

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 2 - THÁNG 2/2020



Website: <http://tapchicongthuong.vn>



HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

TS. Trần Tuấn Anh
GS.TS. Trần Thọ Đạt
GS.TS. Trần Văn Địch
GS.TS. Nguyễn Bách Khoa
GS.TSKH. Đỗ Ngọc Khuê
GS.TSKH. Bành Tiến Long
GS.TSKH. Nguyễn Xuân Quỳnh
GS.TS. Đinh Văn Sơn
GS.TSKH. Trần Văn Sung
GS.TS. Lê Văn Tán
GS. TS. Phạm Minh Tuấn
GS.TSKH. Đào Trí Úc
GS.TSKH. Đặng Ứng Vận
GS.TS. Võ Khánh Vinh

TỔNG BIÊN TẬP

ThS. Đặng Thị Ngọc Thu

ĐT: 0968939668

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

Ngô Thị Diệu Thúy

ĐT: 024.22218228 - 0903223096

TÒA SOẠN

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

Ban Trị sự - ĐT: 024.22218238

Fax: 024.22218237

Ban Thư ký - Xuất bản

ĐT: 024.22218230

Ban Biên tập - ĐT: 024.62701436

Ban Phóng viên - ĐT: 024.22218239

Ban Chuyên đề - ĐT: 024.22218229

Ban Tạp chí Công Thương Điện tử

ĐT: 024.22218232

Email: online@tapchicongthuong.vn

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

Email: vpddpntapchicongthuong@gmail.com

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 2 - Tháng 2/2020

LUẬT

LÊ THỊ MINH THƯ

Bất cập trong quy định về tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự
trong Bộ luật Hình sự năm 2015 (Sửa đổi, bổ sung năm 2017)

Limitations and shortcomings in provisions on the crime of making super high interest loans

in civil transactions of the Criminal Code 2015 (amended and supplemented in 2017)8

ĐOÀN TRỌNG CHÍNHH

Bình luận về một số tình tiết tăng nặng định khung mới trong tội cướp tài sản quy định
tại Điều 168 Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017)

Discussing aggravating circumstances in crime of property robbery under provisions

of Article 168 of the current Criminal Code 2015 (amended and supplemented in 2017)13

NGUYỄN THỊ HUYỀN HƯƠNG

Một số yếu tố cơ bản tác động đến đấu tranh phòng, chống buôn lậu của lực lượng hải quan Việt Nam

Some fundamental factors impacting on the fight against smuggling of Vietnam's customs force18

NGUYỄN MẠNH HÀ

Quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta: Thực trạng và giải pháp

Advertising and labeling food products in Vietnam: Situation and Solutions24

LÊ BÍCH LOAN - CHÂU THỊ KHÁNH VÂN - LÂM NGUYỄN HẢI LONG

Thực thi pháp luật về kiểm soát môi trường trong khu công nghệ cao quốc gia:

Thực trạng và hướng giải quyết các vướng mắc

The enforcement of the environmental control regulations at national hi-tech parks:

Current situation and solutions.....30

CAO THỊ THÙY NHƯ

Quyền khởi kiện của người sử dụng dịch vụ từ dự án đối tác công tư

The right to sue of PPP projects' service users35

NGUYỄN THỊ THANH NGỌC

Chủ thể quản lý, thanh lý tài sản trong pháp luật phá sản Việt Nam

The entity management and asset liquidation according to Vietnam's Law on Bankruptcy41

CAO THANH HUYỀN

Một số giải pháp hoàn thiện Luật Thương mại năm 2005 trong giai đoạn hiện nay ở Việt Nam
Some solutions to improve the effectiveness of the Commercial Law 2005 in the context
of Vietnam's current economic development46

NGUYỄN MINH ĐỨC

Những yêu cầu và giải pháp hoàn thiện pháp luật về công ty luật hợp danh ở Việt Nam
Requirements and solutions to improve the effectiveness of regulations on law
partnership companies in Vietnam.....51

HOANG VAN TOAN

Some issues on the role and responsibility of judges in the creation and enforcement of law in Vietnam
Một số vấn đề về vai trò, trách nhiệm của thẩm phán trong xây dựng
và áp dụng án lệ hình sự ở Việt Nam hiện nay58

KINH TẾ

"PHẠM NGỌC DUY - NGUYỄN THÀNH TUẤN ANH

Container hóa: Tổng hợp các khảo sát về hiện trạng và xu hướng áp dụng nền tảng container trong doanh nghiệp
Containerization: A summary of surveys on container adoption in enterprises.....64

PHAN NGỌC TẤN

Giải pháp đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2020
Solutions for Vietnam's economic growth in 202074

NGUYỄN THỊ HƯƠNG LOAN

Quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành ở Cẩm Khê từ khi tái lập huyện (1995 - 2015)
The economic restructuring process by economic sector in Cam Khe district since the district's
re-establishment (1995 - 2015).....80

TRẦN THỊ THANH THU

Vai trò cải cách thể chế kinh tế - Đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính động lực cho phát triển kinh tế bền vững
The role of economic institutional reform - Promoting the reform of administrative procedures
to motivate the sustainable economic development87

NGUYỄN HOÀNG LAN - NGUYỄN THỊ NHƯ VÂN

Nghiên cứu các khó khăn, rào cản khi khởi nghiệp từ nông nghiệp xanh và đề xuất giải pháp khắc phục
A research on barriers to startups in green agriculture and solutions to overcome these difficulties.....93

ĐOÀN NGỌC NINH

Nghiên cứu sự phát triển hệ thống logistics Trung Quốc và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam
A study on the logistics industry development of China and lessons for Vietnam101

TRẦN THỊ HƯƠNG - PHẠM MAI CHI

Giải pháp crowd logistics trong hệ thống vận tải hàng hóa trong đô thị: Trường hợp của Hà Nội
Crowd logistics solutions for urban freight transportation system: The case of Hanoi.....109

PHẠM VĂN TUẤN

Một số vấn đề kinh tế xã hội phát sinh từ hoạt động kinh doanh hàng hóa dịch vụ trên mạng xã hội
trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0
Some socio-economic issues arising from business activities on social networks in the context of Industry 4.0.....116

DƯƠNG NGỌC HỒNG

EVFTA: Cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp thủy sản Việt Nam
EVFTA: Opportunities and challenges for Vietnamese seafood enterprises124

TRẦN THU HƯƠNG

Khai thác tài nguyên du lịch nhân văn cho phát triển du lịch sinh thái tỉnh Đồng Nai
Exploiting human tourism resources for ecological tourism development in Dong Nai province.....130

VŨ CẢNH LÂM - TÔ HIỂN THÀ - TRỊNH XUÂN VIỆT

Tác động của phát triển công nghiệp đến các vấn đề xã hội ở vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ Việt Nam
The impact of industrial development on social issues in the Northern key economic region.....136

QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ

NGUYEN THI MAI ANH - PHAM THI THANH HUONG

Reviewing factors affecting consumers' trust in e-commerce: A unified model
Các yếu tố ảnh hưởng đến niềm tin của người tiêu dùng khi mua hàng trên mạng: Mô hình hợp nhất141

LÝ KHOA ĐĂNG - MAI NGỌC KHƯƠNG

Xây dựng và thực thi chính sách giảm nghèo bền vững:
Trường hợp điển hình tại quận 6, Thành phố Hồ Chí Minh
Formulation and implementation of sustainable poverty reduction policies:
The case study of District 6, Ho Chi Minh City148

NGUYỄN MINH TÂN - TĂNG THỊ NGÂN - LÂM HẢI BĂNG

Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp xây dựng tại tỉnh Bạc Liêu
Factors affecting the performance of construction enterprises located in Bac Lieu province.....154

PHAN QUỐC TẤN - PHẠM THANH HIẾU

Ảnh hưởng của tính kiên định đến chất lượng sống trong học tập và kết quả học tập của sinh viên đại học khối ngành Kinh tế tại Thành phố Hồ Chí Minh
Impacts of psychological hardiness in learning on quality of college life and academic performance of business students in Ho Chi Minh City160

NGUYỄN VĂN NGHIÊN

Quản lý tử số và mẫu số trong doanh nghiệp
Numerical management and denominator management in enterprises167

ĐINH PHI HỔ - PHAN THANH LONG

Các yếu tố ảnh hưởng đến dự định quay lại:
Trường hợp nghiên cứu tại khách sạn Rex Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Factors affecting the guest's intention to return: Case study at Rex Hotel Saigon in Ho Chi Minh City, Vietnam.....173

NGUYỄN ĐĂNG MINH - NGUYỄN TIẾN THÀNH

Giải pháp quản trị yếu tố hữu hình giúp nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh:
Nghiên cứu tại Khoa Khám bệnh, Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức
Tangible elements management solutions to improve the quality of medical examination and treatment services of Examination Department, Vietnam - Germany Friendship Hospital182

NGUYỄN VĂN TIÊN - PHẠM VĂN MISOL

Phân tích sự hài lòng của khách hàng đối với công tác dịch vụ khách hàng tại Công ty Điện lực Trà Vinh
Analyzing the satisfaction of customers with the customer services of Tra Vinh Electricity Company189

NGUYỄN THỊ THANH THẢO - NGUYỄN AN PHÚ

- TRẦN THỊ NHINH - ĐẶNG THANH TUẤN - TRƯƠNG HỒNG CHUYÊN

Những năng lực then chốt của giảng viên trong thời đại giáo dục 4.0
Key competencies of university lecturers in the context of education 4.0192

NGUYỄN LÊ THẢO VY

Phân tích môi trường làm việc nơi công sở tác động đến kết quả làm việc của nhân viên tại Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam
Analyzing the impact of workplace environment on employee performance of staff at the Vietnam Union of Friendship Organizations.....203

ĐẶNG VĂN PHONG

Vai trò của văn phòng trong quá trình xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp
The role of office unit in the corporate brand building process.....213

TRAN THI NHINH

Impact of corporate social responsibilities dimensions on employee engagement through intermediate variable of organizational trust
Tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tới sự gắn kết nhân viên với tổ chức thông qua biến trung gian niềm tin tổ chức.....219

PHẠM THỊ MỘNG HẰNG

Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu du lịch của du khách nội địa: Trường hợp nghiên cứu tại tỉnh Phú Yên
Factors affecting tourism demand of domestic tourists: The case study of PhuYen province.....225

TRẦN THỊ HƯƠNG - ĐỖ BÁ LÂM

Ứng dụng công nghệ blockchain trong hệ thống logistics đô thị: Trường hợp của thành phố Hà Nội
Application of blockchain in city logistics system: The case of Hanoi233

KINH DOANH

LÂM HỮU DANH - HOÀNG HỮU DŨNG - HOÀNG HỮU TIẾN - NGUYỄN DUY CHINH - ĐỖ DUY ĐĂNG - NGUYỄN CÔNG TRÍ - ĐẶNG HUY HOÀNG

Đánh giá nhu cầu của doanh nghiệp và người tiêu dùng về công cụ truy xuất nguồn gốc ứng dụng công nghệ mã số, mã vạch
Evaluation of enterprises and consumers' demand for origin tracing solutions utilizing barcode technology242

PHẠM THỊ HUYỀN

Hoạt động logistics: Nghiên cứu trường hợp của doanh nghiệp bán lẻ
Logistics activities of retail businesses249

NGUYỄN THU HƯƠNG

Đánh giá tài sản thương hiệu dựa trên khách hàng của các siêu thị điện máy trên địa bàn thành phố Hà Nội
Evaluating the brand property of electronics supermarkets located in Hanoi from the view of consumers.....255

LÊ ĐÌNH CHIỀU - ĐẶNG HUY THÁI - NGUYỄN NGỌC KHÁNH - NGUYỄN VĂN THƯỜNG

Đề xuất khung phân tích môi trường kinh doanh phù hợp với doanh nghiệp khai thác than thuộc Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV)
Proposing the framework for analyzing business environment which is suitable for coal mining enterprises under Vinacomin262

NGUYỄN VĂN QUẢN - LÊ NGUYỄN ĐOAN KHÔI

Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng ở quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ
Factors affecting the smartphone purchase decision of consumers living in Ninh Kieu district, Can Tho city267

TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG - BẢO HIỂM

NGUYỄN TÀI NĂNG

Tự chủ tài chính khi thực hiện tự chủ đại học - Nghiên cứu tại Trường Đại học Luật, Đại học Huế

The content of financial autonomy in university autonomy: Examining University of Law – Hue University274

HOÀNG THỊ PHƯƠNG ANH - ĐINH THỊ THU HÀ - ĐINH THỊ THU HIỀN

Mối quan hệ cơ cấu sở hữu vốn đến hiệu quả hoạt động và cấu trúc vốn của công ty:

Nghiên cứu thực nghiệm tại thị trường chứng khoán Việt Nam

The relationship between ownership structure on firm performance:

Empirical study in Vietnamese stock exchange282

NGUYỄN THỊ LOAN - ĐÀO DŨNG TRÍ - NGUYỄN VIỆT HỒNG ANH - LÊ THỊ TUYẾT HOA

Tín dụng ngân hàng đối với nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao: Nghiên cứu tại tỉnh Lâm Đồng

Lending activities of commercial banks for the high-tech agriculture sector:

Research in Lam Dong province288

PHẠM THỊ THÁI HÀ

Ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến một số ngành nghề kinh tế chủ yếu và ngành Ngân hàng của Việt Nam hiện nay

The impact of coronavirus outbreak on some major economic sectors and the banking sector of Vietnam295

LÊ TRUNG HIẾU - LÊ THỊ THANH THÚY

Ứng dụng mô hình IPA nhằm phát triển sản phẩm cho vay mua ô tô

tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Trà Vinh

Implementing IPA model to promote the car loan product of BIDV - Tra Vinh Branch302

VÕ ĐỨC TOÀN

Hoạt động của các tổ chức tài chính vi mô góp phần giảm nghèo bền vững ở Việt Nam

Activities of microfinance financial institutions contributing to the sustainable poverty reduction in Vietnam.....309

VĨNH THÔNG - VÕ VĂN CẦN - LÊ QUỐC THÀNH

Hoàn thiện công tác quản lý thu thuế trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa

Improving the efficiency of Khanh Hoa province's tax collection management316

HÓA HỌC - CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM

LÊ VĂN TẤN - NGUYỄN NGỌC TUẤN - ĐẶNG THỊ VÂN

Xác định hàm lượng axit béo cao no và không no trong quả bơ tại tây nguyên bằng phương pháp

sắc ký khí ghép nối ion hóa ngọn lửa (GC-FID)

Determination of saturated and unsaturated fatty acids from avocado grown in Western Highlands

by gas chromatography - flame ionization detector (GC - FID).....328

NGUYỄN TRỌNG TUÂN

Khảo sát hoạt tính kháng oxi hóa của cao chiết methanol vỏ trái thốt nốt (*Borassus flabellifer* L.)

Investigation of the antioxidant activity of methanol extract of *Borassus flabellifer* L. husk338

NGUYỄN XUÂN THỊ DIỄM TRINH - TRẦN THẾ NAM - HUỖNH THỊ HỒNG HOA

Nghiên cứu quy trình xử lý dầu trong nước thải của cơ sở chế biến cơm dừa

tại tỉnh Trà Vinh bằng phương pháp vi sinh

A study on using microorganism to process oil-contaminated waste water

from coconut product companies at Tra Vinh province345

NGŨ TRƯỜNG NHÂN - NGUYỄN MẠNH CƯỜNG

Phân lập và xác định cấu trúc isoflavone từ loài Sưa (*Dalbergia tonkinesis* Prain)

Isolating and determining the structure of isoflavone from *Dalbergia tonkinesis* Prain.....351

BẤT CẬP TRONG QUY ĐỊNH VỀ TỘI CHO VAY LÃI NẶNG TẠI GIAO DỊCH DÂN SỰ CỦA BỘ LUẬT HÌNH SỰ NĂM 2015 (SỬA ĐỔI, BỔ SUNG NĂM 2017)

● LÊ THỊ MINH THƯ

TÓM TẮT:

Bộ luật Hình sự (BLHS) năm 2015 (sửa đổi, bổ sung (SĐ, BS) năm 2017) đã được ban hành với nhiều quy định cụ thể được sửa đổi, bổ sung. Quá trình thi hành những quy định đó trên thực tế gặp không ít khó khăn, vướng mắc cần được tháo gỡ bằng hướng dẫn cụ thể của cơ quan có thẩm quyền. Ngày 13/9/2019, Tòa án nhân dân tối cao (TANDTC) đã ban hành công văn số 212/TANDTC - PC thông báo kết quả giải đáp một số vướng mắc trong xét xử tại phiên họp trực tuyến ngày 29/7/2019. Trong phạm vi bài viết này, tác giả nêu một số khó khăn vướng mắc về lý luận và thực tiễn áp dụng quy định về Tội cho vay nặng lãi trong giao dịch dân sự quy định tại Điều 201 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017). Trên cơ sở đó, tác giả phân tích những nội dung giải đáp vướng mắc của Công văn số 212/TANDTC - PC về tội danh này; đồng thời phân tích một số hạn chế, bất cập trong quy định và phát sinh trong thực tế thi hành quy định về tội danh này, do hiện tại chưa có văn bản hướng dẫn.

Từ khóa: Công ty tài chính, giao dịch dân sự, khách hàng, vay lãi nặng.

1. Đặt vấn đề

“Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự” tiền thân là “Tội cho vay lãi nặng” được quy định từ BLHS năm 1985 đến BLHS năm 1999. Qua quá trình thi hành, quy định của BLHS năm 1999 về tội danh này đã bộc lộ một số hạn chế, bất cập, làm cho quá trình truy cứu trách nhiệm hình sự đối với hành vi phạm tội này gặp phải những khó khăn. Bên cạnh đó, những năm vừa qua, hoạt động cho vay nặng lãi của các nhóm tội phạm có những diễn biến phức tạp, số vụ án được phát

hiện ngày càng có quy mô lớn, diễn ra trên phạm vi rộng với thủ đoạn ngày càng tinh vi, đa dạng như thành lập các “công ty tài chính” trá hình, ứng dụng internet, mạng xã hội, công nghệ thông tin để quảng bá và lôi kéo “khách hàng”, kéo theo những hoạt động tội phạm khác nhằm mục đích thu hồi nợ của người vay, như: cố ý gây thương tích, cưỡng đoạt tài sản, gây rối trật tự công cộng... khi người vay không trả được nợ. Điều này càng đòi hỏi quy định của pháp luật cần nhanh chóng được hoàn thiện để làm cơ sở xử lý hành vi phạm tội này một cách rõ ràng, triệt để

hơn, đảm bảo yêu cầu của công tác đấu tranh phòng chống tội phạm. Khi BLHS năm 2015 được ban hành (SĐ, BS năm 2017), tên tội danh này đã được sửa đổi thành “Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự quy định tại Điều 201. Quy định về tội danh này tại BLHS hiện hành đã kịp thời sửa đổi, bổ sung những quy định của BLHS năm 1999, khắc phục những hạn chế, khó khăn khi thi hành quy định cũ, như: trong việc chứng minh dấu hiệu “có tính chất chuyên bóc lột” của người cho vay; trong việc tính mức lãi suất cao nhất mà pháp luật quy định; xác định dấu hiệu định khung thu lợi bất chính lớn như thế nào,... Quy định mới cũng phù hợp, thống nhất với các quy định mới của Bộ luật Dân sự năm 2015 và các văn bản pháp luật khác có liên quan. Tuy nhiên, quy định về tội danh này trong BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017) vẫn còn những hạn chế, bất cập nhất định, dẫn đến các quan điểm và cách áp dụng pháp luật giữa các Cơ quan tiến hành tố tụng còn chưa được thống nhất. Ví dụ như: áp dụng tình tiết định tội đã bị xử phạt vi phạm hành chính về hành vi cho vay lãi nặng, tính khả thi của quy định này khi các văn bản về xử lý vi phạm hành chính chưa có quy định; cách xác định khoản tiền thu lợi bất chính để làm căn cứ định tội tại Khoản 1 và áp dụng tình tiết định khung tăng nặng tại Khoản 2; một số khó khăn trong việc xác định tư cách tham gia tố tụng của người vay tiền trong vụ án, áp dụng pháp luật để xử lý khoản tiền thu lợi bất chính từ việc cho vay lãi nặng hay trong việc xử lý đối với khoản tiền người phạm tội dùng để cho vay (tiền gốc) và khoản lãi tương ứng với mức lãi suất 20%/năm.

