân viên và chấp nhận rủi ro, kể cả thất bại và học hỏi từ đó.

- Về học theo nhóm và tư duy hệ thống:

Google khuyến khích một nền văn hóa học hỏi và chia sẻ kiến thức thông qua mạng dạy học G2G (Googler to Googler), trong đó các đồng nghiệp có thể trực tiếp trao đổi kiến thức, dạy cho nhau các kỹ năng chuyên môn (lãnh đạo, thuyết trình trước đám đông hay đàm phán), cung cấp các cuộc tư vấn 1:1 và chuẩn bị tài liệu học tập. Kiến thức có thể truyền đạt giữa các cá nhân, giữa các nhóm hoặc giữa các trụ sở trên nền tảng kiến thức được xây dựng một cách hệ thống và được quy trình hóa rõ ràng. Chương trình này đã tạo ra một môi

trường học tập và chia sẻ mạnh mẽ ngay trong công ty.

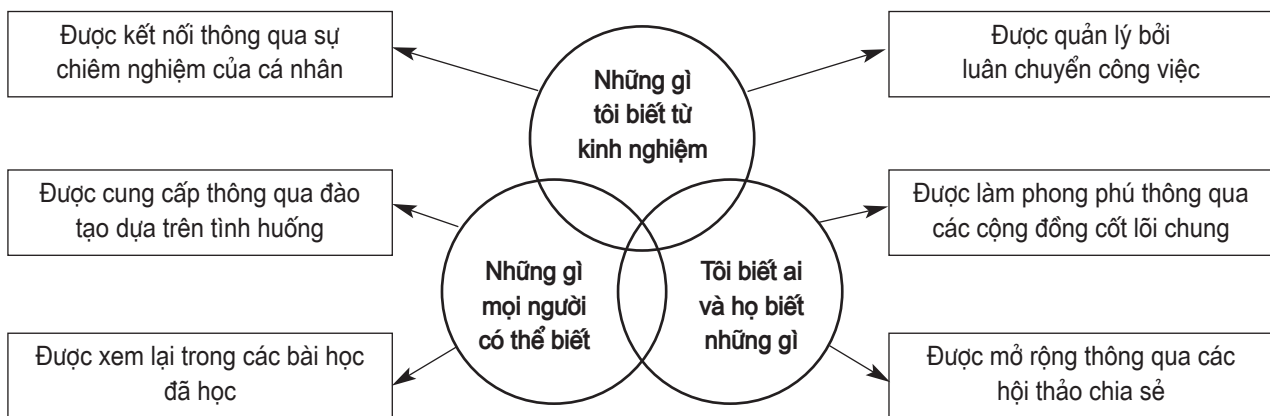
Mọi quyết định của Google được đưa ra đều dựa trên dữ liệu thực nhằm đảm bảo mọi quy tắc và quy trình trở nên hợp lý nhất có thể. Ví dụ như việc xếp hàng chờ bữa trưa, dựa trên dữ liệu nhân viên sẽ sẵn sàng chờ đợi trong bao lâu, Google sắp xếp mọi thứ để đảm bảo nhân viên của họ không phải phiền lòng vì mỗi lần xếp hàng.

3.2. NASA

Được thành lập năm 1958, Cơ quan Hàng không vũ trụ Mỹ (NASA - National Aeronautics and Space Administration) có nhiệm vụ thăm dò, khám phá và tiến hành nghiên cứu không gian, vũ trụ. Năm 2003, tai nạn tàu con thoi xảy ra, NASA đã dừng các chuyến bay của tàu con thoi trong hơn 2 năm để điều tra nguyên nhân thảm họa. Cũng chính khi này NASA nhận thấy hạn chế trong việc truyền đạt thông tin an toàn trong tổ chức và tuyên bố NASA phải trở thành một tổ chức học tập (Anne Luttrell, 2014).

NASA đã áp dụng một hệ thống học tập nhằm giải quyết vấn đề bằng việc cải thiện kỹ năng và tập trung vào kiến thức (Hình 1). Hệ thống học tập bao gồm: học từ kinh nghiệm bản thân, học từ mạng lưới mối quan hệ cá nhân và học từ người có thể biết dựa trên hệ thống lưu trữ tài liệu của tổ chức. Hệ thống học tập này hoạt động một cách liên mạch, hàng ngày và hỗ trợ nhau (Edward Rogers,

Hình 1: Ba lĩnh vực học tập của Nasa



Nguồn: Edward Rogers, Mike Ryschkewitsch (2008)

Mike Ryschkewitsch, 2008) giúp kiến thức được lưu trữ và tái áp dụng liên tục. Trong đó, sự hòa trộn và kết hợp liên tục các kinh nghiệm từ công việc này sang công việc khác của cá nhân, nhóm giúp hình thành tư duy mới, kiến thức mới áp dụng cho các tình huống mới. Ngoài ra, mạng lưới mối quan hệ cá nhân là nguồn học tập, tham khảo nhanh chóng, đáng tin cậy cho các câu hỏi, vấn đề cụ thể. Bên cạnh đó, họ cũng có thể tìm kiếm câu trả lời trong một hệ thống được lưu trữ để tìm ai đó biết điều gì đó về chủ đề họ đang học hỏi.

Khi triển khai hệ thống học tập này, NASA đã thực hiện 6 điểm can thiệp chính bao gồm luân chuyển công việc, chiêm nghiệm cá nhân, diễn đàn chia sẻ kiến thức, cộng đồng cốt lõi chung, đào tạo dựa trên tình huống, bài học kinh nghiệm.

Xét theo các nguyên tắc của Senge (2006), NASA đã xây dựng một tổ chức học tập với các biểu hiện cụ thể như sau: (Bảng 2)

- Về làm chủ cá nhân: Tại NASA, nhân viên được luân chuyển liên tục. Điều này khiến họ áp

dụng lại kinh nghiệm trong quá khứ và sự thông thái của NASA vào các nhiệm vụ mới. Vì rất nhiều nhiệm vụ NASA làm là những gì họ đã từng làm trước đây, nên thu thập kinh nghiệm, kết hợp chúng vào các bài học và phát triển một phương pháp để truyền đạt tới từng cá nhân trong tổ chức là điều cần thiết. Một trong những phương pháp đó là kể chuyện và phản ánh. Tại NASA, những câu chuyện tạo nên sự bền vững của tổ chức - sự phát triển các kỹ năng của nhân viên thông qua việc phổ biến kiến thức và kinh nghiệm thu được từ các dự án và chương trình. Đây là cách NASA học hỏi. Trong một tổ chức phức tạp, nơi có nhiều quan điểm khác nhau từ nhiều nền văn hóa khác nhau với nhận thức khác nhau, kể chuyện là một chiến lược để định hình các nhà lãnh đạo có thể giao tiếp hiệu quả và cởi mở với các quan điểm khác nhau.

- Về tầm nhìn chung: NASA lưu giữ thông tin trong các lĩnh vực tri thức của mình, bao gồm cả sách hướng dẫn và tệp chính sách. Đây được coi là

Bảng 2. Mô hình tổ chức học tập của NASA với 6 điểm can thiệp

Điểm can thiệp	Sự miêu tả
Luân chuyển công việc hiệu quả	Việc luân chuyển công việc được quản lý cẩn thận để mang lại cho mọi người thử thách và kinh nghiệm cần thiết nhằm mục đích phát triển cá nhân
Sự chiêm nghiệm cá nhân	Sự kết nối thông qua chiêm nghiệm giúp cho các cá nhân và nhóm làm việc đạt được 2 điều: - Nhóm có thể xử lý kinh nghiệm của họ thành những hiểu biết và bài học rõ ràng hơn; và - Các cá nhân sẽ có được kiến thức và kinh nghiệm bằng cách chia sẻ những hiểu biết sâu sắc với những người mà họ đã làm việc chặt chẽ trong khi làm việc trong nhóm.
Diễn đàn chia sẻ kiến thức	Các hội thảo, hội thảo và sự kiện chia sẻ kiến thức tương tác được sử dụng để tập hợp mọi người từ các nhóm khác nhau lại để chia sẻ các bài học và kinh nghiệm.
Cộng đồng cốt lõi chung	Những "cộng đồng cốt lõi chung" này tăng cường mạng lưới cá nhân và mở rộng việc áp dụng lại kiến thức thông qua các cộng đồng chuyên gia thường nằm ngoài các dòng chính thức của cơ cấu tổ chức.
Đào tạo dựa trên tình huống	Đào tạo dựa trên tình huống đưa các học viên tiếp xúc cụ thể với những người khác để thảo luận về kinh nghiệm, hiểu biết sâu sắc và bài học của họ.
Bài học kinh nghiệm	Các bài học được tài liệu hóa và được liên kết với các chính sách, sổ tay và tiêu chuẩn để bối cảnh của bài học rõ ràng và ứng dụng có liên quan.

Nguồn: Edward Rogers, Mike Ryschkewitsch (2008)

kiến thức chung, có hiệu quả bằng cách kết hợp nó với kiến thức mạng/cá nhân. Phương pháp liên kết tài liệu dẫn đến định nghĩa các dịch vụ tri thức được lặp đi lặp lại và được ghi lại trên bản đồ tri thức của NASA. Tại NASA, các dịch vụ tri thức là sự trao đổi tích cực của trí tuệ và các bài học kinh nghiệm thông qua việc tiếp cận với cả con người và công nghệ. Mặc dù thường có một cuộc cạnh tranh giữa công nghệ và con người, NASA tin rằng sự cân bằng tối ưu của cả hai là cần thiết để sứ mệnh thành công.

- *Về học tập theo nhóm và tư duy hệ thống:* Nếu nhân viên không biết phải làm gì, họ có thể học hỏi từ những người khác trong mạng lưới của NASA. Điều này làm tăng khả năng giải quyết vấn đề của họ, đồng thời gia tăng sự gắn kết giữa các cá nhân. Sau tai nạn Columbia, NASA nhận ra rằng để trở thành một tổ chức học tập, việc nắm bắt và chia sẻ kiến thức phải được gắn vào tổ chức - mọi người phải hiểu họ có trách nhiệm chia sẻ những gì đã học và trải nghiệm với toàn bộ tổ chức. NASA đã tăng cường hỗ trợ các nhóm dự án

tìm kiếm những cách thức mới để giải quyết vấn đề liên lạc, học tập trong tổ chức và sự xuất sắc về kỹ thuật. Mỗi dự án và chương trình của NASA đều có sự tham gia của nhóm nhân lực của NASA và các đối tác trong ngành. Nhóm nhân lực của NASA chịu trách nhiệm mang lại những bài học kinh nghiệm và kiến thức cho NASA, nhưng cũng có trách nhiệm chia sẻ những bài học kinh nghiệm từ các dự án và chương trình trước đó với các đối tác trong ngành, nhằm chống lại những thất bại tốn kém và thảm họa có thể xảy ra.

4. Kết luận

Các tổ chức, doanh nghiệp trên đều nhấn mạnh tầm quan trọng của việc triển khai một mô hình học tập phù hợp ở nhiều cấp độ khác nhau từ cá nhân đến nhóm, đến các đơn vị trong tổ chức, doanh nghiệp. Mô hình này cần được vận hành một cách hệ thống, thuận tiện, thông suốt và liên tục. Mặt khác, việc không ngừng nỗ lực xây dựng và phát triển một nền văn hóa học tập và chia sẻ sẽ giúp tổ chức, doanh nghiệp chuyển mình để trở thành một tổ chức học tập ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Anne Luttrell (2014). NASA's PMO: Building and Sustaining a Learning Organization, *Project Management Institute*.
2. Diana du Plessis, Michael du Plessis, Bruce Millett (1999). Developing a learning organization: A case study, *Journal of Management practice, Volume 2, No 4, 1999*.
3. Edward Rogers and Mike Ryschkewitsch (2008). *Knowledge Reapplication: Enhancing Organization Learning at NASA*, Internal NASA Discussion Paper.
4. Garvin, D.A. (1993). Building a learning organization, *Harvard Business Review*, (July-August).
5. Garvin DA, Edmondson AM, and Gino F (2008). Is yours learning organization?, *Harvard Business Review, Product no. R0803H*.
6. Hitt, W.D (1995). The learning organization: Some reflections on organizational renewal, *Leadership & Organisation Development Journal*, Vol. 16, No. 8.
7. Leithwood, K. , & Aitken, R. (1995). *Making schools smarter*, Thousand Oaks, CA: Corwin.
8. Marquardt, M (2002). *Building the learning organization: Mastering the 5 elements for Corporate learning*, Davies-Black Publishing.
9. Navigos Group (2021). *Báo cáo đào tạo và phát triển trong doanh nghiệp: Thực trạng và xu hướng trong thời kỳ chuyển đổi số*.
10. Nevis, E.C. et al. (1995). Understanding organizations as learning systems, *Sloan Management Review, Winter*.

11. Owen, H. (1991). *Riding the tiger: Doing business in a transforming world*, Potomac, MD: Abbott.
12. Pedler, M., Burgoyne, J., and Boydell, T. (1992). *The Learning Company*, McGraw-Hill, New York.
13. Senge (2006). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*, Doubleday, New York.

Ngày nhận bài: 6/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGÔ THỊ MAI

Khoa Quản trị nhân lực

Trường Đại học Thương mại

LEARNING ORGANIZATION: LESSONS FROM FOREIGN ENTERPRISES

● Master. **NGO THI MAI**

Faculty of Human Resource Management

Thuongmai University

ABSTRACT:

In the context of the Fourth Industrial Revolution, the digital transformation trend and factors associated with the COVID-19 pandemic, businesses are required to increase the flexibility and adaptability of their human resources and organizations. To solve unprecedented problems, businesses have to pay more attention to train and develop human resources. Currently, businesses are shifting from training and developing to learning and developing human resources. It requires businesses to become learning organizations, and create a favourable environment for individuals, groups and the whole organization to constantly learn and innovate. This paper studies the nature of learning organization, and presents the practical lessons about learning organization development of Google LLC and the National Aeronautics and Space Administration (NASA).

Keywords: learning organization, training and development, experience, foreign enterprise.

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHO CÁC SIÊU THỊ ĐIỆN MÁY TẠI BÌNH DƯƠNG

● NGUYỄN HÁN KHANH - NGUYỄN THỊ THẢO TRANG - NGUYỄN HÒA THUẬN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố cấu thành, ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ tại các siêu thị điện máy trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Tác giả đi sâu phân tích và đưa ra nhận xét về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố này đối với sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ tại đây. Dựa trên kết quả đó để đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ chuỗi cung ứng cho các siêu thị điện máy.

Từ khóa: siêu thị điện máy, chất lượng dịch vụ, phân tích nhân tố khám phá, tỉnh Bình Dương.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, thu nhập của người dân không tăng trong khi các chi phí khác tăng nhanh làm cho đại đa số người tiêu dùng đều có xu hướng thắt chặt chi tiêu, chỉ tập trung mua sắm các mặt hàng thiết yếu phục vụ sinh hoạt gia đình như thực phẩm, sản phẩm gia dụng,... thì việc doanh số bán ra của các mặt hàng điện tử, điện máy tại các siêu thị điện máy bị sụt giảm cũng là điều dễ hiểu. Vì vậy, nhóm tác giả quyết định lựa chọn đề tài nghiên cứu “Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ cho các siêu thị điện máy tại Bình Dương”. Qua đó, đưa ra những nhìn nhận và giải pháp mang tính thiết thực giúp đẩy mạnh tiêu thụ, làm hài lòng khách hàng và phát triển doanh số bán ra, tăng khả năng cạnh tranh cũng như tăng doanh thu và lợi nhuận cho các siêu thị điện máy tại Bình Dương.

2. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

2.1. Phương pháp nghiên cứu

Để xác định các yếu tố có khả năng ảnh hưởng

đến chất lượng dịch vụ của các siêu thị điện máy, tác giả quyết định lựa chọn phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Cụ thể, tác giả thực hiện phỏng vấn chuyên gia trong lĩnh vực này, bên cạnh đó tác giả thực hiện việc khảo sát khách hàng nhằm thu thập dữ liệu cho các nghiên cứu. Dựa trên kết quả khảo sát, tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả và phân tích hồi quy để phân tích và kiểm định các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu đề xuất. Bảng câu hỏi sử dụng trong khảo sát được xây dựng trên cơ sở thang đo Likert 5 cấp độ.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Các nghiên cứu trước đây đã cho thấy sự tồn tại của quan hệ giữa các thành phần của chất lượng dịch vụ với sự hài lòng của khách hàng. Mô hình nghiên cứu của đề tài này được xây dựng dựa trên cơ bản mô hình SERVPERF với sự tham chiếu từ các mô hình nghiên cứu cùng lĩnh vực của các nghiên cứu trước, để kiểm tra mức độ ảnh hưởng của các thành phần chất lượng dịch vụ đối với sự hài lòng của khách hàng cho chất lượng dịch vụ của

siêu thị điện máy. Trong nghiên cứu này, chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng gồm 5 thành phần: (1) Sự hữu hình; (2) Sự đồng cảm; (3) Sự đáp ứng; (4) Sự đảm bảo; (5) Sự tin cậy được thể hiện trong Hình 1.

Giả thuyết nghiên cứu:

Sự đáp ứng ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ của các siêu thị điện máy tại Bình Dương.

Sự đảm bảo ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ của các siêu thị điện máy tại Bình Dương.

Phương tiện hữu hình ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ của các siêu thị điện máy tại Bình Dương.

Sự tin cậy ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ của các siêu thị điện máy tại Bình Dương.

Sự đồng cảm ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ của các siêu thị điện máy tại Bình Dương.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Kết quả thống kê mô tả

Dữ liệu khảo sát của đề tài được tiến hành thu thập từ tháng 2/2022 đến tháng 8/2022 tại các siêu thị điện máy trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Trong 160 người đáp viên mà nhóm tác giả đã khảo sát, thu được kết quả như sau:

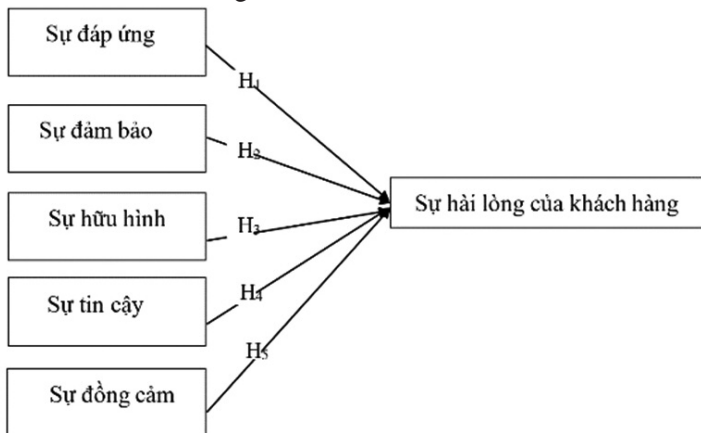
Về giới tính: Có 88 khách hàng là nam (chiếm 51,76%), 82 khách hàng là nữ (chiếm 48,24%).

Về độ tuổi: Có 79 khách hàng (chiếm 46,47%) nằm trong độ tuổi từ 29 đến 39 tuổi, độ tuổi từ 20 đến 28 tuổi có 46 khách hàng (chiếm 27,06%), trên 39 tuổi có 32 khách hàng (chiếm 18,82%) và dưới 20 tuổi có 13 khách hàng (chiếm 7,65%). Đây cũng là độ tuổi mà khách hàng thường có sự tiếp cận với các thiết bị điện máy một cách nhanh chóng và chạy theo phong trào nhất.

Về nghề nghiệp: Nhân viên văn phòng có 69 khách hàng (chiếm 40,59%), kinh doanh tự do có 44 khách hàng (chiếm 25,88%), sinh viên có 27 khách hàng (chiếm 15,88%), công nhân viên chức có 20 khách hàng (chiếm 11,76%), các ngành nghề khác có 10 khách hàng (chiếm 5,88%).

Về thu nhập: Khách hàng có thu nhập trên 12

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



triệu đồng có 75 người (chiếm 44,12%), từ 8 đến 12 triệu đồng có 56 người (chiếm 32,94%), dưới 4 triệu đồng có 27 người (chiếm 15,88%), từ 4 đến 7 triệu đồng có 12 người (chiếm 7,06%).

3.2. Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả Cronbach's Alpha: Cronbach's alpha là phương pháp được nhóm tác giả sử dụng để xác định mức độ phù hợp của các biến quan sát đối với một nhân tố nào đó trong nghiên cứu. Điều kiện đánh giá là Cronbach's alpha > 0,6. Kết quả về hệ số tin cậy thu được thông qua phương pháp Cronbach's alpha cho 6 nhân tố trong nghiên cứu này được trình bày trong Bảng 1.

Kết quả phân tích dữ liệu về thang đo cho thấy lần lượt các nhân tố đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 đạt yêu cầu. Cụ thể, nhân tố Sự đáp ứng có hệ số Cronbach's Alpha là 0,842 > 0,6, nhân tố Sự đảm bảo có hệ số Cronbach's Alpha là 0,776 > 0,6, nhân tố Phương tiện hữu hình có hệ số

Bảng 1. Kết quả Cronbach's Alpha

Nhân tố	Ký hiệu	Hệ số Cronbach's Alpha	Số lượng biến
Sự đáp ứng	DU	0,842	4
Sự đảm bảo	DB	0,776	4
Phương tiện hữu hình	HH	0,852	5
Sự tin cậy	TC	0,782	4
Sự đồng cảm	DC	0,832	4
Sự hài lòng	HL	0,844	3

Cronbach's Alpha là 0,852 > 0,6, nhân tố Sự tin cậy có hệ số Cronbach's Alpha là 0,782 > 0,6, nhân tố Sự đồng cảm có hệ số Cronbach's Alpha là 0,832 > 0,6, nhân tố Sự hài lòng có hệ số Cronbach's Alpha là 0,844 > 0,6, tất cả các nhân tố đều đạt độ tin cậy.

3.2.1. Kết quả phân tích EFA của các biến độc lập

Theo kết quả thu được KMO = 0,843 (0,5 < 0,843 < 1); Sig. = 0,000 < 0,05. Các kết quả này chỉ ra rằng bộ dữ liệu trong nghiên cứu này được sử dụng để phân tích nhân tố khám phá là hoàn toàn phù hợp, các biến quan sát có mối tương quan với nhau và có ý nghĩa đối với nhân tố đại diện. Bảng 2 cho thấy có 5 thành phần được trích với giá trị Eigenvalue lớn hơn 1 (nhỏ nhất là 1,096) và phương sai trích bằng 67,246% (lớn hơn 50%) nên có thể kết luận thang đo được chấp nhận ở bước này. (Bảng 2, Bảng 3)

Bảng 3 cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5, dẫn đến kết luận không có biến nào bị loại ra khỏi thang đo ở bước này. Đồng thời, kết quả phân tích cũng cho thấy toàn bộ 21 biến quan sát được phân thành 5 nhân tố.

Căn cứ vào nội dung các biến quan sát bên trong Bảng 3, các thành phần trên được đặt tên như sau:

Sự hữu hình (HH): 5 biến quan sát thuộc thang đo lường Sự hữu hình bao gồm: HH1, HH2, HH3, HH4 và HH5.

Sự đồng cảm (DC): 3 biến quan sát thuộc thang đo lường Sự đồng cảm bao gồm: DC2, DC3 và DC4.

Sự tin cậy được (TC): 5 biến quan sát thuộc

thang đo lường Sự tin cậy bao gồm: DC1, TC1, TC2, TC3 và TC4.

Sự đảm bảo (DB): 5 biến quan sát thuộc thang đo lường Sự đảm bảo bao gồm: DU4, DB1, DB2, DB3 và DB4.

Sự đáp ứng (DU): 3 biến quan sát thuộc thang đo lường Sự đáp ứng gồm: DU1, DU2 và DU3.

Thang đo chất lượng dịch vụ bao gồm 21 biến quan sát thuộc 5 nhân tố (yếu tố ảnh hưởng) được hình thành và kiểm định từ kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA. Các thang đo Sự hữu hình, Sự đồng cảm, Sự tin cậy, Sự đảm bảo, Sự đáp ứng, mỗi thang đo đều có ít nhất là 3 biến quan sát. Các thang đo này được phân tích nhằm đánh giá lại độ tin cậy qua hệ số Cronbach's Alpha một lần nữa. Kết quả phân tích cho thấy giá trị hệ số Cronbach's Alpha của 5 thang đo này đều lớn hơn 0,8, cho thấy các thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và sử dụng cho các phân tích, đánh giá tiếp theo.

3.2.2. Kết quả EFA của biến phụ thuộc

Theo kết quả thu được hệ số KMO = 0,643 (0,5 < 0,643 < 1); Sig. = 0,000 (< 0,05). Kết quả này cho thấy dữ liệu khảo sát dùng để phân tích nhân tố khám phá là hoàn toàn phù hợp và các biến quan sát có mối tương quan với nhau, có ý nghĩa đối với nhân tố hài lòng của khách hàng. Kết quả trong Bảng 4 chỉ ra rằng yếu tố sự hài lòng của khách hàng đối với hàng hóa và dịch vụ của các siêu thị điện máy giải thích cho 76,749% sự thay đổi của dữ liệu. (Bảng 4)

3.3. Phân tích hồi quy

Sau khi hoàn thành các bước kiểm tra nhân tố

Bảng 2. Total Variance Explained (Biến độc lập)

Component	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	7,210	34,334	34,334	7,210	34,334	34,334	3,277	15,602	15,602
2	2,628	12,515	46,849	2,628	12,515	46,849	2,748	13,088	28,690
3	1,776	8,455	55,304	1,776	8,455	55,304	2,715	12,928	41,618
4	1,412	6,725	62,029	1,412	6,725	62,029	2,698	12,848	54,465
5	1,096	5,217	67,246	1,096	5,217	67,246	2,684	12,781	67,246
6	0,886	4,221	71,467						

Bảng 3. Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
HH3	0,819	Phương tiện hữu hình (HH)			
HH2	0,749				
HH5	0,716				
HH4	0,702				
HH1	0,697				
DC2		0,826	Sự đồng cảm (DC)		
DC3		0,807			
DC4		0,807			
TC3	Sự tin cậy (TC)		0,696		
TC2			0,679		
TC4			0,653		
TC1			0,610		
DC1			0,576		
DB2	Sự đảm bảo (DB)			0,778	
DB3				0,767	
DB1				0,644	
DB4				0,604	
DU4				0,537	0,534
DU2	Sự đáp ứng (DU)				0,867
DU1					0,866
DU3					0,735

độc lập và phụ thuộc để đảm bảo dữ liệu thu thập được trong nghiên cứu này hoàn toàn phù hợp với phương pháp nghiên cứu và phân tích, nhóm tác giả đã sử dụng 5 nhân tố độc lập và một nhân tố phụ thuộc để phân tích hồi quy. Kết quả được thể hiện trong Bảng 5.

độc lập này chưa đạt độ tin cậy.

Sau khi loại bỏ X_4 và X_5 do không đạt độ tin cậy, kết quả nghiên cứu này đã thu được phương trình hồi quy sau:

$$B = 0,331 + 0,193 \times X_1 + 0,467 \times X_2 + 0,220 \times X_3$$

Theo kết quả từ Bảng 5, $R^2 = 0,523$, cho thấy các nhân tố độc lập trong mô hình giải thích được 52,3% sự biến động của các nhân tố phụ thuộc; 47,7% còn lại là hệ quả của các yếu tố ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Những kết quả trên chứng minh sự phù hợp của mô hình được sử dụng trong nghiên cứu này. Hệ số Durbin-Watson = 1,902 cho thấy mô hình không có tự tương quan bậc nhất giữa các yếu tố liên kề. Kết quả Sig. = 0,000 (Sig. < 0,05) trong Bảng 6 khẳng định rằng mô hình hồi quy tuyến tính bội số và tập dữ liệu trong nghiên cứu này là hoàn toàn nhất quán.

Kết quả ở Bảng 7 cho thấy các yếu tố sự hữu hình (X_1), sự đồng cảm (X_2), sự tin cậy (X_3) đều có hệ số Sig. lần lượt là Sig. $X_1 = 0,005$, Sig. $X_2 = 0,000$, Sig. $X_3 = 0,014$ (Sig. < 0,05), từ đó khẳng định các nhân tố độc lập X_1 , X_2 , X_3 có tác động đến nhân tố phụ thuộc (mức độ hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ tại các siêu thị điện máy trên địa bàn tỉnh Bình Dương). Ngoài ra, các yếu tố sự đảm bảo (X_4) và sự đáp ứng (X_5) có Sig. = 0,358 và Sig. = 0,084 (Sig. > 0,05) tương ứng cho thấy các yếu tố

Bảng 4. Total Variance Explained (Biến phụ thuộc)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,302	76,749	76,749	2,302	76,749	76,749
2	0,497	16,566	93,316			
3	0,201	6,684	100,000			

Bảng 5. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,733 ^a	0,538	0,523	0,38515	1,902
a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X4, X3					
b. Dependent Variable: B					

Bảng 6. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26,598	5	5,320	35,861	0,000 ^b
	Residual	22,844	154	0,148		
	Total	49,442	159			

Bảng 7. Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,331	0,321		1,030	0,305		
	X1	0,193	0,067	0,198	2,863	0,005	0,625	1,601
	X2	0,467	0,064	0,496	7,274	0,000	0,646	1,548
	X3	0,220	0,089	0,185	2,480	0,014	0,541	1,849
	X4	-0,075	0,081	-0,065	-0,923	0,358	0,610	1,640
	X5	0,118	0,068	0,115	1,737	0,084	0,688	1,453

4. Hàm ý quản trị

Nghiên cứu đã xây dựng được mô hình đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ tại các siêu thị điện máy trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Mô hình đề xuất ban đầu cho rằng có 5 yếu tố tác động lên sự hài lòng của khách hàng, bao gồm: Sự đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự hữu hình, Sự tin cậy và Sự đồng cảm. Qua nghiên cứu phân tích định tính. 5 yếu tố này đều được giữ lại cho nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát bằng bảng câu hỏi và phân tích dữ liệu phản hồi từ 160 khách hàng cá nhân. Kết quả phân tích kiểm định cuối cùng cho thấy chỉ có 3 yếu tố có tác động đến sự hài lòng của khách hàng, bao gồm: Sự đồng cảm, Sự tin cậy và Sự hữu hình cùng với đó là 13 biến quan sát trực thuộc có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng

với các mức độ ảnh hưởng khác nhau. Sắp xếp theo thứ tự từ mạnh đến yếu bao gồm: Sự đồng cảm (0,467), Sự tin cậy (0,220), Sự hữu hình (0,193).

Dựa trên kết quả phân tích có được, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị giúp cho các siêu thị điện máy tại Bình Dương có những cải tiến nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ chuỗi cung ứng cho các siêu thị điện máy tại địa phương này.

Căn cứ theo kết quả nghiên cứu cho thấy trong nhân tố Sự đồng cảm thì biến quan sát DC2 (tổ chức các chương trình khuyến mãi và các sự kiện vào các ngày dịp lễ) có hệ số cao nhất là 0,826, tiếp theo là biến quan sát DC3 (các sản phẩm được sắp xếp vào các thời gian hợp lý) và DC4 (cung cấp đường dây tổng đài để khách hàng liên lạc, phản ánh) có cùng hệ số là 0,807. Điều này chứng tỏ yếu tố về việc tổ

chức các chương trình khuyến mãi và sự kiện có tác động mạnh đến sự hài lòng của khách hàng khi đến mua sắm tại các siêu thị điện máy. Vì vậy, để kích cầu người tiêu dùng, tăng sự hài lòng của khách hàng, từ đó tăng doanh số bán ra, các siêu thị điện máy cần phát triển các chương trình khuyến mãi đa dạng, thiết thực và đánh đúng vào tâm lý người tiêu dùng, như: mua hàng trả góp 0% lãi suất với các thủ tục đơn giản nhanh chóng, hỗ trợ lắp ráp, cài đặt miễn phí tại nhà, tặng kèm các quà tặng hấp dẫn như bộ nồi đa dụng, tặng kèm mic khi mua dàn âm thanh,... hỗ trợ bảo hành đổi trả hàng miễn phí trong vòng 1 năm sử dụng, giảm giá các mặt hàng tồn kho,... Bên cạnh đó, với yếu tố như sắp xếp sản phẩm vào thời gian hợp lý, cung cấp đường dây tổng đài để khách hàng liên hệ các siêu thị điện máy có thể có các đổi mới, nâng cấp trong dịch vụ như tổ chức các sự kiện ra mắt sản phẩm mới, dựng mô hình sản phẩm trước siêu thị để thu hút sự chú ý của người tiêu dùng,... xây dựng một đội ngũ chuyên nghiệp chăm sóc khách hàng sau khi mua sắm, lưu thông tin khách hàng để giới thiệu, thông tin đến họ khi có các sản phẩm mới,...

Kết quả hồi quy ở trên cũng cho thấy, ngoài nhân tố Sự đồng cảm có tác động mạnh nhất thì nhân tố Sự tin cậy cũng có sự tác động mạnh đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ của các siêu thị điện máy tại Bình Dương. Do đó, nhóm nghiên cứu đã đề xuất các giải pháp để nâng cao hiệu quả của yếu tố Sự tin cậy, từ đó nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Hay nói cách khác, các siêu thị điện máy luôn quan tâm và giải quyết thắc mắc hay khiếu nại của khách hàng một cách kịp thời và hiệu quả, thực hiện đúng những gì đã cam kết trong lúc tư vấn cũng như về chất lượng sản phẩm thì sự hài lòng của khách hàng sẽ tăng lên, khách hàng sẽ tìm đến và gắn bó lâu dài với các sản phẩm và dịch vụ tại siêu thị. Như vậy, để

thu hút khách hàng mới, giữ chân khách hàng cũ các siêu thị điện máy cần có các chiến lược marketing hiệu quả để tác động đến hành vi sau khi mua của khách hàng. Cụ thể, có thể tổ chức các chương trình giảm giá cho lần mua sau khi khách hàng giới thiệu sản phẩm cho khách hàng khác, tích lũy điểm đổi các quà tặng hấp dẫn,... Đào tạo, hướng dẫn, xây dựng một đội ngũ chuyên nghiệp luôn sẵn sàng hỗ trợ và giải quyết các vấn đề gặp phải của người tiêu dùng trong quá trình trước, trong và sau khi mua hàng.

Theo như kết quả thu được sau khi chạy hồi quy thì nhân tố Sự hữu hình là nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Như vậy, ngoài các yếu tố về tâm lý khách hàng, sự trực quan về mặt vật chất cũng có tác động không nhỏ đến trải nghiệm và sự thỏa mãn của khách hàng khi đến mua sắm. Chính vì thế, các siêu thị điện máy cần chú trọng và có sự đầu tư hơn nữa về các vấn đề như cơ sở vật chất, hệ thống bãi giữ xe, phong cách phục vụ, phong cách bày trí và sắp xếp mặt hàng trong siêu thị. Đẩy mạnh chiến lược xúc tiến như xây dựng và làm phong phú trang website, bổ sung thêm các công cụ, tiện ích cần thiết hỗ trợ khách hàng trong việc tìm kiếm thông tin, mua sắm, đặt hàng online. Có những đầu tư hợp lý về mặt hình ảnh, thương hiệu của siêu thị như đồng phục nhân viên, bảng hiệu,...

5. Kết luận

Nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm và sử dụng dịch vụ tại các siêu thị điện máy trên địa bàn tỉnh Bình Dương, kết quả thu được 3 nhân tố tác động lên sự hài lòng của khách hàng, bao gồm: Sự đồng cảm, Sự tin cậy, Sự hữu hình. Dựa trên kết quả đó, tác giả đã đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ chuỗi cung ứng cho các siêu thị điện máy tại tỉnh Bình Dương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Nguyên Hùng và Nguyễn Thúy Quỳnh Loan (2004). *Quản lý chất lượng*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia, Hà Nội.
2. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS tập 1 và tập 2*, Nhà xuất bản Hồng Đức.

3. Phan Chí Anh, Nguyễn Thu Hà, Nguyễn Huệ Minh (2013). Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, Kinh tế và Kinh doanh*, 29 (1), 11-22.
4. Nguyễn Hán Khanh (2022). A 3-Dimensional Frame of Reference for Prevention of Risk in Supply Chain. *Risk Financial Management*, 15(3), 142.
5. Russell Smyth (2010). Customer Satisfaction and the Consumption Function. *Economics Research International*.
6. Rita Gamberini (2016). *Optimizing Terminal Delivery of Perishable Products considering Customer Satisfaction*. Mathematical Problems in Engineering.

Ngày nhận bài: 5/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/12/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN HÁN KHANH

2. NGUYỄN THỊ THẢO TRANG

3. NGUYỄN HÒA THUẬN

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Thủ Dầu Một

SOLUTIONS TO IMPROVE THE SERVICE QUALITY OF ELECTRONICS SUPERMARKETS IN BINH DUONG PROVINCE

● Ph.D. NGUYEN HAN KHANH¹

● NGUYEN THI THAO TRANG²

● NGUYEN HOA THUAN²

¹Director, Faculty Logistics and Supply chain management,
Thu Dau Mot University

²Faculty of Economics, Thu Dau Mot University

ABSTRACT:

This study determines the factors affecting the satisfaction of customers when they go shopping at electronics supermarkets in Binh Duong province. The study analyzes the impacts of these factors on the customer satisfaction. Based on the study's findings, some solutions are proposed to improve the service quality of these supermarkets.

Keywords: electronics supermarket, service quality, exploratory factor analysis, Binh Duong province.

ỨNG DỤNG KPI TRONG CÔNG TÁC ĐÁNH GIÁ THÀNH TÍCH NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI CÁC DOANH NGHIỆP XÂY DỰNG TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI NĂM 2022

● TRẦN VĂN TUỆ

TÓM TẮT:

KPIs - tiếng Anh là Key Performance Indicators, là chỉ số đánh giá hiệu suất, hay còn gọi là chỉ số KPI. Chỉ số KPI là hệ thống chỉ số phản ánh mức độ hoàn thành mục tiêu của công ty, bộ phận hay cá nhân, thường được xây dựng theo phương pháp bảng điểm cân bằng (BSC). Để tiến hành xây dựng thành công hệ thống các chỉ tiêu và đánh giá nhân sự hiệu quả, chúng ta cần nghiên cứu lại mục đích sử dụng KPIs, ưu nhược điểm của nó, cũng như quy trình xây dựng một hệ thống KPIs trong doanh nghiệp xây dựng. Dữ liệu bài báo được khảo sát năm 2022 tại 28 doanh nghiệp xây dựng trên địa bàn Hà Nội.

Từ khóa: chỉ số đánh giá hiệu suất, doanh nghiệp xây dựng, thành phố Hà Nội.

1. Một số lý luận cơ bản về chỉ số đánh giá nhân lực KPI đối với nhân lực trong các doanh nghiệp thương mại

1.1. Một số khái niệm cơ bản

- *Đánh giá nhân lực thực hiện công việc*

Đánh giá nhân lực là quá trình thu nhận và xử lý thông tin để đưa ra được những nhận định về những giá trị của một cá nhân so với những tiêu chuẩn tham chiếu chức danh công việc nhất định nhằm tiến hành các hoạt động quản trị nhân lực có liên quan. Một cách cụ thể hơn, đánh giá thực hiện công việc là quá trình thu nhận và xử lý thông tin về quá trình và kết quả thực hiện công việc của nhân lực trong doanh nghiệp (DN) để đưa ra được những nhận định chính xác về: năng lực thực hiện công việc và mức độ hoàn thành công việc của nhân lực đối với một DN trong một khoảng thời gian nhất định.

- *Chỉ số đánh giá nhân lực KPI*

KPIs (Key Performance Indicators) là các chỉ số lượng hóa các hoạt động phi tài chính trong DN. Đối với từng DN cụ thể, khi áp dụng KPIs họ sẽ lựa chọn những chỉ số có khả năng đánh giá những vấn đề mấu chốt dựa trên chất lượng kinh doanh. Khi tiến hành đánh giá, KPIs được thực hiện liên tục hàng giờ, hàng ngày, hoặc hàng tuần. Từ kết quả đánh giá KPIs, nhà quản lý sẽ hình dung được “hình ảnh” của DN mình trong từng thời điểm cụ thể.

1.2. Vai trò của đánh giá thực hiện công việc trong quản lý nguồn nhân lực

Đánh giá thực hiện công việc là một công việc quan trọng đối với doanh nghiệp nói chung và đối với công tác quản lý nhân lực nói riêng. Trong quản lý nguồn nhân lực, kết quả đánh giá thực hiện công việc giúp người lao động được nhìn nhận một cách chính xác những cống hiến của họ đối với doanh

ng nghiệp và giúp doanh nghiệp xây dựng được chiến lược quản lý nguồn nhân lực phù hợp. Vai trò cơ bản của đánh giá thực hiện công việc được trình bày dưới đây:

- Làm rõ năng lực làm việc, mức độ và những lý do hoàn thành hay không hoàn thành nhiệm vụ, nắm bắt tâm tư nguyện vọng của cán bộ. Từ đó làm cơ sở đề ra kế hoạch công tác và kế hoạch phát triển cá nhân trong chu kỳ (hoặc các chu kỳ) kinh doanh tiếp theo.

- Doanh nghiệp và người lao động trong doanh nghiệp có cơ hội để xem xét lại kiến thức, kỹ năng, thái độ và phẩm chất cần thiết đối với từng vị trí trong doanh nghiệp.

- Đánh giá thực hiện công việc hỗ trợ các hoạt động khác trong quản trị nguồn nhân lực, về cơ bản, nhiều hoạt động trong doanh nghiệp sử dụng kết quả của việc đánh giá thực hiện công việc. Đánh giá thực hiện công việc giúp doanh nghiệp có cơ sở để hoạch định, tuyển dụng, đào tạo, đãi ngộ nhân lực, xây dựng chiến lược nguồn nhân lực...

Dưới đây là mối quan hệ của đánh giá nhân lực với một số hoạt động cơ bản trong quản trị nhân lực:

Thứ nhất, đánh giá nhân lực làm tiền đề cho công tác tuyển dụng, đào tạo và phát triển nhân lực. Một quy trình đánh giá thực hiện công việc không chỉ cho biết ai làm tốt và ai làm chưa tốt, hoàn thành hay không hoàn thành mà còn chỉ ra nguyên nhân hoàn thành và chưa hoàn thành - đây là cơ sở để triển khai các hoạt động đào tạo và phát triển nhân lực nhằm nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng và năng lực của cán bộ nhân viên, tạo ra môi trường và văn hóa làm việc trên nền tảng các yếu tố: tinh thần trách nhiệm, tính chuyên nghiệp và chia sẻ lợi ích, đây cũng là cơ sở để xây dựng các chương trình phát triển nguồn nhân lực nhằm khai thác và sử dụng tối ưu những khả năng và tiềm năng của nguồn nhân lực nhằm đáp ứng hiệu quả các yêu cầu phát triển của doanh nghiệp.

Thứ hai, đánh giá nhân lực làm tiền đề cho đãi ngộ nhân lực. Sử dụng kết quả đánh giá thực hiện công việc trong việc xây dựng chương trình đãi ngộ trong doanh nghiệp giúp quá trình đãi ngộ được triển khai bài bản, khách quan và đóng vai trò quan trọng trong việc tạo động lực làm việc cho người lao động.

Thứ ba, với các doanh nghiệp triển khai hệ thống quản trị theo mục tiêu thì đánh giá nhân lực trở thành công cụ quan trọng đảm bảo sự thành công của hệ thống quản lý. Đánh giá nhân lực chuẩn xác cho phép đảm bảo thực hiện và kiểm soát được các mục tiêu và hoạt động của doanh nghiệp, đây cũng là cơ sở để thực hiện phân cấp, phân quyền và tăng cường tính tự chủ theo định hướng mục tiêu.

1.3. Mục đích và lợi ích của việc sử dụng KPIs trong đánh giá thực hiện công việc trong các doanh nghiệp xây dựng

Việc sử dụng KPIs trong đánh giá thực hiện công việc nhằm mục đích: Thứ nhất, đảm bảo người lao động thực hiện đúng các trách nhiệm trong bản mô tả công việc của từng vị trí chức danh cụ thể. Thứ hai, các chỉ số đánh giá mang tính định lượng cao, có thể đo lường cụ thể do đó nâng cao hiệu quả của đánh giá thực hiện công việc. Thứ ba, việc sử dụng các chỉ số KPIs góp phần làm cho việc đánh giá thực hiện công việc trở nên minh bạch, rõ ràng, cụ thể, công bằng và hiệu quả hơn.

Lợi ích khi sử dụng KPIs trong đánh giá thực hiện công việc: Các quyết định được thực hiện nhanh hơn khi có những đo lường nhận thấy được và chính xác đi kèm theo. Giúp khâu quản lý nhận biết thành quả của tổ chức, phòng/ban hoặc một nhân viên nào đó để có hướng khuyến khích, tạo động lực cho nhân viên. Một đội nhóm có thể làm việc chung với nhau theo những mục đích đo lường được. Đưa ra các chỉ tiêu có thể đo lường được, từ đó việc đánh giá thực hiện công việc sẽ cụ thể hơn và dễ thực hiện hơn mà ít có những kiến nghị, bất đồng.

1.4. Đặc điểm chỉ số KPI

1.4.1. KPI phản ánh mục tiêu của doanh nghiệp

Khi doanh nghiệp đặt mục tiêu “trở thành doanh nghiệp có hiệu suất lợi nhuận cao nhất trong ngành”, các chỉ số KPI sẽ xoay quanh lợi nhuận và các chỉ số tài chính. “Lợi nhuận trước thuế” và “Vốn/tài sản cố động” là những chỉ số chính. Tuy nhiên, nếu doanh nghiệp đưa ra chỉ số “Tỷ lệ phần trăm lợi nhuận dành cho các hoạt động xã hội”, chỉ số này không phải là KPI. Mặt khác, trường học lại không quan tâm tới lợi nhuận, do đó sẽ xây dựng những chỉ số KPI khác. Những

chỉ số như “tỷ lệ tốt nghiệp” và “tỷ lệ kiểm việc thành công sau tốt nghiệp” phản ánh sứ mệnh và mục tiêu của nhà trường.

1.4.2. KPI là những thước đo có thể lượng hóa được

Chỉ số KPI chỉ có giá trị khi được xác định và đo lường một cách chính xác. “Trở thành doanh nghiệp nổi tiếng nhất” không phải là một chỉ số KPI do không có cách nào đo sự nổi tiếng của doanh nghiệp hay so sánh nó với các doanh nghiệp khác.

Việc xác định rõ các chỉ số KPI và bám sát các chỉ số này rất quan trọng. Đối với KPI “gia tăng doanh số”, cần làm rõ các vấn đề như đo lường theo đơn vị sản phẩm hay giá trị sản phẩm. Sản phẩm trả lại sẽ bị khấu trừ trong tháng sản phẩm được bán ra hay trong tháng sản phẩm được trả lại? Doanh thu sẽ được tính theo giá niêm yết hay giá bán thực tế?

1.4.3. Mỗi KPI cần có mục tiêu rõ ràng

Cần đặt ra mục tiêu cho mỗi chỉ số KPI. Ví dụ như doanh nghiệp đặt mục tiêu trở thành nhà tuyển dụng hàng đầu cần đưa “Tỷ lệ thay thế nhân viên” thành các chỉ số KPI. Chỉ số này được định nghĩa là “tổng số nhân viên tự nguyện xin nghỉ việc chia cho tổng số nhân viên ban đầu” và cách đo lường chỉ số này đã được thiết lập bằng cách thu thập dữ liệu từ hệ thống thông tin của phòng nhân sự (HRIS). Sau đó đặt mục tiêu cho chỉ số KPI, ví dụ như “Giảm tỷ lệ thay thế nhân viên 5% một năm”.

2. Thực trạng công tác đánh giá và sử dụng KPIs trong đánh giá của các doanh nghiệp xây dựng

Tình hình triển khai một số chỉ số đánh giá nhân lực (KPI) tiêu biểu đối với nhân lực trong các doanh nghiệp xây dựng tại Hà Nội (Bảng 1)

Đánh giá là công việc bắt buộc của các doanh nghiệp, nhất là đánh giá thành tích, theo khảo sát của tác giả, có đến 20% doanh nghiệp chưa có quy chế đánh giá. Bên cạnh đó, có 50% doanh nghiệp có quy chế đánh giá chưa đạt yêu cầu. Nhu cầu của

Bảng 1. Các doanh nghiệp tư nhân, TNHH, CP thuộc ngành Xây dựng trong khảo sát về đánh giá thành tích gắn KPIs

1	Công ty CP Xây dựng và Thương mại Việt Nguyên
2	Công ty CP Tập đoàn Đông Đô
3	Trường Quân - Công ty CP Thương mại và Xây dựng Trường Quân
4	Tam Thành - Công ty CP Xây dựng Tam Thành
5	Công ty CP Dịch vụ viễn thông và Xây dựng Hà Nội
6	Công ty CP Xây dựng công trình ngầm
7	Công ty CP Xây dựng hạ tầng Sông Đà
8	Công ty CP Tư vấn xây dựng và Thiết kế Eva
9	Tổng công ty Xây dựng Hà Nội
10	Công ty CP Đất Mới
11	Công ty CP Golavina
12	Công ty Đầu tư xây dựng Số 2 Hà Nội
13	Thịnh Liệt - Công ty CP Đầu tư và Bê tông Thịnh Liệt
14	Tổng công ty CP Đầu tư xây dựng và Thương mại Việt Nam
15	Công ty CP Đầu tư phát triển DULUC"S
16	Tổng công ty CP Xây lắp Dầu khí Việt Nam
17	Tổng công ty Đầu tư và Phát triển Hà Nội
18	Doanh nghiệp tư nhân Nguyễn Ngọc Tuyển
19	Công ty CP Sông Đà 12
20	Công ty CP Đầu tư phát triển xây dựng và Thương mại Việt Nam
21	Hoàn Cầu - Công ty CP Xây dựng và Nội thất Hoàn Cầu
22	Bạch Đằng - Công ty CP Bạch Đằng
23	Công ty Thiết kế và Tư vấn xây dựng
24	Vimeco - Công ty CP Cơ khí và Thương mại
25	Công ty TNHH Thăng Tư
26	Công ty CP Đầu tư bất động sản Việt Nam
27	Công ty CP Xây dựng và Thương mại Việt Nguyên
28	Công ty CP Tập Đoàn Đông Đô

doanh nghiệp về hoàn thiện đánh giá thành tích là rất lớn trong thời gian tới. (Bảng 2)

Bảng 2. Tỷ lệ doanh nghiệp có quy chế đánh giá thành tích

Câu trả lời	Số lượng phiếu khảo sát	(%)
Có, đang vận hành tốt	77	31.69
Có, nhưng chưa đạt yêu cầu	118	48.56
Chưa có quy đánh giá	48	19.75

Tổng hợp phiếu điều tra

Về chu kỳ đánh giá nhân lực trong doanh nghiệp

Có rất nhiều doanh nghiệp đánh giá theo chu kỳ tháng. Tỷ lệ doanh nghiệp đánh giá 6 tháng chỉ chiếm 27,98%. Số lượng doanh nghiệp lựa chọn đánh giá theo năm khá lớn trên 30%. (Bảng 3)

Bảng 3. Tỷ lệ doanh nghiệp chọn chu kỳ đánh giá thành tích

Câu trả lời	Số lượng phiếu khảo sát	(%)
Hàng tháng	70	31.69
Hàng quý	32	13.17
6 tháng	68	27.98
1 năm	73	27.98

Tổng hợp phiếu điều tra

Khảo sát về sử dụng kết quả đánh giá, hầu hết doanh nghiệp dùng kết quả đánh giá phục vụ công tác trả lương, thưởng, bố trí lại nhân lực. Việc sử dụng kết quả đánh giá vào công tác đào tạo và phát triển nhân lực còn hạn chế. (Bảng 4)

Về công tác trở ngại và do đánh giá thành tích không tốt, lý do lãnh đạo doanh nghiệp chưa sâu sát và phân công nhiệm vụ chưa rõ ràng xuất hiện hàng đầu. Hai lý do này là nguyên nhân chủ yếu dẫn tới tình trạng đánh giá còn mang tính hình thức. (Bảng 5)

3. Đề xuất các bước xây dựng KPI cho các doanh nghiệp xây dựng trên địa bàn Hà Nội

Tất cả các hoạt động của doanh nghiệp xây dựng đều có những mục tiêu cụ thể, khi tiến hành phát triển các KPI cần phải bám sát vào tầm nhìn, sứ mệnh của công ty hay đơn giản hơn là cần phải

Bảng 4. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng kết quả đánh giá thành tích

Câu trả lời	Số lượng khảo sát	(%)
Trả lương	122	28.12%
Trả thưởng	173	54.06
Tăng lương	153	47.18
Xây dựng kế hoạch đào tạo cá nhân	88	27.50
Xây dựng lộ trình phát triển cá nhân	80	25.00
Bố trí lại công việc	144	35.62

Tổng hợp phiếu điều tra

Bảng 5. Những trở ngại với công tác đánh giá thành tích

Câu trả lời	Số lượng khảo sát	(%)
Quy trình chưa phù hợp	77	24.06
Tiêu chuẩn chưa phù hợp	99	30.94
Người đánh giá không nghiêm túc	66	20.62
Năng lực người đánh giá chưa đủ	92	28.75
CBCNVC thiếu động lực để tham gia tích cực	97	30.31
Lãnh đạo chưa sâu sát và quan tâm đúng mức	114	35.62
Năng lực phòng nhân sự chưa đáp ứng yêu cầu	63	19.69
Công việc thay đổi nhiều khó đánh giá	60	18.75
Phân công nhiệm vụ và mục tiêu chưa rõ ràng	105	32.81
Khác	11	3.44

Tổng hợp phiếu điều tra

biết tích hợp với các mục tiêu để xây dựng các KPI hợp lý. Yêu cầu các mục tiêu thực hiện phải đảm bảo tất cả các yêu cầu của 1 mục tiêu, bao gồm: cụ thể, đánh giá được, thực tế, và có thể đạt

được trong một thời gian cụ thể. Vì mục đích này, khi thiết lập các mục tiêu đo lường cần phải có sự tích hợp cần thiết giữa kiểu công việc, nguồn nhân lực hiện tại, tài chính, trang thiết bị, cấu trúc tổ chức và môi trường.

Bước 1: Quyết định các tiêu chuẩn thực hiện

STT	Hoạt động
1	Quyết định các tiêu chuẩn thực hiện dựa trên tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu của tổ chức
2	Xác định tầm quan trọng của mỗi tiêu chuẩn
3	Phát triển KPI đảm bảo được các yêu cầu: <ul style="list-style-type: none"> • KPI phải đánh giá được hiệu quả và hiệu suất của mỗi hoạt động • KPI phải đánh giá nguồn nhân lực và tài chính đối với các hoạt động doanh nghiệp xây dựng • KPI để đánh giá lòng trung thành của khách hàng đối với doanh nghiệp xây dựng
4	Quyết định mục tiêu thực hiện cho mỗi KPI. Mục tiêu này có thể được quyết định dựa trên công việc, kinh nghiệm, năng suất và bản chất của mỗi hoạt động của doanh nghiệp xây dựng.

Bước 2: Định giá các tiêu chuẩn thực hiện

STT	Hoạt động
1	Liệt kê KPI và quyết định các mục tiêu đánh giá
2	Tích hợp các dữ liệu dựa trên quy trình thực tế cho mỗi KPI
3	So sánh kết quả thực tế với mỗi mục tiêu KPI
4	Tính toán phần trăm cho mỗi KPI
5	Đưa ra kết quả cho mỗi tiêu chuẩn trong KPI

Sau khi các KPIs được phát triển và quyết định tiêu chuẩn cho mỗi KPIs, lúc này tổ chức phải đánh giá tiêu chuẩn bằng cách so sánh tầm quan trọng của mỗi tiêu chuẩn trong việc phát triển các mục tiêu chung của doanh nghiệp xây dựng và đề ra các giải pháp nhằm nâng cao công tác quản trị tại các công ty.

Bước 3: Giám sát mức độ thực hiện

Người đứng đầu mỗi tổ chức có trách nhiệm giám sát việc thực hiện theo mỗi KPI. Lực lượng này có trách nhiệm giám sát, đánh giá lại và cải thiện các tiêu chuẩn được đề ra và đề xuất các yêu cầu về nguồn nhân lực, tài chính, công cụ và trang thiết bị cần thiết để làm cho các nhiệm vụ hiệu quả hơn.

Bước 4: Cải thiện các tiêu chuẩn thực hiện

Thứ nhất, những người đưa ra quyết định cuối cùng cho các KPI từ những đề xuất đã được nêu ra trong bước 3

Thứ hai, quy trình vận dụng chỉ số KPI để đánh giá thực hiện công việc: Doanh nghiệp xây dựng có thể lựa chọn quy trình đã được trình bày trong phần 2 để tiến hành áp dụng KPI. Tuy vậy, với những DN chưa có kinh nghiệm trong việc áp dụng phương pháp này có thể áp dụng KPI trước khi xây dựng chương trình BSC. Nhóm nghiên cứu đề xuất xây dựng kế hoạch triển khai KPI cho các doanh nghiệp xây dựng được trình bày trong bảng quy trình trên.

Thứ ba, về các điều kiện để có thể vận dụng KPI đánh giá thực hiện công việc: Theo các công trình nghiên cứu về KPI mà tác giả đã tiếp cận thì không có điều kiện “cứng” nào trong việc áp dụng KPI tại doanh nghiệp xây dựng. Tuy vậy, KPI là chương trình đánh giá các vấn đề mấu chốt. Do vậy, doanh nghiệp xây dựng cần xác định được các vấn đề mấu chốt của doanh nghiệp mình trước khi áp dụng KPI ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Vũ Thùy Dương, Hoàng Văn Hải (đồng chủ biên), (2008), *Quản trị nhân lực*, NXB Thống kê, Hà Nội.
2. Lloyd L. Byars and Leslie W. Rue, (2004), *Human resources management*, Mc Graw Hill.
3. Martin Hilb, (2003), *Quản trị nhân sự tổng thể: mục tiêu - chiến lược - công cụ*, NXB Thống kê.

4. Robert L. Mathis, John H. Jackson (2000) - Human Resource Management 9th Edition - South Western College Pub.
5. Jack J. Phillips, Ron D. Stone, Patricia Pulliam Phillips, (2001), Human Resources Scorecard, Butterworth-Heinemann.
6. Michael Armstrong, Helen Murlis, (2007), *Reward Management*, Kogan Page.
7. Lê Quân, (2008), *Kỹ thuật xây dựng hệ thống tiền lương và đánh giá thành tích*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
8. Lê Quân, (2008), *Hoàn thiện đánh giá cán bộ tại doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Hà Nội*, đề tài NCKH cấp Bộ.
9. Nguyễn Hữu Thân, (2006), *Quản trị nhân sự*, NXB Thống kê.

Ngày nhận bài: 22/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/1/2023

Thông tin tác giả

TRẦN VĂN TUỆ

Trường Đại học Thương mại

THE APPLICATION OF KPIs IN MEASURING THE PERFORMANCE OF EMPLOYEES AT CONSTRUCTION ENTERPRISES IN HANOI

● **TRAN VAN TUE**

Thuongmai University

ABSTRACT:

Key Performance Indicators (KPIs) refer to a set of quantifiable measurements used to gauge the progress of a company, a unit or an individual toward an intended result. The balanced scorecard (BSC) method is usually used to develop KPIs. In order to successfully build KPIs and effectively measure human resource performance, it is important to study the purpose of using KPIs, its advantages and disadvantages, and the KPIs development process of businesses. This study is conducted through an survey of 28 construction enterprises in Hanoi in 2022.

Keywords: key performance indicators (KPIs), construction enterprises, Hanoi City.

THÚC ĐẨY ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG CÁC DOANH NGHIỆP Ở THÀNH PHỐ HÀ NỘI: BÀI HỌC KINH NGHIỆM TỪ CÁC DOANH NGHIỆP QUỐC TẾ

● ĐỖ ANH ĐỨC - LÊ THÙY DƯƠNG - VŨ XUÂN TÌNH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp quốc tế nhằm giúp các doanh nghiệp tại thành phố Hà Nội và các cơ quan quản lý nhà nước có những giải pháp hợp lý để thúc đẩy hoạt động này trong thời gian tới. Bài viết cung cấp những kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo thành công của các doanh nghiệp quốc tế, qua đó chỉ ra những bài học kinh nghiệm cho doanh nghiệp ở thành phố Hà Nội để khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo thực sự trở thành động lực tăng trưởng, nâng cao năng suất, chất lượng, góp phần phát triển kinh tế - xã hội Thủ đô.

Từ khóa: doanh nghiệp, đổi mới sáng tạo, thành phố Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Thành phố Hà Nội đặt mục tiêu trở thành trung tâm công nghệ cao với tiềm lực nghiên cứu khoa học, năng lực nghiên cứu, sáng chế và ứng dụng chuyển giao công nghệ dẫn đầu cả nước, là đầu tàu của cả nước trong việc thúc đẩy, hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm hàng hóa của doanh nghiệp trên nền tảng đổi mới công nghệ và áp dụng các hệ thống quản lý, quản trị tiên tiến, các công cụ cải tiến nâng cao năng suất, chất lượng, áp dụng các tiêu chuẩn hài hòa với tiêu chuẩn khu vực và quốc tế. Tuy nhiên, những kết quả về hoạt động đổi mới sáng tạo của Hà Nội thời gian qua được ghi nhận chưa tương xứng với lợi thế của Thủ đô. Trong đó, hệ thống cơ chế, chính sách về khoa học và công nghệ (KH&CN) chưa đồng bộ. Chất lượng, hiệu

quả đổi mới công nghệ còn hạn chế, chưa có bước đột phá. Cơ sở hạ tầng về công nghệ cao còn yếu; tỷ trọng giá trị sản phẩm công nghệ cao, sản phẩm ứng dụng công nghệ cao trong GRDP của Thành phố thấp. Trước tồn tại đó, để góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô, cũng như đưa Hà Nội sớm trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo, việc Thành ủy Hà Nội ban hành Chương trình số 07-CTr/TU, về “Đẩy mạnh phát triển KH&CN và đổi mới sáng tạo trên địa bàn TP. Hà Nội, giai đoạn 2021 - 2025” theo đánh giá của các chuyên gia là rất cần thiết trong tình hình mới.

Để khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo thực sự trở thành động lực tăng trưởng, nâng cao năng suất, chất lượng, góp phần phát triển kinh tế - xã hội Thủ đô, không thể bỏ qua vai trò của các doanh nghiệp. Hà Nội muốn phát triển doanh

nghiệp có chất lượng để đảm bảo những mục tiêu nêu trên thì đòi hỏi phải thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp. Trong đó, việc nghiên cứu kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp quốc tế là rất quan trọng để các doanh nghiệp tại thành phố Hà Nội và các cơ quan quản lý Nhà nước có những giải pháp hợp lý nhằm thúc đẩy hoạt động này trong thời gian tới. Bài viết cung cấp những kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo thành công của các doanh nghiệp quốc tế, qua đó chỉ ra những bài học kinh nghiệm cho doanh nghiệp tại thành phố Hà Nội.

2. Kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo từ các doanh nghiệp quốc tế

2.1. Kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo của Samsung

Samsung - một tập đoàn đa quốc gia của Hàn Quốc luôn xếp thứ hạng cao về đầu tư nghiên cứu và phát triển (R&D), đổi mới sáng tạo. Năm 2000, Samsung chỉ ở vị trí thứ 43, với giá trị thương hiệu 5,2 tỷ USD. Năm 2013, Samsung đã tiến thêm 35 bậc để vươn lên hạng thứ 8, và giá trị thương hiệu đã gấp gần 8 lần so với hơn 10 năm trước (Phạm Ngọc Minh, 2014).

Đầu tư đổi mới công nghệ cùng với chính sách liên tục đổi mới sáng tạo đã tạo nên sự thành công của Tập đoàn này trong việc nỗ lực trở thành công ty công nghệ hàng đầu thế giới bằng việc đầu tư xứng đáng vào nghiên cứu và phát triển (R&D). Có 34 trung tâm R&D của Samsung điện tử được trải đều tại các châu lục trên thế giới, như: Bắc Mỹ, Anh, Nga, Ấn Độ, Nhật Bản, Israel và Trung Quốc. Chỉ riêng năm 2012, Samsung đã chi 5,7% tổng doanh số của toàn công ty cho R&D, tương ứng khoảng 10,4 tỷ USD. Bộ phận R&D của Samsung đã liên tục đưa ra những phát minh sáng chế. Điều này đã làm cho Samsung nằm trong top 5 công ty công nghệ sở hữu nhiều bằng sáng chế nhất thế giới. Từ năm 2007 đến hết năm 2013, Samsung liên tục là công ty có số lượng bằng sáng chế lớn thứ hai trên thế giới (Phạm Ngọc Minh, 2014).

Đầu tư có chiến lược với sản phẩm mũi nhọn là một bí quyết thành công của Samsung. Trong đó, R&D là bộ phận được xem là cốt lõi để tạo ra sự khác biệt, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất ti vi. Bên cạnh đó, đầu tư vào công nghệ mới để theo kịp

sự phát triển của thị trường, thị hiếu khách hàng và nhanh chóng đón đầu thị trường là những điểm mạnh của Samsung. Đó là việc ứng dụng thành công công nghệ đèn nền LED vào chiếc TV năm 2009. Sau đó, Samsung còn tạo ra thế hệ tivi LED với độ mỏng chỉ 29,9 mm. Liên tục trong năm 2010 và năm 2011, đội ngũ R&D Samsung tiếp tục cho ra đời tivi với công nghệ 3D vào chiếc TV và dòng Smart tivi với giao diện Smart Hub, cung cấp những tính năng, tiện ích mới và độc đáo như khả năng duyệt web, chat video, cập nhật mạng xã hội, tải ứng dụng. Hai mẫu TV LED D7000, D8000 ra mắt vào tháng 1.2011, với đường viền TV siêu mỏng chưa đến 5 mm càng khẳng định “Đội ngũ R&D Samsung đã nghiên cứu và phát triển thành công độ siêu mỏng của tivi mà chưa từng có hãng điện tử nào có thể làm được” (Vĩnh Bảo, 2011).

2.2. Kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo của Procter & Gamble

Procter & Gamble (P&G) là một tập đoàn hàng tiêu dùng đa quốc gia của Mỹ, sở hữu hàng chục thương hiệu nổi tiếng như Pampers, Ariel, Wella, Tempo, Ponica, Clairol, Oil of Olaz, Wick hay Pringels. Để có được thành công như ngày hôm nay, P&G đã quan tâm nhiều tới đổi mới sáng tạo. Ngoài việc bảo toàn bộ phận then chốt về nghiên cứu phát triển, P&G tạo ra một hệ thống xã hội doanh nghiệp mở rộng nhằm khai thác được kỹ năng và sự thấu hiểu về con người cho toàn bộ nhân viên công ty cũng như đưa ra một mục tiêu chung: vì người tiêu dùng.

Năm 2000, công ty có khoảng 8.000 nhân viên R&D và gần 4.000 kỹ sư. Nhưng họ đã không kết hợp những chương trình đổi mới này với chiến lược kinh doanh, quy trình lập kế hoạch hoặc dự thảo ngân sách. Chính vì vậy, những năm 2000 chỉ có khoảng 15% nỗ lực đổi mới của P&G đáp ứng mục tiêu doanh thu và lợi nhuận. Rõ ràng mô hình tự phát minh của P&G không còn khả năng duy trì mức tăng trưởng cao hàng đầu. Năng suất R&D chững lại, tỷ lệ thành công - sự đổi mới, tỷ lệ phần trăm của các sản phẩm mới đáp ứng các mục tiêu tài chính bị đình trệ vào khoảng 35% (Huston và Sakkab, 2006). Ngay sau đó, P&G mạnh dạn cắt giảm tối đa kinh phí cho lĩnh vực R&D. Mặc dù rất coi trọng sự năng động, sáng tạo của nhân viên,

nhưng P&G đã đưa ra quan điểm P&G không cần phải hoàn toàn tự nghiên cứu và phát triển sản phẩm mà có thể mua lại hay đặt bên ngoài làm (Hà Linh, 2005).

Trên thực tế, P&G đã tăng trưởng phi thường bằng cách đổi mới từ bên ngoài, xây dựng cơ sở nghiên cứu toàn cầu, thuê và nắm giữ các tài năng tốt nhất trên thế giới. Công ty đưa ra chương trình Connect and Development (Kết nối và Phát triển) để mang lại sự đổi mới bên ngoài và xây dựng một quy trình kiểm duyệt mạnh mẽ để quản lý ý tưởng từ khi hình thành đến khi khởi động (Brown và Anthony, 2011). Chính sách kết nối và Phát triển đã mang lại thành công cho P&G. Tính đến thời điểm năm 2006, hơn 35% các sản phẩm mới của P&G trên thị trường có nguồn gốc từ bên ngoài, tăng từ mức 15% trong năm 2000. 45% các sáng kiến trong danh mục phát triển sản phẩm có những đóng góp quan trọng từ bên ngoài. Thông qua Kết nối và Phát triển cùng với những cải tiến liên quan đến sự đổi mới về chi phí sản phẩm, thiết kế, và tiếp thị, năng suất R&D đã tăng gần 60%. Tỷ lệ thành công đổi mới đã tăng hơn gấp đôi, trong khi chi phí cho sự đổi mới đã giảm. Tỷ lệ phần trăm đầu tư R&D trên doanh số bán hàng giảm từ 4,8% trong năm 2000 còn 3,4% (Huston và Sakkab, 2006).

So với năm 2000, hiện nay, tỷ lệ đổi mới đáp ứng mục tiêu doanh thu và lợi nhuận là 50% (Brown và Anthony, 2011). Hiện tại, P&G đã cho ra những nhãn hiệu và sản phẩm mới với tỷ lệ thương mại thành công từ 15% đến 20%, tức là trong sáu sản phẩm mới được giới thiệu sẽ có một sản phẩm đem lại lợi nhuận cho Tập đoàn. Hiện nay, một nửa sản phẩm mới đóng góp vào tỷ lệ 50%, 60% doanh thu của công ty. Quyết định tập trung vào đổi mới là sức mạnh nòng cốt trong toàn công ty. Kể từ đầu thập niên này, trung bình, P&G có 6% tăng trưởng doanh thu, hầu hết đều do sự đổi mới mang lại. Công ty đã đầu tư vào R&D khoảng 2,8% trong năm 2007 và đầu tư 2,1 tỷ USD vào đổi mới, và doanh thu đạt 76,5 tỷ USD. Năm 2011, chi phí cho R&D của P&G là 2 tỷ USD, chiếm 2,4% doanh thu. P&G đã không ngừng mạnh tay đầu tư vào R&D để tạo ra những sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Với 26

trung tâm R&D trên toàn thế giới, P&G luôn coi người tiêu dùng là trung tâm, mọi thay đổi về công nghệ và đổi mới đều phải thỏa mãn người tiêu dùng (Christensen và các cộng sự, 2012).

2.3. Kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo của Posco

Theo bảng xếp hạng hàng năm của World Steel Dynamics, trong 2 năm liên tiếp (2010 - 2011), Posco (công ty đa quốc gia chuyên về sản xuất thép được đặt tại thành phố Pohang, Hàn Quốc) là nhà sản xuất thép có tính cạnh tranh nhất thế giới, dựa trên 23 tiêu chí đánh giá, trong đó bao gồm công nghệ, lợi nhuận, tiết kiệm chi phí và lành mạnh tài chính (World Steel Dynamics, 2011). Đối với Posco, đổi mới công nghệ chính là trung tâm của công ty và được thấm nhuần trong văn hóa doanh nghiệp. Ở giai đoạn ban đầu, công ty đã phải sáng tạo để giảm phụ thuộc vào công nghệ nước ngoài và đi lên với chính mình để tăng sức cạnh tranh. Nền văn hóa sáng tạo đã được định hình từ khi thành lập, từ quản lý đến nhân viên. Với việc thành lập Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển, công ty đã tiến hành nhiều hoạt động nghiên cứu khác nhau thông qua mạng lưới Nghiên cứu và Phát triển của tập đoàn. Mạng lưới này gồm có Viện Nghiên cứu Posco, Viện Nghiên cứu Khoa học Công nghiệp và Công nghệ Pohang, Đại học Khoa học và Công nghệ Pohang. Sự cam kết mạnh mẽ của Posco cho R&D thể hiện qua việc thành lập trung tâm R&D mới vào tháng 6/2010.

Posco cũng phát triển các công nghệ trong các lĩnh vực then chốt. Ngành thép là nền tảng cho nhiều ngành khác. Bằng các khả năng công nghệ xuất sắc, Posco đã nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành thép Hàn Quốc. Dựa vào các công nghệ tiên tiến, kể cả kỹ thuật nhà máy tích lũy qua hoạt động xây dựng các công trình bằng thép tích hợp Pohang và Gwangyang, và quy trình FINEX, một công nghệ sản xuất sắt mang tính cách tân, Posco đã đạt được các kết quả khác biệt trên toàn thế giới (World Steel Dynamics, 2011). Công nghệ FINEX của Posco đang cách mạng hóa ngành công nghiệp thép và các lợi thế công nghệ này khiến họ có khả năng phát triển và đạt thành quả trong nhiều năm nữa. Với thiên hướng cải tiến liên tục, Posco tiếp tục cải thiện công nghệ FINEX để làm cho quá

trình sản xuất hiệu quả hơn. Do đó, khoảng cách công nghệ giữa Posco và đối thủ cạnh tranh sẽ ngày càng tăng.

Posco nhận được sự hỗ trợ lớn từ chính phủ trong giai đoạn khởi động và thậm chí như hiện nay khi đã có năng lực cạnh tranh quốc tế, Chính phủ vẫn hỗ trợ đáng kể. Ví dụ, Chính phủ đã tài trợ 22,2 tỷ Won cho R&D đối với việc thương mại hóa FINEX. Trong thực tế, hầu hết các viện nghiên cứu của Posco được hỗ trợ bởi ngân sách hàng năm của chính phủ. Posco và ngành công nghiệp thép Hàn Quốc nói chung, được sự ủng hộ của Chính phủ như là một lợi thế cạnh tranh, vì thép được coi là một ngành công nghiệp chiến lược của Hàn Quốc. Vì vậy, Chính phủ Hàn Quốc hỗ trợ thông qua các khoản trợ cấp và các khoản đầu tư để duy trì khả năng cạnh tranh trong ngành công nghiệp. Điều này góp phần tăng cạnh tranh về chi phí và sản xuất thép chất lượng cao, nhưng có thể không phải là một giải pháp bền vững về lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp vì các chính phủ có thể kiểm soát số tiền hỗ trợ và thậm chí có thể rút lại hỗ trợ.

2.4. Kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo của Royal Philips

Royal Philips (công ty điện tử đa quốc gia của Hà Lan) đã và đang đầu tư rất nhiều trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển với hơn 55.000 bằng sáng chế và 33.000 bằng sáng chế kiểu dáng được công nhận trên phạm vi toàn cầu. Theo Mortara & cộng sự (2009), để có thể phát triển sản phẩm mới một cách liên tục, Philips đã thành lập các “trung tâm ươm tạo”, nơi được coi là chất xúc tác quan trọng cho chiến lược tăng trưởng. Ở mỗi lĩnh vực kinh doanh cốt lõi, công ty có một “Quỹ vườn ươm tạo” nhằm tài trợ cho dự án kinh doanh mới trong công ty từ những ý tưởng mới được lựa chọn. Những dự án kinh doanh ban đầu dựa vào nguồn vốn nghiên cứu phát triển và phát triển quyền sở hữu trí tuệ nội bộ sẵn có. Sau đó, nếu thành công, nó có thể được phát triển thành một doanh nghiệp mới, nhận 100% vốn của Phillips. Nếu dự án kinh doanh này không góp phần vào sự tăng trưởng hay không phù hợp với các lĩnh vực cốt lõi, Philips sẽ tách ra bằng cách tìm kiếm nguồn vốn bên ngoài hoặc bán thương mại.

Tinh thần khởi nghiệp và xây dựng doanh nghiệp sáng tạo cũng là một phần quan trọng của

quá trình này. Phillips tin rằng các nhà quản lý nên sẵn sàng chấp nhận rủi ro cá nhân bằng cách tham gia tích cực vào việc tạo ra những ý tưởng kinh doanh. Khi dự án thành công, những nhà quản lý tích cực này sẽ được khen thưởng bằng vốn cổ phần. Đồng thời, họ cũng được Philips trao quyền tự chủ cao trong công việc cũng như nhận được sự cố vấn từ phía Tập đoàn khi cần thiết. Những chính sách này khiến cho nhân viên cảm thấy rằng chính họ đang tự tay khởi nghiệp với ít rủi ro hơn so với tự khởi nghiệp bên ngoài.

3. Khái quát thực trạng những vấn đề đặt ra và những bài học kinh nghiệm thúc đẩy đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hà Nội

Hiện nay Hà Nội có khoảng 165.000 doanh nghiệp, trong đó có khoảng 14% doanh nghiệp chế biến chế tạo, 73% doanh nghiệp thương mại, dịch vụ và 14% doanh nghiệp xây dựng, bất động sản. Kết quả về hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hà Nội thời gian qua được ghi nhận chưa tương xứng với lợi thế của Thủ đô. Trong đó, hệ thống cơ chế, chính sách về KH&CN chưa đồng bộ. Chất lượng, hiệu quả đổi mới công nghệ còn hạn chế, chưa có bước đột phá. Cơ sở hạ tầng về công nghệ cao còn yếu; tỷ trọng giá trị sản phẩm công nghệ cao, sản phẩm ứng dụng công nghệ cao trong GRDP của Thành phố còn thấp. Hà Nội muốn phát triển doanh nghiệp có chất lượng để đảm bảo những mục tiêu trở thành động lực tăng trưởng, nâng cao năng suất, chất lượng, góp phần phát triển kinh tế - xã hội thì đòi hỏi phải thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp. Trong thị trường cạnh tranh ngày nay, đổi mới sáng tạo không chỉ giúp doanh nghiệp tồn tại, phát triển, duy trì lợi thế cạnh tranh của mình, mà hơn nữa nó còn giúp doanh nghiệp vượt lên các đối thủ. Bài học kinh nghiệm từ các doanh nghiệp quốc tế nêu trên cho thấy các doanh nghiệp tại thành phố Hà Nội cần phải coi đổi mới sáng tạo là một trong những mục tiêu trọng yếu của mình.

(i) Nền tảng của công cuộc đổi mới sáng tạo chính là con người. Do đó, các tổ chức muốn thành công trong việc đẩy mạnh hoạt động đào tạo nhằm thay đổi nhận thức về đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực nhận biết và khai thác kiến thức cho đổi

mới sáng tạo, đào tạo chuyên môn nghiệp vụ để có nguồn chất lượng cao, có khả năng làm chủ công nghệ. Mặt khác, các doanh nghiệp cần xây dựng cho mình “văn hóa sáng tạo”. Ở đó, những ý tưởng sáng tạo đổi mới cần được khuyến khích thông qua sự ghi nhận của của lãnh đạo cũng như là các khuyến khích tài chính và phi tài chính.

(ii) Đổi mới sáng tạo phải đi cùng với việc nắm bắt được nhu cầu của khách hàng và xu hướng phát triển của thị trường. Do đó, các doanh nghiệp cần chú trọng hơn vào công tác nghiên cứu thị trường để phát triển và đa dạng hóa sản phẩm theo mong muốn của khách hàng. Hoạt động marketing mà đặc biệt là các dịch vụ trước và sau bán hàng cũng phải được doanh nghiệp không ngừng đổi mới theo các yêu cầu ngày càng tăng của khách hàng. Một hướng đi mới và rất hiệu quả mà các doanh nghiệp có thể sử dụng là tăng cường các hoạt động truyền thông, quảng cáo qua internet, đặc biệt là sử dụng các mạng xã hội. Đây là cách làm không chỉ tốn ít chi phí, mà còn giúp cho doanh nghiệp có thể tiếp cận với một lượng lớn khách hàng và thu được những nhận xét, đánh giá về sản phẩm và dịch vụ một cách nhanh chóng, chính xác.

(iii) Doanh nghiệp cũng cần xây dựng cho mình mối quan hệ liên kết chặt chẽ với các viện nghiên cứu, các trường đại học. Việc này sẽ giúp doanh nghiệp nhanh chóng có được nguồn nhân lực chất lượng cao thông qua sự phối hợp nghiên cứu với các đối tác cũng như kịp thời cập nhật các kiến thức, thông tin công nghệ mới.

(iv) Nghiên cứu và phát triển không nhất thiết phải xuất phát từ nội bộ công ty, việc này có thể thực hiện bằng việc thuê khoán ngoài, hay hợp tác với các đối tác khác. Đây là một xu hướng mới hiện nay và đã được Tập đoàn P&G áp dụng thành công. Quan trọng hơn cả là ý thức và nguồn ngân sách dành cho đầu tư phát triển, cải tiến sản phẩm. Việc nghiên cứu và phát triển từ thuê ngoài hay xuất phát từ nội bộ công ty có thể tùy thuộc vào tình hình tài chính và mục đích của từng công ty. Tuy nhiên, trong mỗi công ty vẫn cần có bộ phận R&D then chốt, sau đó có thể kết hợp với các ý tưởng từ bên ngoài. Chương trình Kết nối và Phát triển của P&G đã mở rộng các chương trình kết nối với các phòng thí nghiệm của chính phủ,

các trường đại học, các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các tập đoàn và các công ty đầu tư mạo hiểm và họ đã rất thành công.

(v) Đầu tư R&D nên có chiến lược với sản phẩm mũi nhọn. Đó là một bí quyết thành công của Samsung. Bộ phận R&D đã tập trung vào phát triển dòng sản phẩm tivi với những đột phá về công nghệ mà các đối thủ cạnh tranh không thể nào vượt qua được và tivi đã trở thành sản phẩm thương hiệu của Samsung, tạo ra sự khác biệt và thành công của Samsung trong hơn một thập kỷ qua. Tivi Samsung đang được nhìn nhận như là một thương hiệu tivi của sự đổi mới và có chất lượng cao nhờ vào đội ngũ R&D đầy nhiệt huyết và sáng tạo. Tương tự như vậy, Posco cũng phát triển các công nghệ vào lĩnh vực then chốt là ngành thép. Bằng các khả năng công nghệ xuất sắc, POSCO đã nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành thép Hàn Quốc dựa vào các công nghệ tiên tiến được tích lũy qua hoạt động xây dựng các công trình bằng thép tích hợp Pohang và Gwangyang, và quy trình FINEX, một công nghệ sản xuất sắt mang tính cách tân, và công ty đã đạt được các kết quả khác biệt trên toàn thế giới.

(vi) Hoạt động đổi mới sáng tạo phải diễn ra liên tục, lan tỏa trong tất cả các bộ phận của doanh nghiệp và bắt nguồn từ những hoạt động đơn giản nhất. Ngay cả khi công ty đang hoạt động tốt thì vẫn luôn đổi mới bằng cách làm cho chu trình ngắn hơn, phát triển các ý tưởng thương mại mới hoặc thực hiện những mô hình kinh doanh mới. Ban lãnh đạo cũng như toàn thể nhân viên phải liên tục học hỏi những phương pháp mới để làm tăng doanh thu và lợi nhuận. Trong đó, các nhà lãnh đạo là nhân tố chính truyền lửa cho các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp như trong trường hợp của P&G. Chính các nhà lãnh đạo là người khởi xướng hoạt động đổi mới sáng tạo, và chỉ đạo các hoạt động này là một hoạt động không thể thiếu trong hoạt động thường ngày của P&G. Đối với Posco, đổi mới công nghệ chính là trung tâm của công ty và được thấm nhuần trong văn hóa doanh nghiệp. Ngay ở giai đoạn đầu, công ty đã chủ động sáng tạo để giảm phụ thuộc vào công nghệ nước ngoài và đi lên bằng nội lực để tăng sức cạnh tranh. Nền văn hóa sáng tạo đã được định hình từ khi thành lập và thấm nhuần trong công ty, từ quản lý đến nhân viên của Posco ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Ngọc Minh (2014), Đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp, *Tạp chí Khoa học Công nghệ Việt Nam*, số 4, 12-15.
2. Huston, L., & Sakkab, N. (2006). Connect and develop. *Harvard business review*, 84(3), 58-66.
3. Brown, Bruce, and Scott D. Anthony. "How P&G tripled its innovation success rate." *Harvard business review* 89.6 (2011): 64-72.
4. Christensen, C. M., Raynor, M. E., Dyer, J., & Gregersen, H. (2011). Disruptive Innovation: The Christensen Collection (The Innovator's Dilemma, The Innovator's Solution, The Innovator's DNA, and Harvard Business Review article "How Will You Measure Your Life?")(4 Items). *Harvard Business Press*.
5. Mortara, L., Napp, J. J., Slacik, I., & Minshall, T. (2009). *How to implement open innovation: Lessons from studying large multinational companies*. University of Cambridge Institute for Manufacturing.

Ngày nhận bài: 22/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 23/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/1/2023

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS ĐỖ ANH ĐỨC¹

2. ThS. LÊ THÙY DƯƠNG¹

3. ThS. VŨ XUÂN TÌNH¹

¹Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

**PROMOTING INNOVATION AT ENTERPRISES IN HANOI:
LESSONS LEARNED FROM FOREIGN ENTERPRISES**

● Assoc.Prof. Ph.D **DO ANH DUC¹**

● Master. **LE THUY DUONG¹**

● Master. **VU XUAN TINH¹**

¹National Economic University

ABSTRACT:

This paper explores experiences of foreign enterprises in promoting innovation in order to find feasible solutions for enterprises in Hanoi and state management agencies to promote innovation in the coming time. The paper provides successful lessons about promoting innovation of international enterprises. This paper is expected to promote technology and innovation to become a driving force of growth. It will improve Hanoi's productivity and socio-economic development.

Keywords: enterprises, innovation, Hanoi.

NÂNG CAO NĂNG LỰC TỰ CHỦ CỦA NGƯỜI HỌC VÀ ỨNG DỤNG TRONG GIẢNG DẠY TIẾNG ANH CHO SINH VIÊN CHẤT LƯỢNG CAO NĂM THỨ NHẤT TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

● NGUYỄN THỊ THU TRANG - LÊ ANH THƠ - CHU THỊ KIM NGÂN

TÓM TẮT:

Tự chủ trong học tập là một trong những kỹ năng cần thiết khi học ở bậc đại học, tự học giúp sinh viên nắm bắt kiến thức tốt hơn, từ đó giúp cho việc học trở nên hiệu quả hơn, đặc biệt là trong đào tạo theo hình thức tín chỉ. Bài viết sẽ trình bày: 1) Khái niệm năng lực tự chủ; 2) Khảo sát về nhận thức, thái độ và các hình thức tự chủ trong học tập của sinh viên; 3) Xác định các yếu tố tác động đến tính tự chủ của người học; 4) Đề xuất cách thức giúp người học nâng cao năng lực tự chủ qua các hoạt động giảng dạy; 5) Ứng dụng lý thuyết của tự chủ trong học tập vào thực tiễn giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên chất lượng cao năm thứ nhất tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

Từ khóa: năng lực tự chủ, giảng dạy tiếng Anh, phát triển năng lực tự chủ.

1. Đặt vấn đề

Năng lực tự chủ hay học tập tự chủ (autonomous learning) đã được các nhà nghiên cứu đề cập tới trong những năm gần đây. Một trong những người đầu tiên chính thức đưa ra khái niệm học tập tự chủ là Henri Holec. Năm 1981, trong cuốn “Autonomy and foreign language learning” (Oxford: Pergamon Press, 1981), Holec định nghĩa năng lực tự chủ của người học là “khả năng có trách nhiệm với việc học của bản thân”. Holec cũng giải thích có trách nhiệm với việc học “là khả năng tự xác định mục tiêu, nội dung, tiến độ học tập, lựa chọn phương pháp, kiểm soát điều chỉnh quá trình học tập và đánh giá kết quả học tập của bản thân. Cùng quan điểm chú trọng đến yếu tố năng lực của Holec là Huttunen (1986), theo

Huttunen tính tự chủ của người học là khả năng có trách nhiệm với việc học của bản thân.

Quan điểm của Legutke và Thomas (1991) mang tính cụ thể hơn khi cho thấy tính tự chủ của người học là năng lực có trách nhiệm với những quyết định của bản thân về những vấn đề liên quan đến việc học cùng những hành động thực hiện. Theo Esch (1996), “Sự tự chủ của người học không phải là tự học mà không có sự hướng dẫn; tính tự chủ của người học không phải do người dạy bắt ép mà có được; tính tự chủ của người học không phải là một đặc tính ổn định có được một cách dễ dàng”. Điều đó có nghĩa người học phải có trách nhiệm trong việc lập kế hoạch và tổ chức việc học của họ, đánh giá kết quả học tập của họ và thậm chí đề xuất điểm số đạt được cho các

nhiệm vụ thực hiện. Đối với giáo viên giảng dạy, họ cần đóng vai trò của nhà cung cấp thông tin, nhân viên tư vấn, người đánh giá, quản trị viên và người tổ chức.

Nhóm tác giả ủng hộ quan điểm của Esch, vì khái niệm học tập tự chủ của phạm vi nghiên cứu này là chỉ việc học một cách chính quy theo chương trình đào tạo của trường hiện nay, hoạt động học diễn ra trong lớp hoặc ngoài lớp học có hoặc không có sự hướng dẫn của giảng viên chứ không phải hoàn toàn thoát ly với việc dạy học trên lớp. Theo đó, tính tự chủ của người học được thể hiện bằng những hành vi cụ thể như đặt ra mục tiêu, xác định nội dung, chọn lựa nguồn học liệu, tìm hiểu và vận dụng phương pháp học, theo dõi, đánh giá và điều chỉnh quá trình học của bản thân.

2. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

2.1. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Mục đích và phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu tiến hành khảo sát nhằm thu thập số liệu để hiểu rõ tính tự chủ của sinh viên Trường Đại học Kinh tế quốc dân. Trọng tâm của nghiên cứu là những biểu hiện về nhận thức và cách thức tiến hành các hoạt động tự chủ của sinh viên, nhìn nhận những mặt tích cực, phát hiện ra những vấn đề còn tồn tại, từ đó đề xuất phương pháp giảng dạy nhằm nâng cao năng lực tự chủ trong học tập.

2.2.2. Đối tượng tham gia điều tra

Có 75 sinh viên chất lượng cao năm thứ nhất được lựa chọn ngẫu nhiên và các sinh viên này hiện đang học học phần II tiếng Anh tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

2.2.3. Phương pháp thu thập dữ liệu

Để thu thập dữ liệu, nhóm tác giả sử dụng bảng khảo sát kết hợp với phỏng vấn trực tiếp. Bảng khảo sát bao gồm 3 nội dung chính: (1) Nhận thức về vai trò của tính tự chủ trong học tập; (2) Biểu hiện của năng lực tự chủ; (3) Các hoạt động tự học.

2.2. Phân tích kết quả điều tra

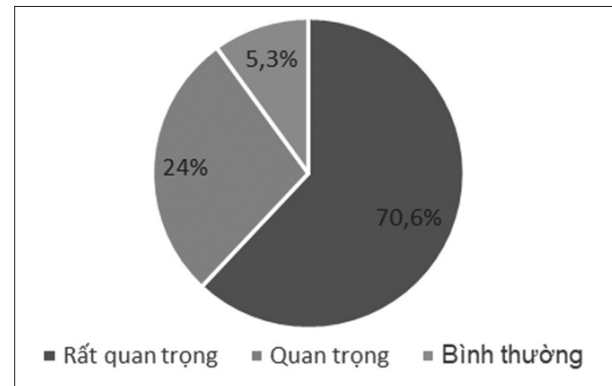
2.2.1. Kết quả điều tra

a) Về nhận thức

Theo số liệu thống kê điều tra cho thấy, 75 sinh viên tham gia khảo sát có nhận thức tốt về tầm quan trọng của tính tự chủ trong học tập ở bậc đại học. Tính theo thang điểm 5 (1: rất không quan trọng, 2: không quan trọng; 3: bình thường, 4: quan trọng; 5: rất quan trọng), thì kết quả khảo sát thu được như sau: có 53 (70,6%) sinh viên thấy tính tự chủ trong học tập là rất quan trọng, 18 (24%) sinh

viên thấy quan trọng và 4 (5,3%) sinh viên thấy bình thường. (Biểu đồ 1)

Biểu đồ 1: Kết quả nhận thức của sinh viên



Mặc dù đây mới chỉ là những con số về mặt nhận thức nhưng là một tín hiệu đáng mừng, đặc biệt với hoạt động tự chủ học tập, bởi theo lý thuyết, nhận thức đúng sẽ dẫn tới những hành vi tích cực.

b) Về biểu hiện

Dựa vào nội dung đã trình bày ở trên, chúng tôi tiến hành điều tra 5 biểu hiện cụ thể của sinh viên thể hiện tính tự chủ trong học tập như sau:

Biểu hiện 1: Đặt mục tiêu học tập.

Biểu hiện 2: Biết nội dung, đề cương môn học.

Biểu hiện 3: Tự học.

Biểu hiện 4: Lập kế hoạch học tập.

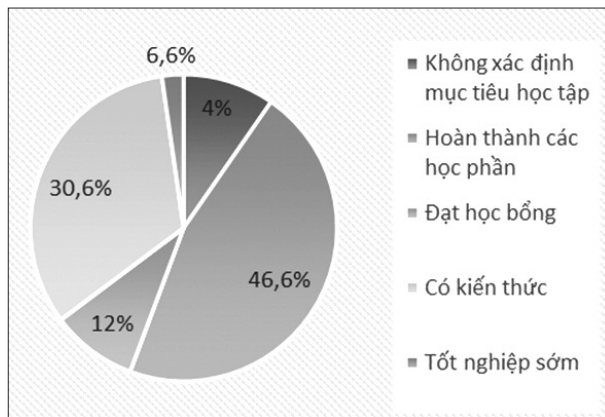
Biểu hiện 5: Tìm hiểu và vận dụng các phương pháp trong quá trình học.

Số liệu thống kê liên quan đến biểu hiện 1 cho thấy, có 3 sinh viên không xác định mục tiêu học tập rõ ràng, số còn lại 72 sinh viên đều đặt ra ít nhất 1 mục tiêu cho việc học của bản thân. (Bảng 1)

Bảng 1. Mục tiêu học tập của sinh viên

Mục tiêu	Câu trả lời	Tỷ lệ %
1. Không xác định mục tiêu học tập cụ thể	3	4%
2. Hoàn thành các học phần	35	46,6%
3. Đạt học bổng	9	12%
4. Có kiến thức	23	30,6%
5. Tốt nghiệp sớm	5	6,6%

Biểu đồ 2: Kết quả mục tiêu tự chủ trong học tập của sinh viên



Về biểu hiện 2 (biết nội dung đề cương môn học), có 60 sinh viên (79%) cho rằng mình biết nội dung đề cương môn học. Đây là một thuận lợi cho việc phát huy tính tự chủ học tập của sinh viên. Bởi lẽ nếu sinh viên biết nội dung đề cương môn học sẽ chủ động lên kế hoạch học tập cho bản thân.

Về biểu hiện 4 (lập kế hoạch học tập), có 48 sinh viên (64%) cho biết có lập kế hoạch học tập. Vì đây là câu hỏi mở nên kết quả thu được vừa là kế hoạch học tập trong ngắn hạn (giữa học kỳ, cuối học kỳ, cả năm) vừa là kế hoạch học tập dài hạn (cả khóa học). Mặc dù có đưa ra kế hoạch nhưng sinh viên thực hiện không nghiêm túc, do bị chi phối nhiều từ các hoạt động cá nhân khác.

Về biểu hiện 3 (hoạt động tự học của sinh viên) là biểu hiện trọng tâm của tính tự chủ học tập của sinh viên. Kết quả cho thấy, sinh viên chỉ có trách nhiệm cao với việc học trước khi thi, bởi có tới 33,33% sinh viên chủ động ôn tập trước khi

kiểm tra và thi hết học phần, còn sau mỗi buổi học chỉ là 5,33. Các hoạt động tự học được thống kê tại Bảng 2.

Về biểu hiện 5 (Tìm hiểu và vận dụng các phương pháp trong quá trình học), kết quả thu được thể hiện tại Bảng 3.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, sinh viên chưa có phương pháp học tập tích cực mà phần lớn làm theo yêu cầu của người dạy. Điều này có nhiều nguyên nhân nhưng trong số đó phải kể đến là việc người dạy chưa đưa ra được phương pháp để phát huy tính tự chủ trong học tập của sinh viên. Dạy theo hướng tự chủ là người học sẽ được người dạy định hướng và có các cách kiểm tra, đánh giá tính tự chủ trong học tập.

2.2.2. Các yếu tố sau ảnh hưởng đến quá trình tự chủ học tập của sinh viên

a) Động cơ tự học

Động cơ tự học ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của quá trình tự học, được hình thành trước tiên, xuất phát từ việc người học thỏa mãn nhu cầu trong học tập là hoàn thành các nhiệm vụ học tập, bắt buộc người học phải thực hiện trong một thời hạn nhất định. Động cơ tự học lúc này sẽ làm thỏa mãn nhu cầu của người học là tạo được niềm tin ở người dạy, bạn bè, gia đình bằng việc hoàn thành nghĩa vụ học tập của mình.

b) Kỹ năng tự học

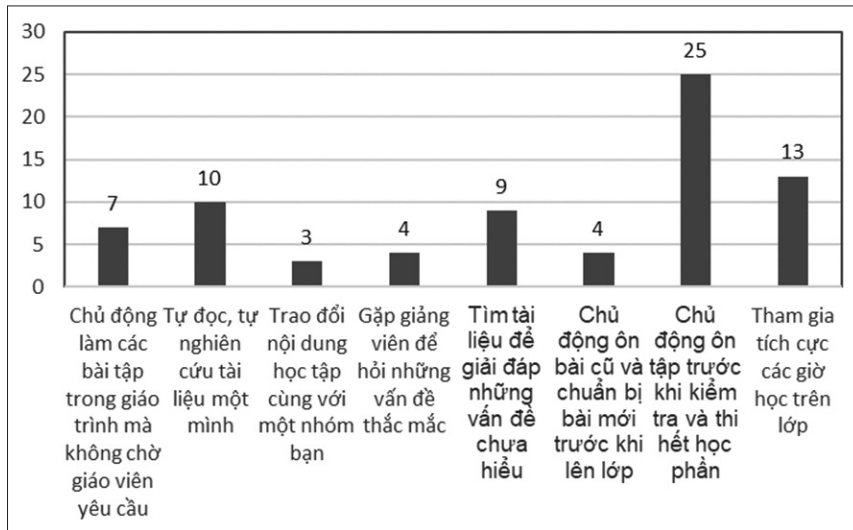
Mỗi người có một phương pháp làm việc riêng, thói quen hoạt động trí óc riêng không ai giống ai. Trong quá trình dạy học, giáo viên cần chú ý bồi dưỡng phát triển các thói quen chưa có cũng như còn yếu của sinh viên, từ đó cũng góp phần hình thành kỹ năng tự học cho họ.

Các kỹ năng tự học có mối quan hệ hữu cơ, bổ

Bảng 2. Hoạt động tự học của sinh viên

Hoạt động tự học	Câu trả lời
1. Chủ động làm các bài tập trong giáo trình mà không chờ giáo viên yêu cầu	7
2. Tự đọc, tự nghiên cứu tài liệu một mình	10
3. Trao đổi nội dung học tập cùng với một nhóm bạn	3
4. Gặp giảng viên để hỏi những vấn đề thắc mắc	4
5. Tìm tài liệu để giải đáp những vấn đề chưa hiểu	9
6. Chủ động ôn bài cũ và chuẩn bị bài mới trước khi lên lớp	4
7. Chủ động ôn tập trước khi kiểm tra và thi hết học phần	25
8. Tham gia tích cực các giờ học trên lớp	13

Biểu đồ 3: Kết quả hoạt động tự học của sinh viên



Bảng 3. Phương pháp học tự chủ của sinh viên

Phương pháp tự chủ trong học tập	Câu trả lời	Tỷ lệ %
1. Tự nghiên cứu tài liệu	6	8%
2. Giảng viên giao việc, sinh viên nghiên cứu	18	24%
3. Nghe giảng và ghi chép	34	45,33%
4. Tìm kiếm cơ hội trình bày vấn đề	3	4%
5. Làm bài tập, đi thư viện tìm tư liệu	14	18,66%

sung cho nhau, có ý nghĩa quyết định đến kết quả tự học. Từ đặc điểm của hoạt động tự học, sinh viên cần xác định các kỹ năng tự học, như:

- Kỹ năng lập kế hoạch tự học.
- Kỹ năng tổ chức thực hiện kế hoạch.
- Kỹ năng tự kiểm tra, đánh giá.

c) Phương pháp giảng dạy của giảng viên

Phương pháp dạy học của giáo viên có ảnh hưởng quan trọng đến sự hình thành và phát triển năng lực tự học của sinh viên. Cụ thể:

Trong dạy học, giáo viên không chỉ là người nêu rõ mục đích mà quan trọng hơn là gợi động cơ học tập cho sinh viên. Điều này làm cho sinh viên ý thức được những mục đích đặt ra và tạo được động lực bên trong giúp sinh viên học tập tự giác, tích cực chủ động sáng tạo.

Hoạt động kiểm tra đánh giá của thầy ảnh hưởng đến hoạt động tự kiểm tra đánh giá của trò. Nếu hoạt động này diễn ra thường xuyên sẽ hình thành năng lực tự kiểm tra đánh giá của sinh viên, làm cho năng lực tự học ngày càng phát triển.

Qua hoạt động dạy học, giảng viên còn hướng dẫn sinh viên đọc giáo trình và các tài liệu tham khảo làm cho năng lực tự đọc, tự nghiên cứu của sinh viên ngày càng được hình thành và phát triển. Đây cũng là con đường quan trọng để người học tiếp thu tri thức, để người học có thể tự học suốt đời.

2.2.3. Đề xuất hoạt động giảng dạy theo phương pháp học nhóm cố định

Ý tưởng về phương pháp này do giáo sư Larry Michaelsen khởi xướng với nội dung là chiến lược hướng dẫn đặc biệt, được thiết kế nhằm hỗ trợ sự phát triển của nhóm học để đạt đến trình độ cao; Cung cấp nhiều cơ hội cho nhóm này tham gia vào các hoạt động học tập. Đây không chỉ đơn thuần là tập hợp của các hoạt động nhóm nhỏ mà là sự kết hợp và xâu chuỗi các hoạt

động học tập theo tiến trình.

Các đặc trưng của phương pháp này được hình thành từ 4 yếu tố: 1) thành lập nhóm cố định; 2) tính tự chủ học tập (sinh viên tự chịu trách nhiệm về bài tập cá nhân và bài tập của cả nhóm); 3) bài tập nhóm (được hình thành để đẩy nhanh quá trình học tập của nhóm); 4) phản hồi kịp thời (sinh viên phải được nhận phản hồi ngay lập tức từ các giáo viên trong các buổi học).

4 yếu tố cơ bản được thể hiện trong 3 giai đoạn: Giai đoạn 1 - Chuẩn bị (sinh viên được chia nhóm, đọc tài liệu trước khi đến lớp); Giai đoạn 2 - Thực hiện (sinh viên làm bài kiểm tra cá nhân, nhóm); Giai đoạn 3: Kiểm tra - Đánh giá (làm bài thi cá nhân/ nhóm nộp dự án để kết thúc môn học, đánh giá chéo thành viên trong nhóm).

Ưu thế của phương pháp này là vừa áp dụng được ở các lớp có số lượng sinh viên lớn vừa phù hợp với lớp học có quy mô nhỏ như các lớp ngoại ngữ. Ngoài ra, nó còn mang lại chuyển biến tích cực cả từ phía giảng viên và sinh viên.

2.2.4. *Ứng dụng lý thuyết tự chủ trong học tập vào thực tiễn giảng dạy tiếng Anh cho sinh viên chất lượng cao năm thứ nhất tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân*

Nghiên cứu đề xuất mô hình kỹ năng đọc hiểu cho học phần II Tiếng Anh và yêu cầu theo từng giai đoạn trong 13 tuần học (45 tiết). Học phần này gồm 10 bài đọc bắt buộc theo giáo trình, 2 bài kiểm tra giữa kỳ, 1 dự án đọc (chuẩn bị tài liệu, ghi chú tóm tắt, thảo luận 3 chủ đề và một bài thuyết trình nhóm) đều được thiết kế theo các giai đoạn của phương pháp hoạt động nhóm cố định. Dưới đây là mô hình đề xuất dạy đọc theo phương pháp hoạt động nhóm cố định dựa theo mô hình của Michaelsen.

a) *Giai đoạn 1: 3 tuần học đầu*

Giảng viên chia mỗi nhóm 4 - 5 sinh viên và đảm bảo sự đa dạng của các thành phần của nhóm và làm việc đến cuối học kỳ. Sinh viên phải làm các bài đọc bắt buộc trên lớp theo sự hướng dẫn của giảng viên. Sinh viên được yêu cầu tìm hiểu các thông tin phù hợp liên quan đến bài đọc trên lớp và sau buổi học được giao bài tập về nhà.

Để chuẩn bị dự án đọc, giảng viên hướng dẫn sinh viên chuẩn bị chủ đề, tìm kiếm, ghi chép thông tin, kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình. Trong giai đoạn 2 và 3 sinh viên được yêu cầu thực hiện dự án đọc. Mỗi nhóm tự chọn 2 chủ đề và mỗi sinh viên được yêu cầu đọc một văn bản (800 đến 1000 từ) thuộc một chủ đề, ghi chép thông tin, và viết tóm tắt cho mỗi bài (100 từ), sau đó nộp cho giảng viên. Vào cuối kỳ, mỗi nhóm sẽ thuyết trình trong khoảng thời gian từ 15 đến 20 phút về 1 trong 2 chủ đề đã chọn.

b) *Giai đoạn 2: 7 tuần*

Sinh viên chuẩn bị các bài đọc bắt buộc trước khi đến lớp, sau đó giảng viên chữa bài. Giảng viên có thể giải thích những vấn đề sinh viên thắc mắc. Thời gian còn lại các nhóm thảo luận về 1 trong 2

chủ đề và báo cáo thông tin tìm được trong nhóm. Sau khi thảo luận, mỗi nhóm sẽ cử đại diện trình bày thông tin đã tìm được trước các nhóm khác hoặc trước lớp. Mỗi chủ đề sẽ được thảo luận trong 1 tuần trước khi chuyển sang chủ đề tiếp theo sinh viên sẽ làm bài kiểm tra giữa kỳ.

c) *Giai đoạn 3: 3 tuần cuối*

Mỗi nhóm lựa chọn 1 trong số 2 chủ đề để thuyết trình trước lớp. Sinh viên nộp bản ghi chép và tóm tắt về 2 chủ đề cho giảng viên. Sinh viên được đánh giá chéo thành viên trong nhóm và đóng góp của cá nhân cho nhóm. Thành phần điểm này được tính vào điểm cuối cùng hoặc giảng viên dựa vào điểm đánh giá chéo để cho điểm cuối cùng.

Như vậy, đặc trưng của phương pháp này là chuyển đổi cấu trúc mục tiêu của khóa học từ biết sang ứng dụng; vai trò của giảng viên từ đứng trên bục giảng sang hỗ trợ người học; người học từ vị trí bị động sang vị trí chủ động, tính chịu trách nhiệm của quá trình học chuyển từ giảng viên sang người học.

3. KẾT LUẬN

Việc nâng cao năng lực tự chủ của người học đòi hỏi một quá trình lâu dài. Quá trình này trải qua nhiều giai đoạn và diễn ra ở mọi lúc, mọi nơi chứ không phải là một hoạt động học tập ngắn hạn. Việc trở nên tự chủ hơn trong học tập cũng là một mục tiêu mà người học đang hướng tới. Để phát huy năng lực tự chủ của mình, người học cần nhận thức rõ được ưu điểm, nhược điểm của bản thân, cũng như sở hữu một nguồn tài nguyên học tập đa dạng phong phú để phát triển tối đa khả năng ngôn ngữ cụ thể bao gồm các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết. Còn người dạy có trách nhiệm giúp đỡ, hướng dẫn người học và trao cho họ một số quyền quyết định trong quá trình học, đặc biệt đưa ra được những phương pháp giảng dạy phù hợp để phát huy tốt nhất tính tự chủ của người học đáp ứng đúng tinh thần của hình thức đào tạo theo tín chỉ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Hiến Lê (2007), *Tự học - một nhu cầu của thời đại*, NXB Văn hóa Thông tin.
2. Nguyễn Văn Lợi (2014), *Nâng cao khả năng tự chủ trong học tập cho sinh viên tiếng Anh - nhận thức của giảng viên tiếng Anh tại một số trường đại học*, *Tạp chí Khoa học Cần Thơ*, số 33.
3. Đinh Thị Hồng Thu (2017), *Tổng quan nghiên cứu tính tự chủ trong học ngoại ngữ ở Việt Nam*, *Tạp chí Nghiên cứu nước ngoài*, số 5 (2017).
4. Hoàng Văn Vân (2010), *Dạy tiếng Anh không chuyên ở các trường đại học Việt Nam: Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.

5. Nguyễn Quang Vinh (2014), Nâng cao tính tự chủ của người học ngoại ngữ ở Việt Nam, *Tạp chí Khoa học Ngoại ngữ, Trường Đại học Hà Nội*, số 38.
6. Aoki, N., & Smith, R. C. (1999). Learner autonomy in cultural context: the case of Japan. In S. Cotterall & D. Crabbe (Eds.), *Learner autonomy in language learning: Defining the field and effecting change* (Vol. 8, pp. 19-28). Frankfurt: Peter Lang.
7. Benson, P. & Voller, P. (1997). *Autonomy and Independence in Language Learning*. London: Longman.
8. Dam, L. (1995). *Learner Autonomy 3: From Theory to Classroom Practice*. Dublin: Authentik.
9. Sweet, M., & Michaelsen, L. K. (Eds.) (2012). *Teambased Learning in the social sciences and humanities: Group work that works to generate critical thinking and engagement*. Virginia: Stylus Publishing, LLC.

Ngày nhận bài: 2/12/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/1/2023

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN THỊ THU TRANG

2. ThS. LÊ ANH THƠ

3. ThS. CHU THỊ KIM NGÂN

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

**WAYS TO IMPROVE THE LEARNERS' AUTONOMY
AND THEIR IMPLEMENTATION IN ENGLISH LANGUAGE
TEACHING FOR FIRST-YEAR HIGH-QUALITY STUDENTS
AT THE NATIONAL ECONOMICS UNIVERSITY**

● Master. **NGUYEN THI THU TRANG**¹

● Master. **LE ANH THO**¹

● Master. **CHU THI KIM NGAN**¹

¹National Economics University

ABSTRACT:

Autonomy which is an essential skill during learning process helps students acquire the knowledge more easily, which in turn triggers the learning effectiveness. Autonomy in English learning plays a much more crucial role, especially in tertiary credit-based education. This is a new way of teaching and learning, advocating for the initiative and independence of learners. In this process, besides being aware of the motivation for autonomy, the teaching method of lecturers is very important. Therefore, this paper presents: 1) The concept of autonomy; 2) A survey on students' attitudes of autonomy in learning; 3) Factors that affect the learner's autonomy; 4) Ways to help learners improve their autonomy through teaching activities; and 5) The implementation of autonomy to teach English for students.