2. Hướng dẫn của Công văn số 212/TANDTC-PC đã giải quyết triệt để một số vướng mắc đối với Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự

Để góp phần tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình giải quyết các vụ án hình sự, hành chính, dân sự và kinh doanh, thương mại nói chung và vụ án về Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự nói riêng, ngày 29/7/2019, Hội đồng Thẩm phán Tòa án nhân dân tối cao đã tổ chức phiên họp trực tuyến để giải đáp một số vướng

mắc trong xét xử. Trên cơ sở các ý kiến phản ánh vướng mắc và giải đáp của Hội đồng Thẩm phán, Tòa án nhân dân tối cao đã ban hành Công văn số 212/TANDTC-PC ngày 13/9/2019 (gọi tắt là Công văn số 212) thông báo kết quả giải đáp trực tuyến một số vướng mắc trong xét xử, trong đó có nội dung giải đáp vướng mắc về Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự. Nội dung hướng dẫn của Tòa án tối cao được các cơ quan tiến hành tố tụng áp dụng trong quá trình tiến hành tố tụng đối với vụ án. Những nội dung đó đã phần nào giải quyết những vướng mắc khi áp dụng quy định của BLHS để xử lý đối với Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự.

Vướng mắc thứ nhất, về cách xác định khoản tiền thu lợi bất chính để xác định trách nhiệm hình sự. Công văn số 212 đã nêu rõ: Khoản tiền thu lợi bất chính để xác định trách nhiệm hình sự là khoản tiền lãi thu được sau khi trừ đi tiền lãi theo quy định của Bộ luật Dân sự năm 2015 mà không phải là tổng số tiền lãi thu được từ việc cho vay. Bởi vì, theo quy định tại Khoản 1 Điều 468 của Bộ luật Dân sự năm 2015 thì: “Lãi suất vay do các bên thỏa thuận. Trường hợp các bên có thỏa thuận về lãi suất thì lãi suất theo thỏa thuận không được vượt quá 20%/năm của khoản tiền vay...”. Như vậy, số tiền lãi tương ứng với mức lãi suất từ 20%/năm trở xuống của khoản vay không được coi là tiền thu lợi bất chính để buộc người cho vay phải chịu trách nhiệm hình sự. Tiền thu lợi bất chính được xác định là số tiền lãi thu được từ mức lãi suất trên 20%/năm trở lên.

Công văn này cũng đã xác định, trong trường hợp người phạm tội cho nhiều người khác vay tiền thì khoản tiền thu lợi bất chính để xác định trách nhiệm hình sự là tổng số tiền lãi mà người phạm tội thu được của tất cả những người vay nếu hành vi cho vay lãi nặng được thực hiện một cách liên tục, kế tiếp nhau về mặt thời gian. Trường hợp một người thực hiện nhiều lần hành vi cho vay lãi nặng, mà tổng số tiền thu lợi bất chính của các lần phạm tội từ 100 triệu đồng trở lên, nếu các lần phạm tội đều chưa bị truy cứu trách nhiệm hình sự và chưa hết thời hiệu truy cứu trách nhiệm hình sự, ngoài việc bị áp dụng khung hình

phạt tương ứng với trị giá tài sản chiếm đoạt, người phạm tội còn bị áp dụng tình tiết tăng nặng trách nhiệm hình sự “phạm tội 02 lần trở lên” quy định tại Điểm g Khoản 1 Điều 52 của BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017).

Vướng mắc thứ hai, việc áp dụng pháp luật để xử lý các khoản tiền trong vụ án cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự. Theo quy định tại điều 201 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017) và hướng dẫn của Công văn số 212, trong vụ án có 3 khoản tiền: tiền gốc, tiền lãi thu được từ lãi suất 20%/năm trở xuống và tiền lãi thu được từ lãi suất trên 20%/năm trở lên, ba khoản tiền này có cách xử lý khác nhau:

Trên cơ sở quy định tại Khoản 1 Điều 468 của Bộ luật Dân sự 2015: “Trường hợp lãi suất theo thỏa thuận vượt quá lãi suất giới hạn được quy định tại khoản này thì mức lãi suất vượt quá không có hiệu lực”. Công văn số 212 xác định khoản tiền lãi tương ứng với mức lãi suất trên 20%/năm là khoản tiền mà người phạm tội thu lợi bất chính của người vay nên được trả lại cho người vay tiền, trừ trường hợp người vay sử dụng tiền vay vào mục đích bất hợp pháp (như đánh bạc, mua bán trái phép chất ma túy...), khoản tiền thu lợi bất chính bị tịch thu sung công quỹ nhà nước.

Đối với khoản tiền cho vay (tiền gốc) được xác định là phương tiện phạm tội, sẽ bị tịch thu sung công quỹ Nhà nước.

Đối với khoản tiền lãi tương ứng với mức lãi suất 20%/năm, tuy không bị tính để xác định trách nhiệm hình sự, nhưng đây cũng là khoản tiền phát sinh từ tội phạm. Đồng thời, hoạt động cho vay lãi nặng thường gắn với các băng nhóm tội phạm. Do đó, để bảo đảm yêu cầu đấu tranh phòng, chống tội phạm, Tòa án phải tuyên tịch thu sung công quỹ nhà nước khoản tiền này.

Vướng mắc thứ ba, xác định tư cách tham gia tố tụng của người vay tiền trong vụ án cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự, Công văn số 212 nêu rõ: Theo quy định tại Điều 65 của Bộ luật Tố tụng hình sự năm 2015, người vay tiền trong trường hợp này tham gia tố tụng với tư cách là

người có quyền lợi, nghĩa vụ liên quan đến vụ án mà không phải với tư cách là bị hại.

Hướng dẫn của Công văn số 212 đã giải quyết triệt để 3 vướng mắc trên trong quá trình áp dụng pháp luật để xử lý đối với loại tội phạm này một cách tương đối đầy đủ, rõ ràng.

3. Một số bất cập đối với Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự

Tuy nhiên, thực tế áp dụng quy định của pháp luật cho thấy vẫn còn một số vướng mắc trên thực tế chưa được Công văn số 212 giải quyết.

Bất cập thứ nhất, là Điều 201 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017), đã bổ sung dấu hiệu định tội mới là đã bị xử phạt vi phạm hành chính về hành vi cho vay lãi nặng mà còn vi phạm. Tuy nhiên, hiện tại, chưa có văn bản để quản lý và xem xét xử lý hành chính đối với hành vi cho vay lãi nặng, đây là một hạn chế trong quản lý nhà nước đối với hoạt động tín dụng phi chính thức này. Quy định duy nhất về vấn đề này là Điểm d Khoản 3 Điều 11 Nghị định số 167/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực an ninh, trật tự, an toàn xã hội; phòng chống tệ nạn xã hội; phòng cháy và chữa cháy; phòng chống bạo lực gia đình quy định: Phạt tiền từ 5.000.000 đồng đến 15.000.000 đồng đối với hành vi: “cho vay tiền có cầm cố tài sản, nhưng lãi suất cho vay vượt quá 150% lãi suất cơ bản do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam công bố tại thời điểm cho vay”. Như vậy, Nghị định số 167/2013/NĐ-CP chỉ quy định xử phạt đối với hành vi cho vay tiền có cầm cố tài sản mà không có quy định xử phạt đối với hành vi cho vay lãi nặng không có cầm cố tài sản. Điều này dẫn đến việc xử phạt vi phạm hành chính đối với hành vi cho vay lãi nặng không cầm cố tài sản (hình thức phổ biến hiện nay) rất khó thực hiện. Từ đó, dẫn đến việc truy cứu trách nhiệm hình sự đối với hành vi cho vay lãi nặng nhưng trước đó đã bị xử phạt vi phạm hành chính về hành vi cho vay lãi nặng trong giai đoạn hiện nay hầu như không thể căn cứ quy định này để xem xét định tội đối với hành vi này. Điều này, đòi hỏi các cơ quan có

thẩm quyền phải bổ sung văn bản, quy định xử phạt vi phạm hành chính đối với hành vi cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự để đảm bảo tính toàn diện của việc xử lý vi phạm hành chính cũng như tạo căn cứ để áp dụng quy định của BLHS hiện hành đối với Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự.

Bất cập thứ hai, bất cập này cho đến hiện nay vẫn chưa được giải quyết đó là việc vay tài sản trong thực tế hiện nay có thể là vay tiền, vay vàng hoặc vay các tài sản khác. Tuy nhiên, lãi suất cho vay được quy định trong Bộ luật Dân sự 2015 làm căn cứ tính lãi nặng mới chỉ quy định lãi suất đối với tài sản cho vay là tiền mà chưa quy định lãi suất cho vay đối với các tài sản khác như vàng hay thóc (lúa) và các tài sản khác. Do vậy, các cơ quan có thẩm quyền cần nghiên cứu để hướng dẫn cụ thể vấn đề lãi suất đối với hợp đồng vay tài sản khác không phải là tiền làm căn cứ cho việc giải quyết các vụ án hình sự cũng như các tranh chấp dân sự.

Bất cập thứ ba, về pháp nhân thực hiện hành vi cho vay lãi nặng. Theo Luật Các tổ chức tín dụng năm 2010 (sửa đổi, bổ sung năm 2017), các tổ chức tín dụng được thực hiện hoạt động ngân hàng, trong hoạt động ngân hàng có cả hoạt động cấp tín dụng, trong hoạt động cấp tín dụng bao gồm cả hoạt động cho vay. Tuy nhiên, theo quy

định tại Điều 76 BLHS hiện hành, các pháp nhân thương mại này lại không phải chịu trách nhiệm hình sự đối với Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự dù có thực hiện hoạt động cho vay với lãi suất từ 100%/năm trở lên. Hay nói cách khác, các giao dịch cho vay lãi nặng của các tổ chức không bị xử lý mặc dù nó có thể bị các đối tượng lợi dụng, núp bóng để thực hiện hoạt động cho vay lãi nặng trên thực tế. Đây là điều mà các nhà làm luật cần nghiên cứu, xem xét, để đảm bảo xử lý đầy đủ và kịp thời đối với loại tội phạm này ở nước ta hiện nay.

4. Kết luận

Qua những nội dung đã phân tích trên cho thấy, đến nay, cùng với quy định tại Điều 201 BLHS (SĐ, BS năm 2017), Công văn số 212/TANDTC-PC ngày 13/9/2019 của Tòa án nhân dân tối cao đã giải quyết được phần lớn những vướng mắc về Tội cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự trong thời gian qua. Tuy nhiên, về mặt quy định cũng như tình hình tội phạm trên thực tế, việc xử lý loại tội phạm này vẫn còn một số vướng mắc, bất cập cần được tiếp tục nghiên cứu để bổ sung và hoàn thiện, giúp cho việc áp dụng pháp luật được thống nhất, rõ ràng, tạo hành lang pháp lý đầy đủ cho việc xử lý loại tội phạm này ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO :

1. Bộ luật Hình sự năm 1999.
2. Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017).
3. Bộ luật Dân sự năm 2015.
4. Bộ luật Tố tụng hình sự năm 2015.
5. Luật Các tổ chức tín dụng năm 2010 (sửa đổi, bổ sung năm 2017).
6. Nghị định số 167/2013/NĐ-CP, ngày 12/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực an ninh, trật tự, an toàn xã hội; phòng, chống tệ nạn xã hội; phòng và chữa cháy; phòng, chống bạo lực gia đình.
7. Công văn số 212/TANDTC-PC ngày 13/9/2019 của Tòa án nhân dân tối cao, về việc thông báo kết quả giải đáp trực tuyến một số vướng mắc trong xét xử.

Ngày nhận bài: 1/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/1/2020

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ THỊ MINH THU

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

**LIMITATIONS AND SHORTCOMINGS IN PROVISIONS
ON THE CRIME OF MAKING SUPER HIGH INTEREST LOANS
IN CIVIL TRANSACTIONS OF THE CRIMINAL CODE 2015
(AMENDED AND SUPPLEMENTED IN 2017)**

● Master. **LE THI MINH THU**
Lecturer, Faculty of Law,
Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

The Criminal Code 2015 (amended and supplemented in 2017) was promulgated with many specific provisions being amended and supplemented. In fact, the implementation of these regulations faces many difficulties and problems that need to be solved by specific guidance of state agencies. On September 13, 2019, the Supreme People's Court issued the document No. 212/TANDTC - PC announcing the results of answering a number of obstacles in trial at an online meeting on July 29, 2019. This article presents difficulties in the theory and practice of applying the provisions on the crime of making super high interest loans in civil transactions which are under the Article 201 of the Criminal Code 2015 (amended and supplemented in 2017). On that basis, this article analyzes the answers to problems of the document No. 212/TANDTC - PC on this crime and also examines some limitations and shortcomings in the regulations arising in practice of implementing the regulations on this crime.

Keywords: Financial institution, civil transaction, customer, super high interest loan.

BÌNH LUẬN VỀ MỘT SỐ TÌNH TIẾT TĂNG NẶNG ĐỊNH KHUNG MỚI TRONG TỘI CƯỚP TÀI SẢN QUY ĐỊNH TẠI ĐIỀU 168 BỘ LUẬT HÌNH SỰ NĂM 2015 (SỬA ĐỔI, BỔ SUNG NĂM 2017)

● ĐOÀN TRỌNG CHÍNH

TÓM TẮT:

Bộ luật Hình sự (BLHS) năm 2015 (sửa đổi, bổ sung (SĐ, BS) năm 2017) được ban hành đã đưa ra nhiều nội dung mới, trong đó có quy định về Tội cướp tài sản. Bốn tình tiết tăng nặng định khung đối với tội danh này đã được quy định mới, bao gồm: phạm tội đối với người dưới 16 tuổi, phụ nữ mà biết là có thai, người già yếu hoặc người không có khả năng tự vệ; Gây ảnh hưởng xấu đến an ninh, trật tự, an toàn xã hội; Lợi dụng thiên tai, dịch bệnh; Lợi dụng hoàn cảnh chiến tranh, tình trạng khẩn cấp. BLHS đã có hiệu lực thi hành nhưng cho đến nay, các tình tiết mới này vẫn chưa được cơ quan có thẩm quyền giải thích, hướng dẫn để tạo hành lang pháp lý rõ ràng, thống nhất cho việc áp dụng quy định. Trong phạm vi bài viết này, trên cơ sở tham khảo những quy định của các văn bản pháp luật có liên quan, tác giả phân tích, đưa ra quan điểm về cách hiểu đối với các tình tiết tăng nặng định khung mới được quy định trong Tội cướp tài sản quy định tại Điều 168 BLHS hiện hành.

Từ khóa: Cướp tài sản, định khung, tội danh, tình tiết tăng nặng, Điều 168 Bộ luật Hình sự năm 2015.

1. Đặt vấn đề

Cướp tài sản là tội danh được quy định khá sớm trong pháp luật hình sự Việt Nam. Qua các giai đoạn lịch sử, quy định về tội danh này từng bước được hoàn thiện phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội của đất nước. Khi BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017) ra đời, quy định về tội cướp tài sản một lần nữa lại được hoàn thiện. Điểm nổi bật trong quy định của tội cướp tài sản trong

BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017) là việc các nhà làm luật đã quy định mới một số tình tiết định khung tăng nặng làm căn cứ xử lý một cách toàn diện đối với hành vi phạm tội cướp tài sản. Cụ thể, có 4 tình tiết định khung tăng nặng mới được quy định. Song cho đến nay, vẫn chưa có hướng dẫn cụ thể về các tình tiết mới này để làm căn cứ cho việc áp dụng quy định một cách rõ ràng, thống nhất.

2. Một số vướng mắc trong việc áp dụng tình tiết định khung tăng nặng mới theo quy định tại Điều 168 BLHS hiện hành

Thứ nhất, tình tiết quy định tại Điểm e Khoản 2 Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017): phạm tội đối với người dưới 16 tuổi, phụ nữ mà biết là có thai, người già yếu hoặc người không có khả năng tự vệ. Đây là tình tiết định khung tăng nặng trách nhiệm hình sự mới đối với tội cướp tài sản để đáp ứng yêu cầu của việc đấu tranh phòng, chống tội phạm này trong tình hình hiện nay, được áp dụng đối với hành vi cướp tài sản được thực hiện từ ngày 1/1/2018. Tình tiết này là tổng hợp của 4 dấu hiệu định khung có tính chất nguy hiểm tương đương nhau được quy định chung trong cùng một điểm của điều luật, đó là: phạm tội đối với người dưới 16 tuổi, phạm tội với phụ nữ mà biết là có thai, phạm tội với người già yếu và phạm tội với người không có khả năng tự vệ.

Phạm tội đối với người dưới 16 tuổi. BLHS hiện hành đã cụ thể hóa quy định về giới hạn độ tuổi, trong đó thay thế thuật ngữ “trẻ em” trước đây bằng thuật ngữ xác định rõ độ tuổi là “người dưới 16 tuổi”. Quy định này tạo sự rõ ràng, thống nhất trong việc áp dụng quy định của BLHS. Xuất phát từ quan điểm bảo vệ trẻ em là bảo vệ tương lai của đất nước, bảo vệ những người khó có khả năng tự vệ trước những hành vi xâm hại của tội phạm làm tổn hại lớn cho sự phát triển bình thường về thể chất, tinh thần cho đối tượng đặc biệt này. Việc xác định độ tuổi của người dưới 16 tuổi thực hiện theo quy định tại Điều 417 Bộ luật Tố tụng hình sự năm 2015. Phạm tội đối với người dưới 16 tuổi là tình tiết khách quan nên chỉ cần xác định bị hại là người dưới 16 tuổi thì người phạm tội đã bị áp dụng tình tiết tăng nặng này mà không cần người phạm tội phải nhận thức được đối tượng mình thực hiện hành vi cướp là người dưới 16 tuổi.

Phạm tội đối với phụ nữ mà biết là có thai. Phụ nữ có thai cũng là đối tượng cần được bảo vệ đặc biệt. Tuy nhiên, đây là tình tiết thuộc ý thức chủ quan của người phạm tội “mà biết”, tức là phải xác định người phạm tội biết bị hại là người

đang có thai mà vẫn thực hiện hành vi cướp đối với người đó mới áp dụng tình tiết tăng nặng này. Việc biết của người phạm tội có thể do bị cáo và mọi người đều nhìn thấy được (thai đã lớn) hoặc biết được, nghe được từ các nguồn thông tin khác nhau về việc người phụ nữ đó đang mang thai. Trong trường hợp thực tế khó nhận biết được người phụ nữ đó đang mang thai hay không hoặc giữa lời khai của bị cáo và người bị hại về việc này có mâu thuẫn với nhau, để xác định người phụ nữ đó có thai hay không phải căn cứ vào kết luận của cơ quan chuyên môn y tế hoặc kết luận giám định.

Phạm tội đối với người già yếu. Người phạm tội đã xâm phạm đến những người mà lẽ ra phải được tôn trọng, những người mà khả năng chống cự, bảo vệ bị hạn chế. Đây không phải là tình tiết thuộc ý thức chủ quan của người phạm tội nên không đòi hỏi người phạm tội phải biết người mà mình xâm phạm là người già yếu, chỉ cần xác định người bị xâm phạm là người già yếu thì người phạm tội sẽ phải chịu trách nhiệm hình sự theo tình tiết định khung tăng nặng này. Tuy nhiên, quy định về người già yếu mới được quy định lần đầu tiên trong BLHS mà hiện nay chưa có hướng dẫn cụ thể. Theo hướng dẫn của Tòa án nhân dân tối cao, “người già được xác định là người từ 70 tuổi trở lên”¹; “Người quá già yếu là người từ 70 tuổi trở lên hoặc người từ 60 tuổi trở lên nhưng thường xuyên đau ốm”². Vì vậy, khi xem xét quyết định áp dụng tình tiết phạm tội đối với người già yếu, Tòa án phải căn cứ vào mỗi trường hợp cụ thể để đánh giá tình trạng sức khỏe và độ tuổi của người bị hại tại thời điểm bị tội phạm xâm hại để quyết định áp dụng hay không. Tác giả đồng tình với quan điểm cho rằng, “người già yếu phải là người từ đủ 70 tuổi trở lên và đang ở trong tình trạng ốm đau hoặc không trong tình trạng ốm đau nhưng là người yếu”³.