Keywords: autonomy, teaching English, autonomy improvement.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI VIỆC GIẢNG DẠY MÔN NGỮ ÂM CHO SINH VIÊN HỆ CHẤT LƯỢNG CAO NĂM THỨ NHẤT TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

● CHU THỊ KIM NGÂN - NGUYỄN THỊ THU TRANG - LÊ ANH THỜ

TÓM TẮT:

Việc tiếp nhận ngoại ngữ nói chung và tiếng Anh nói riêng tại Việt Nam từ trước tới nay thường tập trung vào 4 kỹ năng: nghe, nói, đọc, viết, mà chưa chú trọng tới kỹ năng phát âm. Bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả giảng dạy và học tập môn ngữ âm, hay còn gọi là kỹ năng phát âm đối với giáo viên, cũng như cung cấp các tham khảo cần thiết tới việc cải tiến nội dung bài học, nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người học và bắt kịp xu thế chung của toàn xã hội.

Từ khóa: môn ngữ âm tiếng Anh, kỹ năng phát âm, giảng dạy môn ngữ âm thực hành.

1. Đặt vấn đề

Theo Dalton & Seidlhofer (1994: 1), phát âm đề cập đến "việc tạo ra âm thanh mà chúng ta sử dụng để tạo ra ý nghĩa. Nó bao gồm các âm thanh cụ thể của một ngôn ngữ (các phân đoạn), các khía cạnh của lời nói vượt ra ngoài cấp độ của âm thanh riêng lẻ như ngữ điệu (intonation), cách phát âm (pronunciation), trọng âm (stress), thời gian (timing), nhịp điệu (rhythm) (các khía cạnh siêu phân đoạn), cách giọng nói được thể hiện (chất lượng giọng nói) và theo định nghĩa rộng nhất còn bao gồm các cử chỉ và biểu cảm có liên quan chặt chẽ đến cách chúng ta nói một ngôn ngữ".

Cách phát âm (pronunciation) của một ngôn ngữ nói chung và tiếng Anh nói riêng thường được nghiên cứu dưới 2 bình diện ngữ âm học và âm vị học.

Phát âm có vai trò đặc biệt quan trọng trong giao tiếp nói chung và học ngoại ngữ nói riêng. Tầm quan trọng của môn ngữ âm theo quan điểm của Dalton & Seidlhofer (1994) được đề cập đến như sau: Thứ nhất, ngữ âm quan trọng vì thể hiện được

đặc thù của một ngôn ngữ cụ thể. Vì vậy, chúng ta mới có được âm thanh đặc trưng của tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Thái và các ngôn ngữ khác. Do đó, ngữ âm là sự sản sinh và tiếp nhận âm thanh của lời nói. Thứ hai, âm thanh có ý nghĩa bởi được sử dụng để diễn đạt ý nghĩa lời nói trong các ngữ cảnh đặc thù.

Fraser (2000) cho biết, kỹ năng phát âm là kỹ năng quan trọng nhất so với các kỹ năng khác như ngữ pháp, từ vựng và ngữ dụng. Mặt khác, Fraser (2000) cũng cho thấy phát âm là kỹ năng giao tiếp bằng lời quan trọng nhất của tiếng Anh nói riêng và các ngôn ngữ khác nói chung. Ngoài ra, phát âm có thể được coi là kỹ năng khó học nhất. Miller (2004) đề cập đến tầm quan trọng của việc dạy phát âm và môn ngữ âm trong giảng dạy tiếng Anh cần được cân bằng với việc giảng dạy các kỹ năng ngôn ngữ khác như nghe, nói, đọc, viết.

2. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

2.1. Phương pháp nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là thực trạng

giảng dạy môn ngữ âm tại các lớp chất lượng cao năm thứ nhất, các yếu tố và mức độ ảnh hưởng đến hiệu quả việc giảng dạy của giáo viên.

- Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi nghiên cứu được giới hạn ở 4 lớp tiếng Anh môn ngữ âm hệ chất lượng cao năm thứ nhất, bao gồm khoảng 100 sinh viên với học phần ngữ âm thực hành được xây dựng và đảm nhận bởi bộ môn Ngoại ngữ không chuyên - Khoa Ngoại ngữ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

- Phương pháp thu thập dữ liệu

Đề tài sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua bảng hỏi, phương pháp nghiên cứu định tính thông qua phương pháp phỏng vấn sâu. Ngoài ra, đề tài áp dụng các thủ pháp xử lý số liệu bao gồm thủ pháp thống kê toán học với công cụ bảng tính Excel, kỹ thuật ghi âm, thủ thuật ghi chép, tổng hợp phân tích dữ liệu văn bản.

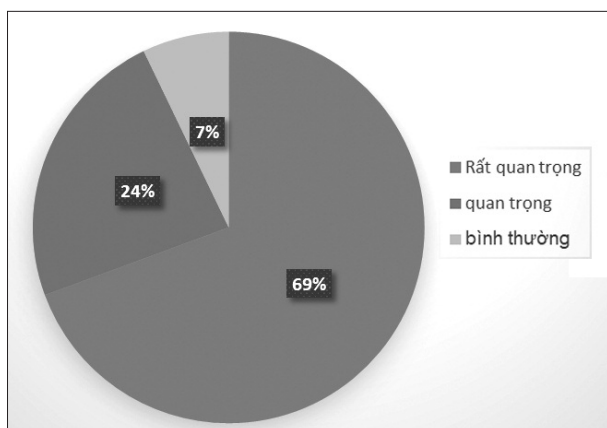
2.2. Phân tích kết quả nghiên cứu

2.2.1 Thực trạng khả năng phát âm tiếng Anh của sinh viên chất lượng cao năm thứ nhất tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân

a. Thực trạng nhận thức của sinh viên chất lượng cao năm thứ nhất về tầm quan trọng của môn ngữ âm đối với việc học tiếng Anh

Nhìn chung, các sinh viên trong khảo sát phần lớn cho rằng môn ngữ âm có vai trò rất quan trọng trong việc học tiếng Anh (khoảng 68%), số còn lại cho rằng môn ngữ âm có vai trò quan trọng (khoảng 23%) và một phần nhỏ sinh viên trong khảo sát đưa ra ý kiến môn ngữ âm có vai trò bình thường (7%) trong tiếng Anh. (Biểu đồ 1)

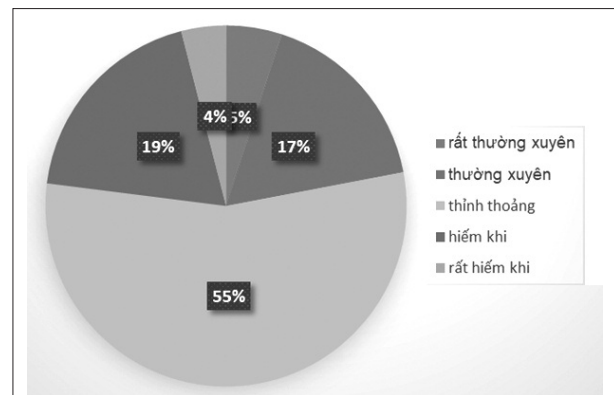
Biểu đồ 1: Nhận thức của sinh viên về tầm quan trọng của môn ngữ âm



b. Thực trạng rèn luyện môn phát âm tiếng Anh của sinh viên năm thứ nhất - hệ chất lượng cao

Nhóm nghiên cứu đã đưa vào câu hỏi khảo sát nhằm nghiên cứu thực trạng rèn luyện và học tập môn ngữ âm tiếng Anh của sinh viên năm thứ nhất, hệ chất lượng cao (Khóa 63). Kết quả cho thấy, chỉ khoảng 5% số sinh viên được hỏi có rèn luyện ngữ âm ở mức độ rất thường xuyên, 17% trong số đó thường xuyên luyện tập môn ngữ âm, 55% số sinh viên chỉ thỉnh thoảng rèn luyện phát âm, 19% số sinh viên trong khảo sát hiếm khi rèn luyện ngữ âm và 4% trong số họ không bao giờ luyện tập phát âm. (Biểu đồ 2)

Biểu đồ 2: Mức độ thường xuyên của việc rèn luyện phát âm tiếng Anh



c. Thực trạng lý do và mục đích học tập, rèn luyện môn ngữ âm của sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao

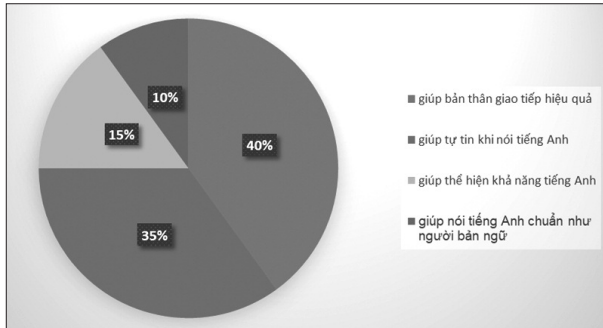
Khi được khảo sát về mục đích luyện phát âm tiếng Anh của nhóm đối tượng nghiên cứu, kết quả thu lại như sau: 40% số sinh viên trong khảo sát lựa chọn phương án “giúp bản thân giao tiếp tiếng Anh hiệu quả hơn”, 35% trong số đó lựa chọn “giúp bản thân cảm thấy tự tin hơn khi nói tiếng Anh”, 15% sinh viên trong khảo sát lựa chọn mục đích “giúp thể hiện được trình độ tiếng Anh của bản thân”, còn lại 10% trong số các sinh viên tham gia khảo sát chọn phương án “để nói tiếng Anh chuẩn như người bản ngữ”. (Biểu đồ 3)

2.2.2. Phản hồi của giáo viên và sinh viên về khả năng phát âm của sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao

a. Phản hồi từ phía giáo viên

Nhóm nghiên cứu đưa vào bảng hỏi phần đánh giá chủ quan từ nhóm giáo viên trong khảo sát về tỷ

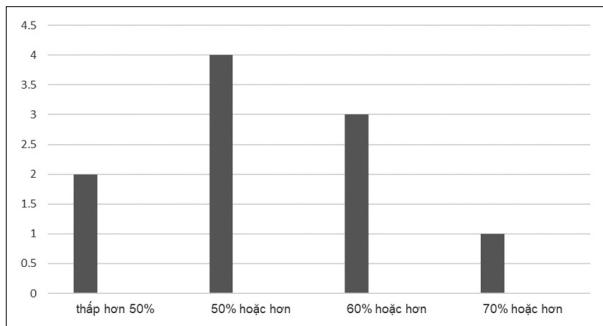
Biểu đồ 3: Mục đích rèn luyện phát âm tiếng Anh của sinh viên



lệ sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao có trình độ phát âm kém tại các lớp họ đã và đang giảng dạy và thu được kết quả thể hiện ở biểu đồ 4.

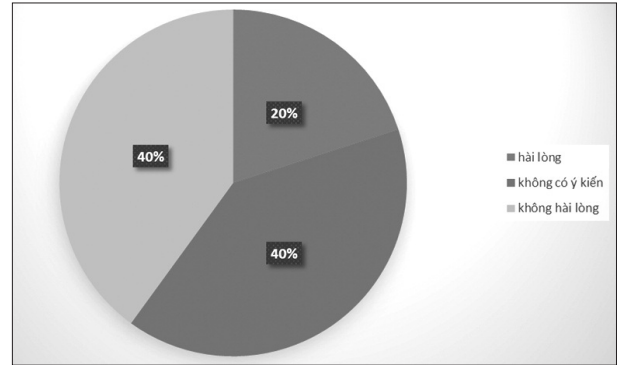
Biểu đồ 4 cho thấy, trong tổng số 10 giáo viên tham gia khảo sát, 4 giáo viên trong số đó đánh giá tỷ lệ sinh viên có khả năng phát âm kém tại mỗi lớp mình giảng dạy là 50% hoặc hơn. 3 giáo viên trong tổng số giáo viên thuộc nhóm khảo sát lựa chọn tỷ lệ 60% hoặc hơn. 2 trong số 10 giáo viên nhận thấy tỷ lệ sinh viên phát âm kém tại lớp là dưới 50% tổng số sinh viên. Chỉ có một giáo viên còn lại trong nhóm khảo sát đánh giá tỷ lệ sinh viên phát âm kém tại lớp mình giảng dạy là 70% hoặc hơn.

Biểu đồ 4: Đánh giá của giáo viên về tỷ lệ sinh viên phát âm kém tại các lớp giảng dạy



Nhóm nghiên cứu cũng đã tiến hành khảo sát mức độ hài lòng của nhóm giáo viên kể trên đối với khả năng phát âm của sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao mà họ đã giảng dạy, kết quả: chỉ có khoảng 20% số giáo viên cho biết họ thấy hài lòng với khả năng phát âm của sinh viên, 40% trong số giáo viên không có ý kiến gì với khả năng phát âm của sinh viên mà mình đã giảng dạy, 40% còn lại trong số giáo viên thuộc nhóm khảo sát tỏ ra không

Biểu đồ 5: Mức độ hài lòng của giáo viên đối với khả năng phát âm của sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao

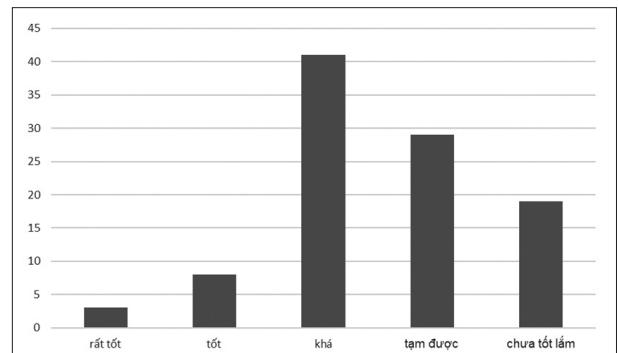


hài lòng với trình độ phát âm của sinh viên lớp mình. (Biểu đồ 5)

b. Phản hồi từ sinh viên

Trong quá trình tiến hành điều tra mức độ hài lòng của sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao đối với khả năng phát âm của chính họ, kết quả cho thấy: 3% số sinh viên trong khảo sát cho rằng trình độ phát âm tiếng Anh của mình là rất tốt, 8% số sinh viên cho rằng trình độ phát âm tiếng Anh của họ ở mức độ tốt, 41% tự nhận thấy mình có trình độ phát âm ở mức độ khá, 29% cho rằng họ đang có trình độ phát âm tiếng Anh ở mức tạm được và 19% còn lại tự nhận thấy trình độ phát âm của mình còn chưa tốt lắm. Hầu hết sinh viên trong nhóm khảo sát tự đánh giá trình độ phát âm tiếng Anh của bản thân ở mức độ khá trở lên. (Biểu đồ 6)

Biểu đồ 6: Sinh viên tự đánh giá về khả năng phát âm tiếng Anh của bản thân



2.2.3. Những yếu tố tác động đến khả năng phát âm của sinh viên

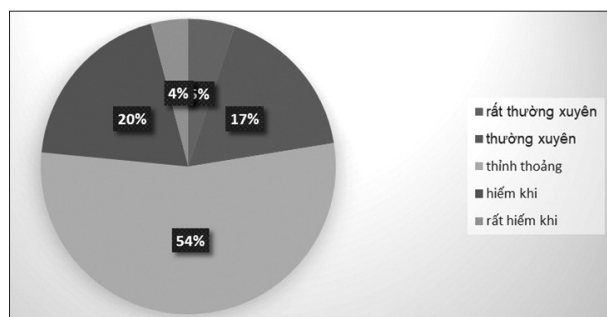
a. Các yếu tố liên quan đến giáo viên

Có một thực trạng chung là việc thiếu giáo viên

tiếng Anh được đào tạo đầy đủ và bài bản về ngữ âm đã dẫn đến sự thiếu sót trong việc sử dụng các tài liệu và nguồn kỹ thuật sẵn có hỗ trợ cho môn học này (Derwing & Munro, 2005). Foote et al. (2016) đã ước tính chỉ có khoảng 10% thời gian trong lớp được dành cho phát âm, thường ở dạng phản hồi sửa lỗi và chủ yếu liên quan đến các phân đoạn (segmental units). Điều đáng nói là thời lượng này chỉ chiếm khoảng 1/2 thời gian dành cho ngữ pháp và chỉ khoảng 1/7 thời gian dành cho từ vựng. Trong bảng hỏi dành cho giáo viên, nhóm nghiên cứu cũng đã đưa vào câu hỏi mở nhằm tìm hiểu thêm về quá trình giáo viên tham gia các khóa đào tạo về giảng dạy ngữ âm từ trước đến nay. Một trong số các giáo viên được hỏi đưa ra câu trả lời “Chưa từng tham gia khóa học về ngữ âm nào”, số còn lại trong nhóm giáo viên đều đưa ra câu trả lời đã từng tham gia môn ngữ âm trong 30 tiết học của chương trình đào tạo cử nhân và thạc sỹ. Không ai trong số họ từng tham gia một khóa học chuyên sâu về ngữ âm từ trước tới nay.

Tại bảng hỏi dành cho sinh viên, nhóm nghiên cứu đã đưa ra câu hỏi về mức độ thường xuyên trong việc sửa lỗi phát âm của giáo viên đối với học viên tại các tiết học tiếng Anh mà họ đã tham gia từ trước đến nay. Kết quả thu được như sau: chỉ có khoảng 5% sinh viên chọn phương án “rất thường xuyên”, 17% số họ cho rằng giáo viên thường xuyên sửa lỗi phát âm trong quá trình học. Trong số đó, 53% số sinh viên lựa chọn “thỉnh thoảng”, 19% lựa chọn “hiếm khi”. Số còn lại chiếm 4% với lựa chọn đưa ra là “rất hiếm khi”.

Biểu đồ 7. Mức độ thường xuyên giáo viên sửa lỗi phát âm của sinh viên



b. Các yếu tố liên quan đến sinh viên

Ảnh hưởng tiếng mẹ đẻ

Sức ảnh hưởng của ngôn ngữ mẹ đẻ là tiếng

Việt dẫn đến khó khăn trong việc phát âm các âm của ngôn ngữ đích là tiếng Anh. Trên thực tế, hệ thống ngữ âm của Tiếng Việt và tiếng Anh khác nhau rất nhiều, trong đó tiếng Việt là ngôn ngữ có âm tiết và thanh điệu, còn tiếng Anh lại là ngôn ngữ có trọng âm nhưng không thanh điệu.

Khả năng ngữ âm

Có quan điểm chung cho thấy, một số người học tiếng Anh nói riêng và ngôn ngữ nói chung có khả năng ngoại ngữ tốt hơn một số người khác. Vì vậy, họ có thể phân biệt sự khác biệt giữa 2 âm thanh chính xác hơn và có thể bắt chước âm thanh tốt hơn.

Thái độ và động cơ

Bất kỳ giáo viên nào cũng có thể công nhận sự khác biệt giữa một sinh viên tích cực, có động lực với một sinh viên thiếu động lực học tập là rất lớn.

2.2.4. Những khó khăn thách thức trong giảng dạy ngữ âm cho sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao

a. Khó khăn thách thức đến từ phía người học

Khi được hỏi câu hỏi về những vướng mắc thường gặp của giáo viên khi giảng dạy kỹ năng ngữ âm thực hành cho đối tượng sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao, có thầy/ cô giáo cho rằng “khó khăn chủ yếu là tình trạng sinh viên có thói quen phát âm sai trong thời gian dài (từ lúc bắt đầu làm quen với tiếng Anh) nên rất khó sửa đổi”. Trong khi đó, một vài ý kiến lại cho rằng “sinh viên năm thứ nhất đa phần còn bỡ ngỡ, rụt rè, ngại thể hiện, do chưa quen trường lớp và bạn bè”.

b. Khó khăn thách thức khác

Sĩ số lớp dao động từ 30 tới 35 sinh viên là con số chưa thực sự lý tưởng với lớp học tiếng Anh nói chung và lớp ngữ âm nói riêng. Giáo viên cho rằng số lượng sinh viên trong lớp đông sẽ hạn chế các cơ hội thực hành của sinh viên, đặc biệt với môn ngữ âm là môn học cần rất nhiều cơ hội luyện tập và chỉnh sửa dưới sự hướng dẫn của giáo viên.

2.2.5. Giải pháp khắc phục những khó khăn trong giảng dạy ngữ âm nhằm giúp sinh viên có khả năng phát âm tốt hơn.

a. Giải pháp liên quan đến người học

Thứ nhất, ngay từ đầu, sinh viên cần được giải thích về tầm quan trọng và mối liên hệ giữa các mục tiêu đào tạo tiếng Anh với yêu cầu và đòi hỏi

của chương trình, của thực tế học tập và làm việc sau này để họ có động cơ, nhu cầu học tập tích cực, đúng định hướng.

Thứ hai, người học cần chủ động tham gia vào bài giảng trên lớp. Ngữ âm vốn là kỹ năng cần có mức độ rèn luyện thường xuyên. Bên cạnh việc nắm rõ các quy tắc ngữ âm căn bản, sinh viên cần chủ động tích cực luyện tập dưới sự hướng dẫn của giáo viên và sự quan sát góp ý từ bạn đồng học.

Thứ ba, tinh thần tự học trong sinh viên cần được nâng cao. Thời lượng dành cho môn học trên lớp thực sự không đủ nếu sinh viên muốn nâng cao khả năng phát âm của bản thân. Trong quá trình tự học, giáo viên nên là người nêu vấn đề, đưa ra nhiệm vụ, sinh viên thông qua đó sẽ phát huy khả năng tự tìm tòi, tự học để hoàn thành nhiệm vụ được giao.

b. Giải pháp liên quan đến giáo viên

Thứ nhất, về trình độ giáo viên giảng dạy môn học đặc thù này cần được đào tạo thường xuyên thông qua các khóa tập huấn, nâng cao năng lực.

Thứ hai, trong bối cảnh hiện nay, người dạy cần nắm được nhiều phương thức giảng dạy hiện đại, linh hoạt trong việc lựa chọn phương thức và kỹ thuật giúp bài giảng đạt hiệu quả cao nhất phù hợp với ngữ cảnh và mục tiêu học môn học.

Thứ ba, để tạo động lực học tập cho sinh viên, giáo viên cần có những quy định khen thưởng rõ ràng trong quá trình giảng dạy và học tập.

3. Kết luận

Với mục đích khảo sát, đánh giá thực trạng dạy và học môn ngữ âm tiếng Anh cho sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân, đồng thời tìm hiểu những thách

thức chính đối với giáo viên khi tham gia giảng dạy học phần ngữ âm thực hành cho nhóm đối tượng sinh viên này, từ đó tìm ra những giải pháp giúp giáo viên vượt qua thách thức trong quá trình giảng dạy, nhằm hoàn thiện và nâng cao hiệu quả giờ giảng, đáp ứng được nhu cầu rèn luyện và phát triển khả năng phát âm tiếng Anh của sinh viên năm thứ nhất, đề tài nghiên cứu đã thu được các kết quả như sau:

Thứ nhất, nghiên cứu đã tổng quan được tình hình nghiên cứu về thách thức trong giảng dạy môn ngữ âm thực hành trên thế giới và tại Việt Nam. Nghiên cứu cũng đưa ra các khái niệm chung về ngữ âm và âm vị học trong tiếng Anh. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng tìm hiểu các khái niệm về vai trò của môn ngữ âm trong việc học tiếng Anh, cũng như tầm quan trọng của việc phát âm chuẩn trong quá trình học và sử dụng tiếng Anh.

Thứ hai, thông qua công cụ bảng hỏi và phỏng vấn sâu, đề tài đã khảo sát, phân tích và làm rõ thực trạng khả năng phát âm của sinh viên chất lượng cao năm thứ nhất tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân, bao gồm cả phản hồi trực tiếp từ phía giáo viên và từ phía sinh viên, cũng như những khó khăn, thách thức mà giáo viên gặp phải khi tham gia giảng dạy môn ngữ âm thực hành cho sinh viên này.

Thứ ba, căn cứ trên thực trạng giảng dạy và học tập môn ngữ âm tiếng Anh cho đối tượng sinh viên năm thứ nhất hệ chất lượng cao, cũng như những phân tích tổng hợp các khó khăn, thách thức trong việc dạy ngữ âm cho nhóm sinh viên này, nghiên cứu đã gợi ý một số giải pháp liên quan đến cả 2 nhóm đối tượng người dạy và người học ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt

1. Đoàn Thiện Thuật (1999), *Ngữ âm tiếng Việt*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Nguyễn Văn Chiến (1992), *Ngôn ngữ học đối chiếu và đối chiếu các ngôn ngữ Đông Nam Á*, Đại học Sư phạm Ngoại ngữ.
3. Lê Quang Thiêm (1989), *Nghiên cứu đối chiếu các ngôn ngữ*, NXB Đại học và Giáo dục chuyên nghiệp - Hà Nội.
4. Nguyễn Thiện Giáp (2008), *Giáo trình ngôn ngữ học*, NXB. ĐHQG Hà Nội.

Tiếng Anh

5. Lujan, B.A. (2004), *The American Accent Guide - A Comprehensive Course on the Sound System of American English*, Lingual Arts.
6. OConnor, J.D. (1986), *Better English Pronunciation*, Cambridge University Press.
7. OConnor, J.D. (1991), *Sounds English*, Cambridge University Press.
8. Poedjosoedarmo, G. (2004), *Teaching Pronunciation - Why, What, When, and How*, SEAMEO Regional Language Centre.
9. Roach, P. (2014), *English Phonetics and Phonology*, Cambridge University Press.

Ngày nhận bài: 2/12/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/1/2023

Thông tin tác giả:

1. ThS. CHU THỊ KIM NGÂN

2. ThS. NGUYỄN THỊ THU TRANG

3. ThS. LÊ ANH THƠ

Khoa Ngoại ngữ Kinh tế

Trường Đại học Kinh tế quốc dân

**SOLUTIONS TO IMPROVE THE TEACHING OF PHONETICS
FOR FIRST-YEAR HIGH-QUALITY STUDENTS
AT THE NATIONAL ECONOMICS UNIVERSITY**

● Master. **CHU THI KIM NGAN**¹

● Master. **NGUYEN THI THU TRANG**¹

● Master. **LE ANH THO**¹

¹Faculty of Foreign Languages for Economics
National Economics University

ABSTRACT:

Teaching foreign languages in general and English in particular in Vietnam has traditionally focused on only four skills including listening, speaking, reading and writing. This traditional learning approach has not yet focused on pronunciation skills. This paper proposes some solutions and necessary references to help lecturers improve their teaching of phonetics in order to meet the needs of learners and catch up with the general teaching trend.

Keywords: phonetics, pronunciation skills, teaching phonetics.

SUGGESTED MECHANISMS OF MOTIVATION TO STUDY ENGLISH PRONUNCIATION SKILLS FOR NEU STUDENTS

● LE ANH THO - NGUYEN THI THU TRANG - CHU THI KIM NGAN

ABSTRACT:

Pronunciation is seen as a hard skill to absorb to many students, which leads to their demotivation in learning this skill. Pronunciation taught at National Economics University mainly focuses on such practical issues that students often find scared of as sounds, word stress, sentence stress, and intonation. However, at the lowest level of pronunciation, mispronouncing words are common among those learners, not mentioning the higher levels, so it is unavoidable that they can easily lose interests when learning this skill. Arisen from that fact, this research has been done to help provide teachers and learners a set of motivation mechanism to be used as a strong tool and reference in their pronunciation classes.

Keywords: pronunciation, classroom motivation, motivation mechanism.

1. Introduction

In the field of this research in and out of Vietnam, in fact, previous studies primarily focused on theories of English teaching methods, few have been interested in methods of creating class motivation but it is still too general with little actual data. More seriously, there seems not to be a specific study on the mechanism of learning motivation for students in developing English pronunciation skills. Meanwhile, students in general and students of National Economics University (NEU) in particular are said to have poor or incorrect English pronunciation, which leads to their inconfidence when communicating in English or causes some unworthy confusion and misunderstandings. This absolutely affects their social communication capability as well as their future work. Therefore, this research is carried out with the desire to provide students and teachers with a set of motivational mechanisms, from which both sides can be proactive in teaching and learning in pronunciation skills.

2. Objective of the study

Building and perfecting a motivation mechanism

for students so that lecturers can use it in the process of teaching phonetics in particular and English in general to promote and improve students' effectiveness in learning English, especially for freshmen at National Economics University.

3. Research Question

This study aims to answer the following questions:

1. What motivation mechanisms are the English lecturers of the Faculty of Foreign Languages for Economics - National Economics University using?

2. What is the current status of application and effectiveness of those motivation mechanisms?

3. How to build a synchronous motivation mechanism for teachers to use in teaching pronunciation for first-year students at National Economics University?

4. Objects and Scope of the study

4.1. Objects of the study

Motivation mechanisms in teaching and learning pronunciation used by lecturers and first-year students of the Faculty of Foreign Languages for Economics - National Economics University.

4.2. Scope of the study

English teachers of the Faculty of Foreign Languages and Economics and students of the National Economics University who have participated in studying pronunciation, including junior and senior students of both departments in our faculty.

There are two departments, working on different kinds of students at National Economics University. The first one is Department of Business English teaching students who studies business English, and the second one is Department of Foreign Languages for Specific Purposes teaching students of Advance English Program (AEP). There are over 40 teachers in total teaching 4 different English skills of Listening, Speaking, Reading, and Writing. However, only some of us teach pronunciation with only two from the Department of Business English and 7 from the other, comprising a total of 9 teachers joining this survey.

The Faculty of Foreign Languages for Economics has two departments. The Department of Business English (BE) teaches its own students, and the Department of Foreign Language for Specific Purposes (SP) trains students of other faculties focusing on the AEP ones. Thus, questions were given to 3 classes taught by the BE, and 3 classes by the SP in an online google form. They came from different intakes with 2 from K60, 2 from K61, 2 from K62.

5. Brief Literature Review

5.1. The importance of teaching English pronunciation

Human beings use language as a means of communication; in other words, to express ideas, communication is used in form of a language every day. However, there is a big problem that struggles so many students who study English, an international language. They are too afraid to speak out in English. Thus, it's very deficient to teach English pronunciation which explains why it has never been completely applied in schools. Obviously, teaching English in a correct way helps us reach fluency and speak naturally in real communication. The correct way mentioned here is pronunciation, which to many students is the hardest part in acquiring English, so they should spend a lot of time to improve it (Aliaga García, 2007; Martínez-Flor et al. 2006; Pourhosein Gilakjani, 2016).

It is obvious that an indispensable part of communicative competence is understandable pronunciation (Morley 1991). Bearing it in mind, teachers should aim at applicable and obtainable activities that meet the communication needs of learners. Pronunciation instruction, if applicable, can encourage learners' actual production, building their pronunciation awareness and practice.

5.2. The relationship between teaching pronunciation and fostering motivation

Actually, there has never been a study on the relationship between teaching pronunciation and fostering motivation before. As known, pronunciation is a difficult subject for many students, which if they are not patient enough, it's hard to succeed in learning it. Thus, motivation, despite coming from inside or outside themselves, plays indispensable roles. Below are some of the typical obstacles that often trouble students a lot:

Obstacle 1: Assimilation in English sounds.

Obstacle 2: Similar sounds

Obstacle 3: Linking sounds

In these cases, fostering motivation definitely makes students feel it easy to learn and get more involved into the phonetics lessons.

6. Research Method

As an experienced teacher for more than a decade, we would say that a research without its application in classroom and creating its effects on students is not worth doing. By which we mean, the best way to know whether what is researching is workable in real life is to practice it in the class, observing the results that students gain from it. To do this, Classroom Action Research Method (CARM) presents its practicality.

As a highly practical method, the classroom action research undergoes 7 steps of implementation, according to Bell, 1993; Sagor, 2000; and Hubbard and Power, 1993: Step one: Identifying a question or problem => Step two: Reviewing Literature => Step three: Planning a research strategy => Step four: Gathering data => Step five: Making sense of the data => Step six: Taking action => Step seven: Sharing the findings.

7. Research Results

7.1. Results and research analysis from the questionnaires

In this questionnaire, we used some same questions to survey teachers and students on the

teaching and learning pronunciation with 20 given to teachers and 21 given to students. The purpose of this is to see how different their perspectives and expectations are in order to re-design different mechanisms of motivation for both of them. The results are clear on:

1. The viewpoints toward teaching and learning Phonetics among teachers and students: It shows the high evaluation of phonetics in teaching and learning English among both teachers and students.

2. Students' self-learning ability regarding this Phonetics: Most students do not take the initiative in self-learning this phonetics skills, instead, they expect much in teachers' instruction and motivation.

3. The approaches and teaching activities applied in Phonetics lessons: One fixed approach will not work for students of phonetics. To approach them in teaching phonetics, teachers have to be very flexible in using both gentle and pressure approaches.

4. The factors contributing to a motivating Phonetics class, including: students' learning competence, their attitude towards learning Phonetics, their teachers' inspiration, their poor pronunciation, the boring teaching materials (textbooks, supplementary workbook, etc.), teachers' expectation to improve their students' pronunciation, a variety of available English pronunciation materials online and offline, teachers' self-checking their pronunciation during the process of teaching Phonetics to students, and the importance of Phonetics in helping students speak English well.

5. The difficulties or obstacles given in the process of learning Phonetics, including: uncooperative students, differences in students' English level, the too good or too weak English competence of the whole class,, the too difficult phonetics knowledge for students, insufficient time allowance for studying phonetics, class condition, students' inactiveness in learning this skill, students' inconfidence, being afraid of making pronunciation mistakes when speaking, students' dialects and accent, limited learning time, consuming time to search extra phonetics materials, teachers' demotivation.

6. Ways to find materials to teach Phonetics: Generally, most of them found it easy to find phonetics materials to support their teaching and

learning though there were not too many. If it was easy to access learning materials and students took the initiative in finding and learning them, a lot of workload would be reduced for the teachers.

7. The need of motivation mechanism

7.2. Results and research analysis from the interviews

Our students from four different classes were chosen randomly. Two of them were from the BE department, and the other two were from the SP one. We gave them the same 21 questions as given above, and the results found were the same as the majority of students in each question. Thus, it would be redundant to make it presented again in this section.

7.3. Results and research analysis from the observation notes at class

As a matter of fact, at the time of doing this action research, it was pandemic time. There were no classes run actually offline and no pronunciation classes opened. However, all the data and teaching notes done in my pronunciation classes intaken by students K60, K61, K62 were saved and kept in the private Facebook groups of those classes created by me previously.

In those classes, we used action research methods all the time by giving activities and assignments, observing how students implemented them, giving evaluation, fixing something off the track, updating new ways to deliver the lessons, interacting closely to each student, and witnessing their improvement over the time.

Students were often asked to fulfilled the assignments before going to class. They have to do a lot of pair work and cross-checking, practicing together and checking mistakes before sitting 1-1 with me at class.

To motivate students to study this skill, we used a variety of class activities as well as some regulations, which was sometimes a bit stressful (but fun), to push students to a new level of pronouncing words, sentences, or intonation. They will all be presented in the next section, partly contributing to a proposal of motivation mechanism to promote studying English phonetics. Proven materials were presented in the Appendix 3 at the end of this research.

The results from applying those motivation methods were amazing. Students loved learning

Phonetics and so their pronunciation skill was improved dramatically. Proven results were shown in the Appendix 4 at the end of this research.

8. Proposals on motivation mechanism

With a lot of obstacles given to both teachers and students in teaching and learning Phonetics, a set of motivation mechanism would be really helpful and supportive. In this chapter, as a practical researcher, we would propose a suggested one which is supposed to be useful for teachers to use in order to motivate their students in learning phonetics and even speaking skill.

Below is the presentation of each motivation mechanism, applying both gentle and pressure approaches.

8.1. Pressure Approach

8.1.1. Motivation mechanism 1: Attendance and participation

Attendance

Students were asked to fully attend the class but it doesn't mean they are eligible to attend the midterm and final test. If they were absent for 20% of the course, they would have to retake the course. To be clear, let's take this example:

If a course lasts for 10 weeks with 2 credits/week studying in one day of the week, to get the full attendance, students have to fully attend all 10 days. If they were absent for two day, they would not be allowed to take the exams.

Participation

Participation means students really join and complete all the class activities. If they did not join the activities given up to a number of times (3-4-5 depending on teachers' decision), they also would not permitted to take the exams. The question is how teachers can follow and check all students in the class while time is short?

The answer is actually very easy: in the logbook of the class, make it two columns: one for attendance, and one for participation. In the attendance column, tick all those who attend the class. In the participation column, just tick on the names who have not accomplished the task. Attendance checking should be done at the beginning of the class, while participation should be check at the end. From my own experience, it takes only 1-2 minutes to do checking each of them, so it is very feasible to apply this way.

Advantages: Students aware of this very well and

fully attend the class, seriously join their class activities.

Disadvantages: Students feel a bit stressed and do not like it at the beginning of the course.

How to handle: Be serious but friendly to students when implementing it.

8.1.2. Motivation Mechanism 2: Homework fulfillment

Due to the short time at class, it is highly advised that teachers should assign students with more exercises to practice at home. Then the first thing to do after checking attendance is to check their homework fulfillment.

If students have not finished it, ask them to go out and finish it within 15-20 minutes, then they can come back to keep learning the lesson. If they cannot, they are still allowed to keep studying but their attendance is marked as absent that day.

Advantages: Students enhance their awareness and skills, improve their phonetics knowledge.

Disadvantages: Sometimes teachers may give a lot of homework which could be a burden for them to fulfill.

How to handle: Be aware of the amount of homework given to students.

8.1.3. Motivation mechanism 3: Peer self-assessment

Peer self-assessment means that students do cross-checking after finishing the homework/assignment/class activities given by teachers. In order to do peer self-assessment, teachers must have a guidance on what to be assessed in detail, written in a clear note to give it to students. When students assess their partners' practice or exercise, they can take it as a measure.

Advantages: This helps build students' independence skill of learning, and saves time and efforts for teachers.

Disadvantages: If the guidance is not clear enough, students may get troubles in cross-checking, which leads to inefficiency of the lesson.

How to handle: Be very well-prepared with the guidance.

8.1.4. Motivation mechanism 4: Mutual responsibility

In fact, when working together in pairs, some students are too weak and some are very good at English pronunciation. Besides, some students are not ready and eager to learn, some are very

interested. To solve this problem, ask them to take responsibility over the other. How to do it? Here is the way.

After they finish doing exercises together, teachers often check at class. When checking, teachers immediately know whether student A and B (a pair) have done it successfully. There should be a simple measure to assess their completion of homework: Pass or Fail.

If the teacher says student A passes and student B fails, both A and B accept that both of them fail this activity. If the teacher says both of them passes, they are marked “done well”. If she says both of them fails, they fail this activity obviously. By this doing, students understand their responsibility over the other, so they absolutely try their best to help their partner.

Advantages: Students learn together and help each other progress well.

Disadvantages: It may take a lot of time of students to get improved as required.

How to handle: Don't deliver so many tasks to students at the same time.

8.1.5. Motivation mechanism 5: Self -assessment and teacher's random check

In a class of several dozens of students, checking 1-1 between teachers and students is impossible in all cases. Thus, it is faster and also effective if teachers ask students to do their self-assessment.

There are so many ways to ask students to do exercises by themselves and then do self-checking, possibly including:

Going live on the private Facebook group of the class

Writing phonetics of the text

Copying the voice

Recording their voice

Self-talking / self-presenting

Advantages: Students become more confident in communication and improve their knowledge of pronunciation a lot.

Disadvantage: Students may be overwhelming.

How to handle: Do not ask them to go live in the first two week but tell them that they will have to do that in the coming time.

8.2. Gentle approach

8.2.1. Motivation mechanism 6: Games

Students are often excited to play games, so

games are absolutely a great way to motivate them. To have ideas on what games to play, teachers can buy books of pronunciation games in which there are so many to apply. In this research, I don't think there is a need to list them all out here.

Advantages: Students get excited and so very motivated to class.

Disadvantages: It may sometimes be very time-consuming and ineffective in improving pronunciation if teachers use them all the time.

How to handle: Teachers should not allow playing phonetics games in all lessons. When applying games, teachers should control the time.

8.2.2. Motivation mechanism 7: Prizes

Students loves prizes. As long as there is a prize presented in advance for those who can finish the activity/assignment/homework given by teachers, they will focus on doing the task at their best.

Advantages: Students are highly motivated and learn it at their best.

Disadvantages: It costs teachers' money in some cases

How to handle: It depends on teachers to apply it often or not.

8.2.3. Motivation mechanism 8: Mock test

Students are always interested in their improvement by scores. Before the midterm test and final exam, teachers should design a mock test that covers all the criteria taught up to the test time. Then teachers also should help them check for the best answers.

Advantages: Students are happy because they feel that they are well-prepared for the tests.

Disadvantages: It takes a lot of teachers' time.

How to handle: Teachers should save the mock tests to make it a bank of tests for further use.

Conclusion

This research was done in the context of the pandemic, so there were a lot of disadvantages during its process. However, with a variety of saved practical materials and questionnaires, it is believed to have done successfully with a clear analysis on some typical aspects related to teaching and learning Phonetics at National Economics University, the need and the how to implement it for NEU freshmen. It is highly proposed that there should be at least some more credits added to students' English programs so that they can perfect their English skills ■

REFERENCES:

1. Adapted from Sadker, M., and Sadker, D.. -"Questioning Skills" in Cooper, J. M., editor. Classroom Teaching Skills: A Handbook.
2. Dinh Tien Minh. Cải cách phương pháp giảng dạy đại học. *Journal of Economics Development*, No.178, August 2005.
3. McNiff, J. (1988) Action research: principles and practice, Basingstoke, Macmillan
4. Corey, Stephen M., (1953) Action research to improve school practices; Bureau of publications, Teachers college, Columbia University, New York.
5. Mills, G.E. (2000). Action Research: A Guide for the teacher researcher. Columbus, OH: Merrill.
6. Hopkins, D. (1985). A Teacher's guide to classroom research. Philadelphia: Open University Press.
7. Burnaford, G., Fischer, J., & Hobson, D. (1996). Teachers doing research: Practical possibilities. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Received date: December 27, 2022

Reviewed date: January 6, 2023

Accepted date: January 15, 2023

Authors:

1. Master. LE ANH THO¹

2. Master. NGUYEN THI THU TRANG¹

3. Master. CHU THI KIM NGAN¹

¹National Economics University

**ĐỀ XUẤT CƠ CHẾ THỨC ĐẨY
VIỆC HỌC KỸ NĂNG PHÁT ÂM TIẾNG ANH CHO SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**

● ThS. LÊ ANH THƠ¹

● ThS. NGUYỄN THỊ THU TRANG¹

● ThS. CHU THỊ KIM NGÂN¹

¹Trường Đại học Kinh tế quốc dân

TÓM TẮT:

Phát âm chuẩn là một kỹ năng khó đối với đa số sinh viên học tiếng Anh, có thể dẫn đến việc các em mất động lực học môn học này. Phương pháp dạy phát âm tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân luôn tập trung vào những kỹ năng phát âm thực tế mà sinh viên nói chung thường cảm thấy sợ hãi như âm tiết, trọng âm của từ, trọng âm của câu, và ngữ điệu. Tuy nhiên, ngay ở cấp độ phát âm thấp nhất, việc phát âm sai vẫn là phổ biến, chưa nói đến cấp độ cao hơn, nên việc sinh viên dễ mất hứng thú khi học kỹ năng này là điều khó tránh khỏi. Xuất phát từ thực tế đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm giúp cung cấp cho người dạy và người học một bộ đề xuất cơ chế tạo động lực để sử dụng như một bộ công cụ hữu ích và là tài liệu tham khảo trong các lớp học phát âm hiện nay.

Từ khóa: phát âm, động lực học tập, cơ chế tạo động lực.

VIỆC SỬ DỤNG NGỮ NHẬP (INPUT) MÔN NGOẠI NGỮ 2 - TIẾNG TRUNG QUỐC VỚI SINH VIÊN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN TRONG HÌNH THỨC HỌC TẬP KẾT HỢP (BLENDED LEARNING)

● NGUYỄN THỊ THÚY HÒA

TÓM TẮT:

Ngữ nhập (input) nhấn mạnh việc người học ngoại ngữ cần tiếp thu nhiều ngữ liệu thông qua nghe, đọc để sau này có thể nói, viết. Bài nghiên cứu dựa trên các yếu tố của thuyết Ngữ nhập, tiến hành khảo sát điều tra tình hình thực tế sử dụng nguồn ngữ nhập môn học này của sinh viên Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (Trường ĐHKQTĐ) trong mô hình học tập kết hợp, từ đó đưa ra các đánh giá phân tích và giải pháp phù hợp nhằm nâng cao tính hiệu quả nguồn ngữ nhập, hướng tới mục tiêu chung là nâng cao chất lượng học tập môn tiếng Trung Quốc.

Từ khóa: ngôn ngữ thứ hai, thuyết ngữ nhập, học tập kết hợp, tiếng Trung Quốc.

1. Đặt vấn đề

Theo (Juan, 2019), cùng với sự phát triển vượt bậc của ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực giáo dục, kho tài nguyên học tiếng Trung Quốc trên mạng cũng không ngừng phong phú, đa dạng. Đồng thời, mô hình giảng dạy kết hợp ra đời thu hút nhiều sự quan tâm, bởi bên cạnh phương pháp giảng dạy lên lớp truyền thống, sự phát triển của tri thức trên không gian mạng cũng giúp người học có nhiều con đường để tiếp thu nguồn tài liệu hơn.

Hiện nay, Trường Đại học Kinh tế quốc dân (ĐH KTQD) yêu cầu chuẩn đầu ra cho môn học Ngoại ngữ 2 - Tiếng Trung Quốc là đạt trình độ HSK3 theo chuẩn Hán ngữ quốc tế (Tương đương trình độ B1 trong khung tham chiếu CEFR châu Âu). Do đối tượng học với đặc thù là không chuyên

ngữ nên thời lượng cho môn học hàng tuần là 2 tiết (150 phút/tuần). So với 180-240 phút tiêu chuẩn để đạt trình độ HSK tương ứng theo từng cấp độ do tổ chức Hán ngữ quốc tế Hanban (Jiang Li Ping, 2020) ban hành thì chưa đủ. Vì vậy, ngoài thời gian trên lớp, bắt buộc sinh viên (SV) phải học tập thêm ở nhà và cụ thể ở Trường ĐH KTQD là học tập trên hệ thống quản lý học tập Learning Management System (LMS). Việc học ngoài giờ lên lớp phù hợp với mô hình học tập kết hợp (Blended Learning), cụ thể là kết hợp học tập trực tiếp trên lớp với tự học trực tuyến trên hệ thống học tập LMS.

Theo thuyết về thụ đắc ngôn ngữ của Krashen (1970) thì người học có thể tiếp nhận ngoại ngữ thông qua 2 con đường: “thụ đắc” (acquisition) và “học tập” (learning), có thể dùng từ “vô thức” và

“có ý thức” để hiểu bản chất 2 con đường này. Ngữ nhập (input) nhấn mạnh việc người học ngoại ngữ cũng giống như tiếp thu tiếng mẹ đẻ của mình cần rất nhiều ngữ liệu vào đầu thông qua nghe, đọc để sau này có thể nói, viết. Krashen cho rằng, chỉ cần người học tiếp xúc với nguồn ngữ liệu phù hợp sau một thời gian nhất định thì có thể “thụ đắc” được ngôn ngữ đích. Như vậy, ngữ nhập vô cùng quan trọng và có vai trò quyết định trong việc người học có thể học tập thành công môn ngoại ngữ. Bản nghiên cứu dựa vào thuyết này để tiến hành khảo sát nguồn tài liệu cung cấp trên lớp học LMS của môn học tiếng Trung Quốc, từ đó tìm ra yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả sử dụng tài liệu ngữ nhập, nhằm đưa ra những giải pháp và kiến nghị khi giáo viên cung cấp tài liệu môn học cho sinh viên môn học tiếng Trung Quốc nói riêng và các môn học ngoại ngữ khác nói chung.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Mô hình nghiên cứu

Bản nghiên cứu dựa trên 4 yếu tố của thuyết Ngữ nhập (Krashen's input hypothesis), nhóm nghiên cứu xây dựng thành 4 nhóm biến độc lập, kết hợp với nền tảng học tập mô hình kết hợp, nhóm đã xây dựng biến phụ thuộc chính là hiệu quả sử dụng nguồn tài liệu ngữ nhập được cung cấp trên hệ thống LMS của môn học tiếng Trung Quốc. Nội dung của 4 yếu tố, gồm: (1) Tài liệu ngữ nhập có thể lý giải được (Comprehension): Đây là đặc điểm cơ bản và cần thiết của nguồn ngữ nhập. (2) Tài liệu ngữ nhập phải hứng thú và có liên quan (Interestingand): Nội dung tài liệu tốt là nội dung khiến người học tập trung vào ý nghĩa mà nó truyền tải. (3) Tài liệu sắp xếp không theo trình tự ngữ pháp (Not grammatically): Nội dung thiết kế không theo trình tự ngữ pháp để người học có thể tiếp nhận ngôn ngữ một cách tự nhiên nhất có thể. (4) Tài liệu ngữ nhập đầy đủ: Quá trình tích lũy ngôn ngữ tự nhiên phải diễn ra đủ lâu mới phát huy hiệu quả, nội dung tài liệu cũng phải phong phú và đa dạng mới đưa được trình độ của người học từ “i” lên “i+1”.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Mẫu nghiên cứu

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành phát 175 bảng khảo sát trực tiếp cho SV, tổng cộng thu được 158

bảng khảo sát hợp lệ (158 mẫu hợp lệ), tiến hành xử lý trên phần mềm phân tích thống kê SPSS phiên bản 26.

2.2.2. Phương pháp nghiên cứu định tính

Phỏng vấn sâu với 20 sinh viên được lựa chọn từ các lớp học phần tiếng Trung Quốc thuộc chương trình đào tạo Tiên tiến và hệ Chính quy đại trà, thời gian phỏng vấn trong học kỳ II, năm học 2021. Nội dung phỏng vấn giúp nhóm nghiên cứu xây dựng nội dung các biến quan sát phù hợp và sát với thực tế học tập môn học tiếng Trung Quốc của SV Trường ĐH KTQD; từ đó xây dựng nên bảng hỏi nháp cho đề tài.

2.2.3. Phương pháp nghiên cứu định lượng

Phương pháp nghiên cứu định lượng: Theo Carvalho and H.White (1997) điểm mạnh của nghiên cứu định lượng là khả năng kiểm tra các giả thiết và việc khái quát hóa cho tổng thể. Nghiên cứu định lượng còn cung cấp các kết quả nghiên cứu mà độ tin cậy (reliability) có thể đo lường được, từ đó có định hướng chính trong việc giải quyết vấn đề và mục tiêu cần hướng tới. Phương pháp định lượng sử dụng trong bản nghiên cứu này là xây dựng bảng hỏi với các yếu tố quan sát được lượng hóa, tiến hành phân tích kiểm định trên hệ thống phân tích thống kê SPSS để mô tả từng biến quan sát và tìm mối liên hệ tương quan giữa biến quan sát và biến độc lập.

Nội dung nghiên cứu định lượng của đề tài bao gồm:

(1) Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha;

(2) Phân tích thống kê mô tả các biến trong mô hình đề xuất.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Khảo sát về mức độ khai thác tài liệu GV cung cấp trên lớp học LMS

Trong 158 SV tham gia khảo sát có 76% sinh viên khai thác ở mức cao gần 80%, 45% SV khai thác ở mức trên 40%, 30% SV khai thác ở mức 25% và chỉ có 7% SV khai thác ở mức thấp. Điều này thể hiện SV tham gia khảo sát có ý thức và mức độ khai thác tài liệu được GV cung cấp trên LMS ở tỷ lệ cao. Việc SV khai thác và sử dụng nhiều tài liệu cũng cho thấy các tài liệu được cung cấp trên LMS thực sự có ý nghĩa với SV và có liên quan trực tiếp tới môn học tiếng Trung Quốc thu hút được sự quan

tâm lớn từ SV. Ngoài ra, việc khai thác sử dụng với tỷ lệ cao cũng giúp bản nghiên cứu đạt được kết quả khảo sát có ý nghĩa hơn, vì bản nghiên cứu nhằm đánh giá hiệu quả sử dụng nguồn tài liệu ngữ nhập do GV cung cấp, nếu SV không tham gia khai thác sử dụng thì ý nghĩa khảo sát của đề tài không đạt được.

3.2. Khảo sát về nguồn tài liệu SV quan tâm trên LMS

Dựa trên kết quả Khảo sát cho thấy, SV sử dụng nhiều nhất là giáo trình điện tử chiếm 21,6% SV tham gia khảo sát lựa chọn nguồn tài liệu này, chiếm 81% tổng lượt lựa chọn. Xếp sau đó là Bài giảng điện tử chiếm 19,7% SV tham gia khảo sát và 74,1% lượt lựa chọn. Cho thấy 2 nguồn tài liệu này vô cùng quan trọng và bắt buộc phải cung cấp trên lớp LMS cho SV. Bên cạnh đó, SV còn thể hiện rất quan tâm tới các kênh học tiếng Trung Quốc, chiếm tới 15,2% tham gia khảo sát, chiếm tới 57% trên tổng lượt lựa chọn. Các kênh học tiếng Trung Quốc trên Youtube rất tiện lợi cho việc học mọi lúc mọi nơi của SV, ngoài ra còn cung cấp một lượng từ vựng vô cùng phong phú để giúp SV có thể bổ sung cho nguồn từ vựng học tập trên lớp học. Những nguồn tài liệu ít được SV quan tâm hơn phải kể tới Hệ thống bài test Online chỉ 11,1% SV tham gia khảo sát lựa chọn, điều này một phần vì lý do phần mềm LMS của Trường ĐH KTQD rất khó thao tác để giúp các GV thực hiện xây dựng các bài kiểm tra Online trên đó, nên hệ thống bài kiểm tra còn chưa thực sự phong phú, phần lớp tập trung vào các câu hỏi lựa chọn. Chưa kể phần mềm hỗ trợ chữ tiếng Trung Quốc còn hạn chế, hay xảy ra lỗi. Nguồn tài liệu SV ít quan tâm nữa phải kể tới kênh Podcast tiếng Trung Quốc chiếm tỷ lệ 3,5% và chỉ có 13,3% SV tham gia khảo sát lựa chọn. Các kênh này thường không có hình ảnh và mặt chữ kèm theo nên SV cảm thấy khó nếu tiếp cận trong giai đoạn đầu học tiếng, chỉ thực sự phù hợp với đối tượng SV có nền tảng tiếng tốt và ở mức trình độ khá cao. Phần mềm học tiếng Trung Quốc có 8,8% SV tham gia khảo sát lựa chọn và kênh giải trí tiếng Trung Quốc cũng có 8,3% SV sử dụng khi học môn học tiếng Trung Quốc, đây hoàn toàn là do sở thích cá nhân và sự phù hợp của bản thân khi lựa chọn một hình thức học tập trực tuyến ngoài giờ học.

3.3. Kết quả nghiên cứu về đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả sử dụng tài liệu ngữ nhập môn học tiếng Trung Quốc được cung cấp trên LMS

3.3.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Sau khi chạy dữ liệu khảo sát trên phần mềm SPSS 26 để kiểm tra hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, theo (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008), hệ số tin cậy >0.6 có thể kết luận thang đo hoàn toàn tin cậy. Vì vậy, bản nghiên cứu sẽ tiếp tục đưa các biến quan sát "Tài liệu ngữ nhập có thể lý giải được (Comprehension)", "Tài liệu ngữ nhập phải hứng thú và có liên quan (Interestingand)" "Tài liệu ngữ nhập sắp xếp không theo trình tự ngữ pháp (Not grammatically)" và biến độc lập "Hiệu quả sử dụng tài liệu ngữ nhập" tiếp tục vào khâu phân tích tiếp theo.

3.3.2. Thống kê mô tả các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả sử dụng nguồn Ngữ nhập môn học tiếng Trung Quốc

Nhìn vào biểu đồ, chúng ta dễ dàng nhận thấy yếu tố "Tài liệu ngữ nhập có thể lý giải được" có giá trị trung bình cao nhất là 4,16- mức 2, cho thấy yếu tố này mang tính ảnh hưởng nhiều nhất tới hiệu quả sử dụng Ngữ nhập. Xếp sau đó là yếu tố "Tài liệu ngữ nhập có hứng thú và liên quan" với GTTB là 4,01- mức 2, cuối cùng là yếu tố "Tài liệu ngữ nhập không theo trình tự ngữ pháp" với GTTB là 3,72- Mức 2. Như vậy, khi cung cấp tài liệu Ngữ nhập cho SV, chúng ta nên quan tâm nhiều nhất tới việc tài liệu có lý giải được hay không, điều này ảnh hưởng lớn tới việc sử dụng tài liệu ngữ nhập của SV.

4. Một số khuyến nghị khi cung cấp tài liệu môn học tiếng Trung Quốc trên LMS

4.1. Nhóm yếu tố "Tài liệu có thể lý giải được"

Theo kết quả phân tích thống kê mô tả và hồi quy tuyến tính, nhóm yếu tố ảnh hưởng nhiều nhất tới hiệu quả sử dụng là nhóm "Tài liệu có thể lý giải được". Điều này cho thấy, khi lựa chọn cung cấp tài liệu học tập môn học tiếng Trung Quốc cho SV, GV phải đặc biệt chú ý tới yếu tố này. Tài liệu nội dung có phong phú tới đâu nhưng vượt quá trình độ của SV thì tài liệu đó cũng vô nghĩa. Để làm được việc này, trước khi bắt đầu môn học tiếng Trung Quốc, GV cần cho SV làm 1 bài kiểm tra

trình độ để có thể nắm bắt được trình độ thực tế của SV, từ đó có thể lựa chọn được tài liệu học tập phù hợp để cung cấp cho SV. Việc cung cấp tài liệu phù hợp với trình độ của SV có ý nghĩa quyết định tới hiệu quả việc sử dụng tài liệu của SV.

Trong nhóm yếu tố này, biến quan sát “Giáo trình điện tử” và “Giáo án điện tử” có giá trị trung bình (GTTB) lớn nhất, thể hiện mối quan tâm lớn nhất của SV tới 2 nhóm tài liệu này. Hai nhóm tài liệu này SV hoàn toàn được tiếp cận với bản cứng khi tham gia lớp học trực tiếp trên lớp. Tuy vậy, nhu cầu đối với 2 nguồn tài liệu này vẫn lớn vì hiện tại nhu cầu học tập của SV không chỉ ở trên lớp mà học mọi lúc mọi nơi. Nếu GV cung cấp thêm 2 nguồn tài liệu này trên hệ thống LMS dưới dạng bản điện tử giúp SV có thể tiếp cận bài học đơn giản hơn, đặc biệt với những SV vì lí do nào đó không tham gia học trực tiếp trên lớp. Học ngoại ngữ nói chung yêu cầu rất cao sự chuyên cần, người học phải tham gia tất cả buổi học, nếu không tham dự đầy đủ sẽ ảnh hưởng lớn tới kết quả học tập của SV. Vậy khi cung cấp tài liệu trên LMS, GV nên chú trọng cung cấp giáo trình điện tử và giáo án điện tử đầy đủ nhất cho SV.

Các biến quan sát còn lại như: “Hệ thống bài test Online”, “Hệ thống bài tập bổ trợ Online”, “Kênh học tiếng Trung Quốc”, “Phần mềm học tiếng Trung” đều có GTTB tương đối cao cho thấy, SV quan tâm tới nguồn tài liệu này, đây cũng là gợi ý cho các GV khi cung cấp các tài liệu trực tuyến cho SV. Riêng biến quan sát “Kênh giải trí tiếng Trung Quốc” có GTTB thấp hơn cả, cho thấy những kênh mà GV cung cấp chưa thực sự phù hợp với SV. Có lẽ do nhu cầu với các kênh giải trí của SV khác nhau, SV hiện tại thích khai thác trên nền tảng trực tuyến như mạng xã hội Tiktok hơn là nền tảng Youtube, hơn nữa có khoảng cách thế hệ về nhu cầu giải trí giữa GV với SV. GV cũng nên tìm hiểu thị hiếu của SV để giới thiệu được những kênh giải trí phù hợp hơn.

4.2. Nhóm yếu tố “Tài liệu ngữ nhập phải hứng thú và liên quan”

Sau khi phân tích hồi quy tuyến tính cho thấy, nhóm yếu tố này đứng thứ hai trong các nhóm nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sử dụng, nhóm này cũng có GTTB ở mức 2 là 4,01, cho thấy SV quan tâm tới

nhóm yếu tố này. Đi sâu vào xem xét từng biến quan sát, chúng ta nhận thấy các biến quan sát thể hiện “tính liên quan” có GTTB lớn hơn, cụ thể là các biến: “Giáo trình điện tử trên LMS có liên quan tới nội dung học phần tiếng Trung Quốc mà bạn đang học”; “Hệ thống giáo án điện tử trên LMS có liên quan tới nội dung học phần tiếng Trung Quốc mà bạn đang học”; “Hệ thống bài test Online trên LMS liên quan tới nội dung học phần tiếng Trung Quốc mà bạn đang học”; điều này cho thấy tài liệu ngữ nhập mà GV cung cấp có liên quan tới nội dung học tập ở trên lớp.

Tuy nhiên, các biến quan sát về “tính hứng thú” thì lại có GTTB thấp hơn, cụ thể là: “Bạn hứng thú với kênh học tập tiếng Trung Quốc trên Youtube được giới thiệu trên LMS”; “Bạn hứng thú phần mềm (App) học tiếng Trung Quốc được giới thiệu trên LMS”; “Bạn hứng thú với kênh giải trí tiếng Trung Quốc trên Youtube được giới thiệu trên LMS”, “Bạn hứng thú với kênh podcast tiếng Trung Quốc được giới thiệu trên LMS”. Điều này cho thấy, SV chưa hứng thú nhiều với nguồn tài liệu GV cung cấp trên LMS. Theo Krashen, nội dung tài liệu hứng thú sẽ giúp người học khi tiếp cận với ngôn ngữ sẽ “quên” là mình đang học ngôn ngữ, người học sẽ nạp được kiến thức ngôn ngữ một cách tự nhiên nhất. Như vậy, GV khi lựa chọn nguồn tài liệu cung cấp cho SV cần quan tâm tới sở thích và nhu cầu của người học. Trước khi cung cấp GV nên làm một khảo sát nhỏ, tìm hiểu về nhu cầu sở thích cá nhân của người học để từ đó lựa chọn được những nguồn tài liệu thú vị có ý nghĩa hơn với SV.

4.3. Nhóm yếu tố “Tài liệu sắp xếp không theo trình tự ngữ pháp”

Theo phân tích, đây là nhóm yếu tố có tác động yếu nhất lên hiệu quả sử dụng tài liệu ngữ nhập của SV. GTTB của nhóm là 3,72 thể hiện SV có quan điểm trung lập về nhận định này. Theo Krashen thì tài liệu không sắp xếp theo trình tự ngữ pháp để giúp người học có thể tiếp cận môn học một cách tự nhiên nhất, gần gũi với cuộc sống hàng ngày. Nếu chỉ học tập ngôn ngữ trên lớp với quỹ thời gian hạn hẹp cùng một ít mô hình ngữ pháp được cung cấp, người học không thể thụ đắc thành công ngôn ngữ. Krashen chủ trương hướng

về cách tiếp ngôn ngữ giống như việc tiếp xúc ở trong môi trường thực tế. Mà môi trường thực tế thì không bao giờ tuân theo trình tự ngữ pháp. Những tài liệu được lựa chọn để cung cấp cho SV vì thế cũng không cần phải xem xét tới khía cạnh có đúng với trình tự ngữ pháp mà SV đang học trên lớp hay không. Tuy trị số GTTB của nhóm thấp hơn các nhóm yếu tố khác nhưng vẫn ở mức 2, cho thấy tài liệu ngữ nhập của môn học tiếng Trung Quốc được cung cấp không theo trình tự ngữ pháp, đáp ứng yêu cầu của thuyết Ngữ nhập. Điều này cũng gợi ý cho các GV khác, khi lựa chọn nguồn tài liệu học tập cung cấp cho SV, không nên vì trình tự ngữ pháp không phù hợp mà loại bỏ, ngược lại những tài liệu này sẽ giúp SV học được ngôn ngữ một cách tự nhiên nhất.

4.4. Nhóm yếu tố “Tài liệu ngữ nhập đầy đủ $i+1$ ”

Khi chạy hệ số tin cậy Cronbach's Alpha cho nhóm yếu tố này thì kết quả là thang đo không đủ độ tin cậy nên nhóm nhân tố này bị loại, không đưa vào các phân tích tiếp theo. Điều này phù hợp với quan điểm của (Long, M. H, Ritchie W.C, & Bhatia T.K (Eds.), 1996) khi đánh giá về thuyết Ngữ nhập, các nhà nghiên cứu đã chỉ ra rất khó để xác định được độ khó ở đây để cung cấp tài liệu ngữ nhập. Vì vậy, nhóm nghiên cứu đã không xem xét tới nhóm yếu tố này khi đi vào xây dựng mô hình hồi quy tuyến tính. Điều này cũng có thấy, việc cung cấp tài liệu không cần theo yếu tố Ngữ nhập này, vì không ảnh hưởng tới hiệu quả sử dụng Ngữ nhập của SV.

4.5. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp

Thụ đắc ngôn ngữ là nghiên cứu về cơ chế tiếp nhận ngôn ngữ của con người, cơ chế tiếp nhận ngôn ngữ được ảnh hưởng từ rất nhiều nhân tố, bản nghiên cứu chỉ sử dụng các yếu tố trong thuyết Ngữ nhập của Krashen nên không tránh khỏi hạn chế.

Ngoài 4 yếu tố theo thuyết Ngữ nhập, các nghiên cứu tiếp theo có thể đưa thêm các yếu tố khác vào mô hình nghiên cứu để có thể mở rộng phạm vi nghiên cứu.

Với quy mô SV của học kỳ 1 năm học 2022-2023 theo học môn tiếng Trung Quốc còn chưa cao, nên cỡ mẫu cho đề tài là 158 SV cũng ảnh hưởng tới kết quả nghiên cứu cuối cùng, hi vọng các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng cỡ mẫu lớn hơn.

Đối tượng SV nghiên cứu của đề tài chỉ tập trung vào đối tượng SV theo học hai chương trình là đối tượng SV thuộc chương trình chính quy đại trà và đối tượng SV chương trình Tiên tiến, còn thiếu đối tượng học tiếng Trung Quốc thuộc chương trình đào tạo hướng nghiệp POHE, việc đa dạng mẫu cũng giúp kết quả nghiên cứu có ý nghĩa và chính xác hơn.

Các biến quan sát xây dựng dựa trên thực tế nguồn tài liệu môn học hiện tại đang cung cấp cho SV, do vậy lượng biến quan sát chưa đủ lớn, các nghiên cứu tiếp theo có thể xây dựng thêm biến quan sát bằng cách cung cấp thêm các nguồn tài liệu ngữ nhập khác để bản nghiên cứu được hoàn thiện hơn.

5. Kết luận

Trên đây là kết quả nghiên cứu về sử dụng nguồn tài liệu ngữ nhập của SV học môn tiếng Trung Quốc tại Trường ĐH KTQD. Kết quả phân tích cho thấy thực trạng sử dụng nguồn tài liệu Ngữ nhập của SV. Từ kết quả nghiên cứu cũng giúp GV khi lựa chọn tài liệu môn học nên chú trọng cao tới “tính lý giải được” của tài liệu, tiếp theo là “tính hứng thú” và cuối cùng là không cần theo “trình tự ngữ pháp”. Kết quả nghiên cứu nhằm nâng cao hiệu quả giảng dạy và học tập môn học tiếng Trung Quốc tại Trường ĐH KTQD ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Corder, S. (1984). Review of Krashen. *Applied Linguistics*, 5(1), 56-58.
2. Felix, S. W. (1987). *Cognition and Language Growth*. De Gruyter Mouton; Reprint 2019 ed. edition (January 1, 1987).

3. Gass, S. (1988). Interlanguage research areas: a framework for second language studies. *Applied Linguistics*, 9(2), 198-217.
4. Gregg, K. (Summer 1984). Krashen's Monitor and Occam's Razar. *Applied Linguistics*, 5(2), 79–100.
5. Harvi Singh, C. R. (2001). A white Paper: Achieving success with blended learning. *Centra Software Retrieved*, 1(1), 55-62.
6. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc. (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Hồng Đức.
7. Hofmann, A. (2008). Developments in blended learning: Let's beyond the Hype. *Economics & Organization of Future Enterprise*, 1(1), 55-62.
8. Juan, L. (2019, 11). *Research on College English Blended Teaching Mode. Based on the Combination of "Online and Offline"*. Guangdong Business and Technology University, Zhaoqing, Guangdong 426000.
9. Krashen, S. (1981). *Second Language Acquisition and Second Language Learning*. London: Oxford.
10. Krashen, S. (1985). *The Input Hypothesis: Issues and implications*. Addison-Wesley Longman Ltd .
11. Krashen, S. (2004). Applying the comprehension hypothesis: some suggestion. *International Journal of Foreign Language Teaching*, 1, 21-29.

Ngày nhận bài: 2/12/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/1/2023

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ THÚY HÒA

Trường Đại học Kinh tế quốc dân

A STUDY ON HOW THE NATIONAL ECONOMICS UNIVERSITY'S STUDENTS USE THE INPUT HYPOTHESIS TO LEARN CHINESE AS THE SECOND LANGUAGE IN THE BLENDED LEARNING

● **NGUYEN THI THUY HOA**

National Economics University

ABSTRACT:

The input hypothesis emphasizes that learners need to absorb a lot of materials through listening and reading in order to be able to speak and write in the foreign language learning process. Based on the input hypothesis, this study explores how the National Economics University's students use this hypothesis in the blended learning. The study is expected to provide analytical assessments and appropriate solutions to improve the effectiveness of using the input hypothesis in Chinese language learning.

Keywords: second language, input hypothesis, blended learning, Chinese.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC Y TẾ VÙNG VEN VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

● NGUYỄN VĂN LỰC - CÁN NGUYỄN DUY MINH
- ĐỖ TRỌNG TRÍ - THÁI PHẠM TUÂN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu tìm ra các giải pháp khả thi để phát triển nguồn nhân lực ngành Y tế vùng ven đáp ứng sự nghiệp chăm sóc sức khỏe nhân dân trong nhiều năm tới là vấn đề hết sức cấp bách và cần thiết. Bài viết gợi mở đề xuất một số biện pháp giúp đổi mới hệ thống pháp luật, công tác nhân sự, nâng cao chất lượng hoạt động ngành Y tế vùng ven.

Từ khóa: nguồn nhân lực, nhân sự khối hậu cần, ngành y tế vùng ven, phát triển.

1. Đặt vấn đề

Tăng cường nguồn nhân lực có chất lượng cho y tế tuyến cơ sở; nhất là ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn là chủ trương lớn, đúng đắn và hết sức cần thiết; là cụ thể hóa chủ trương công tác chăm sóc sức khỏe nhân dân theo định hướng công bằng, hiệu quả và phát triển của Đảng.

Quan điểm này của Đảng đã được quán triệt và cụ thể hóa trong Quyết định số 122/QĐ-TT ngày 10/01/2013 của Thủ tướng Chính phủ về Chiến lược Quốc gia bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân giai đoạn 2011 - 2020, tầm nhìn 2030, trong đó đã chỉ rõ: “Sức khỏe là vốn quý của mỗi con người và của toàn xã hội, đầu tư cho việc chăm sóc sức khỏe cộng đồng là đầu tư cho

phát triển kinh tế - xã hội”. Cùng với sự nỗ lực của toàn thể cán bộ, công chức, viên chức, ngành Y tế vượt qua những khó khăn, thách thức và đạt nhiều kết quả đáng trân trọng.

Bên cạnh các thành tựu đạt được, ngành Y tế đang đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức, đặc biệt về nhân lực y tế như sự phân bố không đều giữa các vùng, miền, giữa nông thôn và thành thị, giữa miền núi và vùng đồng bằng. Tình trạng thiếu nhân lực đặc biệt nghiêm trọng nhất là ở các vùng ven, nơi có mức độ phát triển kinh tế - xã hội thấp hơn và nhu cầu chăm sóc sức khỏe của người dân cao, thì chỉ số bác sĩ lại thấp nhất. Đây là sự bất cập giữa nhu cầu chăm sóc sức khỏe và khả năng đáp ứng về nguồn nhân lực, cho thấy sự bất cập trong cung ứng và sử dụng dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh giữa các vùng miền.

Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, viên chức, nhân viên y tế đang gặp nhiều khó khăn, đó là cường độ và áp lực công việc cao, cơ sở vật chất của các đơn vị y tế công lập còn hạn chế, môi trường làm việc căng thẳng, mệt mỏi, trong khi đó thu nhập lại bị giảm đáng kể, nhất là tại các đơn vị y tế cơ sở, vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn. Trong 2 năm vừa qua, đã có nhiều viên chức y tế xin thôi việc, hoặc bỏ việc. Bộ Nội vụ đang xây dựng Đề án Chiến lược Quốc gia về thu hút và trọng dụng nhân tài, cùng với đó, Bộ sẽ xây dựng bộ cơ chế, chính sách hấp dẫn hơn, tốt hơn”. Với những từ “đang, sẽ” trở thành “pháp luật, quy tắc xử sự, nguyên tắc” có tính chất bắt buộc lại là một bước dài trong sự chờ đợi và danh sách nghỉ việc của những cán bộ, công chức, viên chức, người lao động càng dài thêm (cụ thể có gần 40.000 cán bộ, công chức, viên chức thôi việc trong vòng 2 năm qua, trong đó có 653 tiến sĩ, 4.018 thạc sĩ và khoảng 1.200 bác sĩ theo Bộ Nội vụ - Nguồn: Báo VnExpress). Do đó bài viết này sẽ bàn về thực trạng phát triển nguồn nhân lực y tế vùng ven hiện nay và đề xuất một số khuyến nghị về nâng cao trình độ chuyên môn cũng như tăng cường đội ngũ cán bộ y tế đáp ứng yêu cầu khám, chữa bệnh cho đông đảo người dân vùng ven.

2. Thực tiễn nguồn nhân lực y tế vùng ven

Đảng và Nhà nước ta đã triển khai nhiều cơ chế chính sách thu hút nhân lực y tế có trình độ cao về công tác tại vùng ven, đồng thời, chỉ đạo ngành Y tế tăng cường đào tạo, bồi dưỡng, từng bước nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, y đức cho đội ngũ cán bộ, nhân viên. Bộ Y tế đã ban hành Văn bản số 1915/BYT-K2ĐT ngày 08/4/2013 của Bộ Y tế hướng dẫn các cơ sở đào tạo nhân lực y tế triển khai thực hiện Thông tư số 55/2012/TT-BGDĐT ngày 25/12/2012 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định đào tạo liên thông trình độ cao đẳng, đại học. Trong giai đoạn 2020 - 2025, ngành Y tế có chính sách thu hút tuyển dụng 62 đối tượng là: tiến sĩ y học, bác sĩ nội trú (chuyên khoa nội, ngoại, chấn thương, sản, nhi, tim mạch, miễn dịch dị ứng, giải

phẫu bệnh); bác sĩ chuyên khoa II (hệ lâm sàng, cận lâm sàng), dược sĩ chuyên khoa II; bác sĩ đa khoa (hệ chính quy) diện tự thi đỗ hoặc tuyển thẳng tốt nghiệp loại giỏi trở lên. Thống kê của Sở Y tế TP. Hồ Chí Minh cho thấy, dù trải qua đại dịch Covid-19 trong 2 năm qua với nhiều khó khăn, nhưng trong năm 2021, thành phố đã cử 84 cán bộ đi đào tạo sau đại học, 138 cán bộ đi đào tạo đại học, cao đẳng và đào tạo nâng cao năng lực cho hơn 272 người. Bên cạnh đó, ngành Y tế phối hợp với các bệnh viện tuyến Trung ương cử bác sĩ về luân phiên làm việc tại vùng ven, chỉ đạo các bệnh viện tuyến tỉnh cử bác sĩ, kỹ thuật viên luân phiên xuống giúp đỡ các bệnh viện vùng ven. Qua đó, tạo điều kiện cho đội ngũ y, bác sĩ tuyến tỉnh tiếp cận, học hỏi kinh nghiệm, kỹ thuật điều trị từ các chuyên gia hàng đầu của Trung ương, tuyến huyện tiếp cận tuyến tỉnh và tuyến xã tiếp cận tuyến huyện.

Nhà nước đã có nhiều chính sách và tạo ra những thay đổi tích cực trong việc tăng số lượng nguồn nhân lực y tế vùng ven, mặc dù vậy, ngành Y vẫn còn gặp nhiều khó khăn trong phát triển nguồn nhân lực, dẫn đến hạn chế chất lượng chăm sóc sức khỏe cộng đồng ở nước ta, cụ thể như sau:

Một là, phân bố nguồn nhân lực mất cân đối, bất hợp lý theo vùng, miền, lĩnh vực. Nhiều khu vực còn thiếu nhân lực y tế như vùng ven, vùng sâu có tỷ lệ bác sĩ trên vạn dân thấp nhất so với cả nước. Đặc biệt, một số lĩnh vực như: pháp y, giải phẫu, lao, phong, tâm thần... của ngành Y tế thiếu nhân lực hơn hẳn các lĩnh vực khác. Lý do của sự thiếu hụt này là do thu nhập thấp, không đủ thu hút cán bộ y tế. Tình trạng thiếu nhân lực y tế nói chung và nhân lực có trình độ là bác sĩ ở tuyến y tế cơ sở, cũng như nhân lực y tế dự phòng vẫn còn là vấn đề đáng lo ngại. Số cán bộ nghỉ việc, chuyển đi ở các cơ sở tuyến huyện bằng 50% tổng số nhân lực mới tuyển dụng, ở tuyến xã, số nhân lực nghỉ việc, chuyển đi bằng 30% số mới tuyển. Nhiều bệnh viện huyện, trung tâm y tế huyện nhiều năm không tuyển được bác sĩ nào, trong khi số lượng cán bộ chuyển đi nơi khác vẫn tiếp diễn.

Hai là, bài toán thu nhập thấp. Nguyên nhân chính là các y, bác sĩ, nhân viên y tế nghỉ việc để chọn việc khác hoặc chuyển từ khu vực y tế công sang y tế tư nhân là do lương thấp, trong khi áp lực công việc ngày càng cao. Bác sĩ M. chia sẻ: “Hơn 15 năm làm việc ở Bệnh viện K, kể cả đã được bổ nhiệm làm Phó Trưởng khoa Ngoại, tôi vẫn “dứt áo” ra đi, xin chuyển sang làm ở bệnh viện tư nhân do thu nhập thấp, không đủ tiền nuôi gia đình.” Sau đợt dịch Covid-19 vừa qua, nữ điều dưỡng T (công tác tại Bệnh viện huyện Củ Chi, TP. Hồ Chí Minh) đã quyết định nộp đơn xin thôi việc, cho biết: “Khi có dịch, chúng tôi phải trực liên tục, công việc quá nhiều áp lực, nhưng thu nhập không tương xứng. Tôi đã chuyển qua làm cho một phòng khám thẩm mỹ và cảm thấy hài lòng với mức thu nhập cũng như công việc tại đây”. Bác sĩ Trần Chánh Xuân - Giám đốc Bệnh viện huyện Củ Chi (TP. Hồ Chí Minh) cho biết: “Bệnh viện nằm ở vùng ngoại ô thành phố nên việc tuyển nhân sự gặp nhiều khó khăn. Ngoài nhu cầu tuyển thêm bác sĩ, chúng tôi còn cần tuyển điều dưỡng nhưng khó tuyển dụng. Các bác sĩ ngoài giờ hành chính còn có thể đi khám bệnh hoặc làm phòng mạch tăng thêm thu nhập nhưng điều dưỡng thì gần như chỉ có lương cứng. Công việc của điều dưỡng trên thực tế có nhiều áp lực nhưng mức thu nhập còn hạn chế” - Trích Báo Tiền Phong ngày 30/9/2022. Nguyên nhân của tình trạng trên do chế độ tiền lương không đủ bảo đảm cuộc sống, sinh hoạt cho bản thân và gia đình. Chính sách ưu đãi, đãi ngộ cho viên chức y tế chưa thật sự hấp dẫn, chưa giữ chân được đội ngũ y tế. Hiện có sự chênh lệch cao về tiền lương giữa y tế công lập và y tế tư nhân. Vì thế, viên chức y tế, nhất là đội ngũ bác sĩ ở các bệnh viện công đã xin thôi việc tìm đến các cơ sở y tế tư nhân để có chế độ tiền lương cao hơn.

Theo số liệu Bộ Y tế thống kê, hiện nay, nhân lực y tế đang có xu hướng nghỉ việc và có một làn sóng chuyển dịch mạnh mẽ nhân lực y tế từ các cơ sở y tế công lập sang các cơ sở y tế tư nhân, đặc biệt sau hơn 2 năm phòng, chống dịch bệnh

Covid-19. Bộ Y tế cho biết từ ngày 01/01/2021 - 30/6/2022 trên cả nước có 9.680 nhân viên y tế xin thôi việc, bỏ việc (gồm 3.094 bác sĩ, 2.874 điều dưỡng, 551 kỹ thuật y, 276 hộ sinh, 593 dược, 2.280 viên chức khác) - Trích Cổng thông tin điện tử Chính phủ ngày 28/9/2022. Đây là con số đáng báo động.

Ba là, “khát” nhân lực ngành Y tế. “Cầu vượt hơn cung”. Hàng năm, có hàng nghìn sinh viên y, dược ra trường, nhưng vẫn chưa thể đáp ứng đủ nhu cầu ngày càng lớn của xã hội, khiến cho ngành này luôn ở trong tình trạng “khát” nhân lực. Thống kê của ngành Y tế cho thấy, tỷ lệ bác sĩ/vạn dân của Việt Nam là 8,6; thấp hơn từ 4 - 8 lần so với nhiều nước có ngành Y phát triển. Tình trạng thiếu hụt điều dưỡng cũng diễn ra nghiêm trọng khi tỷ lệ điều dưỡng/bác sĩ khá thấp, ở mức 1,8 và đa số có trình độ trung học (66,9%). Theo đó, nguồn nhân lực của hệ thống này chưa đáp ứng được nhu cầu cả về số lượng và chất lượng để có thể triển khai các hoạt động phòng chống dịch bệnh, chăm sóc sức khỏe ban đầu cũng như công tác phòng chống các bệnh không lây nhiễm mà Việt Nam đang phải đối mặt. Theo các chuyên gia, năm 2021, ngành Y tế Việt Nam cần bổ sung khoảng 50.000 bác sĩ; 10.000 dược sĩ; hơn 80.000 điều dưỡng; 60.000 kỹ thuật viên y học. Tuy vậy, nhìn vào bức tranh đào tạo của ngành Y trong 2 năm gần đây sẽ thấy có một khoảng cách rất xa giữa con số ước đạt và thực tế. Tại mùa tuyển sinh năm 2022, thống kê mới nhất từ Bộ Giáo dục và Đào tạo cho thấy, có 223.163 thí sinh đăng ký dự thi khối ngành Y trong tổng số 36.816 chỉ tiêu. Số lượng thí sinh đăng ký khối ngành Y chiếm 5,84% trong tổng số nguyện vọng của tất cả các ngành nghề. Như vậy, tính tổng cả 2 năm 2021 và 2022, chỉ có khoảng hơn 60.000 nhân lực ngành Y được đào tạo bổ sung, trong khi thực tế nhu cầu này cần tới gần 200.000 người. Tình trạng thiếu nhân lực ngành Y đã diễn ra nhiều năm gần đây. Có những năm ở bệnh viện vùng ven không tuyển được bác sĩ nào. Chưa kể, dù có tuyển dụng được cũng không giữ được. Nhiều lý do được đưa ra, trong đó

chủ yếu là quá tải và áp lực công việc, thu nhập thấp, không thu hút được nguồn nhân lực trẻ cống hiến cho bệnh viện vùng ven.

Trước thực tiễn đã và đang diễn ra, đòi hỏi sự chỉ đạo của Đảng, Nhà nước và của toàn lực lượng ngành Y. Có sự đổi mới hệ thống pháp luật lao động, cải cách chế độ, chính sách trong tình hình mới sao cho ứng phó với những biến động của ngành, giải quyết vấn đề, thu hút nhân lực.

3. Một số kiến nghị phát triển nguồn lực y tế vùng ven

Nguồn nhân lực y tế vùng ven là một trong những ưu tiên trong chính sách y tế mà Nhà nước Việt Nam phải đầu tư và có trách nhiệm chính. Phát triển nguồn nhân lực y tế phải tập trung thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

Một là, xây dựng, hoàn thiện hệ thống văn bản pháp quy về đảm bảo chất lượng đào tạo nguồn nhân lực y tế (kiểm định chất lượng đào tạo, cải tiến chương trình, tài liệu giảng dạy, nâng cao năng lực giảng viên về giảng dạy và nghiên cứu...). Do đặc thù của ngành Y với nhiệm vụ chăm sóc sức khỏe, liên quan đến tính mạng con người, đòi hỏi Nhà nước phải giữ vững yêu cầu, chất lượng cao trong công tác tuyển sinh, đào tạo nguồn nhân lực y tế. Xây dựng năng lực về đào tạo lại/đào tạo liên tục về lĩnh vực chuyên môn, chuyển giao công nghệ, cơ chế quản lý các chương trình đào tạo lại để tránh chồng chéo hoặc thiếu hụt, chú ý đào tạo lại đối với một số chuyên ngành như: quản lý bệnh viện, y pháp, dự phòng...

Hai là, phối hợp tích cực với các bộ, ngành đề xuất sửa đổi, bổ sung các chế độ chính sách cho cán bộ y tế, chế độ phụ cấp ngành nghề, phụ cấp vùng miền, phụ cấp phòng, chống dịch bệnh, phụ cấp trực. Xây dựng chương trình hành động triển khai Nghị quyết số 18/2008/NQ-QH12 ngày 3/6/2008 của Quốc hội khóa XII, về đẩy mạnh thực hiện chính sách pháp luật xã hội hóa để nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe nhân dân; trong đó có việc nâng cao, xây dựng mới bệnh viện đa

khoa cho những lĩnh, khu vực khó khăn và bệnh viện chuyên khoa cho khu vực đồng bằng. Đặc biệt, ngày 26/5/2008, Bộ Y tế ký ban hành Quyết định số 1816/QĐ-BYT phê duyệt Đề án "Cử cán bộ chuyên môn luân phiên từ bệnh viện tuyến trên về hỗ trợ các bệnh viện tuyến dưới nhằm nâng cao chất lượng khám, chữa bệnh" (gọi tắt là Đề án 1816), nhằm 3 mục tiêu chính: Nâng cao chất lượng khám bệnh, chữa bệnh của bệnh viện tuyến dưới, đặc biệt là miền núi, vùng sâu, vùng xa thiếu cán bộ y tế; giảm tình trạng quá tải cho các bệnh viện tuyến trên, đặc biệt là các bệnh viện tuyến Trung ương; chuyển giao công nghệ và đào tạo cán bộ tại chỗ nhằm nâng cao tay nghề cho cán bộ tuyến dưới.

Ba là, Bộ Y tế có trách nhiệm hướng dẫn, điều hòa, phối hợp, tạo điều kiện thuận lợi để triển khai thực hiện tốt các cơ chế chính sách bảo đảm sự công bằng, bình đẳng, đồng bộ, rộng khắp ở các địa phương. Đặc biệt, chú trọng hỗ trợ ở mức cao đối với nông thôn, miền núi, vùng khó khăn, biên giới, hải đảo, song cần có các biện pháp, chính sách cụ thể để các bệnh viện có cán bộ đi luân phiên hoạt động bình thường, bảo đảm tốt chất lượng các dịch vụ khám, chữa bệnh cho nhân dân. Cần bám sát thực tế, qua sơ kết, tổng kết để sửa đổi, bổ sung hoàn thiện cơ chế, chính sách hướng tới ngày càng sát hợp và hiệu quả hơn.

Bốn là, coi trọng việc nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho nguồn nhân lực y tế. Trước nhu cầu thực tiễn thiếu nhân lực y tế chất lượng cao tại tuyến y tế cơ sở, đòi hỏi Nhà nước phải ưu tiên đào tạo đội ngũ cán bộ y tế cho tuyến này, bằng cách: đầu tư ngân sách nhiều hơn cho đào tạo mới, bồi dưỡng, nâng cao trình độ cho các vùng còn thiếu nhân viên y tế. Tuyển chọn những cán bộ giỏi, những cán bộ trẻ tuổi có phẩm chất và năng lực để đào tạo, bồi dưỡng cho hệ thống chuyên sâu đáp ứng yêu cầu của địa phương.

Năm là, Bộ Y tế chủ trì, phối hợp với Bộ Nội vụ, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội và các cơ quan liên quan nghiên cứu, đề xuất chế độ,

chính sách tiền lương, phụ cấp đặc thù ngành (kể cả giải pháp nhằm giữ và thu hút nguồn nhân lực) đối với cán bộ y tế; chính sách hỗ trợ học viên, sinh viên các ngành thuộc lĩnh vực sức khỏe.

4. Kết luận

“Hiền tài là nguyên khí của quốc gia, nguyên khí thịnh thì thế nước mạnh, rồi lên cao, nguyên khí suy thì thế nước yếu, rồi xuống thấp”. Đến Cách mạng tháng Tám năm 1945 thành công, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã tài tình, tập hợp được lực lượng nhân tài hùng hậu, góp phần quan trọng quyết định trực tiếp đến thắng lợi của cách mạng Việt Nam. Việc trọng dụng nhân tài theo quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh là phải làm thường xuyên, liên tục như “người làm vườn vun trồng những cây cối quý báu. Phải trọng nhân tài,

trọng cán bộ, trọng mỗi một người có ích cho công việc chung của chúng ta”.

Trong thời gian vừa qua, ngành Y tế có những biến động đáng kể trong lĩnh vực nhân sự và đánh mất đi một lượng lớn “nhân tài”. Đây là một thực tế khách quan, do sự tác động của nhiều yếu tố. Trong tương lai, bằng nhiều biện pháp khác nhau, chúng ta phải tìm cách thu hút lại nguồn nhân lực, đào tạo nhân lực chất lượng cao.

Thực hiện lời dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh: “Người thầy thuốc giỏi đồng thời phải là như người mẹ hiền”, toàn thể cán bộ, công chức, viên chức ngành Y tế phát huy hơn nữa thành tích đã đạt được, nêu cao tinh thần, trách nhiệm của người thầy thuốc và hướng về cơ sở để thực hiện “mọi người dân đều được quan tâm chăm sóc sức khỏe” ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ <https://medinet.hochiminhcity.gov.vn/tin-tuc-su-kien/benh-vien-vung-ven-vuot-kho-chu-trong-nhan-luc-ky-thuat-c1780-66885.aspx>.

² <https://suckhoedoisong.vn/thu-hut-nhan-luc-y-te-ve-vung-sau-vung-xa-kho-van-phai-lam-16922051515382338.htm>

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Xuân Cầu, Mai Quốc Chánh (2007), *Giáo trình Kinh tế Nguồn nhân lực*, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

2. Bộ Y tế (2015), *Kế hoạch phát triển nhân lực trong hệ thống khám bệnh, chữa bệnh giai đoạn 2015 - 2020*, Hà Nội.

3. Thanh Quý (2019), Phát triển nguồn nhân lực y tế: Thực trạng và giải pháp. Truy cập tại: <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/chuong-trinh-muc-tieu-y-te-dan-so/-/2018/515704/phan-trien-nguon-nhan-luc-nganh-y-te--thuc-trang-va-giai-phap.aspx>, xem 20/12/2022.

4. Duy Tính (2022), Bệnh viện vùng ven vượt khó: Định hướng phát triển bệnh viện quận, huyện phù hợp hơn. Truy cập tại: <https://medinet.hochiminhcity.gov.vn/tin-tuc-su-kien/benh-vien-vung-ven-vuot-kho-dinh-huong-phan-trien-benh-vien-quan-huyen-phu-hop-c1780-66887.aspx>, xem 20/12/2022.

5. Bệnh viện huyện Củ Chi (2022), *Báo cáo hoạt động khám, chữa bệnh của Bệnh viện huyện Củ Chi qua các năm từ năm 2020 đến năm 2022*.

Ngày nhận bài: 8/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/12/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN VĂN LỤC

Phó trưởng phòng Phòng Vật tư thiết bị y tế, Bệnh viện huyện Củ Chi

2. CÁN NGUYỄN DUY MINH

Phó Giám đốc Trung tâm Phát triển Giáo dục và Truyền thống

3. ĐỖ TRỌNG TRÍ

Chuyên viên Công ty Luật TNHH Quang Chính

4. THÁI PHẠM TUÂN

Chuyên viên Phòng Vật tư thiết bị y tế, Bệnh viện huyện Củ Chi

**THE CURRENT DEVELOPMENT
OF HUMAN RESOURCES FOR HEALTH IN SUBURBAN
AREAS AND SOME RECOMMENDATIONS**

● NGUYEN VAN LUC¹

● CAN NGUYEN DUY MINH²

● DO TRONG TRI³

● THAI PHAM TUAN⁴

¹ Manager, Medical Equipment and Supplies Department,
Cu Chi District Hospital

² Vice Director, Education and Communication Development Center

³ Specialist, Quang Chinh Law Firm

⁴ Specialist, Medical Equipment and Supplies Department,
Cu Chi District Hospital

ABSTRACT:

It is urgent and necessary to find out practical solutions to improve the human resources for health in suburban areas in order to meet the demand for health care in the coming time. This paper proposes some measures to reform the legal system, improve the recruitment of health workers, and enhance the quality of health care activities in suburban areas.

Keywords: human resources, human resources for the logistics sector, health sector in suburban areas, development.

GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO CÁC DOANH NGHIỆP ĐÓNG TÀU TẠI HẢI PHÒNG

● HOÀNG THỊ THÚY PHƯƠNG

TÓM TẮT:

Ngày nay, khi sự hội nhập kinh tế ngày càng sâu, rộng thì sự cạnh tranh cũng ngày càng khốc liệt. Hội nhập sẽ giúp các doanh nghiệp tiếp cận với máy móc thiết bị, công nghệ mới, phương thức quản lý mới, các thị trường mới, sự hợp tác với các doanh nghiệp nước ngoài... Tuy nhiên, các doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng cũng gặp phải rất nhiều khó khăn, như: sự thâm tóm của các doanh nghiệp lớn, sự ồ ạt của hàng hóa nước ngoài vào... cùng với sự yếu kém về nguồn lực nội tại của doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng càng phải chủ động tìm ra những giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong thời gian tới. Bài viết bàn về giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng.

Từ khóa: cạnh tranh, năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp đóng tàu, Hải Phòng.

1. Thực trạng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng

1.1. Tình hình hoạt động của các doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng

Đại dịch Covid-19 tác động mạnh mẽ tới hầu hết các doanh nghiệp (DN), trong đó có các doanh nghiệp đóng tàu (DNĐT) Hải Phòng. Mạch máu của nền kinh tế là hệ thống vận tải hoạt động khó khăn do phải tuân thủ các quy định phòng chống dịch. Sau khi khống chế được đại dịch trên phạm vi toàn cầu, nền kinh tế đã khởi sắc hơn. Các DNĐT Hải Phòng cũng vì thế có thêm nhiều đơn đặt hàng mới. Tuy nhiên, đại dịch đã làm thay đổi rất nhiều hoạt động ngành

Đóng tàu (ĐT) như các vấn đề về vật tư, nhân lực, hay vấn đề phải chuyển đổi số các hoạt động của DN mạnh mẽ hơn.”

Do số lượng các DNĐT Hải Phòng nhiều, nên tác giả lựa chọn 20 DNĐT (4 DN thuộc Tổng công ty Công nghiệp tàu thủy, 3 DN thuộc Bộ Quốc phòng, 1 công ty liên doanh và một số DNĐT nhỏ và vừa khác để nghiên cứu). Tổng số lao động toàn ngành ĐT tại Hải Phòng bình quân giai đoạn 2020-2022 là 9.000 người. Năng lực đóng mới được hầu hết các gam tàu chở hàng, tàu chở ô tô, tàu chuyên dụng, tàu công trình,... với yêu cầu kỹ thuật cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế. Giá trị sản xuất công nghiệp toàn ngành luôn chiếm từ 17-18%

giá trị sản xuất công nghiệp toàn thành phố. Ngành ĐT Hải Phòng đã đóng thành công những loạt tàu lớn, hiện đại đến 56.200DWT, năng lực sửa chữa tàu đến 160.000 DWT. Ngành ĐT Hải Phòng đã trở thành trung tâm sản xuất tàu của cả nước, với thị trường xuất khẩu chủ yếu là các nước Anh, Hà Lan, Hàn Quốc, Đức, Na Uy,...”

1.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các DNĐT Hải Phòng thông qua điều tra xã hội học

1.2.1. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm

Năng lực cạnh tranh của DN và năng lực cạnh tranh của sản phẩm luôn được xem xét phân tích trong mối quan hệ thuộc ngành [1]. Theo kết quả điều tra của tác giả thực hiện năm 2022 đã cho thấy vị thế cạnh tranh của các DNĐT tại Hải Phòng như thể hiện tại Bảng 2.

“Dưới con mắt của các chuyên gia kinh tế nước ngoài, năng lực cạnh tranh của các DNĐT tại Hải Phòng còn được đo lường chi tiết trên một số các chỉ tiêu như chi phí nhân công, mức độ mở rộng của nhân hiệu, năng lực đổi mới, mức độ phức hợp của quy trình sản xuất, mức độ mở rộng hoạt động marketing, định hướng khách hàng [3].

Những số liệu cung cấp theo Bảng 2 đã phần nào nói lên thực trạng cạnh tranh còn nhiều hạn chế. Để tiếp cận vấn đề sâu hơn, cần có đánh giá từ 2 phía: DN - là nhân tố chủ động, phản ánh thực trạng nội lực cạnh tranh, xây dựng và phát triển

Bảng 1. Cơ cấu mẫu điều tra

TT	Cơ cấu phần tử mẫu điều tra	Số phiếu phát ra và thu về	
		Số lượng	Tỷ lệ %
1	Doanh nghiệp ngoài quốc doanh	11	55
2	Doanh nghiệp nhà nước	8	40
3	Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	1	5
Tổng		20	100

Nguồn: Theo thống kê của tác giả

chiến lược cạnh tranh và từ phía thành phố với vai trò tạo ra tác nhân và động lực cho cạnh tranh của DN [5].”

1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp đóng tàu Hải Phòng

“Nhìn chung, các DN vẫn tự đánh giá cao chất lượng hàng hóa và dịch vụ của mình và nỗ lực chống lại các xu hướng giảm giá do khủng hoảng và chiến lược giá thấp của các hãng đóng tàu nước ngoài với tiềm lực tài chính mạnh (như Nhật Bản, Ba Lan, Hàn Quốc, Trung Quốc)[2].

Thông qua Bảng 3 có thể thấy hầu hết DN đều hiểu rằng chất lượng của các nguyên liệu đầu vào là yếu tố quan trọng nhất quyết định đến năng lực

Bảng 2. Vị thế cạnh tranh của các DNĐT tại Hải Phòng

Tiêu thức ảnh hưởng	Tàu đánh cá	Sà lan	Ca nô	Tàu du lịch	Tàu chở khách	Tàu container	Tàu vận tải	Sản phẩm cơ khí khác	Dịch vụ sửa chữa
Gia nhập mới thị trường	2.3	2.0	1.8	2.2	1.7	1.7	2.0	1.8	2.4
Sản phẩm thay thế	1.5	1.8	1.8	1.9	1.5	1.8	1.7	1.6	1.8
Cạnh tranh với SP nhập	1.5	1.0	1.0	1.8	1.6	2.6	2.4	2.6	2.4
Chiến lược marketing	2.0	1.8	2.4	2.4	2.1	2.3	2.2	2.4	2.3
Nhà cung cấp	2.0	2.5	2.6	1.9	2.4	1.7	2.2	1.8	2.2
Khách hàng	2.3	2.5	2.6	2.4	2.4	2.3	2.0	1.7	2.3

Trong đó: 1- Không quan trọng; 2- Trung bình; 3- Mạnh mẽ

Nguồn: Thực hiện điều tra xã hội học của tác giả

Bảng 3. Chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp đóng tàu Hải Phòng

TT	Chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh	Mức độ quan trọng		Mức độ đáp ứng	
		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
1	Chất lượng hàng hóa/dịch vụ	4,16	0,318	3,44	0,324
2	Giá cả của hàng hóa/dịch vụ	3,77	0,325	3,63	0,305
3	Khả năng cạnh tranh với các đối thủ trong nước	3,89	0,298	3,24	0,296
4	Khả năng cạnh tranh với các đối thủ ngoài nước	3,98	0,312	2,87	0,310
5	Khả năng tự nâng cao tính cạnh tranh	4,05	0,231	3,12	0,299

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

cạnh tranh nhưng chất lượng sản phẩm hàng hóa ở hầu hết các DN đều đang ở mức trung bình khá [6]. Bên cạnh đó, nếu đem so sánh với các sản phẩm đóng mới của nước ngoài thì sản phẩm đóng mới của các DNĐT Hải Phòng có khả năng cạnh tranh tương đối thấp, chỉ đạt mức 2,87 điểm.”

1.2.3. Các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đóng tàu Hải Phòng đang áp dụng

Một khó khăn trong việc áp dụng hệ thống tiêu

chuẩn này đối với DNĐT là chi phí tư vấn, đào tạo, chứng nhận để được cấp chứng chỉ quốc tế vẫn còn quá cao. Đặc biệt các vấn đề về bí quyết kinh doanh, quyền sở hữu trí tuệ và thương hiệu của DN, sản phẩm ít được các DNĐT đề cập đến.

2. Các giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp đóng tàu Hải Phòng giai đoạn 2023 - 2030

2.1. Giải pháp cắt giảm chi phí

“Khủng hoảng Covid-19 đã thay đổi nhiều khía

Bảng 4. Các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh trong các doanh nghiệp đóng tàu Hải Phòng

TT	Chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh	Mức độ quan trọng		Mức độ đáp ứng	
		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
1	Tăng năng suất	3,67	0,245	4,02	0,313
2	Giảm chi phí	3,56	0,321	3,24	0,288
3	Đổi mới thiết bị, công nghệ	4,31	0,286	3,88	0,315
4	Sản xuất sản phẩm đa dạng	3,66	0,254	3,69	0,299
5	Áp dụng tiêu chuẩn quản lý chất lượng quốc tế	3,33	0,438	4,13	0,277
6	Nâng cao chất lượng nhân lực	4,34	0,298	3,34	0,199
7	Nâng cao chất lượng hàng hóa	4,75	0,301	3,67	0,266
8	Chú trọng xây dựng thương hiệu	4,32	0,298	3,55	0,350

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

niệm cũng như mô hình về chi phí. Đây là chìa khóa mang tính thời đại để DNĐT Hải Phòng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình trong giai đoạn tới. Trong bối cảnh nền kinh tế Hải Phòng đang dần hồi phục, các lãnh đạo DNĐT Hải Phòng phải tiếp tục cân bằng chiến lược cắt giảm chi phí mà không gây ảnh hưởng tới DN, đồng thời chuyển hướng đầu tư cho các yếu tố giúp tăng trưởng.

Giai đoạn 2023-2030, các DNĐT Hải Phòng cần phải ổn định doanh thu bằng các biện pháp cắt giảm chi phí, như: (1) tái cấu trúc khu vực sản xuất, thực hiện đổi mới công nghệ sản xuất và cải tiến quy trình sản xuất đóng tàu theo serie; (2) thiết kế cơ cấu tổ chức tinh gọn, tối thiểu hóa thời gian chờ việc của công; (4) thiết kế hệ thống quản trị chuỗi cung ứng đảm bảo thông suốt giữa các công đoạn sản xuất; (5) xác định lượng vật tư, hàng hóa tồn kho tối ưu theo hướng tối thiểu hóa chi phí tồn trữ.

2.2. Hoạch định và quản lý chiến lược phát huy lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng

Các DNĐT Hải Phòng cần có định hướng phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ như sản xuất linh kiện, phụ tùng, từ đó hình thành chuỗi cung ứng. Đây là chiến lược vừa giúp DNĐT Hải Phòng chủ động tăng cường chuỗi cung ứng nội địa, liên kết tốt hơn giữa các DNĐT trên cả nước và ở nước ngoài giúp hạn chế tác động của sự gián đoạn chuỗi cung ứng, vừa đảm bảo giúp các DNĐT Hải Phòng vừa tận dụng được cơ hội từ thị trường để phát triển.

2.3. Phát triển các kỹ năng kinh doanh nhằm khai thác hiệu quả nội lực, xây dựng và củng cố năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp đóng tàu Hải Phòng

Toàn bộ các kỹ năng kinh doanh của các DNĐT Hải Phòng chủ yếu tập trung ở 2 nhóm vấn đề chính:

Tìm kiếm thị trường

Bằng cách cải tiến kỹ thuật bán hàng, phát triển thêm sản phẩm mới; nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng khả năng tìm kiếm thị trường

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Hàng hải Việt Nam trong đề tài mã số: DT22-23.98.

thông qua việc thiết lập hệ thống thông tin marketing hữu hiệu.”

Nâng cao hiệu quả hoạt động marketing

- Đa dạng hóa sản phẩm: vừa cho phép DN khai thác lợi thế quy mô nhờ giảm chi phí phân bổ trên mỗi sản phẩm, đồng thời tạo cơ hội cho khách hàng có sự lựa chọn phong phú hơn phù hợp với nhu cầu cá biệt.

“- Phát triển thương hiệu: các DNĐT Hải Phòng trong suốt thời gian dài chưa quan tâm thích đáng đến xây dựng thương hiệu. Một phần vì giá trị của thương hiệu thấp, thêm vào đó là nhận thức của các chủ DN cũng chưa đầy đủ cả về chuyên môn và tính pháp lý của thương hiệu. Để phát triển và nâng cao giá trị thương hiệu, cần: một là, nhận thức rõ vai trò thương hiệu từ đó có chiến lược xây dựng thương hiệu; hai là, có chính sách đủ mạnh để nuôi dưỡng và định vị thương hiệu trong tâm trí của khách hàng mục tiêu.

2.4. Hoàn thiện một số chính sách vĩ mô, tăng cường sự trợ giúp từ phía thành phố Hải Phòng đối với sự phát triển của các doanh nghiệp đóng tàu

Định hướng cơ bản cho việc tăng cường hỗ trợ của thành phố tập trung vào những lĩnh vực sau:

- Hoàn thiện môi trường pháp lý, bảo đảm cho các DN thuộc mọi thành phần kinh tế đều hoạt động bình đẳng.”

- Đơn giản hóa các quy định hành chính

- Đẩy mạnh thực hiện khuyến khích đầu tư trong nước

- Đồng bộ hóa hệ thống chính sách trợ giúp phát triển DNĐT.

3. Kết luận

Tóm lại, từ những phân tích đánh giá của bài báo đã phần nào phản ánh đầy đủ năng lực cạnh tranh hạn chế của các DNĐT Hải Phòng, từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh của Hải Phòng. Hi vọng khi áp dụng các giải pháp trên vào thực tế hoạt động, các DNĐT Hải Phòng sẽ nâng cao được năng lực cạnh tranh của mình, từ đó có chỗ đứng vững chắc trên thị trường trong nước và quốc tế ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương (2014). *Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong thương mại quốc tế*. NXB Công Thương, Hà Nội.
2. Sở Kế hoạch và Đầu tư Hải Phòng (2020). *Tổng quan về cạnh tranh công nghiệp Hải Phòng*.
3. Sở Kế hoạch và Đầu tư Hải Phòng. Báo cáo định hướng chiến lược và chính sách phát triển doanh nghiệp Hải Phòng đến năm 2030.
4. WEF (2020). *Báo cáo về khả năng cạnh tranh toàn cầu*, trang 84.
5. Báo Diễn đàn Kinh tế thế giới (2021). *Báo cáo cạnh tranh toàn cầu 2020 - 2021*.
6. Ngô Quang Dũng (2012). Các doanh nghiệp đóng tàu tại Hải Phòng nỗ lực vượt khó. Truy cập tại: <https://nhandan.vn/cac-doanh-nghiep-dong-tau-tai-hai-phong-no-luc-vuot-kho-post565929.html>.

Ngày nhận bài: 1/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/12/2022

Thông tin tác giả:

TS. HOÀNG THỊ THÚY PHƯƠNG

Khoa Quản trị - Tài chính

Trường Đại học Hàng hải Việt Nam

**SOLUTIONS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS
OF SHIPBUILDING COMPANIES
IN HAI PHONG CITY**

● **PhD. HOANG THI THUY PHUONG**

Faculty of Management - Finance, Hai Phong University

ABSTRACT:

The competition is getting more intense as economic integration gets deeper and wider. Integration would help companies have opportunities to access to new equipment, technologies, management techniques, markets, and international business partnerships. However, shipbuilding companies in Hai Phong city also face numerous challenges brought by the integration. These challenges include the merger and acquisition from large enterprises and the competition from imported parts and goods. As a result, shipbuilding companies in Hai Phong city have to actively seek for solutions to improve their competitiveness in the coming time. This paper presents some solutions to improve the competitiveness of shipbuilding companies in Hai Phong city.

Keywords: competition, businesses's competitiveness, shipbuilding company, Hai Phong.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY TÁC ĐỘNG CỦA VƯỜN ƯƠM TRONG CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẾN PHÁT TRIỂN Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN

● BÙI TRUNG HẢI - TRẦN HOÀI NAM

TÓM TẮT:

Vườn ươm doanh nghiệp (VÚDN) trong các trường đại học (TĐH) ở nước ta được hình thành, phát triển mạnh mẽ những năm gần đây. Các VÚDN đã có tác động tích cực đến việc thúc đẩy ý tưởng khởi nghiệp (YTKN) của sinh viên (SV) các TĐH. Trong phạm vi bài viết, trên cơ sở nghiên cứu những tác động của VÚDN trong các TĐH tới phát triển YTKN của SV, tập thể tác giả đề xuất một số giải pháp phát huy tác động tích cực của VÚDN đến quá trình khởi nghiệp của SV trong thời gian tới.

Từ khóa: trường đại học, khởi nghiệp, sinh viên, vườn ươm.

1. Đặt vấn đề

VÚDN trong các TĐH là một bộ phận của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia với vai trò thúc đẩy và ươm tạo các YTKN, đổi mới sáng tạo trong SV. Đây là mô hình hỗ trợ toàn diện được TĐH tài trợ hướng tới các nhóm khởi nghiệp SV, doanh nghiệp khởi sự mới thành lập thông qua hoạt động cung cấp các dịch vụ dùng chung, đào tạo, hỗ trợ tài chính, tư vấn và hỗ trợ kêu gọi đầu tư. Việc nghiên cứu, đánh giá toàn diện những tác động của VÚDN trong TĐH đến YTKN của SV hiện nay là cần thiết.