Phạm tội đối với người không có khả năng tự vệ. Đây cũng là tình tiết thuộc dấu hiệu khách quan nên không yêu cầu người phạm tội biết bị hại có phải là người không có khả năng tự vệ hay không. Quy định này cũng chưa có văn bản hướng dẫn có giá trị pháp lý của cơ quan có thẩm quyền.

Người không có khả năng tự vệ có thể được hiểu là “người đang trong thể trạng yếu đuối, bất lực về thể chất hoặc tinh thần, người bị bệnh tật, người đang ngủ say, người đang ở trong tình trạng không thể chống đỡ hoặc không thể tự bảo vệ mình được”⁴.

Thứ hai, tình tiết quy định tại điểm g Khoản 2 Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017): Gây ảnh hưởng xấu đến an ninh, trật tự, an toàn xã hội. Đây cũng là tình tiết tăng nặng định khung mới xuất phát từ yêu cầu của việc đấu tranh phòng chống tội phạm. Tuy nhiên, thế nào là gây ảnh hưởng xấu đến an ninh, trật tự, an toàn xã hội cho đến hiện tại chưa có văn bản hướng dẫn nên việc xác định tình tiết phạm tội này đang gặp khó khăn trên thực tế. Có thể hiểu, “gây ảnh hưởng xấu đến an ninh, trật tự, an toàn xã hội là gây ra những tác động xấu đến tình hình an ninh, tác động tiêu cực đến trật tự, an toàn xã hội”⁵. Khi áp dụng tình tiết này, các cơ quan tiến hành tố tụng phải căn cứ vào từng trường hợp cụ thể để đánh giá mức độ ảnh hưởng xấu đến an ninh, trật tự, an toàn xã hội. Bên cạnh đó, mức độ ảnh hưởng xấu cũng không có sự phân biệt, vì vậy, dù mức độ ảnh hưởng đến an ninh, trật tự, an toàn xã hội như thế nào cũng chỉ áp dụng tình tiết này.

Thứ ba, tình tiết quy định tại Điểm c Khoản 3 Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017): Lợi dụng thiên tai, dịch bệnh. Đây cũng là tình tiết định khung tăng nặng mới của tội cướp tài sản được quy định trong BLHS hiện hành. Tình tiết này được áp dụng đối với người đã lợi dụng hoàn cảnh đặc biệt để phạm tội. Cụ thể là người phạm tội đã lợi dụng những khó khăn do thiên tai, dịch bệnh gây ra để thực hiện hành vi phạm tội cướp tài sản. Trong đó, “thiên tai là hiện tượng tự nhiên bất thường có thể gây thiệt hại về người, tài sản, môi trường, điều kiện sống và các hoạt động kinh tế - xã hội, bao gồm: bão, áp thấp nhiệt đới, lốc, sét, mưa lớn, lũ, lũ quét, ngập lụt, sạt lở đất do mưa lũ hoặc dòng chảy, ...”⁶. Người phạm tội đã lợi dụng hoàn cảnh thiên tai để phạm tội. Có thể coi là lợi dụng thiên tai để cướp tài sản trong trường hợp người dân ở vùng thiên tai đã được sơ tán đến nơi an toàn, nhưng người phạm

tội lợi dụng để cướp tài sản trong những ngày sơ tán hoặc sau khi hết thiên tai họ trở về nơi ở cũ.

Dịch bệnh là “sự lây lan nhanh chóng của một bệnh truyền nhiễm với số lượng lớn những người bị nhiễm trong một cộng đồng hoặc một khu vực trong một thời gian ngắn”⁷. Đó có thể là một bệnh truyền nhiễm tràn lan làm cho nhiều người, gia súc mắc phải như dịch tả, cúm, sốt xuất huyết,... Khi xác định hành vi lợi dụng dịch bệnh để cướp tài sản, cần căn cứ vào các quyết định của cơ quan chuyên môn y tế công bố dịch bệnh ở địa phương hay một vùng lãnh thổ. Mức độ nguy hiểm của hành vi phạm tội trong trường hợp này phụ thuộc vào phạm vi, mức độ của thiên tai, dịch bệnh hoặc tính chất, mức độ của những khó khăn khác của xã hội do thiên tai, dịch bệnh gây ra, cũng như ý thức lợi dụng của người phạm tội.

Thứ tư, tình tiết quy định tại Điểm d Khoản 4 Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017): Lợi dụng hoàn cảnh chiến tranh, tình trạng khẩn cấp. Đây cũng là tình tiết định khung tăng nặng mới của tội cướp tài sản. Tình trạng chiến tranh là trạng thái xã hội đặc biệt của đất nước được tuyên bố từ khi Tổ quốc bị xâm lược cho đến khi hành vi xâm lược đó được chấm dứt trên thực tế. Người phạm tội đã lợi dụng hoàn cảnh có chiến tranh để cướp tài sản, hành vi đó có thể được thuận lợi hơn, khó bị phát hiện hoặc có thể đạt mục đích lớn hơn. Không nhất thiết lúc phạm tội hoặc nơi phạm tội phải đang có chiến sự mà chỉ cần người phạm tội lợi dụng hoàn cảnh chiến tranh để thực hiện hành vi cướp tài sản dù ở đâu, lúc nào vẫn bị áp dụng tình tiết tăng nặng này.

“Tình trạng khẩn cấp về quốc phòng là trạng thái xã hội của đất nước khi có nguy cơ trực tiếp bị xâm lược hoặc đã xảy ra hành vi xâm lược hoặc bạo loạn có vũ trang nhưng chưa đến mức tuyên bố tình trạng chiến tranh”⁸. Tuy nhiên, đó là tình trạng khẩn cấp về quốc phòng, còn tình trạng khẩn cấp nói chung là gì thì chưa có văn bản nào giải thích. Theo cách hiểu thông thường, tình trạng khẩn cấp là tình trạng cấp bách của xã hội và của cá nhân mỗi người, khi ở trong tình trạng đó, mọi người đều tập trung vào việc giải quyết để nhanh chóng thoát ra khỏi tình trạng đó.

Tình trạng khẩn cấp này không phải do thiên tai, địch họa hoặc dịch bệnh gây ra, mà do chính con người, hoàn cảnh xã hội gây nên như tai nạn, hỏa hoạn,... Tình trạng này chỉ xảy ra trong thời gian nhất định, không kéo dài. Vì vậy, khi xác định người phạm tội lợi dụng tình trạng khẩn cấp để phạm tội hay không, phải xem họ thực hiện hành vi phạm tội trong hoàn cảnh nào và hoàn cảnh đó có thật sự là tình trạng khẩn cấp hay không; đồng thời, phải xác định người phạm tội có lợi dụng tình trạng khẩn cấp đó để thực hiện hành vi phạm tội hay không. Như vậy, lợi dụng hoàn cảnh chiến tranh, tình trạng khẩn cấp để phạm tội cướp tài sản là trường hợp người phạm tội dựa vào các hoàn cảnh nêu trên để thực hiện hành vi cướp tài sản. Mức độ nguy hiểm của hành vi phạm tội

cướp tài sản trong trường hợp này phụ thuộc tính chất của hoàn cảnh chiến tranh, tính chất và mức độ của tình trạng khẩn cấp và mức độ lợi dụng nhiều hay ít vào hoàn cảnh đặc biệt này.

3. Kết luận

Đây là cách hiểu của tác giả về 4 tình tiết tăng nặng định khung mới, quy định tại Điều 168 BLHS năm 2015 (SĐ, BS năm 2017). Trước tình hình BLHS hiện hành đã và đang được thi hành, tội cướp tài sản diễn ra tương đối phổ biến ở nước ta, nhu cầu có văn bản hướng dẫn cụ thể của cơ quan có thẩm quyền về tội danh này nói chung và các tình tiết tăng nặng định khung nói riêng để làm căn cứ rõ ràng, thống nhất cho việc áp dụng pháp luật là rất cấp thiết ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Tòa án Nhân dân tối cao (2006), Nghị quyết số 1/2006/NQ-HĐTP ngày 12/5/2006 hướng dẫn áp dụng một số quy định của Bộ luật Hình sự, Hà Nội, tiểu mục 2.4.

² Tòa án Nhân dân tối cao (2007), Nghị quyết số 1/2007/NQ-HĐTP ngày 2/10/2007 hướng dẫn áp dụng một số quy định của Bộ luật Hình sự về thời hiệu thi hành bản án, miễn chấp hành hình phạt, giảm thời hạn chấp hành hình phạt, Hà Nội, Điểm a mục 4.

³ Nguyễn Mai Bộ (2018), Các tội xâm phạm sở hữu, Tạp chí Tòa án Nhân dân số 9 kỳ I tháng 5/2018, tr 21.

⁴ Nguyễn Mai Bộ (2018), Các tội xâm phạm sở hữu, Tạp chí Tòa án Nhân dân số 9 kỳ I tháng 5/2018, tr 21.

⁵ Nguyễn Mai Bộ (2018), Các tội xâm phạm sở hữu, Tạp chí Tòa án Nhân dân số 9 kỳ I tháng 5/2018, tr 21.

⁶ Đinh Văn Quế (2019), Bình luận khoa học Bộ luật Hình sự năm 2015 - Phần thứ hai - các tội phạm - Chương XVI các tội xâm phạm sở hữu, chương XVII các tội xâm phạm chế độ hôn nhân và gia đình, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, tr 64.

⁷ Đinh Văn Quế (2019), Bình luận khoa học Bộ luật Hình sự năm 2015 - Phần thứ hai - các tội phạm - Chương XVI các tội xâm phạm sở hữu, chương XVII các tội xâm phạm chế độ hôn nhân và gia đình, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, tr 65.

⁸ Khoản 10 Điều 2 Luật Quốc phòng năm 2018.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017).

2. Bộ luật Tố tụng hình sự năm 2015.

3. Luật Quốc phòng năm 2018.

4. Tòa án Nhân dân tối cao (2006), Nghị quyết số 1/2006/NQ-HĐTP ngày 12/5/2006 hướng dẫn áp dụng một số quy định của Bộ luật Hình sự.

5. *Tòa án Nhân dân tối cao (2007), Nghị quyết số 1/2007/NQ-HĐTP ngày 2/10/2007 hướng dẫn áp dụng một số quy định của Bộ luật Hình sự về thời hiệu thi hành bản án, miễn chấp hành hình phạt, giảm thời hạn chấp hành hình phạt.*

6. *Nguyễn Mai Bộ (2018), Các tội xâm phạm sở hữu, Tạp chí Tòa án nhân dân số 9 kỳ I tháng 5/2018.*

7. *Đình Văn Quế (2019), Bình luận khoa học Bộ luật Hình sự năm 2015 - Phần thứ hai - các tội phạm - Chương XVI các tội xâm phạm sở hữu, chương XVII các tội xâm phạm chế độ hôn nhân và gia đình, NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.*

Ngày nhận bài: 2/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/1/2020

Thông tin tác giả:

NCS.ThS. ĐOÀN TRỌNG CHÍNH

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

**DISCUSSING AGGRAVATING CIRCUMSTANCES
IN CRIME OF PROPERTY ROBBERY UNDER PROVISIONS
OF ARTICLE 168 OF THE CURRENT CRIMINAL CODE 2015
(AMENDED AND SUPPLEMENTED IN 2017)**

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

Lecturer, Faculty of Law,

Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

The Criminal Code 2015 (amended and supplemented in 2017) was introduced with many new contents, including provisions on crime of property robbery. Four aggravating circumstances for this crime have been newly prescribed including Crimes against persons under 16 years of age, pregnant woman, elderly or defenseless persons; Adversely affecting security, social order and safety; Taking advantage of natural disasters and epidemics; Taking advantage of war conditions, emergency situations. The Criminal Code 2015 (amended and supplemented in 2017) has come into effect but until now, the code's new details have not been explained and guided by state agencies to create a clear and consistent legal corridor for the implementation of regulations. Based on relevant legal documents, this article gives a view on how to understand the newly aggravating circumstances in crime of property robbery under provisions of Article 168 of the current Criminal Code 2015.

Keywords: Property robbery, framing, crimes, aggravating circumstances, Article 168 of the Criminal Code 2015.

MỘT SỐ YẾU TỐ CƠ BẢN TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐẤU TRANH PHÒNG, CHỐNG BUÔN LẬU CỦA LỰC LƯỢNG HẢI QUAN VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ HUYỀN HƯƠNG

TÓM TẮT:

Hoạt động xuất nhập khẩu là hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa trong nước với nước ngoài (ngoại thương) nhằm phát triển sản xuất, góp phần nâng cao đời sống của nhân dân với nhiều nét đa dạng, song cũng chứa đựng nhiều vấn đề phức tạp, khác với buôn bán hàng hóa trong nước (nội thương). Trong môi trường này, ngoài việc tuân thủ pháp luật, còn có hành vi “phi thương mại” đó là buôn lậu. Buôn lậu không chỉ gây tác hại về mặt kinh tế, mà còn gây tác hại nặng nề đối với đời sống văn hóa - xã hội. Cũng giống như hầu hết các quốc gia trên thế giới, tại Việt Nam, lực lượng hải quan là chủ thể có vai trò, vị trí quan trọng nhất định đối với các lĩnh vực xuất nhập khẩu hàng hóa, đặc biệt trong công tác đấu tranh phòng, chống buôn lậu. Trong bối cảnh toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ hiện nay, các quốc gia đều đặt ra những mục tiêu và dành sự quan tâm lớn đối với việc kiểm soát thương mại, đồng nghĩa với việc nâng cao hiệu quả đấu tranh phòng, chống buôn lậu của các chủ thể trong đó không thể thiếu lực lượng hải quan. Do đó, việc xác định các yếu tố tác động đến công tác này là thực sự cần thiết. Trong bài viết này, tác giả đưa ra những yếu tố cơ bản tác động đến công tác đấu tranh phòng, chống buôn lậu của lực lượng hải quan Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Buôn lậu, lực lượng hải quan, đấu tranh phòng, chống buôn lậu.

1. Đặt vấn đề

Buôn lậu là một hiện tượng kinh tế - xã hội tiêu cực, xuất hiện cùng với sự ra đời của bộ máy nhà nước và hàng rào thuế quan quản lý hoạt động thương mại. Mỗi quốc gia có hàng rào thuế quan khác nhau, do vậy những mặt hàng buôn lậu cũng có sự khác nhau nhưng đều có điểm chung là hoạt động kinh tế bất hợp pháp, với mục đích đạt được lợi nhuận cao nhất. Từ đó, hành vi buôn lậu đã xâm hại nghiêm trọng đến an ninh quốc gia, đến nền kinh tế quốc dân và kỷ cương xã hội. Nguy hại hơn, buôn lậu còn dẫn tới tham nhũng,

làm suy thoái đạo đức, nhân cách của một bộ phận không nhỏ cán bộ, công chức. Chính vì vậy, xuyên suốt thời gian qua, Đảng và Nhà nước đã có những chỉ đạo quyết liệt để ngăn chặn và phòng ngừa “mối hiểm họa này”. Nhiều chủ trương, chính sách pháp luật được đề ra và triển khai thực hiện rộng khắp. Song, thực tế cho thấy, để đảm bảo hiệu quả cho công tác này, ngoài sự lãnh đạo của Đảng, mức độ hoàn thiện pháp luật của Nhà nước, còn cần sự phối hợp của nhiều yếu tố khác, nhiều chủ thể quan trọng khác bên cạnh vai trò chủ yếu của lực lượng hải quan.

2. Sự lãnh đạo của Đảng

Tệ nạn buôn lậu hình thành và phát triển từ nhiều nguyên nhân và gây ra những hậu quả nghiêm trọng không chỉ về mặt kinh tế, mà còn bao trùm lên cả lĩnh vực chính trị và đời sống văn hóa - xã hội. Do đó, để phòng, chống buôn lậu không chỉ là trách nhiệm của riêng một ngành, một cấp hay một chủ thể nào, mà cần phải đặt dưới sự lãnh đạo toàn diện của hạt nhân hệ thống chính trị - đó là Đảng chính trị, đặt trong hoạt động quản lý thường xuyên của Nhà nước và sự phối hợp, hỗ trợ tích cực của toàn thể nhân dân. Thực tế cho thấy, khi toàn Đảng, toàn quân và toàn dân cùng tham gia đấu tranh phòng, chống buôn lậu sẽ tạo nên một mặt trận rộng khắp và hiệu quả trong công tác này.

Tuy nhiệm vụ cụ thể và mục tiêu hoạt động của lực lượng hải quan các nước có sự điều chỉnh khác nhau nhưng về cơ bản lực lượng hải quan trên thế giới cũng như tại Việt Nam sẽ thực hiện những nhiệm vụ và chức năng sau : (1) Kiểm tra, giám sát hàng hóa xuất, nhập khẩu, phương tiện vận tải và hành khách xuất, nhập cảnh, bảo đảm cho các hoạt động này diễn ra đúng pháp luật; (2) Thu thuế xuất, nhập khẩu và các loại thuế và lệ phí khác do pháp luật quy định; thực hiện chính sách thuế của Nhà nước trong quan hệ kinh tế với nước ngoài; (3) Điều tra, xử lý các hành vi buôn lậu hoặc vận chuyển trái phép hàng hóa, tiền tệ qua biên giới; các hành vi vi phạm pháp luật về hải quan khác; (4) Thực hiện thống kê nhà nước về hải quan. Như vậy, ngành Hải quan tại các nước trên thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng phải thực hiện một khối lượng công việc rất lớn và nặng nề, đặc biệt là những nhiệm vụ liên quan đến đấu tranh, phòng chống và xử lý hành vi buôn lậu. Do đó, tất yếu phải đòi hỏi vai trò lãnh đạo của các cấp ủy Đảng trong toàn Đảng bộ phải tiếp tục được nâng cao để giữ vai trò định hướng, giáo dục nhận thức; tạo sự đồng thuận, đoàn kết trong đội ngũ đảng viên, đội ngũ cán bộ công chức và người lao động của toàn ngành Hải quan để thực hiện tốt các mục tiêu, nhiệm vụ kể trên.

Ngày 20/11/1992, Bộ Chính trị ban hành Chỉ thị số 15-CT/TW về tiếp tục ngăn chặn và bài trừ tệ tham nhũng, buôn lậu (Chỉ thị số 15-CT/TW). Chủ

trương này xác định ngăn chặn và bài trừ tệ nạn, tham nhũng và buôn lậu là nhiệm vụ cấp bách hàng đầu của các cấp ủy Đảng; có loại trừ tệ tham nhũng và buôn lậu thì chính quyền mới vững mạnh, củng cố niềm tin của dân đối với Đảng. Sau đó, Nghị quyết Hội nghị lần thứ 4 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa VIII tiếp tục nhấn mạnh: “Tăng cường sự phối hợp giữa các cơ quan chức năng, phát huy vai trò của nhân dân để tiến hành có hiệu quả những biện pháp chống buôn lậu trên các tuyến biên giới, vùng biển và trên thị trường nội địa. Ngăn chặn và xử lý nghiêm mọi hành vi buôn lậu, gian lận thương mại hoặc tiếp tay, bao che cho buôn lậu”. Như vậy, công tác đấu tranh phòng, chống buôn lậu sớm được xác định là một trong những nhiệm vụ cách mạng quan trọng ở nước ta trong giai đoạn quá độ đi lên chủ nghĩa xã hội, dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam.

Xác định tầm quan trọng của những chủ trương này đối với công tác đấu tranh, phòng chống buôn lậu nói riêng và nhiệm vụ xây dựng môi trường kinh doanh, tạo đà cho phát triển kinh tế - xã hội, giữ vững an ninh quốc gia và toàn vẹn lãnh thổ nói chung, Nhà nước đã thể chế hóa các định hướng này thành những quy định của pháp luật. Lần lượt nhiều chính sách và văn bản quy phạm pháp luật quan trọng được ban hành; các Ban Chỉ đạo chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả được thành lập ở Trung ương và tại các địa phương, được gọi là Ban Chỉ đạo 389. Bộ máy của Ban Chỉ đạo Quốc gia, Ban Chỉ đạo một số Bộ, ngành chức năng và tại 63 tỉnh thành trong cả nước đều đã được kiện toàn. Các Ban chỉ đạo 389 đa phần đều có bộ phận thường trực giúp việc là lực lượng chức năng để thực hiện công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại tại địa bàn phụ trách. Theo thống kê của các Bộ, ngành và địa phương từ năm 2014 đến năm 2018, các lực lượng chức năng đã phát hiện, xử lý 1.057.934 vụ; thu nộp ngân sách nhà nước hơn 91 nghìn tỷ đồng; số vụ khởi tố 8.788 vụ, với 10.404 đối tượng².