2. Tác động của vườn ươm doanh nghiệp trong các trường đại học đến ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên

2.1. Mô hình nghiên cứu

Nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu tác động của VÚDN trong các TĐH tới YTKN của SV

với 4 nhân tố, gồm: Chương trình đào tạo, kiến thức, kỹ năng; Môi trường phát triển YTKN; Hoạt động thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và Khả năng kết nối. Thang đo các nhân tố trong mô hình nghiên cứu là thang đo Likert 5 mức độ, bao gồm: 1) Hoàn toàn không đồng ý; 2) Không đồng ý; 3) Bình thường; 4) Đồng ý; 5) Hoàn toàn đồng ý. (Bảng 1, Bảng 2)

2.2. Mẫu nghiên cứu

Nhóm nghiên cứu sử dụng các phương pháp phân tích Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của thang đo; sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) để phân tích các thang đo lường nhân tố ảnh hưởng đến YTKN của SV các TĐH. Quy mô mẫu nghiên cứu được xác định theo quan điểm của Hair và cộng sự (2014) với kích thước mẫu tối thiểu để sử dụng EFA là 50, tốt hơn là từ 100 trở lên [2]. Nhóm nghiên cứu tiến hành phát

Bảng 1. Thang đo ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên (1)

Mã hóa	Nhân tố/biến quan sát
YD1	Tôi dự định trở thành chủ doanh nghiệp thay vì làm nhân viên
YD2	Tôi sẽ xây dựng một kế hoạch khởi nghiệp trong những năm tới
YD3	Tôi sẽ khuyến khích mọi người khởi nghiệp
YD4	Tôi không sợ việc khởi nghiệp không thành công
YD5	Những người xung quanh tôi thúc giục tôi khởi nghiệp

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

Bảng 2. Thang đo các nhân tố tác động của VUSDN trong các trường đại học(1)

Mã hóa	Nhân tố/biến quan sát
CT	Cung cấp các chương trình đào tạo kiến thức, kỹ năng
CT1	Các phương pháp giảng dạy trong chương trình đào tạo giúp cho tôi nhận thức rõ ràng hơn về khởi nghiệp
CT2	Các bài giảng trong chương trình đào tạo, các thầy/cô/người hướng dẫn phân tích các tình huống kinh doanh thực tế
CT3	Chương trình đào tạo có sử dụng những trò chơi mô phỏng hoạt động kinh doanh
CT4	Các giảng viên khuyến khích tư duy dựa trên thiết kế và thực hành phản xạ
CT5	Các chương trình đào tạo của vườn ươm cung cấp đầy đủ kiến thức về khởi nghiệp
CT6	Các chương trình đào tạo của vườn ươm trang bị những kỹ năng cần thiết để xây dựng kế hoạch khởi nghiệp
MT	Tạo môi trường phát triển YTKN
MT1	VUSDN là một nơi tuyệt vời để học cách bắt đầu kinh doanh của riêng một người
MT2	Cộng đồng học thuật của VUSDN cho thấy sự sẵn lòng tư vấn về bất kỳ vấn đề nào liên quan đến kinh doanh
MT3	VUSDN là nơi lý tưởng để học những điều cần thiết trước khi bắt đầu kinh doanh
MT4	VUSDN có cơ sở hạ tầng phát triển tốt và môi trường khuyến khích tinh thần kinh doanh
TĐ	Thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp
TĐ1	VUSDN tổ chức các cuộc thi cho các ý tưởng kinh doanh của SV
TĐ2	VUSDN thúc đẩy các doanh nghiệp do SV tạo ra thông qua các hình thức hỗ trợ tài chính
TĐ3	Nhiều dự án kinh doanh được ươm tạo tại VUSDN có thể khuyến khích SV khởi nghiệp
TĐ4	Giảng viên tham gia vào các dự án khác nhau nhằm phát triển các sản phẩm sáng tạo mới
TĐ5	VUSDN cung cấp khả năng tuyệt vời để sử dụng các trung tâm đổi mới và phòng thí nghiệm
TĐ6	VUSDN cung cấp các điều kiện để thực hiện nghiên cứu và thí nghiệm
KN	Khả năng kết nối
KN1	VUSDN có mạng lưới đối tác kinh doanh rộng khắp
KN2	Các giảng viên của trường tích cực khuyến khích hợp tác với các doanh nghiệp kinh doanh để có thể tư vấn về các vấn đề phát sinh trong quá trình khởi nghiệp của SV

Mã hóa	Nhân tố/biến quan sát
KN3	VUSDN cung cấp hợp tác với các nhà đầu tư thiên thần và quỹ đầu tư mạo hiểm để thu hút các khoản đầu tư cho các dự án khởi nghiệp
KN4	Tôi luôn có khả năng tham khảo và sử dụng mạng lưới các nhà cố vấn kinh doanh của VUSDN
KN5	Tôi có thể bắt đầu kinh doanh và dễ dàng tìm thấy người có thể chấp nhận và chia sẻ ý tưởng của tôi
KN6	VUSDN có một cộng đồng (câu lạc bộ, mạng lưới), nơi tôi có thể tìm thấy một thành viên trong nhóm dựa trên năng lực được yêu cầu

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

phiếu khảo sát tới 300 SV đáp ứng được yêu cầu. Sau khi khảo sát và làm sạch dữ liệu, nhóm nghiên cứu thu được 243 phiếu khảo sát hợp lệ (chiếm tỷ lệ 81%). Phiếu khảo sát được gửi tới một số TĐH trong những năm gần đây đã có hoạt động ươm tạo của các VUSDN và có nhiều thành tựu nổi bật. Ở miền Bắc là TĐH Kinh tế quốc dân, TĐH Ngoại thương; ở miền Trung là Đại học Đà Nẵng, Đại học Huế; ở miền Nam là Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Cần Thơ. Nhóm nghiên cứu thiết kế phiếu khảo sát online và khảo sát qua kênh các VUSDN trong các TĐH. Phiếu được gửi qua email của những SV đã và đang tham gia các Chương trình khởi nghiệp, các khóa đào tạo về kiến thức, kỹ năng khởi nghiệp do các VUSDN trong các TĐH tổ chức. Cụ thể như Bảng 3.

Bảng 3. Thống kê các trường đại học tham gia các Chương trình khởi nghiệp, các khóa đào tạo về kiến thức, kỹ năng khởi nghiệp do các VUSDN trong các TĐH tổ chức

Trường	Số quan sát	Tỷ lệ
Trường ĐH Kinh tế quốc dân	48	9,88
Trường ĐH Ngoại thương	36	7,41
ĐH Huế	39	8,02
ĐH Đà Nẵng	42	8,64
Trường ĐH Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh	40	8,23
ĐH Cần Thơ	38	7,82
Tổng số	243	100

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Đối với thang đo YTKN của SV, kết quả phân tích cho thấy độ tin cậy là 0,848 (lớn hơn 0,7), đảm bảo đo lường tốt. Hệ số tương quan Biến - Tổng tương ứng với các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Hệ

Bảng 4. Độ tin cậy của thang đo các biến sử dụng trong mô hình

Thang đo	Nội dung	Biến quan sát còn lại	Biến quan sát bị loại	Cronbach's Alpha của thang đo
YD	YTKN của SV	5	-	0,848
CT	VUSDN cung cấp các chương trình đào tạo kiến thức, kỹ năng	5	CT6	0,879
MT	VUSDN tạo môi trường phát triển YTKN	4	-	0,966
TD	VUSDN thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp	5	TD6	0,801
KN	VUSDN cung cấp khả năng kết nối	6	-	0,977

Nguồn: Kết quả tính toán từ mẫu nghiên cứu

số Cronbach's Alpha nếu loại biến của các biến quan sát đều có giá trị nhỏ hơn hệ số Cronbach's Alpha của thang đo cũng phản ánh không cần phải loại bỏ biến quan sát nào để thang đo tốt hơn.

Kết quả phân tích đối với các nhân tố phản ánh tác động của VƯDN trong các TĐH tới YTKN của SV cho thấy hệ số Cronbach's Alpha chung của các nhân tố đều thỏa mãn lớn hơn 0,7, đảm bảo đo lường tốt. Tuy nhiên, đối với từng nhân tố khi được sử dụng để đo lường ý kiến đánh giá của SV theo các biến quan sát, một số biến quan sát có hệ số tương quan Biến - Tổng nhỏ hơn 0,3. Vì vậy, để đảm bảo đo lường tốt hơn các nhân tố ảnh hưởng, các biến quan sát CT6, TD6 sẽ bị loại bỏ khỏi thang đo.

3.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Đối với YTKN của SV: Kết quả phân tích nhân tố khám phá đối với YTKN của SV các TĐH có hệ số KMO = 0,83 > 0,5 và Sig. Bartlett's Test = 0,000 < 0,05, như vậy, mẫu nghiên cứu là phù hợp. Với YTKN của SV chỉ trích xuất được một nhân tố duy nhất, nhân tố này giải thích được 65,021% sự thay đổi của bộ dữ liệu. Các biến quan sát của thang đo YTKN của SV đều có hệ số tải nhân tố (factor loading) lớn hơn 0,5, vì vậy đảm bảo giá trị hội tụ. (Bảng 5)

Đối với các nhân tố phản ánh vai trò của VƯDN trong các TĐH

Kết quả phân tích nhân tố khám phá đối với các nhân tố ảnh hưởng đến YTKN của SV các TĐH có hệ số KMO = 0,833 > 0,5 và Sig. Bartlett's Test = 0,000 < 0,05, chứng tỏ mẫu nghiên cứu là phù hợp.

Với 20 biến quan sát đo lường các nhân tố phản ánh vai trò của VƯDN trong các TĐH trích xuất được 4 nhân tố, 4 nhân tố này giải thích được 76,789% sự thay đổi của bộ dữ liệu. Các biến quan sát của thang đo các nhân tố phản ánh vai trò của VƯDN đều có hệ số tải nhân tố (factor loading) lớn hơn 0,5 tại các nhân tố tương ứng, đảm bảo giá trị hội tụ. Bên cạnh đó, kết quả phân tích cho thấy không có biến quan sát nào có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 tại 2 nhân tố trở lên, đảm bảo giá trị phân biệt. Như vậy, các biến quan sát của từng nhân tố đảm bảo giá trị hội tụ theo thang đo các nhân tố mà nhóm nghiên cứu sử dụng, không có hiện tượng thay đổi biến quan sát trong các nhân tố. (Bảng 6)

3.3. Tác động của vườn ươm doanh nghiệp tới quá trình phát triển ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên các trường đại học

Nhóm nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy bội với biến phụ thuộc là YTKN của SV các TĐH (YD) và biến độc lập bao gồm 4 biến là các nhân tố phản ánh vai trò của VƯDN trong TĐH. Mô hình hồi quy bội phản ánh ảnh hưởng của các nhân tố phản ánh vai trò của VƯDN trong TĐH ảnh hưởng đến YTKN của SV các TĐH có dạng:

$$YD = \beta_0 + \beta_1CT + \beta_2MT + \beta_3TD + \beta_4KN$$

Kết quả phân tích hồi quy bội cụ thể như sau:

Mô hình hồi quy có R² = 0,491 phản ánh mô hình hồi quy bội giải thích được 49,1% sự thay đổi của YTKN của SV các TĐH trong mối liên hệ với các nhân tố phản ánh vai trò của VƯDN trong TĐH.

Bảng 5. Ma trận nhân tố - YTKN của SV

Mã hoá	Nội dung	Component 1
YD2	Tôi sẽ xây dựng một kế hoạch khởi nghiệp trong những năm tới	,897
YD5	Những người xung quanh tôi thúc giục tôi khởi nghiệp	,888
YD4	Tôi không sợ việc khởi nghiệp không thành công	,847
YD3	Tôi sẽ khuyến khích mọi người khởi nghiệp	,760
YD1	Tôi dự định trở thành chủ doanh nghiệp thay vì làm nhân viên	,601

Nguồn: Kết quả tính toán từ mẫu nghiên cứu

Bảng 6. Ma trận xoay các nhân tố phản ánh vai trò của vườn ươm doanh nghiệp

Mã hoá	Nội dung	Component			
		1	2	3	4
KN1	VÚDN có mạng lưới đối tác kinh doanh rộng khắp	0,972			
KN6	VÚDN có một cộng đồng (câu lạc bộ, mạng lưới), nơi tôi có thể tìm thấy một thành viên trong nhóm dựa trên năng lực được yêu cầu	0,97			
KN2	Các giảng viên của trường tích cực khuyến khích hợp tác với các doanh nghiệp kinh doanh để có thể tư vấn về các vấn đề phát sinh trong quá trình khởi nghiệp của SV	0,963			
KN3	VÚDN cung cấp hợp tác với các nhà đầu tư thiên thần và quỹ đầu tư mạo hiểm để thu hút các khoản đầu tư cho các dự án khởi nghiệp	0,959			
KN4	Tôi luôn có khả năng tham khảo và sử dụng mạng lưới các nhà cố vấn kinh doanh của VÚDN	0,944			
KN5	Tôi có thể bắt đầu kinh doanh và dễ dàng tìm thấy người có thể chấp nhận và chia sẻ ý tưởng của tôi	0,869			
MT3	VÚDN là nơi lý tưởng để học những điều cần thiết trước khi bắt đầu kinh doanh		0,959		
MT1	VÚDN là một nơi tuyệt vời để học cách bắt đầu kinh doanh của riêng một người		0,957		
MT4	VÚDN có cơ sở hạ tầng phát triển tốt và môi trường khuyến khích tinh thần kinh doanh		0,956		
MT2	Cộng đồng học thuật của VÚDN cho thấy sự sẵn lòng tư vấn về bất kỳ vấn đề nào liên quan đến kinh doanh		0,942		
CT5	Các chương trình đào tạo của vườn ươm cung cấp đầy đủ kiến thức về khởi nghiệp			0,861	
CT2	Các bài giảng trong chương trình đào tạo, các thầy/cô/người hướng dẫn phân tích các tình huống kinh doanh thực tế			0,828	
CT1	Các phương pháp giảng dạy trong các chương trình đào tạo giúp cho tôi nhận thức rõ ràng hơn về khởi nghiệp			0,805	
CT3	Chương trình đào tạo có sử dụng những trò chơi mô phỏng hoạt động kinh doanh			0,804	
CT4	Các giảng viên khuyến khích tư duy dựa trên thiết kế và thực hành phản xạ			0,771	
TD1	VÚDN tổ chức các cuộc thi cho các ý tưởng kinh doanh của SV				0,782
TD3	Nhiều dự án kinh doanh được ươm tạo tại VÚDN có thể khuyến khích SV khởi nghiệp				0,779
TD5	VÚDN cung cấp khả năng tuyệt vời để sử dụng các trung tâm đổi mới và phòng thí nghiệm				0,752
TD2	VÚDN thúc đẩy các doanh nghiệp do SV tạo ra thông qua các hình thức hỗ trợ tài chính				0,716
TD4	Giảng viên tham gia vào các dự án khác nhau nhằm phát triển các sản phẩm sáng tạo mới				0,706

Nguồn: Kết quả tính toán từ mẫu nghiên cứu

Kết quả phân tích phương sai ANOVA, nhằm kiểm định sự phù hợp của mô hình hồi quy có giá trị F quan sát là 57,363 với giá trị P-value (Sig.) là 0.000 nhỏ hơn mức ý nghĩa 0,05. Vì vậy, mô hình hồi quy là phù hợp để mô tả mối liên hệ giữa các nhân tố tới YTKN của SV các TĐH.

Việc đánh giá tác động cụ thể của từng nhân tố tới YTKN của SV được thể hiện qua các hệ số hồi quy trong mô hình hồi quy, các hệ số này được xác định bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất, kết quả tính toán từ mẫu điều tra được trình bày trong Bảng 7.

về mọi mặt để tạo điều kiện cho SV có môi trường tốt nhất để phát triển YTKN của mình.

Nhân tố CT có tác động mạnh thứ hai tới YTKN của SV với hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,34. Mặc dù thực trạng SV hiện nay đánh giá chưa thực sự cao đối với các chương trình đào tạo, kiến thức, kỹ năng cho SV, tuy nhiên, nhân tố này có tác dụng tích cực đối với việc phát triển YTKN của SV. Vì vậy, các VUĐN trong TĐH cần nghiên cứu kỹ hơn để tìm ra những giải pháp nhằm đảm bảo những chương trình đào tạo kiến thức, kỹ năng cho SV phù hợp hơn với đối tượng người học,

Bảng 7. Hệ số hồi quy

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,626	0,384		-4,229	0,000		
	CD	0,366	0,051	0,340	7,121	0,000	0,936	1,068
	TDHV	0,365	0,041	0,422	8,919	0,000	0,957	1,045
	CQ	0,466	0,081	0,265	5,724	0,000	0,998	1,002
	KS	0,181	0,037	0,229	4,874	0,000	0,973	1,028

a. Dependent Variable: YD

Nguồn: Kết quả tính toán từ mẫu nghiên cứu

Kết quả hồi quy cho thấy, các hệ số hồi quy của các nhân tố mang giá trị dương và giá trị P_value (Sig.) của từng nhân tố đều nhỏ hơn 0,05, chứng tỏ các nhân tố phản ánh vai trò của VUĐN trong TĐH đều có tác động tích cực tới YTKN của SV các TĐH. Do đó, việc cải thiện các nhân tố phản ánh vai trò của VUĐN trong TĐH tăng lên sẽ thúc đẩy YTKN của SV cũng tăng theo.

Kết quả hồi quy cho thấy, nhân tố MT có tác động mạnh nhất tới YTKN của SV với hệ số hồi quy chuẩn hóa (Beta) là 0,422. Kết quả này cũng cho thấy sự phù hợp của kết quả nghiên cứu với thực tế hoạt động của các VUĐN trong các TĐH, trong đó, nhiệm vụ tạo môi trường để phát triển các YTKN của SV là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của các VUĐN. Như vậy, để thúc đẩy mạnh mẽ hơn quá trình phát triển YTKN của SV, các VUĐN trong TĐH cũng cần đầu tư nhiều hơn

cũng như chất lượng tốt hơn nữa để có thể thúc đẩy một cách mạnh mẽ hơn không chỉ nhận thức của SV đối với khởi nghiệp mà còn hỗ trợ SV trong quá trình phát triển YTKN.

Nhân tố TD tác động mạnh thứ ba tới YTKN của SV với hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,265 và nhân tố KN tác động yếu nhất tới YTKN của SV với hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,229. Mặc dù tác động yếu hơn so với nhân tố MT và CT nhưng sự tác động của 2 nhân tố TD và KN có ý nghĩa thống kê và có tác động tích cực tới YTKN của SV. Vì vậy, việc xác định những giải pháp nhằm cải thiện những nhân tố này cũng giúp thúc đẩy sự phát triển YTKN của SV các TĐH.

4. Một số giải pháp cần thực hiện

Một là, cung cấp các chương trình đào tạo kiến thức, kỹ năng cho SV. VUĐN trong các TĐH cần thiết kế, xây dựng các chương trình đào tạo nhằm

giúp cho SV có thể nhận thức rõ ràng hơn về hoạt động khởi nghiệp. Các chương trình đào tạo này cần trang bị cho SV những kiến thức cơ bản về khởi nghiệp, như: khởi nghiệp là gì, vai trò của hoạt động khởi nghiệp, các bước xây dựng và triển khai YTKN... Cần sử dụng linh hoạt những phương pháp giảng dạy sáng tạo, áp dụng các trò chơi mô phỏng hoạt động kinh doanh để SV có thể phát triển tư duy sáng tạo và thực hành phản xạ đối với những tình huống kinh doanh.

Hai là, tạo môi trường thúc đẩy YTKN của SV. VUSDN trong các TĐH cần tăng cường khả năng kết nối giữa các cộng đồng học thuật với SV thông qua tổ chức các buổi tập huấn, khóa đào tạo... khởi nghiệp. Các TĐH cần quan tâm hơn nữa đối với hoạt động của các VUSDN thông qua các hoạt động phát triển cơ sở hạ tầng và môi trường khuyến khích YTKN. Tăng cường đầu tư về cơ sở vật chất cho các VUSDN như xây dựng các không gian làm việc chung, các phòng hội thảo... để SV tìm hiểu, phát triển YTKN.

Ba là, tổ chức các hoạt động thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp của SV. VUSDN cần phát triển các mối quan hệ đa phương với doanh nghiệp, các quỹ đầu tư mạo hiểm, các nhà đầu tư thiên thần... để xây dựng các quỹ hỗ trợ về tài chính cho các dự án khởi nghiệp của SV. Các TĐH cần liên kết tổ chức những buổi kết nối YTKN cho SV, hình thành những đội, nhóm chung ý tưởng, để YTKN được phát triển mạnh mẽ với chất lượng cao hơn. Duy trì những cuộc thi về khởi nghiệp trong SV, chú trọng công tác truyền thông để tinh thần khởi nghiệp được lan tỏa rộng rãi.

Bốn là, tăng cường sự kết nối của SV. VUSDN trong TĐH đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa giảng viên của trường, giảng viên doanh

nh nghiệp để có thể tư vấn các vấn đề phát sinh trong quá trình khởi nghiệp của SV. Các trường cần tạo những cơ chế, chính sách phù hợp để tăng cường hợp tác giữa VUSDN với các doanh nghiệp thông qua các hội thảo, tọa đàm nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của các VUSDN. Chú trọng nâng cao năng lực đội ngũ cố vấn của các VUSDN nhằm phát triển YTKN của SV. Các VUSDN chủ động cử nhân lực tham gia những chương trình đào tạo nâng cao trình độ, năng lực để có thể giải quyết những vấn đề phát sinh trong quá trình phát triển YTKN của SV.

Năm là, bảo đảm tài chính cho hoạt động của các VUSDN. VUSDN trong các TĐH có vai trò cầu nối quan trọng giữa các nhà đầu tư thiên thần, các quỹ đầu tư mạo hiểm để thu hút các khoản đầu tư cho các dự án khởi nghiệp của SV. Do đó, cần xây dựng những chương trình, kế hoạch chi tiết cho các hoạt động hỗ trợ đối với các dự án khởi nghiệp của SV để các nhà đầu tư thiên thần, các quỹ đầu tư mạo hiểm có những thông tin chi tiết, cụ thể hơn đối với từng dự án khởi nghiệp của SV, từ đó giúp họ đưa ra những quyết định đầu tư chuẩn xác hơn.

5. Kết luận

Việc phát triển VUSDN trong các TĐH một mặt thúc đẩy phong trào NCKH trong cán bộ và SV, mặt khác góp phần phát triển YTKN của SV, tạo điều kiện cho SV có nhiều cơ hội cọ sát với thực tế, “học đi đôi với hành”. Từ việc đánh giá đầy đủ tác động của VUSDN, các nhà trường cần thực hiện một cách đồng bộ hệ giải pháp nhằm phát huy vai trò tích cực của các vườn ươm đến YTKN của SV. Hoạt động này góp phần nâng cao vai trò của TĐH trong hệ sinh thái khởi nghiệp, từng bước đưa TĐH trở thành chủ thể của quá trình khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Baubonienė, Ž., Hahn, K. H., Puksas, A., & Malinauskienė, E. (2018). Factors influencing student entrepreneurship intentions: The case of lithuanian and South Korean universities. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(2), 854-871.
2. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. UK: Pearson Education Limited.

3. Chính phủ(2017). *Quyết định số 1665/QĐ-TTg, ngày 30/10/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, SV khởi nghiệp đến năm 2025”*.
4. Chính phủ(2016). *Quyết định số 844/QĐ-TTg, ngày 18/5/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2015”*.
5. Nguyễn Thị Thu Trang, Lưu Thúy Hạnh (2020). Vai trò của VÚDN trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp - Trường hợp của Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo FTU (FIIS). *Tạp chí Kinh tế đối ngoại*, số 113, tháng 3/2020.

Ngày nhận bài: 8/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/12/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. BÙI TRUNG HẢI

Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh

2. ThS. TRẦN HOÀI NAM

Khoa Thống kê, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

SOME SOLUTIONS TO PROMOTE THE POSITIVE IMPACTS OF BUSINESS INCUBATORS IN UNIVERSITIES ON THE START-UP PROCESS OF STUDENTS

● Ph.D **BUI TRUNG HAI**¹

● Master. **TRAN HOAI NAM**²

¹Ho Chi Minh Communist Youth Union Central Committee

²Faculty of Statistics, National Economics University

ABSTRACT:

Business incubators in universities in Vietnam have been established and grown strongly in recent years. Business incubators have promoted university students's business ideas and entrepreneurship. By analyzing the impacts of business incubators on the entrepreneurship of students, this study proposes some solutions to promote business incubators' positive impacts on the start-up process of students in the coming time.

Keywords: university, startup, student, incubator.

MÔ HÌNH CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH CHUYỂN ĐỔI CÔNG VIỆC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG NGÀNH DU LỊCH TẠI MŨI NÉ

● ĐỖ THỊ HOÀNG YẾN - BÙI THỊ NHÂN - LÊ THỊ TÚ TRINH - TRẦN LAN KIỀU

TÓM TẮT:

Bài viết xác định và phân tích sự tác động của các nhân tố tác động đến việc chuyển đổi công việc của người lao động trong ngành Du lịch tại khu vực Mũi Né. Từ đó, đưa ra những chiến lược giúp các doanh nghiệp thu hút và giữ chân nhân lực lâu dài cho doanh nghiệp. Việc xây dựng đội ngũ nhân lực ổn định sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm được các khoản chi phí lao động (chi phí tuyển dụng, chi phí đào tạo), tiết kiệm được thời gian hội nhập, giảm thiểu các sai sót trong quá trình làm việc đối với nhân viên mới, đảm bảo được các “thông tin mật” của doanh nghiệp.

Từ khóa: chuyển đổi công việc, người lao động, ngành Du lịch, Mũi Né.

1. Đặt vấn đề

Sự cạnh tranh về lao động trên thị trường chuyển đổi công việc của doanh nghiệp du lịch ngày càng cao, khiến phần nhiều người lao động trong ngành có ý định chuyển đổi công việc hoặc chuyển đổi doanh nghiệp lao động, đặc biệt rơi vào thời điểm sau Tết Nguyên đán. Sự bùng nổ của các khu nghỉ dưỡng trong giai đoạn bình thường mới đã tăng thêm sự gay gắt trong việc thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao. Thêm vào đó, lao động du lịch với chuyên môn và kỹ năng tốt - phù hợp với các vị trí trưởng ca, giám sát còn ít, trong khi nhu cầu nhân lực ở phân khúc này thường cao và khó tìm được lao động phù hợp.

Ngoài các yếu tố tiền lương, phúc lợi mang tính cạnh tranh cao, môi trường làm việc cũng là một nhân tố quan trọng trong việc tác động đến ý định chuyển đổi công việc của người lao động.

Trong khi đó, yêu cầu tuyển dụng đầu vào của ngành Du lịch thường được áp dụng các tiêu chí khắt khe hơn so với các ngành nghề khác như trình độ học vấn, ngoại ngữ, ngoại hình, đạo đức, khả năng đáp ứng yêu cầu và tính chất của công việc... Khi môi trường làm việc và các chế độ chính sách không thỏa mãn được sự kỳ vọng của người lao động, thiếu sự quan tâm của các cấp quản lý, cộng với các yếu tố khách quan từ bên ngoài sẽ khiến người lao động dễ dàng xuất hiện ý định chuyển đổi công việc với vị trí làm việc và chế độ phúc lợi hấp dẫn hơn.

Việc tạo ra môi trường làm việc thân thiện, hòa đồng, gắn kết, có lộ trình thăng tiến rõ ràng, lành mạnh chính là một lợi thế cạnh tranh để tạo dựng hình ảnh cho doanh nghiệp, xây dựng đội ngũ người lao động giỏi về chuyên môn, chuyên nghiệp và trung thành.

Do đó, việc xây dựng mô hình phân tích các nhân tố tác động đến ý định chuyển đổi công việc của người lao động trong ngành Du lịch có ý nghĩa rất quan trọng đối với các doanh nghiệp trong việc duy trì ổn định nguồn nhân lực chất lượng, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của tổ chức, tạo dựng được uy tín và thương hiệu của doanh nghiệp.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài: Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định chuyển đổi công việc của lao động trong ngành Du lịch.

Đối tượng khảo sát của đề tài: Người lao động trong ngành Du lịch tại khu vực Mũi Né.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả kết hợp 2 phương pháp: Phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Cụ thể:

- Nghiên cứu định tính: Sử dụng phương pháp thảo luận nhóm, tham khảo ý 11 chuyên gia trong mảng nhân sự của các doanh nghiệp tại Mũi Né. Trên cơ sở đó, điều chỉnh lại mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu sao cho phù hợp với điều kiện thực tế tại địa phương.

- Nghiên cứu định lượng: Thông qua việc khảo sát dựa trên bảng câu hỏi được thiết kế sẵn, mẫu khảo sát trong nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp lấy mẫu phi xác suất, tác giả sẽ phát trực tiếp bảng hỏi cho người được khảo sát. Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0 để đưa ra kết quả nghiên cứu.

3. Cơ sở lý luận

3.1. Các lý thuyết liên quan đến ý định chuyển đổi công việc

Theo lý thuyết Maslow (1943), đưa ra tháp nhu cầu gồm 5 nhu cầu cơ bản: nhu cầu sinh lý, nhu cầu an toàn, nhu cầu xã hội, nhu cầu được tôn trọng, nhu cầu thể hiện. Các nhu cầu này được sắp xếp tăng dần, khi các nhu cầu cấp thấp được thỏa mãn thì nhu cầu cao hơn kế tiếp sẽ xuất hiện.

- Nhu cầu cơ bản (basic needs)
- Nhu cầu về an toàn (safety needs)

- Nhu cầu về xã hội (social needs)
- Nhu cầu về được quý trọng (esteem needs)
- Nhu cầu được thể hiện mình (self-actualizing needs)

Đến những năm 1970 và 1990, tháp nhu cầu này đã được Maslow hiệu chỉnh thành 7 bậc và cuối cùng là 8 bậc, với sự xuất hiện của nhu cầu về thẩm mỹ và nhu cầu về nhận thức. Thứ tự của các bậc được điều chỉnh như sau:

- Nhu cầu cơ bản (basic needs)
- Nhu cầu về an toàn (safety needs)
- Nhu cầu về xã hội (social needs)
- Nhu cầu về được quý trọng (esteem needs)
- Nhu cầu về nhận thức (cognitive needs)
- Nhu cầu về thẩm mỹ (aesthetic needs)
- Nhu cầu được thể hiện mình (self-actualizing needs)
- Sự siêu nghiệm (transcendence).

Hiện nay, lý thuyết Maslow vẫn luôn là “kim chỉ nam” cho việc nghiên cứu các lý thuyết động viên. Theo đó, khi nhu cầu của con người ngày càng đa dạng, sẽ xuất hiện nguyên tắc chưa thỏa mãn (là việc các nhu cầu được thỏa mãn không còn mang ý nghĩa động viên) và nguyên tắc tịnh tiến (là việc đáp ứng tuần tự các nhu cầu từ thấp đến cao của con người).

Học thuyết E.R.G - Thuyết nhu cầu Tồn tại - Quan hệ - Phát triển (Existence, Relatedness, Growth) của Clayton Alderfer (1969) đã chỉ ra rằng, tại một thời điểm có thể có nhiều nhu cầu ảnh hưởng đến sự động viên. Thuyết E.R.G chỉ ra rằng, thường xuyên có nhiều hơn một nhu cầu có thể ảnh hưởng và tác động trong cùng một con người, vào cùng một thời gian. Nếu những nhu cầu ở mức cao không được đáp ứng đầy đủ, thì những khao khát thỏa mãn nhu cầu ở mức dưới sẽ tăng cao. Đó là lý do nhân viên hay tìm kiếm mức lương cao hơn và điều kiện làm việc tốt hơn, ngay cả khi điều kiện này đang tốt và đáp ứng được các tiêu chuẩn của thị trường lao động.

Trong cuốn sách *The Motivation to Work*, Herzberg (1959) đã chỉ ra sự động viên mang tính 2 chiều. Ông cho rằng, nếu những yếu tố duy trì

được thực hiện đúng đắn sẽ không tạo nên sự bất mãn, nhưng điều này cũng không động viên được nhân viên. Nhưng nếu không đúng thì sẽ dẫn đến sự bất mãn và gây nên những ảnh hưởng tiêu cực. (Bảng 1)

việc, văn hóa và cấu trúc công ty, môi trường làm việc và truyền thông.

Theo Shi (2007), “The Human Resources Flow Problem” chỉ ra: Dòng nhân lực bị tác động bởi các nhân tố bên trong (các thuộc tính cá nhân,

Bảng 1. Lý thuyết hai yếu tố của Herzberg

Yếu tố duy trì		Yếu tố động viên	
Phương pháp giám sát		Thách thức của công việc	
Lương		Cơ hội để bậ	
Quan hệ với đồng nghiệp		Ý thức về thành tích	
Điều kiện làm việc		Sự đánh giá về công việc đã thực hiện	
Chính sách và quản lý của công ty		Ý thức trách nhiệm	
Đời sống cá nhân			
Quy chế			
Quan hệ giữa mọi người			
Sự tác động			
Khi đúng	Khi sai	Khi đúng	Khi sai
Không bất mãn	Bất mãn	Thỏa mãn nghề nghiệp	Không thỏa mãn nghề nghiệp
Không động viên	Tác động tiêu cực	Thêm động viên	Không bất mãn

Nguồn: Herzberg, 1959

Từ 2 nhóm yếu tố duy trì và động viên, giúp nhà quản trị nắm bắt được các yếu tố gây ra sự bất mãn đối với công việc như mức lương quá thấp, giám sát quá nghiêm khắc đối với nhân viên, hay quan hệ đồng nghiệp chưa được tốt, đồng thời cũng phải chú trọng đến các yếu tố như sự thừa nhận thành quả lao động, công việc đầy hứng khởi,...

3.2. Các công trình nghiên cứu trước

Theo nghiên cứu “Ảnh hưởng của quản trị tài nguyên nhân sự trong việc giữ lại các nhân viên chủ chốt của các tổ chức ở Úc: Một nghiên cứu kinh nghiệm”, Janet Cheng Lian Chew (2004) đã chỉ ra 9 nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành, hay dự định nghỉ việc. Các yếu tố bao gồm: lương, thưởng và công nhận, sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức, huấn luyện và phát triển nghề nghiệp, cơ hội thách thức, hành vi lãnh đạo, quan hệ nơi làm

mức độ đầu tư vào nghề nghiệp của cá nhân) và các nhân tố bên ngoài (môi trường làm việc, môi trường xã hội, quan điểm về nghề nghiệp). Theo đó, các nhân tố đặc tính cá nhân giữ vai trò chính trong việc ảnh hưởng đến dòng chảy của nhân lực. Để hài hòa được điều này, người sử dụng lao động và người lao động cần ngồi lại với nhau để thương lượng các nội dung liên quan, nhằm hài hòa lợi ích và đạt được mục đích cuối cùng chính là sự hạn chế trong việc dịch chuyển nhân sự.

Nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc của nhân viên tại bưu điện Thành phố Hồ Chí Minh” được thực hiện bởi Huỳnh Thị Thu Sương và Phan Thiện Tâm (2019) đã chỉ ra 6 yếu tố, bao gồm: thu nhập, điều kiện làm việc, áp lực công việc, hành vi lãnh đạo, hấp lực bên ngoài, đào tạo và phát triển. Các yếu tố này giải thích

được 70.6% sự biến động của biến phụ thuộc “ý định nghỉ việc” khi thực hiện khảo sát 400 mẫu.

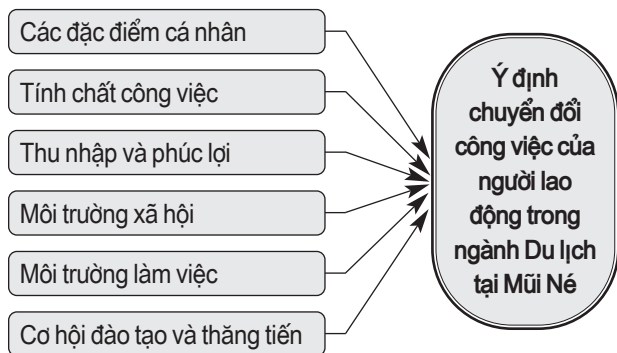
Nghiên cứu của Huỳnh Thị Thu Sương và Lê Thị Kiều Diễm (2017): “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc của nhân viên văn phòng trong các doanh nghiệp tư nhân tại Thành phố Hồ Chí Minh” được thực hiện với 309 mẫu khảo sát đối tượng là các nhân viên đã và đang làm việc tại địa bàn nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc, gồm: tiền lương, chính sách phúc lợi, sự công bằng, hành vi lãnh đạo và khuyến khích tài chính.

4. Mô hình nghiên cứu đề xuất và kết quả phân tích dữ liệu

4.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ những cơ sở lý thuyết, mô hình nghiên cứu trước đây và thực tiễn tại địa phương, nhóm tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất, tập trung nghiên cứu các nhân tố, gồm: các đặc điểm cá nhân, tính chất công việc, thu nhập và phúc lợi, môi trường làm việc, môi trường xã hội, cơ hội đào tạo và thăng tiến. (Hình 1)

Hình 1: Các đặc điểm cá nhân, tính chất công việc, thu nhập và phúc lợi, môi trường làm việc, môi trường xã hội, cơ hội đào tạo và thăng tiến



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

4.2. Kết quả nghiên cứu

Nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu sơ bộ với mẫu 15 người, bằng kỹ thuật thảo luận nhóm nhằm mục đích điều chỉnh, bổ sung thang đo. Từ đó, xây dựng nên bộ câu hỏi sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đánh giá ý định chuyển đổi

công việc của người lao động trong ngành Du lịch.

Nhóm thực hiện khảo sát thu thập và xử lý số liệu trong thời gian từ tháng 1/2022 đến tháng 3/2022, với số lượng mẫu khảo sát đạt 225 người, với đối tượng là người lao động đang làm việc tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Mũi Né, thuộc thành phố Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận.

Kết quả đánh giá sự phù hợp của mô hình với trị số R đạt 0,746 cho thấy các biến trong mô hình đã xây dựng có mối quan hệ tương quan rất chặt chẽ. Hệ số R² = 0.557, nghĩa là mô hình hồi quy đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu và các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 55,70% sự biến thiên của biến phụ thuộc “ý định chuyển đổi công việc”. Kết quả phân tích phương sai ANOVA cho thấy, giá trị F đạt 35.86 với mức ý nghĩa Sig. bằng 0.00. Điều này cho thấy các biến độc lập trong mô hình có quan hệ với biến phụ thuộc và mô hình tuyến tính phù hợp với tập dữ liệu thu được.

Ý định chuyển đổi công việc = - 2,20 + 0.39 * Đặc tính cá nhân + 0.25 * Môi trường làm việc + 0.20 * Thu nhập và phúc lợi + 0.18 * Môi trường xã hội + 0.15 * Bản chất công việc - 0.09 * Cơ hội đào tạo và thăng tiến.

5. Kết luận

Trong xu thế hội nhập hiện nay, cùng với sự phát triển của Khu du lịch Quốc gia Mũi Né, cơ hội tìm được những công việc tốt ngày càng nhiều hơn. Thêm vào đó là xu hướng tính cách thích thử sức, thích khám phá bản thân,... vươn tới những mục tiêu, những vị trí công việc cao hơn trong tương lai của giới trẻ đã làm gia tăng ý định chuyển đổi công việc trong lao động ngành Du lịch tại Mũi Né. Chính vì thế, để giảm thiểu những ý định chuyển đổi công việc của nhân viên, các doanh nghiệp cần tuyển dụng, lựa chọn và bố trí công việc phù hợp với đặc điểm cá nhân của nhân viên, đưa ra những chế độ, chính sách phù hợp với từng vị trí công việc, từng nhóm đối tượng và theo những giai đoạn nhất định.

Tiếp theo, doanh nghiệp cần xây dựng môi trường làm việc vui vẻ, hòa đồng; các kênh giao

tiếp công việc hiệu quả, cũng như có được sự quan tâm hỗ trợ từ các cấp quản lý sẽ giúp nhân viên đạt được hiệu quả làm việc tối đa. Khi người lao động được làm việc trong môi trường mà tất cả mọi người đều hăng hái, nhiệt tình, có trách nhiệm và biết giúp đỡ nhau khi gặp khó khăn, chắc chắn sẽ không có nhân viên nào muốn rời đi. Đây chính là sự thành công của một tổ chức, khi có được một tập thể gắn bó và đoàn kết.

Các nhân tố lương và phúc lợi hiện nay phần nhiều chưa thỏa mãn được với nhu cầu, mong muốn của người lao động. Việc xây dựng các chính sách phúc lợi phù hợp với từng nhóm đối tượng, tạo sự công bằng, minh bạch và đảm bảo quyền lợi của người lao động. Thêm vào đó là lộ trình tăng lương; việc điều chỉnh mức lương cân đối, tỷ lệ thuận với năng suất lao động. Ngoài ra, việc tăng lương cần tiến hành theo đúng quy định của pháp luật, có căn cứ rõ ràng thông qua bản mô tả công việc và có những “chiêu” để cạnh tranh nhân sự, có sự công bằng đối với người lao động lâu năm.

Đối với nhân tố cơ hội đào tạo và thăng tiến trong doanh nghiệp thường không được quan tâm đúng mức. Nhằm mục đích giữ nhân tài, đào tạo lực lượng kế thừa, các doanh nghiệp cần đầu tư cho những kế hoạch đào tạo định kỳ hằng năm. Công tác đào tạo nhân lực có thể thực hiện nội bộ

trong doanh nghiệp hoặc cử nhân sự tham gia các lớp đào tạo bồi dưỡng phù hợp.

Hiện nay, các chính sách phát triển ngành Du lịch ở địa phương đang có nhiều đổi mới, thu hút được nhiều khách du lịch; các ngành nghề ngày càng phát triển tại ra nhiều cơ hội việc làm tốt hơn cho người lao động. Do đó, các doanh nghiệp cũng cần chú ý tới nhóm nhân tố xã hội này từ đó đưa ra những chính sách cụ thể, hợp lý nhằm nâng cao sức cạnh tranh, hiệu quả kinh doanh cũng như tạo niềm tin, uy tín trong mắt người lao động. Những điều này sẽ giúp người lao động gắn bó lâu dài hơn với doanh nghiệp.

Đối với nhóm nhân tố bản chất công việc, một số người lao động tham gia khảo sát cho rằng công việc hiện tại của họ chưa phù hợp với năng lực, một số đánh giá yêu cầu quá thấp hoặc quá cao so với năng lực của họ. Người lao động luôn có ý định tìm kiếm một công việc phù hợp với năng lực, có tính thách thức, môi trường làm việc tốt hơn để thể hiện và khẳng định bản thân. Do đó, khi thực hiện công tác tuyển dụng nhân sự, cần có các tiêu chuẩn phù hợp với từng vị trí công việc. Các tiêu chuẩn của công việc phải được thể hiện minh bạch, nhằm vừa tạo động lực thúc đẩy người lao động làm việc hăng say, sáng tạo, vừa tạo điều kiện thuận lợi trong việc đánh giá nhân sự ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. A. H. Maslow (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
2. A. H. Maslow (1970). *Motivation and personality (Vol. 2)*. New York: Harper & Row.
3. Clayton P. Alderfer (1969). ERG Theory (Existence, Relatedness and Growth). Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/ERG_theory.
4. Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work (2nd ed.)*, USA: John Wiley
5. Janet Cheng Lian Chew (2004). A Thesis The Influence of Human Resource management Practices on the Retention of Core Employees of Australian Organisation: An Empirical Study, Murdoch University, Jun - 2004.
6. Huỳnh Thị Thu Sương và Lê Thị Kiều Diễm (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc của nhân viên văn phòng trong các doanh nghiệp tư nhân tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học An Giang*, số 17 (5), 30-46.

7. Huỳnh Thị Thu Sương và Phan Thiện Tâm (2019). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc của nhân viên tại bưu điện Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí nghiên cứu Tài chính - Marketing*, số 52, 8/2019, 22-35.

Ngày nhận bài: 9/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 9/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/12/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. ĐỖ THỊ HOÀNG YẾN¹

2. ThS. BÙI THỊ NHÂN¹

3. ThS. LÊ THỊ TÚ TRINH¹

4. TRẦN LAN KIỀU²

¹Trường Đại học Phan Thiết

²Freelance headhunter

**FACTORS AFFECTING THE CAREER SHIFT
OF EMPLOYEES IN THE TOURISM INDUSTRY
IN MUI NE AREA**

● Master. **DO THI HOANG YEN¹**

● Master. **BUI THI NHAN¹**

● Master. **LE THI TU TRINH¹**

● **TRAN LAN KIEU²**

¹Phan Thiet University

²Freelance headhunter

ABSTRACT:

This study identifies and analyzes the impact of factors affecting the career shift of employees in the tourism industry in Mui Ne area. Based on the study's findings, some strategies are developed to help businesses attract and retain employees. A stable workforce will help businesses lower their labor costs including recruitment and training costs, integration time, minimize mistakes and errors of new employees, and ensure business confidential information.

Keywords: career shift, workers, tourism industry, Mui Ne.

NGHIÊN CỨU THỰC THI CHÍNH SÁCH GIẢM NGHÈO ĐA CHIỀU (GIAI ĐOẠN 2018 - 2022) TẠI HUYỆN HÀM THUẬN BẮC, TỈNH BÌNH THUẬN

● LÂM HỒNG TUYÊN - HOÀNG THANH LIÊM - TRẦN NHẬT DUẬT

TÓM TẮT:

Việt Nam bắt đầu chuyển sang giai đoạn giảm nghèo bền vững từ năm 2016, tiếp cận đa chiều theo xu hướng chung của thế giới. Đây là phương pháp tiếp cận mới, tiến bộ hơn, có tính nhân văn, tác động toàn diện hơn đến người nghèo, nhưng cũng là thách thức mà Việt Nam phải đối mặt. Những thành tựu của Việt Nam trong lĩnh vực xóa đói giảm nghèo là một trong những câu chuyện thành công nhất trong quá trình phát triển kinh tế. Tuy nhiên, quá trình triển khai chính sách này cũng gặp nhiều khó khăn, bất cập, nhất là những địa phương ở các vùng núi, hải đảo, vùng đồng bào dân tộc thiểu số... Bài viết hệ thống hóa cơ sở lý luận, thực tiễn; phân tích, đánh giá thực trạng việc thực thi các chính sách về giảm nghèo đa chiều tại một địa phương cụ thể và khuyến nghị một số giải pháp để nâng cao hiệu quả thực thi chính sách giảm nghèo đa chiều.

Từ khóa: giảm nghèo đa chiều, huyện Hàm Thuận Bắc, tỉnh Bình Thuận, chính sách giảm nghèo đa chiều 2018 - 2022.

1. Đặt vấn đề

Giảm nghèo là chủ trương lớn, nhất quán của Đảng và Nhà nước Việt Nam nhằm cải thiện đời sống vật chất và tinh thần cho người nghèo, thu hẹp khoảng cách về trình độ phát triển giữa các vùng, địa bàn và giữa các dân tộc, là một trong những biện pháp cơ bản để bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam. Giải quyết tình trạng nghèo đói không những nâng cao đời sống kinh tế, mà còn cải thiện những vấn đề xã hội, đặc biệt là

sự bình đẳng của các tầng lớp cư dân, nhất là cư dân nông thôn so với thành thị.

Việt Nam trong thời gian qua đã đạt được những thành tựu to lớn về giảm nghèo, được các tổ chức quốc tế và các nước đánh giá cao về kết quả và quyết tâm chống đói nghèo. Tuy nhiên, thực tế hiện nay, số hộ nghèo ở Việt Nam vẫn còn nhiều, tình trạng tái nghèo thường xuyên diễn ra, khoảng cách giàu nghèo ngày càng giãn rộng, chênh lệch giàu nghèo giữa các khu vực, giữa các dân tộc còn cao... Đây là những thách thức lớn cho công tác giảm

nghèo của Việt Nam nói chung và của từng địa phương nói riêng trong những năm tới. Hàm Thuận Bắc là huyện miền núi của tỉnh Bình Thuận, toàn huyện có 17 xã, thị trấn, gồm: 4 xã vùng cao, 8 xã miền núi, 3 xã đồng bằng và 2 thị trấn; trong đó có 3 xã thuần và 5 thôn xen ghép đồng bào dân tộc thiểu số. Cuối năm 2019, dân số toàn huyện có 184.315 người, trong đó, đồng bào dân tộc thiểu số chiếm 7,94%, chủ yếu là đồng bào K Ho, Chăm và Rai. Mặc dù nguồn lực để đầu tư kinh tế - xã hội còn khó khăn, nhưng địa phương luôn quan tâm đến công tác giảm nghèo và xem đây là nhiệm vụ trọng tâm, xuyên suốt trong quá trình phát triển. Song, việc giảm nghèo đối với một huyện nghèo thuần nông gặp không ít khó khăn, trở ngại, như: nhận thức của người dân, cán bộ về công tác giảm nghèo đa chiều còn hạn chế; việc phân bổ nguồn lực đầu tư, phát huy hiệu quả đầu tư... còn bất cập.

2. Thực trạng việc thực thi chính sách giảm nghèo tại huyện Hàm Thuận Bắc, tỉnh Bình Thuận

2.1. Kết quả giảm nghèo giai đoạn 2018 - 2021

Năm 2018, toàn Huyện có 1.473 hộ nghèo (chiếm tỷ lệ 3,02%) và 2.667 hộ cận nghèo (chiếm tỷ lệ 5,47%) so với tổng số hộ toàn Huyện (48.742 hộ); đến cuối năm 2021, toàn Huyện còn 585 hộ nghèo (chiếm tỷ lệ 1,18%) và 2.527 hộ cận nghèo, (chiếm tỷ lệ 5,10%) theo chuẩn nghèo đa chiều giai đoạn 2016 - 2020. Kết quả trong giai đoạn này số lượng hộ nghèo và cận nghèo đã giảm liên tục từ 4.140 hộ (chiếm 8,49%) năm 2018 xuống 3.112 hộ (chiếm 6,28%) năm 2021.

Trong đó, giảm nhiều nhất là số hộ nghèo với khoảng gần 1.000 hộ, từ 1.473 hộ (chiếm 3,02%) năm 2018 xuống 585 hộ (chiếm 1,18%) năm 2021. Tuy nhiên, tỷ lệ hộ cận nghèo giảm rất chậm, chỉ từ 2.667 hộ (chiếm 5,47%) năm 2018 xuống 2.527 hộ (chiếm 5,1%) năm 2021, tức là chỉ giảm được 140 hộ và 0,37%. (Bảng 1)

2.2. Về nguyên nhân nghèo

Nguyên nhân của tình trạng nghèo tại huyện Hàm Thuận Bắc hiện nay có nhiều, trong đó chủ yếu nhất là do không có vốn sản xuất, kinh doanh với 1.006 hộ (chiếm 36,7%), do không có đất sản xuất là 918 hộ (chiếm 33,4%), do không có lao động là 639 hộ (chiếm 23,3%), do có người ốm đau, bệnh nặng, tai nạn là 625 hộ (chiếm 22,8%), do không có kỹ năng lao động, sản xuất là 394 hộ (chiếm 14,3%), do không có công cụ/phương tiện sản xuất là 301 hộ (chiếm 11%), do không có kiến thức về sản xuất là 251 hộ (chiếm 9,2%) và do các nguyên nhân khác là 59 hộ (chiếm 2,2%). (Bảng 2)

2.3. Việc thực thi chính sách giảm nghèo

Xác định công tác giảm nghèo đa chiều là một nhiệm vụ trọng tâm, xuyên suốt, nên cả hệ thống chính trị Huyện tham gia rất tích cực. Việc ban hành văn bản triển khai khá đầy đủ và triển khai khá bài bản, như đã thành lập Ban Chỉ đạo giảm nghèo các cấp để tập trung lãnh đạo, chỉ đạo. Xác định mục tiêu, đối tượng giảm nghèo phù hợp. Tỷ lệ giảm hộ nghèo hàng năm đảm bảo đạt kế hoạch đề ra, các chính sách giảm nghèo đã được các ngành, các cấp từ huyện đến cấp xã triển khai

Bảng 1. Thực trạng nghèo đa chiều tính theo số hộ nghèo và hộ cận nghèo tại huyện Hàm Thuận Bắc giai đoạn 2018 - 2021

STT	Năm	Hộ nghèo		Hộ cận nghèo		Tổng	
		Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
1	2018	1.473	3,02	2.667	5,47	4.140	8,49
2	2019	1.187	2,48	2.635	5,22	3.822	7,70
3	2020	987	2,02	2.555	5,19	3.542	7,21
4	2021	585	1,18	2.527	5,1	3.112	6,28

Nguồn: Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Thuận

Bảng 2. Tổng hợp số liệu về nguyên nhân nghèo

STT	Nguyên nhân	Số lượng (Hộ)	Tỷ lệ (%)
1	Không có vốn sản xuất, kinh doanh	1.206	36,7
2	Không có đất sản xuất	1.018	33,4
3	Không có lao động	639	23,3
4	Có người ốm đau, bệnh nặng, tai nạn	625	22,8
5	Không có kỹ năng lao động, sản xuất	394	14,3
6	Không có kỹ năng lao động, sản xuất	301	11
7	Không có kiến thức về sản xuất	251	9,2
8	Nguyên nhân khác	59	2,2
	Tổng	5.054	

đồng bộ, đầy đủ, từng bước mang lại hiệu quả thiết thực cho người nghèo, giúp người nghèo dần ổn định cuộc sống vươn lên thoát nghèo. Công tác phổ biến, tuyên truyền vận động được Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể chính trị - xã hội, các ban, ngành, đoàn thể các cấp trong huyện tập trung đẩy mạnh. Đã làm tốt công tác vận động và thực hiện có hiệu quả nguồn xã hội hóa công tác giảm nghèo theo hướng Nhà nước, cộng đồng xã hội hỗ trợ và bản thân hộ gia đình nghèo, người nghèo tự vươn lên nâng cao đời sống và thoát nghèo bền vững.

Việc huy động nguồn lực cho công tác giảm nghèo khá tốt: Mặc dù còn khó khăn, nhưng trong giai đoạn từ năm 2016 đến năm 2019, Huyện đã được phân bổ 17.253,5 triệu đồng để thực hiện các Dự án, Tiểu dự án thuộc Chương trình Mục tiêu quốc gia giảm nghèo (chưa tính các nguồn huy động khác). Hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng các xã đặc biệt khó khăn, các thôn đặc biệt khó khăn: Ngân sách Trung ương hỗ trợ 16.461,5 triệu đồng (trong đó: vốn đầu tư phát triển là 13.234 triệu đồng, vốn sự nghiệp là 3.227,5 triệu đồng); đã thực hiện đầu tư xây dựng 46 công trình cơ sở hạ tầng (trong đó duy tu bảo dưỡng 4 công trình) tại các xã, thôn đặc biệt khó khăn thuộc Chương trình 135. Hỗ trợ phát triển sản xuất, đa dạng hóa sinh kế và nhân rộng mô hình giảm nghèo trên địa bàn các xã, thôn đặc biệt khó khăn thuộc Chương trình 135: Ngân

sách Trung ương phân bổ 2.951,5 triệu đồng để hỗ trợ phát triển sản xuất, đa dạng hóa sinh kế và nhân rộng mô hình giảm nghèo tại các xã, thôn đặc biệt khó khăn thuộc Chương trình 135 (năm 2016 có 3 xã, 2 thôn; năm 2017-2019 có 3 xã, 1 thôn). Đã triển khai hỗ trợ 24.000 giống cây điều ghép cao sản PNI cho 138 hộ nghèo, hộ cận nghèo, diện tích 60 ha, với kinh phí 256,8 triệu đồng; hỗ trợ phân N-P-K 20-20-15TE cho 138 hộ nghèo, hộ cận nghèo, kinh phí 13,2 triệu đồng; Hỗ trợ giống bò sinh sản lai sind 158 con/158 hộ, kinh phí 1.819,5 triệu đồng; hỗ trợ chuồng trại cho 56 hộ nghèo, hộ cận nghèo, kinh phí 853 triệu đồng.

Ngoài ra, địa phương còn dành kinh phí thỏa đáng cho dự án Truyền thông và giảm nghèo; nâng cao năng lực và giám sát, đánh giá thực hiện chương trình Ngân sách Trung ương phân bổ 171 triệu đồng, đã triển khai 4 lớp tập huấn cho hơn 948 lượt học viên là cán bộ làm công tác giảm nghèo từ huyện đến xã, thôn, khu phố; thành viên Ban Chỉ đạo các Chương trình Mục tiêu Quốc gia huyện đã thường xuyên tổ chức kiểm tra, giám sát việc thực hiện các dự án, chính sách giảm nghèo tại các xã trên địa bàn huyện, nhất là các xã được thụ hưởng từ các Dự án của Chương trình (xã, thôn đặc biệt khó khăn thuộc Chương trình 135). Trong quá trình thực hiện công tác này, công tác sơ kết, tổng kết rút kinh nghiệm và kiểm tra, giám sát luôn được chú trọng.

2.4. Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân chủ yếu

Một là, việc ban hành hệ thống văn bản đầy đủ, bài bản nhưng vẫn có lúc còn bị động; Công tác tuyên truyền, phổ biến các chính sách giảm nghèo ở địa phương tuy có quan tâm, nhưng chưa được thường xuyên, nên có nơi người dân chưa nắm bắt được thông tin đầy đủ các chủ trương, chính sách giảm nghèo đa chiều; nhận thức, trách nhiệm của người dân tham gia vào công tác giảm nghèo tuy có chuyển biến nhưng còn hạn chế, nhất là vùng sâu, vùng xa và vùng đồng bào dân tộc thiểu số còn biểu hiện tư tưởng ỷ lại, trông chờ vào sự hỗ trợ của Nhà nước. Công tác điều tra, rà soát hộ nghèo, hộ cận nghèo hàng năm còn nhiều bất cập, do tiêu chí xác định thu nhập của hộ theo phương pháp đa chiều giai đoạn 2016 - 2020 chưa phù hợp với đặc điểm của từng vùng, dẫn tới còn một số hộ thuộc diện nghèo nhưng không được công nhận là hộ nghèo, gây sự bất bình, thắc mắc trong nhân dân.

Hai là, trong việc phân công phối hợp triển khai ở một số xã, thị trấn chưa quyết liệt, thiếu các giải pháp cụ thể trong quản lý, điều hành. Kết quả giảm nghèo còn biểu hiện thiếu vững chắc, tính bền vững chưa cao, các hộ thoát nghèo chủ yếu nằm trong danh sách hộ cận nghèo nên có nguy cơ tái nghèo. Năng lực của cán bộ làm công tác giảm nghèo cấp cơ sở, nhất là các xã vùng đồng bào dân tộc thiểu số tuy được cải thiện nhưng vẫn còn hạn chế trong công tác tham mưu triển khai thực hiện các dự án, chính sách thuộc kế hoạch thực hiện chương trình.

Ba là, việc huy động nguồn lực khó khăn, nguồn vốn Trung ương đầu tư cho từng dự án của chương trình còn thấp, chưa đáp ứng nhu cầu; việc giải ngân chậm đã ảnh hưởng tới tiến độ thực hiện các dự án, nhất là các công trình đầu tư xây dựng hạ tầng cơ sở. Bên cạnh đó, ngân sách địa phương khó khăn nên nguồn vốn đối ứng thực hiện các dự án của Chương trình còn thấp, chưa bố trí được nguồn vốn đầu tư đối với các xã có tỷ lệ hộ nghèo cao chủ yếu là lồng ghép từ chương trình nông thôn mới; chưa được phân khai kinh phí thực hiện việc mua sắm trang thiết bị phục vụ dạy và học cho các trường thuộc Chương trình mục tiêu quốc gia giảm

nghèo bền vững. Bên cạnh đó, việc lồng ghép nguồn vốn từ các chương trình, dự án phát triển kinh tế - xã hội khác và việc huy động nguồn lực trong xã hội tập trung cho công tác giảm nghèo còn gặp nhiều khó khăn.

3. Một số khuyến nghị để nâng cao hiệu quả việc thực thi chính sách giảm nghèo

3.1. Nhóm giải pháp về xây dựng, lập kế hoạch, hoạch định, triển khai chính sách

Việc xây dựng kế hoạch và cụ thể hóa các kế hoạch của Ban chỉ đạo giảm nghèo cần kịp thời, đầy đủ; các chủ trương chính sách của Trung ương, cấp trên phải bảo đảm được triển khai hiệu quả và sát thực tế địa phương, cụ thể: Ủy ban nhân dân các cấp phải xây dựng Kế hoạch giảm nghèo hàng năm và của cả giai đoạn 2021 - 2025 của địa phương, trong đó phân tích nguyên nhân hộ nghèo theo từng nhóm đối tượng, nhóm hộ nghèo thiếu hụt các dịch vụ xã hội cơ bản và hộ nghèo thiếu các điều kiện sản xuất (đất sản xuất, vốn sản xuất) để có giải pháp hỗ trợ phù hợp nhằm giúp các hộ nghèo có điều kiện vươn lên thoát nghèo bền vững. Thực hiện nghiêm các quy định của Luật Đầu tư công, Luật Xây dựng, Luật Đấu thầu, Luật Ngân sách nhà nước và các văn bản hướng dẫn thi hành; các nội dung chỉ đạo của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Thuận về đẩy nhanh tiến độ thực hiện, giải ngân và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư công trên địa bàn tỉnh, trong đó có các chương trình mục tiêu quốc gia. Khi xây dựng chính sách hỗ trợ mới cần có chính sách ưu đãi với đối tượng là hộ mới thoát nghèo và hộ cận nghèo nhằm hạn chế tái nghèo, góp phần giảm nghèo đa chiều một cách bền vững; quá trình xây dựng các cơ chế, chính sách giảm nghèo đa chiều phải bảo đảm sự thống nhất và có lồng ghép; những chính sách đang phát huy hiệu quả cần được tiếp tục thực hiện; các chính sách còn hạn chế, có vướng mắc cần khẩn trương nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với thực tế; cần rà soát, đánh giá để lồng ghép các chính sách về giảm nghèo từ khâu ban hành chính sách, khâu trình cấp có thẩm quyền phê duyệt chương trình, đề án, đến khâu tổ chức thực hiện, thanh tra và kiểm tra, giám sát cộng đồng, phản biện của Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị xã hội ở địa

phương..., để tránh tình trạng chông chéo về chính sách tác động đến đối tượng thụ hưởng là người nghèo, hộ nghèo; các chính sách hỗ trợ giảm nghèo đa chiều phải đặc biệt quan tâm đến đào tạo nghề, giải quyết việc làm gắn với hỗ trợ sản xuất, phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn và xây dựng nông thôn mới; đồng thời cần rà soát, sắp xếp lại chính sách giảm nghèo mang tính hệ thống, giảm bớt số lượng văn bản chính sách.

Khi ban hành văn bản chính sách cần phải có sự phân loại ưu tiên thực hiện theo nhóm đối tượng (hộ nghèo được ưu tiên nhất, sau đó mới đến hộ mới thoát nghèo và hộ cận nghèo), có lộ trình cụ thể; giảm dần các chính sách hỗ trợ trực tiếp mang tính “cho không” sang thực hiện các chính sách “cho vay” như hỗ trợ phát triển sản xuất, học nghề, tạo việc làm, xây dựng nông thôn mới; khuyến khích người nghèo tự chủ, phát huy nội lực, từng bước vươn lên thoát nghèo.

3.2. Nhóm giải pháp phổ biến, tuyên truyền

Làm tốt công tác tuyên truyền các chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác giảm nghèo; giáo dục, tuyên truyền rộng rãi, thường xuyên liên tục trên các phương tiện thông tin đại chúng, trên các bản tin phát thanh hàng ngày, các buổi sinh hoạt của tổ chức chính trị xã hội về tầm quan trọng thay đổi nhận thức để thay đổi hành vi, nâng cao trình độ hiểu biết, tạo sự chuyển biến trong tư duy mỗi người đặc biệt là ông bà, cha mẹ trong các hộ gia đình nghèo; phổ biến các chính sách ưu đãi về giáo dục đào tạo của Đảng và Nhà nước để các hộ gia đình nghèo biết nhằm khắc phục tình trạng bỏ học của học sinh hộ nghèo để các em tiếp tục theo học.

Thực hiện tốt công tác tuyên truyền phong phú và đa dạng, phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh cụ thể của địa phương. Đặc biệt, cần tăng cường các bản tin phát thanh, in tờ rơi, áp phích bằng các tiếng dân tộc để bà con có thể đọc được, nghe hiểu được các chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước về chính sách giảm nghèo đa chiều.

Trong khi cả hệ thống chính trị đang nỗ lực thực hiện mục giảm nghèo đa chiều thì vẫn còn không ít người có tâm lý “ăn nhờ” chính sách. Nghịch lý này đã được nêu lên tại nhiều hội nghị từ cấp thôn đến tỉnh, nhưng chưa thay đổi được nhiều

trong thực tế. Vì vậy, cần đẩy mạnh tuyên truyền nhằm thay đổi về nhận thức của người dân trong công tác giảm nghèo, khơi dậy ý chí chủ động vươn lên của người nghèo. Phát huy mạnh mẽ tính dân chủ trong các hoạt động giảm nghèo, lấy ý kiến của người dân để thực hiện hiệu quả các chính sách giảm nghèo. Đặc biệt, phải đẩy mạnh truyền thông thực sự hiệu quả để thay đổi rào cản tâm lý của một bộ phận người dân “sợ” thoát nghèo, không muốn thoát nghèo, bởi quyền lợi họ được thụ hưởng rất nhiều như miễn phí 100% tiền mua bảo hiểm y tế, hỗ trợ tiền ăn khi đi khám chữa bệnh, giảm tiền khám chữa bệnh, tiền điện thấp sáng, miễn học phí cho học sinh - sinh viên, giảm lãi suất khi vay vốn ngân hàng... Bên cạnh đó, tư tưởng trông chờ, ỷ lại này không chỉ tồn tại trong một bộ phận nhân dân, mà còn ở cả một bộ phận cán bộ, lãnh đạo, công chức thực hiện công tác quản lý, điều tra rà soát hộ nghèo, cận nghèo vẫn chưa khách quan, trung thực, chưa đúng quy định, đưa người thân vào danh sách hộ nghèo để hưởng quyền lợi... Đặc biệt, để nâng cao năng lực và nhận thức của các chủ thể về công tác giảm nghèo, cần tuyên truyền nâng cao nhận thức về tầm quan trọng, ý nghĩa của chương trình giảm nghèo; nhân rộng các mô hình, cách làm hay, sáng tạo, có hiệu quả về giảm nghèo, nâng cao ý thức tự lực vươn lên cho hộ nghèo, người nghèo; Vận động sự chung tay, góp sức trách nhiệm của cộng đồng về công tác giảm nghèo; Lấy ý kiến của người dân để thực hiện hiệu quả các chính sách giảm nghèo.

3.3. Nhóm giải pháp phân công, phối hợp

Một trong số các nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế trong việc thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều trên huyện Hàm Thuận Bắc đó là do sự phân công, phối hợp và nguồn lực thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều của địa phương. Do vậy, để nâng cao hiệu quả việc thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều của huyện Hàm Thuận Bắc trong thời gian tới, cần thực hiện tốt việc phân công, phối hợp trong thực tiễn quá trình thực thi chính sách giảm nghèo đa chiều tại địa phương, muốn vậy cần:

- Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy Đảng, chính quyền, sự phối hợp của Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội đối với công

tác giảm nghèo. Phát huy vai trò của Ban Chỉ đạo chương trình mục tiêu và cơ quan Thường trực trong tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả các dự án, chính sách.

- Các thành viên Ban chỉ đạo giảm nghèo cần thật sự quan tâm đến công tác giảm nghèo của địa phương, để xây dựng được các kế hoạch riêng nhằm thực hiện vai trò được phân công trong quá trình tuyên truyền về những chính sách giảm nghèo, cũng như thể hiện vai trò, trách nhiệm là thành viên Ban chỉ đạo được phân công theo dõi giám sát điều tra hộ nghèo hằng năm.

- Địa phương cần đảm bảo tính ổn định trong tổ chức nhân sự của Ban chỉ đạo giảm nghèo, cần tổ chức hoặc cử các thành viên Ban chỉ đạo giảm nghèo của huyện và các phường, xã chưa tham gia các lớp tập huấn về điều tra rà soát hộ nghèo để nắm được chuyên môn, nghiệp vụ và quy trình trong việc rà soát hộ nghèo nói riêng, cũng như thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều nói chung.

- Tăng cường hơn nữa sự phối hợp giữa các đơn vị liên quan trong công tác thực hiện chính sách giảm nghèo trên địa bàn, nhằm đảm bảo tính hiệu quả trong thực tiễn quá trình thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều trên địa bàn. Bên cạnh đó, các đơn vị đoàn thể có trách nhiệm liên quan đến quá trình thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều trên địa bàn cần chủ động trong việc xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều theo sự phân công của Ban chỉ đạo, tránh tư tưởng bị động và sự trông chờ, ỷ lại vào cấp trên.

- Cấp ủy, chính quyền cấp trên và trực tiếp là huyện Hàm Thuận Bắc cần quan tâm hơn nữa đến công tác giảm nghèo, đặc biệt là sự quan tâm chỉ đạo Ban giảm nghèo địa phương đến việc thực hiện nghiêm túc việc tổ chức tổng kết về công tác giảm nghèo định kỳ hàng năm, trong đó yêu cầu phải tổ chức theo hình thức hội nghị riêng, để kịp thời rút ra được những hạn chế, bất cập và điều chỉnh phù hợp với từng giai đoạn.

- Đặc biệt, cần tiếp tục thực hiện hiệu quả công tác phân cấp trao quyền cho địa phương, cơ sở để tạo sự chủ động và nâng cao trách nhiệm trong thực hiện chương trình giảm nghèo đa chiều. Tăng cường sự tham gia của người dân trong suốt quá

trình thực hiện chương trình từ khâu xác định đối tượng thụ hưởng đến lập kế hoạch, kiểm tra, giám sát và đánh giá kết quả thực hiện đảm bảo tính công khai, minh bạch, nâng cao trách nhiệm trong quá trình thực hiện. Cùng với đó, cần nâng cao hiệu quả công tác phối hợp giữa các cấp, các ngành, các tổ chức chính trị - xã hội trong việc thực hiện công tác giảm nghèo. Phân công trách nhiệm giúp đỡ hộ nghèo, tạo điều kiện và động viên, khuyến khích các hộ tham gia đăng ký thoát nghèo; tập trung các nguồn lực ưu tiên hỗ trợ, hướng dẫn những hộ đăng ký thoát nghèo phát triển sản xuất, có việc làm bền vững, thu nhập ổn định.

3.4. Nhóm giải pháp huy động nguồn lực

Phải đa dạng hóa các nguồn lực, nhất là nguồn vốn huy động từ các chương trình, đề án phát triển kinh tế - xã hội khác để đầu tư cho chương trình giảm nghèo đa chiều của địa phương. Tăng cường công tác đào tạo nghề bằng nhiều hình thức. Gắn công tác đào tạo nghề với giải quyết việc làm, giới thiệu việc làm tạo điều kiện cho lao động sau đào tạo tìm được việc làm.

Thực hiện đồng bộ các biện pháp hỗ trợ hộ nghèo thiếu đất sản xuất, như thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tăng tốc độ phát triển kinh tế khu vực phi nông nghiệp; đồng thời lựa chọn giống cây trồng, vật nuôi phù hợp và hiệu quả, thâm canh tăng năng suất, nâng cao giá trị thu nhập nhằm giảm bớt những khó khăn giúp các hộ do thiếu đất sản xuất thoát nghèo.

Tập trung lãnh đạo, chỉ đạo để các phường, xã, thôn, xóm, tổ dân phố có số lượng hộ nghèo cao quyết tâm phấn đấu đạt và vượt chỉ tiêu giảm nghèo đa chiều và tiếp cận các dịch vụ xã hội cơ bản; huy động nguồn lực để hỗ trợ, đỡ đầu giúp đỡ các xã có tỷ lệ hộ nghèo và cận nghèo cao hoàn thành mục tiêu giảm nghèo. Đặc biệt, cần xây dựng kế hoạch giảm nghèo hằng năm, có giải pháp giảm nghèo đến từng thôn, bản và hộ gia đình; phân công trách nhiệm của cán bộ, đảng viên, kêu gọi các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân, hộ khá theo dõi, giúp đỡ các hộ nghèo, cận nghèo.

Đối với nguồn vốn từ ngân sách nhà nước phục vụ công tác giảm nghèo đa chiều, cần tập trung nguồn lực đầu tư có trọng tâm, trọng điểm và bền vững cho các địa phương trong huyện có tỷ lệ hộ

nghèo cao. Ưu tiên lựa chọn các nội dung hỗ trợ có định mức cao hơn; đảm bảo nguyên tắc không trùng lặp giữa các hoạt động, nội dung hỗ trợ đầu tư của các dự án, tiểu dự án thuộc chương trình trên cùng một địa bàn, cùng một đối tượng thụ hưởng. Đặc biệt, chính quyền huyện cần lựa chọn và ưu tiên hỗ trợ phát triển sản xuất nông, lâm, ngư nghiệp; hỗ trợ nâng cao năng lực quản lý sản xuất, kinh tế của các hộ nghèo, cận nghèo, mới thoát nghèo và các nội dung hỗ trợ khác phù hợp với tính chất của hoạt động sinh kế định hướng thị trường; khuyến khích các doanh nghiệp, hợp tác xã cam kết tham gia bao tiêu sản phẩm; thí điểm, nhân rộng các giải pháp, sáng kiến phát triển sản xuất nông nghiệp gắn với chuỗi giá trị hiệu quả.

3.5. Nhóm giải pháp kiểm tra, giám sát, tổng kết kinh nghiệm

Việc giám sát, kiểm tra, đánh giá nhân rộng mô hình giảm nghèo phải được tiến hành thường xuyên, hiệu quả, tránh sự nể nang, né tránh trong quá trình tổ chức thực hiện công tác rà soát hộ nghèo. Đặc biệt, trong việc theo dõi kiểm tra, đôn đốc, việc thực hiện chính sách cần chú ý đến tình trạng một số cán bộ được phân công giám sát từng nhóm chưa thực hiện hết trách nhiệm để phát hiện và chấn chỉnh kịp thời.

Cùng với đó, cần công khai các chương trình, dự án, kế hoạch, nhất là nguồn lực tài chính để thực hiện chính sách. Việc công khai sẽ giúp cho các cơ quan thực hiện quyền kiểm tra, giám sát dễ dàng trong việc tiếp cận thông tin làm nền tảng cho việc đưa ra các kết luận kiểm tra, giám sát. Đồng thời, việc công khai, minh bạch cần phải gắn với trách nhiệm giải trình của các cơ quan thực hiện, đây là tiền đề để xác định quyền hạn, cũng như trách nhiệm của các cơ quan tham gia vào quá trình thực hiện chính sách.

Đặc biệt, quá trình thực hiện kiểm tra giám sát, nhất thiết phải có sự tham gia của đại diện các tổ chức chính trị xã hội ở địa phương, nhất là sự tham gia của đại diện người nghèo, hộ nghèo. Sự tham gia này sẽ làm cho việc thực hiện chính sách trở nên minh bạch hơn, tránh bao biện hoặc hạn chế những biểu hiện tiêu cực có thể xảy ra trong quá trình thực hiện. Đồng thời, sự tham gia của các tổ chức đoàn thể và đối tượng chính sách trong quá

trình kiểm tra, giám sát sẽ giúp cho các cấp chính quyền có thể tìm kiếm được những biện pháp, cơ chế thực hiện chính sách phù hợp hơn với những điều kiện cụ thể của địa phương. Bởi lẽ hơn ai hết, đối tượng thụ hưởng chính sách biết được họ đang cần gì và những biện pháp tổ chức thực hiện của chính quyền địa phương cho phù hợp, đem lại hiệu quả với tình hình thực tế, có làm thay đổi cuộc sống của người nghèo theo chiều hướng tích cực và bền vững như các mục tiêu đề ra hay không. Ngoài ra, đổi mới trong việc đánh giá quá trình thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều. Muốn kiểm tra, đánh giá kết quả việc thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều đang thực hiện trên địa bàn, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội của huyện phải phối hợp với nhau trong việc thu thập và xử lý thông tin về những kết quả mà chính sách tạo ra, những hạn chế còn mắc phải trong quá trình thực hiện và tìm ra nguyên nhân của những hạn chế đó, để cùng bàn bạc, trao đổi, tìm biện pháp tháo gỡ, đồng thời rút ra những bài học kinh nghiệm cho việc thực hiện các chính sách tốt hơn.

Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh việc sơ kết, tổng kết rút kinh nghiệm trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện công tác giảm nghèo đa chiều hiện nay. Đây không chỉ từ thực tiễn sinh động để tổng kết thành lý luận, giải quyết mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế và công bằng xã hội, mà còn là điều kiện kiên quyết cung cấp các cơ sở và luận cứ khoa học để các cấp hoạch định chương trình, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương. Vì vậy, trong quá trình tiến hành sơ kết, tổng kết việc thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều, huyện Hàm Thuận Bắc cần quan tâm thực hiện một số nội dung sau:

Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, đánh giá kết quả thực hiện gắn với sơ kết, tổng kết, rút ra bài học kinh nghiệm trong công tác tổ chức triển khai chương trình giảm nghèo đa chiều trên địa bàn. Đặc biệt, coi trọng vai trò của các Ban điều hành thôn, khu phố, vai trò của trưởng thôn, khu phố để đảm bảo sự tham gia của người dân trong giám sát và đánh giá.

Tập trung đánh giá những việc làm được, chưa được, những tồn tại, hạn chế, vướng mắc và tìm ra

nguyên nhân chủ quan, khách quan trong quá trình tổ chức thực hiện công tác giảm nghèo đa chiều để rút ra những kinh nghiệm thực tiễn làm cơ sở cho việc lãnh đạo, chỉ đạo tiếp theo.

Phát hiện những bất cập, vướng mắc về cơ chế, chính sách trong quá trình triển khai thực hiện chương trình giảm nghèo đa chiều để kịp thời sửa đổi, điều chỉnh, bổ sung những chính sách thuộc cấp mình quản lý. Trên cơ sở đó, có kiến nghị và đề xuất những chính sách thuộc cấp trên ban hành.

Chủ động tìm kiếm, phát hiện những điển hình

tiên tiến, nhân tố mới, cách làm hay trong thực hiện giảm nghèo đa chiều để phát huy nhân rộng.

Việc sơ kết, tổng kết cần được tiến hành theo định kỳ, thường xuyên. Những kinh nghiệm đúc kết cần được phổ biến rộng rãi và nghiên cứu, trao đổi kỹ kinh nghiệm trong lãnh đạo và chỉ đạo thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều, từ đó đề ra phương hướng, giải pháp phát huy những kinh nghiệm thành công và khắc phục những yếu kém trong lãnh đạo thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều của địa phương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. ActionAid Quốc tế tại Việt Nam và Oxfam (2012). *Theo dõi nghèo theo phương pháp cùng tham gia tại một số cộng đồng dân cư nông thôn Việt Nam*, Việt Nam.
2. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội (2017). *Thông tư số 17/2016/TT- BLĐTBXH hướng dẫn quy trình rà soát hộ nghèo, hộ cận nghèo hằng năm theo chuẩn nghèo tiếp cận đa chiều áp dụng cho giai đoạn đa chiều 2016 - 2020*, ban hành ngày 28/6/2016, Hà Nội.
3. Chính phủ (2008). *Nghị quyết số 30a/2008/NQ-CP về chương trình hỗ trợ giảm nghèo nhanh và đa chiều đối với 61 huyện nghèo*.
4. Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2015). *Quyết định số 59/2015/QĐ-TTg về việc ban hành chuẩn nghèo tiếp cận đa chiều áp dụng cho giai đoạn 2016 - 2020*, ban hành ngày 19/11/2015, Hà Nội.
5. Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2021). *Nghị định số 07/2021/NĐ-CP quy định chuẩn nghèo đa chiều giai đoạn 2021 - 2025*, ban hành ngày 27/01/2021, Hà Nội.
6. Lê Thanh Cường (2017). *Thực hiện chính sách giảm nghèo đa chiều trên địa bàn huyện Quảng Ninh, tỉnh Quảng Bình*, Luận văn Thạc sỹ quản lý công. Học viện Hành chính Quốc gia.
7. Trần Ngọc Hiên (2011). *Về thực hiện chính sách xóa đói giảm nghèo ở Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020*. Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Hà Nội.
8. Viện Khoa học Xã hội và Nhân văn (2011). *Giảm nghèo ở Việt Nam, thành tựu và thách thức*, Hà Nội.
9. Hội đồng nhân dân tỉnh Bình Thuận (2016). *Nghị quyết số 06/2016/NQHĐND về Chương trình Giảm nghèo đa chiều trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2016 - 2020*.
10. Ủy Ban nhân dân huyện Hàm Thuận Bắc (2019). *Báo cáo Kết quả thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững năm 2018 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2019*.
11. Ủy ban nhân dân huyện Hàm Thuận Bắc (2020). *Báo cáo Kết quả thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững năm 2019 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2020*.
12. Ủy ban nhân dân huyện Hàm Thuận Bắc (2021). *Báo cáo Kết quả thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững năm 2020 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2021*.
13. Ủy ban nhân dân huyện Hàm Thuận Bắc (2021). *Báo cáo Tổng kết Chương trình giảm nghèo đa chiều huyện Hàm Thuận Bắc giai đoạn 2016 - 2020; Kế hoạch số 06/KH-UBND ngày 12/01/2018 về thực hiện phong trào thi đua "Hàm Thuận Bắc chung tay vì người nghèo - Không để ai bị bỏ lại phía sau" giai đoạn 2018 - 2020*.
14. Ủy ban nhân dân huyện Hàm Thuận Bắc (2021). *Kế hoạch thực hiện các giải pháp giảm nghèo đa chiều huyện Hàm Thuận Bắc giai đoạn 2021 - 2025*.

Ngày nhận bài: 9/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/1/2023

Thông tin tác giả:

1. LÂM HỒNG TUYÊN¹

2. TS. HOÀNG THANH LIÊM²

3. TS. TRẦN NHẬT DUẬT³

¹ Phó Trưởng Ban Kinh tế - Ngân sách Hội đồng nhân dân tỉnh Bình Thuận

² Phó Trưởng Ban Pháp chế Hội đồng nhân dân tỉnh Bình Thuận

³ Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

**A STUDY ON THE IMPLEMENTATION
OF MULTI-DIMENSIONAL POVERTY REDUCTION POLICY
AT HAM THUAN BAC DISTRICT, BINH THUAN PROVINCE
IN THE PERIOD FROM 2018 TO 2022**

● LAM HONG TUYEN¹

● Ph.D HOANG THANH LIEM²

● Ph.D TRAN NHAT DUAT³

¹Deputy Head, Economics - Budget Department,
Binh Thuan Provincial People's Council

²Deputy Head, Legal Department, Binh Thuan Provincial People's Council

³Ho Chi Minh National Academy of Politics

ABSTRACT:

Since 2016, Vietnam have shifted to the sustainable poverty reduction with the multi-dimensional poverty reduction approach. It is a new and progressive approach that has a more comprehensive impact on the poor. However, this approach poses challenges to Vietnam, especially in mountainous areas, islands, and ethnic minority areas. Achievements in poverty reduction are some of Vietnam's most successful socio-economic development stories. This paper presents the theoretical basis, analyzes the actual situation of implementing multi-dimensional poverty reduction policies in a specific locality, and proposes some solutions to improve the effectiveness of multi-dimensional poverty reduction policies.

Keywords: multidimensional poverty reduction, Ham Thuan Bac district, multidimensional poverty reduction policy in the period from 2018 to 2022.

MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU GIÁ TRỊ CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHUỖI SIÊU THỊ THẾ GIỚI DI ĐỘNG Ở HÀ NỘI

● NGUYỄN THỊ TUYẾT MAI

TÓM TẮT:

Bài viết nhằm nghiên cứu các yếu tố tạo giá trị khách hàng nói chung và giá trị cảm nhận của khách hàng nói riêng khi mua sắm tại các siêu thị bán lẻ Thế giới di động trên địa bàn thành phố Hà Nội. Nghiên cứu đưa ra mô hình và các thang đo dựa trên lý thuyết, kết quả của những công trình khác, cũng như phỏng vấn khách hàng tại siêu thị Thế giới di động trên địa bàn thành phố Hà Nội. Bài viết nghiên cứu xây dựng mô hình gồm 1 biến phụ thuộc: Giá trị khách hàng cảm nhận (Y), với 7 biến giải thích với 28 biến quan sát dùng để đo lường 7 yếu tố, gồm: Chất lượng mặt hàng bán lẻ (M_2), Chung loại sản phẩm (M_3), Cảm nhận về giá của khách hàng đối với các mặt hàng bán lẻ - Giá bán lẻ (M_4), Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi (M_5), Vị trí đặt cửa hàng (M_6), Truyền thông Marketing trên nền tảng số và Thương mại điện tử (M_7). Kết quả nghiên cứu chỉ ra nhóm 7 yếu tố này đều tác động đến giá trị cảm nhận của khách hàng.

Từ khóa: giá trị khách hàng cảm nhận, siêu thị bán lẻ, giá bán lẻ, chuỗi siêu thị Thế giới di động.

1. Đặt vấn đề

Kinh doanh thị trường bán lẻ Việt Nam có rất nhiều tiềm năng và thu hút được nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước. Các siêu thị dùng rất nhiều các biện pháp để thu hút khách hàng và cạnh tranh, như: khuyến mãi, quảng cáo,... cũng như các dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi hấp dẫn. Theo Doyle (1998), việc thành bại trong cạnh tranh của doanh nghiệp chính là phụ thuộc vào năng lực cung cấp và tạo ra giá trị cho khách hàng mục tiêu của họ. Khái niệm giá trị khách hàng được nhiều tác giả đề cập, tuy nhiên vẫn còn khá mới đối với nhiều doanh nghiệp Việt Nam nói chung và siêu thị bán lẻ thiết bị di động nói riêng. Bài viết này dựa trên một số lý thuyết và kết quả đã công bố để trình bày

rõ hơn về giá trị cảm nhận khách hàng nói chung và trong thị trường bán lẻ thiết bị di động nói riêng trên địa bàn TP. Hà Nội, kết hợp với việc phỏng vấn sâu 350 khách hàng, từ đó đưa ra các nhân tố ảnh hưởng tới giá trị cảm nhận của khách hàng và đề xuất mô hình nghiên cứu.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

Christopher (1996) cho rằng giá trị khách hàng được tạo ra khi lợi ích mà khách hàng nhận được trong giao dịch vượt qua chi phí. Woodruff (1997) lại cho rằng giá trị là giá trị khách hàng, được hiểu là sự yêu thích, cảm nhận và đánh giá của khách

hàng về các đặc tính của sản phẩm. Moller (2006) và Wahyuningsih (2005) cho rằng giá trị khách hàng là sự đánh đổi giữa lợi ích và chi phí, nó là phần chênh lệch giữa lợi ích và chi phí được khách hàng cảm nhận khi mua hàng hóa hoặc dịch vụ. Kotler và Keller (2008) có quan điểm đồng nhất 2 khái niệm giá trị và giá trị cảm nhận đó là phần chênh lệch giữa tổng lợi ích của khách hàng và tổng chi phí hay các phí tổn của khách hàng. Khi đề cập đến phí tổn của khách hàng, Sharma & Dhanda (2007) đưa ra các khoản của phí tổn này, như: phí tổn bằng tiền, phí tổn công sức, phí tổn về thời gian, phí tổn tinh thần. Nói đến phần lợi ích, Sheth & cộng sự (1991) cho rằng giá trị hay lợi ích mà khách hàng nhận được bao gồm: giá trị chức năng, giá trị điều kiện, giá trị xã hội, giá trị cảm xúc, giá trị tri thức.

Trong bài viết này, nhóm tác giả thống nhất chỉ sử dụng khái niệm giá trị cảm nhận của khách hàng và gọi chung là giá trị khách hàng cảm nhận (Y).

Nghiên cứu của Tai (2011) cho rằng giá trị cảm nhận của khách hàng cần được xem xét qua 2 khía cạnh, đó là: giá trị chức năng cảm nhận và giá trị quan hệ cảm nhận. Giá trị chức năng cảm nhận được xem là cảm nhận của khách hàng về các biểu hiện hoặc sự hữu dụng của sản phẩm hay dịch vụ của nhà cung cấp, còn giá trị quan hệ cảm nhận được xem là sự tin cậy, niềm tin cảm nhận của khách hàng.

Sanchez & cộng sự (2006) cho rằng giá trị cảm nhận của khách hàng luôn thay đổi theo thời gian do sự thay đổi trong bản thân của khách hàng và các yếu tố khác của môi trường kinh doanh. Khi nghiên cứu về sự thay đổi này, Setijono & Dahlgaard (2008) đưa ra mô hình và sử dụng cụm từ “giá trị khách hàng cảm nhận” để mô tả sự thay đổi giá trị cảm nhận của khách hàng theo thời gian:

$$PVC_{i+1} = PVC_i * RPVC$$

Trong đó:

PVC_i: Giá trị khách hàng cảm nhận ở thời điểm i.

RPVC: Mức thay đổi tương quan của giá trị khách hàng cảm nhận từ thời điểm i đến thời điểm i+1.

Phạm Xuân Lan & Huỳnh Minh Tâm (2012) đã xây dựng mô hình giá trị cảm nhận của khách hàng dựa trên 5 nhân tố tác động đó là: chủng loại hàng hóa, khả năng phục vụ, trưng bày trong siêu thị, giá cả cảm nhận và an toàn trong siêu thị với tổng số 20 biến thành phần.

Giá trị cảm nhận của khách hàng trong môi trường bán lẻ:

Theo Zeithaml (1988) định nghĩa giá trị cảm nhận của khách hàng trong môi trường bán lẻ đó là: *sự đánh giá toàn diện của khách hàng về lợi ích của một sản phẩm (chất lượng) mà khách hàng cảm nhận được rằng mình phải chi trả hoặc tốn kém gì đó để có được sản phẩm.*

2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở mô hình lý thuyết của Naumann, giá trị cảm nhận của khách hàng dựa trên 4 yếu tố chính, đó là: chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ, hình ảnh và giá cả; qua các ý kiến khi phỏng vấn sâu 350 khách hàng đang mua sắm tại chuỗi siêu thị Thế giới di động tại TP. Hà Nội kết hợp với các thang đo tham khảo của Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (chất lượng dịch vụ siêu thị), nhóm tác giả xây dựng biến phụ thuộc với nhóm 6 biến giải thích.

* *Biến phụ thuộc:*

Y: Giá trị cảm nhận của khách hàng gồm 5 biến.

* *Biến giải thích:*

- M2: Chất lượng mặt hàng bán lẻ gồm 4 biến.

- M3: Chủng loại sản phẩm gồm 3 biến.

- M4: Giá bán lẻ gồm 4 biến.

- M5: Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi gồm 6 biến.

- M6: Vị trí đặt siêu thị gồm 3 biến.

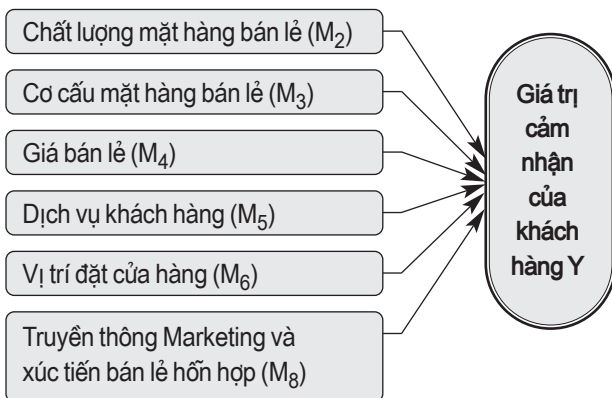
- M7: Truyền thông Marketing trên nền tảng số và Thương mại điện tử gồm 4 biến.

Mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

Để triển khai nghiên cứu giá trị cảm nhận khách hàng tại chuỗi siêu thị Thế giới di động, nghiên cứu này tiến hành các nghiên cứu định tính/sơ bộ và nghiên cứu định lượng/kiểm định thang đo và đưa

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



ra mô hình nghiên cứu và kiểm tra các khuyết tật của mô hình.

3.1. Phương pháp thu thập số liệu

Tác giả đã thực hiện thu thập số liệu thông qua phát phiếu điều tra và thực hiện phỏng vấn chuyên sâu trực tiếp khách hàng.

3.2. Phương pháp xử lý số liệu

Dữ liệu điều tra bằng phiếu khảo sát sẽ được tổng hợp, phân nhóm, sau đó được cập nhật vào phần mềm Excel để làm sạch và sử dụng phần mềm SPSS và AMOS để thống kê mô tả các biến chính và kiểm tra mức độ liên quan giữa các biến.

3.3. Phiếu khảo sát

Tác giả kế thừa cách chấm điểm các câu hỏi của Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2011) “Các câu hỏi sử dụng thang đo Likert 5 điểm. Theo mục tiêu nghiên cứu, tác giả mức ý nghĩa $\alpha < 0.05$. Khi đó, kích thước mẫu $n = 268$ là phù hợp.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đặc điểm mẫu

Số lượng phiếu phát ra là 350 phiếu tới 350 khách hàng mua sắm tại chuỗi các siêu thị Thế giới di động tại Hà Nội, thu lại 318 phiếu, loại 32 phiếu không hợp lệ, kích thước mẫu $n = 268$ (tỷ lệ thu hồi 76,6%), với tỷ lệ nữ là 58% và 42% nam. Về nhóm tuổi, đối tượng tham gia phỏng vấn từ 18 đến 35 tuổi (chiếm 66,8%).

4.2. Kết quả nghiên cứu kiểm định thang đo

4.2.1. Kiểm định thang đo

Để đánh giá tính nhất quán nội tại của các khái niệm nghiên cứu, phương pháp phân tích yếu tố

khám phá (EFA) và hệ số tin cậy Cronbach’s alpha được vận dụng. Kết quả tính toán Cronbach’s alpha của 6 thành phần riêng biệt của Giá trị khách hàng cảm nhận được phát triển tổng thể cho ta:

Một là, 6 thành phần của Giá trị khách hàng cảm nhận Y của chuỗi siêu thị Thế giới di động đều có hệ số tin cậy Cronbach’s alpha lớn hơn 0,727 \rightarrow đáp ứng tiêu chuẩn kiểm định ($> 0,70$).

Hai là, với các thang đo của các thành phần: M_2 - Chất lượng mặt hàng bán lẻ (4 biến quan sát); M_3 - Chung loại sản phẩm (3 biến); M_4 - Giá bán lẻ (4 biến); M_6 - Vị trí đặt siêu thị (3 biến) đều có hệ số tin cậy Cronbach’s alpha $> 0,70$; hệ số tương quan biến tổng $> 0,5 \rightarrow$ đáp ứng tiêu chuẩn kiểm định, được đưa vào phân tích EFA tiếp theo.

Ba là, với các thang đo của 2 thành phần: M_5 - Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi (6 biến); M_7 - Truyền thông Marketing trên nền tảng số và Thương mại điện tử (4 biến) hầu hết các thang đo của 3 thành phần này đều đạt mức tin cậy Cronbach’s alpha $> 0,70$; tương quan biến tổng $> 0,4$; tuy nhiên có 3 biến quan sát tương ứng của 3 biến M_5, M_7 , có hệ số Cronbach’s alpha $< 0,70$ (lần lượt là 0,5932; 0,6641 và 0,6248), đồng thời chúng đều có tương quan biến tổng $< 0,3$ (lần lượt là 0,2856; 0,2753 và 0,2724) nên loại ra khỏi trong các phân tích EFA tiếp theo.

Sau khi kiểm định thang đo và phân tích EFA chúng ta đã loại 3 biến quan sát, còn lại 21 biến quan sát của 6 thành phần và 5 biến quan sát của Giá trị khách hàng cảm nhận đều được đưa vào phân tích tương quan tiếp theo.

4.2.2. Phân tích tương quan

Một phương pháp chung để đánh giá giá trị phân biệt là kiểm định ma trận tương quan cho các biến độc lập và biến phụ thuộc. Nếu kết quả cho hệ số tương quan $< 0,8$ sẽ chỉ ra rằng các biến thành phần là độc lập với nhau. Bảng 1 tóm tắt mối tương quan thống kê Pearson giữa các biến được giải thích.

Từ Bảng 1 cho phép rút ra một số nhận định:

Một là, hệ số tương quan giữa biến phụ thuộc (Giá trị khách hàng cảm nhận Y) và các biến giải thích đều có mức ý nghĩa thống kê $p < 0,05$, vì thế

Bảng 1. Phân tích tương quan giữa các biến nghiên cứu

Các biến	M ₂	M ₃	M ₄	M ₅	M ₆	M ₇	Y
M ₂	1	0,587*	0,228*	0,484*	0,302*	0,267*	0,377*
M ₃		1	0,223*	0,361*	0,333*	0,291*	0,232*
M ₄			1	0,365*	0,313*	0,342*	0,291*
M ₅				1	0,317*	0,384*	0,252*
M ₆					1	0,316*	0,216*
M ₇						1	0,222*
Y							1

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng SPSS 18.0

các biến giải thích này đều có thể đưa vào mô hình để giải thích cho giá trị khách hàng.

Hai là, tất cả hệ số tương quan cặp tuyệt đối dao động trong khoảng [0,216-0,587], nghĩa là không vượt qua hệ số điều kiện 0,8 - điều đó chứng minh rằng các biến thành phần đều không có mối quan hệ cộng tuyến. Nói cách khác, các thang đo trong nghiên cứu này đã đo lường được các khái niệm nghiên cứu khác nhau.

4.3. Xây dựng mô hình hồi quy và kiểm định các giả thuyết

Hồi quy tuyến tính bội thường được dùng để kiểm định và giải thích lý thuyết nhân quả. Ngoài chức năng là một công cụ mô tả, hồi quy tuyến tính bội cũng được sử dụng như một công cụ kết luận để kiểm định các giả thuyết và dự báo các giá trị của tổng thể nghiên cứu. Như vậy, đối với nghiên cứu này, hồi quy tuyến tính bội là phương pháp thích hợp để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

4.3.1. Mô hình hồi quy tuyến tính bội

Mô hình hồi quy bội đã được phát triển như sau:

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 M_2 + \beta_3 M_3 + \beta_4 M_4 + \beta_5 M_5 + \beta_6 M_6 + \beta_7 M_7 + U_i \quad (1)$$

Trong đó:

1 là hệ số chặn

k là các hệ số hồi quy của phương trình hồi quy.

U_i là sai số ngẫu nhiên.

Tiến hành hồi quy tuyến tính bằng phần mềm SPSS, chúng ta nhận được:

* - mức ý nghĩa thống kê p < 0,05; ** - mức ý nghĩa thống kê p < 0,01

Bảng 2. Kết quả mô hình hồi quy bội "Giá trị khách hàng cảm nhận - Y"

Các biến		Hệ số hồi quy	Mức ý nghĩa
Phụ thuộc	Giải thích		
Y	C	0,048	0,007
	M ₂	0,089	0,013
	M ₃	0,197	0,000
	M ₄	0,277	0,000
	M ₅	0,296	0,000
	M ₆	0,095	0,000
	M ₇	0,232	0,023

R² = 0,682; giá trị F = 93,292***; mức ý nghĩa của F = 0,000 * - mức ý nghĩa thống kê p < 0,05; ** - mức ý nghĩa thống kê p < 0,01

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng SPSS 18.0

Từ Bảng 2, có thể rút ra một số nhận định sau:

Một là, các hệ số hồi quy tương ứng với các biến giải thích đều có mức ý nghĩa thống kê ở mức nhỏ hơn 0,05 và 0,01, do đó các biến giải thích đều có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc Giá trị khách hàng cảm nhận - Y.

Hai là, hệ số xác định bội R² của mô hình là 68,2% nói cách khác nhóm 6 thành phần giải thích đến 68,2% cho giá trị khách hàng cảm nhận.

Ba là, mô hình hồi quy bội thể hiện Giá trị khách hàng cảm nhận dựa trên kết quả nghiên cứu này là:

$$Y_i = 0,048 + 0,089 * M_2 + 0,197 * M_3 + 0,277 * M_4 + 0,296 * M_5 + 0,095 * M_6 + 0,232 * M_7 \quad (2)$$

4.3.2. Kiểm định sự phù hợp của mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

Thứ nhất, trong mô hình (2), khi kiểm định sự phù hợp của mô hình, bằng tiêu chuẩn kiểm định Fisher-Snedecor (F), ta nhận thấy giá trị F có ý nghĩa đáng kể về mặt thống kê ($p < 0,001$), điều này chứng tỏ mô hình nghiên cứu là hoàn toàn phù hợp.

Thứ hai, bằng kiểm định Student (T), tất cả các hệ số hồi quy đều dương và có P_value đều $< 0,05$ hoặc $0,01$, chứng tỏ cả 6 thành phần đều ảnh hưởng thuận chiều đến giá trị cảm nhận của khách hàng.

4.4. Kiểm định khuyết tật của mô hình

4.4.1. Đa cộng tuyến

Bảng 3 cho chúng ta thấy hệ số tương quan cặp giữa 6 thành phần: Chất lượng mặt hàng bán lẻ (M_2), Chung loại sản phẩm (M_3), Cảm nhận về giá của khách hàng đối với các mặt hàng bán lẻ - Giá bán lẻ (M_4), Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi (M_5), Vị trí đặt cửa hàng (M_6), Truyền thông Marketing trên nền tảng số và Thương mại điện tử (M_7) đều nhỏ hơn $0,8$ do đó các biến này đều độc lập với nhau.

Bên cạnh đó, khi phân tích phân tử phóng đại phương sai VIF (Variance Inflation Factors), ta có: (Bảng 3)

Bảng 3. Phương sai và nhân tử phóng đại phương sai VIF

Các biến	Phương sai	VIF
<i>Biến phụ thuộc:</i> Giá trị khách hàng cảm nhận.		
M_2	0,563	1,314
M_3	0,566	1,472
M_4	0,742	2,161
M_5	0,638	1,815
M_6	0,672	1,878
M_7	0,674	1,876

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng SPSS 18.0

Như vậy trong mô hình nghiên cứu (1) các biến giải thích: Chất lượng mặt hàng bán lẻ (M_2), Chung loại sản phẩm (M_3), Cảm nhận về giá của khách

hàng đối với các mặt hàng bán lẻ - Giá bán lẻ (M_4), Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi (M_5), Vị trí đặt cửa hàng (M_6), Truyền thông Marketing trên nền tảng số và Thương mại điện tử (M_7) không có mối liên hệ cộng tính với nhau, chứng tỏ mô hình nghiên cứu (1) không có hiện tượng đa cộng tuyến.

4.4.2. Kiểm định phương sai sai số thay đổi

Mô hình nghiên cứu (1) gặp phải khuyết tật phương sai số thay đổi (không thuần nhất) sẽ làm các hệ số hồi quy trở thành các ước lượng không tốt nhất, làm ảnh hưởng đến các kết quả dự báo sau này. Các kiểm định White và kiểm định Glejser được sử dụng để kiểm tra hiện tượng phương sai sai số thay đổi của mô hình (1).

• Kiểm định White

Để kiểm tra khuyết tật phương sai sai số thay đổi, chúng ta sử dụng kiểm định White với tiêu chuẩn kiểm định (TCKĐ) khi bình phương (Chi-Square).

Bảng 4. Kiểm định White

Heteroskedasticity Test: White	
F-statistic	0.8909
Obs*R-squared	6.0910
Prob. F	0.4611
Prob. Chi-Square(6)	0.4121

Nguồn: Xử lý dữ liệu

Từ Bảng 4, chúng ta nhận thấy, với TCKĐ khi bình phương (Chi-Square) có mức ý nghĩa $P_value = 0,4121 > 0,05$ nên bác bỏ giả thuyết mô hình (1) có phương sai sai số ngẫu nhiên thay đổi, hay phương sai sai số ngẫu nhiên là thuần nhất.

• Kiểm định Glejser

Với kiểm định Glejser để kiểm tra phương sai sai số thay đổi của mô hình nghiên cứu (1) chúng ta sử dụng TCKĐ Fisher-Snedecor (F).

Từ Bảng 5, chúng ta nhận thấy, với TCKĐ Chi-Squared có mức ý nghĩa $P_value = 0,4072 > 0,05$ nên chấp nhận giả thuyết mô hình (1) có phương sai sai số ngẫu nhiên không thay đổi.

Bảng 5. Kiểm định Glejser

Heteroskedasticity Test: Glejser	
F-statistic	1.0357
Obs*R-squared	6.7522
Prob. F	0.4072
Prob. Chi-Square(6)	0.3733

Nguồn: Xử lý dữ liệu

Như vậy, phương sai sai số ngẫu nhiên của mô hình nghiên cứu (1) là thuần nhất, đồng đều và không thay đổi.

5. Một số kết luận và khuyến nghị

Từ một số kết quả nghiên cứu định lượng về giá trị cảm nhận của khách hàng, chúng ta rút ra một số kết luận và khuyến nghị sau:

- Thứ nhất, Nhóm 1 gồm 2 thành phần: Cảm nhận về giá của khách hàng đối với các mặt hàng bán lẻ - Giá bán lẻ (M₄), Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi (M₅) có ảnh hưởng quan trọng nhất đến Giá trị cảm nhận của khách hàng theo thứ tự thứ nhất và thứ hai. Ở vị trí thứ ba và thứ tư

là nhóm 2, gồm 2 thành phần: Truyền thông Marketing trên nền tảng số và Thương mại điện tử (M₇), Chung loại sản phẩm (M₃). Do đó, các siêu thị bán lẻ nên có chương trình phù hợp về giá, cũng như nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Đồng thời, các mặt hàng trong siêu thị cần đa dạng, phong phú về chủng loại, mẫu mã để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, cạnh đó các kênh truyền thông, kênh xúc tiến bán hàng cần được cải thiện để người mua có thể tiếp cận tới được nhiều nhất các loại sản phẩm trong siêu thị.

- Thứ hai, Nhóm các yếu tố có tầm ảnh hưởng yếu nhất đến Giá trị cảm nhận của khách hàng theo thứ tự thứ năm, thứ sáu, là nhóm 2 thành phần còn lại: Chất lượng mặt hàng bán lẻ (M₂), Vị trí đặt cửa hàng (M₆). Đây là nhóm yếu tố có ảnh hưởng thấp nhất đến giá trị cảm nhận của khách hàng, chứng tỏ rằng xét ở mức độ tích cực thì sự hài lòng của khách hàng dành cho siêu thị đối với nhóm 2 yếu tố này là tốt hơn cho nhóm 4 yếu tố ở trên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Christopher. M. (1996). From Brand Value to Customer value. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 2 (1).
2. Tai, Y. M. (2011). Perceived Value of Customer in Information Sharing Services. *Industrial Management and Data Systems*, 111(4).
3. Wahyuningsih (2005). The Relationships among Customer Value, Satisfaction and Behavioral Intentions: A General Structural Equation Model. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 7(3).
4. Woodruff, R.B. (1997). Customer Value: The Next Source of Competitive Advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2).
5. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52 (3).
6. Nguyễn Thị Minh Nhân, Mai Hải An (2012). Sử dụng mô hình BOX-JENKINS trong dự báo bán hàng tại các doanh nghiệp thương mại nhà nước. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, số 3.
7. Nguyễn Quang Dong (2006). *Giáo trình Kinh tế Lượng*. NXB Thống kê.
8. Phạm Xuân Lan, Huỳnh Minh Tâm (2012). Đo lường các yếu tố tạo giá trị cảm nhận của khách hàng tại siêu thị Co.opmart ở TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, số 260.

Ngày nhận bài: 11/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/12/2022

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN THỊ TUYẾT MAI

Trường Đại học Thương mại

**THE RESEARCH MODEL FOR EXPLORING
THE PERCEIVED VALUE OF CUSTOMERS
TOWARDS MOBILE WORLD STORES IN HANOI**

● **Ph.D NGUYEN THI TUYET MAI**
THUONGMAI UNIVERSITY

ABSTRACT:

This study explores the factors that create the customer value in general and the perceived value of customers in particular when customers go shopping at Mobile World stores in Hanoi. The study proposes research models and scales based on theories and results of previous studies. The study also interviews customers at Mobile World stores in Hanoi. The proposed research model consists of one dependent variable named Customer perceived value (Y) and seven explanatory variables with 28 observed variables used to measure seven following factors: Retail product quality (M₂), Product category (M₃), Price perception of customer towards retail items - retail price (M₄), Customer care and after-sales service (M₅), Store location (M₆), Digital marketing on e-commerce platforms (M₇). The study finds out that these seven factors all affect the perceived value of customers.

Keywords: perceived value, supermarket, retail price, Mobile World supermarket chain.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP ĐÀO TẠO NGHỀ CHO LAO ĐỘNG NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN VIỆT NAM HIỆN NAY

● TRỊNH XUÂN VIỆT

TÓM TẮT:

Đào tạo nghề cho người lao động giữ vai trò rất quan trọng đối với chuyển dịch cơ cấu lao động nông nghiệp, nông thôn, phát triển nông nghiệp, nông thôn hiện đại. Bên cạnh một số thành tựu đã đạt được, công tác đào tạo nghề vẫn còn nhiều bất cập, như: tỷ trọng lao động trong nông nghiệp, nông thôn còn lớn, tỷ lệ lao động đã qua đào tạo thấp, cơ cấu và trình độ lao động đã đào tạo chưa đáp ứng được yêu cầu... Bài viết này đề cập đến một số vấn đề liên quan đến thực tiễn công tác đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn, chủ yếu là những hạn chế và biện pháp khắc phục trên cơ sở quan điểm mới.

Từ khóa: lao động, nông nghiệp nông thôn, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đào tạo nghề, cơ cấu lao động.

1. Thực trạng của công tác đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn hiện nay

Nông nghiệp Việt Nam trước đây là nền nông nghiệp sản xuất nhỏ, lạc hậu, phụ thuộc chủ yếu vào tự nhiên. Nghề nông cơ bản được cha truyền con nối, truyền bá kinh nghiệm sản xuất của thế hệ trước đối với thế hệ sau. Các nghề truyền thống trong nông thôn cũng được truyền dạy theo kiểu như vậy. Đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn thực sự chỉ được bắt đầu chú ý từ khi đổi mới kinh tế, chuyển sang nền kinh tế thị trường. Sự phát triển của sản xuất nông nghiệp theo hướng sản xuất lớn, ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ hiện đại gắn với kinh tế thị trường, hội nhập quốc tế đòi hỏi phải thay đổi căn bản chất lượng, trình độ lao động nông thôn về mọi mặt.

Trong 11 năm thực hiện Đề án Đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn (2010 - 2020), cả nước có gần 10 triệu lao động nông thôn được

học nghề, đạt 89% mục tiêu Đề án đặt ra (11 triệu người), trong đó gần 4,6 triệu người được hỗ trợ đào tạo nghề theo Đề án 1956, đạt 65% kế hoạch 11 năm của Đề án (7,052 triệu người), trong đó, hỗ trợ đào tạo trình độ sơ cấp, đào tạo dưới 3 tháng cho 4,57 triệu người, đạt 70% kế hoạch 11 năm của Đề án (6,54 triệu người), trong đó có: 53,4% lao động nông thôn được hỗ trợ học nghề là nữ; 40,2% học nghề nông nghiệp, 59,8% học nghề phi nông nghiệp; 1,8% là người thuộc diện được hưởng chính sách ưu đãi người có công với cách mạng; 25,8% người dân tộc thiểu số; 4,9% người thuộc hộ nghèo; 1,7% người bị thu hồi đất canh tác; 4,7 người khuyết tật; 3% người thuộc hộ cận nghèo, còn lại là lao động nông thôn khác được hỗ trợ học nghề; thí điểm đặt hàng dạy nghề trình độ cao đẳng, trung cấp giai đoạn 2010-2015 cho 10.534 người thuộc diện hộ nghèo, người dân tộc thiểu số, lao động nông thôn bị thu hồi đất canh tác có khó khăn về

kinh tế. Trong số 4,57 triệu lao động nông thôn được hỗ trợ học nghề có 1,84 triệu lao động nông thôn học nghề nông nghiệp, chiếm 40,2%; 2,73 triệu lao động nông thôn được hỗ trợ học nghề phi nông nghiệp, chiếm 59,8%. Sau khi đào tạo nghề, gần 4 triệu người có việc làm đạt 86,5% (mục tiêu tối thiểu 70% số lao động có việc làm sau học nghề), giai đoạn 2016-2020 đạt 89,3%. [2]

Kết quả nêu trên đã góp phần quan trọng vào việc giải quyết việc làm, chuyển dịch cơ cấu lao động, nâng cao chất lượng lao động nông thôn. Đào tạo nghề đã chú trọng gắn với thế mạnh địa phương, với quy hoạch phát triển sản xuất, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội và quy hoạch xây dựng nông thôn mới; đào tạo nghề đang chuyển sang đào tạo theo yêu cầu, nhu cầu của doanh nghiệp, nhu cầu của người lao động, gắn đào tạo với tư vấn, định hướng nghề nghiệp. Công tác đào tạo nghề đã góp phần quan trọng trong chuyển dịch cơ cấu lao động. Tỷ trọng lao động nông, lâm nghiệp, thủy sản trong tổng số lao động cả nước giảm từ 49,5% năm 2010 xuống còn 33,5% năm 2020. Công tác đào tạo nghề đã góp phần quan trọng trong việc phát triển các loại hình kinh tế tập thể, hợp tác xã thông qua các hình thức liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị, tạo ra nhiều công ăn việc làm, góp phần giảm nghèo bền vững, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho người dân và đóng góp tích cực vào sự thành công trong xây dựng nông thôn mới, góp phần quan trọng trong việc hình thành các hình thức sản xuất - kinh doanh có hiệu quả.