Mặc dù diễn biến tình hình buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả trong thời gian tới còn tiềm ẩn nhiều yếu tố phức tạp về cả quy mô, tính chất và địa bàn; thực tế công tác này vẫn còn nhiều hạn chế

trong việc triển khai phối hợp thực hiện nhiệm vụ của các lực lượng chức năng nói chung và của lực lượng hải quan nói riêng. Song, những đường lối, quan điểm của Đảng về công tác này vẫn luôn tác động mạnh mẽ và tiếp tục là định hướng quan trọng để Nhà nước tiếp tục hoàn thiện thể chế, nâng cao hiệu quả đấu tranh, phòng chống buôn lậu tại nước ta trong thời gian tới.

3. Mức độ hoàn thiện hệ thống pháp luật về phòng, chống buôn lậu

Để đảm bảo việc điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong đời sống, hoạt động xây dựng, sửa đổi, bổ sung hay nói cách khác là sự hoàn thiện hệ thống pháp luật là một yêu cầu mang tính khách quan. Cũng giống như nhiều hoạt động khác của bộ máy nhà nước, nhiệm vụ đấu tranh phòng, chống buôn lậu của lực lượng hải quan luôn xác định hệ thống văn bản pháp luật là yếu tố bảo đảm có ý nghĩa quan trọng hàng đầu quyết định sự thành công của công tác này. Đấu tranh phòng, chống buôn lậu chỉ có thể được triển khai một cách có hiệu quả trên cơ sở các văn bản pháp luật được quy định đầy đủ, rõ ràng, đồng bộ, thống nhất và khả thi; phù hợp với điều kiện cụ thể trong từng giai đoạn phát triển của đất nước.

Nhận thức rõ điều này, trên cơ sở những chủ trương, định hướng của Đảng, Nhà nước đã thể chế hóa bằng nhiều văn bản pháp luật về phòng, chống buôn lậu. Điển hình như những văn bản sau: Quyết định số 114-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 21/11/1992 về những biện pháp cấp bách nhằm ngăn chặn và bài trừ tệ nạn tham nhũng và buôn lậu; Chỉ thị số 701-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 28/10/1995 về đấu tranh chống buôn lậu trên biển; Nghị quyết số 85/CP của Chính phủ ngày 11/7/1997 đề ra một số biện pháp cấp bách về chống buôn lậu; Chỉ thị số 853/1997/CT-TTg ngày 11/10/1997 về công tác đấu tranh chống buôn lậu trong tình hình mới.

Sau đó, nhằm giúp Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo các Bộ, ngành chức năng và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương thực hiện tốt hơn công tác chống buôn lậu và gian lận thương mại, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 966/1997/QĐ-TTg ngày 13/01/1997 về việc

thành lập Ban chỉ đạo chống buôn lậu và gian lận thương mại (gọi tắt là Ban chỉ đạo 853TW), do Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan làm Trưởng ban. Ngày 27/8/2001, Thủ tướng Chính phủ tiếp tục ban hành Quyết định số 127/2001/QĐ-TTg thành lập Ban chỉ đạo chống buôn lậu, hàng giả và gian lận thương mại (gọi tắt là Ban 127TW) thay thế Ban chỉ đạo 853TW. Trước những yêu cầu mới trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, ngày 19/3/2014, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 389/QĐ-TTg thành lập Ban Chỉ đạo quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả (gọi tắt là Ban chỉ đạo 389 Quốc gia) (Quyết định 389/QĐ-TTg), trong đó, Thủ tướng Chính phủ làm Trưởng ban. Trên cơ sở quy định của Quyết định số 389/QĐ-TTg, đến nay tại các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đều thành lập Ban Chỉ đạo 389 của Tỉnh.

Trong suốt thời gian qua, kể từ khi được thành lập năm 2014, Ban Chỉ đạo 389 Quốc gia đã tham mưu Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ ban hành nhiều Chỉ thị, Nghị quyết để kiện toàn bộ máy hoạt động từ Trung ương đến địa phương và các định hướng, chiến lược chống buôn lậu gian lận thương mại và hàng giả mang tính cấp bách, toàn diện để thống nhất chỉ đạo phạm vi toàn quốc. Ban Chỉ đạo đã ký và ban hành nhiều quyết định, kế hoạch chuyên đề và các công điện để chỉ đạo công tác này. Theo đó, Ban Chỉ đạo 389 các địa phương đã xây dựng kế hoạch thực hiện, triển khai đồng bộ, đặc biệt đã phát huy được cả hệ thống chính trị tham gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, tạo được cả bề rộng và bề sâu.

Ngoài các văn bản quy định trực tiếp về phòng, chống buôn lậu nêu trên, hiện trong Luật Xử lý vi phạm hành chính, Bộ luật Hình sự, Bộ luật Tố tụng Hình sự... cũng có những quy định cụ thể về thẩm quyền, trách nhiệm xử phạt vi phạm hành chính đối với hành vi buôn lậu hay xử lý hình sự đối với tội phạm buôn lậu. Đặc biệt, ngày 23/6/2014, Quốc hội nhất trí thông qua Luật Hải quan số 54/2014/QH13. Đây là cơ sở pháp lý quan trọng quy định quản lý nhà nước về hải quan đối với hàng hóa được xuất khẩu, nhập khẩu, quá cảnh, phương tiện vận tải xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh của tổ chức, cá

nhân trong nước và nước ngoài trong lãnh thổ hải quan; về tổ chức và hoạt động của hải quan. Sau đó, ngày 21/01/2015 Chính phủ ban hành Nghị định số 8/2015/NĐ-CP quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra giám sát, kiểm soát hải quan. Gần đây nhất, Nghị định này được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 59/2018/NĐ-CP ngày 20/4/2018. Để có những hướng dẫn cụ thể hơn, trên cơ sở nhiệm vụ, quyền hạn do Thủ tướng Chính phủ phân công, Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 38/2015/TT-BTC ngày 25/3/2015, nay được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 39/2018/TT-BTC ngày 20/4/2018.

Như vậy, cho đến nay, ở nước ta đã xây dựng và ban hành một hệ thống các văn bản pháp luật khá hoàn chỉnh và đầy đủ những vấn đề về thủ tục hải quan, kiểm tra giám sát, kiểm soát hải quan nói chung và phòng, chống buôn lậu nói riêng. Nền tảng pháp lý này được hoàn thiện theo hướng nâng cao thẩm quyền, phạm vi trách nhiệm và đảm bảo tính đồng bộ với hệ thống các quy định trong lĩnh vực quản lý nhà nước về hải quan, đấu tranh phòng, chống tội phạm buôn lậu. Việc xây dựng, ban hành và thực thi những quy định pháp luật kể trên đã góp phần cải thiện môi trường kinh doanh, bảo đảm an ninh trật tự, tạo đà cho sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Không chỉ vậy, công tác đấu tranh, phòng chống buôn lậu còn nhận được sự đồng tình, giúp đỡ của các tầng lớp nhân dân. Những kết quả đạt được nêu trên rất đáng ghi nhận, song cũng thẳng thắn nhìn nhận công tác này trong thời gian qua vẫn chưa thực sự đáp ứng được những mong muốn của Chính phủ, cũng như sự kỳ vọng của người dân. Do đó, cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật và đẩy mạnh công tác tuyên truyền pháp luật nhằm nâng cao ý thức người dân về tác hại của tệ nạn buôn lậu đối với xã hội và kêu gọi tất cả các thành viên trong xã hội tuyệt đối không bao che, tiếp tay cho hành vi này.

4. Năng lực, phẩm chất của đội ngũ cán bộ, công chức ngành Hải quan

Sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh đặc biệt coi trọng việc xây dựng con người, trong Điều lệ Hải quan, Người yêu cầu phải ghi rõ đạo đức cần kiệm, liêm chính, chí công, vô tư để nhân dân dễ phân

biệt giữa nhân viên hải quan với lính “đoan” thời Pháp thuộc³. Người ví bốn đức tính “cần, kiệm, liêm, chính” của người cách mạng như sự hiện diện của bốn mùa trong trời đất, là nền tảng của đời sống mới, nền tảng của tinh thần thi đua ái quốc: “Trời có bốn mùa: Xuân, Hạ, Thu, Đông. Đất có bốn phương: Đông, Tây, Nam, Bắc. Người có bốn đức: cần, kiệm, liêm, chính. Thiếu một mùa thì không thành trời; thiếu một phương thì không thành đất; thiếu một đức thì không thành người”⁴. Trong bối cảnh *“tình trạng tham nhũng, sự suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức lối sống ở một bộ phận không nhỏ cán bộ, đảng viên đang cản trở việc thực hiện đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, gây bất bình và làm giảm lòng tin trong Nhân dân”*⁵, lời dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh đối với cán bộ, công chức ngành Hải quan có ý nghĩa vô cùng. Đây cũng chính là nội dung hưởng ứng phong trào rèn luyện “kỷ, cương, liêm, chính” theo thông điệp của Tổ chức Hải quan thế giới (WCO).

Ngày nay, khi Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu và rộng thông qua việc chúng ta đã là thành viên đầy đủ của các tổ chức mang tầm thế giới và khu vực như WTO, ASEAN, APEC, ASEM, WCO. Với tư cách là người gác cửa nền kinh tế đất nước, đội ngũ cán bộ, công chức hải quan phải đối mặt với những khó khăn, thử thách trong công việc vốn rất nặng nề và đối mặt cả với những “cám dỗ” vật chất mà các đối tượng gian lận thương mại luôn dùng mọi thủ đoạn để mua chuộc. Do đó, việc quan tâm xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức hải quan, nhất là lực lượng chuyên làm công tác điều tra phòng, chống buôn lậu chính là nhằm nâng cao hiệu quả đối với công tác này. Hay nói cách khác, trình độ lý luận chính trị, phẩm chất đạo đức, năng lực chuyên môn, danh dự nghề nghiệp của đội ngũ cán bộ, công chức ngành Hải quan là một yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả đấu tranh, phòng chống tệ nạn buôn lậu tại Việt Nam hiện nay. Bởi lẽ, đường lối, chủ trương có đúng đắn, pháp luật có quy định đầy đủ và rõ ràng như thế nào, phương tiện vật chất có hiện đại đến đâu, nhưng khi con người yếu kém về đạo đức, hạn chế về năng lực, thì mọi vấn đề sẽ không thể được giải quyết.

5. Sự phối hợp với các lực lượng chức năng và sự tham gia, giúp sức của nhân dân

Mặc dù nhiệm vụ, quyền hạn của lực lượng hải quan theo quy định của pháp luật trong đấu tranh, phòng chống và xử lý hành vi buôn lậu là khá lớn. So với các lực lượng khác, hải quan có nhiều thuận lợi hơn trong việc nắm bắt những thông tin, cơ chế chính sách trong và ngoài nước, theo dõi những biến động, diễn biến của tình hình buôn lậu; phát hiện và khám phá những thủ đoạn buôn lậu mới, cũng như dự báo chính xác tình hình và phương thức hoạt động buôn lậu trong thời gian sắp tới. Tuy nhiên, khi tiến hành các hoạt động khám xét, bắt giữ, điều tra và xử lý các vụ vi phạm liên quan đến buôn lậu, vận chuyển trái phép hàng hóa qua biên giới vẫn còn rất nhiều hạn chế so với các cơ quan chức năng khác như công an, bộ đội biên phòng. Do đó, cần một cơ chế phối hợp với các cơ quan chức năng (công an, bộ đội Biên phòng, cảnh sát biển, thanh tra chuyên ngành, quản lý thị trường) để có thể đạt được hiệu quả triệt để trong công tác này. Ở một khía cạnh khác, sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng cũng nhằm phát huy được các thế mạnh của từng lực lượng, tránh sự chống chọi, “mạnh ai nấy làm”, từ đó việc xử lý những vụ việc phức tạp cũng sẽ được nhanh chóng và kịp thời hơn.

Chủ tịch Hồ Chí Minh đã răn dạy: “*Đễ trăm lần không dân cũng chịu, khó vạn lần dân liệu cũng xong*”, đây là tư tưởng lấy dân làm gốc, dựa vào nhân dân để giải quyết mọi vấn đề về chính trị, an

ninh quốc phòng hay kinh tế - xã hội của đất nước. Công tác đấu tranh phòng, chống buôn lậu là một công tác khó, ảnh hưởng toàn diện đến mọi lĩnh vực của đất nước nên biết dựa vào nhân dân, tổ chức tuyên truyền vận động nhân dân cùng tham gia là một trong những yếu tố, biện pháp quan trọng bên cạnh yếu tố phối hợp với các cơ quan chức năng nhằm giải quyết triệt để tệ nạn buôn lậu, cũng như tội phạm buôn lậu. Bên cạnh đó, việc tuyên truyền, giác ngộ, vận động tầng lớp doanh nhân phải tự giác chấp hành pháp luật kinh doanh, tích cực làm ra nhiều sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cho xã hội, làm giàu hợp pháp cho bản thân là đang xây dựng, phát triển đất nước; góp phần cùng các cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội và toàn thể nhân dân trong công tác đấu tranh phòng, chống buôn lậu.

Xác định đúng về lý luận cũng như thực trạng các yếu tố cơ bản tác động đến đấu tranh phòng, chống buôn lậu có ý nghĩa quan trọng trong việc góp phần đề xuất các giải pháp đảm bảo hiệu quả cho công tác này thời gian tới, trong đó phải kể đến một số giải pháp, như: (i) tăng cường sự lãnh đạo của Đảng; (ii) nâng cao năng lực, phẩm chất của đội ngũ cán bộ, công chức ngành Hải quan; (iii) đẩy mạnh công tác nghiên cứu, xây dựng, ban hành pháp luật phòng, chống buôn lậu; (iv) chú trọng hoạt động phối kết hợp giữa các cơ quan chức năng và vai trò của nhân dân trong công tác đấu tranh phòng, chống buôn lậu ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia (2003), *Luật Hải quan một số nước*, Hà Nội, tr.23.

² Đàm Thanh Thế (2019), *Dấu ấn 5 năm thành lập Ban chỉ đạo 389 quốc gia*, <https://www.nhandan.com.vn/hanggiahangthat/item/39549102-dau-an-5-nam-thanh-lap-ban-chi-dao-389-quoc-gia.html>, (19/3/2019).

³ Trần Thành Nam (2003), *Xây dựng lực lượng Hải quan trong sạch vững mạnh*, *Chuyên đề Hải quan*, tr.9-10.

⁴ Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 6, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 233.

⁵ Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), *Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.15.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.15.
2. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia (2003), Luật Hải quan một số nước, Hà Nội, tr.23.
3. Trần Thành Nam (2003), Xây dựng lực lượng hải quan trong sạch vững mạnh, Chuyên đề Hải quan, tr.9-10.
4. Hồ Chí Minh (2011), Toàn tập, Tập 6, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 233.
5. Đàm Thanh Thế (2019), Dấu ấn 5 năm thành lập Ban chỉ đạo 389 quốc gia, <https://www.nhandan.com.vn/hanggiahangthat/item/39549102-dau-an-5-nam-thanh-lap-ban-chi-dao-389-quoc-gia.html>, (19/3/2019).

Ngày nhận bài: 4/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 14/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 24/1/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ HUYỀN HƯƠNG

Trưởng Chính trị tỉnh Long An

**SOME FUNDAMENTAL FACTORS IMPACTING
ON THE FIGHT AGAINST SMUGGLING
OF VIETNAM'S CUSTOMS FORCE**

● **NGUYEN THI HUYEN HUONG**

School of Political Studies of Long An Province

ABSTRACT:

Import-export activities are the exchange of goods between domestic and foreign partners in order to develop production and improve the lives of people. However, foreign trading activities also pose many issues including smuggling. Smuggling not only causes economic harms but also has adversely impacts on the socio-cultural life. Like most countries in the world, the customs force of Vietnam plays an important role in the import-export field, especially in the fight against smuggling. In the context of strong globalization, countries pay a great attention to trade control or improve the effectiveness of their fights against smuggling. As a result, it is necessary for the customs force to identify factors affecting the fight against smuggling. This study presents factors impacting on the fight against smuggling of Vietnamese customs force.

Key words: Smuggling, customs force, fighting against and combating smuggling.

QUẢNG CÁO, GHI NHÃN THỰC PHẨM Ở NƯỚC TA: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● NGUYỄN MẠNH HÀ

TÓM TẮT:

Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12 được Quốc hội thông qua ngày 17/6/2010, có hiệu lực từ ngày 1/7/2011. Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 được Quốc hội thông qua ngày 21/6/2012, có hiệu lực từ ngày 1/1/2013. Ngày 30/8/2006, Chính phủ ban hành Nghị định số 89/2006/NĐ-CP, từ ngày 1/6/2017 được thay thế bởi Nghị định số 43/2017/NĐ-CP ngày 14/04/2017 về nhãn hàng hóa. Ngoài ra, việc quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta còn được điều chỉnh bởi nhiều văn bản quy phạm pháp luật có liên quan, như: Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa; Luật Cạnh tranh; Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng... Phạm vi nghiên cứu của bài viết này là “Quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta, thực trạng và giải pháp”.

Từ khóa: Quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm, Việt Nam.

1. Tình hình quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta

1.1. Về quảng cáo thực phẩm

Theo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ là một trong 8 quyền của người tiêu dùng (khoản 2, Điều 8). Lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng thông qua hoạt động quảng cáo là 1 trong 8 hành vi bị cấm (khoản 1, Điều 10).

Theo Luật An toàn thực phẩm, được cung cấp thông tin trung thực về an toàn thực phẩm, hướng

dẫn sử dụng, vận chuyển, lưu giữ, bảo quản, lựa chọn, sử dụng thực phẩm phù hợp; được cung cấp thông tin về nguy cơ gây mất an toàn, cách phòng ngừa khi nhận được thông tin cảnh báo đối với thực phẩm, là 1 trong 5 quyền của người tiêu dùng (điểm a, khoản 1, Điều 9).

Theo Luật Quảng cáo, những hành vi bị cấm, theo Điều 8, khoản 9 là quảng cáo không đúng hoặc gây nhầm lẫn về khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; về số lượng, chất lượng, giá, công dụng, kiểu dáng, bao bì, nhãn hiệu, xuất xứ, chủng loại, phương thức phục vụ, thời hạn bảo hành của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đã đăng ký hoặc đã

được công bố. Theo khoản 11 là quảng cáo có sử dụng các từ ngữ “nhất”, “duy nhất”, “tốt nhất”, “số một” hoặc từ ngữ có ý nghĩa tương tự mà không có tài liệu hợp pháp chứng minh theo quy định. Theo Điều 19, yêu cầu đối với nội dung quảng cáo phải bảo đảm trung thực, chính xác, rõ ràng, không gây thiệt hại cho người sản xuất, kinh doanh và người tiếp nhận quảng cáo.

Sau gần 9 năm thực hiện Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật An toàn thực phẩm, sau 7 năm thực hiện Luật Quảng cáo và hơn 10 năm thực hiện Nghị định 89 về Nhãn hàng hóa, kể từ khi các văn bản này có hiệu lực, công tác quảng cáo thực phẩm nói chung đã có những tiến bộ so với trước, góp phần tích cực vào việc thực hiện quyền được thông tin của người tiêu dùng; giúp cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh đưa thông tin giới thiệu sản phẩm, hàng hóa của mình tới khách hàng và giúp cho công tác quản lý nhà nước trong hoạt động thương mại thuận lợi hơn.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả quan trọng đã đạt được, tình hình thực hiện pháp luật về quảng cáo thực phẩm, đặc biệt là thực phẩm chức năng ở nước ta hiện nay vẫn diễn biến rất phức tạp, ảnh hưởng không nhỏ đến quyền lợi người tiêu dùng; người sản xuất, kinh doanh chân chính và công tác quản lý của Nhà nước.