Tuy nhiên, nhìn từ góc độ hiệu quả của công tác đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn, cần thẳng thắn chỉ ra những hạn chế sau đây:

Một là, nhu cầu về đào tạo nghề, giải quyết việc làm ở nông thôn hiện rất lớn, song chưa đáp ứng được. Trong những năm qua, mặc dù quá trình đô thị hóa và hội nhập kinh tế đã thúc đẩy quá trình chuyển dịch lao động từ nông thôn ra thành thị, tuy nhiên, lao động vẫn tập trung ở khu vực nông thôn rất cao, tiếp tục gây sức ép về nhu cầu đào tạo và giải quyết việc làm tại chỗ cho lao động nông thôn.

Hai là, sự di cư của lao động nông thôn ra thành thị ô ạt gây thiếu hụt lao động ở nông thôn và gia tăng sức ép việc làm. Năm 2020, số người di cư từ 15 tuổi trở lên là 877,8 nghìn người, chủ yếu đến

khu vực thành thị (69,0%). Sự di cư tự phát này khiến cho tỷ lệ thất nghiệp của người di cư (9,82%) cao hơn khoảng 4,4 lần so với tỷ lệ thất nghiệp chung của lao động từ 15 tuổi trở lên (2,25%) mà phần lớn tập trung ở những lao động nông thôn không qua đào tạo chuyên môn, kỹ thuật. [2]

Ba là, tỷ lệ lao động qua đào tạo ở khu vực nông thôn còn thấp. Chất lượng lao động từng bước được cải thiện, nhưng còn hạn chế, làm cho thu nhập của người lao động không thể tăng nhanh, gây ra chênh lệch giàu nghèo giữa thành thị và nông thôn ngày càng lớn. Năm 2020, tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng, chứng chỉ từ sơ cấp trở lên tại khu vực nông thôn là 16%, thấp hơn nhiều so với tỷ lệ của thành thị (39,3%) và thấp hơn so với mức chung của cả nước (24,6%) [4].

Bốn là, quy mô đào tạo các ngành nghề trong lĩnh vực nông nghiệp ngày càng giảm mạnh. Sự dịch chuyển cơ cấu lao động từ nông nghiệp sang các lĩnh vực phi nông nghiệp là phù hợp, các ngành nghề trong lĩnh vực nông nghiệp bị thu hẹp là tất yếu. Tuy nhiên, có rất nhiều ngành nghề cần thiết trong lĩnh vực nông nghiệp (trồng trọt, chăn nuôi, thú y, nông nghiệp công nghệ cao, chế biến nông, lâm sản, dịch vụ nông nghiệp...) để phát triển nền nông nghiệp hiện đại, ít người muốn vào học những ngành này do có xu hướng ly hương, ly nông để lập nghiệp.

Năm là, cơ cấu ngành nghề đào tạo chưa phù hợp với nhu cầu, dạy nghề chưa gắn với nhu cầu việc làm và còn biểu hiện lãng phí. Sự hình thành hàng loạt các trung tâm dạy nghề, nhất là tại cấp huyện nhưng không đủ năng lực đào tạo nên chỉ xoay quanh các lớp nghề may công nghiệp, sửa chữa cơ khí nhỏ, lái xe,... với số người học ít ỏi, gây lãng phí cơ sở vật chất.

Sáu là, chất lượng đào tạo nghề còn quá thấp so với yêu cầu thực tế và trình độ của các nước trong khu vực. Lực lượng lao động phần lớn vẫn còn thiếu kỹ năng và kiến thức để đáp ứng yêu cầu của thị trường.

2. Giải pháp để nâng cao hiệu quả của công tác đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn hiện nay

Nông thôn trong 10 năm tới vẫn là nguồn cung lao động cho các ngành phi nông nghiệp và cho khu vực thành thị thông qua chuyển dịch cơ cấu

lao động. Dự báo, đến năm 2025, tỷ lệ lao động trong nông nghiệp sẽ chỉ còn dưới 30% và tiếp tục giảm xuống dưới 15% vào năm 2035. Trong công tác đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn ở nước ta hiện nay, cần thực hiện tốt các giải pháp sau:

Một là, cần phải xây dựng, điều chỉnh lại quy hoạch đào tạo nguồn lao động nông nghiệp, nông thôn cho phù hợp với yêu cầu thực tiễn. Mục tiêu đào tạo nghề cần chuyển dần từ chỉ chuyên đào tạo kỹ năng lao động nghề nghiệp để người lao động có thể làm được một công việc nào đó (may, lái xe, thêu,...) sang việc cung cấp hàng loạt các kỹ năng tổng hợp khác (tạo sản phẩm, tìm thị trường, sáng chế mẫu mã sản phẩm, tiếp thị,...). Chúng ta cần thay đổi quan niệm về đào tạo nghề. Nếu chỉ dừng lại ở việc dạy nghề như trước đây thì cũng lắm chỉ đạt đến kết quả giải quyết được việc làm, khó có thể tạo ra người lao động sáng tạo và thích nghi và phải bằng lòng với việc làm thuê suốt đời. Cần hiểu rằng đào tạo nghề là phải đào tạo cả chuyên môn kỹ thuật, nghiệp vụ và các kỹ năng khác để có thể tồn tại, phát triển bản thân trong một môi trường, điều kiện lao động nhất định bằng nghề nghiệp của chính mình. Do đó, công tác quy hoạch đào tạo nghề hiện nay cần phải:

- Xác định nhu cầu lao động cần được đào tạo và nhu cầu thị trường lao động để xác định danh mục ngành nghề đào tạo, tức là quy hoạch phải gắn với thị trường, gắn với việc làm, không đào tạo theo phong trào, chạy đua thành tích.

- Xác định các ngành nghề cần ưu tiên đào tạo, giảm tình trạng đào tạo dàn trải, đào tạo cho có, đào tạo chỉ dựa vào năng lực địa phương. Đào tạo nghề phải có tính đón đầu, bám sát diễn biến kinh tế, linh hoạt theo sự thay đổi của kết cấu kinh tế, kết cấu thị trường.

- Xác định hợp lý quy mô đào tạo nghề gắn với mỗi trình độ, ngành nghề đào tạo. Quy hoạch đào tạo nghề cần gắn với lợi thế nông nghiệp của mỗi vùng, nhằm khai thác tốt nhất nguồn lao động tại chỗ sau quá trình đào tạo.

- Mở rộng thêm đào tạo các nghề mới, kể cả các nghề phi nông nghiệp như sơ chế nguyên liệu, dịch vụ nông nghiệp, du lịch nông thôn, làng nghề, du lịch cộng đồng dựa trên các sản phẩm du lịch từ nông nghiệp, nông thôn và văn hóa bản địa.

Hai là, đổi mới nội dung đào tạo nghề, trong đó ngoài việc chú trọng hình thành chuyên môn kỹ thuật, tác nghiệp thành thạo cần bổ sung các kiến thức khác về bảo quản, sơ chế sản phẩm, giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm khách hàng, mua bán, kỹ năng tìm việc làm, khuyến khích khả năng sáng tạo trong lao động, đặc biệt là ý thức nghề nghiệp, kỷ luật lao động theo tác phong lao động công nghiệp. Về mục tiêu của chiến lược đào tạo nông dân, cần giúp họ có niềm tin mãnh liệt vào chính mình trước những khó khăn về vật chất và tinh thần để họ trở nên tích cực, năng động, sáng tạo đối với công việc, nhất là nghề nông trong quan niệm thường bị đánh giá thấp hơn so với các nghề khác.

Ba là, phương pháp đào tạo cần được thay đổi theo hướng tăng thực hành. Muốn vậy, cơ sở đào tạo cần có cơ sở vật chất kỹ thuật tốt. Hiện tại, điều này khó đáp ứng được ở các cơ sở đào tạo. Để cải thiện, cần phải dựa vào cơ sở kỹ thuật của các doanh nghiệp. Điều này là lý do vì sao trong đào tạo nghề nhất thiết phải có sự liên kết giữa các cơ sở đào tạo nghề với các doanh nghiệp, các xưởng thủ công hoặc các trang trại, thậm chí là các hộ nông dân.

Bốn là, nâng cao trình độ của đội ngũ giáo viên dạy nghề. Hiện tại, đây là điểm rất yếu, nhất là ở cấp huyện. Thu hút giáo viên giỏi có tay nghề cao còn là điều rất khó do lương thấp, công việc thiếu ổn định. Những người có chuyên môn giỏi thường không chọn làm việc tại các trường, cơ sở dạy nghề. Hưởng ưu đãi về tiền lương thường khó thực hiện do học nghề của lao động nông thôn hiện nay đang được khuyến khích với mức học phí thấp, khó có thể tăng thu cho các cơ sở đào tạo để thu hút giáo viên. Đây cũng là vấn đề chính phủ cần xem xét để có chính sách hỗ trợ hợp lý. Một giải pháp để giải quyết khó khăn này là tăng cường liên kết với các doanh nghiệp, hợp tác xã, khuyến khích sự tham gia các tổ chức nghề nghiệp, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, các nghề nhân nghề thủ công, những người làm nông nghiệp, làm vườn có kinh nghiệm, những nông dân giỏi... tham gia vào công tác đào tạo nghề.

Năm là, cần quan tâm đào tạo nghề cho thế hệ thứ hai của lao động, do dịch chuyển lao động nông nghiệp có liên quan mật thiết tới di cư lao động. Lao động di cư từ nông thôn ra thành thị là cần thiết

cho tăng trưởng kinh tế, nhưng thực tế là đối tượng này luôn bị thiệt thòi trong nhiều chính sách, trong đó có chính sách đào tạo, bồi dưỡng và đối tượng này cần phải được đào tạo để hòa nhập xã hội nơi thành thị, để có được nghề nghiệp, tham gia thị trường lao động với năng suất, hiệu quả lao động.

Sáu là, đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn phải chú trọng gắn với cơ hội việc làm của lao động sau khi được đào tạo. Hiện nay, chúng ta chưa giải quyết được mối liên kết giữa đô thị hóa và hiện đại hóa nông thôn. Lao động nông thôn còn bị hạn chế về khả năng tiếp cận dịch vụ cơ bản, khó khăn trong việc tìm kiếm các cơ hội việc làm tốt trong nông thôn. Các ngành kinh tế đô thị phát triển không dựa trên mối liên kết với nông thôn, trong khi khu vực nông thôn lại không đủ điều kiện để phát triển các ngành chế biến và dịch vụ phục vụ phát triển nông nghiệp. Đối với lao động nông thôn, con đường ra đô thị vừa dễ, vừa khó, dễ ra, song khó hội nhập vào nơi đến. Theo kinh nghiệm của nhiều nước, họ đều thực hiện chính sách thúc đẩy công nghiệp ở vùng nông thôn, chẳng hạn Nhật Bản đặc biệt coi trọng phát triển công nghiệp ở vùng nông thôn; có chính sách, kế hoạch, quy hoạch để thúc đẩy ngành công nghiệp ở các thành phố lớn sau đó lan tỏa về nông thôn. Thái Lan dành rất nhiều chính sách ưu đãi cho các doanh nghiệp về đầu tư ở nông thôn. Hàn Quốc cũng thực hiện nhiều giải pháp thúc đẩy sự phát triển công nghiệp vùng nông thôn, như ban hành “Luật Phát triển công nghiệp địa phương”, thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp ở khu vực thành thị về vùng nông thôn. Ngoài ra, nước ta có thể áp dụng chiếc lược toàn diện quốc gia về phát triển việc làm, phát triển việc làm phi nông nghiệp ở các vùng nông thôn và hỗ trợ lao động nông thôn học nghề mới khi đất nông nghiệp đang ngày càng bị thu hẹp; thúc đẩy chuyển dịch lao động từ nông nghiệp sang công nghiệp và từ khu vực kinh tế phi chính thức sang khu vực chính thức. Chính phủ cần nghiên cứu đầu tư phát triển một số doanh nghiệp xã hội ở các vùng nông thôn, tạo điều kiện mở rộng việc làm cho thanh niên, khuyến khích thanh niên khởi nghiệp bằng các chương trình nâng đỡ và các nguồn vốn vay ưu đãi.

Bảy là, rà soát, hoàn thiện hệ thống chính sách hỗ trợ về đào tạo nghề cho lao động nông thôn.

Nghiên cứu, xây dựng mức hỗ trợ và hình thức hỗ trợ theo hướng hỗ trợ theo định mức của từng nhóm nghề phù hợp với thực tế.

Tám là, đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong đào tạo nghề đối với lao động nông nghiệp, nông thôn. Phối hợp với các tổ chức quốc tế đánh giá chất lượng lao động ngành nông nghiệp; xây dựng các tài liệu đào tạo nghề nông nghiệp tiên tiến, chuyển đổi số, đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn quốc tế. Tổ chức các diễn đàn quốc tế, chia sẻ kinh nghiệm trong đào tạo nâng cao chất lượng, kỹ năng cho lao động ngành nông nghiệp. Hợp tác đưa lao động nông nghiệp đi học tập và lao động theo diện hợp đồng có thời hạn ở nước ngoài.

Chín là, huy động các nguồn lực để đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn. Lồng ghép với các chương trình mục tiêu quốc gia trong việc bố trí kinh phí trung hạn, hàng năm cho nội dung thành phần về đào tạo nghề cho lao động nông thôn. Huy động nguồn lực từ các doanh nghiệp, hợp tác xã và các tổ chức, cá nhân tham gia vào công tác đào tạo nghề nông nghiệp. Tận dụng các nguồn vốn hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế vào công tác đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn.

3. Kết luận

Nông nghiệp nước ta được định hướng sẽ đi lên sản xuất lớn hiện đại, hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Sự thay đổi cơ cấu kinh tế chung và cơ cấu kinh tế nông nghiệp, nông thôn là điều tất yếu, đòi hỏi phải có sự chuyển dịch tương ứng của lao động. Đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn là quá trình tạo tiền đề và có vai trò quyết định hiệu quả của sự chuyển biến này. Điều tác giả muốn kết luận ở bài viết này là: Hãy thay đổi quan niệm về đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn. Đào tạo nghề cho lao động nông nghiệp, nông thôn không phải chỉ hướng đến giải quyết lao động dôi dư trong nông nghiệp, tạo việc làm, xóa đói giảm nghèo, thực hiện chính sách xã hội, mà đây là quá trình tạo ra nguồn nhân lực cho nông nghiệp, nông thôn hiện đại, sản xuất lớn, khoa học công nghệ cao và hội nhập quốc tế. Điều đó cần đến cách nhìn nhận nhằm thay đổi tư duy trong đào tạo nghề và các giải pháp tích cực, đồng bộ từ chính phủ, doanh nghiệp, địa phương và cả sự nỗ lực của bản thân người lao động ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. TTHTQT (2019). Chuyển dịch lao động việc làm nông thôn Việt Nam hiện nay: Thực trạng, định hướng và giải pháp. Truy cập tại: <http://nongthonmoi.gov.vn/Pages/chuyen-dich-lao-dong-viec-lam-nong-thon-viet-nam-hien-nay-thuc-trang-dinh-huong-va-giai-phap.aspx>.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2020). Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Tập 1, 2. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật.
3. Lê Phương Hòa (2021). Dịch chuyển lao động nông nghiệp ở Việt Nam: Một số hàm ý chính sách. Truy cập tại: <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/823349/dich-chuyen-lao-dong-nong-nghiep-o-viet-nam--mot-so-ham-y-chinh-sach.aspx>.
4. Tổng cục Thống kê (2020). Thông cáo báo chí kết quả điều tra dân số và nhà ở năm 2019.
5. Tổng cục Thống kê (2021). Thông cáo báo chí tình hình lao động việc làm quý IV và năm 2020.

Ngày nhận bài: 12/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/12/2022

Thông tin tác giả:

TS. TRINH XUÂN VIỆT

Học viện Chính trị

**THE CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS
FOR THE VOCATIONAL TRAINING OF RURAL
AGRICULTURAL WORKERS IN VIETNAM**

● Ph.D **TRINH XUAN VIET**

Political Academy

ABSTRACT:

Vocational training for workers plays an important role in the restructuring of rural agricultural labor in order to develop modern rural agricultural areas. Besides some achieved encouraging results, the vocational training for rural agricultural labor still has many shortcomings. For example, the proportion of workers participating in agricultural activities is still large, the number of trained workers is quite low, and many trained workers still not meet requirements. This paper addresses some issues relating to the vocational training for rural agricultural workers in practice. The paper also proposes some measures based on new perspectives to overcome limitations in the vocational training for rural agricultural workers.

Keywords: labor, agriculture and rural areas, economic restructuring, vocational training, labor structure.

CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK - CHI NHÁNH TÂN BÌNH, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● NGUYỄN HOÀNG ANH VŨ - VÒNG THÌNH NAM

TÓM TẮT:

Để xác định các nhân tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Agribank - chi nhánh Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, tác giả dựa vào mô hình nghiên cứu của các nghiên cứu trước có liên quan, từ đó xây dựng mô hình nghiên cứu và đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến cho vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình. Với kích thước mẫu nghiên cứu là 350 và sử dụng phần mềm thống kê SPSS 20.0, kết quả nghiên cứu cho thấy có 2 nhân tố (so với ban đầu là 6 nhân tố) tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Agribank - chi nhánh Tân Bình.

Từ khóa: cho vay vốn khách hàng cá nhân, vay vốn khách hàng cá nhân Agribank Tân Bình.

1. Đặt vấn đề

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh Tân Bình (Agribank Tân Bình) rất chú trọng đến việc phát triển hoạt động dịch vụ bán lẻ nhất là đối với cho vay vốn khách hàng cá nhân, vì đây là một trong những nguồn đóng góp quan trọng trong tổng lợi nhuận của ngân hàng. Tuy nhiên, hiện nay, các ngân hàng hầu như đều có sản phẩm đối với khách hàng cá nhân khá giống nhau về hình thức và nội dung. Vì vậy, cần có sự thay đổi đột phá thì ngân hàng mới có ưu thế mở rộng thị phần của mình. Do đó, ngân hàng cần phải có một nghiên cứu cụ thể xác định được các yếu tố nào khiến khách hàng cá nhân quyết định vay vốn tại ngân hàng, để từ đó xây dựng các hàm ý chính sách phù hợp giúp phát triển mảng dịch vụ này.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Các khái niệm

Theo Nguyễn Minh Kiều: “Ngân hàng thương mại là một doanh nghiệp kinh doanh tiền tệ, là một tổ chức tín dụng thực hiện huy động vốn nhân rộng từ các chủ thể nền kinh tế để tạo lập nguồn vốn tín dụng và cho vay tín dụng phát triển kinh tế, tiêu dùng cho xã hội”.

Cho vay vốn là “một hình thức cấp tín dụng, theo đó tổ chức tín dụng giao cho khách hàng một khoản tiền để sử dụng vào mục đích và thời hạn nhất định theo thỏa thuận với nguyên tắc hoàn trả cả gốc và lãi theo Thông tư số 39/2016/TT-NHNN, về quy chế cho vay của Tổ chức tín dụng với khách hàng”.

Cho vay vốn khách hàng cá nhân là hình thức

tín dụng mà trong đó ngân hàng thương mại đóng vai trò chuyển nhượng quyền sử dụng vốn của mình cho khách hàng cá nhân, hoặc hộ gia đình, sử dụng trong một thời gian nhất định phải hoàn trả cả gốc và lãi, với mục đích phục vụ đời sống hoặc phục vụ sản xuất - kinh doanh dưới hình thức hệ kinh doanh cá thể.

2.2. Các lý thuyết có liên quan

- Lý thuyết hành vi hợp lý (TRA - Theory of reasoned action)

- Lý thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior - TPB).

2.3. Tổng quan các công trình nghiên cứu có liên quan (Bảng 1)

3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Tác giả đã vận dụng mô hình của các tác giả trước đó đề xuất mô hình nghiên cứu ban đầu, sau đó thảo luận ý kiến tham khảo với chuyên gia. Kết quả cuối cùng cho ra mô hình nghiên cứu đề xuất bao gồm 6 nhân tố: (1) Sản phẩm; (2) Sự thuận tiện; (3) Năng lực đáp ứng; (4) Cơ sở vật chất; (5) Lãi suất tín dụng; (6) Chính sách tín dụng. (Hình 1)

3.2. Phương pháp nghiên cứu

❖ Nghiên cứu định tính

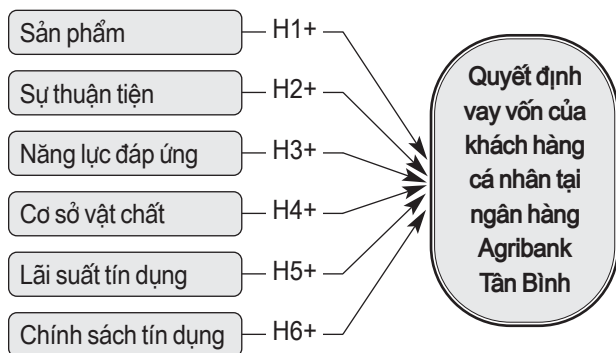
Giai đoạn này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với nội dung cơ bản là nghiên cứu cơ sở lý thuyết về các nhân tố ảnh hưởng quyết định vay

Bảng 1. Tổng hợp các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi chia sẻ tri thức từ các mô hình nghiên cứu trước có liên quan

STT	Tên nhân tố	Các nghiên cứu trước liên quan
1	Sản phẩm tín dụng	Ngô Thị Quỳnh (2019), Nguyễn Thị Kim Nam và Trần Thị Tuyết Vân (2015), Đoàn Thị Hồng Dung (2012), Siddique (2012)
2	Sự thuận tiện	Ngô Thị Quỳnh (2019), Nguyễn Hoàng Nghĩa Nhân (2019), Nguyễn Thị Kim Nam và Trần Thị Tuyết Vân (2015), Lê Đức Huy (2015), Hồ Phạm Thanh Lan (2015), Hafeez Ur, Rehman và Saima Ahmed (2008)
3	Phương tiện hữu hình	Ngô Thị Quỳnh (2019), Nguyễn Thị Kim Nam và Trần Thị Tuyết Vân (2015), Hồ Phạm Thanh Lan (2015), Hafeez Ur, Rehman và Saima Ahmed (2008)
4	Cán bộ tín dụng	Ngô Thị Quỳnh (2019), Nguyễn Phúc Chánh (2016), Nguyễn Thị Kim Nam và Trần Thị Tuyết Vân (2015), Hồ Phạm Thanh Lan (2015), Đoàn Thị Hồng Dung (2012)
5	Hoạt động marketing	Nguyễn Hoàng Nghĩa Nhân (2019), Nguyễn Thị Kim Nam và Trần Thị Tuyết Vân (2015), Lê Đức Huy (2015)
6	Hình ảnh và danh tiếng	Nguyễn Hoàng Nghĩa Nhân (2019), Nguyễn Thị Kim Nam và Trần Thị Tuyết Vân (2015), Hồ Phạm Thanh Lan (2015), Martin Owusu Ansa (2014), Hafeez Ur, Rehman và Saima Ahmed (2008)
7	Lãi suất tín dụng	Ngô Thị Quỳnh (2019), Nguyễn Phúc Chánh (2016), Lê Đức Huy (2015), Hồ Phạm Thanh Lan (2015), Martin Owusu Ansa (2014), Siddique (2012),
8	Chính sách tín dụng	Ngô Thị Quỳnh (2019), Nguyễn Hoàng Nghĩa Nhân (2019), Lê Đức Huy (2015), Đoàn Thị Hồng Dung (2012)
9	Quy trình thủ tục	Đoàn Thị Hồng Dung (2012), Nguyễn Phúc Chánh (2016), Hồ Phạm Thanh Lan (2015)

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

Hình 1: Mô hình nghiên cứu điều chỉnh



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình, đồng thời tổng quan về các kết quả nghiên cứu trước đây. Tiếp theo, tác giả tiến hành phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm.

Sau phần nghiên cứu sơ bộ các mục hỏi sẽ được chỉnh sửa, bổ sung cho phù hợp hơn, làm cơ sở cho việc hoàn thiện bản câu hỏi chính thức để tiến hành nghiên cứu chính thức

Ngoài ra, nghiên cứu định tính còn được sử dụng để phân tích đánh giá tình hình vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Agribank Tân Bình trong giai đoạn 2019 - 2021.

❖ Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng, tức là bằng cách phát bản hỏi ngay khi bản câu hỏi được chỉnh sửa từ kết quả nghiên cứu sơ bộ để thu thập dữ liệu khảo sát. Đơn vị nghiên cứu là các khách hàng đã và đang vay

vốn tại Agribank Tân Bình. Toàn bộ dữ liệu hồi đáp được mã hóa và làm sạch, sau đó được phân tích với sự hỗ trợ phần mềm SPSS 20.0.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả hệ số Cronbach alpha

Kết quả Cronbach alpha của thang đo các nhân tố tác động đến quyết định vay vốn khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình cho thấy, các biến đều có hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0,3 và đạt tiêu chuẩn chọn. Các thang đo đều hệ số Cronbach alpha > 0,6, như vậy, tất cả các biến đo lường đều được sử dụng trong phân tích EFA kế tiếp. (Bảng 2)

4.2. Kết quả phân tích nhân tố EFA

4.2.1. Phân tích biến độc lập

Hệ số KMO của mô hình các nhân tố tác động đến quyết định vay vốn khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình bằng 0,838 lớn hơn 0,5 nên phân tích nhân tố là phù hợp, giá trị sig.= 0,000 trong kiểm định Bartlett nhỏ hơn 0,05 nên các biến quan sát có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể. Phương pháp rút trích các thành phần chính - Principal components đã trích được 5 nhân tố từ 30 biến quan sát, với phương sai trích là 85,757%, thỏa mãn yêu cầu phương sai trích phải lớn hơn 50%, tức là đã giải thích được 85,757% sự biến thiên của tập dữ liệu này.

4.2.2. Phân tích nhân tố biến phụ thuộc

Kết quả phân tích nhân tố cho vay vốn, với KMO = 0,886, Sig. = 0,000 trong kiểm định Barlett

Bảng 2. Tóm tắt kết quả kiểm định Cronbach alpha mô hình nghiên cứu

STT	Tên nhân tố	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha	Số biến
1	Sản phẩm (SP)	0,812 - 0,931	0,944	5
2	Sự thuận tiện (TT)	0,930 - 0,989	0,985	5
3	Năng lực đáp ứng (NL)	0,684 - 0,868	0,887	5
4	Cơ sở vật chất (VC)	0,749 - 0,920	0,943	5
5	Lãi suất tín dụng (LS)	0,689 - 0,857	0,915	5
6	Chính sách tín dụng (CS)	0,945 - 0,979	0,989	5
7	Quyết định vay vốn (QD)	0,820 - 0,881	0,943	5

Nguồn: Số liệu chạy SPSS

< 0,05, một nhân tố được rút ra với tổng phương sai trích 81,679%, giải thích được 81,679% sự biến thiên của tập dữ liệu, cho thấy tập dữ liệu này cũng thỏa mãn điều kiện phân tích.

4.3. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Giá trị Durbin-Watson của mô hình bằng 1,146 cho thấy mô hình không có sự tự tương quan.

Phương trình hồi quy được viết như sau:

$$QD = 0,269 \cdot NV + 0,132 \cdot SP$$

Từ phương trình trên cho thấy mức độ tác động

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội

Biến	Diễn giải	B	Sai số	Beta	t	Sig.	VIF
(Constant)	Hằng số	2.815E-016	0,051	0,000	0,000	1,000	
CS	Chính sách tín dụng	0,033	0,051	0,033	0,642	0,521	1,000
LS	Lãi suất	0,055	0,051	0,055	1,072	0,285	1,000
NL***	Năng lực đáp ứng	0,269	0,051	0,269	5,258	0,000	1,000
SP*	Sản phẩm	0,132	0,051	0,132	2,574	0,010	1,000
VCns	Cơ sở vật chất	0,074	0,051	0,074	1,451	0,148	1,000
TTns	Thuận tiện	0,012	0,051	0,012	0,240	0,811	1,000
Giá trị Sig. F							0,000
Giá trị Durbin-Watson							1,146

Nguồn: Số liệu chạy SPSS

Kết quả phân tích tuyến tính (Bảng 3) cho thấy 2 nhân tố “Năng lực đáp ứng” và “Sản phẩm” có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa lần lượt là 1% và 10%. Các nhân tố còn lại là “chính sách vay vốn”, “lãi suất”, “cơ sở vật chất” và “thuận tiện” không có ý nghĩa thống kê, nên không có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình. Điều này đúng với tình hình thực tế hiện nay, đó là sự chênh lệch về lãi suất cho vay và sự khác biệt về chính sách giữa các ngân hàng không đáng kể. Các ngân hàng đều cung cấp tiện nghi phục vụ và mở rộng mạng lưới gần như nhau trên khắp địa bàn. Vì thế, sự cạnh tranh giữa các ngân hàng hiện tại nổi bật ở sản phẩm tín dụng, cũng như thái độ, trình độ và kinh nghiệm của nhân viên ngân hàng. Cụ thể:

Giá trị Sig. của thống kê F rất nhỏ nên mô hình hồi quy có ý nghĩa. Bên cạnh đó, giá trị VIF của mô hình đều nhỏ hơn 10, nên mô hình không bị đa cộng tuyến - theo Chu Nguyễn Mộng Ngọc và Hoàng Trọng (2008).

của từng nhân tố đối với quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình như sau:

Biến độc lập NL (Năng lực đáp ứng) có hệ số hồi quy là 0,269 và giá trị Sig là 0,00. Điều này cho thấy “Năng lực đáp ứng” tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình, với độ tin cậy lớn hơn 99%. Ngoài ra, hệ số này còn cho ta biết, khi các biến khác cố định, biến NL thay đổi 1% thì khách hàng cá nhân thay đổi khả năng quyết định vay vốn của khách hàng tăng thêm 0,269% với độ tin cậy lớn hơn 99%.

Biến độc lập SP (Sản phẩm) có hệ số hồi quy là 0,132 và giá trị Sig là 0,010. Điều này cho thấy “sản phẩm” có tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình, với độ tin cậy lớn hơn 90%. Ngoài ra, hệ số này còn cho ta biết, khi các biến khác cố định thì biến SP thay đổi 1%, khách hàng cá nhân thay đổi khả năng quyết định vay vốn của khách hàng tại Agribank Tân Bình tăng thêm 0,269% với độ tin cậy lớn hơn 99%.

Hệ số xác định R^2 được chứng minh là hàm không giảm theo số biến độc lập được đưa vào mô hình, càng đưa thêm biến độc lập vào mô hình thì R^2 càng tăng. Tuy nhiên, điều này cũng được chứng minh rằng không phải phương trình càng có nhiều biến sẽ phù hợp hơn với dữ liệu. Như vậy, R^2 có khuynh hướng là một ước lượng lạc quan của thước đo sự phù hợp của mô hình đối với dữ liệu trường hợp có hơn 1 biến giải thích trong mô hình. Mô hình thường không phù hợp với dữ liệu thực tế như giá trị R^2 thể hiện.

Trong tình huống này, hệ số xác định R^2 hiệu chỉnh được sử dụng để phản ánh sát hơn mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội. R^2 hiệu chỉnh không nhất thiết tăng lên khi nhiều biến độc lập được thêm vào phương trình, nó là thước đo sự phù hợp được sử dụng cho tình huống hồi quy tuyến tính bội, vì nó không phụ thuộc vào độ phóng đại của R^2 .

chóng khắc phục những yếu điểm do khách hàng góp ý, ứng xử khéo léo, linh hoạt, thân thiện với khách hàng.

Hai là, thái độ phục vụ khách hàng phải thân thiện, lịch thiệp. Nhân viên ngân hàng cần phải xử lý công việc nhanh, gọn, mang tính chuyên nghiệp, từ đó sẽ làm cho khách hàng cảm thấy hài lòng, nhu cầu được đáp ứng tốt, nhanh chóng và nhận thấy sự khác biệt hình ảnh giữa Agribank Tân Bình so với các ngân hàng khác.

Ba là, không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn, hiểu biết về sản phẩm ngân hàng, để hướng dẫn, giới thiệu cho khách hàng một cách ân cần, tử mỉ, chính xác, hiệu quả nhiệt tình và trung thực với khách hàng. Trung thực biểu hiện ở việc thẩm định đúng, khách quan thực trạng hồ sơ vay vốn của khách hàng, tuyệt đối không vụ lợi, không những nhiều, gây khó khăn cho khách hàng, mọi biểu hiện tiêu cực cần được xử lý

Bảng 4. Đánh giá sự phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R^2	R^2 Hiệu chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn
1	0,316 ^a	0,100	0,840	0,95709365

Nguồn: Số liệu chạy SPSS

Bảng 4 cho kết quả R^2 hiệu chỉnh bằng 0,840. Điều này có nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã được xây dựng giải thích được 84,0% ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Tân Bình, bao gồm: (1) Năng lực đáp ứng; (2) Sản phẩm các nhà quản trị. Để gia tăng quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại ngân hàng, cần phải thực hiện các giải pháp chú trọng vào 2 nhân tố này.

5.2. Hàm ý quản trị

(1) Đối với nhân tố năng lực đáp ứng

Một là, phải luôn luôn tôn trọng khách hàng, cầu thị lắng nghe ý kiến phản hồi, nhận xét, đánh giá dịch vụ ngân hàng từ phía khách hàng, nhanh

chậm khắc, nhằm răn đe và nâng cao uy tín chung cho ngân hàng.

(2) Đối với nhân tố sản phẩm

Xác định nhu cầu của khách hàng: tạo nhiều sản phẩm vay vốn khách hàng cá nhân đáp ứng được nhu cầu đa dạng của từng phân khúc khách hàng với chi phí hợp lý sẽ tăng cường mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của Agribank Tân Bình với các đối thủ. Việc xác định đúng nhu cầu của khách hàng từ đó đánh giá được thị trường tiềm năng đó là điều quan trọng góp phần định hướng cho ngân hàng trong việc tạo lập các sản phẩm cho vay khách hàng cá nhân mới.

Tiếp tục hoàn thiện các sản phẩm hiện có: đối với các sản phẩm đã được triển khai, dựa vào phân tích nhu cầu khách hàng để biết được những yếu điểm, những khiếm khuyết mà sản phẩm hiện tại chưa thể đáp ứng được cho khách hàng, từ đó

hoàn thiện các điểm yếu hiện tại đồng thời tích cực quảng bá các gói cho vay khách hàng cá nhân bằng quảng cáo hoặc trực tiếp tiếp thị tại các khu vực đông người, thị trường tiềm ẩn như khu công nghiệp, hội chợ, siêu thị,...

Nghiên cứu, xây dựng và phát triển các sản phẩm mới: Bên cạnh việc Hội sở Chính Agribank Việt Nam có bộ phận chuyên trách nghiên cứu phát triển sản phẩm, Agribank Tân Bình cũng cần phải có những phong trào, hội thi về nghiên cứu và phát triển sản phẩm riêng phù hợp với địa bàn hoạt động của mình. Đồng thời, Agribank Tân Bình cũng cần mạnh dạn đề xuất Hội Sở chính Agribank Việt Nam cho phép ứng dụng, thử nghiệm các sản phẩm mới được đề ra.

(3) Các hàm ý bổ trợ

- Tiếp tục tạo sự thuận tiện cho khách hàng trong giao dịch, mang lại cảm giác trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

- Chú trọng đầu tư cơ sở hạ tầng, tăng mức độ nhận diện thương hiệu làm nổi bật thương hiệu Agribank xung quanh khu vực Tân Bình.

- Điều chỉnh biểu lãi suất cho vay vốn sao cho phù hợp theo từng đối tượng và điều kiện của khách hàng. Tìm hiểu về các thông tin lãi suất ở các ngân hàng khác để điều chỉnh lại hạn mức cho vay.

- Cải tiến thủ tục cho vay theo hướng đơn giản, gọn nhẹ để tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng tiếp cận ngân hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đoàn Thị Hồng Dung (2012). *Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Biên Hòa*, Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Lạc Hồng.
2. Lê Đức Huy (2015). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam ở địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Nguyễn Minh Kiều (2008). *Tín dụng và thẩm định tín dụng ngân hàng*. NXB Tài chính, Hà Nội.
4. Hồ Phạm Thanh Lan (2015). *Phân tích các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của KHCN tại Eximbank Cần Thơ*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Cần Thơ.
5. Martin Owusu Ansa (2014). An Empirical study on the Determinants of Banks Selection in Ghana: Application of principal Factor Analysis on Senior High School Teachers in the Kumasi metropolis. *International journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, July 2014, Vol 4. No. 7, ISSN: 222-6990.
6. Nguyễn Hoàng Nghĩa Nhân (2019). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân ở các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam tại địa bàn thành phố Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sỹ Kinh tế, Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Ngân hàng Nhà nước (2016). *Thông tư số 39/2016/TT - NHNN ban hành ngày 30 tháng 12 năm 2016, Thông tư quy định về hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng*.
8. Quốc hội (2010). *Luật Các Tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12*, Hà Nội.
9. Ngô Thị Quỳnh (2019). *Kiểm định các nhân tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Cần Thơ*, Luận văn Thạc sỹ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
10. Rehman, Hafeez Ur, and Saima Ahmed (2008). An empirical analysis of the determinants of bank selection in Pakistan: A customer view. *Pakistan Economic and Social Review*, 46(2), 147-160.
11. Siddique, M. (2012). Bank Selection Influencing Factors: A Study on Customer Preferences with Reference to Rajshahi City. *Asian Business Review*, 1(1), 80-87.

Ngày nhận bài: 12/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/12/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN HOÀNG ANH VŨ¹

2. TS. VÒNG THÌNH NAM²

¹Học viên Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

²Giảng viên Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh

**FACTORS AFFECTING THE PERSONAL
LOAN DECISION AT AGRIBANK - TAN BINH BRANCH
IN HO CHI MINH CITY**

● NGUYEN HOANG ANH VU¹

● Ph.D. VONG THINH NAM²

¹ PhD student, Ho Chi Minh University of Banking

² Lecturer, Ho Chi Minh City University of Technology and Education

ABSTRACT:

Based on research models of previous studies, this study proposes a research model to explore the factors affecting the personal loan decision at Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development (Agribank) - Tan Binh Branch in Ho Chi Minh City. The study's sample size is 350 and the statistical software SPSS 20.0 is used. The study's results show that only two out of five proposed factors affect the personal loan decision at Agribank - Tan Binh Branch.

Keywords: personal loan, personal loan at Agribank Tan Binh.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ GẮN KẾT VỚI TỔ CHỨC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI TỔNG CÔNG TY CP BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT SÀI GÒN (SABECO)

● NGUYỄN PHAN THU HẰNG - TRẦN THU GIANG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm mục tiêu xác định và đo lường các yếu tố tác động tới sự gắn kết của người lao động (NLD) tại Tổng công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (Sabeco). Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng đến mức độ gắn kết của NLD tại Sabeco theo mức độ giảm dần lần lượt là: (1) Lương thưởng và phúc lợi, (2) Đào tạo, phát triển và thăng tiến; (3) Sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp; (4) Sự hỗ trợ của lãnh đạo; (5) Môi trường và chính sách làm việc; (6) Bản chất công việc. Kết quả mô hình này giải thích được 68,6% sự biến thiên của biến phụ thuộc thông qua 6 nhân tố của biến độc lập.

Từ khóa: sự gắn kết với tổ chức, người lao động, Tổng công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (Sabeco).

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, Việt Nam đang chuyển mình để hội nhập vào nền kinh tế quốc tế, đây là một cơ hội cũng như thách thức lớn. Hầu hết các tổ chức đều nhận thấy những yếu tố cạnh tranh truyền thống trước đây như vốn, nguyên liệu, công nghệ... đã dần trở nên lỗi thời. Thay vào đó, nguồn nhân lực chính là một yếu tố cạnh tranh mới mang tính quyết định đối với sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp. Vì vậy, để có lợi thế cạnh tranh về nguồn nhân lực, xây dựng được một đội ngũ mạnh, nâng cao sự gắn kết giữa họ là một trong những mục tiêu ưu tiên hàng đầu của các công ty hiện nay. Tổng công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (Sabeco) cũng đã và đang xây dựng mục tiêu trên. Tuy nhiên, trong

quá trình tái cấu trúc, chính sách công ty có nhiều thay đổi dẫn tới nhiều lao động nghỉ việc; số lượng, chất lượng nguồn nhân lực chưa ngang tầm với đòi hỏi của tình hình mới; nhiều vị trí công việc chưa được mô tả rõ ràng; mức lương nhân viên mới chênh lệch nhiều với nhân viên cũ. Trong giai đoạn tinh giảm mạnh số lượng nhân sự để tái cấu trúc công ty, nhiều nhân viên giỏi nghỉ việc vì họ dễ dàng tìm kiếm việc mới, nhưng những nhân sự yếu kém lại không rời đi, dẫn tới việc tinh giảm bộ máy chưa hiệu quả.

Với những lý do nêu trên và mong muốn tìm hiểu về những yếu tố tác động tới sự gắn kết của NLD, nghiên cứu này được thực hiện nhằm góp phần tìm ra các hàm ý quản trị, giúp nâng cao sự gắn kết của NLD đối với tổ chức.

2. Các giả thuyết khoa học và mô hình nghiên cứu

Tiền lương, thưởng và phúc lợi: Theo nghiên cứu của Koskey và cộng sự (2015), trong bất kỳ tổ chức nào, điều quan trọng phải đưa ra một hệ thống lương, thưởng, thật sự hiệu quả. Hệ thống phần thưởng có thể có nhiều loại, tiền tệ hoặc phi tiền tệ, hữu hình hoặc vô hình, vật lý hoặc tâm lý. Những phần thưởng này có tác động đối với sự gắn kết và cam kết của nhân viên đối với tổ chức. Giả thuyết nghiên cứu được đề xuất:

Giả thuyết H1: Tiền lương, thưởng và phúc lợi có tác động thuận chiều với sự gắn kết của người lao động. (H1 +)

Đào tạo, phát triển và thăng tiến: Nghiên cứu của Phạm Thế Anh và Nguyễn Thị Hồng Đào (2013) cho rằng, có mối quan hệ giữa sự gắn kết với tổ chức của NLD thông qua những cảm nhận của nhân viên về cơ hội phát triển sự nghiệp, đào tạo chuyên môn. NLD sẽ mong muốn được làm những công việc mà họ nhận thấy có nhiều cơ hội được đào tạo, thăng tiến. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Kim Ánh (2018) cũng cho rằng cơ hội thăng tiến có tác động lớn tới sự gắn kết của NLD. Cơ hội thăng tiến làm gia tăng động lực làm việc, gia tăng hiệu suất làm việc và tăng sự gắn kết của NLD. Nghiên cứu của Trần Kim Dung (2005) cũng chỉ ra, NLD sẽ hài lòng với những công việc mà họ nhận thấy có cơ hội được đào tạo, thăng tiến. Giả thuyết nghiên cứu được đề xuất:

Giả thuyết H2: Đào tạo, phát triển và thăng tiến có tác động thuận chiều với sự gắn kết của người lao động. (H2 +)

Sự hỗ trợ của lãnh đạo: theo Carasco-Saul và cộng sự (2015), nhân tố sự hỗ trợ của lãnh đạo đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra sự gắn kết của NLD với tổ chức của họ. Các nhà lãnh đạo là những người giúp thúc đẩy, tạo động lực, kích thích tinh thần làm việc của nhân viên bằng cách tạo ra sự hỗ trợ cho nhân viên. Nghiên cứu của Sapna Popli (2016) cho thấy mối quan hệ đáng kể giữa phong cách lãnh đạo và sự gắn kết của nhân viên. Mỗi người quản lý sẽ có một phong cách lãnh đạo khác nhau. Đôi khi, sự ảnh hưởng của tuổi tác và trình độ học vấn của người lãnh đạo

cũng có tác động tới sự gắn kết của nhân viên.

Giả thuyết H3: Sự hỗ trợ của lãnh đạo tác động cùng chiều đến sự gắn kết công việc của người lao động. (H3 +)

Môi trường và chính sách làm việc: Môi trường làm việc là những điều kiện xung quanh việc vận hành công việc của một tổ chức như trang thiết bị, công cụ, dụng cụ, không gian làm việc... Chính sách làm việc là tổng thể các quan điểm, mục tiêu, giải pháp để giải quyết công việc.

Theo Trần Kim Dung (2005), môi trường làm việc là nơi nhân viên làm việc, nơi họ luôn mong muốn một môi trường làm việc an toàn, thoải mái để có động lực làm tốt công việc của mình. Mohda và cộng sự (2016) nghiên cứu môi trường làm việc có sự ảnh hưởng lớn đến sự gắn kết của NLD. Nghiên cứu của Robbins (2005) cho rằng sự hài lòng trong công việc chịu sự ảnh hưởng lớn từ điều kiện làm việc. Năng suất lao động sẽ tăng khi môi trường làm việc tốt. Do đó, ta có giả thuyết:

Giả thuyết H4: Môi trường và chính sách làm việc tác động cùng chiều đến sự gắn kết của người lao động. (H4 +)

Bản chất công việc: Theo Robertson-Smith (2009), “bản chất công việc thể hiện qua sự thích thú công việc, công việc có tính đa dạng, thử thách, sử dụng được nhiều kỹ năng, công việc luôn luôn đổi mới, sáng tạo... đạt được những yếu tố trên về bản chất công việc thì NLD sẽ gắn kết hơn với tổ chức”. NLD khi hiểu bản chất công việc, họ sẽ thấy việc làm có ý nghĩa, có sự quan trọng hay ảnh hưởng, để từ đó họ cố gắng hoàn thiện công việc một cách tốt nhất có thể.

Giả thuyết H5: Bản chất công việc tác động cùng chiều đến sự gắn kết của người lao động. (H5 +)

Sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp: Nguyễn Phúc Nguyên và cộng sự (2020) đã thực hiện một nghiên cứu và chứng minh sự gắn kết của nhân viên chịu sự tác động lớn của việc tổ chức, đồng nghiệp có sẵn sàng hỗ trợ nhau hay không. Biswas và cộng sự (2013) nghiên cứu về sự hỗ trợ của tổ chức và sự phù hợp giữa con người với tổ chức và sự hài lòng trong công việc. Kết quả của nghiên

cứu cho rằng NLD sẽ tích cực làm việc để hoàn thành công việc hơn khi NLD nhận được sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp.

Giả thuyết H6: Sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp tác động cùng chiều đến sự gắn kết của người lao động. (H6 +).

Mô hình nghiên cứu đề xuất: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính: Trên cơ sở khảo sát, kế thừa các nghiên cứu trước có liên quan đến đề tài và kết hợp với phỏng vấn, tham vấn các chuyên gia, nhân viên đang làm việc tại Tổng công ty CP Bia - Rượu - NGK Sài Gòn. Theo kết quả nghiên cứu sơ bộ, tác giả đã xác định được 6 thành phần ảnh hưởng đến sự gắn kết của NLD tại Tổng CTCP Bia - Rượu - NGK Sài Gòn, đó là: (1) Lương thưởng và phúc lợi, (2) Đào tạo, phát triển và thăng tiến; (3) Sự hỗ trợ của lãnh đạo; (4) Môi trường và chính sách làm việc; (5) Bản chất công việc; (6) Sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp. Đồng thời qua nghiên cứu sơ bộ đề tài, tác giả đã xác định được 30 biến quan sát làm cơ sở cho việc thiết kế bảng hỏi.

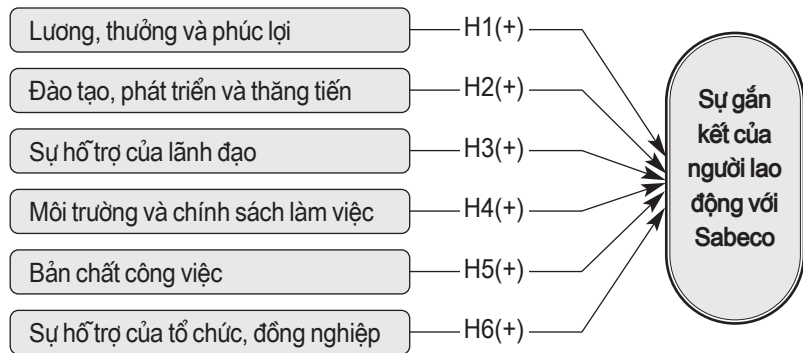
Nghiên cứu định lượng: Bằng cách khảo sát 250 nhân viên bằng bảng câu hỏi khảo sát, thu về được 210 phiếu hợp lệ làm dữ liệu nghiên cứu. Kiểm định thang đo và mô hình lý thuyết, sử dụng hệ số tin cậy Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích hồi quy, kiểm định mô hình lý thuyết dựa trên kết quả xử lý của phần mềm SPSS 26 để khám phá các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự gắn bó của NLD đối với Tổng công ty CP Bia - Rượu - NGK Sài Gòn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là phù hợp vì hệ số KMO = 0,852 > 0,5, kiểm định Bartlett là 2677,940 với mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,05. Có 6 nhân tố đại diện cho sự gắn kết với các biến đặc

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất chính thức



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Bảng 1. Bảng Kiểm định KMO và Bartlett các biến độc lập

Chỉ tiêu	Kết quả lần 1	Kết quả lần 2
Hệ số KMO	0,852	0,844
Kiểm định Bartlett's Sig.	000	000
Phương sai trích	62,416	64,492

Nguồn: Tác giả tổng hợp

trưng của nhân tố được sắp xếp lại khác với mô hình lý thuyết ban đầu. Các hệ số tải nhân tố (Factor loading) đều lớn hơn 0.5 trừ biến DN5 có hệ số tải nhỏ hơn 0.5 nên ta loại biến này và có biến CV5 cùng lúc tải lên cả 2 nhân tố với hệ số tải gần nhau, chênh lệch hệ số tải nhân tố 0,591-0,573 = 0,018 < 0,3. Vì vậy, loại biến CV5. Kết quả phân tích EFA lần 2 cho thấy hệ số KMO = 0,844 > 0,5, chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là phù hợp, kiểm định Bartlett là 2271,238 với mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,05 và chứng tỏ các biến quan sát tham gia vào phân tích có tương quan với nhau. Có 6 nhân tố được trích dựa vào tiêu chí eigenvalue 1,542 > 1, như vậy 6 nhân tố này tóm tắt thông tin của 27 biến quan sát đưa vào EFA một cách tốt nhất. Tổng phương sai các nhân tố này trích được là 62,492% > 50%, như vậy, 6 nhân tố được trích giải thích được 62,492% biến thiên dữ liệu của 27 biến quan sát tham gia vào EFA.

4.2. Phân tích hồi quy tuyến tính

Dựa vào mô hình nghiên cứu đề xuất, phân tích hồi quy tuyến tính bội với phương pháp đưa các

biến vào cùng lúc để kiểm định sự phù hợp giữa biến phụ thuộc Sự gắn kết của người lao động với tổ chức (GK) với các biến độc lập. Kết quả cho thấy hiệu chỉnh là $0,686 = 68,6\%$ có ý nghĩa: mô hình này giải thích được $68,6\%$ sự biến thiên của biến phụ thuộc thông qua 6 nhân tố của biến độc lập. Còn lại $31,4\%$ sự gắn kết của nhân viên xuất phát từ các yếu tố khác không bao gồm trong mô hình. Giá trị $d = 2,127$ có thể kết luận rằng không có tương quan giữa các phần dư, mô hình không vi phạm giả định về hiện tượng tương quan. Từ kết quả Hồi quy đa biến trong phân tích phương sai ANOVA cho thấy giá trị kiểm định $F = 77,080$ với mức ý nghĩa $Sig = 0,000 < 0,05$, như vậy mô hình hồi quy có ý nghĩa. Kết quả phương trình hồi quy đa biến sau:

$$GK = 0,346*LP + 0,335*DT + 0,184*LD + 0,131*MT + 0,124*CV + 0,192*DN$$

4.3. Kiểm định sự khác biệt

Không có sự khác biệt giữa nhóm giới tính và nhóm trình độ học vấn đối với sự gắn kết với tổ chức. Nhóm độ tuổi, thời gian làm việc, thu nhập trung bình tháng có sự khác biệt đối với sự gắn kết với tổ chức.

4.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả cho thấy, tất cả 6 yếu tố đều có sự ảnh hưởng đến sự gắn kết của NLD với Sabeco. Đầu tiên là yếu tố: (1) lương thưởng và chế độ phúc lợi. Đây là yếu tố có mức độ quan trọng nhất trong những yếu tố có ảnh hưởng tới sự gắn kết của NLD. Chính sách khen thưởng của công ty rõ ràng, lương và các khoản phụ cấp luôn được chi trả cho NLD đúng ngày, đúng tháng. Đó là những lý do giúp NLD cảm thấy gắn kết hơn với tổ chức. (2) Đào tạo, phát triển và thăng tiến: để giữ chân được những NLD có trình độ cao, hết lòng cống hiến vì tổ chức thì bắt buộc Sabeco phải thể hiện được những chính sách và cơ hội thăng tiến rõ ràng. Tại Sabeco, những người làm việc đạt kết quả tốt đều được ghi nhận và trao cơ hội thăng tiến rõ ràng. (3) Sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp: NLD đánh giá cao sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp, đồng nghiệp sẵn sàng hỗ trợ nhau trong công việc, chủ động hợp tác trong công việc làm cho mối quan hệ giữa con người với nhau sẽ

trở nên tốt đẹp, NLD muốn gắn bó hơn với tổ chức. (4) Sự hỗ trợ của lãnh đạo: Lãnh đạo tại Tổng công ty hiện tại bao gồm cả người Việt Nam và người nước ngoài, họ đều đối xử công bằng với nhân viên nên đa số NLD đánh giá cao yếu tố thành phần “lãnh đạo của anh/chị đối xử công bằng với nhân viên”. Mặc dù yếu tố “Sự hỗ trợ của lãnh đạo” không phải yếu tố có tác động mạnh nhất tới sự gắn kết của NLD. (5) Môi trường và chính sách làm việc: Tổng công ty xác định môi trường làm việc rất quan trọng với NLD nên đang xây dựng những chính sách để trở thành nơi làm việc hạnh phúc nhất. Tổng công ty luôn cố gắng tạo điều kiện tốt nhất cho mọi nhân viên được làm việc hết mình, cống hiến tất cả năng lực cho công việc. (6) Bản chất công việc: Khi NLD được chủ động làm việc, chủ động quyết định trong phạm vi cho phép, NLD sẽ làm việc với tinh thần tích cực, tự làm tự chịu trách nhiệm, như vậy mỗi người sẽ nâng cao ý thức hoàn thành công việc, đạt được nhiều thành tựu và tăng phần gắn kết.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu đã cho thấy có mối tương quan cùng chiều giữa 6 yếu tố tác động đến sự gắn kết với tổ chức của NLD tại Sabeco đó là: (1) Lương thưởng và chế độ phúc lợi, (2) Đào tạo, phát triển và thăng tiến, (3) Sự hỗ trợ của lãnh đạo, (4) Môi trường và chính sách làm việc, (5) Bản chất công việc, (6) Sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp. Từ kết quả này, nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản trị giúp Sabeco nâng cao sự gắn kết của NLD đối với tổ chức, đó là: (1) Lương thưởng và chế độ phúc lợi: Sabeco đã xây dựng chế độ đãi ngộ lương, thưởng, phúc lợi đầy đủ và ngày càng có thêm những chính sách mới hoàn thiện hơn, tốt hơn cho người lao động. Tuy nhiên, cần trả lời rõ ràng cho những NLD không đạt được khen thưởng của công ty cuối mỗi kỳ đánh giá. (2) Đào tạo, phát triển và thăng tiến: Sabeco cần thống nhất và đẩy nhanh các chương trình đào tạo từ tập đoàn đưa xuống để chuẩn hóa quy trình xử lý công việc. Xây dựng thêm chính sách thăng tiến trong nội bộ cho những vị trí cấp cao. (3) Sự hỗ trợ của lãnh đạo: lãnh đạo trực tiếp tại

các phòng, ban cần sắp xếp khối lượng công việc cân đối giữa các vị trí cho phù hợp với thể mạnh của từng nhân sự, lắng nghe nhiều hơn và tìm hiểu những khó khăn của NLD để có hỗ trợ kịp thời. (4) Môi trường và chính sách làm việc: cần linh hoạt hơn trong chính sách làm việc, nhất là quy định về thời gian và bổ sung thêm chính sách làm việc từ xa để bắt kịp xu thế hiện nay và duy trì môi trường làm việc tốt. (5) Bản chất công việc: cần xây dựng lại bảng mô tả và bảng phân

tích công việc, tạo ra nhiều thử thách hơn để NLD không cảm thấy nhàm chán khi làm việc thời gian dài trong công ty. (6) Sự hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp: Tổng công ty cần nắm bắt được những khó khăn của NLD ở các vị trí công việc khác nhau để kịp thời đưa ra những chính sách hỗ trợ. Đẩy mạnh hoạt động quan hệ lao động và đào tạo hội nhập để tăng sự tương tác giữa các đồng nghiệp, làm cho họ gắn kết hơn với nhau và gắn kết hơn với tổ chức ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Carasco-Saul, M., Kim, W., & Kim, T. (2015). Leadership and employee engagement: Proposing research agendas through a review of literature. *Human Resource Development Review*, 14(1), 38-63.
2. Popli, S., & Rizvi, I. A. (2016). Drivers of employee engagement: The role of leadership style. *Global Business Review*, 17(4), 965-979.
3. Mohda, I. H., Shaha, M. M., & Zailan, N. S. (2016). How work environment affects the employee engagement in a telecommunication company. In *3rd International Conference on Business and Economics*, 21 - 23 September, (pp. 21-23). Universiti Teknologi MARA Selangor, Malaysia.
4. Biswas, S., & Bhatnagar, J. (2013). Mediator analysis of employee engagement: role of perceived organizational support, PO fit, organizational commitment and job satisfaction. *Vikalpa*, 38(1), 27-40.
5. Koskey, A. K., & Sakataka, W. (2015). Effect of reward on employee engagement and commitment at Rift Valley Bottlers Company. *International academic journal of human resource and business administration*, 1(5), 36-54.
6. AbuKhalifeh, A. N., & Som, A. P. M. (2013). The antecedents affecting employee engagement and organizational performance. *Asian Social Science*, 9(7), 41-46.
7. Al Mehrzi, N., & Singh, S. K. (2016). Competing through employee engagement: a proposed framework. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(6), 831-843.
8. J., A. (2014). Determinants of employee engagement and their impact on employee performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(3), 308-323.
9. McShane S. L. and Von Glinow M. A. (2003). *Organizational Behaviour, International Edition*, McGraw-Hill Education, New York.
10. NGUYEN, L. G. T., & PHAM, H. T. (2020). Factors affecting employee engagement at not-for-profit organizations: A case in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(8), 495-507.
11. Ram, P., & Prabhakar, G. V. (2011). The role of employee engagement in work-related outcomes. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(3), 47-61.
12. Robinson, T. L. (2016). *A quantitative investigation of employee motivation and cohesion with or without servant leadership*. Doctoral dissertation, Capella University, USA.
13. Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.

Ngày nhận bài: 7/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/12/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN PHAN THU HẰNG¹

2. TRẦN THU GIANG²

¹Trường Đại học Sài Gòn

²Cao học viên, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh

**FACTORS AFFECTING THE EMPLOYEE ENGAGEMENT
AT SAIGON BEER - ALCOHOL - BEVERAGE
JOINT STOCK CORPORATION**

● **NGUYEN PHAN THU HANG¹**

● **TRAN THU GIANG²**

¹Saigon University

²Masters student - Ho Chi Minh City University
of Technology and Education

ABSTRACT:

This study is to identify and measure the factors affecting the employee engagement at Saigon Beer - Alcohol - Beverage Joint Stock Corporation (SABECO). The study's results show that there are 06 factors affecting the employee engagement at Saigon Beer - Alcohol - Beverage Joint Stock Corporation, namely: (1) Salary, bonus and welfare, (2) Training, development and promotion, (3) Support of the company and colleagues, (4) Leadership support, (5) Working environment and policies, and (6) Nature of work. The study's research model explains 68.6% of the variation of the dependent variable through 6 factors of the independent variable.

Keywords: organizational cohesion, employees, Saigon Beer - Alcohol - Beverage Joint Stock Corporation (Sabeco).

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC TỈNH BÌNH DƯƠNG: CÁC HẠN CHẾ, NGUYÊN NHÂN VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP

● LÊ VĂN ĐẠI

TÓM TẮT:

Bình Dương là tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ, có dân số đông và là tỉnh có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, đóng góp lớn vào GDP của cả nước. Tuy nhiên, hầu hết người lao động là dân nhập cư, nên nguồn nhân lực (NNL) của tỉnh còn nhiều hạn chế trên nhiều phương diện. Vì vậy, trong phạm vi bài viết này, tác giả sẽ đề cập một số các hạn chế về phát triển NNL của tỉnh Bình Dương và đề xuất một số giải pháp phát triển.

Từ khóa: nguồn nhân lực, phát triển, phát triển nguồn nhân lực, tăng trưởng kinh tế, tỉnh Bình Dương.

1. Đặt vấn đề

Bình Dương là tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ, là tỉnh có dân số đông thứ 4 trong 63 tỉnh, thành phố, là địa phương nằm trong cực tăng trưởng cao của Việt Nam. Trước đây, Bình Dương chỉ là một tỉnh thuần nông, người dân nhiều đời gắn bó với ruộng đồng, cây trái. Tuy nhiên, đặc trưng của tỉnh hiện nay là phát triển các khu công nghiệp, cụm công nghiệp trọng điểm với kết cấu hạ tầng hoàn chỉnh, đồng bộ và hiện đại đã thu hút được dòng vốn đầu tư trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, các mặt kinh tế - xã hội của tỉnh bắt đầu đạt những thành tựu đáng kể, cơ cấu kinh tế chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng công nghiệp - dịch vụ - nông nghiệp, bộ mặt đô thị hóa đã được hình thành rõ nét. Chính điều đó đã thu hút rất nhiều lao động từ các tỉnh, thành phố khác tập trung về làm việc, dẫn đến tình trạng gia tăng dân số cơ học của tỉnh rất cao, do có nhiều người nhập cư (chiếm hơn 50% dân số của tỉnh). Theo Cục Thống kê Bình Dương, năm 2019, tỉnh Bình Dương được đánh giá là tỉnh

xếp hạng thứ ba về tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP), xếp thứ ba về GRDP bình quân đầu người, đứng thứ 8 về tốc độ tăng trưởng GRDP. Với 2.465.000 người dân, GRDP đạt 389.500 tỷ đồng (tương ứng với 16,81 tỷ USD), GRDP bình quân đầu người đạt 158,1 triệu đồng (tương ứng với 6.907 USD), tốc độ tăng trưởng GRDP dự kiến đạt 9,5% (CTKBD, 2022). Trong những năm qua, tỉnh Bình Dương đã đạt những thành tựu đáng kể về kinh tế - xã hội, nhưng chất lượng nguồn nhân lực của tỉnh còn thấp, do nguồn nhân lực của tỉnh rất dồi dào, nhưng chủ yếu là dân nhập cư, không đáp ứng yêu cầu nhân lực có trình độ chuyên môn kỹ thuật, tay nghề cao, kỹ năng làm việc trong môi trường công nghệ và cạnh tranh. Điều đó là một trở ngại đối với sự phát triển chung cho phát triển kinh tế - xã hội toàn tỉnh. Những hạn chế trên cũng là những thách thức to lớn đối với tỉnh trong quá trình phát triển và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại. Nền kinh tế của tỉnh Bình Dương muốn phát triển nhanh và bền vững, trở thành tỉnh

công nghiệp theo hướng hiện đại, cần phải có sự đột phá trên cơ sở từ nội lực, đó chính là phát triển nguồn nhân lực. Điều đó cho thấy, việc nghiên cứu tìm hiểu thực trạng phát triển NNL cũng như các yếu tố tác động đến phát triển NNL tỉnh Bình Dương là rất cần thiết, từ đó kịp thời có các giải pháp nhằm phát huy những thế mạnh và hạn chế các tác động tiêu cực, có các cơ chế thúc đẩy phát triển NNL cho tỉnh, đóng góp nhiều hơn nữa cho kinh tế địa phương và cho cả nước.

2. Đóng góp và hạn chế trong phát triển nguồn nhân lực của tỉnh Bình Dương

2.1. Các đóng góp

Cùng với xu hướng phát triển kinh tế - xã hội, quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hội nhập kinh tế, nguồn nhân lực ngày càng được chú trọng và đầu tư phát triển. Nhìn chung, nguồn nhân lực Bình Dương trong những năm gần đây bước đầu đã có những thay đổi, đặc biệt là chất lượng nguồn nhân lực. Số lượng lao động trong độ tuổi lao động có hoạt động kinh tế thường xuyên tăng lên, tỷ lệ thất nghiệp giảm. Cơ cấu lao động dần dần dịch chuyển theo hướng giảm lao động nông nghiệp, tăng số lượng lao động ngành dịch vụ, du lịch, công nghiệp và xây dựng, cùng với sự chuyển dịch của cơ cấu kinh tế. Trình độ học vấn ngày càng được nâng cao, số người từ 15 tuổi trở lên đã tốt nghiệp tiểu học tăng, số lao động qua các lớp dạy nghề, đào tạo nghề tăng. Lực lượng cán bộ công nhân viên nhà nước cũng được nâng cao về số lượng và chất lượng. Đội ngũ cán bộ có trình độ lý luận và trình độ chuyên môn sau đại học tăng nhanh.

Đời sống, văn hóa, xã hội của người dân được cải thiện, hầu hết người dân được tiếp cận rộng rãi các dịch vụ công cộng như trường học, văn hóa, văn hóa, y tế...qua các phương tiện thông tin đại chúng. Số trường lớp, cơ sở y tế phường xã tăng lên, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tạo điều kiện thuận lợi để phát triển nguồn nhân lực tỉnh Bình Dương. Kinh tế của tỉnh Bình Dương có những sự cải thiện vượt bậc trong những năm qua, góp phần vào sự tăng trưởng trung bình trên 6% của cả nước từ năm 2015-2021. Hiệu quả điều hành, thực thi chính sách, cung ứng dịch vụ công nói chung và cho kinh tế nói riêng ngày càng được cải thiện, các địa phương đã thực hiện thành công

các cải cách về đơn giản hóa thủ tục đăng ký kinh doanh, cấp phép đầu tư...

Nguồn lao động của tỉnh Bình Dương tương đối dồi dào, tỷ lệ lao động trẻ cao, có ý thức học hỏi, chịu khó, cần cù lao động. Công tác đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong những năm qua đã từng bước gắn liền với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, đáp ứng theo nhu cầu của thị trường lao động. Công tác quản lý, đánh giá cán bộ quản lý nhà nước (QLNN) luôn được cơ quan hành chính nhà nước (HCNN) cấp tỉnh quan tâm, nâng dần chất lượng, hiệu quả. Trong đó, đã chú trọng lấy tiêu chí đánh giá về phẩm chất chính trị, đạo đức, lối sống, chất lượng, hiệu quả, trách nhiệm công việc và ý thức tổ chức kỷ luật làm căn cứ chủ yếu để đánh giá. Công tác thu hút, tuyển dụng được triển khai ngày càng đồng bộ, thống nhất, gắn với yêu cầu nhiệm vụ của từng ngành, từng cấp, từng cơ quan, đơn vị. Trên cơ sở quy định của Trung ương, các tỉnh đã ban hành quy định về phân cấp quản lý, bổ nhiệm cán bộ lãnh đạo, quản lý; quy chế bổ nhiệm cán bộ và giới thiệu cán bộ ứng cử.

Hệ thống cơ sở đào tạo được đầu tư cả về số lượng và quy mô đào tạo, giáo viên, trong đó số cơ sở dạy nghề công lập tăng nhanh, chất lượng đào tạo từng bước được nâng cao. Công tác đào tạo đã được xã hội hóa, huy động được nhiều nguồn lực, trong đó có sự tham gia đóng góp của doanh nghiệp và người học. Việc đào tạo, bồi dưỡng được chú trọng theo vị trí việc làm, tiêu chuẩn chức danh lãnh đạo, quản lý và theo tiêu chuẩn quy định của cán bộ công chức (CBCC). Theo kết quả khảo sát, các cơ quan HCNN tỉnh Bình Dương thường có các kế hoạch đào tạo rõ ràng và đánh giá việc xây dựng kế hoạch đào tạo là quan trọng.

2.2. Các hạn chế tồn tại cần giải quyết

Mặc dù là tỉnh có nhiều tiềm năng và lợi thế, song hiện tại, điều kiện phát triển còn khó khăn, nhất là cơ sở hạ tầng, cách xa các trung tâm đô thị lớn, vì vậy vấn đề thu hút lực lượng lao động chất lượng cao rất khó, xảy ra hiện tượng chảy máu chất xám... Vì vậy, để thực hiện mục tiêu xây dựng Bình Dương trở thành một tỉnh phát triển trong tương lai, cần phát hiện được các mặt hạn chế để có các giải pháp kịp thời, cụ thể:

Thứ nhất, cung về sức lao động vượt quá cầu trong thị trường lao động: trong lĩnh vực lao động - việc làm, ở Việt Nam nói chung và Bình Dương nói riêng, cung về sức lao động vượt quá cầu trong thị trường lao động. Hàng năm, số người đến tuổi lao động tăng lên, trong khi đó thị trường lao động chưa thật sự đa dạng, nên tỷ lệ thất nghiệp và thiếu việc làm vẫn còn cao.

Thứ hai, lực lượng lao động có dân trí thấp, không có trình độ chuyên môn kỹ thuật: xuất phát điểm là một tỉnh đi lên từ nông nghiệp với ngành nghề chủ yếu là trồng trọt và chăn nuôi, sản lượng nông nghiệp luôn chiếm tỷ trọng lớn trong GDP của Bình Dương, nên phần lớn lực lượng lao động có dân trí thấp, không có trình độ chuyên môn kỹ thuật.

Sự phát triển kinh tế của Bình Dương cùng với tiến trình đô thị hóa, nhiều ngành nghề phi nông nghiệp như dịch vụ, du lịch, công nghiệp... ngày càng phát triển, đòi hỏi lực lượng có chất lượng cao, có trình độ chuyên môn kỹ thuật, phẩm chất tác phong công nghiệp... Trong khi đó, hệ thống định hướng nghề nghiệp, đào tạo và đào tạo lại không theo kịp với những đòi hỏi mới của sự phát triển kinh tế - xã hội, tỷ lệ lao động qua đào tạo mặc dù có tăng qua các năm, nhưng vẫn còn thấp so với nhu cầu của Bình Dương. Cơ cấu lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật còn tăng chậm so với tốc độ chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Thứ ba, chất lượng nguồn nhân lực còn thiếu hụt so với nhu cầu, nguồn nhân lực khoa học công nghệ của tỉnh vừa thiếu vừa yếu. Tuy nhiên, tỉnh cũng chưa có giải pháp hữu hiệu để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, chưa có những chuyên gia đầu ngành và những cán bộ kỹ thuật giỏi, có tâm huyết, nhiệt tình đóng góp vào sự phát triển chung của tỉnh.

Thứ tư, có sự bất hợp lý về nhiều mặt trong cơ cấu lao động như việc phân bố lực lượng, ngành nghề đào tạo, trình độ đào tạo và bố trí sử dụng. Hoạt động tư vấn giới thiệu việc làm hiệu quả còn thấp, đặc biệt tư vấn về lựa chọn ngành nghề đào tạo, tư vấn tìm việc sau đào tạo; các thông tin về thị trường lao động.

Thứ năm, năng lực điều hành, quản lý của nhiều cơ quan quản lý nhà nước chưa theo kịp tình hình

phát triển mới, một số ít cán bộ quản lý tư duy chậm đổi mới, làm cản trở công cuộc đổi mới. Về mặt chuyên môn, một bộ phận lớn đội ngũ cán bộ công chức viên chức chưa đảm bảo về tiêu chuẩn chất lượng, cán bộ khoa học kỹ thuật có trình độ chuyên môn giỏi còn thiếu so với yêu cầu phát triển của tỉnh.

Thứ sáu, công tác quy hoạch đào tạo chuẩn hóa đội ngũ cán bộ công chức viên chức các cấp, nhất là cấp xã, phường chưa được quan tâm đúng mức, còn nhiều bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới.

3. Các giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực tỉnh Bình Dương

3.1. Đối với Nhà nước

Đổi mới hệ thống cơ chế, chính sách về xây dựng, phát triển và sử dụng nguồn nhân lực trong cơ quan hành chính nhà nước (HCNN) tỉnh Bình Dương là giải pháp đầu tiên có ý nghĩa bản lề cho việc phát triển NNL quản lý hành chính trong cơ quan HCNN tỉnh Bình Dương. Trọng tâm là việc xây dựng hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn chuyên môn nghiệp vụ của các ngạch cán bộ công chức quản lý theo các vị trí việc làm của cơ quan HCNN cấp tỉnh, gắn với việc xây dựng các tiêu chí đánh giá chất lượng đội ngũ công chức quản lý kinh tế, làm cơ sở cho việc quy hoạch, quản lý, đào tạo, bồi dưỡng, bố trí, sử dụng nguồn nhân lực.

Đổi mới cơ chế tuyển dụng, sử dụng và đãi ngộ nguồn nhân lực quản lý hành chính trong cơ quan HCNN tỉnh Bình Dương; có chính sách đãi ngộ, thu hút và sử dụng nhân tài, các chuyên gia đầu ngành trong các ngành nghề, lĩnh vực; khuyến khích động viên kịp thời những công chức quản lý kinh tế giỏi có những cống hiến, đóng góp cho sự phát triển chung của địa phương, nhất là đội ngũ trí thức trẻ. Trong đó, tuyển dụng công chức là khâu đầu tiên, quan trọng trong quá trình phát triển nguồn nhân lực QLNN, có tính quyết định cho việc thực hiện chức năng, nhiệm vụ của cơ quan HCNN cấp tỉnh trong quản lý nhà nước về hành chính.

Xây dựng một số chế độ chính sách đặc thù đối với NNL quản lý hành chính trong cơ quan HCNN tỉnh Bình Dương, nhất là đối với những người thực hiện việc kiểm tra, giám sát, làm nhiệm vụ tại vùng núi, hải đảo, biên giới.

3.2. Đối với người lao động

(i) Giảm tỷ lệ thất nghiệp và giải quyết việc làm:

Trong những năm qua, tỷ lệ thất nghiệp của tỉnh Bình Dương theo qua kết quả điều tra lao động việc làm hằng năm và tính cho khu vực thành thị giảm từ 4% năm 2005 xuống còn 3,5% năm 2010. Sự tăng trưởng trong những năm gần đây đã tạo được công ăn việc làm nhất định cho người lao động; tỷ lệ sử dụng thời gian lao động khu vực nông thôn tăng từ 80% năm 2005 lên 82% năm 2010.

Tuy nhiên, do quá trình đô thị hóa, việc tăng dân số cơ học, đặc biệt là tình trạng lao động ngoại tỉnh về thành phố tìm việc làm ngày càng tăng, nhiều học sinh, sinh viên ra trường ngày càng đông, làm cho cung lao động vượt quá cầu lao động, gây sức ép lớn cho lĩnh vực giải quyết việc làm.

Do vậy, Bình Dương cần tập trung nỗ lực nhằm giảm tỷ lệ thất nghiệp và giải quyết việc làm cho người lao động, nhất là lực lượng lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật, cụ thể:

- Sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn trên địa bàn để giải quyết việc làm cho người thất nghiệp và người chưa có việc làm. Tăng nguồn vốn và hiệu quả quỹ quốc gia giải quyết việc làm.

- Hỗ trợ phát triển sản xuất – kinh doanh các doanh nghiệp vừa và nhỏ nhằm tạo ra nhiều chỗ việc làm, thu hút ngày càng nhiều lao động thông qua các chính sách phù hợp về tài chính - tín dụng, về áp dụng khoa học - công nghệ...

- Làm tốt công tác xúc tiến đầu tư, tăng cường thu hút các nguồn vốn đầu tư nước ngoài vào địa phương, mở rộng và tăng quy mô các khu công nghiệp, tăng cường sản xuất các sản phẩm phục vụ cho xuất khẩu để thu hút lao động và cùng với nó là quá trình đào tạo nâng cao chất lượng NNL phục vụ cho nhu cầu mở rộng trên. Giai đoạn 2001 - 2025, phấn đấu giải quyết việc làm mới bình quân mỗi năm cho khoảng 16 - 17 ngàn người.

(ii) Xây dựng và phát triển thị trường sức lao động

Việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cũng phụ thuộc vào sự phát triển của thị trường lao động. Trên thực tế hai vấn đề này liên quan chặt chẽ và tác động qua lại lẫn nhau. Do đó, việc đưa ra những giải pháp để thúc đẩy sự hoạt động của thị trường lao động là một vấn đề bức xúc hiện nay.

Để thúc đẩy thị trường lao động của địa phương, cần xây dựng và hoàn thiện các thiết chế cho loại thị trường này, cụ thể:

- Điều quan trọng đầu tiên là thúc đẩy sự phát triển kinh tế của tỉnh, tạo ra cầu về lao động, từ đó thỏa mãn chúng một cách tự động, tiết kiệm và phù hợp nhất;

- Đẩy mạnh công tác xuất khẩu lao động, vươn ra thị trường sức lao động ở nước ngoài. Việc xuất khẩu lao động là biện pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, bởi vì khi tiếp xúc và trực tiếp điều khiển những phương tiện kỹ thuật hiện đại góp phần nâng cao trình độ chuyên môn kỹ thuật cho người lao động;

- Mặt khác, muốn thu hút được lao động chất lượng cao và hình thành thị trường sức lao động, một vấn đề quyết định là môi trường làm việc và thu nhập phải đặt lên hàng đầu. Hiện nay, mặt bằng lương tại Bình Dương còn thấp, nên xảy ra hiện tượng "chảy máu chất xám" về các thành phố lớn.

- Coi trọng công tác dự báo tình hình phát triển kinh tế - xã hội, phát triển các ngành nghề... trên cơ sở đó có sự chuẩn bị nguồn nhân lực cho phù hợp. Hiện nay, ở một số lĩnh vực trọng yếu của tỉnh như: Nông Lâm nghiệp, Y, Dược, Công nghệ thông tin, Xây dựng, Tài nguyên Môi trường... lực lượng cán bộ chuyên môn sâu chiếm tỷ lệ thấp, mất cân đối về cán bộ đối với các vùng và các ngành. Vì vậy, công tác tư vấn dự báo nghề trong tương lai rất quan trọng cho phát triển thị trường lao động của Bình Dương.

4. Kết luận

Nguồn nhân lực tốt, chất lượng cao là tiền đề vững chắc và là nhân tố quyết định đến tốc độ phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo thực hiện các quyết sách về phát triển đất nước và hưng thịnh quốc gia. Bên cạnh ưu thế như lực lượng lao động dồi dào, tính cần cù, thông minh, sáng tạo, thì nguồn nhân lực ở nước ta nói chung và tỉnh Bình Dương nói riêng còn tồn tại nhiều hạn chế. Do đó, việc tìm hiểu các hạn chế và nguyên nhân để tìm ra các giải pháp phát triển NNL của nước ta nói chung và tỉnh Bình Dương nói riêng là vấn đề hết sức cần thiết, rất cần được nhiều nghiên cứu để áp dụng vào thực tiễn hiện nay ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Từ Thúy Anh và đồng sự (2020). Đề tài “Cơ sở khoa học xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ 4”.
2. Chu Văn Cấp (2012). Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao góp phần phát triển bền vững Việt Nam. *Tạp chí Cộng sản*, 22-25.
3. Cục Thống kê tỉnh Bình Dương (2010 - 2021). *Niên giám thống kê các năm 2010 -2021*.
4. Trần Kim Dung (2020). *Quản trị nguồn nhân lực*. Nxb Lao động Xã hội, Hà Nội.
5. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*. Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
6. Đoàn Văn Khái (2005). *Nguồn lực con người trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam*. Nxb Lý luận Chính trị, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 13/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/12/2022

Thông tin tác giả:

LÊ VĂN ĐẠI

Khoa Chính trị - Hành chính

Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

**THE HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT
IN BINH DUONG PROVINCE:
LIMITATIONS, REASONS AND SOLUTIONS**

● **LE VAN DAI**

Faculty of Politics - Administration

Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

Binh Duong is located in the Southeast region of Vietnam with large population and high economic growth, contributing greatly to the country's GDP growth. However, most of the workers in Binh Duong province are immigrants. The provincial human resource is still facing many challenges. This paper points out limitations to the human resource development in Binh Duong province and proposes some solutions to overcome these limitations.

Keywords: human resources, development, human resource development, economic growth, Binh Duong province.

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ BLOCKCHAIN TRONG CẢI TIẾN HỆ THỐNG QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG

● NGUYỄN THỊ HỘI

TÓM TẮT:

Công nghệ chuỗi khối (Blockchain) đã cho thấy kết quả đầy hứa hẹn để cải thiện mạng lưới chuỗi cung ứng trong các ứng dụng gần đây và đã tác động đến xã hội và lối sống bằng cách định hình lại nhiều quy trình kinh doanh và công nghiệp. Với nỗ lực tìm hiểu sự tích hợp của công nghệ chuỗi khối trong chuỗi cung ứng, bài báo này tóm tắt một cách có hệ thống về hiện trạng, các đặc điểm chính và hiệu quả của hệ thống quản trị chuỗi cung ứng (Supply Chain Management - SCM).

Từ khóa: Blockchain, SCM, logistic, truy xuất nguồn gốc, bảo mật thông tin.

1. Đặt vấn đề

Công nghệ chuỗi khối ra đời nhằm cải tiến hệ thống quản trị chuỗi cung ứng trong các ứng dụng gần đây, không chỉ được ứng dụng trong các lĩnh vực như tiền số, an toàn thông tin mà công nghệ chuỗi khối đã tham gia vào nhiều giai đoạn trong quy trình kinh doanh và các hoạt động của các tổ chức, doanh nghiệp.

Trong môi trường phát triển nhanh chóng của chuỗi cung ứng quốc tế, mạng lưới các nhà sản xuất và nhà cung cấp truyền thống đã phát triển thành một hệ sinh thái rộng lớn gồm nhiều sản phẩm khác nhau di chuyển qua nhiều bên và đòi hỏi sự hợp tác giữa các bên liên quan. Ngoài ra, nhu cầu về khả năng hiển thị sản phẩm được cải thiện và truy xuất nguồn gốc từ nguồn đến cửa hàng chưa bao giờ cao hơn thế. Tuy nhiên, các quy trình chia sẻ dữ liệu truyền thống trong chuỗi cung ứng ngày nay không hiệu quả, tốn kém và không thể thích ứng so với công nghệ mới và sáng tạo.

Các chuỗi cung ứng hiện nay vốn đã phức tạp và liên quan đến hoạt động của nhiều doanh nghiệp cùng lúc, sự cạnh tranh giữa các tổ chức có thể xem như là sự cạnh tranh giữa các chuỗi cung ứng của mỗi doanh nghiệp. Sản xuất đã được toàn cầu hóa, dẫn đến việc quản lý chuỗi cung ứng được ngày càng trở nên quan trọng và có giá trị hơn. Trong hệ thống chuỗi cung ứng hiện tại còn gặp khá nhiều vấn đề liên quan đến nguồn gốc hàng hóa, thủ tục hành chính còn nặng nề, quy trình xử lý vẫn chưa được nhanh chóng như khách hàng mong đợi. Vì vậy, việc cải tiến hệ thống quản lý chuỗi cung ứng là bài toán được rất nhiều tổ chức, doanh nghiệp quan tâm.

2. Cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu liên quan

2.1. Hệ thống quản trị chuỗi cung ứng

Theo Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP, 2018) có hai chức năng chính: (i) lập kế hoạch, triển khai và kiểm soát

các hoạt động chính của hệ thống nhằm tạo ra và mang lại giá trị cho khách hàng cuối cùng (đặc biệt là thu mua, sản xuất và hậu cần), và (ii) tích hợp và phối hợp các quy trình kinh doanh tương ứng trong công ty và giữa các công ty cùng hợp tác. Theo (AWS, 2021), nếu việc tích hợp đề cập đến những thách thức về quản lý và tổ chức trong một công ty thì việc phối hợp giữa các công ty thành một mạng lưới lại liên quan đến việc triển khai “kỹ thuật” bao gồm cài đặt các quy trình và các hệ thống nhằm thúc đẩy sự liên kết của các nguồn tài nguyên như nguyên liệu, tài chính và thông tin trong hệ thống SCM.

Tầm quan trọng của công nghệ thông tin và truyền thông đối với hệ thống SCM đã được thừa nhận rộng rãi. Công nghệ đóng vai trò then chốt trong việc cải tiến và nâng cao hiệu quả của chuỗi cung ứng (Altaf et al., 2022). Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã tác động sâu sắc đến những nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó có lĩnh vực sản xuất và hậu cần (Cole et al., 2019). Vì vậy, có thể thấy rằng hệ thống chuỗi cung ứng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của các tổ chức, doanh nghiệp. Đặc biệt là trong giai đoạn chuyển đổi số và tự động hóa quy trình kinh doanh hiện nay (WTO, 2019; Hastig và cộng sự, 2020).

2.2. Công nghệ chuỗi khối (Blockchain)

Theo (Sultan et al., 2018; Swan, 2017), chuỗi khối như một sổ cái phân tán được chia sẻ và sử dụng đồng nhất trên một mạng ngang hàng. Một chuỗi khối chứa một bản ghi dữ liệu đơn được lưu trữ trong các khối trên mỗi nút của những người tham gia. Mỗi khối tương ứng với một bản ghi được đánh dấu thời gian và được xác minh thông qua một giao thức đồng thuận, đồng thời bảo mật thông qua mật mã khóa công khai. Có thể hiểu sơ lược rằng, chuỗi khối hay blockchain là công nghệ lưu trữ và truyền tải thông tin bằng các khối được liên kết với nhau và mở rộng theo thời gian do đó được gọi là chuỗi khối. Mỗi khối chứa đựng các thông tin về thời gian khởi tạo và được liên kết với các khối trước đó. Chuỗi khối được thiết kế để chống lại sự thay đổi dữ liệu. Thông tin trong

chuỗi khối không thể bị thay đổi và chỉ được bổ sung thêm khi có sự đồng thuận của tất cả các nút trong hệ thống. Ngay cả khi nếu một phần của hệ thống chuỗi khối sụp đổ, những máy tính và nút khác sẽ tiếp tục hoạt động để bảo vệ thông tin. Đặc biệt chuỗi khối có khả năng truyền tải dữ liệu mà không đòi hỏi trung gian để xác nhận thông tin. Như vậy, cơ bản chuỗi khối là một chuỗi các máy tính mà tất cả phải chấp thuận một giao dịch trước khi nó có thể được xác nhận và ghi lại. Trong các nghiên cứu của Treiblmaier, 2018; Sultan et al., 2018; Cole et al., 2019; Vara et al., 2018, mặc dù chuỗi khối phần lớn được xem là một công nghệ có mục đích cơ bản nhằm tăng hiệu năng của hệ thống nhưng trên thực tế chúng có thể thúc đẩy sự phối hợp giữa các nền kinh tế, chúng giúp cải thiện sự phân cấp trong nội bộ doanh nghiệp và hỗ trợ liên kết với các công ty đối tác. Qua đó giúp các công ty có sự hợp tác thành các liên minh trong các chuỗi cung ứng để tạo ra và trao đổi các giá trị ngang hàng.

2.3. Công nghệ chuỗi khối và hệ thống quản trị chuỗi cung ứng

Theo Arman và Philip, 2018; Dursun và cộng sự, 2020, một điểm khác biệt quan trọng giữa chuỗi khối và mạng tập trung truyền thống là dữ liệu được lưu trữ trên chuỗi khối không thể xóa và không thể chỉnh sửa. Trong cơ sở dữ liệu tập trung, luôn có nguy cơ gian lận hoặc các cuộc tấn công của tin tặc (hacker) bên ngoài, trong khi đối với chuỗi khối, hệ thống mạng sẽ hoạt động ổn định trừ khi kẻ tấn công kiểm soát được phần lớn mạng; do đó, số lượng người dùng lớn gần như giảm đáng kể khả năng lừa đảo. Đặc trưng này đặc biệt hữu ích khi ứng dụng vào quản trị chuỗi cung ứng. Bởi vì, trong chuỗi cung ứng, quyền sở hữu sản phẩm thay đổi nhiều lần giữa những người tham gia cho đến khi chúng được giao cho người tiêu dùng. Đối với các sản phẩm có giá trị gia tăng thấp như hàng nông sản và một số loại hàng hóa khai khoáng, chuỗi cung ứng hoạt động như một phương pháp tổng hợp theo đó hàng hóa được cung cấp bởi nhiều nhà sản xuất quy mô

nhỏ cho các đối tác chuỗi cung ứng quy mô lớn hơn để tiếp tục chế biến hướng tới mục tiêu cuối cùng. Vì vậy, nếu ứng dụng chuỗi khối vào xác minh nguồn gốc và quyền sở hữu sản phẩm của người cung ứng rất hiệu quả, có thể chống gian lận, chống lừa đảo và minh bạch được nguồn gốc xuất xứ.

Hiện nay, người tiêu dùng không thể chắc chắn về độ tin cậy của dữ liệu trong các hệ thống chuỗi cung ứng, mô hình chuỗi cung ứng chưa có ứng dụng chuỗi khối càng gặp nhiều khó khăn khi hệ thống chuỗi cung ứng ngày càng lớn mạnh và hướng đến chuỗi cung ứng toàn cầu. Một hệ thống đáng tin cậy dựa trên niềm tin tưởng giữa các cá nhân hay các tổ chức là rất khó xây dựng, thậm chí là không thể tồn tại được, đặc biệt khi các tổ chức, doanh nghiệp có mối thành lập hoặc các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chưa có tiếng nói và uy tín. Sự ra đời của chuỗi khối như một công nghệ đột phá cho cải tiến các quy trình liên quan đến mọi mặt trong đời sống, đặc biệt là quản trị chuỗi cung ứng (CSCMP, 2018; Moosavi và cộng sự, 2021).

3. Thực trạng và xu hướng ứng dụng chuỗi khối trong các chuỗi cung ứng

3.1. Những vấn đề của chuỗi cung ứng và cơ hội ứng dụng chuỗi khối

Theo nghiên cứu của (Kshetri, 2018), các mục tiêu chính của chuỗi cung ứng gồm giảm chi phí, cải thiện chất lượng, tốc độ, độ tin cậy, giảm thiểu rủi ro, tăng tính bền vững và tính linh hoạt. Sản xuất - kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp ngày càng được toàn cầu hóa, dẫn đến việc quản lý chuỗi cung ứng ngày càng đóng vai trò quan trọng và có giá trị. Các vấn đề của chuỗi cung ứng ngày nay như thiếu minh bạch, chi phí cao, quy trình chưa tối ưu, đã được khá nhiều nghiên cứu đề cập đến. Điển hình trong nghiên cứu của (Litke, 2019) đã thống kê sơ bộ các hạn chế của các chuỗi cung ứng ngày nay và chúng có thể được cải thiện nếu sử dụng chuỗi khối. Sau đây là những vấn đề của chuỗi cung ứng hiện tại và ưu thế mà chuỗi khối có thể giúp cải tiến trong quản trị các chuỗi cung ứng của các tổ chức, doanh nghiệp.

Thứ nhất, đối với người sản xuất có thể gặp khó khăn hoặc hạn chế trong việc chứng minh sự minh bạch của nguồn gốc và chất lượng sản phẩm của họ thì chuỗi cung ứng có thể tăng độ tin cậy của nguồn gốc và chất lượng sản phẩm dựa trên quá trình theo dõi đường đi của nguyên liệu và quy trình sản xuất được ghi lại rõ ràng.

Thứ hai, đối với nhà sản xuất, đang bị hạn chế khả năng giám sát sản phẩm đến khâu cuối cùng trong chuỗi cung ứng. Chuỗi khối có thể hỗ trợ tăng khả năng kiểm tra chất lượng của các sản phẩm và dựa trên quá trình lưu vết của nhà cung cấp nguyên liệu cùng mạng lưới phân phối; các nhà sản xuất có thể giám sát được sản phẩm đến tận tay khách hàng và đảm bảo được chất lượng của các sản phẩm mà họ sản xuất.

Thứ ba, đối với nhà phân phối, các chuỗi cung ứng hiện nay thường có hệ thống theo dõi khá hạn chế khả năng tùy chỉnh theo yêu cầu của mỗi đơn vị phân phối, vì vậy, chuỗi khối giúp họ có được các minh chứng về vị trí và các điều kiện chứng nhận được đăng ký trong sổ cái, cải thiện được độ tin cậy với khách hàng và theo dõi sát sao được nhân viên.

Thứ tư, đối với các đại lý đang khó theo dõi quy trình của mỗi sản phẩm mà họ phân phối, nhờ chuỗi khối có thể gia tăng khả năng kiểm tra và theo dõi nguồn gốc của mỗi sản phẩm và các điều kiện trong vận chuyển và lưu kho. Các nhà bán lẻ cũng dễ dàng hơn trong việc xử lý và lưu vết các sản phẩm lỗi để trả lại nhà cung cấp.

Thứ năm, người tiêu dùng đang thiếu tin tưởng về sự tuân thủ trong đảm bảo chất lượng, nguồn gốc, tiêu chuẩn của sản phẩm thì nhờ chuỗi khối họ có thể xem đầy đủ và rõ ràng về nguồn gốc sản phẩm và toàn bộ hành trình của sản phẩm từ nguyên liệu thô đến thành phẩm cuối cùng được mua từ nhà bán lẻ.

Tóm lại, công nghệ chuỗi khối có thể mang lại lợi ích theo nhiều cách khác nhau với nhiều thành phần tham gia trong chuỗi cung ứng cũng như trong nhiều lĩnh vực ứng dụng khác. Việc sử dụng chuỗi khối trong các quy trình của chuỗi cung ứng

mang lại các giao dịch minh bạch, phân tán, an toàn, nhanh chóng và chi phí thấp. Trên thực tế, công nghệ chuỗi khối cung cấp cơ sở hạ tầng còn thiếu mà các công nghệ tiên tiến đang cần, do đó, việc tăng cường tập trung vào việc cung cấp khả năng tích hợp và hợp tác với các công nghệ như trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu lớn, điện toán đám mây và IoT sẽ giúp hiện thực hóa các hệ thống chuỗi cung ứng tiên tiến.

3.2. Công nghệ chuỗi khối trong lĩnh vực Logistics hiện nay

Các chuỗi cung ứng và các công ty khởi nghiệp tập trung vào việc cung cấp các giải pháp chuỗi cung ứng dựa trên chuỗi khối nhằm nâng cao hiệu quả và giảm chi phí vận hành. Đã có một số lượng lớn các dự án logistics đang được triển khai. Theo nghiên cứu của (Justin, 2019), các hệ thống ứng dụng chuỗi khối điển hình như:

Hệ thống VeChain (VET) 2015 đã ứng dụng chuỗi khối trong tạo các Hợp đồng thông minh để theo dõi hàng tồn kho, mã hóa sản phẩm và theo dõi từng bước thông qua nhãn RFID nhằm điều hướng trong chuỗi cung ứng. Hệ thống wungs dụng chuỗi khối cho phép xem từng chi tiết lịch sử của sản phẩm tại bất kỳ thời điểm nào trong vòng đời của nó trong chuỗi cung ứng,... các đối tác đã sử dụng như BMW, Haier, BIOS, BYD, DIG, DB Schenker.

Hệ thống WaltonChain (WTC) 2016 đã ứng dụng trong theo dõi các đối tượng thông qua công nghệ RFID độc quyền. Thông tin chi tiết được cung cấp về các địa điểm mà sản phẩm đi qua, người xử lý sản phẩm và các bước liên quan đến quy trình chuỗi cung ứng,... các đối tác đã sử dụng như Fashionchain, MoneyNet, Huodull, Mitoq, Freyrchain.

Hệ thống Ambrosus (AMB) 2017 đã ứng dụng vào các hợp đồng thông minh gọi là Ethereum bao gồm các thiết bị IoT độc quyền. Nó được tích hợp dễ dàng vào bất kỳ ngành hoặc thị trường nào phụ thuộc vào chuỗi cung ứng hoặc hệ thống hậu cần. Các đối tác đã sử dụng như BioFirm, Nestle, Cantone Group, Trek Therapeutics, Crypto Valley Association.

Hệ thống CargoCoin (CRGO) 2018 đã ứng dụng trong các hợp đồng thông minh để tạo ra một phương pháp lưu trữ và chuyển giao an toàn cho hàng hóa được mã hóa trong nhiều ngành công nghiệp chuỗi cung ứng khác nhau (vận chuyển qua đường bộ, đường biển và đường hàng không). Nó cung cấp thông tin liên lạc hiệu quả giữa người kinh doanh hàng hóa và người vận chuyển trên phạm vi toàn cầu. Điều này cho phép cung cấp phương thức gửi, nhận, từ chối, phê duyệt hoặc ký các tài liệu cần thiết cho tất cả các bên liên quan của quy trình chuỗi cung ứng, các đối tác Bancor, H&B, Bitrue, NoBar, CargoLine.

Như vậy, chuỗi khối đã được các hệ thống logistics đưa vào ứng dụng và đã cải tiến được hiệu năng trong các hợp đồng thông minh, minh bạch đường đi, hỗ trợ lưu trữ vết trong hậu cần,... chuỗi khối còn tăng hiệu quả trong quản trị các hệ thống logistics.

3.3. Xu hướng ứng dụng công nghệ chuỗi khối trong các hệ thống quản trị chuỗi cung ứng

Theo Sultan, 2018; Vyas et al., 2019; Yaga et al., 2018, công nghệ chuỗi khối cung cấp 4 tính năng chính có thể tăng cường tích hợp và phối hợp giữa các thành phần trong chuỗi cung ứng, bao gồm: (1) minh bạch, (2) xác thực, (3) tự động hóa và (4) token hóa. Dựa trên các nghiên cứu này, có thể tóm tắt các xu hướng ứng dụng công nghệ chuỗi khối trong các hệ thống quản trị chuỗi cung ứng như sau:

Thứ nhất, tăng tính trực quan của chuỗi cung ứng (SC Visibility): Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến sự kém hiệu quả của chuỗi cung ứng là tính minh bạch từ đầu đến cuối kém, điều này cũng dẫn đến cái gọi là hiệu ứng bullwhip. Công nghệ chuỗi khối cho phép chia sẻ thông tin thời gian thực về vị trí và trạng thái của một đối tượng giữa nhiều thành viên trong chuỗi cung ứng. Với các khả năng của công nghệ cảm biến và Internet vạn vật, bất kỳ điều kiện nào cũng có thể đo lường được như nhiệt độ sản phẩm trong dây chuyền lạnh hoặc tính sẵn sàng của các thiết bị kỹ thuật vận hành đều có thể được theo dõi. Điều này

cải thiện độ chính xác của dữ liệu, tăng khả năng lập kế hoạch và kết hợp, cũng như thực hiện các biện pháp quản lý rủi ro phòng ngừa các sự cố.

Thứ hai, tăng tính toàn vẹn của SC (SC Integrity): Được cung cấp một số cái chung gồm các bản ghi minh bạch và bất biến, công nghệ chuỗi khối mang đến cơ hội truy tìm nguồn gốc của tài sản. Thông tin xuất xứ để chứng nhận tính xác thực đảm bảo tính toàn vẹn của tài sản liên quan đến cả sản phẩm và thiết bị kỹ thuật. Hơn nữa, công nghệ chuỗi khối làm giảm bớt thủ tục giấy tờ trong thương mại toàn cầu bằng cách đảm bảo tính hợp lệ của chứng từ vận chuyển hàng hóa.

Thứ ba, sự nhịp nhàng trong phối hợp các thành phần của chuỗi cung ứng (SC Orchestration): Kết hợp tính minh bạch và xác thực với tự động hóa thông qua hợp đồng thông minh, có thể hình dung các chuỗi cung ứng hoạt động nhịp nhàng và trôi chảy theo các quy tắc được chỉ định trước. Điều này làm tăng tốc độ và giảm bớt sự nhập nhằng vì thông tin và các quyết định hoặc biện pháp tương ứng trong chuỗi cung ứng.

Thứ tư, ảo hóa chuỗi cung ứng (SC Virtualization): Ảo hóa là một cách tiếp cận nổi tiếng trong quản lý cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin nhằm tăng cường sử dụng và tính linh hoạt của tài nguyên công nghệ bằng cách tạo nên sự hợp lý trong phối hợp giữa của phần cứng vật lý và phần mềm trong hệ thống thông tin của các tổ chức, doanh nghiệp. Điều này sẽ cho phép cải thiện việc sử dụng công suất của các tài nguyên trong chuỗi cung ứng, hơn nữa còn tăng tính linh hoạt của hợp đồng trong các chuỗi cung ứng.

Thứ năm, quản lý tài chính (SC Finance): Các ứng dụng hỗ trợ chuỗi cung ứng tài tạo nên sự chặt chẽ giữa hệ thống tài chính và tiền điện tử, giúp tăng vai trò quan trọng của các trung gian tài chính trong thương mại toàn cầu.

4. Một số hàm ý dựa trên kết quả nghiên cứu

Với những ưu thế và lợi ích của công nghệ chuỗi khối, các chuyên gia đều cho rằng, công nghệ chuỗi khối sẽ mở ra một xu hướng ứng dụng tiềm năng cho nhiều lĩnh vực như tài chính ngân

hàng, bán lẻ, vận tải hàng hóa, sản xuất, viễn thông... Việc ứng dụng blockchain vào cuộc sống sẽ mang lại những lợi ích thiết thực cho cộng đồng và toàn xã hội (Yaga và cộng sự, 2018; Pounader và cộng sự, 2020; Sultan và cộng sự, 2018). Dựa trên kết quả nghiên cứu và các thảo luận trong phần 3, nhóm nghiên cứu đề xuất một số hàm ý cho các bên tham gia trong chuỗi cung ứng có sử dụng công nghệ chuỗi khối như sau:

Đối với người mua hàng, ứng dụng chuỗi khối giúp họ có thể theo dõi tình trạng trong quá trình vận chuyển để sẵn sàng thanh toán cho ngân hàng hoặc người bán, lên kế hoạch sử dụng sản phẩm, phát hiện những bất thường của sản phẩm như chênh lệch giá, hàng hóa kém chất lượng.

Đối với người bán, ứng dụng chuỗi khối giúp họ có thể theo dõi tình trạng lô hàng ở từng công đoạn sản xuất và phân phối, sớm đưa ra hướng giải quyết đối với các trường hợp phát sinh, liên hệ với bên bảo hiểm sớm nhất khi có rủi ro xảy ra với lô hàng. Ngoài ra, người bán cũng có thể lấy được lòng tin của người mua khi các quy trình minh bạch, hàng hóa được đảm bảo cả về số lượng, chất lượng cũng như giá cả.

Đối với cơ quan hải quan, ứng dụng chuỗi khối giúp theo dõi được việc cập nhật theo thời gian thực nên giảm nhu cầu đối chiếu với hồ sơ nội bộ của mỗi bên và cho phép mỗi bên trong hệ thống mạng lưới cung ứng có được khả năng hiển thị chi tiết sản phẩm.

Đối với nhà xuất khẩu và nhà nhập khẩu, như đã đề cập ở trên, nhà nhập khẩu có thể theo dõi chặt chẽ tình trạng hàng hóa, phương thức vận chuyển, giờ đi, giờ đến. Kết hợp với việc thông quan nhanh hơn ở khâu hải quan đã giúp hàng hóa nhanh chóng đến tay người nhận, tránh tình trạng hàng hóa bị hư hỏng, hàng hóa đến tay người tiêu dùng không như dự kiến, kế hoạch của nhà nhập khẩu.

Đối với ngân hàng, trong thư tín dụng hay một số hình thức thanh toán quốc tế giữa nhà xuất khẩu, chuỗi khối sẽ giúp minh bạch thông tin, ngân hàng sẽ kiểm tra thông tin dễ dàng,

chính xác, từ đó thực hiện giao dịch nhanh hơn. Giải bài toán chờ đợi của cả nhà xuất khẩu và nhà nhập khẩu.

5. Kết luận

Trong bài báo này, chúng tôi đã thảo luận về ứng dụng công nghệ chuỗi khối trong hệ thống quản trị chuỗi cung ứng. Sự phát triển của hệ thống quản trị chuỗi cung ứng dựa trên chuỗi khối

đã cho phép tăng cường sự an toàn, các hợp đồng thông minh, việc theo dõi và truy xuất nguồn gốc rõ ràng và minh bạch, tăng cường độ tin cậy và hỗ trợ cải thiện hiệu quả của hệ thống quản trị chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó, công nghệ chuỗi khối còn tăng cường hỗ trợ giao dịch giữa các đối tác và làm giảm vai trò của người trung gian trong mạng lưới cung ứng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Altaf A., Iqbal F., Latif R. et al (2022). A Survey of Blockchain Technology: Architecture, Applied Domains, Platforms, and Security Threats. *Social Science Computer Review*. 089443932211101. 10.1177/08944393221110148.
2. AWS, Amazon (2021). Blockchain for Supply Chain: Track and Trace. Blockchain for Supply Chain: Track and Trace, n.d. Available at: <https://aws.amazon.com/blockchain/blockchain-for-supply-chain-track-and-trace/>.
3. Cole R., Stevenson M., and Aitken J. (2019). Blockchain technology: Implications for operations and supply chain management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 24(4), 469-483. <https://doi.org/10.1108/SCM-09-2018-0309>.
4. CSCMP (2018). Supply Chain Management Terms and Glossary. Available at [http://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM Definitions and Glossary of Terms/CSCMP/Educate/SCM Definitions and Glossary of Terms.aspx](http://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM%20Definitions%20and%20Glossary%20of%20Terms/CSCMP/Educate/SCM%20Definitions%20and%20Glossary%20of%20Terms.aspx), retrieved 06/15/2018.
5. Dursun T., Birinci F., Alptekin B. et al (2022). Blockchain Technology for Supply Chain Management. Industrial Engineering in the Internet-of-Things World, *Lecture Notes in Management and Industrial Engineering*. 10.1007/978-3-030-76724-2-16.
6. Ghode D., Yadav V., Jain R., et al (2020). Adoption of Blockchain in Supply Chain: An analysis of influencing factors. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(3), 437-456. <https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2019-0186>.
7. Giri G., Manohar H.L. (2021). Factors influencing the acceptance of private and public blockchainbased collaboration among supply chain practitioners: A parallel mediation model. *Supply Chain Management: An International Journal, ahead-of-print (ahead-of-print)*. <https://doi.org/10.1108/SCM-02-2021-0057>.
8. Hastig G.M., Sodhi M.S. (2020). Blockchain for Supply Chain Traceability: Business Requirements and Critical Success Factors. *Production and Operations Management*, 29(4), 935-954. <https://doi.org/10.1111/poms.13147>.
9. Kshetri N. (2018). Blockchains roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal Information Management* 39:80-89.
10. Moosavi J., Naeni L.M., Fathollahi-Fard A. M., Fiore U. (2021). Blockchain in supply chain management: A review, bibliometric, and network analysis. *Environmental Science and Pollution Research*. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-13094-3>.
11. Litke A, Anagnostopoulos D, Varvarigou T. (2019). Blockchains for supply chain management: Architectural elements and challenges towards a global scale deployment. *MDPI Logistics*.
12. Pournader M., Shi Y., Seuring S. and Koh S.L. (2020). Blockchain applications in supply chains, transport and logistics: A systematic review of the literature. *International Journal of Production Research*, 58(7), 2063-2081.

13. Sultan K., Ruhi U., and Lakhani R. (2018). *Conceptualizing Blockchains: Characteristics & Applications*. DOI: arXiv preprint arXiv:1806.03693.
14. Swan M. (2017). Anticipating the Economic Benefits of Blockchain. *Technology Innovation Management Review*, 7(10), 6-13. <https://doi.org/10.22215/timreview/1109>.
15. Treiblmaier H. (2018). The impact of the blockchain on the supply chain: A theory-based research framework and a call for action. *Supply chain management: an international journal*.
16. Vara R.C., Prieto J., Prieta F., Corchado J.M. (2018). How blockchain improves supply chain: The case study alimentary supply chain. *Procedia Computer Science* 134, 393-398.
17. World Trade Organization (2019). *World Trade Statistical Review 2019*, 31 May 2019.
18. Yaga D., Mell P., Roby N., Scarfone K. (2018). *Blockchain technology overview NISTIR 8202*, October.

Ngày nhận bài: 17/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/12/2022

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN THỊ HỘI

Khoa Hệ thống Thông tin Kinh tế và Thương mại điện tử

Trường Đại học Thương mại

USING BLOCKCHAIN TECHNOLOGY TO IMPROVE THE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT SYSTEM

● **PhD. NGUYEN THI HOI**

Faculty of Economic Information Systems and E-Commerce
Thuongmai University

ABSTRACT:

Blockchain technology, which has been used in applications, has shown promising results for improving supply chain networks. This technology has already reshaped many business processes. This paper is to summarize the current situation, key characteristics and efficiency of the supply chain management (SCM) system with the application of blockchain technology.

Keywords: Blockchain, SCM, logistic, traceability, information security.

TĂNG CƯỜNG VAI TRÒ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

● VĂN THỊ BÍCH

TÓM TẮT:

Các trường đại học là một trong những thành tố quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia. Tuy nhiên, nghiên cứu về vai trò của trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp và làm thế nào các trường đại học thúc đẩy quá trình khởi nghiệp của sinh viên ở Việt Nam còn nhiều hạn chế và chưa được hệ thống hóa. Tại Việt Nam, vai trò của trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp và những mối liên hệ của trường đại học với các chủ thể khác trong hệ sinh thái khởi nghiệp chưa thật sự được chú trọng. Bài báo phân tích và tìm ra các giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa vai trò của các trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp trong bối cảnh hiện nay.

Từ khoá: hệ sinh thái, khởi nghiệp, đại học, đổi mới sáng tạo.

1. Đặt vấn đề

Theo Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” (Đề án 844), doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là “loại hình doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới và có thời gian hoạt động không quá 5 năm kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp lần đầu”. Trong Báo cáo Khởi nghiệp 2012, Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) cũng đã chỉ ra rằng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo gắn liền với việc “tìm cách tạo ra giá trị, thông qua việc tạo hoặc mở rộng hoạt động kinh tế, bằng cách xác định và khám phá sản phẩm, quy trình hoặc thị trường mới”. Đề án đánh dấu động thái cụ thể của Chính phủ để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp

đổi mới sáng tạo, thúc đẩy, hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển loại hình doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới; Khẩn trương hoàn thiện hệ thống pháp lý hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; Thiết lập được Cổng thông tin khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia.