Một trong những vấn đề được người tiêu dùng băn khoăn, lo ngại là thực phẩm chức năng. Đây là mặt hàng đang được sử dụng rộng rãi ở nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là Mỹ, EU, Nhật Bản. Thị trường thực phẩm chức năng thế giới năm 2007 đã đạt 70 tỷ USD; năm 2010 tăng lên trên 110 tỷ USD; năm 2012 đạt gần 180 tỷ USD; năm 2017 đạt gần 300 tỷ USD. Tăng trưởng bình quân là 7,4% năm. Tại Việt Nam, thực phẩm chức năng mới được phát triển trong khoảng hơn 15 năm trở lại đây. Xuất hiện chậm so với thế giới hàng chục năm, nhưng theo xu hướng thế giới cũng tăng lên nhanh chóng. Đến nay, đã có hàng vạn sản phẩm thực phẩm chức năng có mặt trên thị trường. Với sự tham gia của hàng ngàn doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế.

Về mặt khái niệm, theo khoản 23, Điều 2 Luật An toàn thực phẩm: “Thực phẩm chức năng là

thực phẩm dùng để hỗ trợ chức năng của cơ thể con người, tạo cho cơ thể tình trạng thoải mái, tăng sức đề kháng, giảm bớt nguy cơ mắc bệnh, bao gồm thực phẩm bổ sung, thực phẩm bảo vệ sức khỏe, thực phẩm dinh dưỡng y học”. Chính vì không phải là thuốc nên Luật An toàn thực phẩm quy định việc ghi nhãn thực phẩm chức năng phải ghi cụm từ “thực phẩm chức năng” và không được thể hiện dưới bất kỳ hình thức nào về tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh.

Nhiều doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thực phẩm chức năng đã đầu tư nghiên cứu và áp dụng công nghệ hiện đại để sản xuất, cung ứng ra thị trường những sản phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng. Tuy nhiên, vẫn còn không ít tổ chức, cá nhân kinh doanh lợi dụng sự thiếu hiểu biết về thực phẩm chức năng của nhiều người, để trục lợi, gây thiệt hại về kinh tế, sức khỏe cho người tiêu dùng.

Một bệnh nhân sống tại Hà Nội, qua quảng cáo bài thuốc đông y cổ truyền “Tâm não Khang” có tác dụng chữa khỏi bệnh cho người bị tai biến, khi sử dụng theo hướng dẫn, bệnh không giảm mà chân lại bị phù nề. Tuy vậy, nơi bán vẫn khuyên nên uống tiếp. Hậu quả, bệnh không thuyên giảm, chân còn bị sưng to hơn. Do công ty không thừa nhận trách nhiệm, bệnh nhân buộc phải khiếu nại đến Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng, công ty đã phải hoàn lại tiền và hỗ trợ một khoản tiền chữa bệnh. Nhiều thực phẩm chức năng được quảng cáo như “thần dược”. Hiện chưa có con số thống kê cụ thể có bao nhiêu trường hợp vi phạm, nhưng theo lãnh đạo Cục An toàn thực phẩm (Bộ Y tế), tình trạng quảng cáo thực phẩm chức năng sai sự thật đang diễn ra tràn lan, với một số thủ đoạn phổ biến, như: quảng cáo khi chưa có sự thẩm định nội dung quảng cáo của cơ quan y tế; quảng cáo không đúng với nội dung đã được thẩm định; dùng các giáo sư, bác sĩ thầy thuốc đã nghỉ hưu và các nghệ sĩ, diễn viên để quảng cáo các công dụng.

Hiện nay, các lực lượng chịu trách nhiệm xử lý vi phạm về quảng cáo gồm: Bộ Y tế, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công Thương, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Trong thời gian qua,

Cục An toàn thực phẩm đã xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực này với số tiền lên đến 3 tỷ đồng/ 1 năm, tuy nhiên chỉ xử lý được phần ngọn, nghĩa là chỉ xử lý được doanh nghiệp có sản phẩm quảng cáo, còn cơ quan phát hành quảng cáo vẫn không thể xử lý được.

Không giống như thuốc - được nhà nước quản lý theo khung giá, thực phẩm chức năng được quản lý theo pháp luật về an toàn thực phẩm, do doanh nghiệp tự công bố giá. Kênh phân phối thực phẩm chức năng hầu như qua hình thức bán hàng đa cấp, giá thường bị đẩy lên quá cao.

Điều 20, Luật Quảng cáo, tại khoản 1 quy định điều kiện quảng cáo về hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh. Song trên thực tế, rất nhiều quảng cáo trên các trang thương mại điện tử thực chất chỉ là những tin rao vặt để bán hàng hóa, dịch vụ mà người quảng cáo không hề có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh. Khoản 2 quy định: Quảng cáo cho các loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phải có các tài liệu chứng minh về sự hợp chuẩn, hợp quy của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ theo quy định của pháp luật. Điểm đ, khoản 4 quy định quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm phải có giấy chứng nhận đăng ký chất lượng vệ sinh an toàn đối với thực phẩm, phụ gia thực phẩm thuộc danh mục phải đăng ký chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm hoặc giấy tiếp nhận hồ sơ công bố tiêu chuẩn của cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với thực phẩm, phụ gia thực phẩm thuộc danh mục phải công bố tiêu chuẩn. Tuy nhiên, nhiều vụ vi phạm vẫn xảy ra. Nếu như trong năm 2016, số tiền xử phạt các đơn vị vi phạm là 5,7 tỷ đồng, đến 9 tháng của năm 2019, cả nước đã xử phạt với số tiền hơn 46 tỷ đồng, trong đó Cục An toàn thực phẩm xử phạt hơn 3,1 tỷ đồng.

Những số liệu phân tích trên đây chỉ là một phần rất nhỏ trong các vi phạm về quảng cáo thực phẩm, điển hình là quảng cáo thực phẩm chức năng.

1.2. Về ghi nhãn thực phẩm

Ghi nhãn hàng hóa nói chung và ghi nhãn thực phẩm nói riêng nhằm bảo đảm quyền được thông tin của người tiêu dùng và phục vụ cho công tác

quản lý nhà nước cũng như thể hiện trách nhiệm của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh mặt hàng đó trước pháp luật và người tiêu dùng.

Kể từ khi Chính phủ ban hành Nghị định số 89/2006/NĐ-CP và Nghị định số 43/2017/NĐ-CP đến nay, nhìn chung, việc ghi nhãn hàng hóa có tiến bộ rõ rệt so với trước. Các thương hiệu nổi tiếng và phần lớn hàng hóa tại các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng, cửa hiệu đã có nhãn hàng hóa theo quy định. Đối với mặt hàng thực phẩm, ngoài những nội dung bắt buộc phải ghi trên nhãn như đối với các hàng hóa khác, các nội dung bắt buộc khác cũng được ghi, như ngày sản xuất, hạn sử dụng, thành phần, cảnh báo, hướng dẫn sử dụng, hướng dẫn bảo quản. Tuy nhiên, những vi phạm quy định về nhãn hàng hóa vẫn còn xảy ra.

1.2.1. Ghi sai hạn sử dụng

Theo quy định, hạn sử dụng là mốc thời gian mà quá thời gian đó hàng hóa không được phép lưu thông. Tuy nhiên, tình trạng gian lận để tiếp tục đưa thực phẩm hết hạn sử dụng vào lưu thông vẫn xảy ra. Ngày 2/08/2017, Thanh tra Bộ Y tế ban hành quyết định thu hồi 4 loại sữa dùng cho trẻ nhỏ trên thị trường của Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Hàn Việt do vi phạm về ghi nhãn sản phẩm. Cụ thể là nhãn phụ sản phẩm ghi sai về hạn sử dụng so với hồ sơ công bố sản phẩm, trong khi nhãn công bố ghi hạn sử dụng là 21 tháng thì nhãn phụ của sản phẩm lưu hành ghi hạn sử dụng là 24 tháng.

1.2.2. Ghi sai về nguồn gốc xuất xứ

Xuất xứ hàng hóa là một trong 3 nội dung bắt buộc phải ghi trên nhãn hàng hóa. Tuy nhiên, vẫn xảy ra tình trạng ghi sai, giả về nguồn gốc xuất xứ, nhằm lừa dối người tiêu dùng để dễ tiêu thụ và bán với giá cao hơn. Năm 2015, đầu năm, công an Hà Nội kiểm tra phát hiện bắt giữ khoảng 15 tấn thực phẩm chức năng, gồm: sữa ong chúa, nhau thai cừu, tảo biển, Gulucosamine, nguồn gốc Trung Quốc nhưng giả xuất xứ từ Úc, Mỹ, Nhật Bản. Giữa năm, cũng trên địa bàn Hà Nội, công an Hà Nội lại kiểm tra, phát hiện, bắt giữ khoảng 20 tấn thực phẩm chức năng giả, gồm sữa ong chúa nhãn hiệu Costar, Royal Jelly, Omega 3, nhau thai cừu

Placenta, VIP Essence of bayby sheep. Cuối năm, Công an Hà Nội phối hợp với Quản lý thị trường Hà Nội, phát hiện vụ sản xuất thực phẩm chức năng giả bằng cách đặt sản xuất trong nước viên nang thực phẩm chức năng, đặt nhãn mác in ở Trung Quốc, giả nhãn hiệu Glucosamine sit 1600 do Mỹ sản xuất, có dán tem chống hàng giả. Mỗi hộp chỉ phí chỉ 50 nghìn đồng, nhưng giá trên thị trường khoảng 320 nghìn đồng.

Ngày 28/10/2019, theo báo cáo kết quả kiểm tra, xác minh của Tổng cục Hải quan về vụ việc liên quan đến Công ty Cổ phần Tập đoàn Asanzo và nhãn hiệu Asanzo đã có dấu hiệu vi phạm với nhiều yếu tố, cơ bản gồm: Vi phạm liên quan đến xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (giả mạo nhãn hiệu); việc sử dụng nhãn hiệu Asanzo đã xâm phạm đến quyền nhãn hiệu theo Điều 129 Luật Sở hữu trí tuệ.

Đối với các vi phạm liên quan đến xuất xứ hàng hóa, cơ quan chức năng đã xác định nhóm hành vi vi phạm cơ bản của Công ty Asanzo và các công ty có tên Asanzo đối với cả hàng xuất khẩu lẫn hàng lắp ráp để tiêu thụ trong nước.

Qua đây cho thấy, mức độ trầm trọng của hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực ghi nhãn thực phẩm mà thực chất là hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả nhãn mác.

Thực phẩm biến đổi gen (GMF) cũng được nhiều người tiêu dùng quan tâm. Theo Luật An toàn thực phẩm, thực phẩm biến đổi gen là những thực phẩm có một hoặc nhiều thành phần nguyên liệu có gen bị biến đổi bằng công nghệ gen.

Trước những ý kiến còn khác nhau, hầu hết các nước đều yêu cầu các nhà sản xuất GMF phải dán nhãn ở bao bì để người tiêu dùng biết và quyết định có sử dụng sản phẩm này hay không.

Tại Việt Nam, năm 1994, Chính phủ đã có Nghị quyết số 18 về Chiến lược phát triển công nghệ sinh học đến năm 2010; năm 2010, có Nghị định số 69 ngày 21/6/2010 “Về an toàn sinh học đối với sinh vật biến đổi gen, mẫu vật di truyền và sản phẩm của sinh vật biến đổi gen”. Luật An toàn thực phẩm (điểm d, khoản 2, Điều 44) quy định việc ghi nhãn thực phẩm: Đối với một số thực phẩm biến đổi gen phải ghi cụm từ “thực

phẩm biến đổi gen”. Ngày 25/4/2012, Chính phủ ban hành Nghị định số 38, trong đó quy định điều kiện cấp Giấy Xác nhận sinh vật biến đổi gen đủ điều kiện sử dụng làm thực phẩm và ghi nhãn hàng hóa. Theo đó, tổ chức, cá nhân lưu thông thực phẩm có chứa sinh vật biến đổi gen, sản phẩm của sinh vật biến đổi gen trên thị trường với tỷ lệ lớn hơn 5% mỗi thành phần, ngoài việc phải tuân thủ các quy định của pháp luật về ghi nhãn hàng hóa, còn phải thể hiện các thông tin liên quan đến sinh vật biến đổi gen trên nhãn hàng hóa. Như vậy, việc ghi nhãn thực phẩm biến đổi gen tại Việt Nam đã được pháp luật quy định rất rõ ràng. Tuy nhiên, qua khảo sát của Trung tâm Kỹ thuật, Tiêu chuẩn, Đo lường, Chất lượng 3, trong số 323 mẫu gạo, củ, quả được chọn ngẫu nhiên tại các siêu thị, chợ tại TP. Hồ Chí Minh thì có hơn 34% dương tính với chất dung môi chỉ thị có chứa thành phần từ cây biến đổi gen.

Như vậy có thể thấy, việc không chấp hành quy định về ghi nhãn đối với thực phẩm biến đổi gen đã vi phạm quyền được cung cấp thông tin chính xác của người tiêu dùng.

Theo quy định của Luật An toàn thực phẩm, đối với phụ gia thực phẩm phải ghi cụm từ “phụ gia thực phẩm” (điểm b, khoản 2, Điều 44). Đối với thực phẩm đã qua chiếu xạ phải ghi cụm từ “thực phẩm đã qua chiếu xạ” (điểm c, khoản 2, Điều 44). Tuy nhiên, đến nay việc thực hiện cũng chưa tốt.

Các hành vi vi phạm về nhãn hàng hóa còn thể hiện dưới nhiều hình thức, như: Hàng hóa có nhãn nhưng bị che lấp, rách nát, mờ không đọc được hoặc không thể nhận biết dễ dàng bằng mắt thường, do kích thước chữ không đúng quy định; nhãn bị tẩy xóa, sửa chữa làm sai lệch thông tin về hàng hóa; không ghi đủ hoặc ghi không đúng các nội dung bắt buộc trên nhãn; đối với hàng nhập khẩu không có nhãn phụ bằng tiếng Việt.

2. Nguyên nhân

2.1. Một số quy định của pháp luật còn bất cập

2.1.1. Theo Nghị định số 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013 tại Điều 70: “Vi phạm các quy định về quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm”, khoản 1 ghi “Phạt tiền từ 5 triệu đồng đến

10 triệu đồng đối với hành vi không đọc rõ ràng nội dung khuyến cáo “Sản phẩm này không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh” khi quảng cáo thực phẩm chức năng trên báo nói, báo hình”. Tuy nhiên, để tránh bị xử phạt, khi quảng cáo, họ vẫn đọc, nhưng trước đó đã quảng cáo công dụng sản phẩm như thuốc chữa bệnh, sau đó đọc lướt qua cụm từ trên; ngoài ra, còn quảng cáo trên báo giấy, báo điện tử.

2.1.2. Còn nhiều quy định về ghi nhãn nhưng thiếu chế tài xử phạt.

Nghị định số 178/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 về quy định xử phạt vi phạm hành chính về an toàn thực phẩm, tuy nhiên chưa phát hiện chế tài xử phạt đối với hành vi vi phạm về ghi nhãn thực phẩm.

2.1.3. Tại Nghị định số 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013, theo khoản 2, Điều 70, phạt tiền từ 10 triệu đồng đến 15 triệu đồng đối với quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm thiếu một trong các nội dung tên thực phẩm, phụ gia thực phẩm, tác dụng chính và phụ đối với thực phẩm chức năng; tên và địa chỉ tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường.

Việc không ghi địa chỉ tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về thực phẩm chức năng đưa ra thị trường, là hành vi trốn tránh trách nhiệm khi sự cố xảy ra. Mức phạt như trên không đủ sức răn đe.

2.1.4. Theo khoản 4, Điều 70, phạt tiền từ 20 triệu đồng đến 30 triệu đồng đối với hành vi quảng cáo thực phẩm chức năng gây hiểu nhầm có tác dụng như thuốc chữa bệnh.

Hậu quả của việc quảng cáo gây hiểu nhầm đã từng xảy ra đối với sức khỏe người sử dụng, trong khi người kinh doanh thu lợi nhiều hơn từ quảng cáo gây hiểu nhầm này.

2.2. Công tác thanh, kiểm tra việc chấp hành pháp luật về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm chưa đáp ứng yêu cầu. Nhiều quảng cáo gây nhầm lẫn vẫn diễn ra công khai, nhưng không bị xử lý, ngăn chặn.

2.3. Việc chấp hành pháp luật của nhiều tổ chức, cá nhân chưa nghiêm, thậm chí cố tình để trục lợi bằng mọi giá, bất chấp quy định của pháp luật, trong đó có quyền được an toàn về sức khỏe, tính mạng của người tiêu dùng.

3. Giải pháp

Từ tình hình trên, để tiếp tục phát huy những kết quả đã đạt được và khắc phục những bất cập về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta hiện nay, xin đề xuất một số giải pháp sau đây:

1. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật, bổ sung chế tài và tăng mức xử phạt đối với hành vi vi phạm về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm.

2. Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát của lực lượng chức năng, nhằm phát hiện và xử lý kịp thời hành vi vi phạm về quảng cáo, ghi nhãn hàng hóa nói chung, thực phẩm và thực phẩm chức năng nói riêng.

3. Tiếp tục tuyên truyền, phổ biến pháp luật về an toàn thực phẩm nói chung, về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm nói riêng cho tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh.

4. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật, tư vấn kiến thức cho người tiêu dùng, cảnh giác với những quảng cáo, hoặc ghi nhãn không đúng quy định, gây nhầm lẫn, không có cơ sở khoa học; tránh mua phải hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ. Có nghĩa vụ thông tin cho cơ quan chức năng những hành vi vi phạm về quảng cáo, ghi nhãn của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh để kịp thời ngăn chặn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Luật An toàn thực phẩm, số: 55/2010/QH12 ngày 17 tháng 06 năm 2010;
2. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, số: 59/2010/QH12 ngày 17 tháng 11 năm 2010;
3. Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật, số: 68/2006/QH11 ngày 29 tháng 6 năm 2006;

4. Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa, số: 05/2007/QH12 ngày 21 tháng 11 năm 2007;
5. Luật Quảng cáo, số: 16/2012/QH13 ngày 21 tháng 6 năm 2012;
6. Luật Cạnh tranh, số: 23/2018/QH14 ngày 12 tháng 6 năm 2018;
7. Nghị định số 40/2018/NĐ - CP ngày 12 tháng 3 năm 2018 Về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp;
8. Nghị định số 15/2018/NĐ - CP ngày 02 tháng 2 năm 2018 Về Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật An toàn thực phẩm;
9. Nghị định số: 89/2006/NĐ-CP ngày 30 tháng 8 năm 2006 Về nhãn hàng hóa;
10. Nghị định số: 43/2017/NĐ - CP ngày 14 tháng 4 năm 2017 Về nhãn hàng hóa.

Ngày nhận bài: 9/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/1/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN MẠNH HÀ

Thạc sỹ kinh tế - Đại học Benedictine Hoa Kỳ

ADVERTISING AND LABELING FOOD PRODUCTS IN VIETNAM: SITUATION AND SOLUTIONS

● Master. **NGUYEN MANH HA**
Benedictine University

ABSTRACT:

Law on Food Safety was passed by the National Assembly on June 17, 2010 and took on effective July 1, 2011. Meanwhile Law on Advertising was passed by the National Assembly on June 21, 2012 and took effective on January 1, 2013. On August 30, 2006, the Government issued Decree No. 89/2006 / ND-CP which was replaced by Decree No. 43/2017 / ND-CP on April 14, 2017 on goods labeling. In addition, the advertising and labeling of food in Vietnam are governed by many relevant legal documents such as the Law on Product and Goods Quality, Law on Competition and Law on Protection of Consumer Rights. This study analyses the situation of advertising and labeling food products in Vietnam and presents some solutions to this issue.

Keywords: Advertising, food labeling, Vietnam.

THỰC THI PHÁP LUẬT VỀ KIỂM SOÁT MÔI TRƯỜNG TRONG KHU CÔNG NGHỆ CAO QUỐC GIA: THỰC TRẠNG VÀ HƯỚNG GIẢI QUYẾT CÁC VƯỚNG MẮC

● LÊ BÍCH LOAN - CHÂU THỊ KHÁNH VÂN - LÂM NGUYỄN HẢI LONG

TÓM TẮT:

Khu công nghệ cao (CNC) đã tồn tại tại Việt Nam trong thời gian khá dài, tuy nhiên kết quả hoạt động còn chưa đạt được kì vọng ban đầu đưa ra. Một trong số các nguyên nhân kìm hãm sự phát triển của khu CNC là những bất cập trong vấn đề thực thi quy định về kiểm soát môi trường của Ban quản lý các Khu CNC này. Trên cơ sở phân tích thực trạng quản lý, nội dung bất cập trong quy định của pháp luật, bài viết đưa ra đề xuất cụ thể để giải quyết vấn đề trên.