Tiếp đó, vào ngày 30/10/2017, Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành Quyết định số 1665/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” (Đề án 1665). Theo Đề án 1665, khởi nghiệp có nghĩa là các cá nhân bắt đầu sự nghiệp của mình để tạo ra các giá trị cho bản thân, cộng đồng, xã hội và các doanh nghiệp. Như vậy, việc hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp của các nhà trường là các hoạt động giúp sinh viên có động lực học tập, tự duy sáng tạo, khả năng tự đổi mới và thay đổi tâm thế của chính mình.

Khởi nghiệp đóng vai trò vô cùng quan trọng trong sự phát triển của quốc gia. Khởi nghiệp không chỉ tác động vào sự phát triển của nền kinh tế mà còn tạo ra cơ hội việc làm cho người lao động (Haltiwanger, 2012; Acs & Audretsch, 2010). Trong hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia và hệ sinh thái khởi nghiệp, trường đại học là thành tố rất quan trọng. Bên cạnh chức năng đào tạo con người, vai trò của các trường đại học ngày càng trở nên quan trọng trong hoạt động nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ và hợp tác với khu vực doanh nghiệp để thương mại hóa, ứng dụng các kết quả khoa học và công nghệ. Các trường đại học mạnh chính là nguồn sản xuất tri thức và công nghệ cho xã hội, cung cấp ý tưởng sáng tạo dồi dào cho các dự án khởi nghiệp, đóng góp cho sự gia tăng tài sản và năng lực trí tuệ của các doanh nghiệp.

Trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam giai đoạn đến năm 2025, phát triển nguồn nhân lực trình độ cao cùng với khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo được coi là một trong ba đột phá chiến lược. Bên cạnh chức năng đào tạo con người, vai trò của các trường đại học ngày càng trở nên quan trọng trong hoạt động nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ và hợp tác với khu vực doanh nghiệp để thương mại hóa, ứng dụng các kết quả khoa học công nghệ. Trường đại học là một thành tố quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp và hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Hệ sinh thái khởi nghiệp

Theo Schumpeter & Backhaus (2003), khởi nghiệp là hoạt động tạo ra sự kết hợp mới của giới thiệu một hàng hóa mới hoặc một chất lượng mới của hàng hóa, giới thiệu một phương pháp sản xuất mới, mở ra một thị trường mới đạt được một nguồn cung cấp nguyên liệu hoặc thành phần mới, sắp xếp lại ngành nghề.

Đổi mới sáng tạo (Innovation and Creativity): Theo định nghĩa của OECD, là "thực hiện một sản phẩm mới hay một sự cải tiến đáng kể (đối với một loại hàng hóa hay dịch vụ cụ thể), một quy trình, phương pháp marketing mới, hay một phương pháp tổ chức mới trong thực tiễn kinh doanh, tổ chức nơi làm việc, hay các mối quan hệ đối ngoại".

Tùy thuộc vào bản chất và loại hình doanh nghiệp mà khởi nghiệp được phân thành nhiều

loại khác nhau (Manimala, 1996). Tuy nhiên có 2 loại chính đó là khởi nghiệp thông thường (khởi nghiệp truyền thống) và khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Theo Aulet và Murray (2012), khởi nghiệp truyền thống hay còn gọi là khởi sự kinh doanh là mô hình khởi nghiệp có mức độ tăng trưởng thấp đến trung bình, thị trường chủ yếu là ở địa phương, kinh doanh dựa trên những ý tưởng truyền thống và ít có lợi thế cạnh tranh. Ngược lại với mô hình khởi nghiệp truyền thống là khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Hệ sinh thái khởi nghiệp được hiểu là "tổng hợp các mối liên kết chính thức và phi chính thức giữa các chủ thể khởi nghiệp (đã tồn tại hoặc tiềm năng), các tổ chức khởi nghiệp (công ty, nhà đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần, hệ thống ngân hàng), các cơ quan liên quan (trường đại học, các cơ quan nhà nước, các quỹ đầu tư công) và tiến trình khởi nghiệp (tỷ lệ thành lập doanh nghiệp, số lượng doanh nghiệp có tỷ lệ tăng trưởng tốt, số lượng các nhà khởi nghiệp, tinh thần bán hàng và tham vọng kinh doanh) tác động trực tiếp đến môi trường khởi nghiệp tại địa phương". Sức mạnh của hệ sinh thái khởi nghiệp tùy thuộc vào sự gắn kết chặt chẽ của các thành phần bên trong hệ sinh thái khởi nghiệp (Bộ Khoa học và Công nghệ, 2019).

2.2. Đặc điểm của hệ sinh thái khởi nghiệp

Theo Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia, Hệ sinh thái khởi nghiệp được định nghĩa: "Là một tập hợp các tác nhân kinh doanh tiềm năng và hiện tại liên kết với nhau, các tổ chức kinh doanh như các công ty, các nhà đầu tư mạo hiểm, các nhà đầu tư thiên thần - angels, các ngân hàng, các định chế trường đại học, các cơ quan thuộc khu vực nhà nước, các thực thể tài chính) và các quá trình kinh doanh như tỷ lệ thành lập doanh nghiệp, số các công ty tăng trưởng cao, mức độ "khởi nghiệp bom tấn", số các doanh nhân khởi nghiệp liên tục (serial entrepreneur), mức độ tâm lý bán tháo (sellout mentality) trong công ty và mức độ tham vọng kinh doanh, tất cả hợp nhất chính thức và không chính thức để kết nối, dàn xếp và chi phối các hoạt động trong môi trường doanh nghiệp địa phương".

Đặc điểm nổi bật của hệ sinh thái khởi nghiệp là "giàu thông tin". Trong môi trường như vậy, các cá nhân có thể truy cập và tiếp cận các thông tin về nhu cầu của người mua mới, về các công nghệ mới, về các khả năng vận hành hoặc giao dịch, về tính

khả dụng của máy móc, về các dịch vụ marketing,... Sự sẵn có nguồn lực tài chính là một đặc điểm quan trọng khác của hệ sinh thái khởi nghiệp. Điều đặc biệt quan trọng là số lượng cần thiết các nhà đầu tư khởi sự và vốn môi để cung cấp tài chính và sự hỗ trợ khác. Các nhà đầu tư thiên thần, các nhà khởi nghiệp hiện thời và các nhà quản lý cấp cao đều đóng một vai trò quan trọng.

Năm 2022, hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu ghi nhận Việt Nam xếp thứ 54, tăng 5 bậc so với năm 2021. Việt Nam hiện có 4 "kỳ lân" công nghệ (gồm: VNG, VNPay, Momo, Sky Mavis), khẳng định vị thế là một trong "tam giác" khởi nghiệp của Đông Nam Á, bên cạnh Singapore và Indonesia.

Hiện nay, cả nước có gần 80 cơ sở ươm tạo, 40 tổ chức thúc đẩy kinh doanh, khoảng 170 trường đại học/cao đẳng hoạt động khởi nghiệp sáng tạo, trong đó có 43 trường đại học thành lập vườn ươm, trung tâm, câu lạc bộ khởi nghiệp lâu dài, hơn 200 khu làm việc chung, khoảng 20 địa phương đã và đang xây dựng đề án hình thành trung tâm hỗ trợ Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

2.3. Các yếu tố cấu thành hệ sinh thái khởi nghiệp (Hình 1)

Hình 1: Mô hình các yếu tố cấu thành hệ sinh thái khởi nghiệp



Nguồn: Prof. Douglas Abrams - Expara

2.4. Thực trạng hệ sinh thái khởi nghiệp và vai trò của trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam

Ngay sau khi Đề án số 1665 được ban hành, Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành Quyết định số 1230/QĐ-BGDĐT, ngày 30/3/2018 về kế hoạch triển khai Đề án và Công văn số 1832/BGDĐT-GDCTHSSV hướng dẫn các cơ sở đào tạo triển khai công tác hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp. Ngày 18/6/2018, tại Phiên họp của Ủy ban Quốc gia đổi mới giáo dục đào tạo và Hội đồng Quốc gia giáo dục và phát triển nhân lực, Thủ tướng Chính phủ đã yêu cầu Bộ Giáo dục và Đào tạo: “Chỉ đạo các cơ sở giáo dục đại học đưa vấn đề khởi nghiệp vào chương trình giảng dạy cụ thể, thực tế hơn và coi đó là một nội dung đào tạo quan trọng”.

Theo đánh giá của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), nếu tính trên đầu người, số các doanh nghiệp khởi nghiệp của Việt Nam cao hơn các quốc gia khác như Trung Quốc (2.300 công ty khởi nghiệp), Ấn Độ (7.500 công ty khởi nghiệp) và Indonesia (2.100 công ty). Trong 2 năm 2016 - 2017, tổng số doanh nghiệp khởi nghiệp chiếm đa số về mặt số lượng các doanh nghiệp xin đăng ký mới (chiếm 90% tổng số các doanh nghiệp xin đăng ký mới). Tốc độ tăng trưởng của các doanh nghiệp khởi nghiệp thành công tăng trưởng nhanh gấp nhiều lần so với doanh nghiệp lớn.

Nguồn đầu tư vào các doanh nghiệp khởi nghiệp tại Việt Nam chủ yếu đến từ các quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo, tập đoàn lớn, các tổ chức thúc đẩy kinh doanh và nhà đầu tư cá nhân (hay còn gọi là “nhà đầu tư thiên thần”). Các tổ chức, cá nhân này đến từ cả trong nước và quốc tế. Nhìn chung, việc huy động vốn, kêu gọi đầu tư của các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo đang ngày càng diễn ra sôi động ở Việt Nam.

Mặc dù đại dịch Covid-19 còn nhiều biến động phức tạp, tuy nhiên vốn đầu tư mạo hiểm cho các start-up Việt Nam vẫn đạt được mức cao kỷ lục trong năm

2021. Tổng số tiền đầu tư đạt 1,4 tỷ USD, tăng trưởng gấp 1,5 lần so với con số 874 triệu USD kỷ lục trước đó vào năm 2019. Ngoài ra, tổng số thương vụ đầu tư cũng đạt con số cao nhất từ trước đến nay là 165, tăng 57% so với năm 2020. Trong năm 2021, 5 lĩnh vực startup hàng đầu thu hút được nhiều nguồn vốn đầu tư nhất tại Việt Nam bao gồm: fintech (công nghệ tài chính) (26,6%), thương mại điện tử (20,3%), edtech (công nghệ giáo dục) (17,2%), healthtech (công nghệ y tế) (7,8%) và phần mềm dịch vụ (6,3%).

Về các tổ chức thúc đẩy kinh doanh, là tổ chức đào tạo, huấn luyện, phát triển mô hình kinh doanh, gọi vốn đầu tư cho các doanh nghiệp sáng tạo giai đoạn đầu và có thể tham gia đầu tư với các khoản đầu tư nhỏ từ một vài chục ngàn USD. Một số tổ chức thúc đẩy kinh doanh tiêu biểu tại Việt Nam đó là: Vietnam Silicon Valley Accelerator; Expara Vietnam Accelerator; Quỹ tăng tốc khởi nghiệp Việt Nam (VIISA).

Mặc dù thực trạng khởi nghiệp ở Việt Nam có nhiều cải thiện giúp cho tỷ lệ người tham gia khởi sự kinh doanh tăng lên, tuy nhiên vẫn còn nhiều chỉ số mà nước ta còn kém xa so với các nước cùng trình độ phát triển kinh tế và các nước trong khu vực, đó là: sự lo sợ thất bại trong kinh doanh, khả năng kinh doanh, lĩnh vực kinh doanh và yếu tố đổi mới sáng tạo trong kinh doanh,... Thực tế, hoạt động khởi nghiệp không phải dành cho mọi sinh viên đại học. Theo thống kê, chỉ có khoảng 2-3% sinh viên có mong muốn khởi nghiệp.

Vai trò của trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp thể hiện ở những nhiệm vụ chính sau:

Một là, đào tạo và phát triển nhân tài, tức là tạo ra một nhân tố quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp. Đó là đào tạo nên các doanh nhân khởi nghiệp, các nhà quản lý doanh nghiệp và các chuyên gia có chuyên môn trong kinh doanh/doanh nghiệp. Theo một số nghiên cứu quốc tế chỉ ra rằng, việc kinh doanh và quản trị kinh doanh là hoàn toàn có thể đào tạo được, không nhất thiết dựa vào yếu tố gen di truyền hay tố chất, bản năng vốn có của sinh viên. Trên thế giới có rất nhiều đại học nổi tiếng về đào tạo doanh nhân, cái nôi sản sinh của những doanh nhân, tỷ phú thành đạt như Đại học Harvard của Mỹ, Đại học Cambridge của Anh, hay Đại học Quản lý Singapore (SMU). Đại học là nơi cung cấp những kiến thức nền tảng một cách khoa học

và chính thức đầu tiên cho sinh viên về kinh tế, khoa học và kỹ thuật. Từ đó, các em sẽ tự hình thành và phát triển thêm những kỹ năng và kiến thức mới về doanh nghiệp và doanh nhân để khởi nghiệp thành công, trở thành những doanh nhân thành đạt trong tương lai.

Hai là, cung cấp điều kiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất, phòng thí nghiệm cho các doanh nghiệp/dự án khởi nghiệp. Trước khi tiến hành thương mại hóa các sản phẩm và dịch vụ để kinh doanh trên thị trường, các doanh nghiệp khởi nghiệp luôn phải tiến hành những bước thử nghiệm để đánh giá sản phẩm, làm các sản phẩm mẫu. Chính các trường đại học, với những phòng thí nghiệm và cơ sở vật chất của mình là nơi lý tưởng để tiến hành những hoạt động đó, với trình độ chuyên môn cao và chi phí hợp lý.

Ba là, cung cấp công nghệ (được bảo hộ và không được bảo hộ) - nguồn lực quan trọng cho các doanh nghiệp tăng trưởng nhanh. Các trường đại học là môi trường và là cái nôi sản sinh ra những công trình nghiên cứu khoa học, sáng chế... Đó là những sản phẩm trí tuệ có ý nghĩa rất lớn để hình thành nên những ý tưởng kinh doanh và khởi nghiệp cho doanh nhân. Chính vì vậy, nhà trường cần phát huy vai trò của mình trong hệ sinh thái khởi nghiệp, kết hợp với doanh nghiệp lớn, các startup để cùng nhau xây dựng một hệ sinh thái phát triển bền vững và hiệu quả.

Tại Việt Nam, sự kết nối chưa chặt chẽ giữa nhà trường và các doanh nghiệp, chỉ có số ít vừa tham gia giảng dạy vừa kinh doanh hoặc tư vấn khởi nghiệp, giảng viên chưa được tham gia nhiều các lớp tập huấn về khởi nghiệp. Phần đông giảng viên chỉ tập trung giảng dạy và ít tiếp xúc với các doanh nghiệp, vì vậy còn thiếu nhiều kinh nghiệm thực tế, rất khó đưa ra những định hướng tốt cho sinh viên về vấn đề thực tiễn cần giải quyết trong kinh doanh.

3. Kết luận và kiến nghị

Thông qua nghiên cứu này, tác giả đã xác định được trường đại học chính là một trong những thành tố quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Vì vậy, để phát huy tốt vai trò của mình trong hệ sinh thái, các trường đại học cần không ngừng đổi mới chương trình đào tạo, cần có những sự kết nối chặt chẽ, hiệu quả với các doanh nghiệp, các tổ chức tài chính và các tổ chức hỗ trợ, đồng thời cũng cần phải có cơ chế phù hợp

để khai thác tối đa nguồn lực chất xám của cả giảng viên và sinh viên nhằm cho ra đời những sản phẩm đổi mới sáng tạo phục vụ công cuộc phát triển kinh tế của đất nước. Với sự hỗ trợ của Chính phủ, sự quan tâm của toàn xã hội dành cho hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, chắc chắn các trường đại học sẽ có những bước phát triển thích hợp để đóng vai trò là yếu tố nền tảng quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam.

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả có một số đề xuất để đẩy mạnh vai trò của các trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo như sau:

Một là, để trường đại học có thể phát huy được vai trò trong hệ sinh thái khởi nghiệp, trường đại học phải thực hiện đúng chức năng là: Đào tạo và phát triển nhân tài, nguồn nhân lực bao gồm cả doanh nhân khởi nghiệp, các nhà quản lý và các nhà chuyên môn. Bên cạnh đó, giảng viên chính là người truyền cảm hứng cho học sinh, sinh viên, giới thiệu những tấm gương khởi nghiệp tiêu biểu và những mô hình kinh doanh thành công, khơi dậy niềm đam mê sáng tạo trong sinh viên.

Hai là, trường đại học cần phải cập nhật

chương trình giảng dạy để đưa nội dung kiến thức khởi nghiệp thành môn học chính thức trong chương trình đào tạo. Một số môn học cần được nhà trường áp dụng đưa vào chương trình giảng dạy, ví dụ như: Khởi sự kinh doanh, khởi nghiệp và ứng dụng, Kỹ năng khởi nghiệp, các buổi tập huấn hay các lớp đào tạo về chuyên đề liên quan đến hỗ trợ khởi nghiệp như lớp chuyên đề về thuế, mô hình canvas,...

Ba là, trường đại học cần xây dựng một mạng lưới liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp để có thể tìm được các nguồn hỗ trợ, đầu tư cho các dự án khởi nghiệp, đồng thời cũng là đối tác chuyển giao công nghệ, đưa công nghệ từ trong vườn ươm vào thực tế sản xuất; Tư vấn, hỗ trợ và kết nối các dự án khởi nghiệp của người học với các doanh nghiệp.

Bốn là, để thúc đẩy phong trào khởi nghiệp trong sinh viên, tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp tại cơ sở (cấp trường), trong đó các giảng viên cũng chính là các mentor, từ đó giúp lựa chọn các dự án có tính khả thi, hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh, cho ra đời các sản phẩm dịch vụ có tính đổi mới sáng tạo từ đó có thể phục vụ cho nhu cầu của người tiêu dùng và cho xã hội ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2017). *Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa*.
2. Chính phủ (2016), *Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”*.
3. *Bill Aulet (2016). Kinh điển về khởi nghiệp (Entrepreneurship Disciplines)*. NXB Lao động.
4. Chính phủ (2017). *Quyết định số 1665/QĐ-TTg ngày 30/10/2017 về Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025”*.
5. Bùi Anh Tuấn, Lê Thị Thu Hà (2020). Thúc đẩy vườn ươm khởi nghiệp trong trường đại học. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, truy cập tại <https://vjol.info.vn/index.php/khcn/article/view/48212>
6. Trilok Kumar Jain (2019). Understanding the right ecosystem for startups. *SSRN Electronic Journal Follow Journal*, DOI: 10.2139/ssrn.3350526.
7. Dariia Podolian (2020). Rationale and implementation of startups in universities. *Problems of Systemic Approach in the Economy*, 3(77), DOI: 10.32782/2520-2200/2020-3-2.
8. Lê Thị Mai Liên và Phạm Thị Thu Hồng (2018). *Kinh nghiệm quốc tế về chính sách khuyến khích doanh nghiệp khởi nghiệp*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học quốc gia “Chính sách thuế, tài chính đặc thù cho phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Quốc gia”.
9. Nguyễn Đăng Minh Tuấn (2017). Trường Đại học - Trung tâm của khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Truy cập tại: <https://tiasang.com.vn/doi-moi-sang-tao/Truong-dai-hoc---Trung-tam-cua-khoi-nghiep-va-doi-moi-sang-tao-10422>.

10. Nguyễn Hữu Thái Hòa (2017). Để Việt Nam trở thành quốc gia khởi nghiệp. Truy cập tại: <http://kientrucvietnam.org.vn/de-viet-nam-tro-thanh-quoc-gia-khoi-nghiep/>.
11. Nguyễn Trần Minh Trí (2019). Kinh nghiệm tạo lập quốc gia khởi nghiệp ở một số nước. Tạp chí Doanh nghiệp và hội nhập. Truy cập tại: <http://doanhnghiephoinhap.vn/kinh-nghiem-tao-lap-quoc-gia-khoi-nghiep-o-mot-so-nuoc.html>.
12. VCCI (2016). Báo cáo chỉ số khởi nghiệp năm 2015. Hà Nội.
13. VCCI (2017). Bức tranh chung về đầu tư khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam. Hà Nội.
14. Vũ Quốc Dũng (2018). Kinh nghiệm một số nước về chính sách tài chính cho khởi nghiệp và một số khuyến nghị cho Việt Nam.
15. Maw, N., Alsbury, A., Craig-Cooper, M., & Lord Lane of, H. (1994). *Maw on Corporate Governance*. Aldershot: Dartmouth.
16. Hoàng Thị Bảo Thoa (2022). Tăng cường vai trò của trường đại học trong hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam. Truy cập tại: <https://ueb.vnu.edu.vn/Nghien-Cuu/UEB/Tang-cuong-vai-tro-cua-truong-dai-hoc-trong-he-sinh-thai-khoi-nghiep-Viet-Nam/1698/1715/0/31916>

Ngày nhận bài: 18/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. VĂN THỊ BÍCH

Khoa Quản trị - Kinh tế Quốc tế, Trường Đại học Lạc Hồng

Email: bichvt@lhu.edu.vn

STRENGTHENING THE ROLE OF UNIVERSITIES IN THE INNOVATIVE START-UP ECOSYSTEM

● Master. **VAN THI BICH**

Faculty of Administration and International Economics
Lac Hong University

ABSTRACT:

Universities are some of the key players in the national innovative start-up ecosystem. However, there are not many researches on the role of universities in the start-up ecosystem and how universities promote the entrepreneurship of their students in Vietnam. In Vietnam, the role of university in the start-up ecosystem and the university's relationship with other parties in the start-up ecosystem have not received sufficient attention. This paper proposes some solutions to further enhance the role of universities in the start-up ecosystem in Vietnam.

Keywords: ecosystem, start-up, university, innovation.

XÂY DỰNG KHUNG CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC: BẢY KHÍA CẠNH TRỌNG TÂM

● TRẦN HẢI VÂN

TÓM TẮT:

Công nghệ có trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta và cùng với tác động từ đại dịch Covid-19 một cuộc cách mạng chuyển đổi kỹ thuật số (KTS) trong môi trường giáo dục đã được tạo ra. Công nghệ kỹ thuật số (CNKTS) ngày càng trở thành trung tâm của các chiến lược phát triển tại các cơ sở giáo dục, đặc biệt trong giáo dục đại học (GDĐH), trở thành đòn bẩy cho các dự án và các chương trình đào tạo mới. Bài viết đề xuất khung chuyển đổi kỹ thuật số (CĐKTS) với 7 khía cạnh trọng tâm mà các cơ sở giáo dục đại học có thể thực hiện để tăng cường dạy và học KTS.

Từ khóa: công nghệ kỹ thuật số, chuyển đổi kỹ thuật số, kỹ thuật số.

1. Đặt vấn đề

Giáo dục là 1 trong 8 trọng tâm trong Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 của Chính phủ Việt Nam. Hiện tại, CĐKTS trong giáo dục tại Việt Nam đang chú trọng triển khai ở 4 vấn đề cơ bản, gồm: (1) Phát triển hệ thống dữ liệu toàn quốc về GD-ĐT; (2) Phát triển, khai thác hệ thống học liệu và môi trường học tập số; (3) Xây dựng và triển khai khung năng lực số cho học sinh phổ thông và; (4) Phát triển nhân lực trình độ cao trong lĩnh vực công nghệ thông tin và chuyển đổi số.

Ứng dụng CNKTS được coi là một quá trình tất yếu của sự thay đổi nội dung, phương pháp và tổ chức các hình thức học tập, diễn ra trong môi trường giáo dục KTS đang phát triển nhanh chóng nhằm giải quyết các vấn đề phát triển kinh tế - xã hội của đất nước trong điều kiện của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và sự hình thành nền kinh tế số (Uvarov, 2019). Cho đến gần đây, việc ứng dụng CNKTS trong giáo dục thường không gắn liền với việc đổi mới tổ chức quá trình giáo dục. Hầu hết các nhà quản lý và giáo viên coi CNKTS là một công cụ để cải thiện cách thức tổ chức truyền thống của cơ sở giáo dục (Vindaca Olga và cộng sự, 2020).

CĐKTS trong GDĐH có thể được hiểu đơn giản là tận dụng CNKTS để tạo ra những cải tiến lớn về giáo dục, nâng cao trải nghiệm của người học và giảng viên, đồng thời tạo ra các mô hình giảng dạy mới thông qua các chính sách, kế hoạch, quan hệ đối tác và hỗ trợ trong các cơ sở giáo dục đại học. Ứng dụng CNKTS sẽ tạo ra mô hình giáo dục thông minh giúp cho việc học và hấp thụ kiến thức của người học trở nên đơn giản và dễ dàng hơn. Như vậy, CĐKTS trong các cơ sở GDĐH không nên chỉ dừng lại ở việc số hóa bài giảng, tài liệu, ngân hàng câu hỏi trắc nghiệm, mà còn là sự chuyển đổi trong dạy, học, quản lý, kiểm tra, đánh giá, đưa tương tác giữa giảng viên với sinh viên vào không gian số. CĐKTS yêu cầu một loạt các thay đổi về văn hóa, lực lượng lao động và công nghệ, cần sự phối hợp sâu sắc, cho phép các mô hình hoạt động và giáo dục mới, cũng như chuyển đổi các hoạt động, định hướng chiến lược và đề xuất giá trị của tổ chức giáo dục.

2. Khung chuyển đổi kỹ thuật số trong giáo dục đại học

Bài viết đề xuất khung chuyển đổi kỹ thuật số (CĐKTS) với 7 khía cạnh trọng tâm mà các cơ sở giáo dục đại học có thể thực hiện để tăng cường dạy và học KTS. Cụ thể như sau:

2.1. Công nghệ học tập kỹ thuật số

CNKTS có thể được sử dụng trong các phương thức giảng dạy khác nhau để thu hút người học. Người dạy có thể sử dụng những công nghệ này để xây dựng các giải pháp dạy và học KTS hấp dẫn. Tuy nhiên, việc dạy và học KTS hiệu quả trong môi trường GDĐH đòi hỏi hệ thống cơ sở hạ tầng được nâng cao tăng đáng kể để hỗ trợ các công nghệ này. Một số công nghệ dạy và học KTS thường được sử dụng bao gồm:

- *Các hệ thống quản lý học tập (LMS):* LMS được sử dụng để chứa tất cả các tài liệu khóa học, mô-đun và hoạt động cho người học. Giảng viên có thể gửi thông báo, tham gia thảo luận, phát triển và chấm điểm bài tập cũng như duy trì sổ điểm trực tuyến trong LMS.

- *Các công nghệ đồng bộ:* Các công nghệ đồng bộ được sử dụng để tiến hành các cuộc họp trực tuyến theo thời gian thực. Các công nghệ đồng bộ bao gồm nhiều chức năng khác nhau, chẳng hạn như âm thanh và video, văn bản/trò chuyện, chia sẻ màn hình, thăm dò ý kiến, bảng trắng và phòng họp chia nhỏ (breakout rooms) dành cho các cuộc thảo luận nhóm. Các chức năng này có thể giúp người dạy duy trì tính tương tác trong lớp học trực tuyến.

- *Các ứng dụng đa phương tiện:* Đa phương tiện bao gồm âm thanh, video và các yếu tố tương tác khác. Phần mềm đa phương tiện có thể được sử dụng để ghi lại các bài giảng, trình diễn, định hướng,... Một số phần mềm đa phương tiện có thể được truy cập mở miễn phí. Các ứng dụng mạnh hơn phải được trả tiền. Một số ứng dụng đa phương tiện cũng có thể được nhúng trong LMS để dễ dàng truy cập và sử dụng.

- *Các ứng dụng cộng tác:* Các ứng dụng xử lý văn bản, thuyết trình và bảng trắng dựa trên web hoặc dựa trên đám mây cho phép sinh viên tương tác trực tuyến với bạn học và giáo viên.

- *Các công nghệ dựa trên đám mây:* Các trường cao đẳng và đại học có thể dựa vào các ứng dụng dựa trên đám mây khác nhau. Một số giảng viên sử dụng các ứng dụng dựa trên đám mây để lưu trữ tệp để họ có thể truy cập tệp từ mọi nơi và không bị giới hạn đối với máy tính tại trường.

- *Các công nghệ mới:* Trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế mở rộng (Extended Reality-XR), thực tế ảo tăng cường (Augmented Reality-AR), thực tế ảo (Virtual Reality-VR), các công cụ phân tích và các

công nghệ mới nổi khác có thể tạo ra các phương pháp giảng dạy và trải nghiệm học tập sáng tạo và hấp dẫn hơn với người học.

Đây không phải là danh sách đầy đủ các công nghệ có thể được sử dụng cho việc dạy và học KTS. Các nhà lãnh đạo phát triển mảng công nghệ cần đánh giá kết quả của từng loại và xem xét chất lượng cũng như chi phí của nó trước khi ứng dụng trong nhà trường. Cơ sở hạ tầng công nghệ cũng cần được kiểm tra để đảm bảo sự phù hợp với việc dạy và học KTS.

2.2. Phương thức giảng dạy

Giáo dục có thể được cung cấp thông qua một số phương thức giảng dạy. Khi một trường cao đẳng hoặc đại học cung cấp một số phương thức học tập hoặc các khóa học theo nhiều phương thức, sinh viên có thể đăng ký phương thức phù hợp nhất với họ. Các phương thức giảng dạy phổ biến bao gồm:

- *Tăng cường công nghệ trong khuôn viên trường:* Trong phương thức này, việc dạy và học diễn ra trực tiếp và công nghệ được sử dụng để nâng cao chất lượng giảng dạy.

- *Hybrid/blended:* Phương thức này kết hợp hướng dẫn trực tiếp và trực tuyến để cung cấp cho sinh viên sự linh hoạt trong học tập tại trường và trực tuyến.

- *Không đồng bộ trực tuyến:* Việc dạy và học diễn ra trực tuyến mà không có bất kỳ lớp học thực nào (học qua video được phát lại).

- *Đồng bộ trực tuyến:* Việc dạy và học diễn ra trực tuyến trong thời gian thực.

Tất cả các phương thức này đều có các yếu tố dạy và học KTS, mặc dù các khóa học trong khuôn viên trường được tăng cường công nghệ có tích hợp công nghệ tối thiểu. Năm phương thức còn lại chủ yếu dựa vào việc dạy và học KTS.

Với nhiều tổ chức và chương trình cung cấp các khóa học trực tuyến, sinh viên có nhiều lựa chọn hơn. Giờ đây, sinh viên có thể chọn hoàn thành các khóa học và chương trình bất cứ lúc nào và từ bất kỳ đâu. Các nhà lãnh đạo cơ sở giáo dục, người dạy và người học được thử nghiệm tính hiệu quả và hiệu suất của việc học KTS. Ngày nay, nhiều tổ chức GDĐH cởi mở hơn với các mô hình dạy và học này.

2.3. Nhân sự và Dịch vụ hỗ trợ

Sự phổ biến ngày càng tăng của việc dạy và học KTS với các phương thức giảng dạy khác nhau đòi hỏi phải đầu tư thêm vào các dịch vụ hỗ trợ và nhân sự tại các trường đại học và cao đẳng. Một số nhân

sự và dịch vụ hỗ trợ cần thiết để CĐKTS thành công trong lĩnh vực dạy và học, bao gồm:

- *Chuyên gia thiết kế giảng dạy:* Các cơ sở giáo dục đại học cần tuyển dụng nhiều hơn chuyên gia thiết kế giảng dạy và chuyên gia công nghệ. Các nhà quản trị và giảng viên đều cần hiểu rõ hơn và đánh giá cao hơn chuyên môn của các chuyên gia thiết kế hướng dẫn trong thiết kế học tập KTS này. Yêu cầu đặt ra là cần thiết kế các khóa học hiệu quả cho các phương thức học tập khác nhau.

- *Chuyên gia hỗ trợ công nghệ:* Cần có thêm nhân viên để duy trì mạng lưới và công nghệ nếu một tổ chức tăng cường các dịch vụ dạy và học KTS. Mặc dù bộ phận quản lý công nghệ thông tin đã có sẵn ở hầu hết các trường, nhưng sự gia tăng trong dạy và học KTS đã dẫn đến nhu cầu hỗ trợ công nghệ 24/7 cho sinh viên và giáo viên.

- *Dịch vụ hỗ trợ học tập và sinh viên:* Hỗ trợ học tập là cần thiết để học sinh có thể truy cập tài nguyên thư viện và trung tâm dạy kỹ năng. Các dịch vụ hỗ trợ sinh viên (đăng ký, tư vấn học tập, tư vấn chiến lược học tập,...) cũng cần thiết cho việc dạy và học KTS. Tương tự như vậy, những sinh viên có nhu cầu nên được tiếp cận với các dịch vụ có thể hỗ trợ sinh viên học tập KTS.

- *Khuyến khích và công nhận:* Giảng viên cần được công nhận và nhận được các khuyến khích cũng như giải thưởng cho những người đổi mới cho ứng dụng giảng dạy KTS. Các ưu đãi tài chính và thời gian ra mắt khóa học mang đến cho giảng viên cơ hội và thời gian để khám phá và tích hợp các đổi mới KTS vào các khóa học của họ.

Hỗ trợ, dịch vụ, khuyến khích và công nhận thúc đẩy người dạy áp dụng các phương pháp giảng dạy KTS sáng tạo.

2.4. Chính sách tổ chức và kế hoạch

Trong quá trình CĐKTS, các nhà quản trị phải sẵn sàng chỉ đạo hướng dẫn các sáng kiến dạy và học KTS, đồng thời hỗ trợ việc dạy và học nói chung trong các lĩnh vực. Các nhà lãnh đạo cần sử dụng các phương pháp thực hành dựa trên nghiên cứu trong quá trình ra quyết định và đánh giá cao những đổi mới trong dạy và học KTS trong tất cả các quy trình:

- *Chính sách và tiêu chuẩn:* Các chính sách và tiêu chuẩn thể chế cần được thiết lập cho việc dạy và học KTS. Các nhà quản trị cần xem xét một loạt các chính sách, chẳng hạn như khối lượng giảng dạy, tiêu chí tuyển sinh, tiêu chuẩn đánh giá và

hiệu suất. Ví dụ, các công cụ đánh giá khóa học mới nên được tạo ra hoặc điều chỉnh để đánh giá việc giảng dạy KTS.

- *Lập kế hoạch chiến lược:* Lập kế hoạch chiến lược là quá trình xác định chiến lược cũng như quyết định các nguồn lực được phân bổ để theo đuổi chiến lược nhằm đạt được mục tiêu của doanh nghiệp. Các nhà quản trị phải tích hợp CĐKTS vào kế hoạch chiến lược và nhận được sự ủng hộ của giảng viên.

- *Các mô hình tài trợ:* Nhà quản trị nên kiểm tra các mô hình tài trợ cho các phương thức khác nhau. Các khóa học trực tuyến tạo cơ hội cho các trường đưa ra mức học phí chênh lệch vì sinh viên không phải tới trường trực tiếp hoặc trả phí cho các nguồn lực trong trường.

- *Cơ hội học tập bình đẳng:* Các cơ sở GDĐH cần đảm bảo rằng sinh viên có phần cứng, phần mềm và khả năng truy cập internet cần thiết để tham gia các khóa học trực tuyến. Các chính sách và kế hoạch để giảm khoảng cách tiếp cận KTS là rất cần thiết.

Nhìn chung, cần có nhiều chính sách hơn để hỗ trợ việc dạy và học KTS. Các nhà lãnh đạo cũng như người giảng dạy cần suy nghĩ lại về bất kỳ sự bất bình đẳng nào có thể xảy ra liên quan đến việc dạy và học KTS, bao gồm kinh phí, nhân sự, công nghệ và các chính sách hiện có.

2.5. Phát triển giảng viên

Khi đại dịch Covid-19 bắt đầu, những giảng viên chưa quen với việc giảng dạy trực tuyến phải nhanh chóng thích nghi. Nhiều người cần tham gia vào các hoạt động phát triển chuyên môn dạy và học KTS. Khi CĐKTS ngày càng phát triển, các cơ hội đào tạo và nguồn lực để phát triển giảng viên cần phải phát triển dựa trên nhu cầu của giảng viên. Các tài nguyên này nhằm mục đích cải thiện các kỹ năng sư phạm và công nghệ của giảng viên cũng như kiến thức của giảng viên về khả năng tiếp cận, sở hữu trí tuệ và các phương pháp hay nhất về giảng dạy trực tuyến.

- *Kỹ năng sư phạm và công nghệ:* Giảng viên nên được tạo cơ hội để phát triển các kỹ năng sư phạm và công nghệ cũng như học cách tích hợp nội dung. Các chuyên gia nên tiếp tục cung cấp các khóa đào tạo đa dạng về dạy và học KTS cho giảng viên.

- *Niềm tin:* Thái độ của giảng viên đối với việc dạy và học KTS đang phát triển từ miễn cưỡng sang

sẵn sàng. Các cơ hội phát triển nghề nghiệp có thể hỗ trợ quá trình phát triển này bằng cách tập trung vào việc dạy cho người dạy cách thiết lập niềm tin giá trị tích cực đối với công nghệ và giảng dạy KTS cũng như cách điều chỉnh triết lý giảng dạy của họ với thực tiễn giảng dạy KTS.

- *Quyền sở hữu trí tuệ và quyền tác giả:* Trong quá trình giảng dạy KTS, giảng viên cần các nguồn lực và hỗ trợ để làm quen với quyền sở hữu trí tuệ và bản quyền của các tài liệu điện tử.

Khi các giảng viên chuyển sang dạy và học KTS trong đại dịch, nhiều giảng viên không có đủ thời gian để áp dụng tất cả các nguyên tắc giảng dạy trực tuyến. Việc giảng viên dành thời gian để suy nghĩ lại và áp dụng các phương pháp sư phạm tốt nhất sẽ nâng cao chất lượng của các khóa học trực tuyến.

2.6. Phát triển người học

Học tập KTS cung cấp cho sinh viên cơ hội học tập theo nhiều phương thức khác nhau. Điều này giúp sinh viên chuẩn bị sẵn sàng cho lực lượng lao động trong tương lai, nơi hầu hết các công việc sẽ yêu cầu kiến thức và kỹ năng KTS.

- *Máy tính và truy cập internet:* Sinh viên cần có quyền truy cập vào máy tính và internet để trở thành những người học KTS thành công. Mặc dù nhiều sinh viên có quyền truy cập vào các công cụ này, nhưng khoảng cách KTS vẫn tồn tại. Giảng viên và quản trị viên phải xem xét quyền truy cập của sinh viên trước khi tham gia vào việc giảng dạy KTS.

- *Quản lý thời gian và tự điều chỉnh:* Học tập KTS đi kèm với sự linh hoạt. Tuy nhiên, tính linh hoạt này đặt sự phụ thuộc lớn hơn vào việc học tự điều chỉnh. Ví dụ, sinh viên phải học cách quản lý thời gian tốt, giảm bớt phiền nhiễu và tránh trì hoãn trong quá trình học tập.

- *Nội dung giảng dạy và con người:* Sinh viên phải có khả năng học từ nhiều định dạng nội dung (văn bản, âm thanh, video) khi giảng viên đăng bài giảng, podcast và thảo luận. Sinh viên cũng phải học cách tương tác với giảng viên, bạn học và nội dung học tập trong môi trường KTS.

- *Sự giúp đỡ:* Trong môi trường học tập KTS, sinh viên có thể bị ngăn cách bởi khoảng cách địa lý hay kỹ năng và liên hệ khi cần trợ giúp. Sự hỗ trợ này có thể được cung cấp bởi bộ phận quản lý công nghệ thông tin của trường học hoặc giảng viên.

- *Xây dựng cộng đồng:* Sinh viên cần có cơ hội để phát triển cộng đồng xã hội và nền tảng cho các tương tác xã hội của mình (ví dụ: định hướng trực tuyến, thời gian giao lưu trực tuyến để sinh viên gặp gỡ nhau,...). Sinh viên sẽ dựa vào cộng đồng này để duy trì kết nối và tham gia vào việc học tập KTS.

Tài nguyên công nghệ, quản lý thời gian và tự điều chỉnh, chiến lược tương tác và tìm kiếm trợ giúp cũng như xây dựng cộng đồng giúp người học KTS tham gia học tập thành công.

2.7. Quan hệ đối tác

Đại dịch Covid-19 đã đưa tới tiềm năng thúc đẩy các mối quan hệ đối tác khác nhau để phát triển việc dạy và học KTS có chất lượng.

- *Hợp tác với các trường đại học khác:* Các trường cao đẳng và đại học đã cung cấp dịch vụ học tập KTS, cung cấp các khóa đào tạo và hội thảo để hỗ trợ giảng viên tại các tổ chức khác. Mở rộng sự hợp tác này trên toàn cầu có thể tăng cường việc dạy và học KTS trên toàn thế giới.

- *Hợp tác với các tổ chức chuyên nghiệp:* Các tổ chức chuyên nghiệp đi đầu trong lĩnh vực học tập KTS đã hỗ trợ các tổ chức giáo dục đại học bằng cách cung cấp các khóa đào tạo, hội thảo và tài nguyên.

- *Hợp tác với các ngành bên ngoài:* Ở một số quốc gia, các ngành công nghiệp bên ngoài GDĐH hợp tác với các tổ chức để cung cấp quyền truy cập vào internet và các thiết bị điện tử. Quan hệ đối tác trong ngành mang lại những đổi mới KTS cho các tổ chức GDĐH nhanh hơn.

Quan hệ đối tác với các trường cao đẳng và đại học, các tổ chức nghề nghiệp và các ngành bên ngoài củng cố các sáng kiến dạy và học KTS bằng cách tận dụng kiến thức của các chuyên gia trong lĩnh vực này.

3. Kết luận

Việc đạt được kết quả tốt cho CĐKTS cho học tập trong thời đại 4.0 là một quá trình lặp đi lặp lại. Khi các CNKTS tiên tiến phát triển, các sáng kiến CĐKTS sẽ trở nên phổ biến đối với các tổ chức GDĐH. CĐKTS cho học tập mang đến sự linh hoạt và khả năng tiếp cận cho sinh viên, đồng thời chuẩn bị cho sinh viên giải quyết các vấn đề trong hệ sinh thái KTS của tương lai. Những nỗ lực của CĐKTS sẽ tiếp tục định hình các chuẩn mực và thông lệ trong GDĐH để thích nghi và phát triển song song với xã hội ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Thị Huế, Bùi Đức Thịnh, Vũ Thị Tuyết Lan (2022). Chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo: Thực trạng và giải pháp. Truy cập tại <http://vjst.vn/vn/tin-tuc/6707/chuyen-doi-so-trong-giao-duc-va-dao-tao--thuc-trang-va-giai-phap.aspx>
2. Trung tâm Truyền thông giáo dục - Bộ Giáo dục và Đào tạo (2022). Nâng cao năng lực chuyển đổi số trong ngành giáo dục. Truy cập tại <https://moet.gov.vn/giaoducquocdan/tang-cuong-ung-dung-cntt/Pages/Default.aspx?ItemID=8241>
3. Cục Công nghệ thông tin - Bộ Giáo dục và Đào tạo (2022). Thúc đẩy chuyển đổi số trong quản trị, quản lý giáo dục và đào tạo. Truy cập tại <https://moet.gov.vn/giaoducquocdan/tang-cuong-ung-dung-cntt/Pages/Default.aspx?ItemID=7722>
4. Uvarov Alexander (2019). *Các vấn đề và triển vọng của chuyển đổi kỹ thuật số trong giáo dục ở Nga và Trung Quốc*. Hội nghị các nhà nghiên cứu giáo dục Nga - Trung Quốc lần thứ II, Moscow.
5. Vindaca Olga và cộng sự (2020). *Chuyển đổi kỹ thuật số hiệu quả trong bối cảnh giáo dục đại học*. Kỷ yếu Hội thảo Edulearn 20.

Ngày nhận bài: 17/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/12/2022

Thông tin tác giả:

TS. TRẦN HẢI VÂN

Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh

**DEVELOPING THE DIGITAL TRANSFORMATION
FRAMEWORK FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS:
SEVEN MAJOR ASPECTS**

● Ph.D **TRAN HAI VAN**

Ho Chi Minh University of Banking

ABSTRACT:

The current digital transformation trend in the education sector has been fueled by the COVID-19 pandemic and the latest advancements in information technology. Digital technology has become the core development strategy of many educational institutions, especially higher education institutions, and new educational and training programs. This paper proposes a framework for digital transformation with seven major aspects that higher education institutions can implement to improve their digital learning activities.

Keywords: digital technology, digital transformation, digital.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG VỀ CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO CỦA CỰU SINH VIÊN ĐẠI HỌC DUY TÂN

● MAI THỊ QUỲNH NHƯ

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng đào tạo của cựu sinh viên Đại học Duy Tân. Kết quả nghiên cứu cho thấy: có 4 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của cựu sinh viên Đại học Duy Tân, gồm: Chương trình đào tạo, giảng viên, hoạt động ngoại khóa, dịch vụ hỗ trợ người học.

Từ khóa: sự hài lòng, chất lượng đào tạo, cựu sinh viên, Đại học Duy Tân.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh mới của giáo dục đại học ngày nay, các trường đại học đang phải đối mặt với các vấn đề gia tăng cạnh tranh và tư nhân hóa. Tại môi trường này, sinh viên ngày càng được công nhận là khách hàng (Akinyele 2010; Hemsley-Brown & Oplatka 2006; Munawar Khan, Ahmed & Nawaz 2011; Weerasingh, Lalitha & Fernando 2017) và sự hài lòng của sinh viên hiện đang là chiến lược trọng tâm của các trường đại học.

Trải qua hơn 20 năm hình thành và phát triển, với phương châm “Luôn luôn đổi mới vì nguồn nhân lực chất lượng cao”, Đại học Duy Tân đã đạt được nhiều thành tích, đồng thời xây dựng được một thương hiệu uy tín và có chất lượng.

Với danh tiếng, uy tín thương hiệu lâu năm trong hoạt động đào tạo hệ Cao Đẳng - Đại học (CĐ-ĐH), trong những năm gần đây, đứng trước áp lực cạnh tranh, để tạo được lợi thế trong công tác tuyển sinh, Đại học Duy Tân phải liên tục cố gắng cải thiện chất lượng đào tạo nhằm nâng cao sự hài lòng của cựu sinh viên theo học hình thức đào tạo CĐ-ĐH, bởi lẽ sự hài lòng của cựu sinh viên được xem là sự đánh giá tích cực của họ về các dịch vụ được Nhà trường cung cấp. Như vậy, nghiên cứu các yếu tố tác động đến sự hài lòng

của cựu sinh viên đến chất lượng dịch vụ đào tạo của Đại học Duy Tân rất cần thiết trong giai đoạn hiện nay.

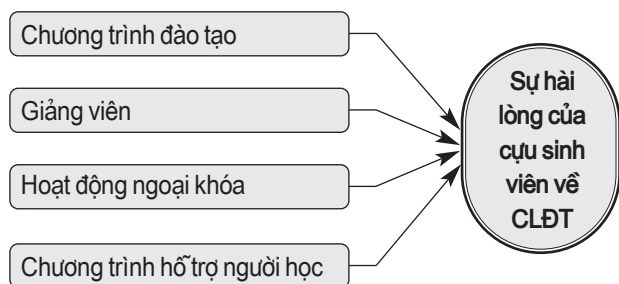
2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Theo Kotler và Keller (2006), sự hài lòng là trạng thái mức độ cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó. Sự hài lòng hay sự thỏa mãn của khách hàng được xem là nền tảng trong khái niệm marketing về việc thỏa mãn nhu cầu và mong ước của khách hàng (Spreng, MacKenzie & Olshavsky, 1996; Harvey L., 1993; Hill F. M., 1995) đã xem xét các yếu tố cơ bản chất lượng dịch vụ cảm nhận được đó là: (1) Hoạt động đào tạo: chương trình đào tạo, nội dung môn học, phương pháp giảng dạy, tổ chức thi cử, đánh giá SV; (2) Cơ sở vật chất: cơ sở vật chất hiện có của trường phục vụ cho quá trình dạy và học (phòng máy vi tính, thư viện, trang thiết bị dạy và học); (3) Dịch vụ hỗ trợ và phục vụ: bao gồm các khía cạnh dịch vụ hỗ trợ SV học tập tại trường (dịch vụ ăn uống, tài chính, y tế, tư vấn nghề nghiệp) và cung cách phục vụ của các khoa, phòng ban chức năng của trường có ảnh hưởng đến sự hài lòng của cựu sinh viên. Eugenia Pedro (2018) đã tiến hành nghiên cứu đối với 395 sinh

viên tại Bồ Đào Nha cho thấy sự ảnh hưởng phương pháp giảng dạy của giảng viên đến sự hài lòng của sinh viên. Phan Ngọc Thùy Như (2022) xác định chương trình đào tạo và hệ thống hỗ trợ học tập có ảnh hưởng đến sự hài lòng của cựu sinh viên chương trình học từ xa. Nguyễn Văn Tuấn (2016) đã thu thập mẫu từ 300 sinh viên đang theo học Trường Đại học Bách Khoa TP. Hồ Chí Minh về sự hài lòng chất lượng dịch vụ đào tạo. Kết quả cho thấy chất lượng dịch vụ hỗ trợ sinh viên là một tiền tố có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên. Võ Văn Việt (2016), cho rằng nâng cao sự hài lòng của SV đã trở thành thách thức lớn đối với nhiều trường đại học và họ đã nhận thấy rằng sự hài lòng của SV là lợi thế cạnh tranh chính.

Sự hài lòng cũng sẽ dẫn đến việc SV tiếp tục theo học, thu hút nhiều SV mới và ảnh hưởng tích cực đến công tác quảng bá của trường. Kết quả xử lý số liệu điều tra cho thấy có 4 nhóm nhân tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên, đó là: các dịch vụ hỗ trợ, chương trình đào tạo, hoạt động ngoại khóa và giảng viên. Thông qua phiếu khảo sát được thu thập từ 250 cựu sinh viên, sử dụng lý thuyết nền là mô hình SERVPERF của tác giả Cronin & Taylor (1992) với một số điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả tổng hợp

Giả thuyết nghiên cứu:

Giả thuyết H1: Chương trình đào tạo có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng về chất lượng đào tạo của cựu sinh viên

Giả thuyết H2: Giảng viên có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng về chất lượng đào tạo của cựu sinh viên

Giả thuyết H3: Hoạt động ngoại khóa có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng về chất lượng đào tạo của cựu sinh viên

Giả thuyết H4: Chương trình hỗ trợ người học có

ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng về chất lượng đào tạo của cựu sinh viên.

3. Phương pháp nghiên cứu

Theo Creswell và cộng sự (2003), có 3 phương pháp nghiên cứu thường được sử dụng khi nghiên cứu khoa học, đó là: nghiên cứu định tính, nghiên cứu định lượng và hỗn hợp. Để giải quyết được mục tiêu đề ra, nhóm sử dụng cả 2 phương pháp định tính và định lượng để tiến hành phân tích.

Nghiên cứu định tính sử dụng kỹ thuật thảo luận nhóm với 250 người tham dự, đối tượng tham dự phỏng vấn nhóm gồm 30 cựu sinh viên trong đó bao gồm: 10 cựu sinh viên nữ và 20 cựu sinh viên nam đến từ các khoa: Kế toán, Quản trị, Du lịch, Công nghệ thông tin và phát phiếu khảo sát online là 220 cựu sinh viên.

Nghiên cứu định lượng là dùng để kiểm định thang đo và mô hình nghiên cứu lý thuyết. Bảng câu hỏi ở đây là bảng câu hỏi chi tiết và câu hỏi chủ yếu là các câu hỏi đóng với các trả lời được đo lường theo cấp độ thang đo rõ ràng. Bảng câu hỏi gồm 2 phần chính là phần nội dung câu hỏi và phần thông tin cá nhân. Đối tượng thu thập dữ liệu phục vụ cho nghiên cứu là các cựu sinh viên đã học tại Đại học Duy Tân. Nghiên cứu thu thập từ các cựu sinh viên các Khoa để đánh giá được một cách toàn diện về sự hài lòng sinh viên về chất lượng dịch vụ đào tạo tại trường. Công cụ sử dụng để xử lý dữ liệu trong nghiên cứu định lượng là phân tích bằng phần mềm IBM SPSS Statistics 20.

4. Phân tích kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Dựa trên 280 bản khảo sát được phát ra có 250 bảng hợp lệ, chúng tôi đã thu thập, tổng hợp và xử lý số liệu trên phần mềm SPSS 22.0 phân thống kê mô tả.

Kết quả cụ thể như sau:

Về giới tính, có 120 nam giới tham gia khảo sát (chiếm 48%) và 130 nữ giới tham gia khảo sát (chiếm 52%).

Về khoa đào tạo, kết quả có 47 người tại Khoa Kế toán (chiếm 18.8%), Khoa Quản trị kinh doanh có 83 người (chiếm 33.2%), Khoa Công nghệ thông tin có 40 người (chiếm 16%), Khoa khác có 80 người (chiếm 32%).

Về thời gian tốt nghiệp, từ 1-5 năm có 110 người (chiếm 44%), từ 5-10 năm có 75 người (chiếm 30%), từ 10-15 năm có 30 người (chiếm 12%), trên 15 năm có 35 người (chiếm 12%).

4.2. Kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Bảng 1 cho thấy các thang đo và yếu tố phụ thuộc đều có độ tin cậy lớn hơn 0,6 nên đều tin cậy để sử dụng. Điều đó có nghĩa, thang đo được xây dựng có ý nghĩa thống kê và đạt độ tin cậy cần thiết, nên được tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA(Bảng 2, 3).

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

- Kiểm định tính thích hợp của EFA đối với nhân tố độc lập:

Bảng 2 cho kết quả hệ số KMO = 0.842, thỏa mãn điều kiện: $0,5 \leq KMO \leq 1$, phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

- Kiểm định tính thích hợp của EFA đối với nhân tố phụ thuộc:

Bảng 3 cho kết quả hệ số KMO = 0.736, thỏa mãn điều kiện: $0,5 \leq KMO \leq 1$, phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

Như vậy, hệ số KMO của các biến độc lập và phụ thuộc khá cao, đáp ứng yêu cầu đề ra nên phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu.

4.4. Phân tích khám phá hồi quy đa biến (MRA)

- Kiểm định tương quan từng phần của hệ số hồi quy:

Kết quả Bảng 4 cho thấy biến độc lập có tương quan với biến phụ thuộc, nên giữ nguyên toàn bộ biến phụ thuộc.

Bảng 1. Kết quả phân tích độ tin cậy các nhóm biến bằng hệ số Cronbach's Alpha

STT	Nhóm biến	Cronbach's Alpha
1	Chương trình đào tạo	.914
2	Giảng viên	.777
3	Hoạt động ngoại khóa	.905
4	Các dịch vụ hỗ trợ người học	.691

Bảng 2. Kiểm định EFA biến độc lập

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.842
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2056.833
	df	136
	Sig.	.000

Bảng 3. Kiểm định EFA biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.736
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	419.674
	df	3
	Sig.	.000

Bảng 4. Phân tích khám phá hồi quy đa biến

		Correlations				
		HL	CTDT	GV	NK	HT
HL	Pearson Correlation	1	.526**	.404**	.430**	.592**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
CTDT	Pearson Correlation	.526**	1	.306**	.340**	.370**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
GV	Pearson Correlation	.404**	.306**	1	.177**	.289**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.005	.000
NK	Pearson Correlation	.430**	.340**	.177**	1	.337**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005		.000
HT	Pearson Correlation	.592**	.370**	.289**	.337**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Từ kết quả kiểm định tương quan từng phần của hệ số hồi quy, ta có phương trình như sau:

$$HL = 0.270*CTDT + 0.180*GV$$

$$+ 0.178*NK + 0.381*HT$$

- Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình:

thuyết và thực hành. Nâng cao tỷ lệ giờ thực hành so với giờ lý thuyết trong chương trình đào tạo. Phân tích đánh giá dữ liệu về kết quả đào tạo các ngành Biên soạn phiếu thăm dò và tổ chức lấy ý kiến nhà tuyển dụng lao động, người tốt nghiệp,

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.719 ^a	.516	.509	.48691	1.919
a. Predictors: (Constant), HT, GV, NK, CTDT					
b. Dependent Variable: HL					

Mô hình có $R^2 = 0.516$ và R^2 hiệu chỉnh = 0.509. Nghĩa là, độ thích hợp của mô hình là 51.6% hay nói cách khác 50.9% là độ biến thiên của mức độ ảnh hưởng đến sự hài lòng được giải thích bởi 4 nhân tố ảnh hưởng, còn 49.1% được giải thích bởi biến nằm ngoài mô hình chưa được đề cập.

Qua kết quả phân tích các nhân tố và mô hình, cả 4 giả thuyết đều được chấp nhận.

5. Hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu đã xác định được có 4 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của cựu sinh viên Đại học Duy Tân bao gồm: chương trình đào tạo, giảng viên, hoạt động ngoại khóa, dịch vụ hỗ trợ người học.

- Hoàn thiện chương trình đào tạo: Xây dựng chương trình đào tạo đảm bảo tính hệ thống, hiện đại, cập nhật kiến thức mới đáp ứng yêu cầu thực tiễn. Chương trình đào tạo phải gắn liền với thực tiễn hoạt động tại các doanh nghiệp, đáp ứng tốt nhất yêu cầu của người sử dụng lao động sau này. Đồng thời, quan tâm đầy đủ đến tỷ trọng giữa lý

các tổ chức giáo dục và các tổ chức khác nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và của ngành.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ người học: Nhà trường tổ chức thêm các kênh thông tin tiếp thu ý kiến từ phía sinh viên, đánh giá vai trò của các dịch vụ đời sống đối với chất lượng đào tạo... để đáp ứng được xu thế phát triển trong giáo dục - đào tạo thời kỳ hội nhập quốc tế.

- Nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên, cán bộ làm công tác quản lý giáo dục đại học: Để xây dựng, phát triển đội ngũ này, cần có quy hoạch và kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng phù hợp, có chính sách thu hút các sinh viên giỏi ở lại trường làm công tác giảng dạy. Tạo điều kiện để các nhà khoa học Việt Nam ở nước ngoài và các chuyên gia quốc tế tham gia vào việc giảng dạy, nghiên cứu của các trường đại học trong nước. Bên cạnh đó, cần có những người làm công tác quản lý giáo dục đủ tâm, đủ tầm, đủ tài để sử dụng đúng người ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Akinyele, S. T. (2010). The influence of work environment on workers productivity: A case of selected oil and gas industry in Lagos, Nigeria. *African journal of business management*, 4(3), 299-307.
2. Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
3. Harvey, L., & Green, D. (1993). Defining quality. *Assessment & evaluation in higher education*, 18(1), 9-34.
4. Hill, F. M. (1995). Managing service quality in higher education: The role of the student as primary consumer. *Quality assurance in education*, 3(3), 10-21.

5. Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2006). Universities in a competitive global marketplace: A systematic review of the literature on higher education marketing. *International Journal of public sector management*, 19(4), 316-338.
6. Khan, M. M., Ahmed, I., & Nawaz, M. M. (2011). Student's perspective of service quality in higher learning institutions; An evidence based approach. *International Journal of Business and Social Science*, 2(11), 159-164.
7. Phan Ngọc Thùy Như (2020). Sự hài lòng của cựu sinh viên từ xa khối ngành kinh tế về chất lượng dịch vụ đào tạo của Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*, 15(4), 66-78.
8. Pedro, E., Mendes, L., & Lourenço, L. (2018). Perceived service quality and students'satisfaction in higher education: the influence of teaching methods. *International Journal for Quality Research*, 12(1), 165.
9. Spreng, R. A., MacKenzie, S. B., & Olshavsky, R. W. (1996). A reexamination of the determinants of consumer satisfaction. *Journal of marketing*, 60(3), 15-32.
10. Tuấn, N. V., Bửu, H. B., & Vân, N. T. T. (2016). Ảnh hưởng của chất lượng các dịch vụ hỗ trợ sinh viên đến hình ảnh trường đại học. Một nghiên cứu tại Trường Đại học Bách Khoa Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh - Khoa học xã hội*, 11(1), 42-54.
11. Việt, V. V. (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ đào tạo: Một nghiên cứu từ cựu sinh viên Trường Đại học Nông Lâm TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học*, 14(4), 171.
12. Weerasinghe, I. S., & Fernando, R. L. (2017). Students' satisfaction in higher education. *American journal of educational research*, 5(5), 533-539.

Ngày nhận bài: 19/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. MAI THỊ QUỲNH NHƯ

Khoa Kế toán, Đại học Duy Tân

FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF ALUMNI OF DUY TAN UNIVERSITY WITH THE UNIVERSITY'S TRAINING QUALITY

● Master. **MAI THỊ QUỲNH NHƯ**

Faculty of Accounting, Duy Tan University

ABSTRACT:

This study explores the factors affecting the satisfaction of alumni of Duy Tan University with the university's training quality. The study finds out that there are four factors affecting this satisfaction, including: training program, lecturers, extracurricular activities, and student support services.

Keywords: satisfaction, training quality, alumni, Duy Tan University.

NGHIÊN CỨU MỘT SỐ NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THẨM ĐỊNH GIÁ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● ĐÀO VŨ THẮNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu tìm hiểu một số nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh (NLCT) của các doanh nghiệp thẩm định giá (TĐG) trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, cả 9 thành phần: (1) Năng lực quản trị doanh nghiệp; (2) Năng lực tài chính; (3) Năng lực tiếp cận và đổi mới công nghệ; (4) Nguồn nhân lực; (5) Năng lực tạo dựng mối quan hệ; (6) Chiến lược về giá dịch vụ; (7) Dịch vụ thẩm định giá; (8) Tuân thủ quy định pháp lý; (9) Thương hiệu đều có tác động đến NLCT của các doanh nghiệp TĐG trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Từ đó, đề xuất một số kiến nghị nhằm nâng cao NLCT cho các doanh nghiệp TĐG tại TP. Hồ Chí Minh.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp thẩm định giá, TP. Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh là một việc tất yếu luôn diễn ra giữa các doanh nghiệp với nhau. Cạnh tranh tồn tại một cách khách quan bên cạnh sự phát triển của nền kinh tế, là động lực để nền kinh tế nói chung và các doanh nghiệp nói riêng phát triển. Ngành TĐG tại Việt Nam được hình thành từ năm 1993-1994 đến nay. Thời gian qua, các doanh nghiệp TĐG đã có những quan tâm lớn đến năng lực cạnh tranh của mình, đã có những phân tích, đánh giá và tìm hiểu những nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhằm cải thiện khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp (Phạm Minh Hạc, 1996).

Trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập ngày càng sâu rộng hiện nay ở Việt Nam, cạnh tranh đã và đang diễn ra với

cùng khốc liệt, không chỉ có cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau mà còn cạnh tranh với doanh nghiệp nước ngoài ngay tại thị trường trong nước, đặc biệt là đối với những tài sản là dự án, nhà máy lớn với công nghệ cao, hiện đại hay thương hiệu nổi tiếng. Theo đánh giá của Bộ Tài chính (2014). Đây là những hạn chế hiện hữu đối với doanh nghiệp TĐG trong nước. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp TĐG trong nước phải không ngừng đổi mới, tìm hiểu và phân tích nguyên nhân thường xuyên, để có thể nâng cao năng lực cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu của thị trường.

Nền kinh tế Việt Nam, đặc biệt là TP. Hồ Chí Minh những năm gần đây đã có nhiều bước phát triển đáng kể, kéo theo nhu cầu về dịch vụ TĐG cũng không ngừng gia tăng về quy mô và tính chất phức tạp. Hiện tại, các doanh nghiệp TĐG đang

loay hoay với chiến lược kinh doanh của mình, chỉ chú trọng cạnh tranh về giá đầu ra, cạnh tranh về thời gian phát hành chứng thư trong khi không quan tâm đúng mức đến chất lượng của chứng thư TĐG, độ tin cậy của mức giá, nếu không khắc phục được hạn chế trên thì thị phần của các doanh nghiệp TĐG nội địa có thể bị thu hẹp hoặc tệ hơn nữa là dẫn đến tạm dừng hoạt động trong thời gian tới. Thêm nữa, thời gian qua cũng đã xuất hiện nhiều tiêu cực trong công tác xác định giá trị của TĐG. Một số thẩm định viên về giá đã vi phạm đạo đức nghề nghiệp, phải chịu trách nhiệm trước pháp luật, đã có nhiều doanh nghiệp đã bị đình chỉ hoạt động, nhiều cá nhân đang bị điều tra vì các vi phạm trong lĩnh vực TĐG.

Gần 30 năm hình thành và phát triển, bước đầu ngành TĐG cũng đã đạt được những thành tựu to lớn, có những đóng góp đáng kể vào sự phát triển nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, so với khu vực và quốc tế, doanh nghiệp TĐG Việt Nam nói chung và tại TP. Hồ Chí Minh nói riêng vẫn còn non yếu về kinh nghiệm và năng lực cạnh tranh. Vì vậy, việc nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp để đề ra các biện pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trên thương trường, trong môi trường hội nhập ngày càng sâu rộng là đòi hỏi cấp thiết hiện nay, đồng thời giúp các doanh nghiệp TĐG tại TP. Hồ Chí

Minh định vị được vị thế và có hướng phát triển trong tương lai.

2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Căn cứ mô hình 5 cạnh tranh của Michael Porter (1996) với 5 nhân tố quyết định cường độ cạnh tranh trong ngành, các nhân tố này ảnh hưởng đến NLCT và mức lợi nhuận của doanh nghiệp trong ngành, tác giả đề xuất 9 nhân tố thuộc về môi trường nội bộ của doanh nghiệp tác động đến NLCT của doanh nghiệp TĐG. Mô hình nghiên cứu đề xuất như sau: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

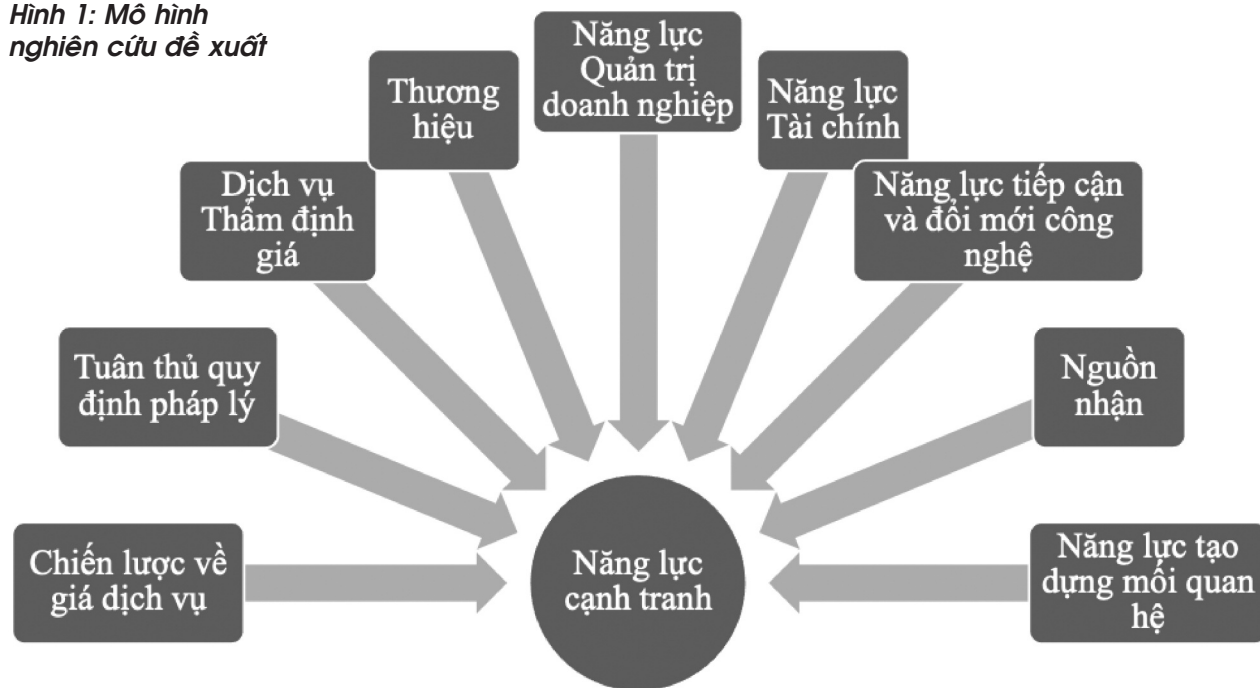
Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp hỗn hợp gồm phương pháp định tính kết hợp định lượng để đạt được mục tiêu nghiên cứu.

Phương pháp nghiên cứu định tính được dùng để khám phá, điều chỉnh, bổ sung các thành phần thang đo. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, đồng thời tham khảo ý kiến của các chuyên gia ngành xây dựng và giảng viên dạy chuyên ngành quản trị kinh doanh.

Phương pháp định lượng được sử dụng để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến NLCT của các doanh nghiệp TĐG trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Quá trình nghiên cứu trải qua 2 giai đoạn:

- Giai đoạn nghiên cứu sơ bộ:
- + Dữ liệu thứ cấp: thu thập thông qua các báo cáo của các doanh nghiệp TĐG trên địa bàn TP. Hồ

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Chí Minh, qua sách, báo, tạp chí, cổng thông tin điện tử của Cục Quản lý giá - Bộ Tài chính, của Hội Thẩm định giá và các doanh nghiệp cùng trong ngành.

+ Dữ liệu sơ cấp: thu thập qua việc điều tra bằng câu hỏi đối với chuyên gia và cá nhân công tác tại các doanh nghiệp TĐG trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Mỗi doanh nghiệp chọn ra 5 đến 10 cán bộ quản lý cấp cao đến cấp trung. Phương pháp thu thập số liệu là phỏng vấn trực tiếp bằng phiếu điều tra tại các hội thảo chuyên đề về TĐG và gián tiếp qua email.

- Giai đoạn nghiên cứu chính thức: được thực hiện thông qua các giá trị, độ tin cậy và mức độ phù hợp của các thang đo; kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu, xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tác động đến NLCT của doanh nghiệp TĐG trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phi xác suất. Theo Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2007), cỡ mẫu tối thiểu cần thiết gấp 5 lần tổng số biến quan sát (Thọ & Trang, 2009). Ngoài ra, Tabachnick và cộng sự (2007) còn chỉ ra cỡ mẫu tối thiểu đối với phân tích hồi quy đa biến cần đạt được tính theo công thức là $n \geq 50 + 5 \cdot m$, trong đó: m là số biến độc lập (Tabachnick, Fidell, & Ullman, 2007). Theo đó, trong nghiên cứu này với 9 nhân tố độc lập và tổng cộng 15 biến quan sát, tác giả thu thập được 250 phiếu khảo sát, như vậy hoàn toàn đáp ứng được yêu cầu về cỡ mẫu. Dữ liệu sau khi tổng hợp được sàng lọc, làm sạch, loại bỏ các câu trả lời không phù hợp và không có độ tin cậy, tiến hành mã hóa, sau đó phân tích bằng phần mềm định lượng SPSS. Nội dung phân tích gồm: phân tích độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan, phân tích hồi quy đa biến để kiểm tra các giả thuyết nghiên cứu.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Kết quả khảo sát 250 thẩm định viên về giá đang làm việc trong các doanh nghiệp TĐG trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh cho thấy:

Về thâm niên, đa số các đáp viên trả lời phỏng vấn đều có kinh nghiệm công tác trong lĩnh vực TĐG trên 5 năm, có 206 người chiếm 82,4%. Thâm niên từ 3 đến 5 năm, có 38 người chiếm tỷ lệ 15,2%; còn lại là những người có thâm niên từ 1 đến 3 năm, có 6 người chiếm tỷ lệ 2,4%.

Về trình độ học vấn, nhân viên có trình độ đại học là 228 người, chiếm tỷ trọng lớn nhất 91,2%; trên đại học là 22 người, chiếm tỷ lệ 8,8%.

4.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá và phân tích tương quan

Kết quả kiểm định độ tin cậy của các thang đo cho thấy tất cả các thang đo đều có hệ số Cronbachs Alpha lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều > 0,3. Do đó, các thang đo đạt độ tin cậy cho phép, được sử dụng trong các bước phân tích EFA và phân tích hồi quy tiếp theo. Cụ thể như trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1. Bảng kiểm định Cronbach's Alpha

TT	Thang đo	Số biến quan sát	Độ tin cậy
1	Năng lực quản trị doanh nghiệp	4	0.831
2	Năng lực tài chính	4	0.743
3	Năng lực tiếp cận đổi mới công nghệ	3	0.790
4	Nguồn nhân lực	3	0.740
5	Năng lực tạo dựng mối quan hệ	4	0.832
6	Chiến lược về giá dịch vụ	4	0.688
7	Dịch vụ thẩm định giá	4	0.696
8	Tuân thủ quy định pháp luật	3	0.766
9	Thương hiệu	4	0.755

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh cho thấy có 9 nhân tố được rút trích. Hệ số KMO = 0,789 > 0.5 và kiểm định Bartlett's với mức ý nghĩa < 0.000, Eigenvalue = 1.211 > 1 và phương sai trích được = 63.442 % > 50%, cho biết 9 nhân tố giải thích được 63.442 % biến thiên của các biến quan sát. Kết quả phân tích được thể hiện tại Bảng 2.

Phân tích EFA với thang đo năng lực cạnh tranh: Kết quả phân tích EFA, 2 biến quan sát của thang đo năng lực cạnh tranh được nhóm thành 1 nhân tố đảm bảo độ tin cậy (hệ số Cronbach's

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh

Biến quan sát	Hệ số các nhân tố thành phần (Component)									Hệ số Cronbach's Alpha tổng
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
NLQT04	.827									0.831
NLQT02	.787									
NLQT01	.760									
NLQT03	.746									
NLTC02		.735								0.743
NLTC01		.728								
NLTC04		.665								
NLTC03		.642								
CN01			.807							0.790
CN03			.799							
CN02			.772							
NL01				.797						0.740
NL03				.791						
NL02				.679						
QH01					.822					0.832
QH02					.765					
QH04					.760					
QH03					.748					
GIA01						.766				0.688
GIA03						.692				
GIA04						.678				
GIA02						.578				
DV04							.762			0.696
DV01							.696			
DV02							.676			
DV03							.640			
PL01								.828		0.766
PL03								.807		
PL02								.781		
TH02									.839	0.755
TH01									.733	
TH03									.698	
TH04									.673	

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS.

Alpha là 0,629). Không có biến quan sát nào bị loại. EFA phù hợp với hệ số KMO = 0.789; các biến quan sát có hệ số tải yếu tố trên 0.5, mức ý nghĩa kiểm định của Bartlett là 0.000.

Kiểm định hệ số tương quan Pearson dùng để kiểm tra mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Theo ma trận tương quan với mức ý nghĩa 5%, với 4 biến độc lập đều có sự tương quan chặt chẽ với biến phụ thuộc năng lực cạnh tranh (sig = 0.000). Cụ thể được trình bày ở Bảng 2.

4.3. Kết quả phân tích hồi quy

Để kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu, hồi quy bội đã được sử dụng. Kết quả cho thấy mô hình hồi quy đưa ra tương đối phù hợp với mức ý nghĩa 0.05. Hệ số R² hiệu chỉnh = 0,572 có nghĩa là có khoảng 57,2% phương sai năng lực cạnh tranh của công ty được

giải thích bởi 9 biến độc lập, còn lại 43,8% năng lực cạnh tranh của công ty được giải thích bằng các nhân tố khác. Giá trị F = 38,006 với p = 0,000. Các số liệu thu được phù hợp với mô hình kiểm định. (Bảng 3, Bảng 4)

Kết quả ước lượng chuẩn hóa của các tham số cụ thể được thể hiện tại Bảng 5. Kiểm tra mức độ phù hợp của hệ số hồi quy riêng bằng kiểm định t cũng cho thấy mức ý nghĩa Sig. của cả 9 nhân tố đều ở dưới mức 0,05 nên tất cả các nhân tố này đều có ý nghĩa thống kê. Như vậy ta có mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của các doanh nghiệp TĐG tại TP. Hồ Chí Minh như sau:

Bảng 3. Mô hình hồi quy bội

Model	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn
1	.767 ^a	.588	.572	.386

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS.

Bảng 4. Kết quả phân tích ANOVA*

Mô hình	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Sig.	
1	Hồi quy	51.085	9	5.676	38.006	.000b
	Phần dư	35.844	240	.149		
	Tổng cộng	86.929	249			

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS.

Bảng 5. Kết quả ước lượng mô hình hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	
	B	Sai số chuẩn	Beta			
(Hằng số)	-.518	.247		-2.100	.037	
1	Năng lực quản trị doanh nghiệp	.112	.034	.158	3.339	.001
	Năng lực tài chính	.121	.040	.150	3.009	.003
	Năng lực công nghệ	.106	.035	.141	3.005	.003
	Nguồn nhân lực	.116	.042	.133	2.773	.006
	Năng lực tạo dựng quan hệ	.125	.039	.153	3.219	.001
	Chiến lược về giá	.176	.041	.200	4.336	.000
	Dịch vụ thẩm định	.183	.047	.178	3.857	.000
	Tuân thủ quy định pháp lý	.088	.036	.107	2.458	.015
	Thương hiệu	.119	.036	.149	3.332	.001

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS.

Năng lực cạnh tranh
= $0.158 \times$ *Năng lực Quản trị doanh nghiệp*
+ $0.150 \times$ *Năng lực tài chính*
+ $0.141 \times$ *Năng lực công nghệ*
+ $0.133 \times$ *Nguồn nhân lực*
+ $0.153 \times$ *Năng lực tạo dựng quan hệ*
+ $0.200 \times$ *Chiến lược về giá dịch vụ*
+ $0.178 \times$ *Dịch vụ Thẩm định giá*
+ $0.107 \times$ *Tuân thủ quy định pháp lý*
+ $0.149 \times$ *Thương hiệu*

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Trong số 9 nhân tố này, nhân tố Chiến lược về giá dịch vụ có ảnh hưởng lớn nhất đến NLCT của các công ty TĐG tại TP. Hồ Chí Minh. Mục tiêu của các doanh nghiệp khi xây dựng chiến lược về giá dịch vụ thẩm định nhằm: thu hút khách hàng mới, tăng doanh số hoạt động; tăng NLCT cho doanh nghiệp và tạo mối quan hệ giữa các nhóm khách hàng. Đối với giá của các dịch vụ thẩm định có những đặc trưng riêng biệt so với các ngành nghề khác, đó là: giá dịch vụ thẩm định mang tính tổng hợp nên khó xác định chính xác chi phí và giá trị đối với từng dịch vụ riêng biệt. Ngoài ra, giá dịch vụ có tính đa dạng và phức tạp, có nhiều cách định giá khác nhau cho mỗi dịch vụ khác nhau, trong cùng một loại dịch vụ ví dụ như thẩm định máy móc thiết bị cũng có thể có nhiều loại giá. Bên cạnh đó, giá cũng có tính nhạy cảm cao do chịu nhiều nhân tố của kinh tế, xã hội tác động.

Định giá dịch vụ thẩm định sẽ dựa trên các căn cứ như sau: Thứ nhất là chi phí (các nguồn lực) mà doanh nghiệp Thẩm định giá phải bỏ ra để duy trì sự hoạt động và cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Chi phí được chia làm 2 nhóm là chi phí cố định và chi phí biến đổi; Thứ hai, sẽ căn cứ đặc điểm nhu cầu của khách hàng: Những nhóm khách hàng khác nhau sẽ có nhu cầu khác nhau và mức độ phản ứng về giá khác nhau, do đó giá cần được xác định theo nhu cầu; Thứ ba căn cứ vào giá của đối thủ cạnh tranh trên thị trường: Ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh trên thị trường, cần được xác định trong mối tương quan với đối thủ cạnh tranh;

Thứ tư căn cứ rủi ro thực chất là khoản chi phí tiềm ẩn, nếu sản phẩm có độ rủi ro cao thì thường định giá cao và ngược lại.

Mức độ cạnh tranh trong hoạt động TĐG tài sản ngày càng tăng cao, một số doanh nghiệp mới thâm nhập thị trường thường thực hiện thu hút khách hàng bằng cách chào giá dịch vụ giá rẻ hơn so với mặt bằng thị trường. Họ sử dụng cách thức này để lôi kéo sự chú ý của khách hàng, giá thâm nhập thị trường có xu hướng dẫn đến việc lỗ vốn khởi đầu của doanh nghiệp và thậm chí phát sinh cạnh tranh không lành mạnh về giá dịch vụ thẩm định và thời gian phát hành chứng thư, làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ TĐG.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy nhân tố tác động yếu nhất là Tuân thủ quy định pháp luật, như vậy việc đẩy mạnh đầu tư cho 7 nhân tố còn lại sẽ giúp phát triển NLCT của các doanh nghiệp TĐG trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

Quy định của pháp luật của ngành TĐG nói chung rất rộng, mỗi loại tài sản sẽ được quy định, chi phối ở một hoặc nhiều văn bản luật liên quan, do đó người làm TĐG phải có độ am hiểu luật pháp nhất định. Nói một cách khác, giá là tổng hòa của nhiều mối quan hệ. Vì lẽ đó, nhiều doanh nghiệp có hẳn một bộ phận pháp chế hoặc một nhân viên phụ trách cập nhật kịp thời, nghiên cứu và triển khai các quy định mới của pháp luật. Từ khi Thông tư số 323/2016/TT-BTC, ngày 16 tháng 12 năm 2016 ra đời, với các quy định rõ ràng, mức phạt khá cao, các doanh nghiệp TĐG càng phải tăng cường nghiên cứu và áp dụng đúng quy định của pháp luật. Mặc khác, từ bản chất là một quan hệ dân sự, khi có thiệt hại xảy ra lại dễ dàng thành hình sự, các thẩm định viên về giá và trợ lý thẩm định viên về giá luôn cố gắng để hạn chế đến mức thấp nhất sai sót xảy ra. Mặc dù nhân tố này tác động yếu nhất đến NLCT nhưng nếu để xảy ra sai sót ảnh hưởng rất lớn đến uy tín và thương hiệu của doanh nghiệp. Do vậy, cần thiết phải quán triệt và thúc đẩy việc thực hiện tốt nghĩa vụ tuân thủ pháp lý trong các nghiệp vụ của thẩm định viên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2014). Đề án “Nâng cao năng lực hoạt động thẩm định giá của Việt Nam giai đoạn 2013-2020”, Hà Nội.

2. Phạm Minh Hạc (1996). *Vấn đề con người trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.
3. Michael Porter (1996). *Chiến lược cạnh tranh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Khoa học Kỹ thuật.
4. Porter, M. E. (2008). *Lợi thế cạnh tranh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Trẻ-DT BOOKS.
5. Quốc hội (2012). *Luật số 11/2012/QH13: Luật Giá*, ban hành ngày 20 tháng 6 năm 2012.
6. Sanchez, R., & Heene, A. (2004). *The new strategic management: Organization, competition and competence*. USA: Wiley.
7. Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics (Vol. 5)*. USA: pearson Boston, MA.
8. Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2009). *Một số yếu tố tạo thành năng lực động doanh nghiệp và giải pháp nuôi dưỡng*. Hội thảo “Năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp”, 18/4/2009. TP. Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 19/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/12/2022

Thông tin tác giả:

ĐÀO VŨ THẮNG

Công ty CP Thông tin và Thẩm định giá miền Nam

FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS OF PRICE APPRAISAL SERVICE COMPANIES IN HO CHI MINH CITY

● **DAO VU THANG**

Southern Information and Price Appraisal Service Joint Stock Company

ABSTRACT:

This study explores the factors affecting the competitiveness of price appraisal service providers in Ho Chi Minh City. The study's results show that there are nine factors affecting the competitiveness, namely: (1) Corporate governance capacity; (2) Financial capacity; (3) The ability to access and innovate technology; (4) Human resource; (5) The ability to build relationships; (6) Price strategy; (7) Price appraisal service; (8) Law compliance; and (9) Brand. Based on these results, some recommendations are proposed to improve the competitiveness of price appraisal service companies in Ho Chi Minh City.

Keywords: competitiveness, price appraisal service companies, Ho Chi Minh City.

THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ BÁN LẺ ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

● TRẦN THỊ HUYỀN TRANG

TÓM TẮT:

Trong những thập niên vừa qua, thương mại điện tử (TMĐT) nói chung và bán lẻ điện tử nói riêng đã có sự phát triển mạnh mẽ tại tất cả các quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của những công nghệ mới như AI, IoT, Big Data, AR, VR,... hoạt động bán lẻ điện tử tại Việt Nam phát triển có chiều sâu hơn giai đoạn trước. Điều này vừa đóng góp một phần không nhỏ vào sự phát triển kinh tế, nhưng đồng thời cũng đặt ra thách thức rất lớn đối với công tác quản lý của Nhà nước. Bài viết tìm hiểu thực trạng quản lý nhà nước với một số khía cạnh của hoạt động bán lẻ điện tử, qua đó đưa ra nhận định và hàm ý giải pháp.

Từ khóa: quản lý nhà nước, bán lẻ điện tử, thương mại điện tử.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử (TMĐT) là một trong những lĩnh vực đóng vai trò quan trọng của nền kinh tế hiện nay. Đặc biệt trong giai đoạn cả thế giới lâm vào đại dịch Covid-19, TMĐT thể hiện được tầm quan trọng vô cùng to lớn. Trong khoảng thời gian từ năm 2020 - 2022 là thời gian bùng phát của đại dịch Covid-19, khi các ngành khác có xu hướng giảm xuống thì TMĐT lại phát triển một cách mạnh mẽ và là phương thức chủ yếu để giao dịch, kinh doanh, giáo dục. Theo đó, bất chấp những thách thức từ đại dịch Covid-19, năm 2021 được xem là một năm khởi sắc với nền kinh tế số trên toàn Đông Nam Á, trong đó TMĐT là động lực tăng trưởng chính. Theo Statista, giá trị thị trường TMĐT ở Đông Nam Á đã tăng 24 lần trong vòng 6 năm qua, từ 5 tỷ USD năm 2015 lên 120 tỷ USD năm 2021; và dự kiến đạt 234 tỷ USD vào năm 2025. Với tốc độ tăng

trưởng 20%/năm, Việt Nam được eMarketer xếp vào nhóm 5 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT hàng đầu thế giới.

Bán lẻ điện tử là một hoạt động vô cùng quan trọng trong TMĐT. Theo Bộ Công Thương, năm 2022, quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam ước đạt 16,4 tỷ USD, chiếm 7,5% doanh thu hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của cả nước. Bước vào giai đoạn phục hồi hậu Covid-19, hoạt động bán lẻ điện tử được đánh giá là phát triển mạnh mẽ hơn, tích cực hơn và đã trở thành một hoạt động quan trọng tạo thói quen mua sắm qua TMĐT đối với người tiêu dùng. Để hoạt động bán lẻ điện tử phát triển một cách bền vững, rất cần một cơ chế quản lý chặt chẽ, nghiêm túc từ phía Nhà nước đối với hoạt động này. Bài viết tập trung trình bày thực trạng quản lý nhà nước về bán lẻ điện tử, qua đó đề xuất một số khuyến nghị và hàm ý với thực trạng trên.

2. Thực trạng quản lý nhà nước về bán lẻ điện tử tại Việt Nam

2.1. Thực trạng quản lý về thuế đối với bán lẻ điện tử

Theo quy định của Nhà nước, chưa có luật thuế riêng trong TMĐT, cũng như luật thuế riêng trong bán lẻ điện tử. Hiện tại, chính sách thuế đối với TMĐT của Việt Nam đã được bao quát lồng ghép vào các sắc thuế, như: thuế giá trị gia tăng (GTGT), thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) và thuế thu nhập cá nhân (TNCN).

Thuế Giá trị gia tăng (GTGT): Theo quy định tại Điều 2 và Điều 3 Luật Thuế GTGT năm 1997; Điều 3 và Điều 4 Luật Thuế GTGT năm 2008 (đã được sửa đổi, bổ sung vào các năm 2014, 2015 và 2016) và các văn bản hướng dẫn thì các hàng hóa, dịch vụ sử dụng cho sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng tại Việt Nam là đối tượng chịu thuế GTGT; Tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ chịu thuế và tổ chức, cá nhân khác nhập khẩu hàng hóa chịu thuế (gọi chung là người nhập khẩu) là đối tượng nộp thuế GTGT.

Do đó, các hàng hóa, dịch vụ sử dụng tại Việt Nam được mua, bán thông qua loại hình TMĐT từ các trang mạng điện tử đặt tại Việt Nam hay tại các quốc gia khác, thì người bán đều phải kê khai và nộp thuế GTGT theo quy định.

Thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN): Tại Điều 2 và Điều 3 các Luật Thuế TNDN năm 2003, Luật Thuế TNDN năm 2008 đã quy định rõ tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có thu nhập đều phải nộp thuế TNDN.

Về cách xác định số thuế phải nộp cũng như phương pháp thu thuế, Luật Thuế GTGT, Luật Thuế TNDN và các văn bản hướng dẫn đã có quy định phù hợp với từng loại đối tượng. Chính vì vậy, các doanh nghiệp bán lẻ điện tử phải có trách nhiệm kê khai và nộp thuế TNDN theo quy định.

Thuế thu nhập cá nhân (TNCN): Theo quy định tại Điều 2 và Điều 3 Luật Thuế TNCN năm 2007 (được sửa đổi, bổ sung các năm 2012 và 2014), đối tượng nộp thuế TNCN là cá nhân cư trú có thu nhập thuộc diện chịu thuế quy định phát sinh trong và

ngoài lãnh thổ Việt Nam và cá nhân không cư trú có thu nhập thuộc diện chịu thuế phát sinh trong lãnh thổ Việt Nam.

Như vậy, cá nhân công dân Việt Nam hay cá nhân nước ngoài phát sinh thu nhập từ các giao dịch TMĐT tại Việt Nam và tại các trang mạng của Việt Nam cũng như các trang mạng quốc tế đều phải kê khai và nộp thuế TNCN.

Ngoài ra, căn cứ tại Điều 2 Nghị định số 139/2016/NĐ-CP được hướng dẫn bởi Điều 2 Thông tư số 302/2016/TT-BTC, bên cạnh một số loại thuế như trên, những nhà bán lẻ điện tử phải nộp thêm khoản phí môn bài nếu doanh thu hàng năm từ 100 triệu đồng trở lên.

2.2. Thực trạng quản lý về chống hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ xuất xứ đối với bán lẻ điện tử

Bán lẻ điện tử ngày càng phát triển tạo ra nhiều lợi ích cho việc phát triển kinh tế. Hiện nay, khung pháp lý cho thương mại điện tử cơ bản đã tương đối đầy đủ, hỗ trợ cho công tác quản lý cũng như đấu tranh chống hàng giả trong TMĐT và góp phần minh bạch thị trường TMĐT. Tuy nhiên, việc kiểm soát và ngăn chặn tình trạng hàng giả, hàng nhái trên các nền tảng TMĐT để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng vẫn rất khó khăn và cần sự vào cuộc quyết liệt của các cơ quan chức năng. Theo dự báo của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, trong 2 - 3 năm tới, tỷ lệ gian lận trên TMĐT sẽ chiếm 50 - 60% so với tổng thể các hình thức gian lận thương mại nói chung. Đây là một con số đáng báo động đối với các doanh nghiệp sản xuất chân chính cũng như người tiêu dùng, đòi hỏi phải có sự vào cuộc của nhiều bên để giảm bớt tình trạng này.

Hiện tại, Nhà nước đã ban hành các văn bản như: Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT, trong đó đã bổ sung một số các quy định mới về thông tin hàng hóa phải công khai trên website thương mại điện tử; tăng cường trách nhiệm của chủ sở hữu các sàn giao dịch thương mại điện tử trong quản lý hoạt động thương mại

điện tử trên sàn; quản lý người bán nước ngoài trên sàn giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam... Điều này giúp công tác chống hàng giả có căn cứ và hiệu quả, minh bạch. Hoặc Nghị định số 17/2022/NĐ-CP, trong đó bổ sung nhiều chế tài xử lý đối với hành vi vi phạm liên quan tới hoạt động thương mại điện tử quy định trong Nghị định số 98/2020/NĐ-CP.

Bên cạnh đó, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số đang phối hợp với Tổng cục Quản lý thị trường xây dựng “Đề án về chống hàng giả và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử giai đoạn 2021-2025” với nhiều nội dung và giải pháp đồng bộ, có sự vào cuộc của nhiều đơn vị chức năng liên quan như: Bộ Công Thương, Bộ Công an, Bộ Quốc phòng (lực lượng biên phòng), Ngân hàng Nhà nước, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính (Hải quan, Thuế)... trong đó hướng đến các giải pháp tổng thể, toàn diện.

2.3. Thực trạng quản lý về bảo vệ thông tin cá nhân, thông tin giao dịch trong bán lẻ điện tử

Để tồn tại trong nền kinh tế toàn cầu cạnh tranh cao, các doanh nghiệp phải tận dụng các công nghệ như kho dữ liệu và khai thác dữ liệu để thu thập thông tin khách hàng, phân tích đặc điểm và hành vi của họ, xây dựng mối quan hệ với khách hàng hiện tại và nhận diện những tiềm năng có thể phát triển từ họ. Việc thu thập thông tin về khách hàng là cần thiết đối với các nhà quản trị để nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu và sở thích của khách hàng. Tuy nhiên, vấn đề bảo mật thông tin riêng tư đang ngày càng được khách hàng quan tâm bởi lo ngại các “lỗ hổng” của internet, các trang web thường được thiết kế để dễ dàng truy cập và chia sẻ thông tin. Nhiều nghiên cứu cho thấy, khách hàng không sẵn sàng tham gia TMĐT vì không yên tâm về các vấn đề liên quan đến an ninh và sự riêng tư của dữ liệu giao dịch.

Để việc bảo vệ thông tin cá nhân trong TMĐT được thực hiện một cách nghiêm túc, hiệu quả, một trong những tiêu chí đánh giá đầu tiên đó là phải có hệ thống pháp lý rõ ràng, đồng bộ. Điều 69, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP quy định về chính sách bảo

vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng như sau: thương nhân, tổ chức, cá nhân khi thu thập và sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng phải xây dựng và công bố chính sách bảo vệ thông tin cá nhân với các nội dung theo quy định. Nếu việc thu thập thông tin được thực hiện thông qua website TMĐT của đơn vị thu thập thông tin, chính sách bảo vệ thông tin cá nhân phải được công bố công khai tại một vị trí dễ thấy trên website này.

Đơn vị thu thập thông tin phải đảm bảo an toàn, an ninh cho thông tin cá nhân mà họ thu thập và lưu trữ. Tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính theo quy định của pháp luật về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực TMĐT. Cụ thể, theo Nghị định số 124/2015/NĐ-CP ngày 19/11/2015, hành vi vi phạm về bảo vệ thông tin cá nhân trong hoạt động TMĐT sẽ bị xử phạt nghiêm, với chế tài nghiêm khắc.

2.4. Thực trạng quản lý về giải quyết khiếu nại, tố cáo, tranh chấp trong bán lẻ điện tử

Mặc dù pháp luật liên quan đến TMĐT ở nước ta khá đầy đủ, nhưng lại thiếu vắng các quy định điều chỉnh trực tiếp về giải quyết tranh chấp trực tuyến. Điều này gây ra khó khăn trong việc áp dụng pháp luật vào giải quyết tranh chấp trong TMĐT. Năm 2006, Luật Công nghệ thông tin được ban hành, quy định tổng thể về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, các biện pháp bảo đảm và phát triển công nghệ thông tin, quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 đưa ra quy định về giải quyết tranh chấp đối với mọi đối tượng người tiêu dùng, bao gồm cả người tiêu dùng mua hàng hóa, dịch vụ trực tuyến với quy định rõ ràng về trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

Một thực tế là khi các giao dịch trực tuyến ở Việt Nam tăng rất nhanh, đồng nghĩa với nó là các tranh chấp trực tuyến tăng nhanh, nhưng tính đến thời điểm này, Việt Nam vẫn chưa ban hành một văn bản pháp luật nào làm cơ sở pháp lý cho việc

áp dụng giải quyết tranh chấp trực tuyến. Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và Nghị định số 52/2013 về TMĐT bao hàm một số quy định tản mát về cách thức tiến hành ODR (Online dispute resolution - giải quyết tranh chấp trực tuyến). Tuy nhiên, các quy định này mang tính nguyên tắc chung, không thể trực tiếp áp dụng để giải quyết tranh chấp trực tuyến. Bộ luật Tố tụng dân sự năm 2015 cũng chưa có quy định riêng về trình tự, thủ tục, thẩm quyền giải quyết tranh chấp đối với TMĐT.

Nghị định số 22/2017 ND-CP về hòa giải thương mại là một trong những văn bản pháp lý có quy định nội dung về hòa giải thương mại trực tuyến, bước đầu tạo điều kiện cho việc hình thành giải quyết tranh chấp trực tuyến. Tuy nhiên, các nội dung như: phạm vi tranh chấp được sử dụng phương thức ODR; trình tự, thủ tục và giá trị pháp lý của các quyết định giải quyết tranh chấp... chưa được cụ thể hóa và chưa có hướng dẫn nên các trường hợp xảy ra tranh chấp đều chưa thể xử lý được.

3. Vấn đề tồn tại và khuyến nghị

3.1. Về vấn đề quản lý thuế đối với bán lẻ điện tử

Tuy chưa có luật riêng về thuế trong TMĐT, cũng như luật thuế trong bán lẻ điện tử, nhưng về cơ bản Nhà nước đã có đầy đủ công cụ pháp luật, cơ chế chính sách khá rõ ràng để quản lý về thuế trong bán lẻ điện tử dựa trên việc quản lý thuế trong thương mại. Tuy nhiên, vấn đề gặp phải là việc kiểm soát doanh thu và truy thu được thuế của người bán. Đây không phải là vấn đề mới phát sinh trong bán lẻ điện tử, mà là vấn đề tồn tại trong môi trường truyền thống từ khá lâu.

Với sự phát triển ngày càng cao của công nghệ, hầu hết mọi giao dịch được diễn ra trên nền tảng Internet, đặc biệt nhiều hình thức kinh doanh mới như tiền điện tử, tiền ảo, tài sản ảo ra đời và ngày một phát triển. Chính vì thế: *Thứ nhất*, Nhà nước cần sớm hoàn thiện khung pháp lý chung về TMĐT một cách đồng bộ, nhất quán, thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ từ đó nâng cao hiệu lực, hiệu quả của công tác quản lý nhà nước nói chung và quản lý thuế nói riêng. *Thứ hai*, hoàn thiện cơ cấu tổ chức của bộ máy cơ quan

quản lý thuế, đặc biệt áp dụng khoa học kỹ thuật cao vào hoạt động quản lý thuế trong hoạt động giao dịch điện tử. *Thứ ba*, cơ quan thuế tăng cường phối hợp với các bộ, ngành liên quan trong công tác quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT. Cụ thể, phối hợp với Ngân hàng Nhà nước cung cấp bảng sao kê tài khoản của các tổ chức, cá nhân hoạt động TMĐT mở tại các ngân hàng thương mại tại Việt Nam, các tổ chức không phải là ngân hàng được Ngân hàng Nhà nước cấp phép hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán; Phối hợp với các công ty chuyển phát, công ty bưu chính, viễn thông... có cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hóa cho các tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh TMĐT cung cấp số lượng hàng hóa vận chuyển của tổ chức, cá nhân có hoạt động TMĐT... nắm bắt thông tin của các đơn vị có hoạt động TMĐT. *Thứ tư*, Nhà nước cần tuyên truyền tầm quan trọng và ích lợi của việc nộp thuế trong kinh doanh, đề cao ý thức tự giác của doanh nghiệp và cá nhân kinh doanh TMĐT.

3.2. Về vấn đề quản lý về chống hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ xuất xứ đối với bán lẻ điện tử

Mặc dù các cơ quan chức năng đã và đang rất nỗ lực chống hàng giả, hàng nhái trên mọi mặt trận, có cơ chế quản lý với các sàn giao dịch TMĐT, tuy nhiên hàng giả và hàng nhái vẫn lan tràn trên các nền tảng TMĐT. Nguyên nhân chính ở đây là vì lợi nhuận, người bán có thể mua hàng hóa không rõ nguồn gốc để bán cho người tiêu dùng; và một nguyên nhân thứ hai là bản thân người bán cũng không rõ đâu là hàng thật, đâu là hàng giả.

Để tăng cường hơn nữa việc quản lý và chống hàng giả hàng nhái, cần phải có sự phối hợp giữa các bên tham gia bao gồm các cơ quan chức năng, sàn giao dịch TMĐT và cả người bán. Thứ nhất, bản thân người bán cần có công cụ, công nghệ để phát hiện hàng giả, hàng nhái và kiên quyết không kinh doanh những mặt hàng này vì lợi nhuận. Thứ hai, các sàn giao dịch TMĐT cần mạnh tay trong việc xử phạt hoặc cấm kinh doanh với những người bán vi phạm về chất lượng hàng hóa. Thứ ba, các cơ quan cần mạnh tay xử lý và

cấm kinh doanh vĩnh viễn với các sàn giao dịch TMĐT cũng như người bán cho phép kinh doanh hàng giả, hàng nhái để răn đe những cá nhân và doanh nghiệp khác.

3.3. Về vấn đề quản lý việc bảo vệ thông tin cá nhân, thông tin giao dịch trong bán lẻ điện tử

Hệ thống pháp luật của nhà nước cũng đã có những quy định khá rõ ràng về việc bảo vệ thông tin cá nhân và thông tin giao dịch trong bán lẻ điện tử. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra ở đây là trong môi trường Internet, người dùng trực tuyến tham gia vào khá nhiều nền tảng khác nhau và trên mỗi nền tảng người dùng lại để lại những thông tin cá nhân, cũng như thông tin giao dịch của mình trên đó, sau đó người dùng bị lộ thông tin cá nhân. Rất khó cho người dùng để xác định nguồn thông tin bị lộ là từ đâu và do ai.

Chính vì vậy, bên cạnh những quy định và chính sách của nhà nước, bản thân người dùng trong môi trường TMĐT phải tự có biện pháp để bảo vệ mình tránh tình trạng bị lộ thông tin ra bên ngoài. Thứ nhất, hạn chế tham gia vào nền tảng không cần thiết, tránh để lại quá nhiều thông tin trên các nền tảng khác nhau. Thứ hai, chỉ truy cập và giao dịch vào những website uy tín và hợp pháp để tránh rủi ro lộ thông tin ở mức độ cao nhất. Thứ ba, thường xuyên trang bị kiến thức về xã hội, công nghệ, TMĐT trong thời buổi công nghệ phát triển như vũ bão hiện nay để tự cập nhật kiến thức cho bản thân.

3.4. Về vấn đề quản lý giải quyết khiếu nại, tố cáo, tranh chấp trong bán lẻ điện tử

Đây là một vấn đề khó tại Việt Nam, chưa có luật cụ thể trong giải quyết tranh chấp về giao dịch điện tử; bên cạnh đó trình tự, thủ tục và giá trị pháp lý của các quyết định giải quyết tranh chấp... chưa được cụ thể hóa và chưa có hướng dẫn, nên các trường hợp xảy ra tranh chấp đều chưa thể xử lý được. Bán lẻ điện tử tại Việt Nam đa phần là các giao dịch có giá trị nhỏ và vừa, nếu có tranh chấp xảy ra và cần xử lý thì có thể chi phí xử lý lớn hơn nhiều so với giá trị giao dịch. Bên cạnh đó, tại Việt Nam có những hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến như ODR, tuy nhiên hệ thống này chỉ xử lý

trên các sàn giao dịch TMĐT hoặc giao dịch qua website của người bán, với các văn bản chứng từ đầy đủ; mà thực tế nhiều giao dịch bán lẻ điện tử tại Việt Nam diễn ra thông qua mạng xã hội như Facebook, Tiktok, hay trên các trang rao vặt, thông qua thỏa thuận miệng, do đó việc giải quyết tranh chấp là vô cùng khó khăn và người mua chính là người chịu thiệt hại lớn.

Để thuận lợi cho việc quản lý những vấn đề tranh chấp trong các giao dịch trực tuyến, trước hết, Nhà nước phải quản lý và định danh được người dùng trong môi trường giao dịch điện tử, điều này giúp xác định chủ thể giao dịch để đảm bảo quyền lợi chính đáng cho họ khi phát sinh tranh chấp. Thứ hai, Nhà nước và các cơ quan liên quan có chính sách tuyên truyền, khuyến khích các cá nhân tham gia vào các nền tảng giao dịch TMĐT một cách chính thống qua các website TMĐT hoặc qua sàn giao dịch TMĐT thay vì mua bán nhỏ lẻ trên hệ thống khác như mạng xã hội, điều đó sẽ hỗ trợ rất tốt cho việc giải quyết các tranh chấp trực tuyến. Thứ ba, Nhà nước cần khuyến khích các tổ chức ODR phát triển, vì đây sẽ là những hệ thống giúp giảm thiểu sự rủi ro và kém an toàn trong các giao dịch TMĐT.

4. Kết luận

Quản lý nhà nước về bán lẻ điện tử nói riêng và thương mại điện tử nói chung là một vấn đề lớn không phải chỉ Nhà nước có thể làm được. Việc này yêu cầu có sự tham gia và phối hợp của nhiều bên, bao gồm các cơ quan liên quan, doanh nghiệp, cá nhân và người tiêu dùng. Ngày nay, với sự phát triển như vũ bão của công nghệ, hoạt động TMĐT phát triển rất mạnh mẽ, vì vậy vai trò của quản lý nhà nước với hoạt động này có ý nghĩa to lớn trong việc phát triển kinh tế đất nước.

Do giới hạn về nguồn lực và thời gian, nên bài viết này mới chỉ dừng lại ở việc phân tích tổng hợp dữ liệu thứ cấp. Trong thời gian tới, tác giả mong muốn phát triển nghiên cứu của mình với việc thu thập thêm dữ liệu sơ cấp và phỏng vấn chuyên sâu để bài viết được hoàn thiện hơn về nội dung và phương pháp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hồ Ngọc Tú (2021), Chính sách thuế trong lĩnh vực thương mại điện tử, *Tạp chí Kinh tế tài chính Việt Nam* số 6/202
2. Minh Trang (2022), Giải pháp chống hàng giả, hàng nhái trên các nền tảng thương mại điện tử, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/giai-phap-chong-hang-gia-hang-nhai-tren-cac-nen-tang-thuong-mai-dien-tu-101730.htm>
3. Trần Anh Huy & Đào Thị Hà Anh (2021), Phương thức hòa giải và trọng tài trực tuyến (ODR), <https://cspl.mic.gov.vn/Pages/TinTuc/tinchitiet.aspx?tintucid=138275>
4. <https://thuvienphapluat.vn/>
5. <https://emarketer.com.vn/>
6. <https://statista.com/>

Ngày nhận bài: 21/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/1/2023

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN THỊ HUYỀN TRANG

Trưởng Đại học Thương mại

**THE CURRENT STATE MANAGEMENT
OF ONLINE RETAIL ACTIVITIES IN VIETNAM**

● Master. **TRAN THI HUYEN TRANG**

Thuongmai University

ABSTRACT:

Over the past decades, e-commerce in general and online retail in particular have grown strongly in many countries around the world, including Vietnam. Thanks to the development of new technologies such as AI, IoT, Big Data, AR, VR, etc., online retail activities in Vietnam plays an increasing role in the country's economic development. However, the rapid growth of online retail has posed challenges to the state management tasks. This paper examines the current state management of online retail activities and presents some aspects of online retail, thereby giving comments and implications for solutions.

Keywords: state management, online retail, e-commerce.

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH CỦA SINH VIÊN KHOA PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN, TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ

● NGUYỄN ĐỖ NHƯ LOAN - KHỔNG TIẾN DŨNG
- LÊ MỸ ANH - NGÔ TRỌNG LONG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này được thực hiện với mục đích là xác định và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ; Từ đó đề xuất một số giải pháp nghiên cứu được thực hiện bước đầu bằng cách đề xuất mô hình và các biến trong mô hình thông qua điều tra bằng bảng hỏi likert-5, sử dụng Cronbachs Alpha để loại một số biến không phù hợp, EFA để hội tụ và sắp xếp lại những biến tương đồng vào chung một nhân tố và cuối cùng đề tài chạy hồi quy nhị phân Logistic để tìm ra các nhân tố cuối cùng thật sự có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ.

Từ khóa: ý định khởi nghiệp, khởi sự doanh nghiệp, khởi nghiệp kinh doanh, sinh viên Trường Đại học Cần Thơ.

1. Đặt vấn đề

Ý định khởi nghiệp có vai trò quan trọng tới cả hành trình khởi nghiệp của các cá nhân, gián tiếp thúc đẩy hoạt động sáng tạo, tính năng động của nền kinh tế và giải quyết vấn đề việc làm (Delmar và ctv, 2003). Điều này đặc biệt có ý nghĩa đối với sinh viên, bởi họ là nhóm tinh hoa, có tri thức và được đào tạo bài bản (Wilbard, 2009). Trong bối

cảnh phát triển nhanh chóng của thời đại 4.0, qua Internet sinh viên được tiếp xúc với rất nhiều nguồn thông tin để học hỏi, bổ sung kiến thức.

Tuy nhiên, ý định khởi nghiệp ở sinh viên Việt Nam nói chung và sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ nói riêng còn rất thấp. Phần lớn sinh viên ra trường đều có xu hướng đăng ký tuyển dụng ở các doanh nghiệp,

rất ít người có ý định “startup”. Giải thích điều này có ý kiến cho rằng chương trình giáo dục phổ thông và đại học hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu kiến thức về khởi nghiệp tại Việt Nam; giáo trình chú trọng vào lý thuyết, chưa đề cao thực hành và kiến thức thực tiễn. Trên thị trường cũng rất ít những đơn vị đào tạo về khởi nghiệp dành cho sinh viên đại học và các dịch vụ, công cụ hỗ trợ khởi nghiệp, chủ yếu chỉ tập trung ở những thành phố lớn như Thành phố Hồ Chí Minh hay thủ đô Hà Nội, ở Cần Thơ rất hiếm thấy loại hình dịch vụ này. Ngoài những lý do đó, Khoa Phát triển nông thôn Trường Đại học Cần Thơ nằm trên tuyến quốc lộ 61 thuộc ấp Hòa Đức, xã Hòa An, huyện Phụng Hiệp, tỉnh Hậu Giang là vùng ít người dân sinh sống, không có nhiều doanh nghiệp, Hòa An là một trong những xã “nghèo” của huyện Phụng Hiệp, tỉnh Hậu Giang, vì vậy sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ thiếu kiến thức, thiếu tự tin và tầm nhìn cần thiết để khởi nghiệp. Bên cạnh những yếu tố khách quan đã nêu, một phần cũng do yếu tố chủ quan, sinh viên không dám tự khởi nghiệp. Vậy câu hỏi được đặt ra cho xã hội, gia đình, trường lớp cần làm gì để sinh viên có đủ tự tin, kỹ năng, dám đương đầu với rủi ro để khởi nghiệp? Vì vậy, việc thực hiện đề tài “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ” rất cần thiết để xem xét vai trò của yếu tố quyết định đến ý định khởi nghiệp của sinh viên.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới ý định khởi nghiệp có nhiều cách tiếp cận khác nhau phụ thuộc vào cách phân loại khác nhau. Một số nghiên cứu tập trung vào năng lực cá nhân như kỹ năng chuyên môn, năng lực quản lý, kinh nghiệm lãnh đạo, truyền thống gia đình (AngHong, 2000; Drennan và ctv, 2005; Alsos và ctv, 2011), đặc trưng tính cách như mong muốn đạt thành tựu, khả năng chấp nhận rủi ro (Koh, 1996; Luthje và Franke, 2003), các nhân tố liên quan đến văn hóa,

xã hội (Begly và ctv, 1997; Autio, 1997) và cách phổ biến khác dựa vào lý thuyết hành vi có kế hoạch (Krueger và ctv, 2000; Linan và Chen, 2009). Trong nghiên cứu này cũng xem xét các nhân tố ảnh hưởng tới ý định khởi nghiệp theo cách tiếp cận từ lý thuyết hành vi có kế hoạch bởi nó là một trong những lý thuyết phổ biến nhất về nghiên cứu ý định và cũng được kiểm chứng tính tin cậy qua nhiều nghiên cứu trước đây trên thế giới (Krueger và ctv, 2000; Linan và Chen, 2009; Ferreira và ctv, 2012) và được hỗ trợ thêm các nghiên cứu đã nêu trên. Các nhân tố được xem xét ảnh hưởng tới ý định khởi nghiệp của sinh viên bao gồm: (1) kỳ vọng của bản thân, (2) thái độ với khởi nghiệp, (3) chuẩn mực niềm tin, (4) năng lực bản thân, (5) cảm nhận tính khả thi, (6) suy nghĩ về khởi nghiệp, (7) giáo dục khởi nghiệp, (8) kinh nghiệm, (9) nguồn vốn.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập số liệu

3.1.1. Số liệu sơ cấp

Đề tài sử dụng phương pháp thu thập số liệu sơ cấp theo chọn mẫu thuận tiện tiến hành phỏng vấn trực tiếp 211 sinh viên từ Khoa Phát triển nông thôn của Trường Đại học Cần Thơ. Trong mô hình nghiên cứu được đề xuất có 41 biến quan sát có thể được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá. Do đó, cỡ mẫu tối thiểu cần thiết của nghiên cứu là $41 \times 5 = 205$. Thực tế, đề tài tiến hành khảo sát 211 sinh viên Khoa Phát triển nông thôn trong khoảng thời gian từ tháng 4/2022 đến tháng 5/2022. Như vậy, số liệu được thu thập đảm bảo thực hiện tốt mô hình, đồng thời đạt được hiệu quả về chi phí và cỡ mẫu phù hợp.