Từ khóa: Khu công nghệ cao, quy chế pháp lý, môi trường.

1. Đặt vấn đề

Từ khi thành lập Khu CNC Hòa Lạc vào năm 1998, các khu CNC khác như Khu CNC TP. Hồ Chí Minh và Khu CNC Đà Nẵng đã tiếp bước trở thành mũi nhọn và phát triển, là “vùng đất hứa” cho doanh nghiệp khoa học công nghệ tại Việt Nam. Để tạo điều kiện cho những khu vực đặc thù này được hoạt động một cách hiệu quả nhất, cần có những quy chế hoạt động đặc biệt nhất định. Trong số các thảo luận pháp lý liên quan tới quy chế hoạt động và quy định của khu CNC, có hai vấn đề nổi bật thu hút nhiều tranh luận của các nhà quản lý và làm chính sách đó là: (i) vấn đề không nhất quán giữa pháp luật đất đai và quy chế hoạt động của Khu CNC quốc gia trong việc

quyền sử dụng và chuyển nhượng đất; và (ii) vấn đề thực thi các quy định về quản lý và kiểm soát môi trường trong khu CNC quốc gia. Trong hai vấn đề này, các vấn đề về đất đai đã được quy định tại Luật Đất đai và các quy định liên quan [1 - 3] và đã được thảo luận tại một bài viết khác [4]. Bài viết này tập trung vào thảo luận vấn đề thứ hai và đưa ra một số hướng xử lý để giải quyết các vấn đề còn vướng mắc đó.

2. Quy chế pháp lý về quản lý và kiểm soát môi trường trong Khu CNC

2.1. Thực trạng và bất cập

Vấn đề nan giải trong quản lý và kiểm soát môi trường trong Khu CNC là nhân lực. Thực tiễn hoạt động của các khu công nghệ cao quốc gia

cho thấy, môi trường và quản lý môi trường là vấn đề mang tính kỹ thuật và khá phức tạp. Tuy nhiên, quy định của pháp luật hiện nay chưa đảm bảo đầy đủ cơ sở pháp lý vững chắc cho sự thể hiện vai trò của các Ban quản lý Khu CNC, đơn vị gắn với các doanh nghiệp hoạt động trong khu nhất.

Lấy thực tiễn tại Khu CNC TP. Hồ Chí Minh là điển hình phân tích. Theo quy định và quy chế hoạt động hiện nay, Ban quản lý khu có chức năng:

(1) Thẩm định, phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường và xác nhận bản cam kết bảo vệ môi trường đối với các dự án đầu tư tại Khu CNC theo quy định của pháp luật hoặc theo ủy quyền.

(2) Hướng dẫn các nhà đầu tư và các đối tượng hoạt động trong Khu CNC thực hiện các thủ tục quản lý và bảo vệ môi trường.

(3) Tổ chức triển khai thực hiện công tác bảo vệ môi trường trong Khu CNC theo nội dung báo cáo đánh giá tác động môi trường và các yêu cầu tại Quyết định phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường đã được phê duyệt.

(4) Thực hiện các quy định pháp luật hiện hành về bảo vệ môi trường; tổ chức tập huấn, tuyên truyền, phổ biến các văn bản pháp luật về bảo vệ môi trường cho các đối tượng đang hoạt động trong Khu CNC.

(5) Phối hợp với các cơ quan quản lý môi trường thực hiện việc kiểm tra, thanh tra và xử lý vi phạm về bảo vệ môi trường đối với các hoạt động của chủ đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật Khu CNC và các cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ trong Khu CNC.

(6) Xây dựng kế hoạch, kinh phí bảo vệ môi trường hàng năm trình cơ quan có thẩm quyền phê duyệt và tổ chức thực hiện quan trắc môi trường chung của Khu CNC theo quy định pháp luật; Báo cáo cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ môi trường theo quy định của pháp luật.

(7) Giải quyết các tranh chấp, kiến nghị về môi trường giữa các cơ sở sản xuất, kinh doanh dịch vụ trong Khu CNC; phối hợp với cơ quan chức năng giải quyết các tranh chấp về môi trường giữa các cơ sở sản xuất, kinh doanh dịch

vụ trong Khu CNC với bên ngoài; giải quyết theo thẩm quyền các khiếu nại, tố cáo về môi trường trong Khu CNC.

(8) Lập biên bản vi phạm hành chính khi phát hiện các hành vi vi phạm trong lĩnh vực bảo vệ môi trường tại Khu CNC.

(9) Kiểm tra, giám sát hoạt động của nhà máy xử lý nước thải tập trung của Khu CNC, chỉ đạo giải quyết các sự cố phát sinh.

(10) Ban hành các quy định, hướng dẫn về chuyên môn nghiệp vụ, quy chế phối hợp và các văn bản khác áp dụng trong Khu CNC liên quan đến lĩnh vực môi trường theo thẩm quyền hoặc được ủy quyền theo quy định của pháp luật.

Tuy nhiên, chính các quy định chưa rõ ràng và chi tiết này đã tạo nên những vướng mắc trong quá trình thực hiện. Cụ thể:

Thứ nhất, về vấn đề ủy quyền thẩm định đầu tư mới. Theo quy định, Ban quản lý Khu CNC TP. Hồ Chí Minh được giao ủy quyền thẩm định, phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường đối với các dự án đầu tư thực hiện tại Khu CNC theo Quyết định số 4712/QĐ-UBND ngày 20/10/2018 của UBND TP. Hồ Chí Minh về ủy quyền cho các Sở, ngành, UBND các quận, huyện thực hiện một số nhiệm vụ, quyền hạn của UBND Thành phố [5]. Theo yêu cầu của Quyết định này, cụ thể là quy định về điều kiện ủy quyền của Bên nhận ủy quyền tại Khoản 2 Điều 5 thì: “Việc thực hiện các công việc được ủy quyền phải tuân thủ quy định pháp luật chuyên ngành có liên quan đến lĩnh vực ủy quyền và phù hợp với quy định tại văn bản quy phạm pháp luật do HĐND, UBND Thành phố ban hành...” Tuy nhiên, để có thể đảm đương việc đó, Ban quản lý Khu CNC cần “chuẩn bị các nguồn lực để đảm bảo thực hiện các nhiệm vụ được ủy quyền”. Đây chính là vấn đề vướng mắc hiện nay.

Theo quy định pháp luật chuyên ngành về ủy quyền cho Ban quản lý các khu công nghiệp thẩm định, phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường được căn cứ theo Thông tư số 27/2015/TT-BTNMT ngày 29/5/2015 của Bộ Tài nguyên & Môi trường [6] quy định chi tiết một số điều của Nghị định số 18/2015/NĐ-CP ngày

14/2/2015 của Chính phủ [7] quy định về đánh giá môi trường chiến lược, đánh giá tác động môi trường, cam kết bảo vệ môi trường thì xác định: “UBND cấp tỉnh được ủy quyền cho Ban quản lý các khu công nghiệp thẩm định, phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường khi Ban quản lý các khu công nghiệp đã thành lập Phòng Quản lý môi trường và có đủ biên chế từ 5 người trở lên có chuyên môn về bảo vệ môi trường” (khoản 1 điều 11).

Trên thực tế, với Bộ máy hiện tại, Ban quản lý Khu CNC chưa thành lập Phòng Quản lý môi trường, đương nhiên chưa có đủ 5 nhân lực đảm bảo yếu tố chuyên môn nghiệp vụ thực thi vấn đề này. Điều này đưa đến quyết định, Ban quản lý trả ngược vấn đề về cơ quan quản lý chuyên môn là Sở Tài nguyên và Môi trường, nhận ủy quyền kiểm soát. Lúc đó, một vấn đề khác lại nảy sinh.

Thứ hai, vấn đề giải quyết tình trạng các dự án trong Khu CNC hiện đang hoạt động nhưng chưa thực hiện đầy đủ các thủ tục bảo vệ môi trường. Thực tiễn rà soát hoạt động của các doanh nghiệp tại Khu CNC TP. Hồ Chí Minh cho thấy, một số doanh nghiệp trong Khu CNC hoạt động nhưng chưa thực hiện hoặc chưa thực hiện đầy đủ các thủ tục bảo vệ môi trường mặc dù Ban quản lý đã nhiều lần có văn bản nhắc nhở doanh nghiệp thực hiện.

Để giải quyết, Ban quản lý chọn phương án báo cáo Sở Tài nguyên và Môi trường và cả UBND Quận 9. Kết quả, các đơn vị có thẩm quyền trên thực tế chưa thể tổ chức kiểm tra và kiểm soát vấn đề môi trường đối với các doanh nghiệp có trong danh sách báo cáo. Điều đó phản ánh một nghịch lý, Ban quản lý trực tiếp quản lý nhưng để các doanh nghiệp đang vi phạm về môi trường vẫn tồn tại hoạt động.

Thứ ba, quy định về lắp đặt quan trắc tự động chất lượng nước thải tại các doanh nghiệp trong Khu CNC. Chính sự xuất hiện các sự cố môi trường ở các dự án, doanh nghiệp hoạt động ở những khu vực và địa bàn khác trong cả nước đã phản ánh tầm quan trọng của hoạt động này. Đối với nhiều doanh nghiệp hoạt động trong Khu có

lưu lượng xả thải lớn, việc lắp đặt hệ thống quan trắc tự động càng trở nên cần thiết, cấp bách và ý nghĩa.

Thực hiện nhiệm vụ quản lý, Ban quản lý Khu CNC luôn có văn bản yêu cầu các đơn vị triển khai lắp đặt hệ thống quan trắc tự động chất lượng nước thải sau xử lý tại các doanh nghiệp, đơn vị trong Khu CNC. Tuy nhiên, việc lắp đặt hệ thống quan trắc dựa trên nguồn vốn đầu tư lắp đặt thiết bị của doanh nghiệp và là công việc của doanh nghiệp, sau đó Ban quản lý Khu CNC truyền nhận dữ liệu quan trắc tự động về Ban quản lý để theo dõi.

Một lần nữa, vấn đề này cần đòi hỏi phải có đội ngũ cán bộ chuyên môn để đọc dữ liệu quan trắc. Đặc biệt, khi hoạt động đó có ảnh hưởng đến việc xem xét hồ sơ về thiết bị quan trắc của doanh nghiệp, từ đó có ý kiến kiểm soát việc vận hành các thiết bị quan trắc nhằm đảm bảo số liệu quan trắc của doanh nghiệp truyền về Ban quản lý mang tính khách quan, chính xác.

2.2. Hướng xử lý

Từ kết quả khảo sát và phân tích nêu trên, người viết cho rằng giải pháp hữu hiệu cần được áp dụng trong thời gian tới là:

Một là, tăng cường đội ngũ nhân lực có chuyên môn kỹ thuật về môi trường cho các Khu CNC. Lý do không lựa chọn việc chuyển giao trở lại hoạt động kiểm soát môi trường cơ quan môi trường cấp Sở nơi Khu CNC tọa lạc là vì khả năng và mức độ theo dõi, giám sát của đơn vị đó không sâu sát và thường xuyên bằng chính các đơn vị tại Khu CNC. Thực tế cũng đã chứng minh, khi có yêu cầu của Ban quản lý Khu CNC TP. Hồ Chí Minh hoạt động kiểm tra và kiểm soát đối với một số nguồn ô nhiễm môi trường trong Khu đã không diễn ra kịp thời. Đặc biệt, lựa chọn phương án bổ sung nhân sự cho Khu CNC sẽ tạo tiền đề tương thích cho việc hình thành các đơn vị quản lý chuyên ngành tọa lạc và trực thuộc các khu CNC và hoạt động theo một quy chế đặc thù trong tương lai.

Hai là, trên cơ sở quy chế pháp lý đặc thù, pháp luật chấm dứt cơ chế ủy quyền. Thay vào đó, cần trao quyền trực tiếp cho Khu CNC. Thông

qua đội ngũ chuyên môn được bổ sung như trên, tiến hành các hoạt động quản lý và kiểm soát môi trường trong phạm vi phân quyền của cơ chế đặc thù. Đây là giải pháp vừa phát huy tính chủ động và sâu sát của hoạt động kiểm soát tại chỗ, vừa gia tăng trách nhiệm của Ban quản lý Khu CNC trong bảo toàn môi trường của toàn khu.

Ba là, đó lưu ý về mặt kỹ thuật pháp lý. Theo đó, các nội dung này cần được thể hiện rõ trong quy chế đặc thù đối với hoạt động của Khu CNC. Có nghĩa, quy chế theo đó được xây dựng theo nguyên tắc quy định rõ nội dung hoạt động được phân cấp và được triển khai theo cơ chế riêng. Các nội dung hoạt động còn lại, do không được phân cấp, sẽ được tiến hành theo quy định tác các văn bản pháp luật có liên quan. Phương thức này tránh việc lặp lại không cần thiết, đôi khi sai sót kiểu “tam sao thất bản”. Nhưng quan trọng hơn, khi một văn bản pháp luật có liên quan được dẫn chiếu thì nội dung quy định của quy chế cũng không bị ảnh hưởng và không cần phải điều chỉnh như thực tế xảy ra đối với một số văn bản lập pháp, lập quy thời gian qua. Chắc

chắn, đây cũng là nội dung cần được lưu ý đối với cả việc giải quyết vấn đề quản lý nhà nước về đất đai nêu trên.

3. Kết luận

Kiểm soát các vấn đề môi trường trong khu CNC là một vấn đề cực kỳ cấp thiết trong bối cảnh ô nhiễm môi trường đang ngày càng gia tăng và các doanh nghiệp hoạt động trong khu CNC đều cần xả ra một lượng chất thải lớn. Qua các phân tích trên, nhân lực và cải thiện hành lang pháp lý là hai yếu tố tiên quyết để giải quyết vấn đề thực thi kiểm soát môi trường tại khu CNC. BQL các khu CNC cần thành lập bộ phận chuyên trách quản lý môi trường với nhiều nhân sự có chuyên môn cao để có thể kiểm soát sâu sát các doanh nghiệp và phản ứng nhanh khi phát hiện nguồn ô nhiễm môi trường. Về mặt hành lang pháp lý, cần nhanh chóng xây dựng cơ chế ủy quyền cho BQL trong việc quản lý môi trường tại khu CNC. Điều này sẽ tạo điều kiện cho việc chủ động giám sát và can thiệp tại chỗ đối với doanh nghiệp vi phạm ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội, Khoản 2 điều 91, “Luật Đất đai năm 2003”.
2. Quốc hội, Khoản 2 điều 150, “Luật Đất đai 2013”.
3. Quốc hội, Điều 105 Quốc hội.
4. Chính phủ, Khoản 3 điều 12 “Nghị định số 35/2017/NĐ-CP Thu tiền sử dụng đất thu tiền thuê đất thuê mặt nước khu kinh tế công nghệ cao”.
5. Lê Bích Loan, Châu Thị Khánh Vân (2019). “Thực tiễn áp dụng pháp luật về trao quyền sử dụng đất cho các nhà đầu tư trong khu công nghệ cao quốc gia”. Tạp chí Công Thương. Số 22, tháng 12/2019.
6. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2015), “Thông tư số 27/2015/TT-BTNMT về Đánh giá môi trường chiến lược, Đánh giá tác động môi trường và kế hoạch bảo vệ môi trường”.
7. Chính phủ (2015), “Nghị định số 18/2015/NĐ-CP về Quy hoạch bảo vệ môi trường, đánh giá môi trường chiến lược, đánh giá tác động môi trường và kế hoạch bảo vệ môi trường”.

Ngày nhận bài: 9/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/1/2020

Thông tin tác giả:

1. LÊ BÍCH LOAN

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

2. CHÂU THỊ KHÁNH VÂN

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

3. LÂM NGUYỄN HẢI LONG

Công viên phần mềm Quang Trung, TP. Hồ Chí Minh

**THE ENFORCEMENT OF THE ENVIRONMENTAL
CONTROL REGULATIONS AT NATIONAL HI-TECH PARKS:
CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS**

● **LE BICH LOAN**

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

● **CHAU THI KHANH VAN**

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

● **LAM NGUYEN HAI LONG**

Quang Trung Software Park, Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

Although Vietnamese hi-tech parks have been established for a long time, these parks' results are not commensurate with their potential. One of the reasons hindering the development of these hi-tech parks is the inadequacies in the enforcement of the environmental control regulations of the management board of these hi-tech parks. This study is to analyze the current management of these hi-tech parks and the inadequacies of related laws, thereby proposing recommendations to solve arising issues.

Keywords: Hi-tech park, legal framework, environment.

QUYỀN KHỞI KIỆN CỦA NGƯỜI SỬ DỤNG DỊCH VỤ TỪ DỰ ÁN ĐỐI TÁC CÔNG TƯ

● CAO THỊ THÙY NHƯ

TÓM TẮT:

Người sử dụng dịch vụ được xem là bên yếu thế trong mối quan hệ PPP. Do đó, cần có giải pháp hỗ trợ để chủ thể này thực hiện quyền khởi kiện nếu quyền lợi của họ bị xâm phạm. Bài viết sẽ làm rõ các quy định pháp luật liên quan đến quyền khởi kiện của người sử dụng dịch vụ từ dự án PPP, chỉ ra một số yếu tố cản trở họ thực hiện quyền khởi kiện và đề xuất một số kiến nghị.

Từ khóa: Quyền khởi kiện, người sử dụng dịch vụ, dự án PPP.

1. Đặt vấn đề

Đầu tư theo hình thức đối tác công tư (gọi tắt là PPP) là mô hình đang được áp dụng phổ biến ở nước ta. Việc thực hiện dự án PPP sẽ làm phát sinh mối quan hệ giữa nhiều chủ thể (nhà nước, nhà đầu tư, nhà thầu, bên cho vay, người sử dụng dịch vụ) và tranh chấp phát sinh giữa các chủ thể trên là điều không thể tránh khỏi. Trong các loại tranh chấp, tranh chấp từ phía người sử dụng dịch vụ (viết tắt là NSDDV) được xem là loại tranh chấp đặc biệt. Tính đặc biệt thể hiện ở chỗ NSDDV là bên yếu thế hơn so với những chủ thể khác trong mối quan hệ PPP và có vẻ họ là người ở thế bị động trong mối quan hệ này.

Khi cho rằng dự án PPP được thực hiện trái pháp luật nhưng lại bị buộc phải sử dụng dịch vụ, NSDDV có quyền khiếu nại hoặc khởi kiện theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, do đặc thù của mối quan hệ PPP, cộng với vị thế yếu của NSDDV, đã dẫn đến việc họ không/ không thể thực hiện quyền của mình.

Bài viết sẽ phân tích các quy định pháp luật liên quan đến quyền khởi kiện của NSDDV khi

họ không hài lòng với dịch vụ từ dự án PPP, chỉ ra một số yếu tố cản trở họ thực hiện quyền khởi kiện và đề xuất một số kiến nghị.

2. Kết quả nghiên cứu

Để thực hiện quyền khởi kiện, trước hết NSDDV cần phải xác định chủ thể bị kiện (do dự án PPP được thực hiện bởi nhiều chủ thể), xác định loại tranh chấp và cơ quan giải quyết tranh chấp. Sau đó, họ mới tiếp tục xác định những khó khăn mà mình phải đối mặt khi tham gia tố tụng và hướng giải quyết. Do vậy, kết quả nghiên cứu của bài viết sẽ được trình bày theo cấu trúc sau: (i) Loại tranh chấp và cơ quan giải quyết tranh chấp của NSDDV; (ii) Những yếu tố cản trở NSDDV khi thực hiện quyền khởi kiện và kiến nghị.

2.1. Loại tranh chấp và cơ quan giải quyết tranh chấp

2.1.1. Xác định loại tranh chấp

Hợp đồng PPP là sự thỏa thuận giữa một bên là nhà nước (công) với một bên là nhà đầu tư (tư). Trong khi đó, chủ thể sử dụng dịch vụ lại là bên thứ ba (người dân). Chính sự phức tạp trong mối quan hệ này dẫn đến sự phức tạp trong việc xác

định bản chất của hợp đồng PPP. Có quan điểm cho rằng, hợp đồng PPP là hợp đồng hành chính¹. Thế nhưng, theo tinh thần của Nghị định số 63/2018/NĐ-CP thì hợp đồng PPP là hợp đồng thương mại². Đây cũng là xu hướng được đồng tình và khuyến khích bởi nhiều chuyên gia khi thảo luận về vấn đề giải quyết tranh chấp hợp đồng PPP³.