3.1.2. Số liệu thứ cấp

Thu thập thông tin có liên quan đến đề tài nghiên cứu từ các nguồn sau:

- Các nhận định, đánh giá của các nhà chuyên môn, quản lý trong lĩnh vực startup được thu thập thông qua phỏng vấn bán cấu trúc.

- Luận văn tốt nghiệp đại học, thạc sĩ, nghiên cứu sinh các kết quả nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên.

3.2. Phương pháp phân tích số liệu

Đối với mục tiêu (1): Sử dụng phương pháp thống kê mô tả để tính toán các chỉ số trung bình, giá trị lớn nhất, nhỏ nhất, độ lệch chuẩn,... để đánh giá thực trạng ý định khởi nghiệp của sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ hiện nay.

Đối với mục tiêu (2): Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, nhân tố khám phá EFA và chạy hồi quy nhị phân Logistic.

- Kiểm định độ tin cậy của các tiêu chí thông qua hệ số tin cậy Cronbach's Alpha là công cụ chúng ta cần. Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha là một phép thống kê mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau, để kiểm tra xem các mục hỏi nào đã có đóng góp vào việc đo lường một khái niệm lí thuyết đang nghiên cứu và mục nào là biến rác sẽ bị loại khỏi mô hình (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

- Sau khi loại bớt các biến rác ra khỏi mô hình đề tài sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định của sinh viên. EFA dùng để gom nhóm các biến có tương quan lại với nhau. Mô hình phân tích nhân tố giống như phương trình hồi quy nhiều chiều mà trong đó mỗi biến được đặc trưng cho mỗi nhân tố, những nhân tố này không được quan sát riêng lẻ trong mô hình (Lê Thái Thanh Hà, 2016). Nếu các biến được chuẩn hóa thì mô hình nhân tố có dạng:

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i \quad (3.1)$$

X_i : là biến được chuẩn hóa thứ i

$A_{i1}, A_{i2}, \dots, A_{im}$: là hệ số hồi quy bội của biến được chuẩn hóa i trên nhân tố chung j

F_1, F_2, \dots, F_m : là nhân tố chung

V_i : là hệ số hồi quy của biến chuẩn hóa i trên nhân tố duy nhất i

U_i : là nhân tố duy nhất của biến i

- Cuối cùng đề tài sử dụng mô hình hồi quy nhị phân Binary Logistic

Phương trình hồi quy nhị phân Binary Logistic có dạng:

$$\log_e = \left[\frac{P_i}{1 - P_i} \right] = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + B_9X_9 + \varepsilon_i \quad (3.2)$$

P_i : Xác suất sinh viên khởi nghiệp

$B_0, B_1, B_2, \dots, B_9$: Hệ số hồi quy

X_1, X_2, \dots, X_9 : Các biến độc lập

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tình hình khởi nghiệp của sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

Sinh viên K46 có tần số cao hơn sinh viên K45 là 1,6 lần, vì trong thời gian này, sinh viên K45 một phần đã ra trường (học 3 năm rưỡi), một phần đã chuyển lên khu 2 Đại học Cần Thơ. Tuy nhiên, tỷ lệ sinh viên K45 có ý định khởi nghiệp cao hơn rõ rệt so với sinh viên K46. Nguyên nhân được cho là K45 đã tích lũy đủ vốn kiến thức để sẵn sàng khởi nghiệp và có nhiều thời gian để suy nghĩ về khởi nghiệp một cách nghiêm túc, trong khi sinh viên K46 vẫn đang ngồi trên ghế nhà trường, đang “bận rộn” với các học phần và được gia đình hỗ trợ kinh phí, không cần lo lắng về vấn đề việc làm và các khoản tài chính.

Tần số của các ngành kinh doanh tương đối nhiều hơn các ngành khác và tỷ lệ có ý định khởi nghiệp của sinh viên học ngành kinh doanh cũng cao hơn, vì theo Nnditsheni (2011): “sinh viên học ngành kinh doanh có ý định khởi nghiệp mạnh mẽ hơn sinh viên không học ngành kinh doanh”, sinh viên học các ngành kinh doanh có hứng thú với khởi nghiệp và có thái độ tích cực đối với khảo sát khởi nghiệp hơn các ngành còn lại. Bên cạnh đó, trong chương trình đào tạo của các ngành kinh doanh có những học phần kỹ năng mềm như: kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống,... nên sinh viên học các ngành kinh doanh có tâm lý tự tin, sẵn sàng với khởi nghiệp.

4.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

Sau kiểm định Cronbachs Alpha cả 9 thang đo ý định khởi nghiệp sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ đều đạt độ tin cậy. Thống kê kết quả tổng hợp kiểm định Cronbachs

Alpha của từng thành phần là: Kỳ vọng của bản thân = 0,791; Thái độ về khởi nghiệp = 0,783; Chuẩn mực niềm tin = 0,695; Năng lực của bản thân = 0,774; Cảm nhận tính khả thi = 0,791; Suyn

thấy, mức ý nghĩa của mô hình rất nhỏ (Sig = 0,000) so với mức ý nghĩa 5%, mức độ dự báo chính xác của mô hình là 95,0% nên mô hình hồi quy thiết lập phù hợp. (Bảng 1)

Bảng 1. Kết quả phân tích hồi quy nhị phân Logistic

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số (B)	Mức ý nghĩa (Sig.)	Kiểm định Wald	VIF
Hằng số		-10,433	0,000	41,769	0,000
X1	Động lực trở thành doanh nhân	2,454	0,000	32,811	1,713
X2	Kinh nghiệm và khả năng tài chính	0,472	0,060	3,551	1,451
X3	Nền tảng giáo dục	0,524	0,061	3,523	1,577
X4	Kỳ vọng của bản thân	-0,054	0,840	0,041	1,437
X5	Năng lực của bản thân	0,208	0,412	0,673	1,414
X6	Thái độ khởi nghiệp	0,046	0,849	0,036	1,714
X7	Tổ chất doanh nhân	-0,096	0,717	0,132	1,311
X9	Đam mê kinh doanh	-0,692	0,016	5,770	1,514

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2022

ngữ về khởi nghiệp = 0,807; Nền tảng giáo dục = 0,805; Kinh nghiệm của bản thân = 0,779 và Nguồn vốn = 0,767.

Sau 4 lần xoay, có 25 biến/41 biến đạt yêu cầu và được giữ lại. Kết quả phân tích cho thấy 9 nhóm nhân tố mới được hình thành gồm F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9.

Kết quả ma trận cho thấy mối quan hệ của biến phụ thuộc Ý định khởi nghiệp và các biến độc lập Động lực trở thành doanh nhân tương quan chặt chẽ (vì hệ số tương quan >0,5). Các biến còn lại là: Kinh nghiệm và khả năng tài chính, Nền tảng giáo dục, Kỳ vọng bản thân, Năng lực của bản thân, Thái độ khởi nghiệp, Tổ chất doanh nhân, Đam mê kinh doanh tương quan không chặt chẽ (vì hệ số tương quan <0,5). Riêng chỉ có Chuẩn mực niềm tin là hoàn toàn không tương quan với biến phụ thuộc (vì hệ số tương quan quá nhỏ và hệ số Sig. = ,395 >0,05) và sẽ bị loại khỏi mô hình khi chạy hồi quy nhị phân Logistic.

Theo kết quả hồi quy nhị phân Logistic cho

Hệ số phương sai (VIF) của các biến < 10, VIF trung bình 1,516 < 10 cho thấy, không có hiện tượng tự tương quan (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008) và hiện tượng đa cộng tuyến không đáng kể (Mai Văn Nam, 2008), có thể yên tâm rằng giữa các biến độc lập không có quan hệ với nhau làm ảnh hưởng kết quả nghiên cứu.

Phương trình hồi quy trên còn cho thấy, cả 4 nhân tố ảnh hưởng trên đều có mối tương quan thuận chiều với ý định khởi nghiệp kinh doanh. Xếp theo thứ tự tầm quan trọng, thì nhân tố có tác động lớn nhất đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên Khoa Phát triển nông thôn là “Động lực trở thành doanh nhân”, tiếp đến là “Kinh nghiệm và khả năng tài chính”, “Nền tảng giáo dục” và “Đam mê kinh doanh”.

4.3. Một số giải pháp nâng cao ý định khởi nghiệp cho sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

Để nâng cao ý định khởi nghiệp cho sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần

Thơ, đối với chương trình giáo dục, cần chú trọng xây dựng nội dung chương trình giáo dục khởi nghiệp cho sinh viên, bởi giáo dục được xem là nhân tố quan trọng hình thành nên tư duy lập nghiệp và khơi dậy lòng ham muốn kinh doanh. Hơn nữa, phần lớn các chương trình đào tạo thường hướng đến trang bị kiến thức và động cơ để trở thành người làm thuê thay vì làm chủ. Việc xây dựng các môn học liên quan về khởi nghiệp kinh doanh ở Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ rất cần thiết.

Tiếp đó, cần tạo mối quan hệ liên kết giữa nhà trường và các doanh nghiệp. Nhà trường và Khoa Phát triển nông thôn cần thường xuyên tổ chức hội thảo, tọa đàm kinh doanh, tạo ra các sân chơi để phát triển ý tưởng khởi nghiệp kinh doanh. Việc đẩy mạnh tổ chức các hoạt động này sẽ tạo động lực cho sinh viên Khoa Phát triển nông thôn chủ động tham gia và góp phần làm gia tăng mong

muốn khởi nghiệp của sinh viên. Không những thế, các hoạt động hỗ trợ nâng cao tinh thần khởi nghiệp còn tạo ra động lực, kích thích sinh viên sáng tạo ý tưởng và hành động với tinh thần tự tin “tự thân lập nghiệp”.

Khoa Phát triển nông thôn có thể nghiên cứu thành lập Trung tâm hỗ trợ, tư vấn về khởi nghiệp kinh doanh. Trung tâm này ngoài việc giúp cho sinh viên hình thành, phát triển ý định khởi nghiệp kinh doanh, còn hỗ trợ cho sinh viên những thông tin chính xác, đầy đủ và cần thiết về các chủ trương, chính sách, luật doanh nghiệp, cũng như thông tin về thị trường, đầu tư và các lĩnh vực mà sinh viên quan tâm.

Đối với cá nhân, cần chủ động phát huy khả năng, sở trường của bản thân. Nắm bắt cơ hội kinh doanh, phát huy tinh thần “tư duy làm chủ thay cho tư duy làm thuê”, cố gắng theo đuổi ước mơ làm giàu cho bản thân, gia đình và xã hội ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt

1. Lê Quân (2007). Nghiên cứu quá trình quyết định khởi nghiệp của doanh nhân trẻ Việt Nam - Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, Số 7/2007.
2. Lê Thái Thanh Hà (2016). *Nghiên cứu các rào cản ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của người dân trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long*. Luận văn Thạc sĩ kinh tế, ngành Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ.
3. Mai Văn Nam (2008). *Giáo trình Kinh tế lượng*. NXB Trường Đại học Cần Thơ.
4. Nguyễn Thu Thủy (2015). *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến tiềm năng khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học*. Luận văn cử nhân kinh tế, ngành Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ.
5. Phan Anh Tú và Giang Thị Cẩm Tiên (2015). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp: Trường hợp sinh viên Khoa Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, Phần D: Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật*: 38 (2015): 59-66.
6. Phan Anh Tú và Nguyễn Thanh Sơn (2015). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên kinh tế đã tốt nghiệp trên địa bàn Thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 38(2015), 59-66.

Tiếng Anh

1. Ajzen, Icek. (1987). Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology. *Advances in Experimental Social Psychology* 20(C), 1-63.
2. Ajzen, Icek. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211.

3. Amou & Alex (2014). Theory of Planned Behavior, Contextual Elements, Demographic Factors and Entrepreneurial Intentions of Students Kenya. *European Journal of Business and Management*, 6(15).

Ngày nhận bài: 21/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/1/2023

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN ĐỖ NHƯ LOAN¹

2. KHÔNG TIẾN DŨNG²

3. LÊ MỸ ANH³

4. NGÔ TRỌNG LONG

¹Giảng viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

²Giảng viên Trường Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

³Sinh viên Khoa Phát triển nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

⁴Công an thành phố Cần Thơ

ANALYZING FACTORS AFFECTING THE START-UP INTENTION OF STUDENTS OF THE FACULTY OF RURAL DEVELOPMENT, CAN THO UNIVERSITY

● NGUYEN DO NHU LOAN¹

● KHONG TIEN DUNG²

● LE MY ANH³

● NGO TRONG LONG⁴

¹Lecturer, Faculty of Rural Development, Can Tho University

²Lecturer, University of Economics, Can Tho University

³Students, Faculty of Rural Development, Can Tho University

⁴Can Tho City Public Security Department

ABSTRACT:

This study is to identify and evaluate the factors affecting the start-up intention of students of the Faculty of Rural Development, Can Tho University. The study proposes some research orientations and a research model with variables. The Likert-5 questionnaire and Cronbach's alpha are used to remove some inappropriate variables. The exploratory factor analysis is used to converge and rearrange similar variables into the same factor, and the logistic binary regression analysis is used to find out final factors that really affect the start-up intention of students.

Keywords: intention to start-up, starting a business, students of Can Tho University.

ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ KIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC TẾ ĐẾN HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ HOA HỒNG - PHẠM TUẤN KIÊN
- HOÀNG KHÁNH LINH - MAI THỊ TRANG LINH

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu mức độ biến động kết quả sản xuất, kinh doanh và tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam hoạt động trong các ngành khác nhau bao gồm: dầu khí, vận tải, lương thực thực phẩm xoay quanh thời điểm xảy ra căng thẳng giữa Nga - Ukraine trong giai đoạn từ quý 1/2022 đến quý 2/2022. Bằng phương pháp so sánh thống kê, kết quả đã chỉ ra có sự thay đổi về doanh thu, lợi nhuận và các chỉ số đo lường mức độ hoạt động của doanh nghiệp. Cụ thể, trong ngành Dầu khí, nếu các doanh nghiệp như Tổng Công ty Khí Việt Nam, Công ty cổ phần Lọc hóa Dầu Bình Sơn và Công ty Phân bón Dầu khí Cà Mau có doanh thu và các chỉ số tài chính cao hơn mức trung bình ngành, thì các doanh nghiệp khác đều ghi nhận các chỉ số giảm so với quý trước. Các doanh nghiệp vận tải có sự tăng trưởng về xuất nhập khẩu, cũng như hưởng lợi từ việc giá cước vận tải tăng cao và sự tăng giá của các loại hàng hóa, nguyên vật liệu trên thế giới. Trong lĩnh vực lương thực thực phẩm, xung đột Nga - Ukraine được coi là một cơ hội lớn đối với ngành lương thực, thực phẩm tại Việt Nam nhưng các doanh nghiệp vẫn gặp nhiều khó khăn, khó nắm bắt cơ hội. Nhìn chung, nền kinh tế Việt Nam có sự hội nhập sâu rộng vào kinh tế thế giới, vì vậy khi kinh tế thế giới suy giảm và lạm phát cao sẽ có những ảnh hưởng nhất định tới nền kinh tế và hoạt động của các doanh nghiệp.

Từ khóa: biến động thị trường, căng thẳng chính trị, doanh nghiệp Việt Nam, xung đột Nga - Ukraine.

1. Đặt vấn đề

Hoạt động kinh tế không thể tách rời với các sự kiện chính trị (Wisniewski, 2016). Các sự kiện chính trị và những hành động của Chính phủ đều có khả năng ảnh hưởng đến những biến động thị trường và hoạt động của các doanh nghiệp. Những ảnh hưởng của chính trị đến hoạt động kinh tế là chủ đề được thảo luận thường xuyên trên các

phương tiện truyền thông. Trong vài thập kỷ qua, ngày càng có nhiều học giả nghiên cứu và đánh giá mối quan hệ này. Đặc biệt trong bối cảnh hội nhập kinh tế như hiện nay, tác động của các sự kiện chính trị đến nền kinh tế không còn giới hạn trong các sự kiện trong nước nữa mà bắt đầu mở rộng tới các sự kiện chính trị quốc tế. Trong những năm qua, hàng loạt sự kiện chính trị trong nước và

quốc tế đã xảy ra và đều trực tiếp hoặc gián tiếp gây ảnh hưởng tới tình hình xã hội, kinh tế, văn hóa và sự sống còn của các doanh nghiệp.

Năm 2022, thế giới chứng kiến mối quan hệ giữa Nga và Ukraine diễn ra căng thẳng hơn bao giờ hết với hàng loạt hành động tấn công và đáp trả tới từ hai bên liên quan, gây ảnh hưởng nặng nề tới nhiều nền kinh tế, trong đó bao gồm cả Việt Nam. Đối với doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, khi xung đột xảy ra, giá cổ phiếu phân bón trên sàn chứng khoán Việt Nam tăng rất nhanh, do sự thiếu hụt nguồn cung ứng các thành phần sản xuất phân bón, cùng với đó là gia tăng về giá của hàng loạt sản phẩm nông nghiệp và giá các nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất. Cụ thể, giá các loại nguyên liệu như lúa mì, ngô, khoai,... tăng lên 10 - 20%, giá phân bón tăng trên 20% (tháng 02/2022), ảnh hưởng xấu đến ngành Chăn nuôi và Trồng trọt của Việt Nam. Ngoài ra, các hoạt động giao dịch xuất nhập khẩu nông sản cùng các sản phẩm liên quan giữa Việt Nam với Nga, Ukraine và một số quốc gia Đông Âu phải tạm dừng bởi lo ngại rủi ro về giao dịch ngân hàng, thiếu phương tiện vận chuyển và chi phí lớn.

Xung đột Nga - Ukraine leo thang làm trì trệ chuỗi cung ứng nguyên nhiên liệu phục vụ sản xuất. Giá các mặt hàng như lúa mì, phân bón, than, thép và các kim loại cơ bản đồng loạt tăng. Nga và Ukraine đều là hai quốc gia cung cấp lượng lớn niken, neon, krypton, nhôm và palladium, việc đình trệ nguồn cung hàng hóa này ảnh hưởng lớn tới việc sản xuất, làm tăng giá nhập khẩu các thiết bị điện tử. Đáng chú ý hơn cả là sự khan hiếm đẩy giá các loại nguyên nhiên liệu: xăng, dầu, khí đốt lên rất cao, làm tăng chi phí sản xuất, tạo áp lực lạm phát với toàn bộ nền kinh tế.

Không chỉ riêng sự căng thẳng trong quan hệ Nga - Ukraine, theo thống kê, xoay quanh các sự kiện chính trị trên thế giới, các doanh nghiệp trong nước đều ít nhiều bị ảnh hưởng. Cụ thể, sự kiện Anh tách khỏi Liên minh châu Âu khiến tỷ giá VND/USD tăng từ 1 USD - 21.887 VND lên 1 USD - 23.196 VND, cùng với đó là việc quan hệ mậu dịch Việt Nam và EU cũng bị ảnh hưởng. Trong diễn biến của chiến tranh thương mại Mỹ - Trung, tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam đạt 6,8%, lớn hơn mức tăng chung 6,3% của các

thị trường mới nổi ở Đông Á và Thái Bình Dương. Đầu tư của Trung Quốc vào Việt Nam chiếm 6,8% vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), tập trung vào các lĩnh vực xây dựng, sản xuất năng lượng với quy mô tăng từ 700 triệu USD lên hơn 2,4 tỷ USD từ năm 2011 đến năm 2018.

Từ những số liệu thống kê này, việc đánh giá những ảnh hưởng của sự kiện chính trị quốc tế tới hoạt động doanh nghiệp tại Việt Nam là vấn đề quan trọng và cấp thiết đối với không chỉ doanh nghiệp, mà còn đối với nhà đầu tư, hoạch định chính sách. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả tập trung nghiên cứu về biến động của nền kinh tế và hoạt động sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp xoay quanh sự căng thẳng trong quan hệ chính trị của Nga và Ukraine như một minh chứng cụ thể cho tác động của các sự kiện chính trị quốc tế tới hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam.

2. Ảnh hưởng của căng thẳng Nga - Ukraine đến hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam

2.1. Kết quả so sánh về hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian diễn ra căng thẳng Nga - Ukraine

Để đánh giá ảnh hưởng của sự kiện chính trị quốc tế, điển hình là căng thẳng trong mối quan hệ giữa Nga - Ukraine đến hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam, nghiên cứu lựa chọn 3 ngành nghề được đánh giá là có khả năng bị tác động khá lớn, do các nguyên nhân đến từ nguồn cung nguyên vật liệu, giao dịch vận tải, bao gồm: dầu khí, vận tải logistics và lương thực, thực phẩm. Trong mỗi ngành, nhóm tác giả đã lựa chọn những doanh nghiệp điển hình để phân tích những tác động của chiến tranh Nga - Ukraine đến kết quả hoạt động kinh doanh bao gồm: doanh thu thuần, lợi nhuận sau thuế và các chỉ số về lợi nhuận như tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu (Return on Sales - ROS), tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (Return on Equity - ROE), tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (Return on Assets - ROA) trong thời gian từ quý 1/2022 đến quý 2/2022. Số liệu được thu thập từ hệ thống FinnPro Platform. Kết quả thống kê so sánh hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp trong các ngành dầu khí, vận tải logistics và lương thực thực phẩm được trình bày lần lượt ở các Bảng 1, 2, 3.

Trong ngành Dầu khí, có thể thấy dầu thô đã tăng giá hơn 30% kể từ khi Nga mở chiến dịch

quân sự tại Ukraine, khiến phương Tây áp đặt các lệnh trừng phạt chưa từng có tiền lệ. Ngưỡng giá trên 100 USD một thùng được duy trì nửa tháng qua, theo đánh giá của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (PVN), xung đột Nga - Ukraine giúp ngành Dầu khí Việt Nam hưởng lợi về giá, nguồn thu từ hoạt động xuất khẩu dầu thô tăng. Kèm theo đó là các khoản tăng thu từ thuế, phí với dầu mỏ, xăng dầu thành phẩm tiêu thụ trong nước... cũng tăng. Mặc dù vậy, qua Bảng 1 có thể thấy được Tổng Công ty Khí Việt Nam, Công ty cổ phần Lọc hóa Dầu Bình Sơn và Công ty Phân bón Dầu khí Cà Mau (DCM) có doanh thu và các chỉ số tài chính đều có những chuyển biến tích cực, chỉ số ROE nằm trong khoảng hoặc cao hơn mức trung bình ngành (9,14%). Trong khi đó, chỉ số của các doanh nghiệp còn lại đều giảm so với quý trước, thậm chí lợi nhuận sau thuế của Tổng công ty Khoan và Dịch vụ khoan Dầu khí (PVD) quý 2/2022 chạm mức âm (-73.816 triệu đồng). Vậy nên dù hưởng lợi về giá, giá dầu tăng trên thị trường thế giới vẫn gây nhiều thiệt hại cho hầu hết các doanh nghiệp dầu khí tại Việt Nam, kéo giá nhiên liệu tăng lên, tăng chi phí sản xuất và phân phối nhiều mặt hàng của các doanh nghiệp và chi phí tiêu dùng của người dân (chi phí xăng dầu chiếm 3,5% tổng chi phí sản xuất trong kinh tế Việt Nam).

Đối với ngành Vận tải logistics, tình hình xung đột quân sự giữa Nga và Ukraine đã cắt đứt nhiều tuyến đường vận chuyển quan trọng, buộc các công ty vận tải phải tạm ngừng cung cấp dịch vụ, bên cạnh đó giá cước hàng không tăng vọt cũng gây gián đoạn nghiêm trọng chuỗi cung ứng toàn cầu. Các doanh nghiệp ngành Vận tải tại Việt Nam cũng bị ảnh hưởng không nhỏ lên doanh thu và các chỉ số tài chính khác. Dù các chỉ số có tăng so với quý trước nhưng được coi là không đáng kể so với trung bình ngành. Cụ thể, kết quả từ Bảng 2 cho thấy chỉ số ROE của CTCP Cảng Hải Phòng dù có tăng từ 2,68% lên đến 3,40%, nhưng chỉ số vẫn quá nhỏ so với chỉ số trung bình ngành Logistic (12,84%). Việc giá dầu leo thang do chiến sự tại Ukraine được cho là có ảnh hưởng lớn, làm tăng chi phí đầu vào của doanh nghiệp ngành vận tải biển. Dù vậy, tăng trưởng về xuất nhập khẩu đang là động lực, tạo ra nhiều tiềm năng cho các doanh nghiệp cảng, vận tải biển hưởng lợi từ việc giá cước vận tải tăng cao, cùng

sự tăng giá hàng loạt các loại hàng hóa, nguyên vật liệu trên thế giới. Bằng chứng là trong những doanh nghiệp trên, CTCP Vận tải Biển Việt Nam và Tổng Công ty Hàng hải Việt Nam - CTCP đều có sự tăng trưởng lớn về doanh thu và lợi nhuận (lợi nhuận sau thuế của CTCP Vận tải Biển Việt Nam tăng từ 55.748 triệu đồng lên đến 259.910 triệu đồng) và có những chỉ số tài chính khả quan với chỉ số ROE của CTCP Vận tải Biển Việt Nam đã tăng trưởng vượt bậc (21,77%). Xét về lâu dài, các tuyến đường vận chuyển quan trọng không được mở lại, khối lượng hàng hóa tích tụ và khối lượng công việc lớn sẽ trở thành vấn đề nghiêm trọng đối với doanh nghiệp vận tải biển, buộc ngành Logistic Việt Nam phải chuẩn bị những chiến lược lâu dài hiệu quả hơn để đối phó với thực trạng “kẻ ăn không hết, người lần chẳng ra”.

Trong ngành Lương thực, thực phẩm, Nga và Ukraine đều nằm trong số các quốc gia xuất khẩu lúa mì lớn trên thế giới. Vì vậy, chiến tranh sẽ làm ảnh hưởng đến nguồn cung và đẩy giá lương thực toàn cầu tăng cao, cụ thể trong tháng 9/2022, giá nhập khẩu lúa mì bình quân ở mức 424 USD/tấn, tăng 6,3% so với tháng trước và tăng 37,2% so với tháng 9/2021. Ở thị trường Việt Nam, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo có thể hưởng lợi khi giá gạo cũng sẽ tăng theo giá lương thực thế giới, cùng với đó nhu cầu xuất khẩu sẽ tăng lên để trở thành 1 sản phẩm thay thế cho lúa mì hay ngô. Cụ thể qua Bảng 3, có thể thấy CTCP Xuất nhập khẩu Sa Giang, có thể mạnh về các sản phẩm làm từ gạo, là doanh nghiệp ngành thực phẩm có doanh thu và các chỉ số tài chính khá tốt. Mặc dù vậy nhưng xét về lâu dài, những bất cập về xuất nhập khẩu có thể sẽ khiến ngành Lương thực, thực phẩm chịu nhiều ảnh hưởng xấu. Có thể thấy, ngoài Công ty CP Xuất nhập khẩu Sa Giang, những doanh nghiệp cùng ngành khác đều cho những số liệu không khả quan. Công ty CP Bibica mặc dù có doanh thu nhưng lợi nhuận sau thuế quý 2/2022 đạt mức -2.857 triệu đồng, những chỉ số tài chính khác cũng chỉ đạt mức âm. Xét riêng chỉ số ROE, không có doanh nghiệp nào đạt được chỉ số gần với chỉ số của ngành (12,03%), thậm chí chỉ số ROE của một số doanh nghiệp không vượt quá ngưỡng 1% như CTCP Bánh kẹo Hải Hà (0,03%), CTCP Đồ hộp Hạ Long (0,16%), CTCP Tập đoàn Dabaco Việt Nam (0,31%). Từ đó, có thể thấy, mặc dù xung đột Nga - Ukraine được coi là một cơ hội lớn đối với ngành

Lương thực, thực phẩm tại Việt Nam nhưng thực tế cho thấy rất các doanh nghiệp vẫn gặp nhiều khó khăn, khó có thể nắm bắt được cơ hội này.

2.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu trên cho thấy các doanh nghiệp tại Việt Nam đều bị ảnh hưởng bởi xung đột giữa Nga và Ukraine. Theo Văn Giáp (2022), quan hệ Nga - Ukraine sẽ mang đến những tác động gián tiếp cho doanh nghiệp qua giá dầu. Báo cáo của Agrisecco Insight ngày 25/02/2022 đã dự báo rằng sự kiện trên sẽ đem lại nhiều lợi ích cho nhóm ngành Dầu khí nói chung và các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng. Song thực tế cho thấy giá xăng dầu tăng trên toàn thế giới dù phần nào có đem lại lợi ích cho ngành Dầu khí, nhưng những bất cập về giá nguyên liệu, chi phí sản xuất và phân phối vẫn là một bài toán khó gây ra nhiều thiệt hại cho các doanh nghiệp ngành Dầu khí tại Việt Nam.

Ngành Vận tải logistics của Việt Nam cũng gặp nhiều thách thức như: rủi ro gián đoạn chuỗi cung ứng, bất ổn chính trị thế giới, giảm nhu cầu mua sắm và tiêu dùng, lạm phát gia tăng từ các nước phát triển. Vietnam Report cho biết khảo sát về lượng đơn hàng các doanh nghiệp logistics nhận được có đến 52,6% cho biết lượng đơn hàng giảm, có một số doanh nghiệp mức giảm lên tới 30 - 40% so với cùng kỳ năm ngoái. Điều này đúng với kết quả nghiên cứu cho thấy ngành Vận tải logistic cũng chịu sự ảnh hưởng tiêu cực do nhiều tuyến đường vận chuyển

Bảng 1. So sánh hiệu quả hoạt động của một số doanh nghiệp ngành Dầu khí quý 1 và 2 năm 2022

STT	Doanh nghiệp	Doanh thu thuần (triệu đồng)		Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)		ROS (%)		ROE (%)		ROA (%)	
		Quý 1/2022	Quý 2/2022	Quý 1/2022	Quý 2/2022	Quý 1/2022	Quý 2/2022	Quý 1/2022	Quý 2/2022	Quý 1/2022	Quý 2/2022
1	TCty Khí Việt Nam	26.689.145	27.653.355	3.495.353	5.141.205	13,10	18,59	6,36	8,75	4,18	4,18
2	TCty Điện lực Dầu khí Việt Nam	7.061.388	7.462.393	803.482	582.086	11,38	7,80	2,29	1,31	1,34	1,34
3	TCty Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam	3.769.373	3.811.176	250.294	15.449	6,64	0,41	1,71	0,10	0,87	0,05
4	TCty Khoan và Dịch vụ khoan Dầu khí	1.145.884	1.505.422	75.066	-73.816	-6,55	4,90	-0,41	-0,43	-0,27	-0,29
5	Công ty Phân bón Dầu khí Cà Mau	4.074.799	4.083.801	1.517.568	1.039.099	37,24	25,44	18,43	10,95	12,62	7,73
6	Công ty cổ phần Lọc hóa Dầu Bình Sơn	34.783.091	52.391.132	2.312.232	9.909.756	6,65	18,91	6,00	22,40	3,39	13,22
7	Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam	67.019.920	84.367.409	442.432	-140.752	0,66	-0,17	0,85	-0,72	0,33	-0,24
8	TCty Dầu Việt Nam	23.288.161	30.412.310	282.904	509.702	1,21	1,68	1,93	3,45	0,69	1,16

Nguồn: Nhóm tác giả tự thống kê từ dữ liệu FinnPro Platform

Bảng 2. So sánh hiệu quả hoạt động của một số doanh nghiệp trong ngành Vận tải logistics quý 1 và 2 năm 2022

STT	Doanh nghiệp	Doanh thu thuần (triệu đồng)		Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)		ROS (%)		ROE (%)		ROA (%)	
		Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022
1	Công ty cổ phần Gemadept	879.858	977.930	319.155	334.170	36,27	34,17	3,80	3,81	2,52	2,58
2	T Cty cổ phần Vận tải Dầu khí	2.021.670	2.265.370	194.151	265.508	9,60	11,72	2,16	2,93	1,21	1,60
3	CTCP Vận tải và Xếp dỡ Hải An	652.451	929.221	929.221	324.422	40,26	34,91	10,02	10,73	5,63	5,84
4	CTCP Container Việt Nam	469.279	511.588	109.523	109.523	23,34	22,14	2,95	2,98	2,73	2,73
5	CTCP Vận tải Biển Việt Nam	402.188	690.201	55.748	259.910	13,86	37,66	5,38	21,77	2,02	9,18
6	CTCP Thương mại và Vận tải Petrolimex Hà Nội	231.229	302.047	4.985	5.099	2,16	1,69	3,75	3,93	2,56	2,60
7	T Cty Hàng hải Việt Nam - CTCP	3.264.017	3.964.345	688.859	1.434.343	21,10	36,18	4,71	8,90	2,09	4,20
8	CTCP Cảng Hải Phòng	548.493	611.068	167.962	222.067	30,62	36,34	2,68	3,40	2,22	2,83

Nguồn: Nhóm tác giả tự thống kê từ dữ liệu FinnPro Platform

quan trọng bị cắt đứt, gây gián đoạn nghiêm trọng chuỗi cung ứng toàn cầu.

Bên cạnh đó, theo Lê Thúy (2022), nhu cầu lương thực, thực phẩm toàn cầu đang rất lớn trong bối cảnh xung đột Nga - Ukraine, đi kèm các lệnh cấm vận giữa một số nền kinh tế lớn khiến chuỗi cung ứng bị đứt gãy. Đây cũng được xem là cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Trong bối cảnh chuỗi cung ứng lương thực thế giới bị đứt gãy, Việt Nam có thể tận dụng cơ hội này để xuất khẩu nông, lâm thủy sản vào những thị trường tiềm năng, đang có nhu cầu lớn. Nhưng nghiên cứu cho thấy chỉ doanh nghiệp có thể mạnh về xuất khẩu gạo đang trên đà phát triển, những doanh nghiệp còn lại có chỉ số tài chính không khả quan và mức lợi nhuận sau thuế không cao. Các doanh nghiệp xét đến tình hình thực tế, về vấn đề chất lượng sản phẩm, những khó khăn của xuất nhập khẩu và giá nhiên liệu đang ảnh hưởng trực tiếp tới ngành Lương thực, để đưa ra những chiến lược toàn diện hơn.

3. Kết luận

Nền kinh tế nước ta có độ mở lớn, tham gia nhiều hiệp định thương mại đa phương và song phương, hội nhập sâu rộng vào kinh tế thế giới; nguyên, nhiên vật liệu nhập khẩu cho sản xuất chiếm tỷ lệ cao, khi kinh tế thế giới suy giảm và lạm phát cao, đặc biệt kinh tế của các đối tác quan trọng với Việt Nam suy giảm sâu sẽ tác động trực tiếp và gián tiếp khá mạnh đến đà phục hồi và phát triển kinh tế nước ta. Chính vì vậy, xung đột Nga - Ukraine đã khiến cho tình trạng lạm phát ở cả Mỹ, châu Âu và Việt Nam leo thang, giá hàng hóa thiết yếu liên tục tăng. Đặc biệt gây ra những hệ lụy nghiêm trọng cả trong ngắn và dài hạn, đặc biệt ảnh hưởng mạnh mẽ về cả mặt tích cực và tiêu cực đến ngành Dầu khí, Logistic, Lương thực - thực phẩm tại Việt Nam. Tuy nhiên, theo Nguyễn Bích Lâm (2022), khủng hoảng Nga-Ukraine vẫn mang đến những cơ hội trong mỗi ngành. Kết quả từ nghiên cứu này cũng giúp các doanh nghiệp và Chính phủ xây dựng những biện pháp phù hợp về lâu dài để ứng phó hiệu quả với các sự kiện chính trị trên thế giới ■

Bảng 3. So sánh hiệu quả hoạt động của một số doanh nghiệp trong ngành Lương thực, thực phẩm trong quý 1 và 2 năm 2022

STT	Doanh nghiệp	Doanh thu thuần (triệu đồng)		Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)		ROS (%)		ROE (%)		ROA (%)	
		Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022	Quý 1/ 2022	Quý 2/ 2022
1	Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam	13.877.826	14.930.275	2.283.315	2.102.267	16,45	14,08	6,40	5,80	4,26	3,90
2	CTCP Bibica	301.774	239.883	131.432	-2.857	43,55	-1,19	-11,32	-0,22	7,66	-0,16
3	CTCP Xuất nhập khẩu Sa Giang	124.327	118.707	19.876	16.489	15,99	13,89	12,32	9,18	8,17	6,49
4	CTCP Lương thực Thực phẩm Safoco	189.405	192.061	13.590	11.800	7,18	6,14	7,98	7,22	5,07	4,43
5	CTCP Bánh kẹo Hải Hà	240.788	302.166	15.534	176	6,45	0,06	3,05	0,03	1,17	0,01
6	CTCP Đồ hộp Hạ Long	173.241	208.478	6.604	237	3,81	0,11	4,37	0,16	1,55	0,06
7	CTCP Tập đoàn Dabaco Việt Nam	2.805.814	2.966.373	8.609	14.276	0,31	0,48	0,18	0,31	0,08	0,13
8	CTCP Thực phẩm Hữu Nghị	408.111	335.678	11.605	15.899	2,84	4,74	2,14	2,87	0,59	0,82

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng kê từ dữ liệu FinnPro Platform

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Agriseco (2022). Báo cáo vĩ mô: Xung đột Ukraine - Nga và thị trường chứng khoán Việt Nam, <https://finance.vietstock.vn/bao-cao-phan-tich/9636/bao-cao-vi-mo-xung-dot-ukraine-nga-v-a-thi-truong-chung-khoan-viet-nam.htm>
2. Cổ phiếu ngành lương thực thực phẩm và các mã tiềm năng hiện nay (2023), <https://yuanta.com.vn/tin-tuc/co-phieu-nganh-luong-thuc-thuc-pham-va-cac-ma-tiem-nang-hie-n-nay>
3. Danh sách các mã cổ phiếu nhóm ngành Logistics hàng đầu Việt Nam (2023), <https://daututudau.net/danh-sach-cac-ma-co-phieu-nhom-nganh-logistics-hang-dau-viet-nam>
4. Lê Đạt. (2022). TOP 5 cổ phiếu Logistics cực HOT sau đại dịch Covid-19, <https://infina.vn/blog/top-5-co-phieu-logistics-cuc-hot-sau-dai-dich-covid-19/>
5. Lê Thúy. (2022). Nông sản Việt và cơ hội từ "cơn khát" lương thực, thực phẩm toàn cầu, *Tạp chí Tài chính*, <https://tapchitaichinh.vn/nong-san-viet-va-co-hoi-tu-con-khat-luong-thuc-thuc-pham-toan-cau.html>
6. Nghiên cứu mới nhất của Vietnam Report về thị trường logistics Việt Nam (2023), <https://als.com.vn/nghien-cuu-moi-nhat-cua-vietnam-report-ve-thi-truong-logistics-viet-nam>
7. Nguyễn Bích Lâm. (2022). Khủng hoảng Nga-Ukraine: Hệ lụy, cơ hội và hướng đi cho kinh tế Việt Nam, <https://baochinhphu.vn/khung-hoang-nga-ukraine-he-luy-co-hoi-va-huong-di-cho-kinh-te-viet-nam-102220403172506087.htm>
8. Văn Giáp. (2022) Căng thẳng Nga-Ukraine tác động thế nào đến doanh nghiệp vận tải biển? | Doanh nghiệp | Vietnam+ (VietnamPlus) <https://www.vietnamplus.vn/cang-thang-nga-ukraine-tac-dong-the-nao-den-doanh-nghiep-van-tai-bien/776999.vnp>
9. Vị trí quan trọng của Nga và Ukraine trong thị trường lúa mì toàn cầu (2022), <https://baotintuc.vn/infographics/vi-tri-quan-trong-cua-nga-va-ukraine-trong-thi-truong-lua-mi-toan-cau-20220610060457309.htm>
10. Wisniewski, T. P. (2016). Is there a link between politics and stock returns? A literature survey, *International Review of Financial Analysis*, 47, 15-23. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2016.06.015>.

Ngày nhận bài: 20/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/1/2023

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN THỊ HOA HỒNG¹

2. PHẠM TUẤN KIÊN²

3. HOÀNG KHÁNH LINH²

4. MAI THỊ TRANG LINH²

¹Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường ĐH Ngoại thương

²Sinh viên Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường ĐH Ngoại thương

IMPACTS OF INTERNATIONAL POLITICAL EVENTS ON VIETNAMESE ENTERPRISES

● **NGUYEN THI HOA HONG¹**

● **PHAM TUAN KIEN²**

● **HOANG KHANH LINH²**

● **MAI THI TRANG LINH²**

¹Lecturer, Faculty of Business Administration, Foreign Trade University

²Student, Faculty of Business Administration, Foreign Trade University

ABSTRACT:

This study examines the fluctuation of production, sales and business activities of Vietnamese enterprises in different industries including oil and gas, transportation and food processing when the Russia-Ukraine conflict occurred in the period from Q1 to Q2 2022. By using the statistical comparison method, the study's results show that there are changes in the revenue, profit and other indicators measuring the business performance of studied enterprises. For example, in the oil & gas industry, while Vietnam Gas Corporation, Binh Son Refining and Petrochemical Joint Stock Company, and Ca Mau Petroleum Fertilizer Joint Stock Company experienced better financial indicators, other businesses witnessed worse business performance compared to the previous quarter. Transport enterprises received benefits from the increase in freight rates, prices of commodities and they also recorded increases in imports and exports. The Russia-Ukraine conflict was considered a great opportunity for food manufacturers in Vietnam but they faced many difficulties to grasp this opportunity. In general, as Vietnam's economy has deeply integrated into the global economy, the slower global economic growth and the higher inflation will affect Vietnamese enterprises.

Keywords: market fluctuations, political tensions, Vietnamese enterprises, Russia-Ukraine conflict.

IMPLEMENTING THE IMPORTANCE -PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) TO ASSESS THE ECOTOURISM DEVELOPMENT OF DONG THAP PROVINCE

● NGUYEN MINH TRIET - TRAN AI TIEN

ABSTRACT:

Dong Thap province owns a wide range of tourist resources with many historical and cultural relics, eco-tourism areas. In addition, the province has many peaceful scenic fruit orchards that can be used to develop agri-tourism products and services for both domestic and international tourists. However, the development of ecotourism in Dong Thap province is facing some challenges. This study uses the Importance - Performance Analysis (IPA) method to assess ecotourism activities in Dong Thap province through visitors' perceptions. Based on the study's findings, some solutions are proposed to help Dong Thap province develop ecotourism activities in the coming time.

Keywords: ecotourism, IPA, service quality, Dong Thap province.

1. Introduction

Thanks to the natural advantages in terms of climate and soil, Dong Thap can expand agriculture and produce a wide variety of strategic products such as rice, pangasius, vegetables, and fruits. The islands and riverbanks of the Tien and Hau rivers are renowned for their orchards of several well-known fruit varieties, including the Cao Lanh mango, Chau Thanh longan, Lai Vung mandarin, and Phong Hoa grapefruit. Since these orchards feature pure air, serene surroundings, cultural attractions, and kind residents, they are ideal for ecotourism development.

Since 2015, the People's Committee of Dong

Thap province has been launching a tourism development program to form its tourism development model. The program capitalizes on the advantages of its tourist attractions and differentiates Dong Thap tourism from that of the Mekong Delta in particular and Vietnam in general. Ecotourism, therefore, grows by utilizing the distinctive characteristics of the river area's attractiveness, inhabitants, historical relics, artisan villages, and festivals. However, issues including inadequate infrastructure (paths, trails, bridges, and roads), a lack of enjoyable experiences, limitations on the skills of tourist personnel, impulsive investments, and

environmental concerns have slowed the growth of ecotourism. A growth strategy is thus required to support the ecotourism development program.

2. Methodology

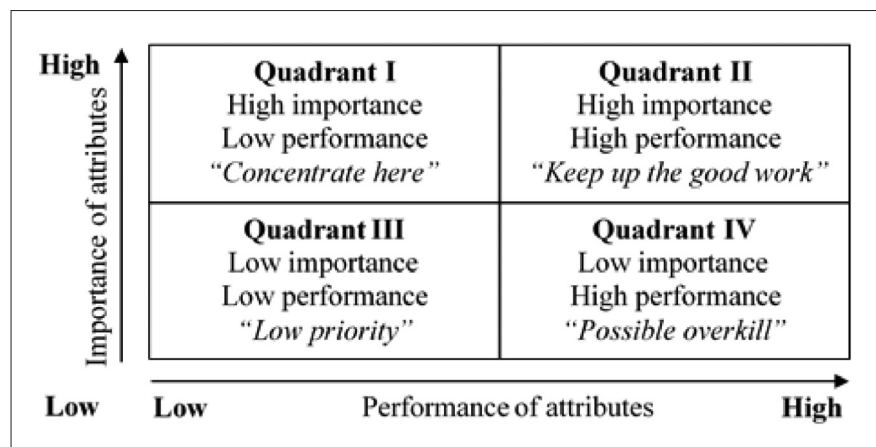
This study examines domestic visitors' satisfaction with ecotourism service quality and the performance of service providers in Dong Thap. Interviews were conducted using the accidental sampling method to acquire primary data, and the interviewees were people who had participated in Dong Thap ecotourism. It also includes a set of service quality standards associated with ecotourism activities as evidence for the questionnaire, which was inspired by the research of Nhan et al. (2015) and our real-world observation.

A five-point Likert scale is used to evaluate the importance and performance of service quality components of ecotourism operations. Respondents use a five-point scale to express their degree of agreement on the importance of service quality, with 1 indicating very unimportant and 5 indicating very important. Similarly, service quality performance is graded, with 1 being very dissatisfied and 5 representing very satisfied. The mean of the five-point Likert scale is calculated as follows: Distance value = (Maximum value – minimum value)/n = (5 – 1)/5 = 0.80. The interpretations of the mean value are as follows: from 1.00 to 1.80 represents very unimportant/very dissatisfied; from 1.81 to 2.60 represents unimportant/dissatisfied; from 2.61 to 3.40 represents neither unimportant nor important/neither dissatisfied nor unsatisfied; from 3.41 to 4.20 represents important/satisfied; from 4.21 to 5.00 represents very important/very satisfied.

A total of 105 questionnaires provides comprehensive data for analysis. According to the result, male respondents account for 46.67% of the

total in the sample, while female respondents account for 53.33%. Concerning age, respondents aged 18-30 make up 47.62%, those aged 31-40 (23.81%), those aged 41-50 (19.04%), and those over 51 (9.53%). In terms of education, respondents with a high school diploma or below make up 24.76%, followed by those with a vocational degree (18.10%), students at university (54.29%), and graduates (2.85%). Regarding places of residence, 83.81% of respondents live in urban areas, while 16.19% reside in rural areas.

Figure 1: Importance-performance matrix



The importance-performance analysis (IPA) approach, which Martilla and James introduced in 1977, is used to evaluate visitors' perceptions of Dong Thap ecotourism. The IPA research findings will serve as the basis for ecotourism development initiatives in Dong Thap. The outcome is shown on an IPA quadrant diagram, with the vertical axis (Y) indicating the attribute importance and the horizontal axis (X) reflecting the attribute performance (Figure 1). The following are further explanations for each quadrant:

- Quadrant I: Attributes are important but perform poorly. As a result, these characteristics should be prioritized in order to assure the quality of services provided to visitors. As a result, immediate action and the allocation of additional resources are required.
- Quadrant II: Attributes have a high level of importance and performance. It means that the

service performance meets the visitors' expectations; therefore, service providers should maintain their achievements as a potential competitive advantage.

- Quadrant III: Attributes are poorly performed and unimportant to visitors. As such, no adjustments to the effort or resources allocated are required.

- Quadrant IV: Attributes are unimportant to visitors but well performed by service providers, implying that service providers are wasting resources. Thus, it is necessary to examine the

allocation of resources to such attributes and relocate them to others.

3. Findings

Based on the ecotourism assessment criteria, the questionnaire has two sections: the importance (expectations) level and the performance (satisfaction) level. Table 1 shows the IPA result based on the attribute's mean value. If the expectation exceeded satisfaction ($I-P > 0$), the service performance would not have satisfied visitors' expectations.

Table 1: Importance and performance of the attributes

Variable code	Attributes	Average score of importance of attributes (I)	Average score of performance of attributes (P)	Gap (I-P)
Landscape				
A1	Green orchard	4.47	3.57	0.90
A2	Fruit variety	3.54	3.03	0.51
A3	Fresh air and peaceful space	4.25	3.70	0.55
A4	Beautiful river landscape	4.03	3.26	0.77
A5	Sanitation and environmental concerns	4.04	3.13	0.91
Activities				
B1	Fruit picking and tasting	4.23	3.45	0.78
B2	Sightseeing boat	4.03	3.47	0.56
B3	Fishing and vegetables picking	4.15	2.78	1.37
B4	Horticultural work experience	4.03	3.19	0.84
B5	Village cycling	4.05	3.39	0.66
B6	Traditional craft-making experience	4.18	2.97	1.21
B7	Local cuisine	4.30	3.73	0.57
B8	Folk music experience (don ca tai tu, ho Dong Thap)	4.24	3.06	1.18
B9	Festivals, historical and cultural artifacts	4.13	3.26	0.87
B10	Souvenirs and speciality purchasing	4.39	3.09	1.30
B11	Vietnamese traditional folk games	4.09	3.54	0.55

Variable code	Attributes	Average score of importance of attributes (I)	Average score of performance of attributes (P)	Gap (I-P)
Technical infrastructure				
C1	Nearby ecotourism destination	3.61	2.88	0.73
C2	Wide and convenient roadways	4.02	2.72	1.30
C3	Car park	3.31	3.29	0.02
C4	Adequate and convenient garbage cans	4.11	3.04	1.07
C5	Good toilet hygiene	4.17	2.74	1.43
C6	Benches	4.22	3.28	0.94
C7	Welcome gate	4.01	3.04	0.97
C8	Farming tools and clothing	4.30	3.29	1.01
C9	Transportation	4.05	2.94	1.11
C10	Souvenir and specialty shops	3.38	2.94	0.44
C11	Food court	3.40	3.10	0.30
Staff				
D1	Friendly and welcoming locals	4.06	3.42	0.64
D2	Employee attitudes and communication	4.40	2.76	1.64
D3	Professional service	4.12	2.86	1.26
D4	Local awareness	4.21	3.40	0.81
D5	Employee uniforms	3.30	2.77	0.53
Service price				
E1	Entrance and parking fees	3.83	3.76	0.07
E2	Food pricing	3.59	3.44	0.15
E3	Fruit prices (U-pick and already-picked)	3.61	3.53	0.08
E4	Entertainment activity expenses	3.40	3.36	0.04
Security and safety				
F1	Vehicle safety	3.47	2.94	0.53
F2	Local security concerns (theft, begging, etc.)	3.63	3.26	0.37
F3	Food safety	4.34	3.36	0.98
Total average		3.97	3.20	

Source: Analysis result from survey data.

The IPA, which evaluates ecotourism activities in Dong Thap, is built with a line that intersects the vertical axis at a value of 3.97 and a line that intersects the horizontal axis at a value of 3.20. They are the average values of importance and performance level, respectively. The IPA diagram below depicts the average of attributes (Figure 2).

Figure 2 shows that 13 of the 39 attributes are found in quadrant I - “Concentrate here” ($I \geq 3.97$; $P \leq 3.20$). The attributes are: A5- Sanitation and environmental concerns; B3- Fishing and vegetables picking; B4- Horticultural work experience; B6- Traditional craft-making experience; B8- Folk music experience (don ca tai tu, ho Dong Thap); B10- Souvenirs and speciality purchasing; C2- Wide and convenient roadways; C4- Adequate and convenient garbage cans; C5- Good toilet hygiene; C7- Welcome gate; C9-

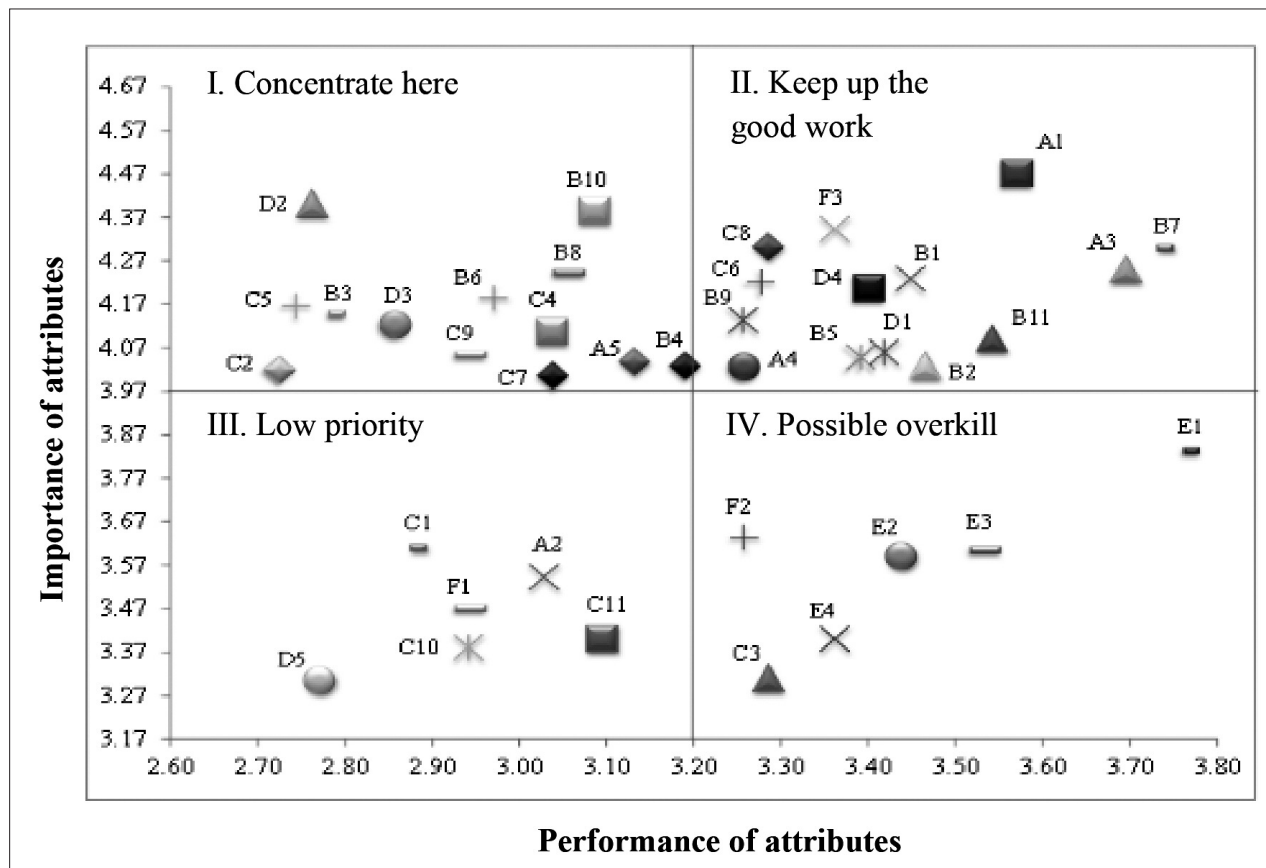
Transportation; D2- Employee attitudes and communication; D3- Professional service.

Quadrant II - “Keep up the good work” ($I \geq 3.97$; $P \geq 3.20$) entails the following: A1- Green orchard; A3- Fresh air and peaceful space; A4- Beautiful river landscape; B1- Fruit picking and tasting; B2- Sightseeing boat; B5- Village cycling; B7- Local cuisine; B9- Festivals, historical and cultural artifacts; B11 - Vietnamese traditional folk games; C6- Benches; C8- Farming tools and clothing; D1- Friendly and welcoming locals; D4- Local awareness; F3- Food safety.

Quadrant III - “Low priority” ($I \leq 3.97$; $P \leq 3.20$), there are 6 attributes: A2- Fruit variety; C1- Nearby ecotourism destination; C10- Souvenir and specialty shops; C11- Food court; D5- Employee uniforms; F1- Vehicle safety.

Quadrant IV - “Possible overkill” ($I \leq 3.97$; $P \geq 3.20$) includes C3- Car park; E1- Entrance and

Figure 2: IPA diagram of ecotourism service quality



Source: Analysis result from survey data.

parking fees; E2- Food pricing; E3- Fruit prices (U-pick and already-picked); E4- Entertainment activity expenses; F2- Local security concerns (theft, begging, etc.).

4. Solutions for ecotourism development

The article suggests some solutions that might contribute to the ecotourism development in Dong Thap in the coming years based on the results of the IPA analysis and the information gathered through the survey.

Sanitation and hygiene concerns: ecotourism site owners should focus on resolving sanitation and hygiene concerns since these factors are crucial considerations in travel decisions. Thus, they must adhere to health and safety regulations and guarantee they are on the proper route.

Pleasurable activities and handicraft experiences: site owners can offer visitors additional activities like traditional folk games and artisan village experiences. The mat weaving in Dinh An of Lap Vo district, the production of rice flour in Sa Dec city, and the construction of boats in Lai Vung district are all possible stops on the artisan village tour. On the other hand, combining ecotourism with artisan village visits is a way to preserve local traditional crafts, increase residents' incomes, and promote ecotourism.

Infrastructure improvement and growth strategy: local authorities must improve infrastructure to capitalize on the potential of

ecotourism. High-quality infrastructure, like paths, bridges, and roads, is critical to bringing visitors from cities to the countryside. In addition, the authorities must have policies to assist competitively advantageous ecotourism sites in expanding their businesses and sustaining their development while limiting impulsive private investments.

Food safety: the Vietnamese Good Agricultural Practices (VietGAP) standard and food safety requirements must be followed while growing fruit, fruit-based products, vegetables, and other agriculture goods in ecotourism destinations. Local governments are responsible for carrying out the criteria in ecotourism sites, as well as ensuring compliance with the standards.

5. Conclusion

Dong Thap's socio-economic development plan prioritizes ecotourism development based on local resources. Despite the comparative advantages (in terms of nature, culture, and history) and diversity of specialties, the growth of ecotourism is still restrained. The article uses the IPA in conjunction with tourists' perceptions to identify attributes that should be concentrated, maintained, and promoted to fully please tourists, as well as those that should get limited investment. The article also makes suggestions for enhancing service performance and piquing visitor interest in Dong Thap ecotourism in the future ■

REFERENCES:

1. Martilla, J. A. & James, J. C. (1977). Important - Performance analysis. *Journal of Marketing*, 41, 77-79.
2. Nhan, N.T., Anh, T.T.H. & Mo, N.T.D. (2015). Tourists' opinion about fruit farm tourism in the Mekong Delta of Vietnam. *Can Tho University Journal of Science*, 36(2015) [in Vietnamese].

Received date: December 1, 2022

Reviewed date: December 23, 2022

Accepted date: January 5, 2023

Authors' information:

1. NGUYEN MINH TRIET¹

2. TRAN AI TIEN²

¹Tax Department of Dong Thap province

²Faculty of Accounting and Finance, Van Hien University

VẬN DỤNG PHƯƠNG PHÁP IPA
ĐỂ ĐÁNH GIÁ SỰ PHÁT TRIỂN
DU LỊCH SINH THÁI MIỆT VƯỜN
Ở TỈNH ĐỒNG THÁP

● NGUYỄN MINH TRIẾT¹

● TRẦN ÁI TIỀN²

¹Cục Thuế tỉnh Đồng Tháp

²Khoa Kế toán - Tài chính, Đại học Văn Hiến

TÓM TẮT:

Tỉnh Đồng Tháp có nguồn tài nguyên du lịch phong phú với nhiều di tích lịch sử, văn hóa, khu du lịch sinh thái... Bên cạnh đó, du lịch sinh thái miệt vườn với nhiều loại trái cây đặc sản, gần gũi thiên nhiên và văn hóa địa phương là tiềm năng lớn thu hút du khách trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch miệt vườn ở tỉnh Đồng Tháp còn tồn tại một số hạn chế, khó khăn nhất định. Bài viết vận dụng phương pháp phân tích mức độ quan trọng - mức độ thực hiện (IPA) để đánh giá hoạt động du lịch miệt vườn trên địa bàn qua cảm nhận của du khách. Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số giải pháp góp phần phát triển loại hình du lịch hấp dẫn này trong thời gian tới.

Từ khóa: du lịch miệt vườn, IPA, chất lượng dịch vụ, tỉnh Đồng Tháp.

PHÂN PHỐI LỢI ÍCH TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ KINH DOANH DỊCH VỤ LỮ HÀNH TẠI THÀNH PHỐ NHA TRANG

● PHAN LÊ ĐIỂM HẰNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này tiến hành phân tích phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa. Nghiên cứu đã xác định được cấu trúc kênh của chuỗi bao gồm các tác nhân chính như dịch vụ vận chuyển, dịch vụ tại điểm đến và chương trình du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy dịch vụ vận chuyển có tỷ lệ lợi nhuận trên tổng chi phí cao nhất, nhưng lợi nhuận thu được là thấp nhất. Mặc dù lợi nhuận của chương trình du lịch đứng thứ hai trong toàn chuỗi, nhưng lợi nhuận trên tổng chi phí lại không phải là cao nhất. Tác nhân chương trình du lịch có chi phí cao nhất trong chuỗi. Giá trị lợi nhuận và tỷ lệ lợi nhuận trên tổng chi phí có sự chênh lệch giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại thành phố Nha Trang. Kết quả nghiên cứu ngụ ý các công ty kinh doanh dịch vụ lữ hành và các nhà cung cấp dịch vụ nên hợp tác chặt chẽ hơn để tạo thành một chuỗi giá trị dịch vụ lữ hành đem lại những dịch vụ có chất lượng tốt và có giá cả hợp lý cho du khách. Ngoài ra, sự liên kết giữa các nhà cung cấp dịch vụ với nhau sẽ tạo giá cả ổn định vào các mùa cao điểm, tạo lòng tin cho du khách khi sử dụng dịch vụ lữ hành.

Từ khóa: chuỗi giá trị, kinh doanh dịch vụ lữ hành, du lịch, Nha Trang, Khánh Hòa.

1. Đặt vấn đề

Nha Trang là một thành phố ven biển và là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa, du lịch của tỉnh Khánh Hòa. Hằng năm, Nha Trang đóng góp khoảng 82,5% doanh thu dịch vụ du lịch. Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành tại Nha Trang có tốc độ tăng 12,81%/năm trước năm

2020 (trước dịch Covid-19 diễn ra). Hiện nay, thành phố Nha Trang đang có khoảng 25 công ty lữ hành quốc tế và 160 công ty lữ hành nội địa (Cục Thống kê Khánh Hòa 2021). Theo thống kê của Cục Thống kê Khánh Hòa, tính đến năm 2020, toàn tỉnh có tổng số 560 cơ sở lưu trú với 18.447 phòng ngủ, trong đó có 84 khách sạn từ 3

đến 5 sao, với 13.290 phòng. Doanh thu từ dịch vụ cho thuê buồng ngủ đóng góp một tỷ lệ rất lớn vào tổng doanh thu du lịch của tỉnh. Lượng ngày lưu trú bình quân duy trì ổn định qua từng thời kỳ (trừ giai đoạn dịch Covid-19). Số ngày lưu trú trung bình của du khách trước dịch Covid-19 là 2,25 ngày/khách. Tính đến năm 2019, trên địa bàn thành phố có 1.272 cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống và 1.927 cơ sở kinh doanh thức ăn đường phố. Bên cạnh hệ thống các cơ sở kinh doanh ăn uống trên đất liền, hiện nay, ở các đảo trên vịnh Nha Trang có 15 bề kinh doanh dịch vụ du lịch, bao gồm các hoạt động vui chơi giải trí, lặn biển và bề kinh doanh ăn uống đang hoạt động. Một số khu du lịch, cơ sở vui chơi giải trí, thể thao đã được đưa vào hoạt động, giúp đa dạng hóa sản phẩm du lịch của tỉnh, đồng thời đáp ứng một phần nhu cầu của khách du lịch và người dân địa phương. Tính đến năm 2019, các cơ sở dịch vụ tham quan, vui chơi, giải trí có 30 điểm tham quan, 15 cơ sở kinh doanh dịch vụ thể thao trên biển và 8 trung tâm thương mại (Cục Thống kê Khánh Hòa 2021).

Tuy nhiên, các chuỗi giá trị trong ngành Du lịch ở Việt Nam nhìn chung được cho là tạo ra giá trị thấp và có vị thế cạnh tranh yếu hơn so với các nước trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Singapore. Nhận định này cũng không phải là trường hợp ngoại lệ cho chuỗi giá trị ngành Du lịch ở Nha Trang. Vấn đề đặt ra đối với ngành Du lịch lữ hành Nha Trang là phải xác định những “điểm nghẽn” trong chuỗi giá trị để khắc phục, nhằm xây dựng lợi thế cạnh tranh lâu dài. Phân phối lợi ích hài hòa giữa các tác nhân trong chuỗi là một trong những phương cách để tạo chuỗi kinh doanh dịch vụ lữ hành bền vững. Vì vậy, nghiên cứu này phân tích phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại thành phố Nha Trang nhằm phát hiện những bất cập để nâng cấp chuỗi phát triển là rất cần thiết.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp

Porter (1985) định nghĩa chuỗi giá trị là một

tập hợp các hoạt động mà doanh nghiệp thực hiện để tạo ra giá trị cho khách hàng. Giá trị một tổ chức tạo ra càng lớn cho khách hàng, lợi nhuận mang lại càng cao và tạo lập được lợi thế cạnh tranh.

Có khá nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan về chuỗi giá trị, nhưng đa số liên quan đến sản phẩm hữu hình và dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001), Gereffi (1994, 1999). Chẳng hạn UNIDO (2009) đã tiến hành nghiên cứu ứng dụng về phân tích chuỗi giá trị một số sản phẩm nông nghiệp như các sản phẩm ngũ cốc, các sản phẩm dầu từ thực vật, cà phê, ca cao, đường, sữa, thịt động vật, trái cây, trà, rau, mật ong... ở một số quốc gia như Ethiopia, Nicaragua, Ecuador, Ai Cập, Sri Lanka, Indonesia, Việt Nam, một số nước ở châu Âu... Ở trong nước, Nguyễn Đức Hoa Cường (2017) đã nghiên cứu chuỗi giá trị du lịch bền vững cho tỉnh Daklak. Tác giả này đã đưa ra những vấn đề lý luận chung về du lịch bền vững và chuỗi giá trị du lịch làm tiền đề để phân tích thực trạng chuỗi du lịch tại tỉnh Daklak. Nguyễn Quang Học (2015) đã nghiên cứu phát triển chuỗi giá trị du lịch tỉnh Ninh Bình và đã đưa ra các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch Ninh Bình.

Nội dung phân tích:

- Xác định cấu trúc kênh thị trường của chuỗi giá trị: xác định các tác nhân, các mối liên kết giữa các tác nhân và các dòng luân chuyển; đặc điểm mỗi tác nhân.
- Xác định doanh thu, chi phí, lợi nhuận biên của mỗi tác nhân.
- Phân tích phân phối lợi ích: thông qua chỉ số tỷ trọng giá trị tăng thêm và tỷ trọng lợi nhuận biên.
- Đề xuất hàm ý giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị.

Nghiên cứu tiến hành thu thập dữ liệu thứ cấp và sơ cấp. Số liệu thứ cấp thu thập từ Sở Du lịch Khánh Hòa bao gồm các thông tin: số công ty lữ hành, số khách sạn, các điểm đến du lịch,

số lượt khách trong năm, số ngày lưu trú bình quân, thông tin về công ty vận chuyển lữ hành... Số liệu thứ cấp thu thập bằng cách khảo sát các công ty kinh doanh lữ hành, công ty dịch vụ vận chuyển, dịch vụ điểm đến và khách du lịch. Nghiên cứu 3 tour du lịch lữ hành thăm quan thành phố Nha Trang trong 2 ngày 1 đêm để phân tích và so sánh.

3. Kết quả nghiên cứu

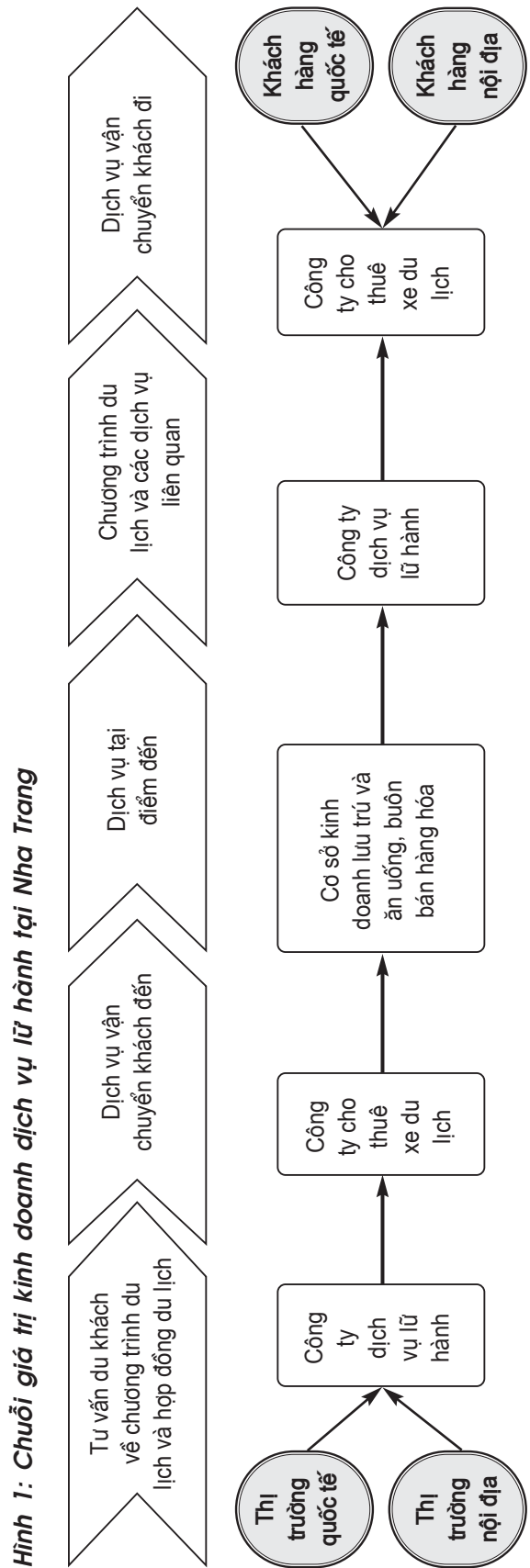
3.1. Cấu trúc thị trường chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại Nha Trang

Cấu trúc chuỗi kinh doanh dịch vụ lữ hành tại Nha Trang được trình bày trong Hình 1. Trong ngành kinh doanh dịch vụ lữ hành cần phối hợp nhiều hoạt động dịch vụ lại với nhau để cung cấp cho khách hàng. Thực tế, chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành này là một cuộc hành trình trong đó, khách hàng (người đi du lịch) chuyển động trong một loạt các dịch vụ được kết nối với nhau. Hệ thống này chỉ vận hành khi tất cả các dịch vụ đều đã sẵn sàng, vào đúng thời điểm và với chất lượng phù hợp. Ở đây, các dịch vụ được cung cấp bởi nhiều nhà cung cấp đơn lẻ, nên đòi hỏi phải có một nhà cung cấp dịch vụ có chức năng điều phối, đó là công ty du lịch, hay nhà vận hành kinh doanh dịch vụ lữ hành. (Hình 1)

3.2. Phân phối lợi ích trong chuỗi

Chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại Nha Trang được xây dựng có sự tham gia của rất nhiều dịch vụ như vận chuyển, lưu trú, vui chơi, giải trí, ăn uống... Mỗi chương trình lữ hành có các loại chi phí khác nhau. (Bảng 1)

Chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại Nha Trang được phân tích qua các dịch vụ gồm dịch vụ vận chuyển, dịch vụ điểm đến, dịch vụ chương trình du lịch. Bảng 1 cho thấy, tour 3 có dịch vụ vận chuyển và chương trình du lịch có lợi nhuận trên tổng chi phí cao nhất, lần lượt là 26,33% và 11,74%. Trong khi đó, tour 2 có dịch vụ tại điểm đến có lợi nhuận trên tổng chi phí lớn nhất với 21,46%. Đối với tour 1, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ tại điểm đến và chương trình du lịch có lợi



Bảng 1. Phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi từ dịch vụ vận chuyển đến công ty kinh doanh dịch vụ lữ hành

Tour	Các tác nhân	Chi phí tăng thêm (VNĐ/ 10 người)	Tổng chi phí (VNĐ/ 10 người)	Giá bán (VNĐ/ 10 người)	Lợi nhuận (VNĐ/ 10 người)	Lợi nhuận trên tổng chi phí (%)
Tour 1	Dịch vụ vận chuyển		2.925.000	3.650.000	725.000	24,79
	Dịch vụ tại điểm đến		7.650.000	9.180.000	1.530.000	20,00
	Chương trình du lịch		10.220.000	11.300.000	1.080.000	10,57
	Công ty dịch vụ lữ hành	2.690.000	23.485.000	26.820.000	3.335.000	14,20
Tour 2	Dịch vụ vận chuyển		2.870.000	3.600.000	730.000	25,44
	Dịch vụ tại điểm đến		7.550.000	9.170.000	1.620.000	21,46
	Chương trình du lịch		10.220.000	11.220.000	1.000.000	9,78
	Công ty dịch vụ lữ hành	2.630.000	23.270.000	26.620.000	3.350.000	14,40
Tour 3	Dịch vụ vận chuyển		2.810.000	3.550.000	740.000	26,33
	Dịch vụ tại điểm đến		7.550.000	9.030.000	1.480.000	19,60
	Chương trình du lịch		10.220.000	12.420.000	1.200.000	11,74
	Công ty dịch vụ lữ hành	2.730.000	23.310.000	26.730.000	3.420.000	14,67

nhuận trên tổng chi phí lần lượt là 24,79%; 20,00%; 10,57%. Mặc dù dịch vụ vận chuyển có tỷ lệ lợi nhuận trên tổng chi phí cao nhất trong 3 tour, nhưng lợi nhuận thu được lại thấp nhất. Nhìn chung, lợi nhuận và tỷ lệ lợi nhuận trên tổng chi phí có sự chênh lệch giữa các tác nhân trong 3 tour.

Kết quả nghiên cứu ngụ ý các công ty kinh doanh dịch vụ lữ hành và các nhà cung cấp dịch vụ nên hợp tác chặt chẽ hơn, để tạo thành một chuỗi giá trị dịch vụ lữ hành đem lại những dịch vụ có chất lượng tốt và có giá cả hợp lý cho du khách. Ngoài ra, sự liên kết giữa các nhà cung cấp dịch vụ với nhau sẽ có giá cả ổn định vào các mùa cao điểm, điều đó sẽ tạo lòng tin cho du khách khi sử dụng dịch vụ lữ hành.

4. Kết luận và hàm ý giải pháp

Nghiên cứu đã phân tích phân phối lợi ích giữa

các tác nhân trong chuỗi giá trị kinh doanh dịch vụ lữ hành tại thành phố Nha Trang thông qua việc xác định sơ đồ chuỗi, xác định các yếu tố liên quan bao gồm chi phí, lợi nhuận, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ điểm đến, chương trình du lịch. Kết quả cho thấy lợi nhuận và tỷ lệ lợi nhuận trên tổng chi phí có sự chênh lệch giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị.

Việc liên kết trong kinh doanh dịch vụ lữ hành hiện nay tại thành phố Nha Trang chỉ dừng lại giữa các đơn vị kinh doanh dịch vụ lưu trú, ăn uống, các địa điểm tham quan bằng cách bán dịch vụ với giá ưu đãi. Tuy nhiên, sự liên kết này còn lỏng lẻo và chưa có sự kết nối của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch với các doanh nghiệp. Để phát triển chuỗi kinh doanh lữ hành bền vững, nên thực hiện thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau:

- Nghiên cứu, chọn lọc thị trường, định vị sản phẩm du lịch, dịch vụ đặc trưng và xây dựng thương hiệu điểm đến tại Nha Trang.

- Tăng cường liên kết dọc giữa những các tác nhân trong chuỗi. Hiện nay, hoạt động kinh doanh dịch vụ lữ hành tại Nha Trang vẫn còn mang tính tự phát, thiếu đồng bộ và thiếu sự liên kết phối hợp. Việc liên kết giữa các dịch vụ, các ngành sẽ tạo cơ hội xúc tiến quảng bá ít tốn kém chi phí hơn và cũng đem lại giá cả cạnh tranh cho ngành dịch vụ lữ hành của Nha Trang so với các địa phương khác. Điều này nhằm thu hút khách nội địa trong bối cảnh nền kinh tế dần phục hồi sau đại dịch Covid-19.

- Thực hiện liên kết ngang giữa các tác nhân trong chuỗi. Việc hình thành các hiệp hội như: hiệp hội khách sạn, hiệp hội lữ hành, hiệp hội vận chuyển du lịch... là rất cần thiết để các doanh nghiệp trong cùng ngành có thể hỗ trợ nhau trong công tác xúc tiến, nắm bắt thông tin thị trường, quảng bá, cũng như chia sẻ nguồn khách và giúp đỡ những khó khăn gặp phải trong quá trình hoạt động kinh doanh. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp đầu ngành, các doanh nghiệp lớn cần đứng ra kêu gọi doanh nghiệp trong ngành cùng nhau hợp tác, liên kết để cùng phát triển, xây dựng mạng lưới để cập nhật các thông tin thị trường liên tục ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cục Thống kê tỉnh Khánh Hòa (2021), *Doanh thu du lịch theo giá hiện hành phân theo các khoản thu chính các năm 2015-2020*. Cục Thống kê tỉnh Khánh Hòa.
2. Gereffi G. (1994). The Organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks. In: Gereffi, G. and Korzeniewicz, M. (eds), *Commodity Chains and Global Capitalism*. London: Praeger.
3. Gereffi G. (1999). A commodity chains framework for analysing global industries. In: *Institute of Development Studies, Background Notes for Workshop on Spreading the Gains from Globalisation*. Durham, USA: Duke University.
4. Nguyễn Đức Hoa Cường (2007), *Phát triển chuỗi giá trị du lịch bền vững cho tỉnh Daklak*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Thăng Long.
5. Nguyễn Quang Học (2015), *Phát triển chuỗi giá trị du lịch tỉnh Ninh Bình*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Thăng Long.
6. Kaplinsky and Morris (2001). *A handbook for value chain research*. International Development Research Center, Ottawa, Canada.
7. Porter M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
8. UNIDO (2009). *Agro-value chain analysis and development - The UNIDO Approach*. A staff working paper, United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Vienna.

Ngày nhận bài: 10/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. PHAN LÊ ĐIỂM HẰNG

Khoa Du lịch

Trường Đại học Khánh Hòa

DISTRIBUTION OF BENEFITS IN THE VALUE CHAIN OF TRAVEL SERVICE IN NHA TRANG CITY

● Master. **PHAN LE DIEM HANG**

Faculty of Tourism
Khanh Hoa University

ABSTRACT:

This study analyzes the distribution of benefits among parties in the value chain of travel services in Nha Trang city, Khanh Hoa province. The study identifies the value chain's major parties including transportation services, services at the destination and tourism programs. The study's results show that the transportation service has the highest profit-to-total cost ratio but the lowest profit. In addition, although the return of the tourism program ranks second in the entire value chain, its return on total cost ratio is not the highest and it experiences the highest cost in the entire value chain. Profit value and profit-to-total cost ratio are different among parties in the value chain of travel services in Nha Trang city. The study's results imply that travel companies and tourism service providers should cooperate more closely to form a value chain of travel services that provides good quality and affordable services to tourists. Moreover, when service providers in the value chain cooperate together, prices will be kept stably during peak seasons, creating confidence for tourists when using travel services.

Keywords: value chain, travel service business, tourism, Nha Trang, Khanh Hoa.

SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA THẾ GIỚI DI ĐỘNG: NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

● TRƯƠNG HOÀNG HOA DUYÊN

TÓM TẮT:

Cùng với sự phát triển của xã hội, yêu cầu dịch vụ của khách hàng, đặc biệt là trong lĩnh vực di động ngày càng có những đòi hỏi cao hơn. Để đánh giá được mức độ hài lòng của khách hàng đối với lĩnh vực di động đòi hỏi cần phải có những nghiên cứu để tìm ra các nhân tố tác động đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ, từ đó có những giải pháp đề xuất giúp doanh nghiệp hoàn thiện hơn dịch vụ trong tương lai.

Từ khóa: sự hài lòng của khách hàng, chất lượng dịch vụ, thế giới di động, TP. Đà Nẵng.

1. Đặt vấn đề

Trong giai đoạn hội nhập với nền kinh tế thế giới, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực bán lẻ. Từ khi cách mạng công nghiệp lần thứ 4 bùng nổ và phát triển mạnh mẽ, những phát minh công nghệ ngày càng được cải thiện với những bước đột phá làm thay đổi thói quen và cuộc sống của người tiêu dùng, trong đó việc phát minh ra điện thoại di động là một trong những phát minh quan trọng, ảnh hưởng đến nhiều lĩnh vực. Nhu cầu sở hữu một chiếc điện thoại di động với mỗi người ngày càng thiết yếu, không thể thiếu trong cuộc sống, do vậy cửa hàng bán lẻ, siêu thị bán lẻ điện thoại di động xuất hiện ngày càng nhiều, nên mức độ cạnh tranh càng khốc liệt.

Năm 2007, cửa hàng siêu thị điện máy Thế giới di động đầu tiên xuất hiện tại Hà Nội đã cung cấp cho khách hàng các sản phẩm điện tử như điện thoại di động, máy tính xách tay, máy nghe nhạc, phụ kiện... được nhập khẩu chính hãng từ các thương hiệu nổi tiếng trên thế giới, với chất lượng hàng hóa đảm bảo và giá thành cạnh tranh nhất. Để đạt được lượng khách hàng ổn định, thị phần lớn và khẳng định vị trí của mình, Thế giới di động đã phải cố gắng và nỗ lực rất nhiều.

Nhưng để thu hút khách hàng mới cũng như ổn định và giữ chân được khách hàng cũ là một những những vấn đề luôn được Thế giới di động quan tâm và chú trọng. Để giải quyết vấn đề này, bài viết nghiên cứu đề tài “Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ của Thế giới di động - nghiên cứu tại Thành Phố Đà Nẵng” nhằm đo

lượng những nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ của Thế giới di động, từ đó đề xuất một số giải pháp giúp doanh nghiệp hoàn thiện hơn chất lượng dịch vụ của mình trong tương lai.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành qua 2 giai đoạn chính: nghiên cứu sơ bộ bằng phương pháp định tính và nghiên cứu chính thức bằng phương pháp định lượng.

Nghiên cứu định tính: cụ thể như sau:

Bước 1: Lập dàn bài thảo luận nhằm chuẩn bị cho quá trình thảo luận nhóm, thu thập thông tin từ đối tượng nghiên cứu.

Bước 2: Tiến hành thảo luận nhóm theo dàn bài thảo luận ở trên.

Bước 3: Tổng hợp kết quả.

Thang đo cuối cùng cũng có một số điều chỉnh gồm có 26 biến quan sát trên 8 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc

Nghiên cứu định lượng: Mẫu được chọn là người tiêu dùng tại TP. Đà Nẵng. Dữ liệu sẽ được xử lý với phần mềm SPSS 20.0.

Kết quả khảo sát của nhóm qua dữ liệu SPSS cho thấy số liệu rất đảm bảo cho kết quả khảo sát, nhóm đã có sự điều chỉnh bằng câu hỏi với quy trình phù hợp, mô hình tổng thể là 182, dữ liệu khảo sát cuối cùng là 182, khi điều tra khảo sát, nhóm còn khoanh vùng và mời hợp tác một cách hiệu quả qua việc quan sát thái độ người được khảo sát.

Phương pháp phân tích dữ liệu: Để tiến hành phân tích dữ liệu, 182 bảng câu hỏi sẽ được sử dụng để tiến hành khảo sát, được thực hiện bằng phần mềm SPSS.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

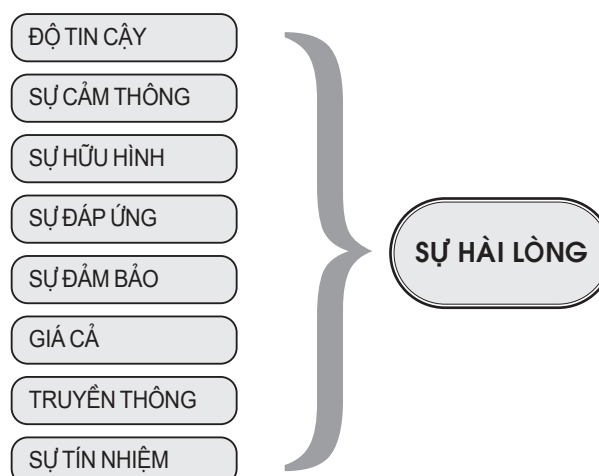
Dựa trên các nghiên cứu trước đây và mục tiêu của nghiên cứu, bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu như sau: (Hình 1)

3.2. Phân tích kết quả nghiên cứu

3.2.1. Hệ số Cronbach's Alpha

Nhận xét: Kết quả kiểm định cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của tổng thể là đều lớn hơn 0,6, hệ số này có ý nghĩa. Hệ số các biến quan sát có hệ

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Bảng 1. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha

STT	Thang đo	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha
1	TC	3	0.843
2	CT	5	0.806
3	HH	3	0.710
4	DU	3	0.840
5	BD	3	0.788
6	GC	3	0.843
7	TT	3	0.824
8	TN		3

số tương quan biến phù hợp (> 0.3), nên đạt yêu cầu về độ tin cậy, không có trường hợp loại bỏ biến. Vì vậy, các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo. (Bảng 1)

3.2.2. Phân tích EFA nhân tố độc lập

Phân tích nhân tố được thực hiện qua 2 lần. Mỗi lần chúng tôi lại loại bớt một số biến có hệ số nhân tố < 0.05 (sẽ không hiển thị trong SPSS). Cứ như vậy tới lần thứ 2, mọi việc đều suôn sẻ. Không còn biến nào bị loại.

a. Biến độc lập

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm tra độ hội tụ của các biến quan sát theo

từng thành phần trong mô hình nghiên cứu đề xuất. Phương pháp rút trích được chọn để phân tích là phương pháp principal components với phép quay varimax.

Tất cả 26 biến quan sát thuộc 10 nhân tố trong mô hình nghiên cứu (biến độc lập) đều được đưa vào phân tích nhân tố khám phá. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) đối với các biến quan sát này cho thấy như sau: (Bảng 2)

Bảng 2. KMO and Bartlett's Test cho biến độc lập

Hệ số KMO		,928
Kiểm định Bartlett's	Giá trị chi bình phương xấp xỉ	2124,867
	Bậc tự do	190
	Mức ý nghĩa	,000

Kiểm định tích thích hợp của mô hình phân tích nhân tố EFA (Kaiser-Meyer-Olkin): Thước đo KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) có giá trị = 0,928 thỏa điều kiện $0,5 \leq KMO \leq 1$. Kết luận: Phân tích nhân tố là phù hợp với dữ liệu thực tế.

Giá trị Sig là 0.000 nhỏ hơn 0.05. Chính vì vậy, nhân tố phân tích khám phá đã phù hợp.

Kết quả từ ma trận xoay Matrix^a cho thấy:

- *Hệ số tải Factor loading*: Mức tiêu chuẩn chấp nhận của hệ số tải Factor loading phụ thuộc vào cỡ mẫu nghiên cứu. Kích thước mẫu của nhóm là 183 nằm trong mức 120-350. Chính vì vậy, lấy hệ số tải là 0.5. Khi thực hiện nhân tố khám phá, nhập vào để lọc ra bảng ma trận xoay. Biến nào có hệ số tải từ 0.5 trở lên sẽ đáp ứng yêu cầu đề ra.

- *Nhân tố Eigenvalues*: Nhân tố số 3 Eigenvalues lớn hơn 1. Nếu dữ liệu được trích ra là 3 nhân tố đầu tiên thì các nhân tố này thể hiện đặc tính dữ liệu tốt nhất so với những nhân tố còn lại.

- *Giá trị phương sai trích là 62.946%*. Có nghĩa là 3 nhân tố được trích trong EFA phản ánh được 62.946% sự biến thiên của tất cả các biến quan sát được đưa vào.

b. Biến phụ thuộc

Hệ số KMO trong phân tích $0,5 \leq .500 \leq 1$, cho thấy rằng kết quả phân tích yếu tố là đảm bảo độ tin cậy.

Bảng 3. KMO and Bartlett's Test cho biến phụ thuộc

Hệ số KMO		,500
Kiểm định Bartlett's	Giá trị chi bình phương xấp xỉ	34,331
	Bậc tự do	1
	Mức ý nghĩa	,000

Kết quả phân tích cho thấy có một nhân tố được trích tại eigenvalue = 1.417 > 1. Nhân tố này giải thích được 70.862% biến thiên dữ liệu của 2 biến quan sát tham gia vào EFA.

3.2.3. Phân tích Tương quan biến Pearson

- Các giá trị sig á đều nhỏ hơn 0,05, do vậy các biến đều tương quan nhau và có ý nghĩa thống kê.

- Hệ số tương quan của các biến X tương tác nhau cũng không quá lớn, một số cặp biến có hệ số pearson > 0,3, vì vậy khi phân tích tương quan cần chú ý hiện tương quan giữa các biến độc lập này. (Bảng 4)

Kết quả Bảng 5 cho thấy mô hình có hệ số R² là 0.585 và hệ số R² hiệu chỉnh là 0.512. Giá trị R² hiệu chỉnh = 0.512 cho thấy các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy ảnh hưởng 51.2% sự biến thiên của biến phụ thuộc, còn lại 48.8% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Kết quả Bảng 5 cũng đưa ra giá trị Durbin-Watson để đánh giá hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất. Giá trị DW = 1.751, nằm trong khoảng 1.5 đến 2.5 nên kết quả không vi phạm giả định tự tương quan chuỗi bậc nhất (Yahua Qiao, 2011).

Kiểm định sự phù hợp tổng thể của mô hình hồi quy.

3.2.4. Phân tích ANOVA

Để kiểm định độ phù hợp mô hình hồi quy, chúng ta đặt giả thuyết H0:R²= 0. Phép kiểm định F được sử dụng để kiểm định giả thuyết này. Kết quả kiểm định: Giá trị sig kiểm định F bằng 0.000 < 0.05, do đó, mô hình hồi quy là phù hợp. (Bảng 6)

- Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. (Bảng 7)

VIF của truyền thông lớn hơn 2 nên bị loại. Mô hình giữ lại đáp ứng và tin cậy

Bảng 4. Kết quả tương quan

		Truyền thông	Đáp ứng	Tin cậy	Hài Lòng
Truyền thông	Hệ số tương quan Pearson	1	,659**	,619**	,668**
	Giá trị Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	Biến quan sát	182	182	182	182
Đáp ứng	Hệ số tương quan Pearson	,659**	1	,588**	,475**
	Giá trị Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	Biến quan sát	182	182	182	182
Tin cậy	Hệ số tương quan Pearson	,619**	,588**	1	,495**
	Giá trị Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	Biến quan sát	182	182	182	182
Hài lòng	Hệ số tương quan Pearson	,668**	,475**	,495**	1
	Giá trị Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	Biến quan sát	182	182	182	182

Bảng 5. Kết quả hồi quy tuyến tính

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Ước lượng sai số chuẩn	Durbin-Watson
1	,765 ^a	,585	,512	,735	1,751

a. Predictors: (Constant), TN3, CT1, HH3, GC2, HH2, TT1, HH1, DU2, TT3, CT3, TC1, DU3, TN1, TC2, GC1, DB2, DB3, DU1, DB1, TT2, DU4, GC4, GC3, TC3, TN2, CT2

b. Dependent Variable: HL2

Bảng 6. Kết quả ANOVA

Model	Tổng trung bình	df	Trung bình	F	Hệ số Sig.	
1	Regression	112,660	26	4,333	8,028	,000 ^b
	Residual	79,877	148	,540		
	Total	192,537		174		

a. Dependent Variable: HL2

b. Predictors: (Constant), TN3, CT1, HH3, GC2, HH2, TT1, HH1, DU2, TT3, CT3, TC1, DU3, TN1, TC2, GC1, DB2, DB3, DU1, DB1, TT2, DU4, GC4, GC3, TC3, TN2, CT2

→ Kết quả mô hình các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng của khách hàng về chất lượng và dịch vụ của Thế giới di động

$$HL = 0,022DU + 0,125TC$$

4. Kết luận

Sự hài lòng của khách hàng là vấn đề hết sức quan trọng đối các doanh nghiệp, các cơ sở kinh doanh nói chung và Thế giới di động nói riêng.

Bảng 7. Phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF	
1	Hằng số	,828	,225		3,682	,000		
	Truyền thông	,664	,092	,576	7,255	,000	,484	2,067
	Đáp ứng	,026	,091	,022	,289	,773	,513	1,948
	Tin cậy	,116	,068	,125	1,699	,091	,560	1,787
a. Dependent Variable: HÀi lòng								

Trong bối cảnh hiện nay, sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp càng trở nên gay gắt. Do vậy, xu hướng chung hiện nay là quan tâm nhiều hơn nữa tới khách hàng. Đứng trước bối cảnh ấy, nghiên cứu nhằm xem xét những nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng, để tìm cách nâng cao sự hài lòng của khách hàng và để góp ý với các nhà quản trị của công ty.

Kết quả nghiên cứu kiểm định đánh giá thang đo đã xác định nhân tố tác động tới sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ của Thế giới di động. Đó là sự đảm bảo về chất lượng dịch vụ.

Về giai đoạn nghiên cứu và kiểm định mô hình hồi quy, các thành phần hồi quy đều phù hợp và có ý nghĩa thống kê, mô hình hồi quy phù hợp với tổng thể. Kết quả hồi quy cho thấy sự hài lòng của khách hàng được tác động qua nhân tố sự đảm bảo về chất lượng dịch vụ. Điều này có nghĩa: Khách hàng cần sự đảm bảo của doanh nghiệp về chất lượng sản phẩm bán ra, các yếu tố về giá, giá cạnh tranh; đảm bảo về cung cấp đầy đủ thông tin sản phẩm, tính cập nhật của thông tin về sản phẩm,...

Qua các phân tích, các kiểm định, có thể khẳng định: Sự đảm bảo về chất lượng dịch vụ là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của Thế giới di động trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

5. Giải pháp

Từ kết quả nghiên cứu đã được trình bày ở

chương trước, tác giả xin đưa ra những khuyến nghị giúp Thế giới di động nâng cao sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ của mình.

Về chất lượng sản phẩm: Hầu hết khách hàng đều cũng mong muốn mua một sản phẩm tốt, xứng đáng với số tiền mình bỏ ra. Vì vậy, đảm bảo chất lượng sản phẩm là một yếu tố quan trọng trong việc nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng. Sản phẩm phải có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, có các số liệu kỹ thuật đạt tiêu chuẩn quốc tế, cung cấp sản phẩm chính hãng.

Về giá cả: Giá cả là vấn đề hết sức nhạy cảm, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ. Chính vì vậy, Thế giới di động cần bán giá đúng cam kết. Đặc biệt, thực hiện cam kết bán giá bằng hoặc rẻ hơn đối thủ cạnh tranh.

Về dịch vụ sau mua: Thực hiện đúng những gì đã cam kết với khách hàng: đổi trả, bảo hành,... Các chương trình khuyến mãi phải thực hiện đúng như chính sách mà công ty đã đề ra.

Về thông tin: Thông tin về sản phẩm, dịch vụ phải được cập nhật thường xuyên đầy đủ. Đa dạng các hình thức truyền thông để khách hàng tiếp cận thông tin một cách dễ dàng hơn. Các hình thức truyền thông phải có sự hấp dẫn, thu hút đối với khách hàng. Từ đó, cung cấp cho khách hàng những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất, phù hợp với điều kiện và nhu cầu của khách hàng. Làm cho khách hàng cảm thấy an tâm khi mua hàng tại Thế giới di động ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Tập 1&2. Hà Nội: NXB Hồng Đức.
2. PGS.TS. Lê Văn Huy (2010). *Giáo trình phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*, Trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng. Hà Nội: NXB Tài chính.
3. Nguyễn Thị Mai Trang (2006). Chất lượng dịch vụ, sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng siêu thị tại TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Phát triển khoa học và Công nghệ*, 9(10), 57-70.
4. Trần Minh Tấn (2018). *Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại chuỗi cửa hàng bán lẻ Co.op Smile*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh.
5. Hà Nam Khánh Giao & Nguyễn Tấn Vũ (2011). Sự thỏa mãn của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hệ thống siêu thị Vinatexmart. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 253, 9-16.

Ngày nhận bài: 10/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/12/2022

Thông tin tác giả:

TRƯỜNG HOÀNG HOA DUYÊN

Khoa Quản trị kinh doanh

Trường Đại học Duy Tân

**THE SATISFACTION OF CUSTOMERS
WITH THE SERVICE QUALITY OF MOBILE WORLD
IN DA NANG CITY**

● **TRUONG HOANG HOA DUYEN**

Faculty of Business Administration, Duy Tan University

ABSTRACT:

Along with the development of society, customers are demanding more on customer services. It is necessary to explore the factors affecting the satisfaction of customers with the service quality to help businesses assess the level of customer satisfaction and find out solutions to improve their service quality in the future.

Keywords: customer satisfaction, service quality, Mobile World, Da Nang city.

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG LĨNH VỰC KINH DOANH NHÀ HÀNG: CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG VÀ GIẢI PHÁP

● NGUYỄN HUỲNH MAI XUÂN

TÓM TẮT:

Việc phát triển du lịch nói chung và hoạt động kinh doanh nhà hàng nói riêng cần theo hướng thân thiện với môi trường, quan tâm dung hòa các vấn đề kinh tế, xã hội để đảm bảo tiêu chuẩn bền vững. Vì vậy, nghiên cứu này trình bày các yếu tố ảnh hưởng đến vấn đề phát triển bền vững lĩnh vực nhà hàng và các thách thức khi thực hiện, đồng thời đề xuất các giải pháp thực hiện cho các cơ sở kinh doanh nhà hàng và dịch vụ ăn uống.

Từ khóa: phát triển bền vững, kinh doanh, nhà hàng, dịch vụ nhà hàng.

1. Đặt vấn đề

Tại Việt Nam và các nước trên thế giới, nhà hàng và dịch vụ ăn uống chiếm vị trí quan trọng trong toàn ngành Du lịch. Bên cạnh các địa điểm du lịch và lưu trú, ẩm thực là mối quan tâm hàng đầu của du khách. Các lĩnh vực này vừa hoạt động riêng lẻ, song cũng có thể kết hợp với nhau theo nhu cầu của khách, hoặc mục đích hoạt động của đơn vị kinh doanh.

Cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, đời sống nhân dân tăng lên, nhu cầu về dịch vụ ăn uống cũng tăng nhanh, khiến cho các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống phát triển mạnh mẽ và đa dạng với các hình thức nhà hàng, quán ăn, quán bar,... Tương tự như với dịch vụ lưu trú, các loại hình kinh doanh dịch vụ ăn uống hoạt động độc lập ở đường phố, trong các khách sạn, thậm chí trên các phương tiện vận chuyển... không chỉ hướng đến các đối tượng có

nhu cầu trong nước, mà thông qua các món ăn đã được nâng lên thành văn hóa ẩm thực bản địa đặc sắc, qua đó thể hiện nền văn hóa dân tộc, nâng cao giá trị ẩm thực Việt và thu hút khách du lịch. Ngoài những lợi ích kinh tế, các hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống còn giải quyết một số lượng lớn việc làm cho người lao động, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và đảm bảo an sinh xã hội.

Những giá trị kinh tế của hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống đem lại đã đặt ra yêu cầu cần thiết phải thu hút nguồn lực xã hội, nhà đầu tư có công nghệ hiện đại, thân thiện với môi trường để đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật cho các cơ sở lưu trú, cơ sở vui chơi giải trí, khu nghỉ dưỡng phức hợp cao cấp, phù hợp với nhu cầu và xu hướng du lịch mới.

Môi trường đang bị tấn công hàng ngày bởi cuộc

sống của con người và các nhà hàng là một phần của vấn đề (Choi & Parsa, 2007). Để khắc phục vấn đề này, các nhà hàng hiện đang thúc đẩy và thực hiện các sáng kiến bền vững (Choi & Parsa, 2007). Ngành công nghiệp nhà hàng đòi hỏi một mô hình bền vững và thực hành xanh để bảo vệ môi trường và đáp ứng nhu cầu xã hội trong tương lai Wang (2013). Do đó, mục tiêu của nghiên cứu là nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững lĩnh vực nhà hàng, tìm hiểu thực trạng và gợi ý một số giải pháp.

2. Phát triển bền vững lĩnh vực nhà hàng

2.1. Phát triển bền vững lĩnh vực nhà hàng

Phát triển du lịch bền vững là vấn đề cần thiết trong mọi lĩnh vực vì sự bền vững tồn tại của con người, hài hòa với môi trường tự nhiên - xã hội. UNWTO đã đưa ra quan điểm về phát triển du lịch bền vững, đó là “Phát triển du lịch bền vững đáp

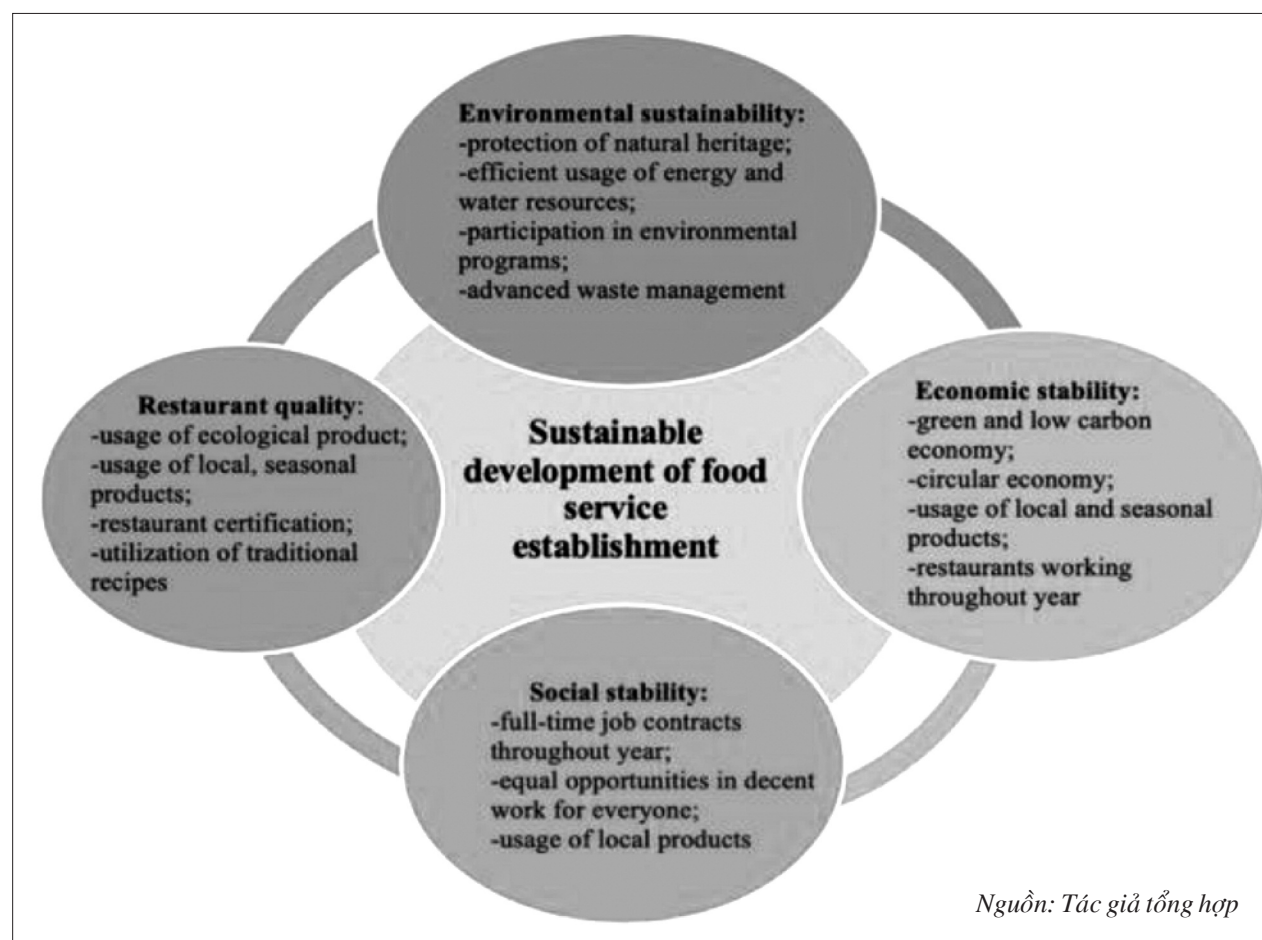
ứng nhu cầu của khách du lịch hiện tại và các khu vực tiếp nhận, đồng thời bảo vệ và nâng cao cơ hội cho tương lai. Trong đó, việc quản lý tất cả các nguồn lực theo cách mà các nhu cầu kinh tế, xã hội và thẩm mỹ có thể được đáp ứng trong khi duy trì tính toàn vẹn văn hóa, các quá trình thiết yếu, đa dạng sinh học và hệ thống hỗ trợ cuộc sống”.

Du lịch bền vững có nhiều cách hiểu khác nhau và dựa trên 3 trụ cột chính, đó là: bền vững về kinh tế, xã hội và môi trường.

Trong đó, theo Mariia Iamkovaia và cộng sự (2019), phát triển bền vững lĩnh vực nhà hàng bao gồm các hành động: sử dụng năng lượng và nước hiệu quả, tái chế, sử dụng các sản phẩm địa phương, sinh thái và theo mùa, quan hệ lao động công bằng và ổn định, tham gia vào các chương trình môi trường.

Gilg, A.; Barr, S.; Ford, N (2005) đã định nghĩa

Hình 1: Mô hình nhà hàng phát triển bền vững ở cấp địa phương



một nhà hàng sinh thái hoặc xanh là nhà hàng hoạt động theo cách thân thiện với môi trường với 3 R (giảm thiểu, tái sử dụng và tái chế) và 2 Es (năng lượng và hiệu quả).

2.2. Các yếu tố cốt lõi để có được sự bền vững trong lĩnh vực dịch vụ nhà hàng

❖ Theo DiPietro, R.B.; Gregory, S.; Jackson (2015), cần quản lý sự đảm bảo kinh tế và môi trường trong phát triển bền vững lĩnh vực nhà hàng, như: sử dụng ít năng lượng, sử dụng thông minh nguồn nước, giảm thiểu chất thải. Lựa chọn nguồn thực phẩm có trách nhiệm: Mua thực phẩm theo nguyên tắc thương mại công bằng, nghĩa là thực phẩm có quy trình canh tác/sản xuất không vi phạm nguyên tắc đạo đức và là sản phẩm địa phương.

❖ Chernyshev (2019): Sự ổn định xã hội được thể hiện bằng việc cung cấp việc làm tốt không phân biệt giới tính, chủng tộc và xây dựng được những việc làm ý nghĩa trong kinh doanh thân thiện với môi trường. Cơ sở việc làm ý nghĩa ngụ ý các cơ hội bình đẳng về công việc toàn thời gian và công việc ổn định.

❖ Chăm sóc khách hàng và cộng đồng: Cung cấp môi trường an toàn cho khách hàng; gắn kết, đóng góp tích cực cho cộng đồng địa phương.

3. Các thách thức đối với tính bền vững của lĩnh vực nhà hàng

Việc thực hiện yếu kém nguyên tắc vệ sinh thực phẩm đang gây ra những rủi ro đối với sức khỏe của khách hàng và có nguy cơ gây tổn hại danh tiếng của cả lĩnh vực phục vụ nhà hàng, đặc biệt trên thị trường quốc tế.

Những hạn chế trong việc thực hiện đúng các tiêu chuẩn của điều kiện lao động, trong chuỗi cung ứng phục vụ nhà hàng, như không cho nghỉ đủ ngày phép, đòi hỏi làm việc nhiều giờ và không trả lương tương ứng mức lương tối thiểu,... khiến người lao động phải đối mặt với rủi ro về sức khỏe và thu nhập.

Việc mua bán các loại động vật quý hiếm làm gia tăng sự mất cân bằng sinh thái và gây ảnh hưởng tiêu cực tới hệ sinh thái.

Do tính chất bình dân của lĩnh vực phục vụ nhà hàng và đặc tính sở hữu, điều hành cơ sở kinh doanh bởi các hộ gia đình, các mô hình kinh doanh này có xu hướng trưng dụng các thành viên trong

gia đình, là người lao động không có kỹ năng phục vụ, thay vì thuê tuyển nhân viên đạt tiêu chuẩn nghề phục vụ khách hàng. Điều này đã làm ảnh hưởng tới sự hài lòng của thực khách, cũng như mong muốn trở lại và giới thiệu tích cực cho khách khác (tình trạng này phổ biến với khách du lịch quốc tế hơn).

4. Giải pháp

4.1. Các vấn đề về phát triển kinh tế

Wang và cộng sự (2013) nêu rõ, việc giảm tiêu thụ nước và năng lượng có thể đạt được bằng cách cải thiện quản lý môi trường, thiết kế nhà hàng và nâng cao nhận thức của thực khách và nhân viên về hành vi có trách nhiệm với môi trường. Trong khi đó, Chou và cộng sự (2016) đã thảo luận rằng việc đưa ra quy định bắt buộc để cài đặt các kỹ thuật đổi mới đóng vai trò là công cụ để áp dụng các giải pháp kinh doanh thân thiện môi trường.

Việc tái chế chất thải cũng là giải pháp tốt trong các nhà hàng, tái chế được coi là một trong những cách tiếp cận hiệu quả nhất để phục hồi tài nguyên bằng cách thu gom và tái sử dụng. Các công cụ quản lý như giảm thiểu phát sinh chất thải, thành phần rác và việc kiểm tra liên tục phải được giám đốc nhà hàng áp dụng để kiểm soát sự lãng phí trong nhà hàng. Ngoài ra, cần khuyến khích nhân viên, công dân địa phương và khách hàng tham gia vào hoạt động tái chế để hỗ trợ tạo ra một xã hội có trách nhiệm với môi trường.

4.2. Các vấn đề về ổn định xã hội

Phần lớn nhân nhân viên nhà hàng được làm việc bán thời gian. Cần định hướng từ các doanh nghiệp việc tạo ra các hoạt động kinh doanh để đảm bảo sự ổn định trong công việc của nhân viên. Đồng thời, cần phối hợp với các lĩnh vực khác để tạo ra nhiều cơ hội đầu tư, phát triển các lĩnh vực, kéo theo sự phát triển lĩnh vực nhà hàng; Thỏa mãn nhu cầu khách hàng cao hơn để duy trì tốt hoạt động kinh doanh; Đảm bảo công ăn việc làm và an sinh xã hội.

4.3. Các vấn đề về bảo vệ môi trường

Giảm thiểu việc sử dụng rác thải nhựa tại các doanh nghiệp nhà hàng. Áp dụng công nghệ vào việc xử lý nước thải và rác thải. Thực hành tiết kiệm trong việc sử dụng các nguồn năng lượng. Ríos Fernández và Roqueñí (2018) đã đưa ra danh sách những hướng dẫn để bảo tồn các nguồn năng

lượng bằng cách lắp đặt các kỹ thuật sáng tạo của hệ thống chiếu sáng, hệ thống làm mát, điều hòa không khí, lò nướng bánh mì và sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo.

4.4. Các vấn đề về chất lượng nhà hàng

Lang và Lemmerer (2019) nhấn mạnh việc sử dụng các sản phẩm sinh thái địa phương thông qua các dịch vụ ăn uống sẽ làm giảm lượng khí thải carbon, kích thích các trang trại sinh thái địa phương và đáp ứng nhu cầu của khách hàng xanh. Tại thời điểm hiện nay, khách hàng đã nhận thức được tác động có hại của thực phẩm công nghiệp và thích ăn thực phẩm sinh thái, địa phương.

Quá trình áp dụng mô hình bền vững và giải pháp thân thiện môi trường sẽ kích thích văn hóa nhận thức của người lao động và khách hàng hướng tới ý thức môi trường cao hơn. Kết quả một số nghiên cứu cho thấy nhân viên nhà hàng được đào tạo về môi trường thường xuyên đã thích nghi với các thực hành bền vững thành công hơn. (Wang và cộng sự, 2013). Do đó, cải thiện quản lý môi trường, gia tăng hoạt động đào tạo nhân viên về bảo vệ môi

trường, sự tham gia của cộng đồng địa phương và khách du lịch vào quá trình phát triển bền vững ngành nhà hàng sẽ cho phép họ hình thành “du lịch bền vững dựa vào cộng đồng”, đạt đến sự bền vững, tăng lợi ích kinh tế và bảo tồn các địa điểm tự nhiên (Dangi và cộng sự, 2016).

5. Kết luận

Trong thế giới hiện đại, khi những vấn đề về ô nhiễm môi trường, thực phẩm bẩn luôn được xã hội quan tâm giảm thiểu, cùng sự “lên ngôi” của lối sống “organic”, giải pháp xanh là một yêu cầu quan trọng để các nhà hàng thực hiện hướng đến phát triển bền vững. Nghiên cứu đã chỉ ra được một số yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững lĩnh vực nhà hàng và gợi ý các vấn đề cần thực hiện để góp phần duy trì sự phát triển và tăng tính bền vững cho lĩnh vực nhà hàng, như: các vấn đề về kinh tế, ổn định xã hội, quan tâm bảo vệ môi trường và đảm bảo chất lượng ở các cơ sở nhà hàng. Nghiên cứu trong tương lai cần tiếp cận các ý kiến từ doanh nghiệp địa phương để hoàn chỉnh hơn tính thực tế của giải pháp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. World Tourism Organization (UNWTO). Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030. Available at: <https://www.e.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419401~cc.pdf>.
2. Dangi, T.B. Jamal. (2016). An Integrated Approach to “Sustainable Community-Based Tourism”. *Sustainability*, 8, 475.
3. Gilg, A.; Barr, S.; Ford, N. (2005). Green consumption or sustainable lifestyles? *Identifying the sustainable consumer*, 481-504.
4. Chernyshev, I. (2018). Measuring the Sustainability of Tourism Issues in Measuring the Employment Aspects of Sustainable Tourism. World Tourism Organization. Available at: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gjasd_mst_discussion_note_employment_issues.pdf.
5. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (1994). *Agenda 21 for Travel and Tourism: Towards Environmentally Sustainable Tourism*; WTO, WTTC and the Earth Council: London, UK.
6. United Nations Environment Program (United Nations), World Tourism Organization (UNEP-UNWTO, 2005). *Making Tourism More Sustainable-A Guide for Policy Makers*; UNWTO: Madrid, Spain, 2005; pp. 9, 20. Available at: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTLx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>.
7. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2013). *Du lịch có trách nhiệm đối với lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng tại Việt Nam*. Chương trình phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (Dự án EU).
8. Wang, Y.F.; Chen, S.P.; Lee, Y.C.; Tsai, C.T. (2013). Developing green management standards for restaurants: An application of green supply chain management. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 263-273.

9. Chou, S.F.; Horng, J.S.; Liu, C.H.; Huang, Y.C.; Chung, Y.C. (2016). Expert concepts of sustainable service innovation in restaurants in Taiwan. *Sustainability*, 8, 739.
10. Lang, M.; Lemmerer, A. (2019). How and why restaurant patrons value locally sourced foods and ingredients. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 76-88
11. Horng, J.S.; Chou, S.F.; Liu, C.S.; Tsai, C.Y. (2013). Creativity: Aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. *Tourism Management*, 36, 15-25.
12. Dang, T.B.; Jamal, T. (2016). An Integrated Approach to “Sustainable Community-Based Tourism”. *Sustainability*, 8, 475.

Ngày nhận bài: 16/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 26/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN HUỲNH MAI XUÂN

Khoa Quản trị Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn

Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

DEVELOPING THE RESTAURANT INDUSTRY SUSTAINBLY: AFFECTING FACTORS AND SOLUTIONS

● Master. **NGUYEN HUYNH MAI XUAN**

Faculty of Tourism and Hospitality Management

HUTECH University

ABSTRACT:

The development of tourism in general and the development of restaurants in particular should be environmentally friendly and pay attention to harmonize economic and social issues to ensure sustainable standards. This study explores the factors affecting the sustainable development of the restaurant industry and the challenges facing the implementation of sustainable standards. Based on the study's findings, some solutions are proposed to make the restaurant industry environmentally friendly.

Keywords: sustainable development, business, restaurant, restaurant services.

LỢI THẾ CẠNH TRANH: TIẾP THỊ KỸ THUẬT SỐ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH Ở VIỆT NAM

● NGUYỄN XUÂN NHÌ - ĐẶNG THỊ THU HIỀN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm mục đích đánh giá vai trò của tiếp thị kỹ thuật số (TTKTS) trong các doanh nghiệp du lịch và lữ hành tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu định tính 10 chuyên gia marketing trong ngành Du lịch cho thấy các điểm then chốt của TTKTS được xác định tại nghiên cứu này là lưu lượng truy cập trang web, tiếp thị truyền thông xã hội, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm, chi trả cho mỗi lần nhấp chuột, tiếp thị bằng điện thoại di động và tiếp thị qua email. Những yếu tố TTKTS có tác động tích cực đến hiệu quả công tác quản lý quan hệ khách hàng, bán hàng trực tuyến và hậu mãi của doanh nghiệp tạo ra lợi thế cạnh tranh có tác động đáng kể đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch và lữ hành.

Từ khóa: lợi thế cạnh tranh, du lịch và lữ hành, tiếp thị kỹ thuật số.

1. Đặt vấn đề

Du lịch là một trong những ngành công nghiệp lớn và quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (WTO), ngành Du lịch đã mang lại khoảng 334 triệu (10,6%) việc làm cả trực tiếp và gián tiếp trên toàn thế giới trong năm 2019. Tại Việt Nam (năm 2019), khách quốc tế đạt hơn 18 triệu lượt và 85 triệu lượt khách nội địa. Tổng doanh thu đạt 755.000 tỷ đồng (32,8 tỷ USD) đóng góp 9,2% vào GDP Quốc gia (thống kê của Tổng cục Du lịch Việt Nam). Du lịch có vai trò thúc đẩy các ngành kinh tế hỗ trợ phát triển như: bưu chính viễn thông; giao thông vận tải; bảo hiểm, dịch vụ tài chính; dịch vụ lưu trú và ăn uống; dịch vụ giải

trí;... từ đó thúc đẩy tăng trưởng nhanh tổng sản phẩm kinh tế quốc dân nhờ đem lại một thị trường tiêu thụ hàng hóa rộng lớn. Để thu hút khách hàng mới, các nhà kinh doanh du lịch sử dụng các công cụ kỹ thuật số như website, ứng dụng điện thoại di động và phương tiện truyền thông xã hội để quảng bá hình ảnh, cải thiện dịch vụ khách hàng và tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Lĩnh vực công nghệ số là một trong những lĩnh vực luôn được Đảng và Nhà nước ưu tiên hàng đầu trong khuyến khích đầu tư và đẩy nhanh phát triển. Ngày 22 tháng 4 năm 2022, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành Quyết định số 505/QĐ-TTg về ngày Chuyển đổi số quốc gia, nhằm đẩy nhanh tiến độ triển khai các nhiệm vụ về chuyển

đổi số quốc gia, thực hiện hiệu quả Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Ngành Du lịch cũng xác định “Chuyển đổi số là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của ngành Du lịch Việt Nam. Trong đó, tăng cường ứng dụng công nghệ, phát triển sản phẩm mới phục vụ khách du lịch là một định hướng quan trọng”.

Như vậy, dựa trên nền tảng số, ngành Du lịch nói chung và lĩnh vực nói riêng đang nắm bắt lấy cơ hội để thay đổi mô hình kinh doanh thông qua việc thay đổi cách thức tổ chức, xử lý các giao dịch, tiếp nhận và xử lý thông tin, dữ liệu về cung và cầu du lịch. Các doanh nghiệp lĩnh vực này cũng đưa ra các chiến lược tiếp thị dựa trên nền tảng số để dễ dàng tiếp cận, tương tác với khách du lịch, đồng thời mở ra cách tiếp thị mới, mang tính sáng tạo cao nhằm cung cấp dịch vụ du lịch hiệu quả, nâng cao trải nghiệm khách hàng. Theo Digital Data report (1/2022), thế giới hiện 4,95 tỉ người sử dụng mạng internet, trong đó 4,62 tỉ người kết nối và hoạt động trên mạng xã hội. Phân tích của Kepios (2022) cho thấy người dùng Internet ở Việt Nam tăng 3,4 triệu (+4,9%) từ năm 2021 đến 2022. Từ các số liệu trên cho thấy: tiếp thị trên nền tảng công nghệ số có vai trò vô cùng quan trọng trong việc thúc đẩy lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp nhằm tiếp cận, thu hút, tương tác với khách du lịch, giúp các nhà kinh doanh du lịch quảng bá thương hiệu một cách hiệu quả. Mặt khác, theo số liệu thống kê của Tổng cục Du lịch (2022), Việt Nam có tới 4.682 doanh nghiệp lĩnh vực hành, trong đó 1.352 nội địa và 3.330 quốc tế. Tuy nhiên, lực lượng này chưa phát huy tối đa các chức năng và vai trò công nghệ trong hoạt động tư vấn, tiếp thị đến khách du lịch. Các công ty lĩnh vực này kể cả cơ sở lưu trú đầu tư cho công nghệ thông tin chủ yếu là các tiện ích Internet ở mức cơ bản như website du lịch, phục vụ cho việc đặt phòng và bán tour trực tuyến. Nghiên cứu này khái quát những vấn đề lý luận và thực tiễn về lợi thế cạnh tranh đối với TTKTS trong du lịch, đồng thời đánh giá vai trò và lợi ích của TTKTS trong hoạt động thu hút khách du lịch. Bên cạnh đó, bài báo cũng gợi ý một số yêu cầu cần thiết để nhà hoạch định chính sách tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có thể ứng dụng công nghệ kỹ thuật số trong hoạt động tiếp thị nhằm thu hút khách du lịch đến Việt Nam nhiều hơn.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Tiếp thị kỹ thuật số (Digital Marketing) trong du lịch

Mandal và cộng sự (2016) đã định nghĩa TTKTS là việc quảng bá thương hiệu bằng cách sử dụng tất cả các hình thức phương tiện quảng cáo kỹ thuật số có sẵn để tiếp cận phân khúc khách hàng mục tiêu. TTKTS bao gồm tất cả các loại hình tiếp thị liên quan đến việc sử dụng các phương tiện truyền thông điện tử của các nhà tiếp thị để quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ vào thị trường với mục tiêu chính là thu hút khách hàng và cho phép họ đến tương tác với các nhãn hiệu (Yasmin, 2015). Trong phạm vi của nghiên cứu này, TTKTS đề cập đến việc quảng bá sản phẩm và dịch vụ bằng phương tiện quảng cáo kỹ thuật.

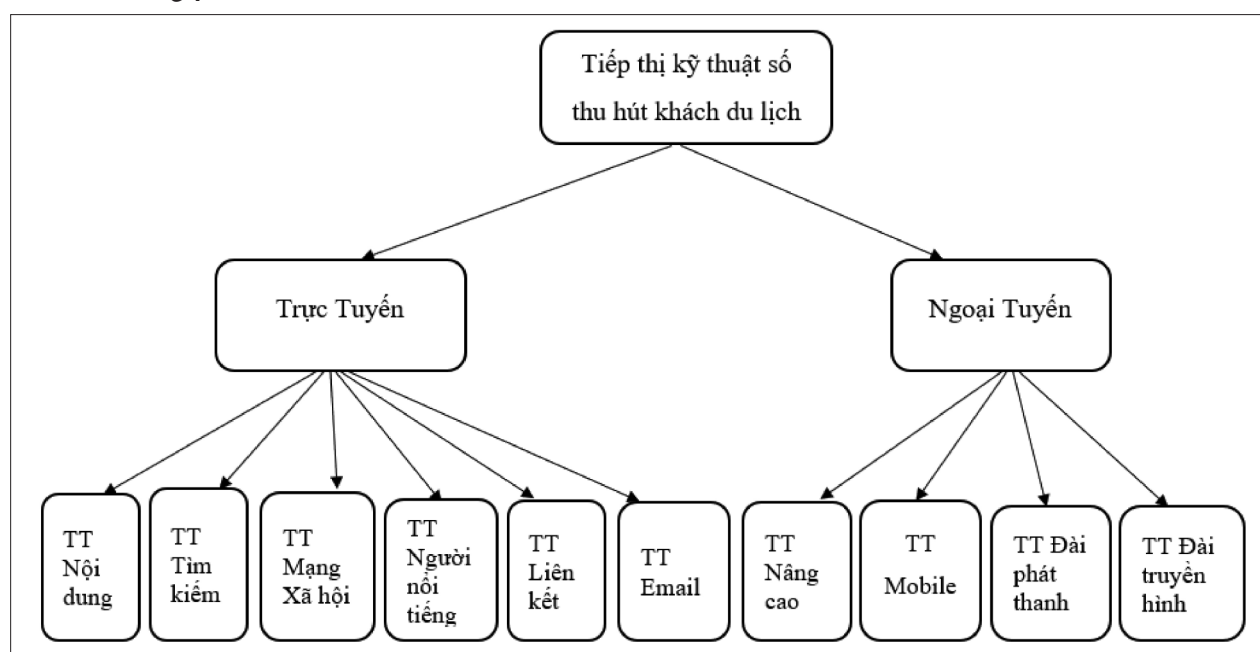
Đặc tính của công nghệ kỹ thuật số là giúp doanh nghiệp hiểu chi tiết về đặc điểm của người tiêu dùng và hành vi của họ trong môi trường giao tiếp điện tử. Từ đó, doanh nghiệp có thể thay đổi các chiến lược kinh doanh phù hợp với từng nhóm đối tượng khách hàng. TTKTS được chia làm 2 loại chính, đó là TTKTS trực tuyến (Online Digital Marketing) và TTKTS ngoại tuyến (Offline Digital Marketing). (Hình 1)

+ TTKTS trực tuyến bao gồm: TT nội dung; TT thương mại điện tử; TT truyền thông xã hội; TT qua Email; TT người có tầm ảnh hưởng; TT dựa trên dữ liệu; TT chiến dịch; TT trên công cụ tìm kiếm; tối ưu hóa phương tiện truyền thông xã hội; tối ưu hóa công cụ tìm kiếm; Tự động hóa nội dung; Quảng cáo hiển thị.

+ TTKTS ngoại tuyến bao gồm các hoạt động truyền thông được hiển thị trên các thiết bị điện tử như: sách, báo điện tử; các trò chơi điện tử; công nghệ biển báo quảng cáo kỹ thuật số (Digital signage); Dịch vụ tin nhắn ngắn (SMS) hay MMS (tin nhắn kết hợp hình ảnh, âm thanh) của thiết bị điện thoại di động.

Một trong những lợi thế lớn nhất của TTKTS là có sẵn một lượng dữ liệu khổng lồ. Với hầu hết các hình thức Digital Marketing, một công ty có thể biết chính xác phần nào trong kế hoạch tiếp thị của họ đang thu hút sự chú ý và chuyển đổi những người xem đó thành người tiêu dùng. Sử dụng dữ liệu này, họ có thể điều chỉnh các kế hoạch tiếp thị của mình để đáp ứng nhanh chóng nhu cầu luôn thay đổi của người tiêu dùng. Khách hàng có xu hướng truy cập thông tin từ các

Hình 1: Khung phân tích



website hoặc trang tin tức, cũng như các hình ảnh và video về điểm đến (Gupta, 2019).

Như vậy, từ những định nghĩa đã đưa ra từ các nhà nghiên cứu đi trước, nhóm nghiên cứu đúc kết lại: TTKTS là một phương pháp được áp dụng trong hoạt động tiếp thị có sử dụng các phương tiện kỹ thuật số dựa trên nền tảng internet hoặc ngoại tuyến để quảng bá thương hiệu, hình ảnh, sản phẩm/dịch vụ nhằm tiếp cận, tương tác, thu hút khách hàng, chăm sóc và giữ chân khách hàng với mục đích đạt được các mục tiêu marketing cho doanh nghiệp.

2.2. Vai trò của tiếp thị kỹ thuật số đối với các doanh nghiệp lữ hành

Khi nền kinh tế hội nhập, thị trường du lịch có nhiều cơ hội tiếp đón du khách quốc tế cũng là lúc các doanh nghiệp phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt để thu hút khách du lịch. TTKTS trở thành công cụ đắc lực giúp các nhà quản trị rút ngắn thời gian để hiểu tâm lý, hành vi, thị hiếu hay những mong muốn (customer insight) của du khách, từ đó doanh nghiệp thiết lập phân khúc khách hàng đáp ứng với mỗi tiêu chí của sản phẩm. Thông qua TTKTS, doanh nghiệp lữ hành truyền tải đến khách hàng thông tin chính xác và hiệu quả hơn. Đây chính là lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp khi áp dụng các kỹ thuật để tiếp thị. Mặt khác, TTKTS giúp doanh nghiệp hiểu về cách thức và

các chiến lược đối thủ đang thực hiện để kịp thời hoạch định chiến lược kinh doanh và tiếp cận đến khách hàng hiệu quả hơn. Điều này gia tăng lợi thế cạnh tranh, vì chi phí quảng cáo thấp nhưng mang lại hiệu quả cao. Có 3 yếu tố chính của TTKTS để thu hút du khách cho các doanh nghiệp lữ hành, bao gồm:

+ Đáp ứng nhanh, thỏa mãn nhu cầu du khách: TTKTS hỗ trợ đắc lực trong việc xây dựng và quảng bá thương hiệu, giúp khách hàng nhận thức, chú ý đến sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp trên các nền tảng số dựa vào đặc tính lan tỏa thông tin mạnh mẽ theo cấp số nhân. Cung cấp cho du khách cách thức sử dụng các loại hình sản phẩm dịch vụ du lịch phù hợp với nhu cầu, điều kiện và khiến du khách chủ động cung cấp thông tin phản hồi đến với doanh nghiệp từ các kênh video clip, game flash tương tác, game quảng cáo (advergame), ebook, hình ảnh, tin nhắn văn bản, email, website, các sự kiện hay cuộc thi gây chú ý.

+ Xây dựng niềm tin của du khách: Một chiến dịch marketing lan truyền được xem là thành công khi người xem cảm giác thích thú thông điệp được đưa ra, tạo dựng niềm tin và sau đó lan truyền chúng một cách vô thức thông qua việc gửi đường dẫn, đăng blog, hay truyền miệng điện tử như việc một khách du lịch muốn kể cho một người khác về chuyến du lịch hay một sản phẩm dịch vụ của một

doanh nghiệp lựa hành mà họ cảm thấy hài lòng là cách tạo dựng niềm tin của du khách đối với doanh nghiệp trên môi trường trực tuyến để khách hàng dễ dàng tiếp cận và lựa chọn sản phẩm dịch vụ. Tất cả những hành động này nhằm mục đích thu hút du khách sử dụng sản phẩm dịch vụ du lịch, cũng như nhắc nhở khách hàng hiểu rõ hơn về vị trí, vai trò, hình ảnh doanh nghiệp trên thương trường.

+ Chuyển đổi mục tiêu thành khách hàng của doanh nghiệp: Dùng kỹ thuật số để tiếp cận và tương tác trực tiếp với khách du lịch thông qua các hoạt động marketing. Trước khi triển khai các hoạt động quảng cáo, doanh nghiệp có thể phân nhóm khách du lịch theo các tiêu chí nhân khẩu học như đặc điểm địa lý, thu nhập, độ tuổi, nhu cầu, sở thích hoặc văn hóa thói quen của từng nhóm khách hàng hoặc tự xây dựng tiêu chí về khách hàng mà doanh nghiệp muốn nhắm đến. Phân nhóm khách sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng truyền tải thông điệp quảng cáo đến đúng đối tượng khách du lịch phù hợp hoặc thị trường khách với sản phẩm - dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp thay vì quảng cáo đại trà. Nhờ sự phân nhóm này, sự chuyển đổi khách hàng mục tiêu thành khách hàng thực sự sẽ hiệu quả hơn. Sử dụng các kỹ thuật trong đo lường tỷ lệ chuyển đổi từ những người quan tâm, người đăng ký, giao dịch hay tỉ lệ bán dịch vụ tour tuyến để xây dựng các chiến lược kinh doanh phù hợp.

2.3. Tiếp thị kỹ thuật số tạo lợi thế cạnh tranh trong du lịch

Từ lý thuyết cạnh tranh của Porter (1990), Harrigan và cộng sự (2017) cho tới gần đây là Kerdpitak (2022) đã chứng minh rằng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng doanh nghiệp tạo ra được lợi thế cạnh tranh trong việc cung cấp dịch vụ và thỏa mãn các đòi hỏi của khách hàng tốt hơn đối thủ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần và phát triển bền vững. Stoyanova-Bozhkova và cộng sự (2022) cũng cho rằng sự phát triển của công nghệ thu hút người dùng internet và điện thoại thông minh đã được ghi nhận về những đổi mới như TTKTS thông qua các nền tảng truyền thông kỹ thuật số như Facebook có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh không chỉ đối với các quốc gia, mà còn đối với doanh nghiệp trong việc gia tăng số lượng khách du lịch. Vai trò của TTKTS đóng vai trò quan trọng trong hoạt động

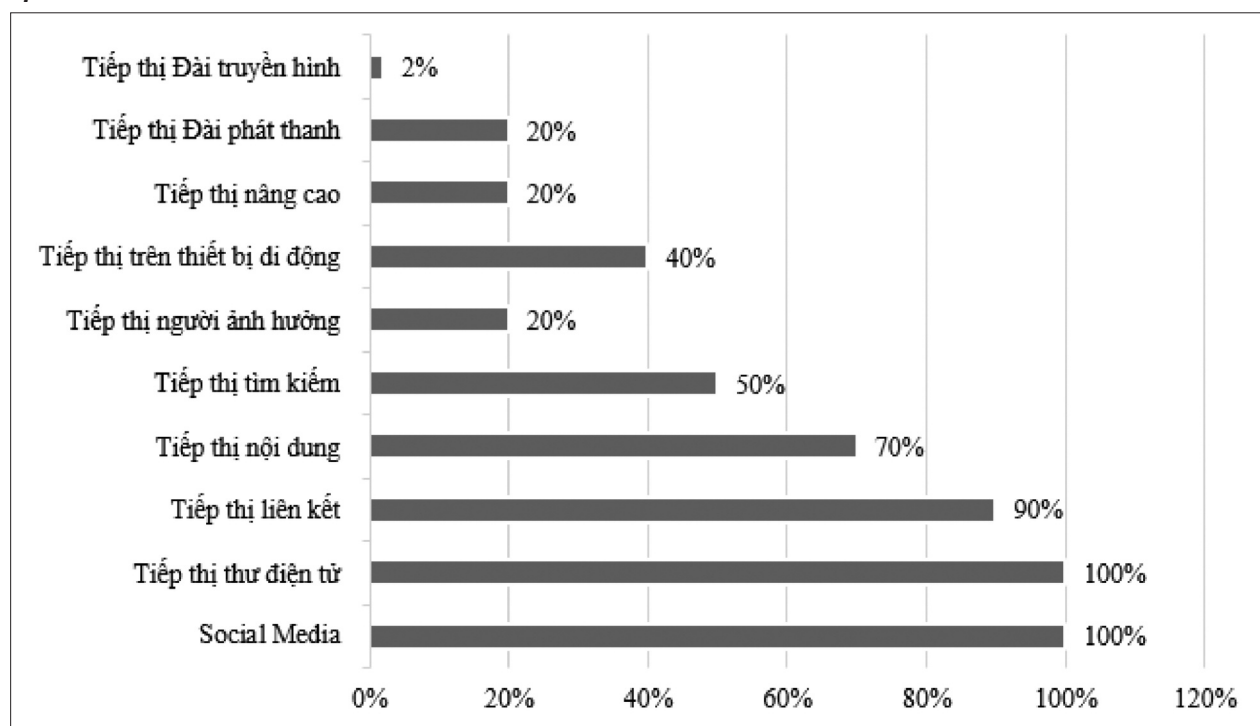
tiếp thị kinh doanh du lịch. TTKTS giúp các doanh nghiệp du lịch và lựa hành tìm thị trường mới, tăng cường các chiến dịch quảng cáo và tiếp thị và chuyển đổi nhanh chóng sang phương tiện truyền thông xã hội đang phát triển. TTKTS mang đến cơ hội cắt giảm chi phí quảng cáo, tăng khả năng hiển thị, cải thiện mối quan hệ khách hàng, cung cấp khả năng cảm nhận thị trường nâng cao và tăng hiệu quả kinh doanh.

3. Đánh giá mức độ sẵn sàng tiếp nhận kỹ thuật số tại các doanh nghiệp lựa hành

Sau khi xem xét các tài liệu liên quan, nhóm tác giả thực hiện phỏng vấn sâu dưới hình thức bán cấu trúc với 10 quản lý các doanh nghiệp lựa hành trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Các câu hỏi đề cập đến sự hữu ích và cách sử dụng hiệu quả các công cụ kỹ thuật số trong quá trình thực hiện chiến lược tiếp thị cho doanh nghiệp lựa hành như: Tiếp thị nội dung, Tiếp thị công cụ tìm kiếm, Tiếp thị liên kết, Tiếp thị thông qua người có sức ảnh hưởng, tiếp thị truyền thông xã hội và Tiếp thị qua thư điện tử. Tác giả tập trung vào câu trả lời để tìm ra những yếu tố mới trong TTKTS, phân tích và lý giải dựa trên tình hình thực tế. Kế đến, nhóm tác giả tìm hiểu mức độ sẵn sàng tiếp nhận kỹ thuật số tại các doanh nghiệp lựa hành trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. (Hình 2). Sau đây là kết quả điều tra 50 doanh nghiệp lựa hành có sử dụng TTKTS.

Theo dữ liệu ở Hình 2, hình thức TTKT gồm: Tiếp thị Nội dung, Tiếp thị Liên kết, Tiếp thị truyền thông xã hội và Tiếp thị qua thư điện tử được nhiều doanh nghiệp áp dụng nhất. Cụ thể: có 100% sử dụng hình thức TT truyền thông xã hội và TT qua E-mail. Có 90% doanh nghiệp áp dụng hình thức Liên kết; 70% áp dụng hình thức tiếp thị nội dung, 50% sử dụng hình thức tiếp thị công cụ tìm kiếm, 20% doanh nghiệp sử dụng hình thức tiếp thị thông qua người nổi tiếng. Đối với các kênh ngoại tuyến, hiện nay các doanh nghiệp lựa hành vẫn đang áp dụng nhiều nhất trên kênh Tiếp thị di động; tiếp theo là các kênh Tiếp thị nâng cao và Tiếp thị trên Đài phát thanh kỹ thuật số. Bằng công nghệ kỹ thuật số, khách du lịch tìm kiếm thông tin liên quan đến các dịch vụ du lịch kịp thời, chính xác và sẵn có. Như vậy, các doanh nghiệp lựa hành sẽ tận dụng tối đa các hình thức tiếp thị, cũng như ứng dụng rất nhiều kênh quảng cáo để tối ưu hóa hiệu quả các kênh trong hoạt động tiếp thị của mình.

Hình 2: Các hình thức TTKTS đang được sử dụng tại các doanh nghiệp lữ hành tại TP. Hồ Chí Minh



4. Chiến lược tiếp thị kỹ thuật số

4.1. Thỏa mãn nhu cầu thông tin dịch vụ

Nhu cầu trao đổi thông tin giữa du khách và doanh nghiệp, hay nhu cầu giao dịch, đàm phán thương lượng hay nhu cầu cập nhật thông tin hàng ngày được TTKTS hỗ trợ nhanh chóng, thuận lợi và không bị giới hạn bởi vùng miền biên giới hay ngôn ngữ nào. Cung cấp khách du lịch các kênh an toàn để mua và đặt chỗ khác nhau chuyển đi; phổ biến thông tin cụ thể về các chuyến đi và những thay đổi có thể xảy ra. Từ những lợi thế của TTKTS, hình ảnh của doanh nghiệp lữ hành sẽ được du khách trong và ngoài nước biết đến nhiều hơn. Doanh nghiệp lữ hành dễ dàng thực hiện các cuộc khảo sát, nghiên cứu thị trường phục vụ hoạt động xúc tiến du lịch nhắm đúng vào thị trường mục tiêu. Việc giao tiếp diễn ra giữa doanh nghiệp lữ hành với du khách có thể cải thiện bản chất của các chuyến du lịch.

4.2. Đổi mới sáng tạo các sản phẩm du lịch

Sự tích hợp văn hóa và du lịch được xem là xu hướng của du lịch ngày nay. Nên việc thu thập ý kiến khách hàng về sản phẩm và chất lượng dịch vụ du lịch là việc cần thiết phải làm một cách đều đặn phục vụ cho hoạt động đổi mới sáng tạo. Chú ý đổi

mới và thêm thuộc tính cho sản phẩm tour và các dịch vụ du lịch đi kèm. Các sản phẩm du lịch truyền thống được thêm các thuộc tính mới như thương hiệu của doanh nghiệp được xây dựng, phát triển trên môi trường trực tuyến. Các sản phẩm sau khi được cập nhật trên các kênh như thư điện tử, blog, kênh video, các trang fanpage hay trang web, báo điện tử, group chat, forum chia sẻ, vv... được coi là sản phẩm hiện thực và các dịch vụ như thanh toán trực tuyến hay hậu mãi được coi là sản phẩm bổ sung cho khách.

4.3. Nâng cao hình ảnh của các sản phẩm du lịch

Thông qua kỹ thuật số, các doanh nghiệp du lịch đang quảng bá thương hiệu và tiếp cận khách hàng tiềm năng bằng cách cung cấp các giao dịch thuận tiện nhất. Các doanh nghiệp cần mạnh dạn đầu tư, áp dụng công nghệ tiên tiến, đặc biệt là công nghệ thông tin và viễn thông trong hoạt động kinh doanh du lịch trực tuyến. Các công nghệ mới như là thực tế ảo (virtual reality) và ứng dụng trò chơi (gamification) cần được đầu tư và sớm triển khai áp dụng. Khi xây dựng các website, cần lưu ý lựa chọn đầy đủ tên miền, nội dung hình ảnh phong phú và sinh động, được sắp xếp một cách khoa

học, tối ưu hóa các từ khóa, có đường link tới các địa chỉ liên quan tạo điều kiện cho khách hàng dễ dàng tìm kiếm. Thông tin cần được cập nhật thường xuyên với nhiều ngôn ngữ, tối thiểu phải có cả 2 ngôn ngữ tiếng Anh và tiếng Việt. Vì vậy, doanh nghiệp cần phải làm nổi bật sản phẩm bằng sự hấp dẫn trực quan sinh động, tăng trải nghiệm của khách du lịch vì điều này ảnh hưởng lớn đến quyết định mua dịch vụ, sản phẩm của khách hàng.

4.4. Tăng cường các phương thức marketing du lịch

Sự phát triển và hiện đại hóa của nền kinh tế toàn cầu ngày nay là nhờ sự phát triển vượt bậc của khoa học và công nghệ kỹ thuật. Sự hiện diện của nhiều ứng dụng trên mạng xã hội đã cung cấp các thông tin cần thiết cho khách du lịch về các hoạt động du lịch tại các điểm đến trên các trang web; hướng dẫn khách hàng như một người tiêu dùng dịch vụ một cách tích cực. Trong bối cảnh quốc tế hóa du lịch, cần sử dụng tối đa công nghệ thông tin và dữ liệu lớn nhằm tìm ra các kênh và nội dung marketing thích hợp cho du khách toàn cầu. Các doanh nghiệp hiện nay đang có xu hướng ứng dụng công nghệ AI (trí tuệ nhân tạo) vào việc mua vé máy bay, đặt phòng, chụp hình thực tế ảo. Cần sử dụng các thiết bị điện tử trên môi trường trực tuyến và ngoại tuyến để giới thiệu, mời chào, cung cấp thông tin về sản phẩm dịch vụ đến khách hàng và thuyết phục họ mua. Việc ứng dụng TTKTS trong du lịch là việc sử dụng internet và các nền tảng công nghệ kỹ thuật số để quảng bá thương hiệu, hình ảnh, sản phẩm, dịch vụ của

doanh nghiệp nhằm thu hút và kết nối với khách hàng để đạt được mục tiêu chuyển đổi từ khách hàng tiềm năng thành khách hàng thực sự. Doanh nghiệp sử dụng hành giới thiệu, quảng cáo về sản phẩm dịch vụ uy tín, danh tiếng của doanh nghiệp mình qua các công cụ hỗ trợ như website, email, social media,... để từ đó xây dựng và quảng bá cho thương hiệu doanh nghiệp phát triển bền vững.

5. Kết luận

TTKTS cung cấp nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp du lịch và lữ hành. Việt Nam có lợi thế cạnh tranh về dân số, người dùng internet và điện thoại thông minh. Vì thế, các doanh nghiệp cần tính đến sử dụng các công cụ TTKTS thông qua tin nhắn văn bản và quảng cáo trên thiết bị di động để khuyến khích người dùng internet chia sẻ thông tin du lịch trong và ngoài nước nhằm thúc đẩy tăng trưởng du lịch. Trong nghiên cứu này, lợi thế cạnh tranh được hiểu gia tăng nhận diện thương hiệu trên thị trường và hiểu rõ hơn về khách hàng so với đối thủ cạnh tranh. Hơn nữa, các công ty du lịch và lữ hành cũng sẽ hiểu rõ hơn về những gì đối thủ cạnh tranh của họ đang làm và thị trường đang thay đổi như thế nào để có chiến lược phù hợp. Nghiên cứu của chúng tôi khẳng định tầm quan trọng của việc TTKTS trong việc đạt được lợi thế cạnh tranh và nâng cao hiệu suất kinh doanh. Mức độ lợi thế cạnh tranh cao hơn cho phép các công ty tạo ra giá trị vượt trội cho khách hàng, làm tăng sự hài lòng và lòng trung thành của khách, gia tăng thị phần và nâng cao hiệu suất doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Gupta, G. (2019). Inclusive use of digital marketing in tourism industry. *Ininformation systems design and intelligent applications* (pp. 411-419).2 Springer, Singapore.
2. Harrigan, P., Evers, U., Miles, M., & Daly, T. (2017). Customer engagement with tourism social media brands. *Tourism management*, 59, 597-609.
3. Kerdpitak, C. (2022). Marketing Effectiveness Model of Tourism Business in Thailand. *Journal of Human University Natural Sciences*, 49(4).
4. Mandal, P., Joshi, N., & Sheela, K. (2016). Understanding digital marketing-theories and strategies. *International research journal of management science & technology*, 7(9), 2250-1959
5. Porter, M. E. (1990). New global strategies for competitive advantage. *Planning Review*, 18(3), 4-14.

6. Stoyanova-Bozhkova, S., Paskova, T., & Buhalis, D. (2022). Emotional intelligence: a competitive advantage for tourism and hospitality managers. *Tourism Recreation Research*, 47(4), 359-371.
7. Thủ tướng Chính phủ (2022). *Quyết định số 505/QĐ-TTg về ngày Chuyển đổi số quốc gia, nhằm đẩy nhanh tiến độ triển khai các nhiệm vụ về chuyển đổi số quốc gia, thực hiện hiệu quả Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.*
8. Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69-80.
9. Tổng cục Du lịch Việt Nam. <http://csdl.vietnamtourism.gov.vn/dnlh>
10. Digital 2022 Global Overview Report: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-july-global-statshot>.

Ngày nhận bài: 20/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/1/2023

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN XUÂN NHĨ

2. ĐẶNG THỊ THU HIỀN

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

COMPETITIVE ADVANTAGE: DIGITAL MARKETING OF TOURISM BUSINESSES IN VIETNAM

● Ph.D **NGUYEN XUAN NHI**¹

● **DANG THI THU HIEN**¹

¹Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

This study evaluates the role of digital marketing in tourism and travel businesses in Vietnam. Through a qualitative study of 10 tourism marketing professionals, the study finds out six key factors of tourism digital marketing activities. These factors are website traffic, social media marketing, search engine optimization, pay-per-click, mobile marketing, and email marketing. These factors all have positive impacts on the effectiveness of tourism businesses' customer relationship management, sales via online channels, and after-sales services. In addition, these factors help businesses to develop a competitive advantage in the market.

Keywords: competitive advantage, travel agencies, digital marketing.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN ĐỐI VỚI SẢN PHẨM VÍ VIỆT TẠI NGÂN HÀNG TMCP BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT - CHI NHÁNH TRÀ VINH

● NGUYỄN THỊ BÚP

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm Ví Việt của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh tỉnh Trà Vinh; từ đó làm cơ sở cho ngân hàng từng bước hoàn thiện chất lượng, cũng như nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm dịch vụ này trong tương lai.

Từ khóa: sự hài lòng, sản phẩm Ví Việt, Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh tỉnh Trà Vinh.

1. Đặt vấn đề

Thanh toán bằng tiền mặt là phương thức đơn giản và được người dân Việt Nam sử dụng phổ biến từ những thế kỷ trước. Tuy nhiên, phương thức thanh toán này hiện nay chỉ phù hợp với các đơn vị kinh doanh có quy mô nhỏ, manh mún chưa tập trung. Điều này được lý giải là do nhiều người tham gia giao dịch bằng tiền mặt một phần vì thói quen, phần khác vì chưa tin tưởng vào độ an toàn của giao dịch và chất lượng của dịch vụ và khả năng họ chưa biết đến những tiện ích có thể thanh toán khi không dùng tiền mặt. Việt Nam từ chỗ có khoảng 3 triệu ví điện tử trong năm 2016, đã tăng lên khoảng 120 triệu ví điện tử vào năm 2022 với tổng giá trị giao dịch đạt khoảng 937.000 tỷ đồng

tính đến hết quý 3/2022 (Theo số liệu thống kê từ Ngân hàng Nhà nước Việt Nam). Tổng số khách hàng sử dụng ví điện tử vượt mốc 41,3 triệu người dùng tính đến hết tháng 10/2022. Sự tăng trưởng của công nghệ tài chính ở Việt Nam có được là nhờ sự kỳ vọng phát triển của thương mại điện tử. Ví điện tử mang lại sự tiện lợi trong việc thanh toán cho người tiêu dùng, doanh nghiệp tới doanh nghiệp và thanh toán ngang hàng tương đương các ngân hàng thương mại. Mô hình doanh thu của ví điện tử dựa trên phí của nó bắt nguồn từ phí thương gia và nhà cung cấp dịch vụ ví điện tử trên mọi giao dịch [15].

Theo số liệu thống kê từ Robocash Group, khoảng 57% dân số trưởng thành của Việt Nam sử

dụng ví điện tử năm 2022 với sự cạnh tranh gay gắt của 40 ví điện tử đang hoạt động. Điều này có nghĩa là thời gian tới, thương mại điện tử hay thanh toán trực tuyến sẽ là lĩnh vực cần chú trọng để phát triển.

Việt Nam được coi là thị trường đông dân, thích công nghệ, tỷ lệ người biết sử dụng điện thoại thông minh cao trong khi tỷ lệ có tài khoản ngân hàng rất thấp. Các công ty công nghệ lẫn Fintech cùng nhau bước vào cuộc chiến cạnh tranh làm ví điện tử và đó là xu hướng của thế giới về ngân hàng số, khởi nghiệp tài chính. Một vài thương hiệu ví điện tử ở Việt Nam rất nổi tiếng được kể đến như Moca, MoMo, Bankplus, Ví Việt, VTC Pay, WePay, Mobivi, Vimo... Sự phát triển ngày càng lớn mạnh của các công ty công nghệ tài chính đang làm thay đổi và dần tái định hình mô thức cung ứng và vận hành các dịch vụ tài chính truyền thống của các ngân hàng với các sản phẩm và dịch vụ sáng tạo, nhiều tiện ích. Bên cạnh những tiềm năng là thách thức như nhu cầu sử dụng, thói quen dùng tiền mặt ở Việt Nam vẫn phổ biến, khách hàng trải nghiệm được sự an toàn và các tiện ích của hệ sinh thái để tin tưởng sử dụng. Vấn đề đặt ra là mỗi ví điện tử cần có chiến lược phát triển kinh doanh hiệu quả, khác biệt và phân nhóm khách hàng mục tiêu nhằm chiếm lĩnh thị trường, gia tăng thị phần và lợi nhuận [15].

Trong thời gian vừa qua, chất lượng giao dịch thanh toán của Ví Việt ngày càng được cải thiện, tăng cả về số lượng giao dịch và giá trị trung bình trên một giao dịch. Tính đến hết năm 2021, Ví Việt có hơn 52.000 điểm chấp nhận thanh toán và hơn 3,5 triệu người sử dụng trên toàn quốc. Tuy nhiên, hoạt động của Ví Việt còn tồn tại một số hạn chế như: độ phủ thanh toán dịch vụ thiết yếu của Ví Việt còn hạn chế, hình ảnh Ví Việt hạn còn kém cạnh tranh hơn so với các ví điện tử khác trên thị trường, hoạt động truyền thông còn thấp. Sản phẩm Ví Việt chưa được gia tăng tiện ích mới, các giao dịch còn gặp nhiều khó khăn... gây bất tiện cho khách hàng.

2. Phương pháp và mô hình nghiên cứu

2.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng Ví Việt của KHCCN tại LienVietPostBank - Chi nhánh Trà Vinh, tác giả đã sử dụng các phương pháp: Kiểm định độ tin cậy của các thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá và phương pháp phân tích Hồi quy.

Nghiên cứu đã xây dựng mô hình nghiên cứu dựa trên lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ và tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước, từ đó, tác giả xây dựng thang đo và đưa ra các giả thuyết.

2.2. Mô hình nghiên cứu

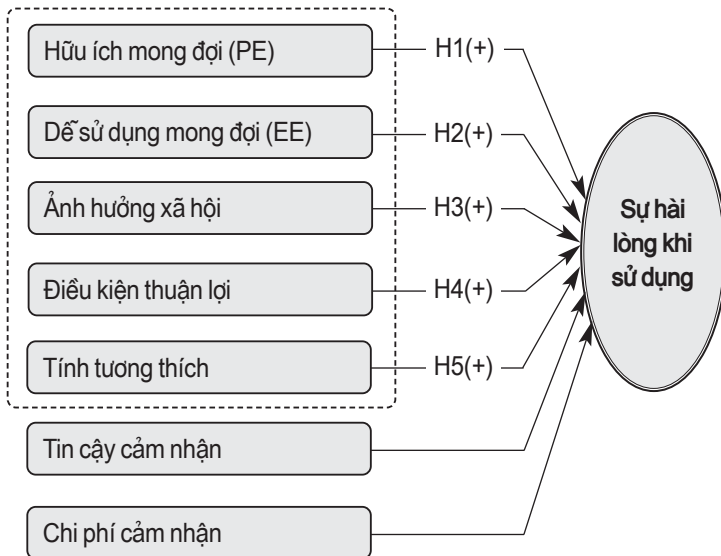
Đề tài sử dụng kết hợp các nhân tố của Thuyết hành vi kế hoạch (TPB) với các nhân tố trong mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) làm nền tảng lý thuyết nghiên cứu để đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng sản phẩm Ví Việt tại LienVietPostBank - Chi nhánh Trà Vinh. Mô hình nghiên cứu được thiết lập dựa vào việc tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước về nhân tố ảnh hưởng tới việc sử dụng Ngân hàng điện tử. Cụ thể, mô hình nghiên cứu của đề tài được xây dựng thể hiện ở Hình 1. Trong nghiên cứu này ngoài 5 nhân tố (Cảm nhận hữu ích, Cảm nhận dễ sử dụng, Ảnh hưởng xã hội, Điều kiện thuận lợi, Tính tương thích) của mô hình lý thuyết C-TAM-TPB của Taylor và Todd (1995), tác giả bổ sung thêm 2 nhân tố (Tin cậy cảm nhận và Chi phí cảm nhận) để nghiên cứu ảnh hưởng của chúng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng sản phẩm Ví Việt. (Hình 1)

3. Thảo luận và kết quả

3.1. Phân tích Cronbach's Alpha

Qua kết quả kiểm định thang đo đánh giá của khách hàng thì Cronbach's Alpha các yếu tố ảnh hưởng gồm: (1) "Hữu ích mong đợi" có 5 biến quan sát từ X11 - X15; (2) Dễ sử dụng mong đợi" có 5 biến quan sát từ X21 - X25; (3) "Ảnh hưởng xã hội" có 5 biến quan sát từ X31 - X35; (4) "Điều

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả nghiên cứu và tổng hợp

kiện thuận lợi” có 5 biến từ X41 - X45; (5) “Tin cậy cảm nhận” có 4 biến quan sát từ X51 - X54; (6) “Tính tương thích” có 3 biến quan sát từ X61 - X63; (7) “Chi phí cảm nhận” có 4 biến quan sát từ X71 - X74. Hệ số tương quan biến tổng của các biến độc lập đều có giá trị lớn hơn 0,3 cho nên tất cả các biến đều đưa vào sử dụng để phân tích nhân tố.

3.2. Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố khám phá với các biến quan sát từ khảo sát khách hàng sử dụng sản phẩm Ví Việt cho kết quả tốt. Cụ thể, hệ số KMO = 0,700 và Sig.= 0,000, điều này cho thấy rằng kết quả phân tích nhân tố khám phá có sự tin cậy cao. Giá trị hệ số hội tụ Eigenvalues của nhân tố thứ bảy và giá trị tổng phương sai trích của nhân tố này, lần lượt là 1,872 > 1 và 60,029% > 50%, từ đó cho thấy, các biến quan sát ban đầu có sự hội tụ ở 7 nhân tố, các nhân tố này biểu diễn được

60,029% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát. Do đó, các nhân tố đảm bảo được khả năng đại diện cho dữ liệu khảo sát ban đầu.

Qua kết quả phân tích dữ liệu sơ cấp được tổng hợp, cho thấy các biến quan sát được phân thành 7 nhóm cơ bản: “Điều kiện thuận lợi”, “Chi phí cảm nhận”, “Hữu ích mong đợi”, “Dễ sử dụng mong đợi”, “Tin cậy cảm nhận”, “Tính tương thích”, “Ảnh hưởng xã hội” với 31 biến quan sát và các biến quan sát này đều có trong số nhân tố đạt yêu cầu, có khả năng hội tụ và biểu diễn tốt.

Như vậy, qua phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy các biến độc lập đều có tính hội tụ và biểu diễn tốt các biến

quan sát trong thang đo và phù hợp sử dụng cho kiểm định tiếp theo với phân tích Hồi quy.

3.3. Phân tích hồi quy

Hệ số xác định R² hiệu chỉnh là 0,825 có nghĩa là 82,5% sự biến thiên về Sự hài lòng được giải thích bởi các biến độc lập (Hữu ích mong đợi, Ảnh hưởng xã hội, Điều kiện thuận lợi, Tin cậy cảm nhận, Tính tương thích, Chi phí cảm nhận) được trình bày trong mô hình (Bảng 1).

Từ kết quả phân tích phương sai (Bảng 2) với mức ý nghĩa quan sát Sig = 0,000 < 0,05, ta bác bỏ giả thuyết H₀, nghĩa là có tồn tại mối quan hệ tuyến tính với sự hài lòng của khách hàng với ít nhất một trong các nhân tố: Hữu ích mong đợi, Ảnh hưởng xã hội, Điều kiện thuận lợi, Tin cậy cảm nhận, Tính tương thích, Chi phí cảm nhận.

Các biến đưa vào mô hình đều có độ chấp nhận lớn hơn 0,0001 (Tolerance) > 0,0001 và hệ số phóng đại phương sai hơn 10 (VIF < 10) nên

Bảng 1. Hệ số xác định

Model Summary ^b					
Model	R	R ²	Sai số chuẩn của ước lượng	R ² điều chỉnh	Durbin-Watson
1	0,909	0,825	0,819	0,55233	1,692

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

không tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập.

Phân tích hồi quy để xác định mức độ tác động của 7 nhân tố đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng sản phẩm Ví Việt tại Ngân hàng Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Trà Vinh hay là các biến độc lập có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc hay không.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_jX + u_i$$

Trong đó: Y là biến phụ thuộc (mức độ hài lòng), b_j là hệ số ước lượng, X_j là biến độc lập (các yếu tố ảnh hưởng).

nhận, Tính tương thích, Chi phí cảm nhận) đều có mức ý nghĩa qua giá trị Sig < 0,1 nên chúng có ý nghĩa về mặt thống kê và có khả năng dự đoán tốt cho sự hài lòng của khách hàng.

Bảng 3 cho thấy giá trị Sig. F = 0,000 nhỏ hơn 0,05, cho nên mô hình nghiên cứu phù hợp. Giá trị R2 hiệu chỉnh của mô hình nghiên cứu là 0,825 cho thấy các biến trong mô hình nghiên cứu đề cập được giải thích 82,50% sự biến thiên của mô hình nghiên cứu 17,50% còn lại được giải thích bởi các yếu tố đề cập trong mô hình nghiên cứu. Giá trị VIF của các biến độc lập đều có giá trị bé

Bảng 2. Phân tích phương sai ANOVA

	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig
Hồi quy	278,341	6	46,390	152,065	0,000
Sai số	58,878	193	0,305		
Tổng	337,219	199			

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Với kết quả phân tích trên Bảng 2 ta thấy có 1 nhân tố Dễ sử dụng mong đợi Sig > 0,1. Sig = 0,640 lớn hơn ý nghĩa giá trị Sig < 1% nên chúng không có ý nghĩa về mặt thống kê hay chúng có ít khả năng ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng trong mô hình.

Còn lại là 6 nhân tố (Hữu ích mong đợi, Ảnh hưởng xã hội, Điều kiện thuận lợi, Tin cậy cảm

hơn giá trị cho phép là 10, cho nên không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu.

5. Kết luận

Bài viết các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng sản phẩm Ví Việt của KHCN tại LienVietPostBank - Chi nhánh Trà Vinh với mục tiêu xác định các yếu tố ảnh hưởng

Bảng 3. Kết quả mô hình hồi quy đánh giá sự hài lòng của khách hàng

Nhân tố	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê hiện tượng cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF
X1	0,674	0,058	0,352	11,538	0,000	0,974	1,026
X3	0,665	0,060	0,343	11,090	0,000	0,946	1,057
X4	0,527	0,049	0,325	10,690	0,000	0,976	1,025
X5	0,700	0,055	0,393	12,762	0,000	0,953	1,050
X6	0,391	0,041	0,297	9,561	0,000	0,935	1,069
X7	0,770	0,070	0,340	11,009	0,000	0,950	1,053

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng sản phẩm Ví Việt của khách hàng cá nhân tại LienVietPostBank - Chi nhánh Trà Vinh.

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, có 6 biến ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng sản phẩm Ví Việt tại LienVietPostBank - Chi nhánh Trà Vinh, mức độ ảnh hưởng của các biến lần lượt từ thấp đến cao là: “Tin cậy cảm

nhận”, “Điều kiện thuận lợi”, “Tính tương thích”, “Ảnh hưởng xã hội”, “Hữu ích mong đợi” và “Chi phí cảm nhận”. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đã thấy được sự ảnh hưởng của 6 nhân tố đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng sản phẩm Ví Việt để có thể nghiên cứu tiếp các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm dịch vụ Ví Việt ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Amit Kumar Nag, Bhumiphat Gilitwala (2019). E-Wallet- Factors Affecting Its Intention to Use. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 3411-3415.
2. Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., & Rana, N.P. (2017). Factors influencing adoption of Mobile Banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
3. Amin (2009). Mobile Wallet Acceptance in Sabah: An Empirical Analysis. *Hanudin/Labuan Bulletin of International Business & Finance*, 7, 33-52.
4. Collier, J.E., & Bienstock, C.C (2006). Measuring Service Quality in E-Retailing. *Journal of service Research*, 8(3), 260-275.
5. Dr. Fergal Carton (2011). Value proposition and innovation in financial services: the case of mobile payments. [Online] Available at https://www.researchgate.net/publication/256094283_Value_proposition_and_innovation_in_financial_services_the_case_of_mobile_payments
6. Esther Swilley (2010). Technology rejection: the case of the wallet phone. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 304-312.
7. Foon, Y., & F., B., (2011). Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application of UTAUT Model. *International Journal of Business and Management*, 6(4), 161-167.
8. Hanudin Amin (2009). Mobile Wallet Acceptance in Sabah: An Empirical Analysis. *Labuan Bulletin of International Business and Finance*, 7, 33-37.
9. Sahut (2009). The Adoption and Diffusion of Electronic Wallets. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 13(1), 2-10.
10. Seetharaman A, Kumar K, Palaniappan S, Weber G (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR*, 7(2), 116-136
11. Sinha (2016). Mobile Wallet service Utilisation in India: Emperical analysis of user trust and acceptance factors. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(4), 1762- 1771.
12. Teju Oyewole (2018). *Consumer Preference: A Study of Mobile Digital Wallet*. USA: Capitol Technology University.
13. Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D., (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
14. Zlatko Bezhovski (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127-132.

15. Bùi Võ Tấn Nhân (2019). *Giải pháp nâng cao hoạt động kinh doanh Vi Việt của ngân hàng Bưu điện Liên Việt*. Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
16. Đào Mỹ Hằng, Nguyễn Thị Thảo, Đặng Thu Hoài và Nguyễn Thị Lệ Thu (2018). Các nhân tố tác động đến quyết định sử dụng dịch vụ fintech trong hoạt động thanh toán của khách hàng cá nhân tại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng*, 194, 11-19.
17. Kurokawa Kengo (2019). Mức độ sử dụng ứng dụng thanh toán trên điện thoại tại Việt Nam năm 2019. Truy cập tại <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/21600-Muc-do-su-dung-ung-dung-thanh-toan-tren-dien-thoai-tai-Viet-Nam-nam-2019>.
18. Phan Lê Thị Diệu Thảo và Nguyễn Minh Sáng, (2012). Giải pháp phát triển ứng dụng Mobile banking tại Việt Nam. *Thị trường tài chính tiền tệ*, 350, 21-25&33.
19. ThS. Trần Thị Khánh Trâm (2019). Thực trạng sử dụng dịch vụ ví điện tử tại TP. Huế. Truy cập tại <http://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/thuc-trang-su-dung-dich-vu-vi-dien-tu-tai-tp-hue-302823.html>
20. Vũ Văn Điệp (2017). Tổng quan về thanh toán điện tử tại Việt Nam. Truy cập tại <http://www.tapchicongthuong.vn/bai-viet/tong-quan-ve-thanh-toan-dien-tu-tai-viet-nam-51078.htm>.
6. Lienvietpostbank (2022). *Báo cáo thường niên năm 2021*. Hà Nội.

Ngày nhận bài: 15/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ BÚP

Giảng viên Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học Trà Vinh

FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF INDIVIDUAL CUSTOMERS AT LIEN VIET POST COMMERCIAL JOINT STOCK BANK - TRA VINH PROVINCE BRANCH WITH VI VIET

● Master. **NGUYEN THI BUP**

Lecturer, Faculty of Economics - Law, Tra Vinh University

ABSTRACT:

This study analyzes the factors affecting the satisfaction of individual customers at Lien Viet Post Commercial Joint Stock Bank - Tra Vinh Province Branch with Vi Viet. This study's results are expected to help the bank gradually improve the quality of Vi Viet and enhance the customer satisfaction with this product in the future.

Keywords: satisfaction, Vi Viet, Lien Viet Post Commercial Joint Stock Bank - Tra Vinh Province Branch.

IMPACTS OF AI ON THE GROWTH OF VIETNAM'S E-COMMERCE SECTOR

● TANG THI BICH HIEN

ABSTRACT:

Both international and domestic e-commerce sectors have experienced a rapid growth in recent times. Artificial intelligence (AI) has been used more and more in applications to facilitate e-commerce activities. This paper analyzes the advantages of AI applications in the e-commerce sector and how AI is impacting the shopping experience of consumers on e-commerce platforms.

Keywords: AI, big data, e-commerce.

1. Introduction

AI (Artificial Intelligence) technology is artificial intelligence or artificial wisdom a branch of computer science that was first mentioned by John McCarthy - an American computer scientist in the 1950s, but today this term is widely known by the racing development of technology companies. Artificial intelligence (AI) is the capability of a machine to perceive its environment, make decisions, and take actions based on its perception. It is not only changing the face of e-commerce but also reinventing it. It helps solve some of the most complex challenges facing retailers today. AI applications in e-commerce started in the early 2000s. This was when online retailers began to embrace customer analytics and machine learning (ML) to improve the efficiency of their websites.

In eCommerce, artificial intelligence refers to a collection of techniques, tools, and software powered by machine learning and advanced analytics to create optimal online shopping experiences for customers through improved design, personalized recommendations,

automation, and multi-channel customer support such as virtual assistants and intelligent chatbots. Its role in e-commerce is to provide support to businesses in the field of marketing, customer service, and sales. As a result, it helps maximize revenue from every visitor session and satisfy customer needs.

AI is increasingly being applied in the online business environment and it is forecasted that the majority of relationships between customers and an e-commerce business will be managed by AI without human interaction. It is forecasted that global GDP can grow by 14% with the support of artificial intelligence due to the support of AI in many production and business activities (5) by 2030. It is currently evaluated by experts as the "future element " of e-commerce because it is not only an advanced technological "weapon" for businesses but also an effective assistant for businesses, partner brands, small business households, sellers, and consumers. However, the privacy issue of users when applying artificial intelligence in collecting large amounts of personal

information is also a concern because only works on its data. Next, the article will review the recent situation in the e-commerce industry as well as analyze the advantages of AI. It enables online retailers to deliver an optimized customer experience on and off their e-commerce websites by using collected business and customer data to make better business decisions and more accurately predict the future. The definition of AI is broad and encompasses data mining, natural language processing, and machine learning including:

- Data mining refers to the gathering of both current and historical data to inform predictions.
- Natural language processing focuses on human-computer interaction and how computers interpret natural human language.
- Machine learning concerns using a collection of algorithms to apply experience or provide examples to solve a problem. Deep learning

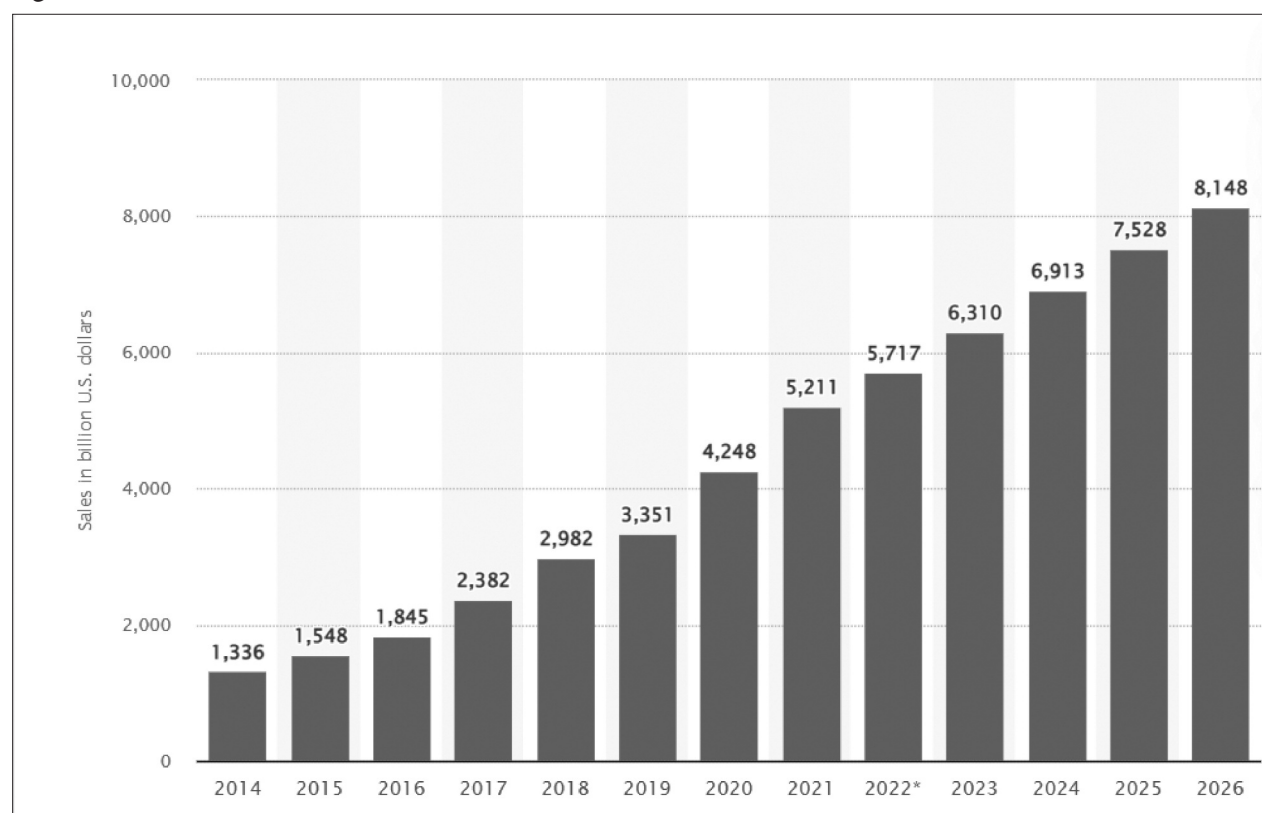
“involves layering algorithms to gain a greater understanding of the data.”

In 2021, retail e-commerce sales amounted to approximately 5.2 trillion U.S. dollars worldwide. This figure is forecast to grow by 56 percent over the next years, reaching about 8.1 trillion dollars by 2026 (Stephanic Chevalier, Global retail e-commerce sales 2014-2026).

2. Vietnam e-commerce market overview

During the pandemic, many businesses have to close or even stop operating, but there are still companies that grow due to the development of online sales channels. The COVID-19 pandemic is an opportunity for businesses running digital platforms to explore features of digital technology effectively to help companies timely catch up with customers' needs with a certain amount employees. AI applications are increasingly popular, such as the new generation virtual assistant (AI BOT) applying artificial intelligence

Figure 1: Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026 (billion U.S. dollars)



Source: Statista 2022

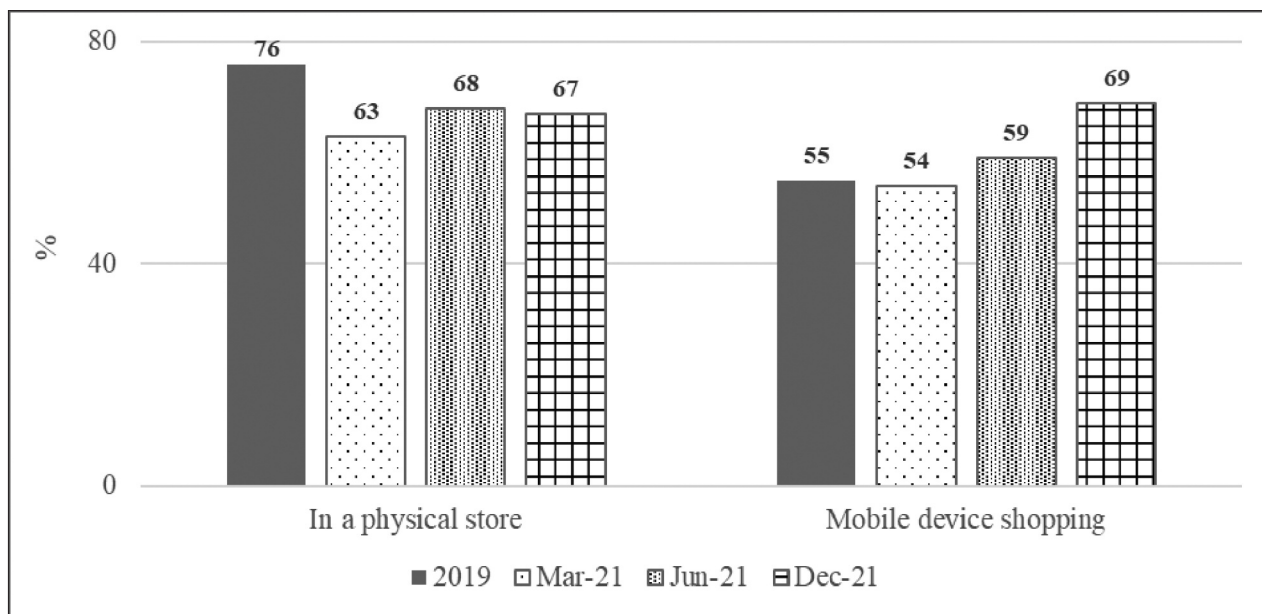
technology with intelligent interaction, and quick and accurate customer support. It enables continuously to self-learn, develop, understand, and recognize emotions, so if it is integrated into the customer care system, it will bring a better experience in the digital platform. When receiving questions from customers, it can be self-aware and analyze keywords to give answers accurately in coupons of seconds. Moreover, it can work 24/7 and continuously learn, improving its ability through customer support operations to gradually become more intelligent and human.

As the company grows, the number of customers will increase over time while the need to care for and support customers thoughtfully and timely requires many employees, but most businesses do not have enough human resources. The solution using AI will partially support and replace customer service staff because it can conduct automatic conversations (chatbots) like real people and 24/7 to help them handle numbers. The large volume of customer consultation and inquiry calls increases productivity, significantly reducing personnel and telecommunications costs.

AI can analyze data in real-time, and give indicators and forecasts that help reduce inventory, and balance supply and demand in the market leading to reduce risks and growing faster because of making a foundation for decisions instead of based on only feelings and personal experience as before. So, it significantly impacts e-commerces. In recent years, the industry has made great development. For example, in 2019, 39% of businesses sold on social networks, this number increased to 41% in 2020. The number of businesses participating in e-commerce trading in 2020 also increased to 22% compared to 17% in 2019. Data on shopping and spending online have also changed significantly in recent years.

Figure 2 shows that more than 50% of shoppers have reduced their frequency of going to supermarkets, grocery stores, and markets during the “new normal” period while 25% of consumers increase their online shopping through mobile devices. This result has been measured before the Covid-19 pandemic, so it can be said that this trend is an obvious change and is driven by the pandemic. Customers find convenience in online shopping due to time and cost savings, therefore they have

Figure 2: The shift in consumers' shopping habits from offline to online



Source: Global consumer insights pulse survey, PwC December 2021

been motivated to shop through websites as well as e-commerce platforms.

The proportion of Internet users in Vietnam had increased over time and become faster since 2018 (Table 1). This percentage is parallel raise with the amount of money spent on online shopping. By 2020, the average spending value per person for online expenses has been about \$240, an increase of nearly 42% compared to 2016. This further confirms the trust of customers in online shopping.

While the percentage of consumers who spend less than 1 million VND for online shopping decreased significantly (from 26% to 16%), the percentage of consumers who bought from 1-3 million, 3-5 million, and over 5 million increased (Figure 3). These numbers show that

The trust they believe in online shopping, the more they use this channel to serve their needs.

Figure 4 shows that the majority of sellers are from Hanoi and Ho Chi Minh City while the others account for a modest around 4,4%. This reflects that online shopping has been still not popular outside the two big centers in the North and the South. Statistics also show that the majority of retailers are general shops, accounting for 79,2%. Therefore, opportunities are wide open for small retailers and business people in provinces and cities across the country in digital business.

3. Applications of AI in e-commerce

Online platforms businesses through mobile phones, and computers (including tablets, personal or desktop) are so much interested in applying artificial intelligence to sales because of their popular advantages as follows:

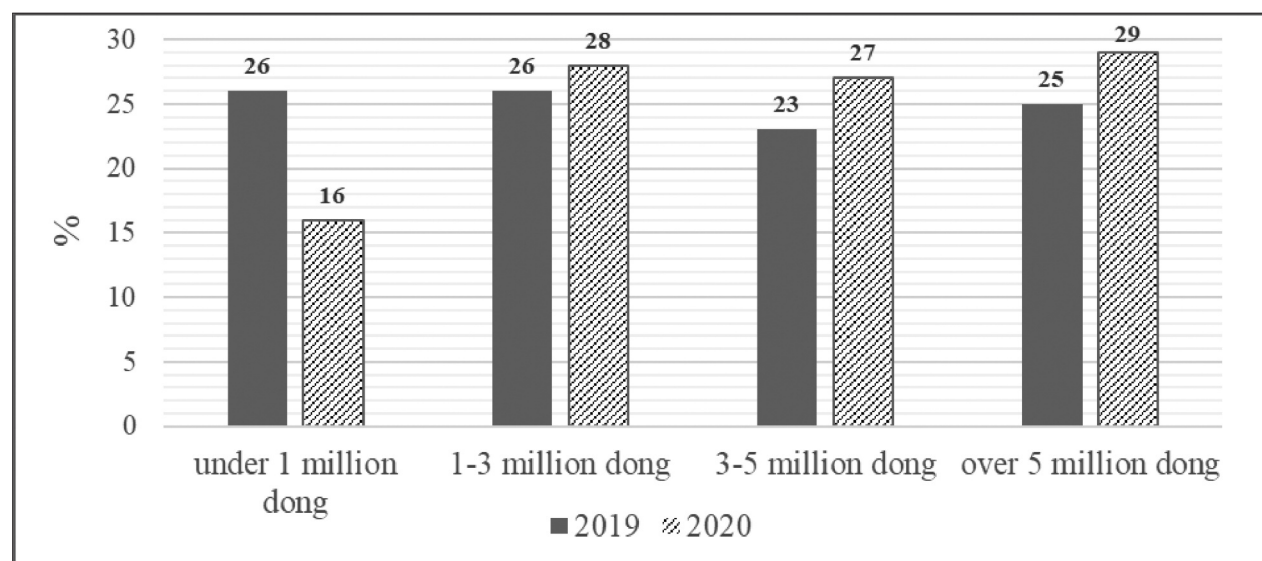
- Improve customer experience in shopping: Customer experience is the subjective feeling that

Table 1. Average spending for online shopping from 2016-2020

Index	2016	2017	2018	2019	2020
Estimated number of buyers (millions of people)	32,7	33,6	39,9	44,8	49,3
Estimated value of buying of each customer (US dollar)	170	186	202	225	240
Percentage of people using the internet (%)	54,2	58,1	60	66	70

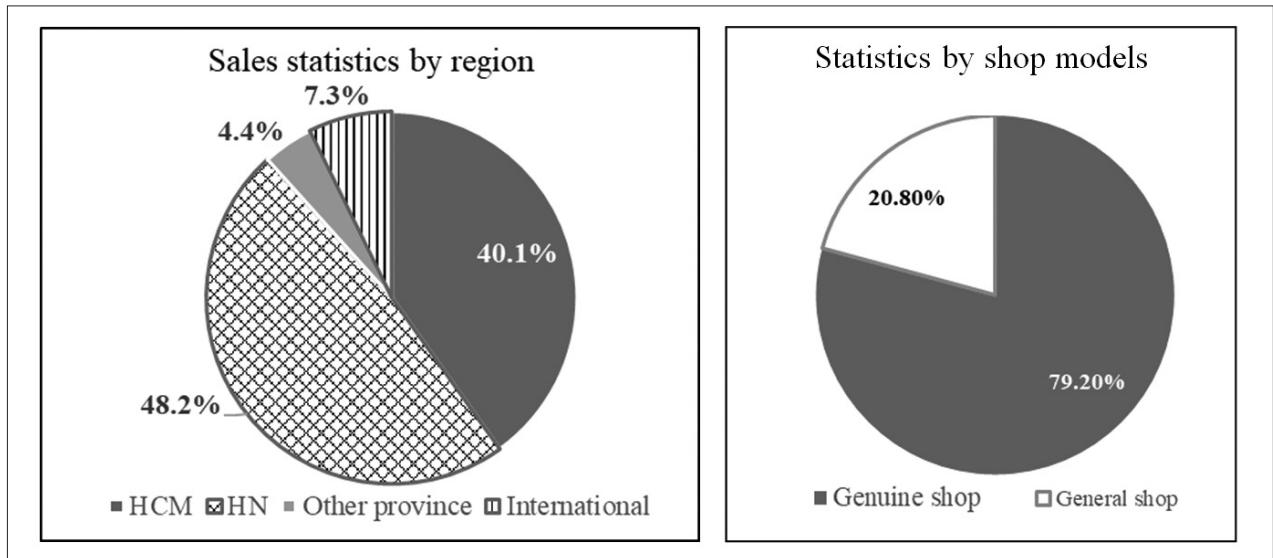
Source: Vietnam E-commerce White Paper, 2021

Figure 3: Average spending per person on online shopping during the year



Source: Vietnam E-commerce White Paper, 2021

Figure 4: Statistics of sales by region and type of shop



Source: Overview of Vietnam e-commerce market in the first half of 2022, <https://metric.vn>

stays after the user purchases a product or service, aiming to manage the processes of experiences as perceived by customers in their relationship with the brands. Meyer and Schwager (2007) define CE as “the internal and subjective response that customers have to any direct or indirect contact with a company”. CE is conceptualized as a psychological construct, which is a holistic, subjective response resulting from customer contact with the retailer and which may involve different levels of customer involvement (21). Brands reinforce these subjective feelings to activate their customers’ five senses in their efforts to enhance customer experience. Through data collecting from each online user, AI can analyze customers’ data from multiple touchpoints including mobile apps, email campaigns, and websites to recognize their habits and behaviors in shopping which helps companies be aware of customers’ insights. This information enables retailers to make tailored product recommendations and provide a consistent user experience across devices. For fashion products, consumers often need to try before buying, fashion brands use virtual assistants to recommend the right clothing size (based on the buyer’s measurements) along with their

preferences. They like their style (loose or tight) so shoppers can try on different products without having to wear them, or shoppers can experiment with their outfits using a touch-based interface. Therefore, it helps retailers reduce the number of returns of products as well as increase satisfaction in online buying. AI-powered chatbots and messaging agents can enhance the customer experience across channels. They can answer simple queries, engage customers, efficiently handle multiple interactions, and in effect, minimize response time.

On other hand, retailers can use facial recognition to capture the time a customer spends in a physical store as customers take a significant amount of time on any particular product. Then, the system will record this information. Next, throughout data analysis, the virtual assistant will help suggest main products plus accompanying items as well for each customer for sales increase. As more units adopt omnichannel, AI is creating a seamless and consistent customer experience across all online and brick-and-mortar retail stores whether that customer purchases in any form. Retailers may now provide their customers with a seamless and rich purchasing experience with its support. AI-driven programs can send automated

messages to customers regarding a pending service, a part replacement, or a regular order. Most programs also offer automated service requests, service or order status, and simplified order revisions, returns, or refunds.

- Create a customized list of goods and manage stock inventory: The tech-savvy customer expects personalization and retailers are rising to the challenge with the help of AI, machine learning, and big data. AI uses advanced machine learning algorithms to analyze browser history, page clicks, social interactions (likes, shares), past purchases, the duration for which a page was viewed, location, etc. to gauge customer interests and preferences. It can help deliver product recommendations based on frequently bought items, or related products. It can even help customize web pages and elements to suit a customer's needs. For instance, vendors do intense behavior analysis based on behavior and demographic data to determine the content that will resonate with their customers.

If sellers can catch customers' shopping habits, they will know the popular products in each region as well as recommend products that customers are interested in and promptly notify the situation of goods and policies, especially, customize for each customer. This is closely related to the supply of goods. While conventional inventory management is limited to current inventory levels, AI-powered inventory management is enabling a way to maintain inventory based on trending data. sales in previous years, expected or anticipated changes in demand for the product that can forecast demand for the product in the coming months so that sellers can maintain optimal inventory levels. This will maintain an appropriate level of inventory that can meet market demand.

- Support to increase security in payment: To protect the consumers' financial security, AI-based software benefits online payment from not only data privacy but also fraud detection. AI-powered algorithms can collect a variety of data from online payments and transactions, learning the patterns from previous fraud cases, analyzing real-time payments and transactions, and giving a "pass" or

"fail" decision. Electronic wallets are used more and more popular for online payment. When users who haven't used their account for a long time need to sign in again, except by filling out the usernames and passcodes, these wallets will send a time-based one-time passcode to the users' devices and use the code as a two-factor authorization check.

Security concerns during payment are one of the top reasons why customers leave products in their shopping carts. To overcome this problem, an intelligent and AI-based data analysis system can effectively detect different types of e-commerce fraud by analyzing customer behavior because when any action is suspected of fraud, the AI can feed into the model to detect factors such as the location where the user is logged in, the speed at which the user clicks on links or types, the behavior of the user comparing to previous behaviors.

Now, evolving technology leading the new generation of AI is capable of additionally processing third-party data such as device fingerprinting, geolocation, mobile, and IP (Internet protocol) address, endpoint threat, behavioral analytics which was assimilated into digital risk management and intelligence platforms to enhance the model's performance in fraud detection. It can detect fraud by looking at past and present behavior and patterns of customers or who are logged in on the system. The ability to analyze large volumes of data and combine that data with new sources of information enables anomalous transactions to be detected, making fraud detection faster and more accurate, and at the same time, less inconvenience to customers.

For online businesses like e-commerce platforms, cybersecurity can be a matter of concern. Millions of people's personal information are handled by these sites, and security lapses can spell severe consequences for corporations. Although the subject of cybersecurity currently relies on conventional methods, AI is starting to exert its influence. Big volumes of data can be broken down into smaller, more manageable chunks using AI algorithms, making them easier to secure and keep safe from dangers and breaches.

4. In conclusion

Artificial intelligence contributes greatly to the success of production and business units if they know how to apply it appropriately. It helps people save more and more labor because of its high automation ability so that people can optimize production activities, reduce labor inline operation, and streamline work. . It also helps us anticipate many risks and can partly limit the damage that those risks bring to the business. In a globalized business environment, language is a bridge but also a big barrier that prevents people from getting closer to each other as well as learning new sources of knowledge, with artificial intelligence, barriers to language skills are gradually being removed so that people can freely interact with all cultures, languages, and countries, thereby opening up many other learning and working opportunities.

Faced with different requirements of customers, AI helps to evaluate and personalize data so that people can see what they want to see through user behavior, therefore, improving the service industry operations. In addition, it brings new and better experiences to customers. Through data collecting and analysis, this technology can capture information about customers' service usage behavior, thereby providing solutions tailored to each customer's needs. Moreover, AI can replace humans to take on many tasks such as evaluating data, communicating with customers, etc., Thereby, its facilities allow humans to focus deeply on exploiting selves-creativity. In addition to these outstanding advantages, the legal issues related to the collection of user information also need to be considered seriously to ensure the development of artificial intelligence helps people's lives as well as the development of society ■

REFERENCES:

1. Artificial intelligence in e-commerce: overview, benefits, challenges and trends (2022). [Online] Available at <https://aimarketingspot.com/ecommerce-ai/>
2. Trung tâm Mô phỏng công nghệ và Phát triển sản phẩm, Viện Nghiên cứu sáng chế và Khai thác công nghệ (2021). Công nghệ AI của hiện tại và tương lai. Truy cập tại <https://www.most.gov.vn/vn/tin-tuc/20614/cong-nghe-ai-cua-hien-tai-va-tuong-lai.aspx>
3. Khảo sát thói quen tiêu dùng (2021). Truy cập tại <https://www.pwc.com/vn/vn/publications/vietnam-publications/consumer-insights-survey.html>
4. Khương Nha (2022). Cơ khát nhân lực chuyển đổi số tại Việt Nam. Truy cập tại <https://vnexpress.net/con-khat-nhan-luc-chuyen-doi-so-tai-viet-nam-4520113.html>
5. Lê Linh (2017). Trí tuệ nhân tạo là tương lai của thương mại điện tử. Truy cập tại <https://thesaigontimes.vn/tri-tue-nhan-tao-la-tuong-lai-cua-thuong-mai-dien-tu/>
6. Lê Hằng và Nguyễn Quang (2022). Nhân lực phục vụ cho chuyển đổi số phải có tư duy đột phá. Truy cập tại <https://vov.vn/kinh-te/nhan-luc-phuc-vu-cho-chuyen-doi-so-phai-co-tu-duc-dot-pha-post937395.vov>
7. Lưu Quý (2022). Năng lực khai thác dữ liệu Việt Nam ở mức thấp. Truy cập tại <https://vnexpress.net/nang-luc-khai-thac-du-lieu-viet-nam-o-muc-thap-4501203.html>
8. Nguyễn Ngân (2017). Doanh nghiệp chuyển đổi số đầu đầu vì chất lượng nguồn nhân lực. Truy cập tại <https://baodautu.vn/doanh-nghiep-chuyen-doi-so-dau-dau-vi-chat-luong-nguon-nhan-luc-d173863.html>
9. Cục Thương mại điện tử và kinh tế số, Bộ Công Thương (2022). *Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2021*. Hà Nội: NXB Công Thương.
10. Sáu ứng dụng AI giúp cải thiện lòng trung thành của khách hàng. Truy cập tại <https://insight.isb.edu.vn/ung-dung-ai-giup-cai-thien-long-trung-thanh/>

11. Stephanie Chevalier (2022). Global retail e-commerce sales 2014-2026. [Online] Available at <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
12. Trí tuệ nhân tạo tác động ra sao đến thương mại điện tử?, <https://idea.gov.vn/default.aspx?page=news&do=detail&id=8626c1d0-f4f9-484a-8a85-fdba6976e846>
13. Vũ Phương Nhi, Nâng cao nhận thức và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số quốc gia, <https://baochinhphu.vn/nang-cao-nhan-thuc-va-phat-trien-nguon-nhan-luc-chuyen-doi-so-quoc-gia-102220128171706941.htm>
14. Xia Song et al., The Application of Artificial Intelligence in Electronic Commerce, <https://iopsience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1302/3/032030/meta>

Received date: December 15, 2022

Reviewed date: December 29, 2022

Accepted date: January 7, 2023

Author information:

MA. TANG THI BICH HIEN

Nguyen Tat Thanh University

TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

● **TẶNG THỊ BÍCH HIỀN**

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

TÓM TẮT:

Thương mại điện tử đã phát triển với tốc độ nhanh trong thời gian gần đây trên cả phạm vi quốc tế và trong nước. Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong lĩnh vực thương mại điện tử đang ngày càng trở nên phổ biến hơn. Bài viết này nhằm phân tích các ưu điểm mà công nghệ AI đem lại đối với lĩnh vực thương mại điện tử và cách AI đang thay đổi trải nghiệm mua sắm của người dùng trên các nền tảng thương mại điện tử.

Từ khóa: trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn, thương mại điện tử.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN THƯƠNG HIỆU CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● PHAN HÀ THANH NHÀ

ABSTRACT:

Bài viết nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thương hiệu của ngân hàng thương mại (NHTM) tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy thương hiệu của NHTM chịu sự ảnh hưởng bởi nhận biết thương hiệu, chất lượng cảm nhận, liên tưởng thương hiệu, lòng trung thành thương hiệu, uy tín doanh nghiệp, trong đó yếu tố tác động mạnh nhất là uy tín doanh nghiệp, từ đó đề xuất các giải pháp cho nhà quản trị trong lĩnh vực NHTM.

Từ khóa: thương hiệu, ngân hàng thương mại, uy tín doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, sự cạnh tranh giữa các NHTM diễn ra gay gắt. NHTM phải đối mặt với những thách thức như: triển vọng tài chính, sự phát triển công nghệ, cũng như cạnh tranh từ đối thủ và các nhu cầu, kỳ vọng khác nhau của khách hàng. Trong đó, kỳ vọng và nhu cầu của khách hàng là một trong những thách thức lớn, gây ra áp lực đáng kể đối với NHTM. Vì vậy, nhiều NHTM đẩy mạnh đầu tư cơ sở vật chất, mở rộng dịch vụ tiện ích và ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh.

Bên cạnh đó, thương hiệu là yếu tố quan trọng, đóng góp trong quá trình phát triển của ngành ngân hàng. Tác giả Ngân & cộng sự (2017) cho rằng một NHTM sở hữu thương hiệu mạnh sẽ có lợi thế cạnh

tranh đối với các đối thủ, tạo ấn tượng cho khách hàng và khách hàng có lòng tin, sẽ ưu tiên sử dụng dịch vụ của những NHTM có thương hiệu và gắn bó lâu dài với thương hiệu NHTM. Vì vậy, dưới góc nhìn của khách hàng, thương hiệu là một nhân tố quan trọng quyết định lựa chọn dịch vụ của các NHTM.

Mặc dù có nhiều nghiên cứu tập trung vào việc đo lường thương hiệu đối với sản phẩm, tuy nhiên nghiên cứu về thương hiệu trong ngành Ngân hàng vẫn còn hạn chế, đặc biệt tại khu vực TP. Hồ Chí Minh. Trong đó, khách hàng cá nhân được lựa chọn để khảo sát. Lý do vì:

Thứ nhất: Khách hàng cá nhân chiếm tỷ trọng lớn và ngày càng phát triển tại các NHTM tại TP. Hồ Chí Minh vì đây là trung tâm kinh tế lớn nhất

của cả nước, với mức thu nhập trên đầu người và trình độ dân trí chung khá cao so với trung bình cả nước, xu hướng sử dụng dịch vụ của khách hàng cá nhân tại NHTM của TP. Hồ Chí Minh thường cao rất nhiều hơn so với các vùng miền khác trong nước.

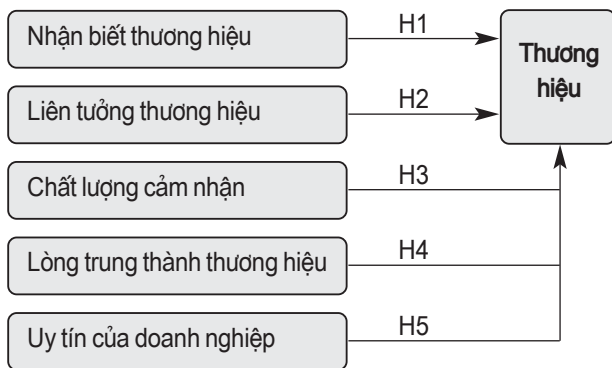
Thứ hai, NHTM có thương hiệu là yếu tố quan trọng đối với khách hàng cá nhân vì khách hàng cá nhân chỉ thực hiện giao dịch với ngân hàng có thương hiệu uy tín, chất lượng cao.

Thứ ba, khách hàng cá nhân được xem là cách tiếp cận bao quát, nhận được nhiều đồng thuận nhất và là nền tảng quan trọng trong lĩnh vực nghiên cứu về thương hiệu. Từ đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá các yếu tố tác đến thương hiệu của ngành Ngân hàng tại TP. Hồ Chí Minh.

2. Mô hình nghiên cứu

Với khái niệm về thương hiệu và các nghiên cứu trước về thương hiệu trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, khung lý thuyết được hình thành, nghiên cứu được kiểm định thông qua phương pháp định lượng tại TP. Hồ Chí Minh. Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Các giả thuyết nghiên cứu:

H1: Mức độ nhận biết của khách hàng cá nhân về thương hiệu tác động dương đến thương hiệu.

H2: Mức độ liên tưởng của khách hàng cá nhân về thương hiệu tác động dương đến thương hiệu.

H3: Chất lượng cảm nhận mà khách hàng cá nhân cảm nhận được do thương hiệu mang lại sẽ tác động dương lên thương hiệu.

H4: Lòng trung thành của khách hàng cá nhân đối với thương hiệu tác động dương lên thương hiệu.

H5: Uy tín của doanh nghiệp đối với khách hàng cá nhân tác động dương lên thương hiệu.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này gồm hai giai đoạn: (1) Nghiên cứu định tính và (2) Nghiên cứu định lượng.

Nghiên cứu định tính: Tác giả chuẩn bị dàn bài thảo luận nhóm với thang đo này được dịch sang tiếng Việt của tác giả Wani & cộng sự (2015), Jahanzeb & cộng sự (2013). Tác giả thảo luận nhóm với 8 khách hàng cá nhân đang sử dụng dịch vụ của NHTM tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả của giai đoạn 1: Các thành viên được phỏng vấn đều tán thành các yếu tố tác động đến thương hiệu của NHTM tại TP. Hồ Chí Minh là: Nhận biết thương hiệu, liên tưởng thương hiệu, chất lượng cảm nhận, lòng trung thành thương hiệu và uy tín doanh nghiệp. Đồng thời, các thành viên này đều tán thành các thang đo này rõ ràng và khách hàng cá nhân được hỏi có thể trả lời được.

Nghiên cứu định lượng được dùng để kiểm định mô hình lý thuyết, các giả thuyết trong mô hình. Kỹ thuật nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp khách hàng cá nhân bằng phiếu khảo sát. Sau đó dùng SPSS 26 xử lý số liệu, kiểm định độ tin cậy bằng công cụ Cronbach's Alpha. Kế tiếp, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy.

3.2. Mẫu nghiên cứu và đối tượng khảo sát

Phương pháp lấy mẫu thuận tiện bằng phiếu khảo sát đối với khách hàng cá nhân đang dùng dịch vụ hoặc sản phẩm của NHTM ở TP. Hồ Chí Minh. Trong nghiên cứu này có sử dụng phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory factor analysis). Trong EFA, kích thước mẫu thường được xác định dựa vào (1) kích thước tối thiểu và (2) số lượng biến đo lường đưa vào phân tích. Tác giả Hair & cộng sự (1998) cho rằng để sử dụng EFA kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100 và tỷ lệ quan sát/ biến đo lường là 5:1, nghĩa

là 1 biến đo lường cần tối thiểu 5 quan sát, tốt nhất là 10:1 trở lên (Nguyễn, 2011). Trong bảng câu hỏi có 27 biến quan sát. Thang đo nên tối thiểu cần có mẫu $n = 270$. Kích thước mẫu được chọn cho nghiên cứu này là 320.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Tổng số mẫu khảo sát gửi đi là 320 bảng, thu về 304 bảng, sau khi loại 16 bảng không đạt yêu cầu do có quá nhiều ô trống thì còn lại 304 bảng câu hỏi hoàn tất được sử dụng, đạt tỷ lệ 95%.

Mẫu bao gồm 304 khách hàng cá nhân tại NHTM trong TP. Hồ Chí Minh được chọn để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Về giới tính khách hàng: có 182 nữ (59,9%) và 122 nam (40,1%). Khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ của Ngân hàng Vietcombank cao nhất, chiếm 34,2%, kế đó là Ngân hàng Sacombank và Techcombank chiếm 13,2%. Về dịch vụ khách hàng sử dụng nhiều là: 119 khách hàng gửi tiền tiết kiệm có kỳ hạn (39,1%), 93 khách hàng dùng thẻ ATM (30,6%), 62 khách hàng dùng internet banking (20,4%) và dịch vụ khác (9,9%). Về địa điểm khách hàng giao dịch NHTM tại TP. Hồ Chí Minh: 46 khách hàng giao dịch tại quận 1 (15,1%), 41 khách hàng giao dịch tại TP. Thủ Đức (13,5%).

4.2. Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Sau khi hoàn thành việc thu thập mẫu, các thang đo được kiểm tra độ tin cậy bởi hệ số Cronbach's Alpha để xem xét mức độ nhất quán nội tại và là cơ sở để loại biến không đạt yêu cầu. Tiêu chuẩn chọn

thang đo khi có hệ số tin cậy Cronbach's Alpha > 0,6, các biến có hệ số tương quan biến tổng > 0,3 (Thọ, 2011). Kết quả phân tích Cronbach's Alpha cho thấy các thang đo đều đạt theo Bảng 1. Vì vậy, các biến đo lường trong thành phần sẽ được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả cho thấy hệ số KMO của thang đo là 0,902 với mức ý nghĩa Bartlett $\leq 0,05$ và có 6 nhân tố được trích tại Eigenvalue là 1,12 và 6 nhân tố này trích được 75,27% phương sai và trọng số nhân tố của các biến quan sát đều đạt yêu cầu với (> 0,5) (Thọ, 2011). Như vậy, kết quả phân tích EFA phù hợp.

4.4. Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Hệ số xác định R^2 hiệu chỉnh = 0,564, nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu 56,4%, hay nói cách khác, có 56,4% sự biến thiên của Thương hiệu có thể được giải thích do Nhận biết thương hiệu, Chất lượng cảm nhận, Liên tưởng thương hiệu, Lòng trung thành thương hiệu, Uy tín doanh nghiệp.

Kết quả Bảng 2 cho thấy hệ số hồi quy riêng đã chuẩn hóa đều khác không và với mức ý nghĩa < 0,05, chứng tỏ 5 yếu tố đều tham gia tác động đến thương hiệu của NHTM. Nhân tử phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ hơn 10 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Kết quả cho thấy 5 giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận. 5 yếu tố tác động dương đến thương hiệu của NHTM với hệ số β hóa chuẩn

Bảng 1. Kết quả đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

STT	Thang đo thành phần	Biến quan sát	Hệ số Cronbach Alpha	Tương quan biến tổng
1	Nhận biết thương hiệu	3	0,910	0,803
2	Chất lượng cảm nhận	5	0,920	0,754
3	Liên tưởng thương hiệu	4	0,864	0,653
4	Lòng trung thành thương hiệu	4	0,850	0,676
5	Uy tín doanh nghiệp	7	0,939	0,738
6	Thương hiệu	4	0,890	0,852

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Các hệ số chưa chuẩn hóa		Các hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF	
(Hằng số)	0,032	0,282		0,113	0,910			
1	Chất lượng cảm nhận	0,128	0,038	0,142	3,333	0,001	0,790	1,266
	Nhận biết thương hiệu	0,139	0,050	0,148	2,752	0,006	0,500	1,999
	Liên tưởng thương hiệu	0,209	0,049	0,204	4,242	0,000	0,621	1,611
	Lòng trung thành thương hiệu	0,210	0,049	0,213	4,319	0,000	0,590	1,695
	Uy tín doanh nghiệp	0,320	0,063	0,277	5,105	0,000	0,488	2,050

giảm dần như uy tín doanh nghiệp (β chuẩn hóa = 0,277), tiếp đến là lòng trung thành thương hiệu (β chuẩn hóa = 0,213), liên tưởng thương hiệu (β chuẩn hóa = 0,204), nhận biết thương hiệu (β chuẩn hóa = 0,148) và cuối cùng chất lượng cảm nhận (β chuẩn hóa = 0,142).

Phương trình hồi quy đã chuẩn hóa có dạng như sau:

THƯƠNG HIỆU =

$$\begin{aligned}
 & 0,277 * \text{UY TIN DOANH NGHIEP} \\
 & + 0,213 * \text{LONG TRUNG THANH THUONG HIIEU} \\
 & + 0,204 * \text{LIEN TUONG THUONG HIIEU} \\
 & + 0,148 * \text{NHAN BIET THUONG HIIEU} \\
 & + 0,142 * \text{CHAT LUONG CAM NHAN}
 \end{aligned}$$

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu này cho thấy uy tín doanh nghiệp là yếu tố đóng góp cao nhất vào việc hình thành thương hiệu của NHTM tại TP. Hồ Chí Minh với β chuẩn hóa = 0,277 (Bảng 2) và cũng tìm thấy trong nghiên cứu của Jahanzeb & cộng sự (2013). Uy tín doanh nghiệp tìm thấy trong nghiên cứu tại nước ngoài và tiếp tục được khẳng định tại thị trường Việt Nam, đặc biệt tại TP. Hồ Chí Minh. Điều này khẳng định uy tín doanh nghiệp là một thành phần mới, đóng góp quan trọng nhất vào lý thuyết thương hiệu đối với thị trường Việt Nam. Vì thế, việc tìm hiểu uy tín doanh nghiệp sẽ cho thấy sự tác động rất lớn của yếu tố này lên thương hiệu của

NHTM. Khi khách hàng nói về uy tín doanh nghiệp, khách hàng xem uy tín như là thông tin đáng tin cậy, ra quyết định sử dụng sản phẩm và dịch vụ đối với thương hiệu NHTM. Uy tín doanh nghiệp thể hiện vai trò quan trọng khi khách hàng quyết định sử dụng hay không sử dụng sản phẩm hay dịch vụ của NHTM (Jahanzeb & ctg, 2013). Uy tín doanh nghiệp càng cao thì thương hiệu của NHTM càng phát triển. Điều này có thể được lý giải rằng vì uy tín doanh nghiệp được đánh giá cao, nên khách hàng tích cực tìm kiếm thông tin về sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm nhiều hơn với NHTM có thương hiệu. NHTM càng có ít uy tín thì khách hàng không mặn mà và ít quan tâm đến thương hiệu của ngân hàng đó. Kết quả, NHTM càng khó thu hút được khách hàng.

Từ kết quả của nghiên cứu, đem lại một số hàm ý cho nhà quản trị trong lĩnh vực NHTM Việt Nam nói chung và tại TP. Hồ Chí Minh nói riêng:

Thứ nhất, để có thể thu hút khách hàng các nhà quản trị nên hiểu được mối liên kết giữa uy tín doanh nghiệp và thương hiệu. Theo kết quả nghiên cứu, uy tín doanh nghiệp là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất, có ý nghĩa lên thương hiệu của NHTM. Uy tín của NHTM đóng một vai trò quan trọng trong việc tạo ra một hình ảnh tốt đẹp đối với khách hàng và uy tín là nền tảng để duy trì một thương hiệu cạnh tranh. Khách hàng luôn chọn ngân hàng có uy tín

tốt, danh tiếng tích cực. Vì vậy, các nhà quản trị truyền thông quảng bá về hình ảnh tích cực, đẹp của NHTM đối với khách hàng như chất lượng dịch vụ tốt, sản phẩm an toàn... Điều này sẽ tác động đến hành vi sử dụng sản phẩm và dịch vụ của khách hàng và duy trì hình ảnh đẹp của NHTM trong thời gian dài, giúp khách hàng có ấn tượng tốt đẹp cũng như tạo ra dựng hình ảnh thương hiệu uy tín, an toàn với khách hàng.

Thứ hai, kết quả nghiên cứu cho thấy lòng trung thành của khách hàng là những yếu tố quan trọng thứ hai đối với thương hiệu của NHTM. Hiện nay, sự gia tăng khả năng cạnh tranh làm cho việc thu hút và giữ chân khách hàng trung thành với thương hiệu ngày càng trở nên khó khăn. Các nhà quản trị NHTM trước hết cần phải nỗ lực để cần thúc đẩy hành vi của khách hàng, nghĩa là gia tăng tối đa sự trung thành thương hiệu; và đạt được điều này thông qua đầu tư hiệu quả vào chính sách chăm sóc phù hợp với khách hàng nhằm làm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng, tạo sự gắn bó về mặt tình cảm giữa khách hàng và NHTM. Khi khách hàng cảm thấy hài lòng với các chính sách chăm sóc, khách hàng sẽ duy trì lòng trung thành và tiếp tục sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ của NHTM và còn truyền miệng tích cực về hình ảnh của NHTM.

Thứ ba, liên tưởng thương hiệu tác động thương hiệu của NHTM cũng được xác định trong nghiên cứu này. Khách hàng có sự liên tưởng mạnh về thương hiệu của NHTM sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh cho ngân hàng so với đối thủ. Giải pháp gia tăng liên tưởng thương hiệu trong tâm trí khách hàng là các nhà quản trị đưa ra các dấu hiệu nhận diện, đặc biệt là thiết kế logo, biểu tượng cuốn

hút, trang phục dễ nhận dạng, nhằm giúp cho khách hàng có sự liên tưởng dễ dàng và rõ nét về thương hiệu trong tâm trí họ. Chính điều này làm cho thương hiệu của NHTM có điểm khác biệt, giúp khách hàng liên tưởng đến thương hiệu và dễ dàng khi quyết định sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ của NHTM.

Thứ tư, nhận biết thương hiệu yếu tố thứ tư tác động đến thương hiệu của NHTM. Khách hàng nhận biết thương hiệu cần phải có chương trình truyền thông phù hợp. Nhà quản trị phải tạo ra các chương trình truyền thông phù hợp, có ý nghĩa đối với khách hàng như chương trình khuyến mãi hấp dẫn để thu hút khách hàng tiềm năng. Ngoài ra, hệ thống phân phối rộng rãi cũng là điểm hấp dẫn giúp khách hàng có thể nhận biết thương hiệu thông qua các dấu hiệu nhận biết đặc trưng của NHTM.

Cuối cùng, chất lượng cảm nhận là yếu tố cuối cùng quan trọng tác động đến thương hiệu của NHTM. Đây là yếu tố khách hàng đánh giá thấp nhất trong nghiên cứu. Chính vì vậy, để nâng cao chất lượng cảm nhận của khách hàng, các nhà quản trị cần thiết phải ưu tiên nâng cao chất lượng dịch vụ của các NHTM. Yếu tố này liên quan đến việc phát triển nguồn nhân lực, đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, đào tạo các kỹ năng, nâng cao năng lực cạnh tranh của nhân viên nhằm thỏa mãn những yêu cầu về dịch vụ của khách hàng. Bên cạnh đó, nhà quản trị ngân hàng thương mại phải nỗ lực tìm hiểu nhu cầu khách hàng nhằm đưa ra các sản phẩm hoặc dịch vụ mới, tích hợp công nghệ mới vừa làm thỏa mãn nhu cầu khách hàng như tiết kiệm thời gian của khách hàng vừa mang nhiều tiện ích cho khách hàng như an toàn, bảo mật ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hair, J.J., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, B.J., Tatham, R.L. (1998), *Multivariate data analysis*, 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
2. Jahanzeb, S., Fatima, T. and Mohsin Butt, M. (2013). How service quality influences brand equity: The dual mediating role of perceived value and corporate credibility. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2), 126-141.

3. Nguyễn Đình Thọ, (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Lao động xã hội.
4. Trần Hoàng Ngân, Nguyễn Thị Hồng Nhung, (2017). Các yếu tố tác động đến định vị thương hiệu của ngân hàng bán lẻ Việt Nam. Truy cập tại <https://tapchinganhang.gov.vn/cac-yeu-to-tac-dong-den-dinh-vi-thuong-hieu-cua-ngan-hang-ban-le-viet-nam.htm>
5. Wani, T.A., Ali W. A. & Qubra (2015). Application of consumer based brand equity model in Indian banking sector. *Management Dynamics*, 15(1), 47-62.

Ngày nhận bài: 6/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. PHAN HÀ THANH NHÃ

Khoa Quản trị Kinh doanh

Trường Đại học Công nghệ Sài Gòn

FACTORS AFFECTING THE BRAND OF COMMERCIAL BANKS IN HO CHI MINH CITY

● Master. **PHAN HA THANH NHA**
Faculty of Business Administration
Saigon Technology University

ABSTRACT:

This study explores the factors affecting the brand of commercial banks in Ho Chi Minh City. The study finds out that the brand of commercial banks is affected by the brand awareness, perceived quality, brand association, brand loyalty, and corporate credibility. In which, the corporate credibility is the most influential factor. Based on the study's findings, some solutions are proposed to help commercial banks develop appropriate branding strategies.

Keywords: brand, commercial bank, corporate credibility.

THE SITUATION OF DIGITALIZATION IN THE BANKING INDUSTRY IN VIETNAM

● NGUYEN THI MY DIEM

ABSTRACT:

In the context of the Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0), digital transformation has become an essential process in many fields, especially the banking and finance industry. Besides the growth of the Internet, the growth of financial technology and the increasing competition from fintech companies have pushed the digitalization in the banking industry. The finance and banking industry is seen as a pioneer in applying digital technology and the digital transformation has brought improvements and breakthroughs in financial and banking services.

Keywords: digital banking, digital transformation.

1. The situation of using internet for financial management in the world and in Vietnam

1.1. The world

With the development of the 4.0 technology revolution, people's demand for using technology is increasing, which is the basis to help develop the digitalization process of commercial banks globally.

According to a report on global digitization statistics, the current situation of people's technology use is shown in the following figure:

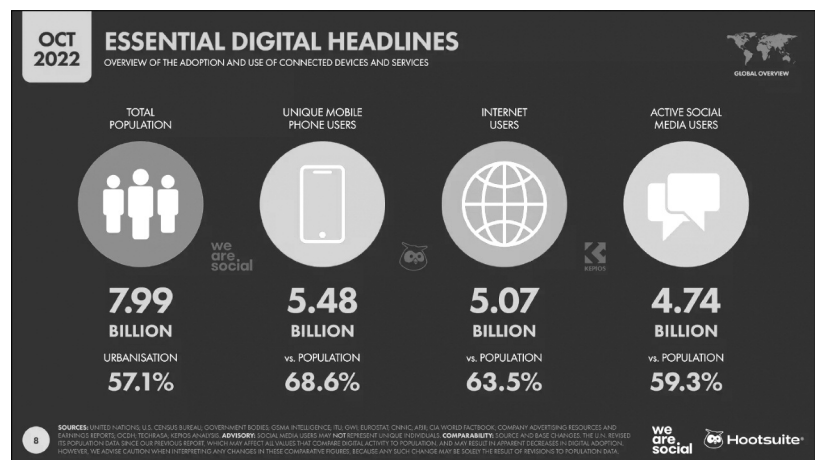
The global population stood at 8.0 billion in 2022 and global mobile users have reached 5.48 billion, with smartphones accounting for almost 4 in 5 of the mobile handsets in use today. The world's mobile user base has grown by 170 million since this time last year, with 68.6 percent of all the people on Earth now using some form of mobile phone.

Internet users increased by 3.5 percent in the year to October 2022, reaching 5.07 billion as we

enter the final quarter of the year. 171 million new users over the past 12 months have taken global internet penetration to 63.5 percent.

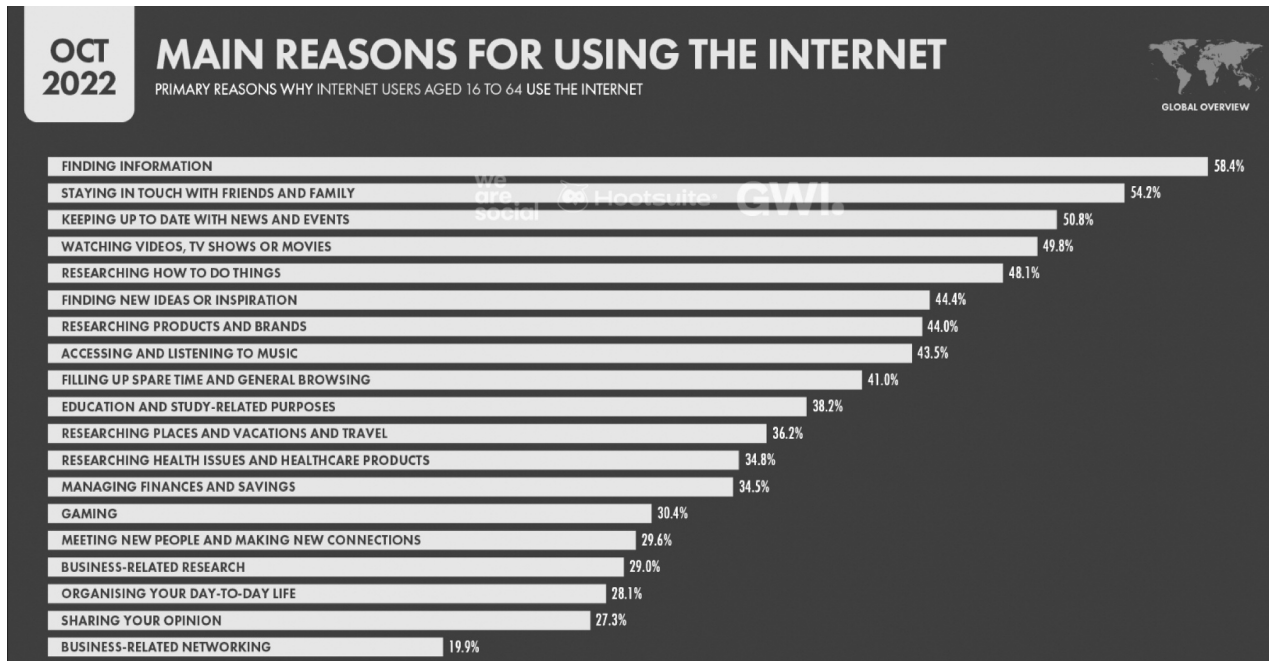
The number of internet users is increasing, especially since they use the internet on mobile phones accounting for 92.1%, this is the basis to promote the development of digitalization globally. They use the internet for many different purposes and in many different fields.

Figure 1: Essential Digital Headlines



Source: Digital-2022-october-global-statshot

Figure 2: Main reasons for using the internet



Source: Digital-2022-october-global-statshot

Internet users mainly use it to find information and stay in touch with family and friends and only 34.5% use it to manage finances and saving, this is an opportunity to support digitalization quickly to more users can access the bank's digital services.

1.2. Vietnam

There were 72.10 million internet users in Vietnam in January 2022. Vietnam's internet penetration rate stood at 73.2 percent of the total population at the start of 2022.

In Vietnam, the internet is mainly used to stay in

touch with friends and family (71.4%), only 36.5% use the internet for financial management, but with a large number of people using the internet is a good opportunity for digitalization.