Như vậy, tùy cách lý giải mà hợp đồng PPP có thể được xác định là hợp đồng hành chính hay hợp đồng thương mại. Thế nhưng, dù hợp đồng PPP là loại hợp đồng gì cũng không ảnh hưởng nghiêm trọng đến việc xác định loại tranh chấp giữa NSDDV với các chủ thể còn lại. Điều quan trọng nhất là NSDDV muốn kiện chủ thể nào trong hợp đồng đó.

Có hai khả năng có thể xảy ra như sau:

Một là, nếu chủ thể bị kiện là cơ quan nhà nước (viết tắt là CQNN) thì đó là tranh chấp hành chính. Theo đó, NSDDV sẽ khởi kiện quyết định hành chính của CQNN có thẩm quyền - cơ sở để nhà đầu tư/ doanh nghiệp dự án (viết tắt là NĐT/ DNDA) tổ chức thu phí dịch vụ. Bởi chính quyết định hành chính đó đã buộc NSDDV phải trả phí khi đi qua trạm thu phí.

Hai là, nếu chủ thể bị kiện là NĐT/ DNDA, đó là tranh chấp dân sự⁴. Theo đó, NSDDV sẽ khởi kiện việc thu phí dịch vụ của NĐT/ DNDA. Cơ sở để khởi kiện là giữa NSDDV và NĐT/ DNDA có quan hệ hợp đồng cung cấp dịch vụ và nhà đầu tư đã vi phạm nghĩa vụ hợp đồng (chất lượng công trình không được đảm bảo/ phí dịch vụ quá cao/ họ không sử dụng nhưng vẫn phải trả phí).

Như vậy, tùy vào chủ thể bị kiện là CQNN hay NĐT/ DNDA mà tranh chấp được xác định là tranh chấp hành chính hay tranh chấp dân sự. Mặc dù Nghị định số 63/2018/NĐ-CP không có quy định rõ về loại tranh chấp này⁵ nhưng với tư cách là bên bị thiệt hại, NSDDV có quyền tự xác định loại tranh chấp của mình để khởi kiện.

2.1.2. Cơ quan có thẩm quyền giải quyết tranh chấp

Việc xác định loại tranh chấp ở mục 2.1.1 sẽ ảnh hưởng đến việc xác định cơ quan có thẩm quyền giải quyết tranh chấp. Có 2 trường hợp có thể xảy ra như sau:

Trường hợp 1: NSDDV khởi kiện vụ án hành chính.

Trong trường hợp này, Tòa án là cơ quan duy nhất có thẩm quyền giải quyết tranh chấp.

Theo đó, cấp tòa án có thẩm quyền là cấp tỉnh. Do hợp đồng PPP được ký kết bởi Bộ, ngành, Ủy ban nhân dân (UBND) cấp tỉnh⁶ nên quyết định tổ chức thu phí cũng sẽ được ban hành bởi những cơ quan này⁷. Theo quy định, tòa án nhân dân (TAND) cấp tỉnh có thẩm quyền giải quyết khiếu kiện quyết định hành chính của Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và cơ quan nhà nước cấp tỉnh⁸.

Về thẩm quyền theo lãnh thổ, đối với quyết định hành chính của Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, tòa án có thẩm quyền là tòa án nơi cư trú, làm việc, có trụ sở của người khởi kiện. Nếu người khởi kiện không có nơi cư trú, làm việc, có trụ sở ở Việt Nam, tòa án có thẩm quyền là nơi CQNN bị khởi kiện ra quyết định hành chính⁹. Đối với quyết định hành chính của UBND cấp tỉnh, tòa án có thẩm quyền là tòa án cùng địa giới hành chính với UBND cấp tỉnh đã ra quyết định hành chính¹⁰.

Như vậy, tùy vào quyết định hành chính được ban hành bởi CQNN nào mà NSDDV sẽ khởi kiện đến tòa án có thẩm quyền tương ứng. NSDDV không bắt buộc phải thực hiện thủ tục khiếu nại trước khi khởi kiện, bởi Luật Khiếu nại cho người dân quyền lựa chọn khiếu nại đến cá nhân, cơ quan có thẩm quyền hoặc khởi kiện vụ án hành chính¹¹.

Trường hợp 2: NSDDV khởi kiện vụ án dân sự.

Trong trường hợp này, NSDDV có thể lựa chọn tòa án hoặc trọng tài thương mại.

(i) Tòa án:

Đối với tranh chấp hợp đồng dân sự, cấp tòa án có thẩm quyền là cấp huyện. Tuy nhiên, nếu có đương sự ở nước ngoài, vụ tranh chấp sẽ thuộc thẩm quyền của TAND cấp tỉnh¹². Ngoài ra, TAND cấp tỉnh cũng có thể lấy lên để giải quyết nếu xét thấy cần thiết hoặc theo đề nghị của TAND cấp huyện¹³.

Về thẩm quyền theo lãnh thổ, tòa án có thẩm quyền là tòa án nơi bị đơn (NĐT/ DNDA) có trụ sở. Nguyên đơn có thể thỏa thuận với bị đơn về việc khởi kiện tại tòa án nơi mình cư trú, làm việc, có trụ sở. Ngoài ra, đối với tranh chấp hợp đồng, nguyên đơn có thể khởi kiện tại tòa án nơi hợp đồng được thực hiện¹⁴.

Như vậy, trong tố tụng dân sự, có thể có nhiều tòa án có thẩm quyền giải quyết tranh chấp. Tuy nhiên, theo nhận định của tác giả, đây là vụ án phức tạp và chưa có tiền lệ, có thể TAND cấp tỉnh

sẽ thụ lý giải quyết. Đồng thời, mặc dù pháp luật cho nguyên đơn quyền lựa chọn tòa án theo lãnh thổ nhưng cách chủ động nhất và thuận tiện nhất cho nguyên đơn là khởi kiện ở tòa án nơi hợp đồng được thực hiện, tức là nơi đặt trạm thu phí, vì thường đây cũng chính là nơi cư trú của NSDDV.

(ii) Trọng tài:

Mặc dù tranh chấp giữa NSDDV và NĐT/DNDA không phải là tranh chấp kinh doanh, thương mại nhưng vẫn có thể được giải quyết bằng trọng tài thương mại. Bởi theo quy định của Luật Trọng tài thương mại, trọng tài có thẩm quyền giải quyết tranh chấp giữa các bên trong đó có ít nhất một bên có hoạt động thương mại¹⁵.

Nếu lựa chọn trọng tài, việc xác định thẩm quyền của trọng tài không còn phụ thuộc nhiều vào quy định pháp luật mà phải tùy thuộc vào sự thỏa thuận giữa hai bên, tức NSDDV và NĐT/DNDA, bởi Luật Trọng tài thương mại tôn trọng tối đa quyền tự định đoạt của các bên¹⁶.

2.2. Những yếu tố cản trở NSDDV thực hiện quyền khởi kiện và kiến nghị

Mặc dù cơ sở pháp lý của quyền khởi kiện đã rõ, nhưng trên thực tế vẫn còn tồn tại một số rào cản làm cho NSDDV không thể thực hiện quyền của mình. Sau đây, bài viết sẽ phân tích các rào cản đó, đồng thời đưa ra kiến nghị theo từng loại tranh chấp và từng phương thức giải quyết tranh chấp.

Thứ nhất, khởi kiện vụ án hành chính và vụ án dân sự tại tòa án.

Khó khăn đầu tiên của người khởi kiện là không có thông tin về quyết định hành chính của CQNN cũng như các tài liệu khác về dự án PPP. Trong khi đó, pháp luật quy định người khởi kiện vụ án hành chính có nghĩa vụ cung cấp bản sao quyết định hành chính bị khởi kiện; người khởi kiện vụ án dân sự có nghĩa vụ cung cấp tài liệu, chứng cứ chứng minh yêu cầu của mình¹⁷. Với sự hạn chế trong việc minh bạch hóa thông tin dự án PPP như hiện nay¹⁸, đây được xem là một rào cản lớn của người dân khi khởi kiện.

Để giải quyết khó khăn này, ngoài các giải pháp minh bạch hóa thông tin dự án PPP mà Chính phủ đang nỗ lực thực hiện, cũng cần phát huy vai trò hỗ trợ thu thập chứng cứ của Tòa án và nghĩa vụ cung cấp tài liệu của các cơ quan, tổ chức đang lưu giữ tài liệu¹⁹. Ngoài ra, có thể cân nhắc việc chuyển nghĩa vụ cung cấp chứng cứ và chứng minh cho phía chủ thể bị kiện, tức CQNN,

NĐT/DNDA. Theo đó, các chủ thể này có nghĩa vụ cung cấp hồ sơ, tài liệu chứng minh việc thực hiện dự án PPP hoàn toàn hợp pháp. Đề xuất trên tương tự quy định về nghĩa vụ cung cấp chứng cứ của người tiêu dùng khi khởi kiện tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ²⁰. Tuy nhiên, vấn đề này cần được quy định cụ thể trong các văn bản pháp luật về PPP cũng như trong pháp luật tố tụng để thuận tiện cho việc áp dụng.

Khó khăn thứ hai của người khởi kiện đó là họ sẽ phải mất nhiều thời gian, công sức tham gia vụ kiện trong khi số tiền phí dịch vụ bị mất không quá lớn. Do vậy, những người không thường xuyên sử dụng dịch vụ có thể sẽ bỏ ý định khởi kiện.

Để giải quyết khó khăn này, theo tác giả, cần cho phép áp dụng thủ tục tố tụng rút gọn. Hiện nay, LTTHC 2015 và BLTTDS 2015 đều có quy định thủ tục rút gọn áp dụng đối với những vụ án hành chính, dân sự có tính chất đơn giản²¹. Thế nhưng, nếu xét theo tiêu chí này thì tranh chấp dự án PPP không đáp ứng được. Bởi để xác định việc thu phí có hợp pháp hay không, chất lượng dịch vụ có tương xứng với mức phí hay không cần thu thập rất nhiều tài liệu, chứng cứ nếu không nói là rất phức tạp.

Tuy nhiên, pháp luật tố tụng có quy định theo hướng mở rằng trường hợp luật khác có quy định thì tranh chấp vẫn sẽ được giải quyết theo thủ tục rút gọn²². Như vậy, nếu Nghị định số 63/2018/NĐ-CP hoặc Luật PPP sắp ban hành có quy định việc giải quyết theo thủ tục rút gọn tranh chấp giữa NSDDV và CQNN, NĐT/DNDA, đây sẽ là cơ sở pháp lý để loại tranh chấp này được giải quyết đơn giản hơn.

Tính đơn giản của thủ tục rút gọn thể hiện ở việc người dân không cần phải tham gia nhiều vào quy trình tố tụng. Tòa án không hoãn phiên tòa bất kể người tham gia tố tụng hay đại diện Viện kiểm sát không có mặt. Thậm chí, các bên có thể yêu cầu xử vắng mặt. Việc hòa giải, trình bày, tranh luận, đối đáp được thực hiện một lần ngay tại phiên tòa²³. Điều này sẽ giảm bớt sự e ngại của người dân và giảm bớt chi phí tố tụng.

Khó khăn thứ ba, theo một quan điểm khác, đó là án phí trong vụ án dân sự. Cụ thể, do dự án PPP thường có giá trị lớn nên mức tạm ứng án phí tính theo tỷ lệ phần trăm trên giá trị tranh chấp sẽ rất lớn. Nếu thắng kiện thì cả cộng đồng được hưởng; ngược lại thì bản thân NSDDV sẽ phải chịu²⁴.

Tuy nhiên, theo tác giả, do chưa có tiền lệ nên cần xác định lại rõ ràng về cách tính án phí đối với tranh chấp giữa NSDDV và NĐT/ DNDA. Cụ thể, án phí được tính dựa trên số tiền phí dịch vụ mà NSDDV đã trả cho NĐT/ DNDA hay tính trên giá trị công trình. Nếu tính tỷ lệ phần trăm trên số tiền phí dịch vụ mức án phí cũng không quá lớn²⁵. Cách tính này theo tác giả là phù hợp, bởi NSDDV không tranh chấp công trình dự án mà họ chỉ tranh chấp số tiền mà họ bị mất khi sử dụng dịch vụ.

Thứ hai, khởi kiện tranh chấp tại trọng tài.

Rào cản lớn nhất để NSDDV khởi kiện tại trọng tài đó là thỏa thuận trọng tài. Theo quy định pháp luật, điều kiện để vụ tranh chấp được giải quyết bằng trọng tài là phải có thỏa thuận trọng tài²⁶. Do đó, bản thân NSDDV không thể đơn phương nộp đơn khởi kiện đến trọng tài nếu NĐT/ DNDA không đồng ý.

Ngoài ra, một quan điểm khác cho rằng nguyên tắc giải quyết không công khai cũng là một bất lợi của phương thức trọng tài. Cụ thể, theo nguyên tắc này, bất kỳ ai không liên quan đến vụ tranh chấp, kể cả cơ quan báo chí, đều không được tiếp cận hồ sơ vụ tranh chấp hay đưa tin về vụ tranh chấp nếu các bên tranh chấp không đồng ý²⁷. Nếu vậy, sẽ không có áp lực nào được tạo ra cho NĐT/ DNDA hay CQNN để giải quyết sai phạm từ dự án (nếu có), trong khi sai phạm này ảnh hưởng đến cả cộng đồng chứ không riêng người khởi kiện.

Tác giả đồng tình với những khó khăn trên. Tuy nhiên, đó đã là những nguyên tắc cơ bản của tố tụng trọng tài. Do phương thức trọng tài được thiết kế phù hợp với đặc thù của các tranh chấp kinh doanh, thương mại, trong đó tôn trọng sự thỏa thuận và bình đẳng giữa các bên, nên pháp luật PPP cũng không thể can thiệp sâu để bảo vệ quyền lợi cao hơn cho NSDDV hay cộng đồng. Vậy nên, nếu hai bên tranh chấp có thiện chí, trọng tài vẫn sẽ là phương thức giải quyết khách quan hơn, bởi tòa án vẫn là một cơ quan nhà nước trong khi nhà nước lại là một bên trong hợp đồng PPP. Ngược lại, NSDDV sẽ buộc phải lựa chọn tòa án là cơ quan giải quyết tranh chấp. Lúc này, áp lực từ phía báo chí, cộng đồng sẽ là một công cụ hỗ trợ hữu hiệu cho người khởi kiện.

3. Kết luận

Bài viết đã làm rõ quy định pháp luật về quyền khởi kiện của NSDDV khi họ cho rằng dự án PPP được thực hiện trái pháp luật, đặt mình vào thế bị động phải sử dụng dịch vụ và quyền lợi của mình bị xâm phạm. Qua đó, bài viết cũng đã chỉ ra những vấn đề mà người khởi kiện e ngại khi thực hiện quyền khởi kiện của mình, cũng như đề xuất một số giải pháp pháp lý nhằm tháo gỡ một phần tâm lý e ngại đó. Cần nhấn mạnh rằng, cơ chế giải quyết tranh chấp sẽ bao gồm nhiều phương thức khác, như: thương lượng, hòa giải, khiếu nại. Khởi kiện không phải là giải pháp được khuyến khích, nhưng vẫn cần tạo điều kiện thuận lợi cho người dân lựa chọn và thực hiện ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Lê Hương Giang (2016), “Một số vấn đề pháp lý về hợp đồng đối tác công tư”, Nhà nước và Pháp luật, 05, tr. 50-57.

² Điều 67 Nghị định 63/2018/NĐ-CP ngày 04/5/2018 của Chính phủ về đầu tư theo hình thức đối tác công tư

³ Quan điểm này được các chuyên gia đưa ra trong Hội thảo “Phòng ngừa và giải quyết tranh chấp hợp đồng đối tác công tư trong lĩnh vực kết cấu hạ tầng: Kinh nghiệm Việt Nam, thực tiễn quốc tế và định hướng chính sách” do Trung tâm Trọng tài quốc tế Việt Nam (VCCI) và Ủy ban Trọng tài thương mại Hàn Quốc (KCAB) phối hợp tổ chức ngày 4/7/2019 tại Hà Nội.

⁴ Có thể xếp loại tranh chấp này vào nhóm tranh chấp về hợp đồng dân sự theo quy định tại Khoản 3 Điều 26 Bộ luật Tố tụng Dân sự 2015 (BLTTDS 2015). Đây không phải là tranh chấp kinh doanh, thương mại theo Điều 30 BLTTDS 2015 bởi một bên trong tranh chấp là NSDDV không có đăng ký kinh doanh và không vì mục đích lợi nhuận.

⁵ Điều 67 Nghị định số 63/2018/NĐ-CP chỉ quy định loại tranh chấp giữa CQNN, NĐT/ DNDA và các bên đối tác của NĐT/ DNDA.

⁶ Điều 8 Nghị định số 63/2018/NĐ-CP

⁷ Một số ví dụ:

- Quyết định số 4028/QĐ-UBND của UBND tỉnh Quảng Ninh ngày 11/10/2018 về việc thực hiện thu phí dịch vụ sử dụng đường bộ dự án cầu Bạch Đằng, đường dẫn và nút giao cuối tuyến theo hình thức BOT.

- Quyết định số 3885/QĐ-BGTVT của Bộ Giao thông Vận tải ngày 2/12/2016 về việc thu phí tại trạm thu phí Km763+800 Quốc lộ 1, tỉnh Quảng Trị theo mức thu tại Thông tư số 135/2016/TT-BTC ngày 8/9/2016 của Bộ Tài chính để hoàn vốn dự án đầu tư xây dựng công trình mở rộng Quốc lộ 1 đoạn Km741+170 – Km756+706, tỉnh Quảng Trị theo hình thức hợp đồng BOT.

⁸ Khoản 1, 3 Điều 32 Luật Tổ tụng hành chính 2015 (LTTHC 2015).

⁹ Khoản 1 Điều 32 LTTHC 2,15.

¹⁰ Khoản 3 Điều 32 LTTHC 2015.

¹¹ Điều 7 Luật Khiếu nại 2011.

¹² Điểm a Khoản 1, Khoản 3 Điều 35 BLTTDS 2015.

¹³ Khoản 2 Điều 37 BLTTDS 2015.

¹⁴ Điểm a, b Khoản 1 Điều 39, Điểm g Khoản 1 Điều 40 BLTTDS 2015.

¹⁵ Khoản 2 Điều 2 Luật Trọng tài thương mại 2010 (LTTM 2010).

¹⁶ Khoản 1 Điều 4 LTTM 2010.

¹⁷ Điều 78 LTTHC 2015, Điều 91 BLTTDS 2015.

¹⁸ Theo khảo sát của tác giả, các hệ thống cơ sở dữ liệu về PPP như Cổng thông tin về các dự án đầu tư theo hình thức đối tác công tư (<http://ppp.mt.gov.vn>) và Trang thông tin điện tử về đầu tư theo hình thức đối tác công tư (<http://ppp.mpi.gov.vn>) chỉ dừng lại ở mức độ cung cấp thông tin cơ bản về dự án PPP, không có thông tin về cơ sở pháp lý của việc tổ chức thu phí.

¹⁹ Khoản 2 Điều 9, Điều 10 LTTHC 2015; Khoản 2 Điều 6, Điều 7 BLTTDS 2015.

²⁰ Điểm a Khoản 1 Điều 91 BLTTDS 2015.

²¹ Điều 317 BLTTDS 2015, Điều 246 LTTHC 2015.

²² Khoản 3 Điều 245 LTTHC 2015, Khoản 3 Điều 316 BLTTDS 2015.

²³ Điều 320 BLTTDS 2015, Điều 249 LTTHC 2015.

²⁴ Võ Trí Hào, <https://www.thesaigontimes.vn/289713/tra-lai-dac-tinh-cong-cho-phuong-thuc-doi-tac-cong-tu.html>, truy cập ngày 10/01/2020.

²⁵ Xem thêm cách tính án phí tại Danh mục án phí, lệ phí Tòa án ban hành kèm theo Nghị quyết số 326/2016/NQ-UBTVQH14 ngày 30/12/2016 quy định về mức thu, miễn, giảm, thu, nộp, quản lý và sử dụng án phí và lệ phí Tòa án.

²⁶ Khoản 1 Điều 5 LTTM 2010.