In addition, the people use mobile connections in Vietnam to manage financial as shown in the following figure:

2. Digitalization in banking industry

2.1. What is digital transformation of banking industry?

Digital transformation in banking is a change in the culture, organization and operating methods of a bank through technology. In the banking industry, digital transformation also means improvements in many service-related areas including:

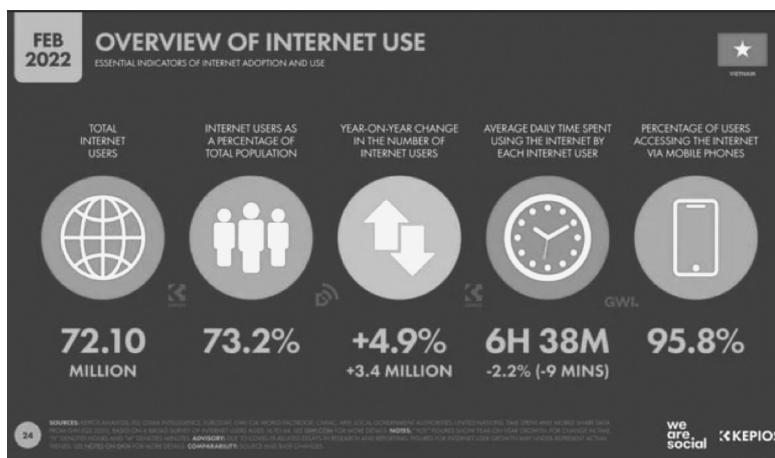
- + Process automation.
- + Business on digital channels requires fast and automated back-end processing.

Towards automation in many areas: Customer interaction, Operations, risk management, and decision-making.

Innovation & Disruption:

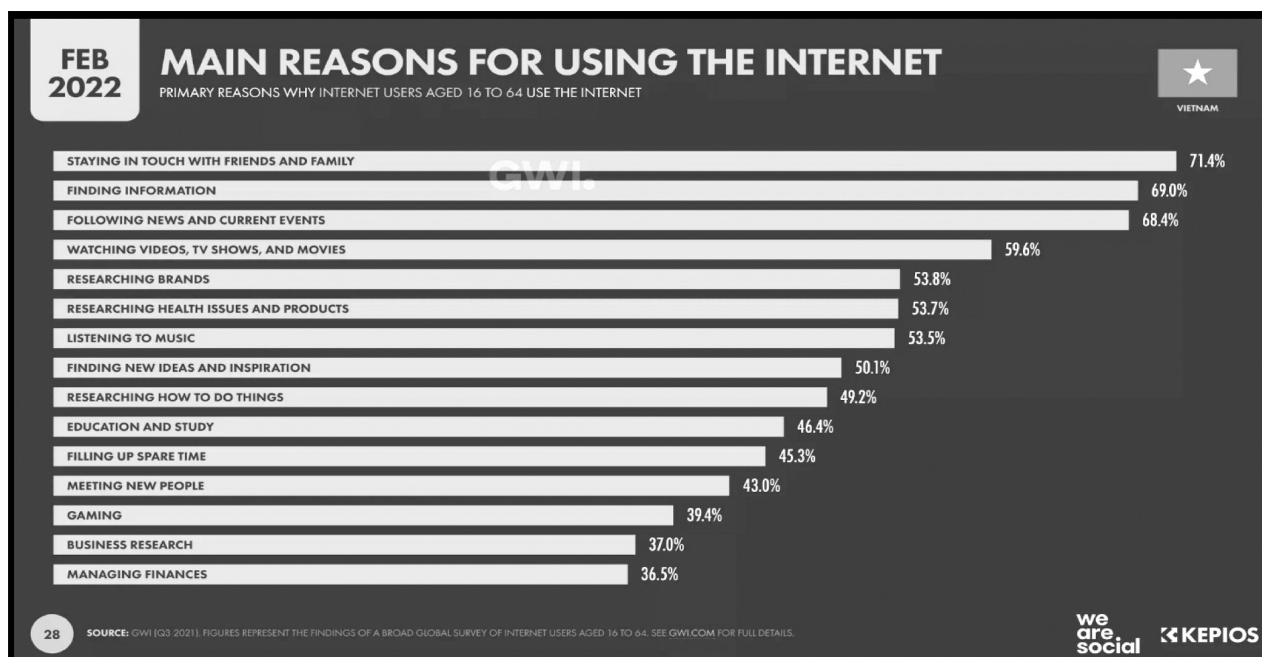
- + Banks must create innovative

Figure 3: Overview of internet use



Source: Digital-2022-october-global-statshot

Figure 4: Main reasons for using the internet in Vietnam



Source: Digital-2022-october-global-statshot

Figure 5: Use of online financial services in Vietnam



Source: Digital-2022-october-global-statshot

on users' mobile, social networks, and telecommunications networks to score credit and make lending decisions.

+ Banks can use customer behavior analysis, find the right set of customers to send appropriate promotional messages, increase the chances of cross-selling services, etc.

Improve organizational and sales agility.

2.2. The digitalization stages in banking

Digital transformation in businesses in general and digital transformation in the banking sector

in particular mostly go through 3 stages:

2.3. Must be necessary for digitalization in banking

The Covid -19 pandemic has changed many behaviors of customers, they changed from face-to-face transactions to online and got used to the change of the new situation. Therefore, banking services must also gradually move to a digital platform to meet the needs of users. Moreover, Fintech companies are increasingly developing and diversifying products and services competing with

new products, convenient for customers like virtual assistant - voice transactions, contactless payments (QR code, NFC...), e-wallet, money transfer using blockchain technology.

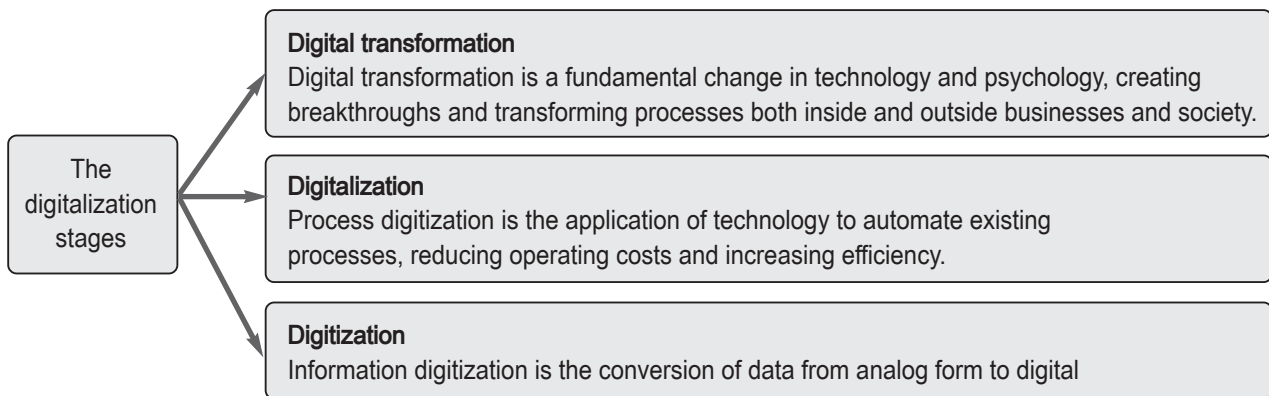
+ Commonly applied technologies such as Big Data, artificial intelligence, Blockchain, Robotics, Internet of things...

Partitioning big data for decision making:

+ Mining data inside the bank and outside the bank to serve the business.

+ Fintech companies can analyze information

Figure 6: The digitalization stages



banks. That is a reason for promoting the digitalization transformation of banks.

Changing of the demand users rapidly: The Internet creates many channels for consumers to participate in transactions, interact with banks and conveniently use financial services. Consumer habits tend to shift strongly from "offline" to "online" and non-cash payment. This has prompted banks to change to adapt. The most obvious activity is the widespread deployment of mobile banking, online banking and digital banking to satisfy demand and increase customer experience.

Increasing competitive pressure in the banking industry: Attracting new users and exploiting the hidden needs of customers is the most important goal of every bank. Consumers easily change banks when they have a bad experience, so competitive pressure is increasing among commercial banks.

Replacing digital products from financial technology companies - Fintech: Fintech offers new ways to enhance the services that banks provide to users. Mobile applications enable customers to view real-time bank accounts. Artificial intelligence helps security against fraud.

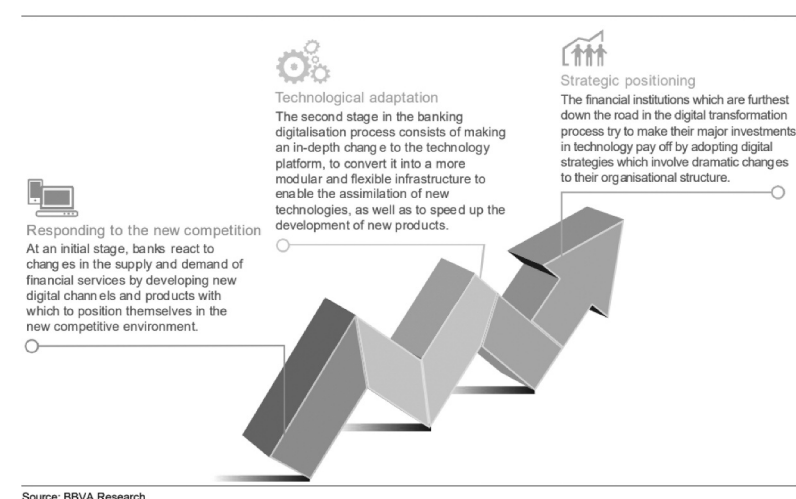
2.4. The process of transformation towards digital banking

Given the profound changes in the demand for financial services, the banks are responding to the

digital challenge by using different approaches and at varying speeds, as not all companies understand what it means to transform into a digital bank in the same way.

This digital transformation depends on the set of circumstances with which each institution starts out, although it is evident that there are several phases depending on the level of maturity. In this paper we have boiled the process down to three main phases.

Figure 7: The process of transformation towards digital banking



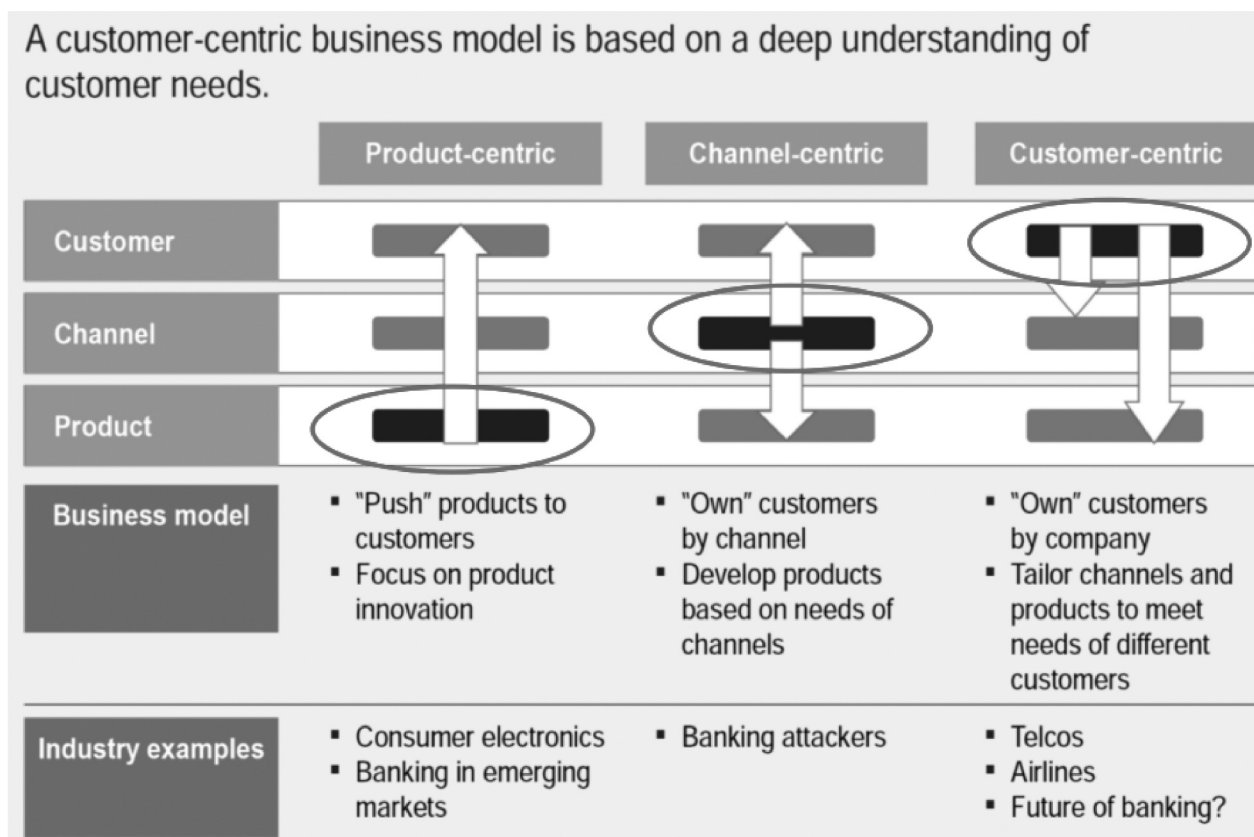
3. Digital banking trend

3.1. The trend of digitization bank on the world

With the increasing demand for banking services customers and the developed user mobile in transactions, commercial banks implement a customer-centric strategy, detailed in the following figure:

Product-centric: Product-centric describes a company focused on the details of its products

Figure 8: A customer-centric business is based on a deep understanding of customer needs.



above other considerations, including its customers' needs.

Channel centric: Idealize the channel, focus only on product development for the new channel. There has been a comment that internet banking channel will replace all traditional branch channels.

- Customer-centric:

- ❖ Based on the needs of customers to do business, serve multi-channels, and sell fit products on the channels that customers love.

- ❖ Design and deliver products and services to improve the customer experience.

- ❖ The policy with customers is designed based on determining the general relationship of the customer with the bank, not evaluating each personal product or service.

- ❖ Understanding customer needs over time, according to the customer lifecycle to provide the right products.

- ❖ Listen and respond to customer feedback.

3.2. Digital banking trends in Vietnam

eKYC: In December 2020, the State Bank of

Vietnam has just issued Circular No. 16/2020/TT-NHNN, which adds regulations on opening personal payment accounts by electronic method (eKYC). Thereby, eKYC was officially applied from March 5, 2021, with a maximum transaction limit of VND 100 million/month.

Big data: Applying Big Data to banks helps to collect information about customers, predict future behaviors and make real-time decisions based on real-time data.

International Bank (VIB) officially announced as the first bank to successfully apply Big Data & AI to bring a completely online application signal card opening experience in less than 30 minutes.

OMNI - CHANEL:

- + The development of banking applications on the Omni-Channel platform (multi-channel) helps customers control and perform financial transactions in the most effective way, and at the same time, it also helps customers to perform transactions at different locations. one channel, continue on another and finish on another. This will

help customers to comfortably transact in whichever channel is most convenient for them.

+ Currently, a number of banks have launched applications on the Omni platform: OCB Omni (OCB), SeAMobile (SeABank), VCB Digibank (Vietcombank), etc. Unify mobile and web channels with many new features such as personal financial health care, bill reminder, etc.

OPEN AI: In Vietnam, there have been a number of banks that have picked up on this trend by establishing the first foundations for their Open API platform, which is a platform for sharing data and building a product ecosystem. products and services between the bank and its partners. Some banks have been ahead of this trend such as Vietinbank which was the first bank in Vietnam to test the Open API platform on the iConnect platform since 2018, and cooperation opportunities between OCB and Fintech companies, domestic and foreign startups on Open Banking.

3.3. Suggested Solutions to develop digital transformation in banking

- *Widespread application of Blockchain technology and digital currency:* Blockchain has been gaining focus in research and development for diverse industries in recent years. It takes you under 1 second to complete all steps of transactions. So customers can make transactions faster, cheaper, and with higher security than current financial services.

- *Application of artificial intelligence (AI):* AI enables identification of transaction anomalies, minimizing the risk of fraud and money laundering. By analyzing past market data, AI helps financial institutions make faster and smarter decisions.

- *Application of biometric technology:* Biometric technology may be defined as the automated use of physiological or behavioral characteristics to determine or verify an individual's identity. The word biometric also refers to any human physiological or behavioral characteristic which possesses the requisite biometric properties.

As the level of security breaches and transaction fraud increases, the need for highly secure identification and personal verification information systems is becoming extremely important especially in the banking and finance sector. Biometric technology appeals to many banking organizations as a near-perfect solution to such security threats. Though biometric technology has gained traction in areas like healthcare and criminology, its application in banking security is still in its infancy. Due to the close association of biometrics to human, physical and behavioral aspects, such technologies pose a multitude of social, ethical, and managerial challenges.

- *Big data application (Big Data):* Applications of big data and data science help financial institutions collect all the data about their customers over the long term and exploit this information in the most efficient way. The analysis of data also allows us to understand and predict the needs of each individual customer, organization.

- *Development of security technologies:* Due to the popularity of the internet, the issue of cybersecurity and privacy protection is one of the important issues in the next decade as attacks and intrusions become increasingly sophisticated and diverse ■

REFERENCES:

1. Chauhan, S., Akhtar, A., & Gupta, A. (2022). Customer experience in digital banking: A review and future research directions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(2), 311-348.
2. Parviainen, P., Tihinen, M., Kujala, J., & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. *International journal of information systems and project management*, 5(1), 63-77.
3. Banking of the Future: How Banks will use digital capabilities to remain competitive. Nava, M., Karp, N., & Nash-Stacey, B. (2014). *The Millennials Paradox*. US Banking Watch. USA: BBVA Research.
4. BBVaresearch (2014). US BW BankMillennials esp. [Online] Available at https://www.bbvaresearch.com/wpcontent/uploads/2014/12/141216_US_BW_BankMillennials_esp.pdf

5.VIB (2020). Lần đầu tiên Việt Nam ứng dụng thành công Big Data & AI để mở thẻ tín dụng chưa đến 30 phút và hoàn toàn trực tuyến. Truy cập tại <https://www.vib.com.vn/vn/tin-tuc/kinh-doanh/lan-dau-tien-viet-nam-ung-dung-thanh-cong-big-data-al-de-mo-the-tin-dung>

6. Simon Kemp (2022). Digital 2022: april global statshot report. [Online] Available at <https://datareportal.com/reports/digital-2022-april-global-statshot?rq=Banking>

Received date: December 27, 2022

Reviewed date: January 5, 2023

Accepted date: January 10, 2023

Author information:

Master. NGUYEN THI MY DIEM

Nguyen Tat Thanh University

THỰC TRẠNG QUÁ TRÌNH SỐ HOÁ CỦA NGÀNH NGÂN HÀNG TẠI VIỆT NAM

● ThS. **NGUYỄN THỊ MY DIỄM**

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư (Công nghiệp 4.0), số hoá trở thành điều quan trọng đối với rất nhiều lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực tài chính và ngân hàng. Cùng với sự phát triển của mạng internet, sự phát triển của các công nghệ tài chính và sự cạnh tranh ngày càng tăng đến từ các công ty công nghệ tài chính (fintech) đã và đang thúc đẩy quá trình số hoá trong lĩnh vực ngân hàng. Lĩnh vực tài chính và ngân hàng được xem là lĩnh vực tiên phong trong việc ứng dụng các công nghệ kỹ thuật số. Quá trình chuyển đổi số đã đem đến những cải tiến và đột phá trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính và ngân hàng.

Từ khoá: ngân hàng số, chuyển đổi số.

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BẤT ĐỘNG SẢN NIÊM YẾT TRÊN SÀN CHỨNG KHOÁN HOSE

● TRẦN HUY HOÀNG - ĐỒNG HỮU PHÚ

ABSTRACT:

Khi kinh tế đất nước ngày càng phát triển, nhu cầu bất động sản cũng ngày càng tăng hơn, từ quỹ đất xây dựng nhà cửa, cơ sở hạ tầng, khu công nghiệp,... Để giải quyết vấn đề này, các doanh nghiệp bất động sản đóng vai trò quan trọng. Bài viết nghiên cứu về các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của ngành Bất động sản nói chung và ngành Bất động sản niêm yết trên sàn chứng khoán HOSE nói riêng.

Từ khóa: hiệu quả kinh doanh, doanh nghiệp bất động sản, sàn chứng khoán HOSE.

1. Đặt vấn đề

Trong thời gian qua, hiệu quả hoạt động của những doanh nghiệp kinh doanh bất động sản có những điểm tối như thua lỗ, đóng cửa, tình trạng giá cả bất động sản ảo, nhu cầu đầu cơ giá,... Qua tìm hiểu và nghiên cứu, tác giả nhận thấy có nguyên nhân từ các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh. Từ đó, tác giả nghiên cứu thêm các điểm mới về các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của ngành Bất động sản nói chung và ngành Bất động sản niêm yết trên sàn chứng khoán HOSE nói riêng, cũng như hoạch định chiến lược cho các nhà quản trị theo đặc thù riêng của từng công ty.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của bài viết là xác định các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp bất động sản niêm yết trên sàn

chứng khoán Hose, từ đó giúp các doanh nghiệp bất động sản niêm yết trên sàn chứng khoán Hose tồn tại và phát triển bền vững.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích định lượng bằng phần mềm Stata 14 chạy mô hình hồi quy để ước lượng và kiểm định, từ đó xác định chiều hướng và mức độ tác động của các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bất động sản niêm yết trên sàn chứng khoán Hose.

4. Kết quả nghiên cứu

Tác giả sử dụng phần mềm STATA 14 để phân tích và xử lý các mô hình trong dữ liệu bảng. Các bước thực hiện gồm:

- Bước 1: Thống kê mô tả nhằm cung cấp bảng tổng hợp mô tả số liệu của các biến.

- Bước 2: Phân tích ma trận hệ số tương quan nhằm đo lường mối quan hệ tuyến tính giữa các biến và kiểm định giả thuyết về trị trung bình của 2 mẫu.

- Bước 3: Chạy mô hình thực hiện như sau:

Chạy mô hình hồi quy tuyến tính theo, kiểm tra đa cộng tuyến, phương sai thay đổi, tự tương quan, nếu bị phương sai thay đổi, tự tương quan thì chạy Fixed effect model(FEM) (mô hình hiệu ứng cố định) Pooled OLS model và chạy Random effect model(REM) (mô hình hiệu ứng ngẫu nhiên), sử dụng kiểm định Hausman để lựa chọn FEM hay REM. Nếu chọn REM thì tiếp tục kiểm định nhân tử Lagrange để chọn REM hay Pooled OLS. Nếu chọn FEM thì tiếp tục kiểm định kiểm tra đa cộng tuyến, phương sai thay đổi, tự tương quan; nếu bị phương sai thay đổi, tự tương quan thì sử dụng phương pháp khắc phục GLS (Generalized Least Squares).

Mô hình hồi quy tuyến tính:

$$ROE_{i,t} = b_0 + b_1TP + b_2DR + b_3SIZE + b_4USB + b_5CF + b_6GROWTH + b_7TM + b_8SM + u_{it}$$

❖ **Kiểm tra phương sai thay đổi cho mô hình POOL (Bảng 1)**

Bảng 1. Kết quả kiểm tra phương sai thay đổi

White's test for H ₀ : homoskedasticity			
against H _a : unrestricted heteroskedasticity			
chi2(44)	=	122.53	
Prob > chi2	=	0.0000	
Cameron & Trivedi's decomposition of IM-test			

Source		chi2	df p
-----+-----			
Heteroskedasticity		122.53	44 0.0000
Skewness		14.26	8 0.0752
Kurtosis		5.71	1 0.0168
-----+-----			
Total		142.51	53 0.0000

Nguồn: Số liệu được thu thập từ các bản cáo bạch, báo cáo tài chính, báo cáo thường niên và tính toán từ phần mềm STATA14

Dùng kiểm định Hausman để lựa chọn mô hình FEM hay REM.(Bảng 4)

Với kết quả kiểm định Hausman,

Sig.(Prob>chi2 = 0.0000)<5%, nên chấp nhận H1. Vậy mô hình FEM được lựa chọn.

Kết quả hồi quy GLS cho thấy trong 8 yếu tố tài chính được kiểm định thì có 5 yếu tố có tác động ý nghĩa đến ROE của các doanh nghiệp bất động sản niêm yết trên sàn HOSE ở mức ý nghĩa từ 1% đến 10% gồm yếu tố: Khả năng thanh toán; Khả năng hoạt động; Tỷ lệ nợ; Quy mô doanh nghiệp; Hệ số chi phí và 3 yếu tố tài chính không có ý nghĩa là Tốc độ tăng trưởng; Tỷ lệ tài sản cố định; Kỳ thu tiền bình quân.

5. Kết luận và đề xuất

Kết quả chạy mô hình GLS, chỉ có 5 yếu tố có ý nghĩa, thực sự tác động đến ROE, còn lại 3 yếu tố không có ý nghĩa. Cụ thể:

- *Giả thuyết 1 (H1):* Tỷ lệ tài sản cố định (TP) có mối quan hệ ngược chiều với tỷ suất sinh lời. Kết quả từ mô hình không có ý nghĩa thống kê.

- *Giả thuyết 2 (H2):* Tỷ lệ nợ (DR) có mối quan hệ ngược chiều với tỷ suất sinh lời. Kết quả từ mô hình cho thấy, yếu tố này có ý nghĩa thống kê với mức 5% và tỷ lệ cùng chiều với ROE, nên bác bỏ giả thuyết. Hệ số hồi quy biến này b2 = 0.0995, với sự tác động này, nên các doanh nghiệp Bất động sản trên sàn chứng khoán HOSE cần tận dụng những lợi thế về nợ ngắn hạn hay dài hạn, có những chính sách trong ngắn và dài hạn về tín dụng thương mại, tín dụng tài chính, ngân hàng, để tạo ra tỷ lệ vốn tối ưu, tận dụng tối ưu đòn bẩy tài chính, từ đó khuếch đại ROE giúp doanh nghiệp ngày phát triển hơn.

- *Giả thuyết 3 (H3):* Quy mô doanh nghiệp (SIZE) có mối quan hệ cùng chiều với tỷ suất sinh lời. Kết quả từ mô hình cho thấy, yếu tố này có ý nghĩa thống kê với mức 10% và tỷ lệ cùng chiều với ROE, nên chấp nhận giả thuyết. Với kết quả tác động cùng chiều và ý nghĩa thống kê 10%, hệ số hồi quy tuyến tính của biến này b3 = 0.00709 thuận chiều, nên các doanh nghiệp cần có các chính sách tăng doanh thu như nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch, các chính sách khuyến mại, chăm sóc khách hàng, đảm bảo tốt dịch vụ hậu mãi, quảng cáo,... để kích cầu, tăng khách hàng để tăng doanh thu cho doanh nghiệp, từ đó tăng ROE của doanh nghiệp.

- *Giả thuyết 4 (H4):* Kỳ thu tiền bình quân (USB) có mối quan hệ ngược chiều với tỷ suất

Bảng 2. Kết quả mô hình FEM

Fixed-effects (within) regression		Number of obs = 230	
Group variable: MãCKMH		Number of groups = 23	
R-sq:	Obs per group:		
within = 0.5328	min = 10		
between = 0.3571	avg = 10.0		
overall = 0.4513	max = 10		
Corr (u _i , Xb) = -0.1654		F(8,199) = 28.37	Prob > F = 0.0000

ROE	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
SM	.0466304	.0106361	4.38	0.000	.0256564 .0676044
GROWTH	-.0002085	.0013436	-0.16	0.877	-.0028581 .0024411
TM	.13089	.0340035	3.85	0.000	.0638365 .1979435
TP	.0758475	.064676	1.17	0.242	-.0516907 .2033857
DR	.2654157	.0599982	4.42	0.000	.1471018 .3837296
SIZE	.0074356	.0069944	1.06	0.289	-.006357 .0212282
USB	7.77e-07	6.07e-07	1.28	0.202	-4.20e-07 1.97e-06
CF	-.1803807	.0204635	-8.81	0.000	-.2207338 -.1400276
_cons	-.0934278	.0958308	-0.97	0.331	-.2824019 .0955463

sigma_u	.05787889
sigma_e	.06015938
rho	.48068726 (fraction of variance due to u _i)

F test that all u _i =0: F (22, 199) = 5.55	Prob > F = 0.0000
---	-------------------

Bảng 3. Kết quả mô hình REM

Random-effects GLS regression		Number of obs = 230	
Group variable: MãCKMH		Number of groups = 23	
R-sq:	Obs per group:		
within = 0.5215	min = 10		
between = 0.5470	avg = 10.0		
overall = 0.5300	max = 10		
corr(u _i , X) = 0 (assumed)		Wald chi2(8) = 243.07	Prob > chi2 = 0.0000

ROE	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
SM	.0376668	.0096624	3.90	0.000	.0187289 .0566048
GROWTH	.0004072	.0013253	0.31	0.759	-.0021903 .0030046
TM	.1244145	.0281776	4.42	0.000	.0691874 .1796417
TP	-.012249	.0528897	-0.23	0.817	-.1159109 .0914129
DR	.2209379	.0498688	4.43	0.000	.1231969 .3186789
SIZE	.0008558	.0054225	0.16	0.875	-.009772 .0114836
USB	6.50e-07	5.62e-07	1.16	0.248	-4.52e-07 1.75e-06
CF	-.2089653	.0191162	-10.93	0.000	-.2464323 -.1714983
_cons	.062543	.0753794	0.83	0.407	-.085198 .2102839

sigma_u	.03796496
sigma_e	.06015938
rho	.28482191 (fraction of variance due to u _i)

Nguồn: Số liệu được thu thập từ các bản cáo bạch, báo cáo tài chính, báo cáo thường niên và tính toán từ phần mềm STATA14

sinh lời. Kết quả từ mô hình không có ý nghĩa thống kê.

- *Giả thuyết 5 (H5):* Hệ số chi phí (CF) có mối quan hệ cùng chiều với tỷ suất sinh lời. Kết quả từ mô hình cho thấy, yếu tố này có ý nghĩa thống kê với mức 1% và tỷ lệ ngược chiều với ROE, nên bác bỏ giả thuyết. Hệ số hồi quy của biến này b5 = -0.190, hệ số này âm, ngược chiều với ROE, nên hệ số chi phí càng cao làm cho tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu càng giảm. Do đó, các doanh nghiệp bất động sản trên sàn HOSE quan tâm đến quản lý, kiểm soát chi phí kinh doanh tốt nhất bằng cách cải tiến kỹ thuật công nghệ máy móc xây dựng, chính sách lao động tối ưu, nâng cao chất lượng sản phẩm, tiết giảm những chi phí không hợp lý để giảm giá thành sản phẩm,...

- *Giả thuyết 6 (H6):* Tốc độ tăng trưởng (GROWTH) có mối quan hệ cùng chiều với tỷ suất sinh lời. Kết quả từ mô hình không có ý nghĩa thống kê.

- *Giả thuyết 7 (H7):* Khả năng hoạt động (TM) có mối quan hệ cùng chiều với tỷ suất sinh lời. Kết quả từ mô hình cho thấy, yếu tố này có ý nghĩa thống kê với mức 1% và tỷ lệ cùng chiều với ROE, nên chấp nhận giả thuyết. Hệ số hồi quy của biến này b7 = 0.131, hệ số này cùng chiều với ROE, nên doanh nghiệp càng tăng tỷ lệ biến này thì tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu càng tăng cao. Tỷ số này được đo bằng Doanh thu thuần trên Tổng tài sản bình quân. Do đó, doanh nghiệp bất động sản trên sàn HOSE cần tăng doanh thu thuần, như: tăng sản lượng, chất

Bảng 4. Kết quả kiểm định Hausman

---- Coefficients ----				
	(b) fe	(B) re	(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
SM	.0466304	.0376668	.0089636	.0044459
GROWTH	-.0002085	.0004072	-.0006157	.0002214
TM	.13089	.1244145	.0064755	.0190332
TP	.0758475	-.012249	.0880965	.0372244
DR	.2654157	.2209379	.0444778	.03336
SIZE	.0074356	.0008558	.0065798	.0044179
USB	7.77e-07	6.50e-07	1.27e-07	2.29e-07
CF	-.1803807	-.2089653	.0285846	.0073025

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
 B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(7) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
 = 83.45
 Prob>chi2 = 0.0000
 (V_b-V_B is not positive definite)

Bảng 5. Bảng tổng hợp kết quả của 4 mô hình (POOL, FEM, REM, GLS)

	(1) ROE	(2) ROE	(3) ROE	(4) ROE
SM	0.0281*** [3.22]	0.0466*** [4.38]	0.0377*** [3.90]	0.0208*** [2.78]
GROWTH	0.000850 [0.58]	-0.000208 [-0.16]	0.000407 [0.31]	-0.000712 [-0.87]
TM	0.138*** [6.05]	0.131*** [3.85]	0.124*** [4.42]	0.131*** [5.62]
TP	-0.0881** [-2.08]	0.0758 [1.17]	-0.0122 [-0.23]	-0.0108 [-0.24]
DR	0.173*** [4.32]	0.265*** [4.42]	0.221*** [4.43]	0.0995** [2.44]
SIZE	-0.00459 [-1.17]	0.00744 [1.06]	0.000856 [0.16]	0.00709* [1.86]
USB	0.000000450 [0.78]	0.000000777 [1.28]	0.000000650 [1.16]	-1.84e-08 [-0.05]
CF	-0.252*** [-12.98]	-0.180*** [-8.81]	-0.209*** [-10.93]	-0.190*** [-14.20]
_cons	0.211*** [3.84]	-0.0934 [-0.97]	0.0625 [0.83]	0.0466 [0.88]
N	230	230	230	230
R-sq	0.556	0.533		

t statistics in brackets
 * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

Nguồn: Số liệu được thu thập từ các bản cáo bạch, báo cáo tài chính, báo cáo thường niên và tính toán từ phần mềm STATA14

lượng sản phẩm, quảng cáo sản phẩm, có chế độ hậu mãi tốt, để tăng khách hàng.

- *Giả thuyết 8 (H8)*: Khả năng thanh toán (SM) có mối quan hệ cùng chiều với tỷ suất sinh lời. Kết quả từ mô hình cho thấy, yếu tố này có ý nghĩa thống kê với mức 1% và tỷ lệ cùng chiều với ROE, nên chấp nhận giả thuyết. Hệ số hồi quy của biến này b8 = 0.0208, hệ số dương, nếu doanh nghiệp tăng tỷ số biến SM này càng nhiều thì làm tăng tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu càng nhiều, hiệu quả kinh doanh càng tốt. Để được như vậy, doanh nghiệp cần đầu tư tài sản ngắn hạn tối ưu như giữ lượng tiền mặt, ngân hàng cân đối, kinh doanh thêm đầu tư tài chính ngắn hạn, đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn ngắn hạn, các khoản phải thu ngắn hạn hợp lý ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Athar Iqbal and Madhu Mati, (2012). *Relationship between Non-current Assets & Firms Profitability*.
2. Abbasali Pouraghajan, Esfandiari Malekian, Milad Emamgholipour, Vida Lotfollahpour & Mohammad Mohammadpour Bagheri, (2012). *The Relationship between Capital Structure and Firm Performance Evaluation Measures: Evidence from the Tehran Stock Exchange. International Journal of Business and Commerce* 1(9).
3. Adekunle, O.A. and S.O. Kajola, (2010). *Capital structure and firm performance: Evidence from Nigeria. European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences* 25(2): 77.

4. Đàm Thanh Tú, (2015). Vận dụng mô hình kinh tế lượng để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí nghiên cứu Tài chính kế toán*, số 11(148)-2015.

5. Đường Nguyễn Hưng, (2017). Mức độ biến động của các nhân tố phản ánh các chính sách quản trị để làm rõ hơn mối quan hệ giữa các nhân tố đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2010-2015. *Tạp chí Tài chính*.

Ngày nhận bài: 13/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/12/2022

Thông tin tác giả:

1. PGS. TS. TRẦN HUY HOÀNG¹

2. ThS. ĐỒNG HỮU PHÚ²

¹Trường Đại học Văn Hiến

²Công ty TNHH Tư vấn quản lý và dịch vụ thuế Tín Phú

**FACTORS AFFECTING THE BUSINESS PERFORMANCE
OF REAL ESTATE COMPANIES LISTED
ON THE HO CHI MINH CITY STOCK EXCHANGE**

● Assoc. Prof. Ph.D **TRAN HUY HOANG¹**

● Master. **DONG HUU PHU²**

¹Van Hien University

²Tin Phu Tax Service and Management Consulting Co., Ltd

ABSTRACT:

Along with the economic growth, the demand for housing, infrastructure, industrial parks, etc. is also increasing in Vietnam. To meet this growing demand, real estate companies play an important role. This study explores the factors affecting the business performance of the real estate sector in Vietnam in general and real estate companies listed on the Ho Chi Minh City Stock Exchange in particular.

Keywords: business performance, real estate companies, Ho Chi Minh City Stock Exchange.

TỔ CHỨC CHỨNG TỪ KẾ TOÁN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP

● NGUYỄN THỊ KIM HƯƠNG

TÓM TẮT:

Chứng từ kế toán là chứng minh bằng giấy tờ các nghiệp vụ kinh tế phát sinh và hoàn thành. Chứng từ kế toán là bằng chứng chứng minh cho số liệu trên sổ sách và báo cáo ở các doanh nghiệp. Chứng từ kế toán gồm nhiều loại khác nhau, mỗi loại phản ánh các đối tượng và chỉ tiêu khác nhau. Bằng phương pháp phân tích định tính, bài viết trình bày các loại chứng từ sử dụng, trình tự luân chuyển tại các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có thể tham khảo bài viết để thực hiện luân chuyển chứng từ chặt chẽ, hợp lý với đơn vị của mình.

Từ khóa: tổ chức, chứng từ kế toán, luân chuyển chứng từ, doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Trong các doanh nghiệp, chứng từ kế toán là một bằng chứng quan trọng chứng minh tính hợp pháp, hợp lệ của các số liệu trên sổ kế toán, báo cáo tài chính và quyết toán thuế. Mọi số liệu ghi trên sổ kế toán phải được đảm bảo bằng chứng từ hợp lý, hợp lệ và hợp pháp. Chính vì vậy việc lập, nhận, trình ký, sử dụng và bảo quản chứng từ phải được thực hiện chặt chẽ, khoa học để đảm bảo quản lý chặt chẽ việc thất thoát tài sản của đơn vị và phục vụ công tác kiểm tra, kiểm toán. Để làm được điều trên thì các doanh nghiệp phải tổ chức hệ thống chứng từ kế toán tại đơn vị một cách khoa học, chặt chẽ và hợp lý.

Tổ chức chứng từ kế toán là:

- Xác định chủng loại, số lượng, nội dung, kết cấu và quy chế quản lý, sử dụng chứng từ kế toán cho các đối tượng kế toán;

- Thiết kế khối lượng công tác hạch toán ban đầu trên hệ thống các bằng chứng từ hợp lý, hợp

pháp theo một quy trình luân chuyển chứng từ nhất định;

- Tổ chức hệ thống thông tin ban đầu cho quản lý vật tư, tiền vốn, hoạt động thu chi tiền, bán hàng, tài sản cố định....

Tổ chức tốt chứng từ kế toán sẽ mang lại những lợi ích to lớn:

- Về mặt quản lý

+ Dựa trên thông tin từ chứng từ gốc để quản lý chặt chẽ các đối tượng hạch toán kế toán, đưa ra các quyết định tác nghiệp hợp lý để điều chỉnh kế hoạch, dự toán và thực hiện giao dịch kinh doanh;

+ Giúp nhà quản lý có được các thông tin kịp thời, chính xác, đầy đủ, từ đó đưa ra các quyết định kinh doanh hợp lý.

- Về pháp lý

Chứng từ kế toán là một phương tiện sao chụp ngay từ đầu nguyên hình, trạng thái các nghiệp vụ kinh tế phát sinh, vì thế mà nó là một chứng cứ xác thực chứng minh sự hình thành của các nghiệp vụ

kế toán. Cho nên tổ chức tốt chứng từ kế toán là tổ chức tốt hệ thống chứng cứ chứng minh tính pháp lý cho mọi hoạt động tại đơn vị.

- Về mặt kế toán

Tổ chức chứng từ là giai đoạn đầu tiên để thực hiện việc ghi sổ và lập các báo cáo kế toán. Nếu chứng từ được tổ chức tốt sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc ghi sổ và thanh tra kế toán, kiểm toán.

2. Nguyên tắc tổ chức chứng từ kế toán

Khi tổ chức chứng từ kế toán cần tuân thủ các nguyên tắc sau đây:

Nguyên tắc thống nhất:

Các doanh nghiệp phải tổ chức sử dụng thống nhất hệ thống chứng từ trong các niên độ kế toán về loại chứng từ, nguyên tắc lập, nhận, luân chuyển và bảo quản lưu trữ.

Nguyên tắc đặc thù: Căn cứ vào đặc thù của doanh nghiệp lựa chọn hệ thống chứng từ và xây dựng trình tự luân chuyển cho phù hợp với đơn vị mình.

Nguyên tắc bằng chứng: Tổ chức lập, nhận, trình ký chứng từ kế toán phải đảm bảo sao cho các chứng từ đó có đủ các yếu tố: hợp lý, hợp lệ, hợp pháp. Có như thế, chứng từ mới là bằng chứng đáng tin cậy cho hoạt động kinh doanh của đơn vị.

Nguyên tắc cập nhật: Theo nguyên tắc này khi tổ chức chứng từ kế toán phải thường xuyên cập nhật các thay đổi về quy định ghi chép, biểu mẫu, lưu trữ chứng từ để đảm bảo chứng từ luôn mang tính pháp lý.

Nguyên tắc hiệu quả: Khi tổ chức chứng từ kế toán phải tính đến hiệu quả của công tác tổ chức, phát hành, ghi chép, sử dụng và lưu trữ chứng từ. Các doanh nghiệp phải xem xét giữa lợi ích thu được từ việc tổ chức và thực hiện chứng từ và chi phí bỏ ra cho việc thực hiện đó.

3. Nội dung tổ chức chứng từ kế toán

3.1. Xác định danh mục chứng từ

Theo quy định của Bộ Tài chính trong Thông tư số 200/2014/TT-BTC, hệ thống chứng từ kinh tế ở các đơn vị bao gồm 5 loại sau đây: (Bảng 1)

Bảng 1. Danh mục và biểu mẫu chứng từ kế toán
(Ban hành kèm theo Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22/12/2014 của Bộ Tài chính)

TT	Tên chứng từ	Số hiệu
I. Lao động tiền lương		
1	Bảng chấm công	01a-LĐTL
2	Bảng chấm công làm thêm giờ	01b-LĐTL
3	Bảng thanh toán tiền lương	02-LĐTL
4	Bảng thanh toán tiền thưởng	03-LĐTL
5	Giấy đi đường	04-LĐTL
6	Phiếu xác nhận sản phẩm hoặc công việc hoàn thành	05-LĐTL
7	Bảng thanh toán tiền làm thêm giờ	06-LĐTL
8	Bảng thanh toán tiền thuê ngoài	07-LĐTL
9	Hợp đồng giao khoán	08-LĐTL
10	Biên bản thanh lý (nghiem thu) hợp đồng giao khoán	09-LĐTL
11	Bảng kê trích nộp các khoản theo lương	10-LĐTL
12	Bảng phân bổ tiền lương và bảo hiểm xã hội	11-LĐTL
II. Hàng tồn kho		
1	Phiếu nhập kho	01-VT
2	Phiếu xuất kho	02-VT
3	Biên bản kiểm nghiệm vật tư, công cụ, sản phẩm, hàng hóa	03-VT
4	Phiếu báo vật tư còn lại cuối kỳ	04-VT
5	Biên bản kiểm kê vật tư, công cụ, sản phẩm, hàng hóa	05-VT
6	Bảng kê mua hàng	06-VT
7	Bảng phân bổ nguyên liệu, vật liệu, công cụ, dụng cụ	07-VT
III. Bán hàng		
1	Bảng thanh toán hàng đại lý, ký gửi	01-BH
2	Thẻ quầy hàng	02-BH

TT	Tên chứng từ	Số hiệu
	IV. Tiền tệ	
1	Phiếu thu	01-TT
2	Phiếu chi	02-TT
3	Giấy đề nghị tạm ứng	03-TT
4	Giấy thanh toán tiền tạm ứng	04-TT
5	Giấy đề nghị thanh toán	05-TT
6	Biên lai thu tiền	06-TT
7	Bảng kê vàng tiền tệ	07-TT
8	Bảng kiểm kê quỹ (dùng cho VND)	08a-TT
9	Bảng kiểm kê quỹ (dùng cho ngoại tệ, vàng tiền tệ)	08b-TT
10	Bảng kê chi tiền	09-TT
	V. Tài sản cố định	
1	Biên bản giao nhận TSCĐ	01-TSCĐ
2	Biên bản thanh lý TSCĐ	02-TSCĐ
3	Biên bản bàn giao TSCĐ sửa chữa lớn hoàn thành	03-TSCĐ
4	Biên bản đánh giá lại TSCĐ	04-TSCĐ
5	Biên bản kiểm kê TSCĐ	05-TSCĐ
6	Bảng tính và phân bổ khấu hao TSCĐ	06-TSCĐ

Ngoài ra trong hệ thống chứng từ ở các doanh nghiệp còn có hóa đơn GTGT điện tử có mẫu và trình tự lập luân chuyển theo hướng dẫn của Thông tư số 78/2021/TT-BTC

3.2. Tổ chức lập chứng từ

Tổ chức lập chứng từ là tổ chức phản ánh nghiệp vụ kinh tế phát sinh vào bản chứng từ. Công việc lập chứng từ bao gồm: Lựa chọn chứng từ phù hợp với nghiệp vụ kinh tế phát sinh cũng như các phương tiện kỹ thuật để lập chứng từ (Lập bằng bút, mực ghi, giấy than hay lập trên máy vi tính...) và xác định thời gian lập chứng từ của từng loại nghiệp vụ.

* Khi lập chứng từ phải đảm bảo các yêu cầu sau:

- Chứng từ phải được lập theo mẫu do Nhà nước quy định, lập chứng từ phải sử dụng đúng loại chứng từ, ghi đầy đủ các yếu tố cần thiết trên chứng từ (yếu tố cơ bản), đồng thời phải có chữ ký của

những người có liên quan mới được coi là hợp lệ, hợp pháp.

- Người lập phải gạch bỏ các phần còn trống trên chứng từ.

- Thủ trưởng đơn vị, kế toán trưởng không được ký duyệt sẵn trên bản chứng từ (chứng từ khống) và giao cho nhân viên sử dụng dẫn.

- Chứng từ phải được lập và ghi trên những phương tiện vật chất tốt, đảm bảo giá trị lưu trữ theo thời hạn quy định của mỗi loại chứng từ.

- Không được phép tẩy xóa chứng từ khi có sai sót. Nếu có sai sót cần phải huỷ và lập chứng từ khác những phải đảm bảo số thứ tự liên tục của chứng từ, không được xé rời khỏi cuốn.

- Đối với các chứng từ

bao gồm nhiều liên: Các liên của chứng từ phải được lập cùng một lần bằng cách: liên 2 và liên 3 (nếu có) đặt dưới giấy than. Chữ ký của các cá nhân có liên quan phải được ký trực tiếp trên mỗi bản chứng từ không được ký qua giấy than.

3.3. Tổ chức kiểm tra chứng từ

Kiểm tra chứng từ là việc xác định tính chính xác, đúng đắn và tính hợp lý hợp lệ, hợp pháp của thông tin ghi trên chứng từ. Chứng từ kế toán nhất thiết phải được kiểm tra nhằm đảm bảo chất lượng thông tin kế toán trước khi vào sổ, phát hiện ra gian lận và sai sót, Đồng thời, việc kiểm tra sẽ giúp đơn vị phát hiện ra những tổn thất tài sản có liên quan.

Nội dung kiểm tra chứng từ kế toán bao gồm:

- *Kiểm tra tính hợp lệ của chứng từ:* Kiểm tra các yếu tố cơ bản và việc tuân thủ các chế độ chứng từ do Nhà nước ban hành.

- *Kiểm tra tính hợp pháp của chứng từ:* Kiểm tra chữ ký và dấu của đơn vị có liên quan trong chứng từ.

- *Kiểm tra tính hợp lý của chứng từ:* Kiểm tra nội dung của nghiệp vụ, số tiền, mối quan hệ giữa các chỉ tiêu số lượng và giá trị phản ánh trên chứng từ, kiểm tra số tiền trên chứng từ thực hiện và chứng từ gốc.

3.4. Tổ chức luân chuyển, sử dụng chứng từ cho ghi sổ kế toán

Căn cứ vào các giao dịch phát sinh tại đơn vị, kế toán sẽ tiến hành phân loại chứng từ kế toán theo các phần hành: chứng từ tiền, chứng từ hàng tồn kho, chứng từ bán hàng, chứng từ tài sản cố định, chứng từ tiền lương. Sau đó, kế toán sẽ vạch

ra đường đi cụ thể của từng loại chứng từ cho phù hợp với tình hình kinh doanh và quản lý của đơn vị sao cho hiệu quả, kiểm soát tốt nhất tài sản, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

**Trình tự luân chuyển của chứng từ tiền mặt:* (Sơ đồ 1, 2)

**Trình tự luân chuyển của chứng từ hàng tồn kho:* (Sơ đồ 3, 4)

**Trình tự luân chuyển của chứng từ tiền lương:* (Sơ đồ 5)

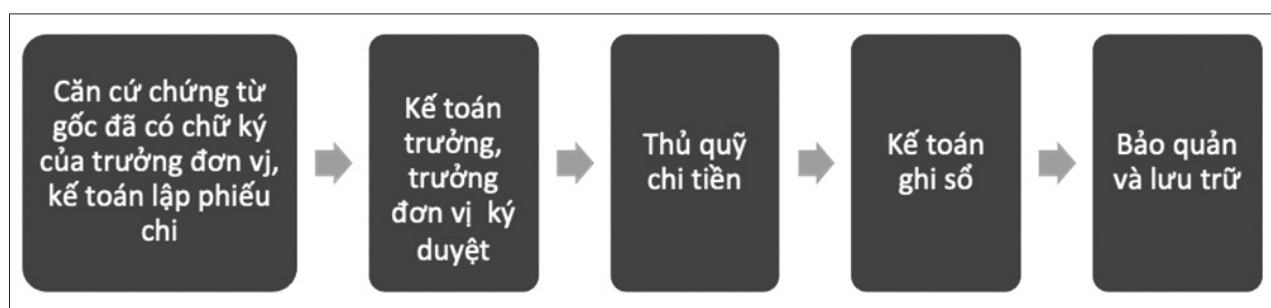
**Trình tự luân chuyển của chứng từ bán hàng:* (Sơ đồ 6)

**Trình tự luân chuyển của chứng từ tài sản cố định (TSCĐ):* (Sơ đồ 7)

Sơ đồ 1: Phiếu thu tiền mặt sẽ được luân chuyển theo trình tự sau:



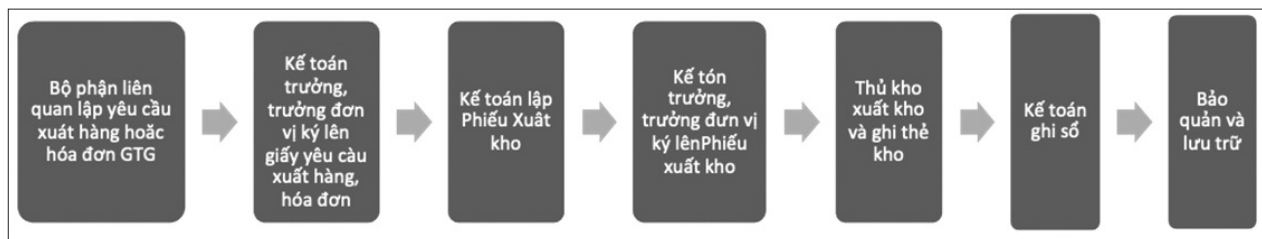
Sơ đồ 2: Phiếu chi tiền mặt sẽ được luân chuyển theo trình tự sau:



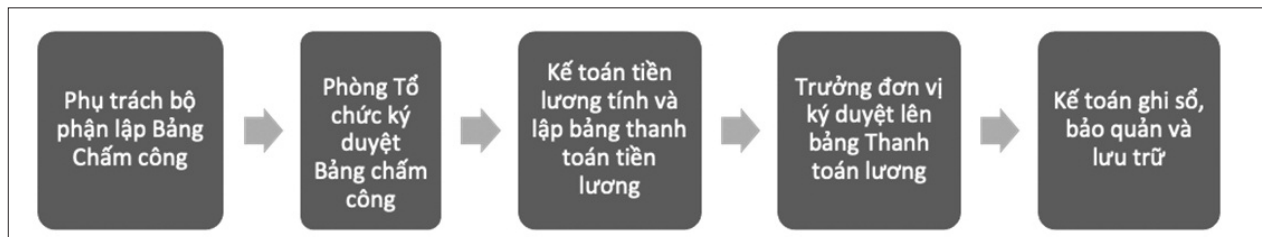
Sơ đồ 3: *Trình tự luân chuyển của chứng từ hàng tồn kho:



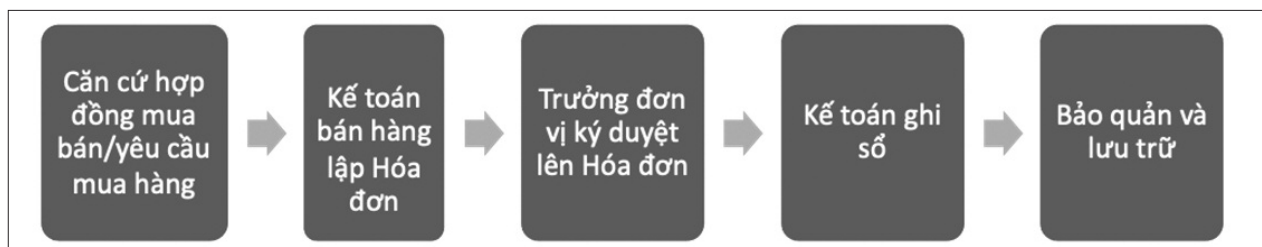
Sơ đồ 4: Phiếu nhập sẽ được luân chuyển theo trình tự sau:



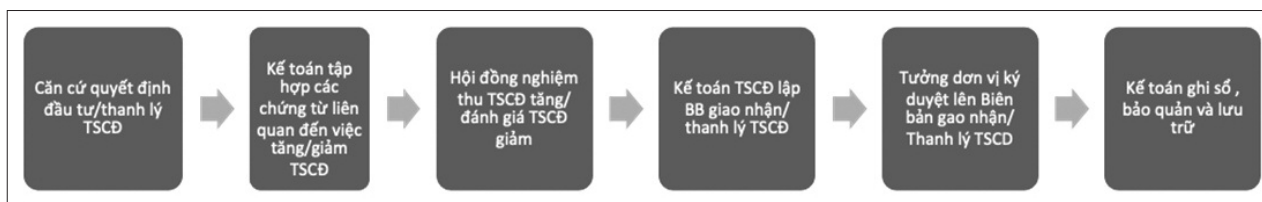
Sơ đồ 5: *Trình tự luân chuyển của chứng từ tiền lương:



Sơ đồ 6: *Trình tự luân chuyển của chứng từ bán hàng:



Sơ đồ 7: *Trình tự luân chuyển của chứng từ tài sản cố định (TSCĐ):



3.5. Tổ chức bảo quản, lưu trữ, và hủy chứng từ kế toán

Thời gian và các qui định khác về lưu trữ chứng từ kế toán được thực hiện theo chế độ lưu trữ hồ sơ, tài liệu kế toán của Nhà nước.

Trường hợp ghi sổ kế toán bằng máy vi tính thì cuối mỗi kỳ kế toán, sau khi hoàn thành các công việc ghi sổ và khóa sổ phải in toàn bộ hệ thống sổ kế toán tổng hợp này kế toán chi tiết để lưu trữ và phục vụ công tác kiểm tra, kiểm toán, thanh tra tài chính.

4. Kết luận

Chứng từ kế toán là tài liệu và bằng chứng quan

trọng cho hoạt động kinh tế tài chính của đơn vị. Chính vì vậy, các doanh nghiệp phải xây dựng một qui định về tổ chức, sử dụng, bảo quản chứng từ cho phù hợp với đặc thù sản xuất - kinh doanh và tình hình tài chính của doanh nghiệp mình.

Bài viết này đã đưa ra các nội dung cơ bản công tác tổ chức chứng từ kế toán như: loại chứng từ, trình tự luân chuyển. Các doanh nghiệp có thể sử dụng các trình tự luân chuyển này và triển khai cụ thể hơn, sao cho phù hợp với đặc điểm sản xuất - kinh doanh, quy mô doanh nghiệp, số lượng nhân viên kế toán, yêu cầu của nhà quản lý đơn vị ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2014). *Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 V/v hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp.*
2. Quốc hội (2015). *Luật số 88/2015/QH13: Luật Kế toán*, ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2015.
3. Quốc hội (2003). *Luật số 03/2003/QH11: Luật Kế toán*, ban hành ngày 26 tháng 6 năm 2003
4. Chính phủ (2004), *Nghị định số 129/2004/NĐ-CP ngày 31 tháng 5 năm 2004 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Kế toán trong hoạt động kinh doanh.*

Ngày nhận bài: 19/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/12/2022

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ KIM HƯƠNG

Giảng viên Viện Đào tạo Quốc tế - Đại học Duy Tân

THE PROCESS OF ACCOUNTING DOCUMENTS IN ENTERPRISES

● **MBA NGUYEN THI KIM HUONG**

Lecturer, International School, Duy Tan University

ABSTRACT:

Accounting documents records economic transactions of a business. Accounting documents provide evidence for information and figures on books and reports of a business. Accounting documents have different types and each type is used for different objects and targets. By using the qualitative analysis method, this paper presents types of accounting documents and the sending process of accounting documents. This article is expected to help businesses improve their sending processes of accounting documents

Keywords: process, accounting document, sending accounting document, enterprise.

TĂNG CƯỜNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ VỚI VIỆC ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH TẠI TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN DỆT MAY HÒA THỌ

● NGUYỄN THỊ HỒNG SƯƠNG

TÓM TẮT:

Kế toán quản trị (KTQT) là một trong những công cụ quản lý hữu hiệu cho các nhà quản lý doanh nghiệp (DN) nhằm mục đích đưa ra các quyết định sản xuất - kinh doanh kịp thời và chính xác. Đặc biệt trong nền kinh tế toàn cầu môi trường kinh doanh ngày càng phức tạp, việc vận dụng KTQT vào các công cụ để phân tích tài chính được các nhà quản trị DN cũng như các nhà đầu tư quan tâm để đánh giá các chỉ số về hoạt động đầu tư tài chính trong DN nói chung và tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ nói riêng. Ngành hoạt động chính tại Công ty là dệt may và sợi. Trong những năm qua, Công ty luôn đảm bảo gia tăng kinh ngạch xuất khẩu, tạo nguồn thu ngoại tệ, đóng góp cho ngân sách nhà nước. Tuy nhiên, việc vận dụng KTQT vào đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính tại Tổng công ty còn nhiều hạn chế chưa được quan tâm. Do vậy, bài nghiên cứu trình bày thực trạng và một số giải pháp nhằm hoàn thiện KTQT với việc đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ trong bối cảnh cần thiết hiện nay.

Từ khóa: kế toán quản trị, đánh giá, hiệu quả hoạt động, đầu tư tài chính, Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ.

1. Tổng quan về Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ

Tổng công ty cổ phần Dệt May Hòa Thọ được thành lập từ năm 1962, ngành nghề hoạt động chính là sản xuất hàng may mặc và kéo sợi với 17 công ty, nhà máy thành viên và hơn 10.000 lao động. Năng lực sản xuất hàng năm của Hòa Thọ

đạt hơn 23 triệu sản phẩm may mặc và 18.000 tấn sợi, trong đó sản phẩm may mặc chủ lực là mặt hàng veston, quần âu, jacket, áo quần bảo hộ lao động; mặt hàng sợi gồm sợi Cotton chải thô, chải kỹ, sợi T/C, sợi Polyester chỉ số Ne20-Ne45. Chủng loại sản phẩm đa dạng, chất lượng đảm bảo, mẫu mã hợp thời trang, sản phẩm Hòa Thọ được

khách hàng đánh giá cao, kể cả những thị trường với nhiều tiêu chuẩn khắt khe như Hàn Kỳ, châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc...

Với những thành quả đạt được trong nhiều năm qua, Hòa Thọ đã trở thành một trong những doanh nghiệp nòng cốt, có doanh số đứng thứ 2 trong hệ thống các doanh nghiệp thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam và tự tin là DN dệt may được khách hàng ưu tiên lựa chọn khi tìm kiếm năng lực sản xuất hàng dệt may tại khu vực miền Trung.

2. Vai trò của kế toán quản trị với việc đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính

KTQT là khái niệm khá mới mẻ tại Việt Nam nhưng lại ra đời hơn 15 năm trở lại đây và đang dần trở thành xu thế mới của kế toán hiện đại. KTQT là một trong những công cụ quản lý hữu hiệu trong nền kinh tế thị trường bởi tính linh hoạt và kịp thời của thông tin kế toán phục vụ yêu cầu quản trị nội bộ DN.

Thuật ngữ “kế toán quản trị” được công nhận trong Luật ế toán Việt Nam ban hành ngày 17/06/2003. “Kế toán quản trị là việc thu thập, xử lý và cung cấp thông tin tài chính theo yêu cầu và quyết định kế toán trong nội bộ đơn vị kế toán” (Luật Kế toán Việt Nam - điều 3, khoản 4). Vào ngày 12/06/2006, Thông tư số 53/2006/TT-BTC của Bộ Tài chính về hướng dẫn áp dụng kế toán quản trị trong DN chính thức được ra đời nhằm hướng dẫn cho các DN thực hiện KTQT (Bộ Tài chính, 2006).

Hoạt động đầu tư tài chính là hoạt động khai thác, sử dụng các nguồn lực (tiền, tài sản) nhàn rỗi của DN để đầu tư ra bên ngoài với mục đích tăng doanh thu, thu nhập khác và tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN. Hoặc có thể hiểu, vốn được huy động từ mọi nguồn lực của DN, bên cạnh việc sử dụng, để tiến hành các hoạt động sản xuất - kinh doanh theo mục tiêu đã đăng

ký. DN còn sử dụng để đầu tư vào các lĩnh vực khác (đầu tư vào công ty con, công ty liên doanh, liên kết, đầu tư chứng khoán, bất động sản, cho vay vốn...), để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, làm sinh lợi vốn.

Có thể nói vai trò của KTQT trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính trong DN nói chung và tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ nói riêng là rất quan trọng vì KTQT sẽ tham gia vào quá trình lập kế hoạch, hoạch định các chiến lược các chỉ tiêu đầu tư tài chính của DN trong thời gian ngắn hạn, trung hạn hoặc dài hạn. Cụ thể dự toán chỉ tiêu đầu tư tài chính để thực hiện kế hoạch, giúp cho DN chủ động hơn trong quá trình điều hành và ra các quyết định tài chính của DN nhằm phát huy tối đa năng lực vốn có. Qua đó, DN sẽ phân tích sự chênh lệch, tìm hiểu nguyên nhân và có những biện pháp điều chỉnh kịp thời.

3. Thực trạng kế toán quản trị với việc đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ

Qua khảo sát trên báo cáo tài chính hợp nhất năm 2021, Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ phân tích hoạt động đầu tư tài chính gồm: đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn, đầu tư vốn góp vào đơn vị khác.

3.1. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn là các khoản đầu tư mà Ban điều hành Tổng công ty và các công ty con dự định và có khả năng nắm giữ đến ngày đáo hạn. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn gồm tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn và các khoản cho vay nắm giữ đến ngày đáo hạn. Các khoản đầu tư này được ghi nhận theo giá gốc trừ đi dự phòng phải thu khó đòi.

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn bao gồm các khoản tiền gửi tại các ngân hàng có kỳ hạn

Bảng 1. Các khoản đầu tư ghi nhận theo giá gốc

	31/12/2021		01/01/2021	
	Giá gốc VNĐ	Giá trị hợp lý VNĐ	Giá gốc VNĐ	Giá trị hợp lý VNĐ
Tiền gửi có kỳ hạn	119.955.000.000	119.955.000.000	24.357.800.000	24.357.800.000

gốc trên 3 tháng và kỳ hạn còn lại 12 tháng kể từ ngày cuối năm tài chính, với lãi suất năm từ 3,3% đến 5,5% (01/01/2021: từ 4,9% đến 6,9%).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021, hợp đồng tiền gửi có kỳ hạn có giá trị ghi sổ là 30.000 triệu VNĐ (01/01/2021: không có) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay dài hạn.

3.2. Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác

Đầu tư vào các công cụ vốn chủ sở hữu của các đơn vị khác được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua và các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau khi ghi nhận ban đầu, các khoản đầu tư được xác định theo giá gốc trừ đi dự phòng giảm giá khoản đầu tư. Dự phòng giảm giá đầu tư được lập khi đơn vị nhận đầu tư phát sinh lỗ dẫn đến Tổng công ty có khả năng mất vốn, trừ khi có bằng chứng rằng giá trị của khoản đầu tư không bị suy giảm. Dự phòng giảm giá đầu tư được hoàn nhập khi đơn vị nhận đầu tư, sau đó tạo ra lợi nhuận để bù trừ các khoản lỗ đã được lập dự phòng trước kia. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của khoản đầu tư không vượt quá giá trị ghi sổ của chúng khi giả định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận. (Bảng 2)

Bảng 2. Các khoản đầu tư góp vốn vào đơn vị khác

Đầu tư góp vốn vào	31/12/2021					01/01/2021			
	Địa chỉ	Số lượng cổ phiếu	% sở hữu	% quyền biểu quyết	Giá trị ghi sổ VNĐ	Dự phòng VNĐ	% sở hữu	% quyền biểu quyết	Giá trị ghi sổ VNĐ
Công ty liên kết									
Công ty CP May Hòa Thọ - Q.Nam	Quảng Nam	642.800	32,14%	32,14%	15.192.122.289	-	32,14%	32,14%	13.610.295.734
Công ty CP May Hòa Thọ - Phú Ninh		400.000	20%	20%	-	-	20%	20%	13.610.295.734
Đơn vị khác									
Công ty CP Bông vải miền Trung	Khánh Hòa	65.000	7,12%	7,12%	855.702.000	(209.144.006)	7,12%	7,12%	855.702.000
Công ty CP TM Dệt may TP. Hồ Chí Minh	TP. HCM	630.000	14%	14%	6.300.000.000	(6.300.000.000)	14%	14%	6.300.000.000
.....
					247.947.824.289	(6.509.144.006)			21.365.997.734

Nguồn: Báo cáo hợp nhất Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ

Công ty chưa xác định giá trị hợp lý các khoản đầu tư góp vốn vào các đơn vị để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do không có giá niêm yết trên thị trường cho các khoản đầu tư này và các Chuẩn mực kế toán Việt Nam, chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam hiện không có hướng dẫn về cách tính giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý các khoản đầu tư này có thể khác giá trị ghi sổ.

Qua phân tích, đánh giá thông tin KTQT cung cấp để đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ có chi tiết cho từng khoản đầu tư theo đối tượng, tính chất đầu tư, lập dự phòng. Bên cạnh đó, tác giả nhận thấy, hầu hết KTQT chưa cung cấp thông tin hoạt động đầu tư tài chính chi tiết cho đầu tư ngắn hạn và đầu tư dài hạn. Cần xác định rõ tỷ trọng đầu tư tài chính cho khoản ngắn hạn và dài hạn chiếm bao nhiêu, cần đánh giá chênh lệch thực tế so với kế hoạch để xem xét những khoản đầu tư thu được lợi nhuận cao để tiếp tục đầu tư hoặc bổ sung vốn đầu tư, khoản đầu tư nào không đạt lợi nhuận mong muốn hoặc lỗ để dừng đầu tư.

4. Hoàn thiện kế toán quản trị với việc đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính

4.1. Hình thành trung tâm đầu tư

Trung tâm đầu tư là bộ phận có trách nhiệm và quyền lực cao nhất trong tổ chức. Chịu trách nhiệm ở trung tâm đầu tư thường là nhà quản trị cấp cao. Trung tâm này kiểm soát chi phí, thu nhập và đầu tư tài sản cũng như các cơ hội đầu tư, các quyết định sản xuất - kinh doanh trong hiện tại và tương lai của doanh nghiệp.

Trung tâm đầu tư phải nắm rõ mối quan hệ giữa lợi nhuận thu được và tài sản được đầu tư, một đồng tài sản bỏ ra sẽ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Đối với trung tâm đầu tư với trách nhiệm về thành quả và hiệu quả của vốn đầu tư, nên có thể dùng nhiều chỉ tiêu để đánh giá.

+ *Chỉ tiêu tỷ lệ hoàn vốn đầu tư (ROI)*

$$ROI = \frac{\text{Lợi nhuận bộ phận}}{\text{Vốn đầu tư bình quân}}$$

$$ROI = \frac{\text{Lợi nhuận bộ phận}}{\text{Doanh thu}} \times \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Vốn đầu tư bình quân}}$$

$$ROI = \text{Tỷ lệ trên doanh thu} \times \text{Hệ số quay vòng vốn sử dụng}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn bỏ ra thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận.

ROI chịu tác động của 2 yếu tố: Số vòng quay của vốn đầu tư và tỷ lệ sinh lãi của doanh thu. Do đó, để ROI cao cần sử dụng các biện pháp để tăng ROI như: Giảm chi phí, tăng doanh thu, hoặc giảm vốn đầu tư.

ROI được sử dụng tương đối phổ biến, là cơ sở cho việc lựa chọn đầu tư và khi quyết định mở rộng đầu tư thì ưu tiên bộ phận ROI là rất cao. Sử dụng ROI sẽ so sánh được HQHĐ của các bộ phận khác nhau về vốn và quy mô.

+ *Chỉ tiêu thu nhập thặng dư (RI)*

Thu nhập thặng dư thường được sử dụng để đánh giá hiệu quả đầu tư vốn của doanh nghiệp. Cách tính thu nhập thặng dư như sau:

$$\begin{aligned} \text{Thu nhập thặng dư} &= \text{Thu nhập từ hoạt động} \\ &- (\text{lợi nhuận yêu cầu tối thiểu} \\ &\quad \times \text{tài sản lưu động}). \end{aligned}$$

4.2. Phân tích tình hình thực hiện kế hoạch đầu tư tài chính

Để phân tích tình hình thực hiện kế hoạch đầu tư tài chính tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ cần phải chia đầu tư tài chính ngắn hạn và đầu tư tài chính dài hạn như sau:

4.2.1. Phân tích tình hình thực hiện kế hoạch đầu tư tài chính ngắn hạn

Để phân tích, đánh giá tình hình biến động của hoạt động đầu tư tài chính ngắn hạn, có thể tính toán và phân tích một số chỉ tiêu sau đây:

- Tỷ suất đầu tư tài chính ngắn hạn so với tổng mức đầu tư tài chính DN:

Công thức xác định:

$$\begin{aligned} \text{Tỷ suất đầu tư tài chính ngắn hạn} \\ \text{so với tổng mức đầu tư tài chính} = \\ \frac{\text{Tổng mức đầu tư tài chính ngắn hạn}}{\text{Tổng mức đầu tư tài chính}} \times 100\% \end{aligned}$$

Chỉ tiêu này phản ánh, cứ 100 đồng đầu tư tài chính DN thì có bao nhiêu đồng vốn đầu tư tài chính ngắn hạn. Chỉ tiêu này càng cao, nguồn lợi tức trong thời gian cho DN càng tạo ra nhiều.

- Tỷ suất đầu tư tài chính ngắn hạn so với tổng tài sản ngắn hạn:

Công thức xác định:

$$\frac{\text{Tỷ suất đầu tư tài chính ngắn hạn}}{\text{so với tổng tài sản ngắn hạn}} = \frac{\text{Tổng mức đầu tư tài chính ngắn hạn}}{\text{Tổng số tài sản ngắn hạn}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này phản ánh, cứ 100 đồng tài sản ngắn hạn thì có bao nhiêu đồng dành cho đầu tư tài chính ngắn hạn. Chỉ tiêu này phản ánh xu thế mở rộng hay thu hẹp của hoạt động đầu tư tài chính ngắn hạn của doanh nghiệp.

4.2.2. Phân tích tình hình thực hiện kế hoạch đầu tư tài chính dài hạn

Để phân tích tình hình biến động về cơ cấu hoạt động đầu tư tài chính dài hạn, có thể tính và phân tích các chỉ tiêu sau đây:

- Tỷ suất đầu tư tài chính dài hạn so với mức tổng đầu tư tài chính.

Công thức xác định:

$$\frac{\text{Tỷ suất đầu tư tài chính dài hạn}}{\text{so với tổng mức tài chính}} = \frac{\text{Tổng mức đầu tư tài chính dài hạn}}{\text{Tổng mức đầu tư tài chính}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này phản ánh, cứ 100 đồng đầu tư tài chính doanh nghiệp thì có bao nhiêu đồng dành cho hoạt động đầu tư tài chính ngắn hạn. Chỉ tiêu

này càng cao, chứng tỏ nguồn lợi tức lâu dài được tạo ra cho doanh nghiệp càng nhiều.

- Tỷ suất đầu tư tài chính dài hạn so với tổng số tài sản dài hạn:

Công thức xác định:

$$\frac{\text{Tỷ suất đầu tư tài chính dài hạn}}{\text{so với tổng tài sản dài hạn}} = \frac{\text{Tổng mức đầu tư tài chính dài hạn}}{\text{Tổng số tài sản dài hạn}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này phản ánh, trong 1 đồng TSCĐ và đầu tư tài chính dài hạn thì các khoản đầu tư hoạt động tài chính dài hạn chiếm bao nhiêu đồng. Chỉ tiêu này càng lớn, chứng tỏ việc vận dụng vốn dài hạn cho việc đầu tư tài chính của doanh nghiệp càng nhiều.

5. Kết luận

Đầu tư tài chính hiện đang là xu thế được nhiều người quan tâm. Đầu tư tài chính tại Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ là việc sử dụng số vốn nhàn rỗi để đầu tư ra bên ngoài, hình thức này còn giúp các nhà quản trị có cơ hội trau dồi thêm kiến thức cũng như cách thức hoạt động của thị trường. Với sự phức tạp của thị trường, đầu tư tài chính nên yêu cầu nhà đầu tư cần phải nắm chắc kiến thức trong ngành để tránh những rủi ro nguy hiểm xảy ra. Do đó, các nhà quản trị cần đưa ra phương hướng và biện pháp đúng đắn để hoạt động đầu tư tài chính có hiệu quả và đem lại lợi nhuận cao ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Thị Minh Trí (2020). Tăng cường kế toán quản trị với việc đánh giá hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính tại các doanh nghiệp kinh doanh dầu khí niêm yết ở Việt Nam. *Tạp chí Công Thương*, 14.
2. TS. Phạm Thị Thủy, TS. Nguyễn Thị Lan Anh (2018). *Báo cáo tài chính - Phân tích - dự báo và định giá*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
3. PGS.TS. Nguyễn Năng Phúc (2008). *Phân tích báo cáo tài chính*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
4. Báo cáo tài chính hợp nhất Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ năm 2021. Truy cập tại https://data.masvn.com/vi/Com_Document_Detail/1/1/HTG/#tabselect

Ngày nhận bài: 7/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/12/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ HỒNG SƯƠNG

Trường Đại học Duy Tân

**ENHANCING THE USE OF MANAGEMENT ACCOUNTING
TO EVALUATE THE PERFORMANCE OF FINANCIAL
INVESTMENT ACTIVITIES OF HOA THO TEXTILE
& GARMENT JOINT STOCK CORPORATION**

● Master. **NGUYEN THI HONG SUONG**

Duy Tan University

ABSTRACT:

Management accounting is one of the effective management tools for business managers to make timely and appropriate business decisions. In the context of increasing complex business environment, business managers and investors are paying more attention to the management accounting as a tool for analyzing financial performance of companies in general and Hoa Tho Textile & Garment Joint Stock Corporation in particular. Hoa Tho Textile & Garment Joint Stock Corporation is a yarn, textile and garment manufacturer in Vietnam. The company has experienced an increase in its export turnover over years, making great contributions to the state budget. However, the use of management accounting to evaluate the financial performance of the company has not received much attention. This study presents the current situation and proposes some solutions to improve the use of management accounting to evaluate the performance of financial investment activities of Hoa Tho Textile & Garment Joint Stock Corporation.

Keywords: management accounting, evaluation, operational efficiency, financial investment, Hoa Tho Textile & Garment Joint Stock Corporation

TỔ CHỨC CÔNG TÁC KẾ TOÁN TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HƯNG YÊN

● ĐÀO THỊ QUỲNH

TÓM TẮT:

Tổ chức công tác kế toán là công việc quan trọng, liên quan đến tất cả các khâu của quá trình xử lý thông tin kế toán trong doanh nghiệp. Việc tổ chức công tác kế toán một cách hợp lý sẽ ảnh hưởng quyết định đến chất lượng công tác kế toán và chất lượng thông tin kế toán trong doanh nghiệp. Do đó, bài viết này tập trung phản ánh thực trạng tổ chức công tác kế toán trong doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tỉnh Hưng Yên, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả tổ chức công tác kế toán.

Từ khóa: tổ chức công tác kế toán, công tác kế toán, kế toán, doanh nghiệp nhỏ và vừa, tỉnh Hưng Yên.

1. Đặt vấn đề

Kế toán có vai trò quan trọng trong hệ thống công cụ quản lý của doanh nghiệp, là một bộ phận không thể thiếu trong mỗi doanh nghiệp. Thông tin do bộ phận kế toán cung cấp rất cần thiết cho nhà quản trị đưa ra các chiến lược và quyết định kinh doanh. Trong những năm qua, khung pháp lý về kế toán cho DNNVV luôn được hoàn thiện, đã tạo hành lang pháp lý tương đối thống nhất, thuận lợi cho công tác quản lý nhà nước về tài chính cũng như tổ chức công tác kế toán (TCCTKT) trong các DNNVV. Song thực tế hiện nay, TCCTKT trong DNNVV trên địa bàn tỉnh Hưng Yên còn nhiều hạn chế như tổ chức hệ thống chứng từ, tài khoản, sổ kế toán, kiểm tra kế toán, việc ghi nhận, đo lường kế toán thường dựa vào qui định của quản lý thuế, nhiều trường hợp, kế toán được vận dụng như là phương tiện để kê khai thuế theo quy định của Nhà nước. Vì vậy, bài viết này sẽ phân tích rõ hơn

về TCCTKT trong DNNVV của tỉnh Hưng Yên, các biện pháp để hoàn thiện bộ máy tổ chức kế toán khoa học và hoạt động hiệu quả hơn.

2. Tổ chức công tác kế toán trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Doanh nghiệp nhỏ và vừa là một bộ phận doanh nghiệp chiếm vai trò lớn trong nền kinh tế chung của Việt Nam và trên toàn thế giới. Hiểu một cách đơn giản, DNNVV là những doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa trong nền kinh tế. Theo tiêu chí của Nhóm Ngân hàng Thế giới, doanh nghiệp siêu nhỏ là doanh nghiệp có số lượng lao động dưới 10 người, doanh nghiệp nhỏ có số lượng lao động từ 10 đến dưới 200 người và nguồn vốn 20 tỷ đồng trở xuống, còn doanh nghiệp vừa có từ 200 đến 300 lao động với nguồn vốn từ 20 đến 100 tỷ đồng. Ở Việt Nam, doanh nghiệp vừa có từ 200 đến 300 nhân công lao động, từ 10 đến 20 người lao động là doanh nghiệp nhỏ và dưới 10 người được coi là

doanh nghiệp siêu nhỏ. Như vậy, doanh nghiệp vừa và nhỏ là cơ sở kinh doanh đã đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật được chia thành 3 cấp: siêu nhỏ, nhỏ, vừa theo quy mô tổng nguồn vốn hoặc số lao động bình quân sử dụng theo năm.

Ở Việt Nam, tiêu chuẩn về DNNVV quy định theo Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/6/2009 của Chính phủ, DNNVV được định nghĩa: “DNNVV là cơ sở kinh doanh đã đăng ký kinh doanh theo quy định pháp luật, được chia thành 3 cấp; siêu nhỏ, nhỏ, vừa theo quy mô tổng nguồn vốn (tổng nguồn vốn tương đương tổng tài sản được xác định trong bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp) hoặc số lao động bình quân năm (tổng nguồn vốn là tiêu chí ưu tiên)”.

Như vậy, DNNVV là những doanh nghiệp có quy mô nhỏ về vốn, lao động hay doanh thu. Tùy thuộc vào hoàn cảnh kinh tế của mỗi quốc gia việc áp dụng các tiêu chí để xác định DNNVV có khác nhau. Tuy nhiên, khi xác định DNNVV, các quốc gia đã dựa chủ yếu vào các tiêu chí: Số lượng lao động thường xuyên; Số lượng vốn góp; Doanh thu hàng năm; Đặc điểm ngành nghề kinh doanh.

Kế toán là một trong những công cụ quản lý kinh tế quan trọng của các đơn vị, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Đến nay, đã có nhiều quan điểm đưa ra những khái niệm khác nhau về tổ chức công tác kế toán trong doanh nghiệp.

Theo đó, nội dung TCCTKT trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa là tổng hợp các mặt, các yếu tố cấu thành nên hệ thống thông tin kế toán, bao gồm các vấn đề cơ bản sau:

**) Tổ chức mô hình bộ máy kế toán và lao động kế toán*

Tổ chức bộ máy kế toán là lựa chọn mô hình bộ máy kế toán phù hợp với đơn vị, xác lập và phân công nhiệm vụ cho các phần hành kế toán và người làm kế toán, đảm bảo sự phối hợp tốt nhất để cùng thực hiện chức năng của kế toán. Theo phân cấp quản lý bộ máy kế toán của DN được tổ chức theo 3 mô hình là tổ chức bộ máy kế toán tập trung, tổ chức phân tán và vừa tập trung vừa phân tán.

Cùng với việc xác định mô hình tổ chức bộ máy kế toán, DNNVV cần phải xác định số lượng nhân viên kế toán và tổ chức phân công hợp lý, khoa học nhân sự kế toán. Để xác định số lượng nhân

viên kế toán, trước hết tổ chức phân tích quy mô hoạt động sản xuất kinh doanh (SXKD), loại hình, ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh, chiến lược SXKD, trình độ khoa học kỹ thuật, môi trường kinh doanh, tổ chức sản xuất cũng như quản lý trong DNNVV, để xác định các phần hành kế toán và khối lượng công việc kế toán cần thực hiện trong doanh nghiệp, qua việc phân tích công việc, lập bản mô tả công việc cho từng chức danh và bộ phận kế toán trong doanh nghiệp.

**) Tổ chức lựa chọn chính sách kế toán*

Theo chuẩn mực kế toán số 21, Chính sách kế toán (CSKT) là các nguyên tắc, cơ sở và phương pháp kế toán cụ thể được doanh nghiệp áp dụng trong việc lập và trình bày báo cáo tài chính (BCTC). CSKT áp dụng ở mỗi doanh nghiệp được chuẩn mực kế toán cho phép lựa chọn phù hợp với đặc điểm SXKD của doanh nghiệp đó. Như vậy, lựa chọn CSKT là việc lựa chọn có cân nhắc các nguyên tắc, cơ sở, phương pháp kế toán và ước tính kế toán cụ thể trong khuôn khổ các quy định về kế toán mà doanh nghiệp có thể áp dụng trong các trường hợp khác nhau để đạt mục đích của doanh nghiệp.

**) Tổ chức thu nhận thông tin kế toán*

Đây là khâu đầu tiên và có ý nghĩa rất lớn trong chu trình công tác kế toán của đơn vị. Đó là việc tổ chức lập và tiếp nhận chứng từ kế toán, tổ chức kiểm tra và hoàn chỉnh chứng từ kế toán, tổ chức lưu trữ và hủy bỏ chứng từ kế toán. Hệ thống chứng từ kế toán của DNNVV đều là hướng dẫn. Do vậy, cần vận dụng phù hợp với yêu cầu quản lý của từng DN, là khâu quan trọng vừa đảm bảo tính kịp thời và chất lượng của TTKT vừa đảm bảo các nguyên tắc về lập, ký, luân chuyển, kiểm tra và lưu trữ chứng từ kế toán theo quy định của chế độ kế toán (CĐKT).

**) Tổ chức hệ thống tài khoản kế toán và ghi chép xử lý các giao dịch*

Hệ thống tài khoản kế toán (TKKT) gồm các TKKT cần sử dụng. Mỗi đơn vị kế toán chỉ được sử dụng một hệ thống TKKT cho mục đích KTTC theo quy định. Hệ thống TKKT dùng để phản ánh thông tin về sự vận động, thay đổi của từng loại tài sản, nguồn vốn và các quá trình hoạt động của đơn vị nhằm phục vụ cho các yêu cầu quản lý cụ thể. Thực chất tổ chức hệ thống TKKT là doanh

ngành xây dựng một hệ thống tài khoản phù hợp, đủ để phản ánh các đối tượng của hạch toán, quản lý các đối tượng đó và tổ chức ghi chép các giao dịch phát sinh trên cơ sở nghiên cứu vận dụng chế độ TKKT đã ban hành.

**) Tổ chức lựa chọn hình thức kế toán và tổ chức hệ thống sổ kế toán*

Lựa chọn hình thức kế toán. Hình thức kế toán là những hướng dẫn cụ thể về việc tổ chức hệ thống sổ kế toán. Căn cứ quy mô, đặc điểm SXKD, yêu cầu quản lý, trình độ nghiệp vụ của nhân viên kế toán và khả năng trang bị phương tiện kỹ thuật tính toán, doanh nghiệp xây dựng hình thức kế toán phù hợp. Theo quy định có 4 hình thức kế toán được áp dụng là, nhật ký chung; nhật ký chứng từ; chứng từ ghi sổ và nhật ký sổ cái.

Tổ chức hệ thống sổ kế toán. Sổ kế toán dùng để ghi chép, hệ thống và lưu giữ toàn bộ các nghiệp vụ kinh tế, tài chính đã phát sinh theo nội dung kinh tế và theo trình tự thời gian có liên quan đến doanh nghiệp.

Hình thức tổ chức sổ kế toán là biểu hiện của việc tổ chức hệ thống sổ kế toán để thực hiện các công việc kế toán trong một đơn vị hạch toán bao gồm số lượng, kết cấu, mẫu sổ, nội dung các mẫu sổ, trình tự phương pháp ghi sổ và mối quan hệ giữa chứng từ và sổ sách, giữa sổ sách với sổ sách, giữa sổ sách và báo cáo kế toán.

Tổ chức hệ thống sổ kế toán là việc lựa chọn các loại sổ dùng để ghi chép, hệ thống và lưu giữ toàn bộ các nghiệp vụ kinh tế phát sinh theo nội dung kinh tế và theo thời gian, kế toán thủ công, sổ kế toán tồn tại dưới hình thức trang sổ được đóng thành quyển, kế toán ứng dụng công nghệ thông tin, sổ kế toán tồn tại dưới dạng các tập tin hoặc cơ sở dữ liệu gắn với những phần mềm tính toán và xử lý cơ sở dữ liệu.

**) Tổ chức hệ thống báo cáo tài chính*

Để tổng hợp và phản ánh các thông tin kinh tế đã được ghi chép trên hệ thống sổ kế toán theo các đối tượng kế toán và theo các chỉ tiêu kinh tế cần thiết đáp ứng yêu cầu quản lý doanh nghiệp và các cơ quan quản lý, các kế toán viên phải lập BCTC. Việc tổ chức hệ thống BCTC cần đảm bảo các nguyên tắc sau: tuân thủ các yêu cầu, chỉ tiêu trong chuẩn mực kế toán trình bày BCTC, mẫu biểu BCTC phải được thiết kế đơn giản, thuận tiện

cho việc ghi chép bằng thủ công; sử dụng kỹ thuật hiện đại đảm bảo các yêu cầu và nguyên tắc cơ bản của kế toán theo quy định của CĐKT đối với DN NVV; đáp ứng yêu cầu có thể so sánh được, hệ thống các chỉ tiêu tài chính trong BCTC phải thiết thực, phản ánh đúng nội dung, bản chất của các đối tượng kế toán, phù hợp với đặc điểm SXKD và tổ chức quản lý của doanh nghiệp, được sắp xếp theo một trình tự khoa học, có hệ thống trong mối quan hệ cân đối, đáp ứng được nhu cầu thông tin hữu ích cho các đối tượng sử dụng, lập và tổ chức công khai báo cáo đúng thời hạn.

**) Tổ chức lưu giữ tài liệu kế toán*

Luật Kế toán năm 2015 quy định về bảo quản và lưu giữ tài liệu kế toán cụ thể là: “Tài liệu kế toán phải được đơn vị kế toán bảo quản đầy đủ, an toàn trong quá trình sử dụng và lưu trữ. Trường hợp tài liệu kế toán bị tạm giữ, bị tịch thu phải có biên bản kèm theo bản sao chụp tài liệu kế toán đó; nếu tài liệu kế toán bị mất hoặc bị hủy hoại phải có biên bản kèm theo bản sao chụp tài liệu hoặc bản xác nhận, Tài liệu kế toán phải đưa vào lưu trữ trong thời hạn 12 tháng, kể từ ngày kết thúc kỳ kế toán năm hoặc kết thúc công việc kế toán. Tài liệu kế toán phải được lưu trữ theo thời hạn: ít nhất là 5 năm đối với tài liệu kế toán dùng cho quản lý, điều hành của đơn vị kế toán, gồm cả chứng từ kế toán không sử dụng trực tiếp để ghi sổ kế toán và lập BCTC; lưu trữ ít nhất 10 năm đối với chứng từ kế toán sử dụng trực tiếp để ghi sổ kế toán và lập BCTC, sổ kế toán và BCTC năm, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác; lưu trữ vĩnh viễn đối với tài liệu kế toán có tính sử liệu, có ý nghĩa quan trọng về kinh tế, an ninh, quốc phòng”.

**) Tổ chức kiểm tra kế toán*

Tổ chức kiểm tra kế toán là một trong những nội dung của TCCTKT của doanh nghiệp. Tổ chức kiểm tra kế toán nhằm đảm bảo cho công tác kế toán được thực hiện đúng qui định, có hiệu quả và cung cấp được thông tin phản ánh kịp thời, đúng hiện trạng của doanh nghiệp. Kiểm tra kế toán sẽ tăng cường tính đúng đắn và hợp lý, trung thực, khách quan của quá trình hạch toán kế toán ở đơn vị. Đồng thời, cũng là công việc kiểm tra, giám sát việc thực hiện các chính sách, CĐKT, tài chính của đơn vị. Do đó, kiểm tra kế toán do đơn vị kế toán chủ động thực hiện hoặc do cơ quan chủ quản, cơ

quan chức năng thực hiện theo quy định về kiểm tra kế toán. Ở Việt Nam, Luật Kế toán năm 2015 quy định, “Kiểm tra kế toán là việc xem xét, đánh giá tuân thủ pháp luật về kế toán, sự trung thực, chính xác của thông tin, số liệu kế toán”.

3. Thực trạng tổ chức công tác kế toán trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

3.1. Đặc điểm tình hình hoạt động của các DNNVV trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

Những năm gần đây, DNNVV trên địa bàn tỉnh tăng nhanh cả về số lượng, quy mô, loại hình và chất lượng hoạt động, có nhiều đóng góp trong quá trình phát triển công nghiệp của tỉnh. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Hưng Yên có hơn 9 nghìn doanh nghiệp đăng ký hoạt động, trong đó có gần 90% là DNNVV. Chia theo loại hình doanh nghiệp, trong số đó có khoảng 25% công ty cổ phần, 65% công ty TNHH và 10% doanh nghiệp tư nhân. Qua phân loại ngành nghề kinh doanh của ngành chức năng, doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực công nghiệp, sản xuất, chế biến, chế tạo chiếm 30%; doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản chiếm 3%; doanh nghiệp kinh doanh thương mại, dịch vụ chiếm trên 50%; còn lại là các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giáo dục, đào tạo, khoa học, công nghệ và các lĩnh vực khác. Các DNNVV đã có những đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh; góp phần thúc đẩy tăng trưởng, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng nguồn thu cho ngân sách, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động. Ngoài việc đóng góp cho ngân sách nhà nước, các doanh nghiệp còn tích cực tham gia các hoạt động xã hội, đóng góp vào các quỹ từ thiện, hỗ trợ xây dựng đường giao thông nông thôn, xây dựng trường học.

3. 2. Thực trạng TCCTKT trong các DNNVV trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

Thông qua việc khảo sát công tác kế toán tại các DNNVV trên địa bàn tỉnh của tác giả năm 2022 cho thấy các doanh nghiệp đã quan tâm đến hệ thống TCCTKT, nhưng vẫn còn tồn tại một số nội dung chưa đồng bộ, phù hợp

Thứ nhất, về mô hình tổ chức bộ máy kế toán

Căn cứ vào quy mô SXKD, đặc điểm ngành nghề kinh doanh cụ thể mà các doanh nghiệp lựa chọn hình thức tổ chức bộ máy kế toán thích hợp.

Qua khảo sát các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Hưng Yên lựa chọn mô hình bộ máy kế toán tập trung thường là các doanh nghiệp chỉ có 1 địa điểm kinh doanh chiếm tỷ lệ khá cao tới 85%; doanh nghiệp áp dụng bộ máy kế toán phân tán là các doanh nghiệp xây lắp, thương mại dịch vụ địa bàn kinh doanh phân tán, được tổ chức theo đội hay cửa hàng chiếm tỷ lệ 12%; còn lại là các doanh nghiệp áp dụng bộ máy kế toán vừa tập trung vừa phân tán tập trung vào các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực xây dựng, kinh doanh thương mại có nhiều địa điểm kinh doanh khác nhau.

Thứ hai, về tổ chức nhân sự kế toán

Hầu như các ý kiến đánh giá là bộ máy kế toán không tổ chức phân tích công việc kế toán trong doanh nghiệp (90%), mà việc xác định số lượng nhân viên kế toán, cũng như yêu cầu về trình độ chuyên môn của nhân viên kế toán là dựa trên kinh nghiệm của chủ doanh nghiệp và kế toán trưởng, các tiêu chuẩn của kế toán trưởng, kế toán viên do Nhà nước quy định, đồng thời căn cứ vào yêu cầu thực tế khi có phát sinh các nghiệp vụ kinh tế tài chính thì doanh nghiệp bổ sung. Nếu có thực hiện phân tích đánh giá thì chưa được tổ chức bài bản, khoa học, mà chủ yếu là dựa trên kết quả thảo luận qua một số hội nghị nội bộ về nghiệp vụ.

Bên cạnh đó, 75% các doanh nghiệp cũng chưa xây dựng bản mô tả công việc kế toán trong doanh nghiệp, mà chỉ là các quy định bằng lời của chủ doanh nghiệp, hoặc kế toán trưởng đối với nhân viên kế toán về các công việc của từng kế toán viên phải làm. Một số doanh nghiệp đã có bản mô tả công việc nhưng chỉ tập trung chủ yếu phần hành kế toán tổng hợp, kế toán thuế, còn các phần hành kế toán khác thì không mô tả, hoặc nếu có cũng chỉ khái quát không chi tiết.

Thứ ba, tổ chức hệ thống chứng từ và quy trình luân chuyển chứng từ kế toán

Về tổ chức quá trình tiếp nhận và lập chứng từ, tất cả các doanh nghiệp đều lập chứng từ kế toán là hợp pháp có đầy đủ chữ ký của những người có liên quan và dấu của doanh nghiệp.

Về tổ chức lưu trữ chứng từ kế toán ở các DNNVV được đánh số theo thứ tự và đóng thành từng tập theo tháng, do phòng kế toán của doanh nghiệp cất giữ. Sau khi BCTC được xét duyệt, toàn

bộ chứng từ được phòng kế toán đưa vào lưu trữ tại kho lưu trữ của doanh nghiệp trong thời hạn quy định, chỉ có một số ít doanh nghiệp có kho lưu trữ tư liệu còn phần nhiều các doanh nghiệp thường lưu trữ tại phòng kế toán của doanh nghiệp.

Thứ tư, tổ chức vận dụng hệ thống tài khoản kế toán

Đối với doanh nghiệp quy mô nhỏ vẫn tồn tại nhưng sai sót về mặt sử dụng TKKT theo quy định cũ, nguyên nhân mà doanh nghiệp không tự thực hiện ghi chép các giao dịch phát sinh vào TKKT, vẫn phiên ngang từ Quyết định số 48 là do trình độ của kế toán viên còn hạn chế, để dễ thống nhất phương pháp ghi chép, quy mô nhỏ, năng lực tài chính hạn chế. Đối với doanh nghiệp quy mô vừa chủ yếu là do chưa đủ thời gian để chuyển đổi.

Thứ năm, tổ chức lựa chọn hình thức kế toán và tổ chức hệ thống sổ kế toán

Hình thức kế toán chủ yếu các doanh nghiệp đang áp dụng là hình thức Nhật ký chung chiếm tỷ trọng cao tới 92%, theo ý kiến đánh giá của kế toán trưởng các doanh nghiệp hình thức này dễ sử dụng, còn lại các doanh nghiệp áp dụng hình thức Chứng từ ghi sổ, không có doanh nghiệp nào áp dụng hình thức Nhật ký sổ cái và Nhật ký chứng từ. Các DNNVV đều tổ chức xây dựng đủ các mẫu sổ tổng hợp và sổ chi tiết để theo dõi các chỉ tiêu cần theo dõi chi tiết.

Thứ sáu, về tổ chức hệ thống báo cáo kế toán tài chính

Về thực hiện nguyên tắc tổ chức hệ thống báo qua mẫu khảo sát, cho thấy, tất cả các DNNVV đều tuân thủ theo đúng nguyên tắc lập và trình bày các chỉ tiêu kinh tế, tài chính phản ánh trên BCTC, mẫu biểu được thiết kế đơn giản, thuận tiện, đảm bảo các yêu cầu và nguyên tắc cơ bản của kế toán theo quy định của CĐKT đối với DNNVV, đáp ứng yêu cầu có thể so sánh được. Tuy nhiên, riêng bản Thuyết minh BCTC tại các DNNVV tỉnh Hưng Yên hiện nay vẫn còn khoảng 70% các doanh nghiệp lập sơ sài, không giải thích rõ các chỉ tiêu trên các báo cáo tài chính chưa thể hiện được.

Thứ bảy, về tổ chức lưu giữ tài liệu kế toán

Các DNNVV lưu trữ các chứng từ kế toán được đánh số theo thứ tự và đóng thành từng tập theo trình tự thời gian và nội dung kinh tế, do phòng kế

toán của doanh nghiệp cất giữ ở phòng kế toán, sau đó đưa vào lưu trữ tại kho lưu trữ của doanh nghiệp trong thời hạn quy định rồi thực hiện tiêu hủy. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số ít các doanh nghiệp thực hiện quy trình lưu trữ và bảo quản chứng từ kế toán còn tùy tiện.

Thứ tám, tổ chức kiểm tra kế toán

Nội dung kiểm tra kế toán của các DNNVV trên địa bàn tỉnh Hưng Yên chủ yếu tập trung kiểm tra sự thật và tính hợp pháp của nội dung kinh tế tài chính trên chứng từ và sổ kế toán. Còn việc kiểm tra các nội dung khác ít được quan tâm, đặc biệt là kiểm tra việc phân công, phân nhiệm, lề lối làm việc của bộ máy kế toán.

4. Giải pháp nâng cao hiệu quả tổ chức công tác kế toán trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

4.1. Hoàn thiện tổ chức bộ máy kế toán

Căn cứ trên tình hình thực tế đã phản ánh, để hoàn thiện tổ chức bộ máy kế toán của DNNVV, tác giả đề xuất hướng hoàn thiện cụ thể là hoàn thiện tổ chức xây dựng bản mô tả công việc kế toán. Một trong các hạn chế của DNNVV trên địa bàn Hưng Yên là chưa xây dựng hoàn chỉnh bản mô tả công việc và tiêu chuẩn thực hiện công việc kế toán, đây là cơ sở quan trọng để bố trí nhân sự kế toán phù hợp, đồng thời là cơ sở để tổ chức kiểm tra giám sát, sự tuân thủ các quy trình thực hiện các nghiệp vụ kế toán đảm bảo tính khoa học, chính xác, cũng như tính chuyên nghiệp trong công tác kế toán của kế toán viên, nâng cao chất lượng và hiệu suất công việc, cũng như để lựa chọn, tuyển dụng, tổ chức đào tạo kế toán viên, đáp ứng yêu cầu công việc. Vì vậy, các DNNVV cần tổ chức xây dựng chi tiết công việc và xác định trách nhiệm, tiêu chuẩn cho từng kế toán viên về công việc các nhân viên đó đang phụ trách, khi đã gắn rõ trách nhiệm, từng thành viên sẽ phải cố gắng trong công việc được phân công, qua đó giúp cho kế toán viên có thể hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình.

4.2. Tổ chức áp dụng chính sách kế toán

Các DNNVV hiện nay có xu hướng áp dụng CSKT ngày càng phổ biến và thường xuyên hơn, nhằm thực hiện các mục tiêu khác nhau của nhà quản trị. Tuy nhiên về bản chất, việc áp dụng CSKT để điều chỉnh kết quả kinh doanh của

doanh nghiệp chỉ là kỹ thuật chuyển đổi lợi nhuận từ kỳ này sang kỳ khác phù hợp với chuẩn mực và CĐKT quy định, nhưng thực trạng cho thấy, các DNNVV khi lựa chọn CSKT chỉ chú ý đến lợi ích trong ngắn hạn như tối ưu hóa lợi ích về thuế, thu hút các nhà đầu tư và tiếp cận vốn vay ngân hàng, chưa quan tâm đến tác động tiêu cực đến dài hạn. Do vậy, để đảm bảo hiệu quả của doanh nghiệp cả trong dài hạn và ngắn hạn, khi tổ chức lựa chọn áp dụng CSKT, các doanh nghiệp cần hoàn thiện các nội dung cơ bản về chứng từ, tài khoản kế toán đáp ứng nhu cầu quản trị nội bộ cũng như xu hướng đầu tư.

4.3. Hoàn thiện tổ chức hệ thống chứng từ và quy trình luân chuyển chứng từ kế toán

Hệ thống chứng từ cần phải xác định cụ thể cho từng hoạt động, từng loại hình nghiệp vụ và từng bộ phận liên quan. Xác định trách nhiệm của từng bộ phận trong quá trình lập và tiếp nhận chứng từ. Chứng từ phải phản ánh đầy đủ các yếu tố bắt buộc như: tên gọi, tên và địa chỉ của bên lập và nhận chứng từ, nội dung nghiệp vụ phát sinh... Chứng từ phải quy định rõ về mẫu chứng từ, nội dung chỉ tiêu cần phản ánh, quy định rõ bộ phận và từng cá nhân lập loại chứng từ nào... Khi thiết kế hệ thống chứng từ cho việc ghi chép của kế toán phải đảm bảo chi tiết đến từng đối tượng nhằm đáp ứng yêu cầu kiểm soát của nhà quản trị. Khi thiết kế mẫu chứng từ phải đáp ứng yêu cầu cung cấp thông tin cho KTTC và KTQT. Do đó, chứng từ phải có tính so sánh với dự toán, định mức... làm cơ sở so sánh giữa thực hiện với định mức.

4.4. Tổ chức lập Báo cáo tài chính

Các doanh nghiệp cần lập đầy đủ và nâng cao chất lượng thông tin trên thuyết minh BCTC. Hiện nay phần lớn các DNNVV Thuyết minh BCTC nội

dung rất sơ sài, hầu như không đáp ứng được mục tiêu của Thuyết minh BCTC là giải thích và bổ sung thông tin về tình hình thực hiện các nhiệm vụ cơ bản của đơn vị mà các báo cáo tài chính khác không thể trình bày rõ ràng và chi tiết được.

4.5. Về kiểm tra, giám sát trong công tác tổ chức kế toán

Việc kiểm tra, giám sát công tác tổ chức kế toán trong doanh nghiệp, nhằm đảm bảo cho công tác kế toán trong các doanh nghiệp thực hiện tốt các yêu cầu nhiệm vụ và chức năng của mình trong công tác quản lý, đặc biệt là công tác kiểm tra về phân công, phân nhiệm, lề lối làm việc của bộ máy kế toán cũng cần được sát sao và hoàn chỉnh hơn. Đây là việc làm thường xuyên và đòi hỏi bắt buộc tại doanh nghiệp nhằm đảm bảo công tác tổ chức kế toán thực hiện đúng quy định của pháp luật gắn với việc tổ chức hướng dẫn các cán bộ, nhân viên trong đơn vị hiểu và chấp hành chế độ quản lý kinh tế, tài chính nói chung và CĐKT nói riêng và tổ chức kiểm tra kế toán nội bộ doanh nghiệp.

5. Kết luận

Tổ chức công tác kế toán là một trong những nội dung quan trọng trong tổ chức quản lý ở doanh nghiệp đặc biệt là các DNNVV. Việc tổ chức công tác kế toán tại doanh nghiệp cần gắn với tổ chức thực hiện các phương pháp kế toán, các nguyên tắc kế toán và CĐKT hiện hành, tổ chức vận dụng hình thức kế toán hợp lý, CĐKT, chuẩn mực kế toán, thông lệ kế toán và các phương tiện kỹ thuật tính toán hiện có nhằm đảm bảo chất lượng của thông tin kế toán của đơn vị. Vì vậy, việc thực hiện tốt tổ chức công tác kế toán trong doanh nghiệp là việc làm cần thiết, giúp tổ chức tốt quá trình quản lý kinh tế, cung cấp thông tin kế toán trong quá trình hội nhập của doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2016). *Thông tư số 133/2016/TT-BTC ngày 26/8/2016 hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp nhỏ và vừa.*
2. Bộ Tài chính (2018). *Thông tư số 132/2018/TT-BTC ngày 28/12/2018 hướng dẫn chế độ kế toán cho doanh nghiệp siêu nhỏ.*
3. Đào Ngọc Hà (2018). *Tổ chức công tác kế toán doanh nghiệp theo quy định của Luật Kế toán năm 2015.*

4. Đào Thị Hương, Đào Thị Thanh, Nguyễn Thị Giang, Đỗ Thị Thanh, Trần Thị Lan Anh (2020). *Giáo trình Kế toán Tài chính trong doanh nghiệp (Quyển 1)*, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên. Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
5. Đào Thị Hương, Đào Thị Quỳnh, Trần Thị Lan Anh, Hoàng Văn Huệ, Đào Thị Thanh (2022). *Giáo trình Kế toán Tài chính trong doanh nghiệp (Quyển 2)*, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên. Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
6. Đoàn Văn Anh, Phạm Đức Hiếu (2021). *Tổ chức công tác kế toán. Trường Đại học Thương mại*, Nhà xuất bản Thống kê.
7. Quốc hội (2015). *Luật Kế toán số 88/2015/QH13*.
8. Chu Thanh Hải (2020). Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam hiện nay. Truy cập tại: <https://www.vass.gov.vn/nghien-cuu-khoa-hoc-xa-hoi-va-nhan-van/phan-trien-doanh-nghiep-nho-va-vua-o-viet-nam-hien-nay-96>.
9. Đào Ban, (2018). Gỡ “nút thắt” cho doanh nghiệp vừa và nhỏ. Truy cập tại: <https://baohungyen.vn/giai-bao-chi-toan-quoc-lan-thu-2/201809/go-nut-that-cho-doanh-nghiep-vua-va-nho-815434/>
10. Nguyễn Thị Giang (2020). Các nhân tố ảnh hưởng đến tổ chức công tác kế toán trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/cac-nhan-to-anh-huong-den-to-chuc-cong-tac-ke-toan-trong-cac-doanh-nghiep-nho-va-vua-68018.htm>

Ngày nhận bài: 16/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 26/12/2022

Thông tin tác giả:

ĐÀO THỊ QUỲNH

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên

THE ALIGNMENT OF ACCOUNTING SYSTEMS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN HUNG YEN PROVINCE

● **DAO THI QUYNH**

Hung Yen University of Technology and Education

ABSTRACT:

Organizing accounting is an important task and it affects all stages of processing accounting information in a business. An appropriate alignment of accounting system will enhance the quality of accounting tasks and accounting information. This study explores the current alignment of accounting systems in small and medium-sized enterprises in Hung Yen province, and proposes some solutions to help these enterprises improve its accounting systems.

Keywords: alignment of accounting system, accounting, small and medium-sized enterprises, Hung Yen 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.

Tạp chí Công Thương được xuất bản định kỳ 3 số/tháng, 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 tiêu mục. Mỗi bảng/hình cần phải có tên tương ứng mô tả chính xác nội dung của bảng/hình. Số thứ tự và tên bảng/hình được đặt ở vị trí phía trên cùng của bảng/hình đó theo phương chiếu 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 kỳ yếu của hội nghị, hội thảo, diễn đàn: Tên kỳ yếu/tên hội nghị/tên diễn đàn; Với Tài liệu tham khảo là các giáo trình, bài giảng hay tài liệu lưu hành nội bộ: Tên giáo trình, bài giảng, tài liệu; Với Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn internet, báo mạng: <đường dẫn để tiếp cận tài liệu đó>; Với luận án, luận văn: Tên đề tài luận án, luận văn.
- **Thông tin tác giả (Author's 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>



BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CAP SAINT JACQUES



Đội ngũ nhân sự của Viện



TIẾN SĨ VÕ MINH HÙNG
VIỆN TRƯỞNG VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC



BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CAP SAINT JACQUES

VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC
GRADUATE SCHOOL

Viện Đào tạo Sau Đại học - Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu được thành lập theo Quyết định số 897/QĐ-BVU ngày 5 tháng 01 năm 2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu. Viện Đào tạo Sau Đại học sẽ có bước phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới thông qua việc nâng cao chất lượng đào tạo, đổi mới phương pháp giảng dạy, tăng cường nghiên cứu khoa học, trải nghiệm học viên, đa dạng hoá chương trình đào tạo nhằm góp phần quan trọng vào việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

TÂM NHÌN

Trở thành Viện Đào tạo Sau Đại học hàng đầu Việt Nam và mang tầm quốc tế.

SỨ MỆNH

Tạo ra môi trường đào tạo hiện đại với phương pháp giảng dạy tích cực; đào tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao để phụng sự cho sự nghiệp phát triển đất nước; đồng hành cùng người học trong suốt con đường vươn tới tương lai.

GIÁ TRỊ CỐT LÕI

**UY TÍN - CHẤT LƯỢNG - HIỆU QUẢ
MANG TẦM QUỐC TẾ**

CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CỦA VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO THẠC SĨ

Từ năm 2015, BVU được Bộ Giáo dục & Đào tạo cấp phép đào tạo các chương trình Thạc sĩ:

- ✔ QUẢN TRỊ KINH DOANH (MBA)
- ✔ LÝ LUẬN & PHƯƠNG PHÁP DẠY HỌC BỘ MÔN TIẾNG ANH (MTESOL)
- ✔ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN (MIT)
- ✔ ĐÔNG PHƯƠNG HỌC (MOS)
- ✔ KỸ THUẬT HÓA HỌC (MCT)

Từ khi thành lập đến nay Viện Đào tạo Sau Đại học đã và đang đào tạo được gần 800 học viên trình độ Thạc sĩ.

BAN GIẢNG HUẤN

Hiện nay, đội ngũ giảng viên của Viện Đào tạo Sau Đại học lên đến 80 người (bao gồm giảng viên cơ hữu và giảng viên thỉnh giảng), trong đó có 20 Giáo sư và Phó Giáo sư, 60 Tiến sĩ. Đội ngũ giảng viên có trình độ chuyên môn cao, hiểu biết sâu rộng trên nhiều lĩnh vực được đào tạo bài bản ở các trường đại học uy tín ở Việt Nam và tiên tiến trên thế giới, có bề dày kinh nghiệm giảng dạy cùng thành tích nghiên cứu khoa học.

VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC



Fanpage

📍 Số 01 Trương Văn Bang,
P. 7, TP. Vũng Tàu
☎️ (0254) 357 6682
🌐 <https://sdh.bvu.edu.vn/>



HOTLINE: 0962.292.519

✉️ saudaihoc@bvu.edu.vn



<https://www.facebook.com/viendaoaosaudaihocbvu>



Website