²⁷ Võ Trí Hào, tldđ số 24.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ luật Tố tụng Dân sự 2015.
2. Luật Khiếu nại 2011.
3. Luật Tố tụng Hành chính 2015.
4. Luật Trọng tài thương mại 2010.
5. Nghị định số 63/2018/NĐ-CP ngày 04/5/2018 của Chính phủ về đầu tư theo hình thức đối tác công tư.

6. Nghị quyết số 326/2016/NQ-UBTVQH14 ngày 30/12/2016 quy định về mức thu, miễn, giảm, thu, nộp, quản lý và sử dụng án phí và lệ phí Tòa án.
7. Quyết định số 3885/QĐ-BGTVT của Bộ Giao thông Vận tải ngày 2/12/2016 về việc thu phí tại trạm thu phí Km763+800 Quốc lộ 1, tỉnh Quảng Trị theo mức thu tại Thông tư số 135/2016/TT-BTC ngày 8/9/2016 của Bộ Tài chính để hoàn vốn dự án đầu tư xây dựng công trình mở rộng Quốc lộ 1 đoạn Km741+170 - Km756+706, tỉnh Quảng Trị theo hình thức hợp đồng BOT.
8. Quyết định số 4028/QĐ-UBND của UBND tỉnh Quảng Ninh ngày 11/10/2018 về việc thực hiện thu phí dịch vụ sử dụng đường bộ dự án cầu Bạch Đằng, đường dẫn và nút giao cuối tuyến theo hình thức BOT.
9. Lê Hương Giang (2016), “Một số vấn đề pháp lý về hợp đồng đối tác công tư”, Nhà nước và Pháp luật, 05, tr. 50-57.
10. Võ Trí Hào, <https://www.thesaigontimes.vn/289713/tra-lai-dac-tinh-cong-cho-phuong-thuc-doi-tac-cong-tu.html>, truy cập ngày 10/01/2020.
11. <http://ppp.mt.gov.vn>
12. <http://ppp.mpi.gov.vn>

Ngày nhận bài: 12/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/2/2020

Thông tin tác giả:

CAO THỊ THÙY NHƯ

Trường Đại học Thủ Dầu Một

THE RIGHT TO SUE OF PPP PROJECTS' SERVICE USERS

CAO THI THUY NHU

Thu Dau Mot University

ABSTRACT:

Service users are considered as the weak side in Public-Private Partnership (PPP) projects. Therefore, it is necessary to have solutions to support them in exercising their right to sue if their rights are infringed upon. This article clarifies the legal provisions related to the right to sue of PPP projects' service users, addresses some factors preventing service users from exercising their right and proposes some recommendations to this issue.

Keywords: Right to sue, PPP project, service user.

CHỦ THỂ QUẢN LÝ, THANH LÝ TÀI SẢN TRONG PHÁP LUẬT PHÁ SẢN VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ THANH NGỌC

TÓM TẮT:

Trải qua các thời kỳ khác nhau, quy định về mô hình chủ thể quản lý, thanh lý tài sản trong quá trình giải quyết phá sản trong pháp luật Việt Nam đã có sự thay đổi đáng kể. Đặc biệt, trong giai đoạn hiện nay, vấn đề này trở nên ngày càng quan trọng và nhận được nhiều sự quan tâm. Trong phạm vi bài viết này, tác giả khái quát các mô hình chủ thể quản lý, thanh lý tài sản đã được ghi nhận trong pháp luật Việt Nam.

Từ khóa: Chủ thể quản lý, thanh lý tài sản phá sản, quản tài viên, phá sản.

I. Đặt vấn đề

Giải quyết phá sản là một hoạt động phức tạp, đụng chạm đến nhiều đối tượng trong xã hội và nhiều quan hệ xã hội. Giải quyết phá sản là giải quyết các mối quan hệ liên quan đến tài sản của các chủ nợ, việc làm của người lao động, trật tự an toàn xã hội... Mục đích của việc quản lý tài sản của doanh nghiệp, hợp tác xã lâm vào tình trạng phá sản là tránh việc tẩu tán tài sản làm thất thoát tài sản, đảm bảo quyền lợi của các chủ nợ khi doanh nghiệp, hợp tác xã bị tuyên bố phá sản cũng như bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp, hợp tác xã khi có cơ hội phục hồi hoạt động sản xuất - kinh doanh.

Phá sản là một thủ tục tố tụng tư pháp đặc biệt với sự tham gia của nhiều chủ thể khác nhau, trong đó có thiết chế quản lý tài sản của con nợ. Sự hiện diện của chủ thể này trong pháp luật cũng như thực tiễn giải quyết các nước là một điều cần thiết nhằm ngăn chặn tình trạng con nợ tẩu tán, làm thất thoát

tài sản, thu hồi được nhiều các quyền lợi vật chất, tránh tình trạng bắt nợ phi pháp từ phía các chủ nợ, đồng thời việc phân chia tài sản, điều hòa lợi ích giữa các chủ nợ, giữa chủ nợ với con nợ và lợi ích của người lao động, của nhà nước một cách công bằng và đúng luật trên cơ sở tài sản hiện có của con nợ cũng là một yêu cầu cho sự hình thành của thiết chế quản lý tài sản.

II. Mô hình chủ thể quản lý, thanh lý tài sản trong pháp luật phá sản Việt Nam

Pháp luật của mỗi nước trên thế giới có những quy định khác nhau về chủ thể quản lý tài sản phá sản. Tuy nhiên, khái quát lại có thể thấy có 2 mô hình chủ thể phổ biến là mô hình chủ thể quản lý tài sản là những cá nhân (Tín thác viên theo luật phá sản Hoa Kỳ, Quản tài viên theo luật phá sản của Thụy Điển và Latvia, quản trị viên theo luật phá sản Nhật Bản và luật phá sản Cộng hòa liên bang Nga...) và mô hình là một thiết chế tập thể (như trong pháp luật phá sản Việt Nam

trước 2014 và Luật Phá sản Trung quốc). Đồng thời với mỗi mô hình, pháp luật các nước cũng trao cho chủ thể này những nhiệm vụ quyền hạn rộng hẹp khác nhau tùy thuộc vào điều kiện kinh tế - xã hội đặc thù của mỗi nước¹.

Nếu như trong pháp luật phá sản Việt Nam giai đoạn trước năm 1975 ghi nhận mô hình chủ thể quản lý tài sản phá sản là cá nhân (Kiểm sát viên trong Luật Thương mại Trung phần 1942, Quản tài viên trong Luật Thương mại (VNCH) 1972, thì các đạo luật về phá sản ở Việt Nam sau 1975, việc quản lý tài sản của doanh nghiệp bị lâm vào tình trạng phá sản luôn luôn do một thiết chế tập thể đảm nhận.

1. Thanh toán tư pháp trong Bộ luật Thương mại Trung phần 1942

So với khánh tận, thanh toán tư pháp là một thủ tục mang tính khoan hồng so với người vỡ nợ ngay tình. Khi lâm vào tình trạng không trả được nợ, con nợ ngay tình có thể nộp đơn yêu cầu thụ lý án thanh toán tư pháp (khánh tận và thanh toán tư án đều được Bộ luật Thương mại Trung phần xem như một vụ án)

Theo trình tự này, người mắc nợ được hưởng một vài quy chế giảm nhẹ như sau: (i) không bị bắt giam (Điều 240); (ii) không bị mất quyền quản trị mà được tiếp tục chiếm giữ và quản lý sản nghiệp dưới sự giám sát của kiểm sát viên do tòa án ấn định; (iii) tiếp tục được hành nghề và thực hiện các hành vi mà tòa án cho phép; (iv) có thể thỏa hiệp với các chủ nợ, tòa sẽ ban hành án công nhận thỏa hiệp này (Điều 229 - 252 BLTM TP 1942).

2. Luật Thương mại Việt Nam Cộng hòa 1972

Luật này được ban hành chủ yếu dựa vào mô hình pháp luật phá sản Pháp, ngoài một số cải biên mang tính kỹ thuật, đạo luật này không có một triết lý mới mẻ đáng kể nào so với BLTM TP 1942. Ra đời trong điều kiện chiến tranh và sự sụp đổ, tan rã toàn diện của Việt Nam Cộng hòa đang tới gần, đạo luật này hầu như chỉ có giá trị sử liệu mà ít có ảnh hưởng thực tế.

Trong pháp luật thời Việt Nam Cộng hòa, quản tài viên là một thụ ủy tư pháp do tòa án chỉ định ra được thù lao bằng tiền phụ cấp do thẩm

phán thừa nhiệm thanh quyết toán bằng án lệnh². Giải thích cho bản chất thụ ủy tư pháp của quản tài viên, nhóm nghiên cứu và hoạch định xây dựng Bộ luật Thương mại Việt Nam cộng hòa 1973 cho rằng: “người khánh tận phải được đại diện vì đã bị tước quyền quản trị tài sản và ở vào tình trạng không còn tiến hành được các hành vi pháp lý đối kháng với chủ nợ; còn các chủ nợ được liên kết thành một khối cá biệt về pháp lý, nên cần phải có một người đại diện hành động nhân danh các chủ nợ³.”

Khi tòa được thụ lý do một đơn xin đơn phương của chủ nợ, quán lệ là Chánh án giao cho một Quản tài viên (tại mỗi tòa có một số quản tài viên được lựa chọn sẵn) mở một cuộc điều tra, xem xét hoạt động và sổ sách của thương gia bị tố cáo và làm phức tạp. Phức tạp này là tài liệu căn bản để tòa quyết định. Thực hành trên chỉ có thể ứng dụng được nhờ ở sự lựa chọn những người xứng đáng làm quản tài viên: không những quản tài viên phải là người có căn bản vững vàng về luật thương mại mà còn phải là những người trong sạch có lương tâm chức nghiệp; nếu quản tài viên không hiểu biết gì về luật thương mại, hay, mỗi khi được ủy nhiệm điều tra, lại thông đồng với người khánh tận để người này giấu diếm, tẩu tán tài sản đi, hay, vì thù hằn cá nhân, làm phức tạp man trá, thì dĩ nhiên việc xét xử bị sai lệch; công lý sẽ, vô tình, tiếp tay cho tham nhũng⁴.

Do tính chất là một cơ chế hay một phương thức lấy nợ tập thể, ngăn cản việc lấy nợ riêng rẽ trên tài sản còn lại của con nợ và tòa án là cơ quan nhà nước có thẩm quyền hỗ trợ cho quá trình phá sản, cho nên quản tài viên có bản chất pháp lý là người thụ ủy tư pháp đứng ở trung tâm của mối quan hệ đại diện phát sinh bởi luật. Quản tài viên vừa là người đại diện cho các chủ nợ, lại vừa là người đại diện cho con nợ bị phá sản. Bởi con nợ có khuynh hướng tự làm nghề cho mình để trốn tránh trách nhiệm trả nợ, có thể trả riêng cho chủ nợ theo sự lựa chọn của mình và xét ở khía cạnh quản trị, con nợ yếu kém về quản trị dẫn đến tình trạng phá sản, nên buộc con nợ phải hành động qua một trung gian trong một số hoạt động, nhất là trong mối quan hệ liên

quan đến chủ nợ. Do đó, liên quan tới con nợ, quản tài viên thực hiện nhiệm vụ quản trị sản nghiệp của con nợ. Sản nghiệp là một thuật ngữ pháp lý chỉ tổng thể quyền và nghĩa vụ về tài sản nằm trong nhân cách pháp lý của thể nhân, pháp nhân mà bao gồm phần tích sản và phần tiêu sản⁵. Bởi không chủ nợ nào được lấy nợ riêng rẽ trên khối tài sản còn lại của con nợ để đảm bảo phá sản là một cơ chế lấy nợ tập thể, nên buộc bất kỳ chủ nợ nào cũng phải hành động thông qua một trung gian minh bạch và mọi người có thể kiểm soát được. Do đó, liên quan đến các chủ nợ, quản tài viên thực hiện nhiệm vụ là đại diện cho các chủ nợ để không chủ nợ nào được hành động riêng rẽ trên sản nghiệp của con nợ.

Nếu nhìn nhận trình tự phá sản là một phương cách tái cơ cấu doanh nghiệp, hiệu quả của phương cách này phụ thuộc một cách đáng kể vào năng lực quản lý tài sản của tòa án, quản tài viên và hệ thống hỗ trợ tư pháp. Trong khi hệ thống tòa đặc tụng thụ lý việc phá sản đã hình thành từ hàng trăm năm nay ở phương Tây thì hệ thống tư pháp nước ta mới đang tập làm quen với chức năng này. Từ triệu tập, chủ trì, điều hành các cuộc họp của chủ nợ, phê duyệt dự án tái cơ cấu, giám sát thực hiện, định giá sản nghiệp của con nợ cho đến thanh toán cho các chủ nợ theo thứ tự ưu tiên - tòa án và hệ thống hỗ trợ tư pháp Việt Nam đang đứng trước những thách thức mới lạ trong quản trị kinh doanh. Không chỉ là trừng phạt người vỡ nợ, phá sản trước hết là một cuộc phẫu thuật. Một khi thẩm phán, kiểm toán viên, quản trị viên, luật sư... chưa tích lũy đủ kỹ năng tối thiểu cho những cuộc phẫu thuật đó thì căn bệnh mất khả năng thanh toán tất yếu sẽ được chữa trị bằng những thể chế và phương cách khác.⁶

3. Tổ quản lý tài sản và Tổ thanh toán tài sản trong Luật Phá sản Doanh nghiệp 1993

Điều 15 Luật Phá sản doanh nghiệp 1993 quy định: Chánh tòa Tòa kinh tế cấp tỉnh ra quyết định mở thủ tục giải quyết yêu cầu tuyên bố phá sản doanh nghiệp. Trong quyết định này, các nhân viên Tổ quản lý tài sản được chỉ định. Như vậy, cũng như Pháp và đa số các nước, ở Việt

Nam quyền chỉ định nhân viên quản lý tài sản thuộc về tòa án.

Luật Phá sản doanh nghiệp 1993 quy định có hai tổ là Tổ quản lý tài sản và Tổ thanh toán tài sản. Tổ quản lý tài sản được thành lập khi có quyết định mở thủ tục phá sản và các thành viên của tổ do Chánh tòa Tòa Kinh tế Tòa án nhân dân cấp tỉnh yêu cầu các cơ quan liên quan cử. Tổ thanh toán tài sản được thành lập sau khi có quyết định tuyên bố phá sản doanh nghiệp.

4. Tổ Quản lý, thanh toán tài sản trong Luật Phá sản 2004

Thực tiễn áp dụng Luật Phá sản doanh nghiệp 1993 cho thấy với thành phần tổ quản lý tài sản gồm ít nhất 7 thành viên, tổ thanh toán tài sản gồm ít nhất 6 thành viên từ các cơ quan đơn vị khác nhau đã dẫn đến việc hoạt động của các tổ này là rất kém hiệu quả, chi phí lớn. Khắc phục hạn chế này, khoản 2 điều 9 Luật Phá sản 2004 vào khoản 2 điều 15 Nghị định số 67 ngày 11/7/2006 của Chính phủ quy định nhập 2 tổ là tổ quản lý tài sản và tổ thanh toán tài sản thành một tổ gọi là tổ quản lý thanh toán tài sản nhằm tập trung đầu mối, giảm bớt thủ tục hành chính.

So với Luật Phá sản doanh nghiệp 1993, Luật Phá sản 2004 quy định cơ cấu tổ quản lý thanh toán tài sản gọn nhẹ hơn rất nhiều. Điều này giúp cho hoạt động của tổ này hiệu quả hơn, thuận tiện cho việc xử lý mọi vấn đề, có nhiều thuận lợi cho quá trình phục hồi sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp, hợp tác xã cũng như trong trường hợp doanh nghiệp, hợp tác xã bị tuyên bố phá sản.

Có thể thấy, mục đích của các nhà làm luật nước ta khi quy định về tổ quản lý và thanh lý tài sản làm vừa nhằm đảm bảo tính chuyên nghiệp, tính quyền lực nhà nước (chấp hành viên cơ quan thi hành án với vai trò tổ trưởng), vừa đảm bảo tính chuyên môn và tính dân chủ rộng rãi (sự tham gia của đông đảo các thành phần thuộc các cơ quan chuyên môn cũng như đại diện công đoàn, người lao động và cả chủ nợ), hướng tới việc thực hiện có hiệu quả nhất thủ tục quản lý và xử lý tài sản phá sản, nâng cao hiệu lực của Luật Phá sản.

5. Quản tài viên trong Luật Phá sản 2014

Trong Luật Phá sản 2014, chủ thể thực hiện quản lý, thanh lý tài sản trong thủ tục phá sản đã có sự thay đổi cơ bản. Việc quản lý, thanh lý tài sản phá sản của doanh nghiệp, hợp tác xã không còn chỉ quy định cho một chủ thể duy nhất, mà ở văn bản mới này, việc tiến hành quản lý, thanh lý tài sản phá sản đã được giao cho 2 chủ thể với tên gọi mới, có tư cách pháp lý độc lập, mang tính chất của hoạt động nghề nghiệp, đó là: Quản tài viên và doanh nghiệp quản lý, thanh lý tài sản thay cho các chủ thể mang tính chất vụ việc trước đây. Với 2 chủ thể mới, một chủ thể là cá nhân (quản tài viên), một chủ thể là tổ chức (doanh nghiệp) mặc dù đều thực hiện chung một chức năng, nhiệm vụ: hành nghề quản lý, thanh lý tài sản của doanh nghiệp, hợp tác xã mất khả năng thanh toán trong quá trình giải quyết phá sản.

Sự tham gia của quản tài viên vào thủ tục phá sản doanh nghiệp, hợp tác xã là một bước đột phá của Luật Phá sản năm 2014, đồng thời đưa pháp luật phá sản nước ta tiệm cận hơn với pháp luật về phá sản của một số quốc gia trên thế giới.

Việc đưa chế định quản tài viên khắc phục được những khó khăn, vướng mắc trong cơ chế phối hợp, tính chất kiêm nhiệm của các thành viên trong tổ quản lý, thanh lý tài sản, đáp ứng được yêu cầu về tính nhanh chóng, hiệu quả và chuyên nghiệp trong thực hiện chức năng, nhiệm vụ quản lý tài sản của DN, HTX bị lâm vào tình trạng phá sản, phù hợp với việc thực hiện chủ trương xã hội hoá những hoạt động mang tính nghề nghiệp theo quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về cải cách hành chính; đồng thời, phù hợp với thông lệ quốc tế, vì hiện nay nhiều nước

quy định về chế định quản tài viên, ví dụ: Nhật Bản, Đức, Nga, Pháp, Mỹ, Latvia và theo Khuyến nghị số 45 của Ủy ban Luật thương mại quốc tế của Liên hiệp quốc (UNCITRAL) và theo thông lệ quốc tế thường sử dụng đội ngũ luật sư làm Quản tài viên.

III. Kết luận

Có thể khẳng định rằng, việc quy định chủ thể quản lý, thanh toán tài sản phá sản là một cá nhân hành nghề tự do là một sự thay đổi phù hợp.

Như đã phân tích, nhà nước hiện đại đã và đang chuyển dần một số các hoạt động của mình cho các chủ thể khác trong đời sống xã hội. Ở nước ta, nhiều hoạt động trước đây vốn là những hoạt động mang tính quyền lực nhà nước, được thực hiện bởi hệ thống cơ quan công quyền đã và đang được xã hội hóa nhằm giảm tải gánh nặng cho các cơ quan nhà nước, đưa nhà nước trở về đúng vị trí chức năng của mình và cũng là để đạt hiệu quả cao hơn trong các hoạt động đó. Phá sản không còn là hiện tượng mới mẻ ở các nước có nền kinh tế phát triển và ở các nước này, hoạt động quản lý tài sản phá sản được thực hiện bởi các cá nhân chuyên nghiệp hành nghề độc lập.

Có quan điểm cho rằng, cần xây dựng Bộ quy tắc ứng xử của quản tài viên ở Việt Nam nhằm nâng cao năng lực, phẩm chất của quản tài viên, đáp ứng yêu cầu đặc thù của hoạt động quản lý, thanh lý tài sản⁷. Điều đó sẽ giúp chủ thể này chủ động hơn trong công việc, khiến cho hoạt động quản lý thanh lý tài sản trở thành một hoạt động có tính chuyên nghiệp, đảm bảo nhanh nhất về thời gian, đầy đủ nhất về tài sản, từ đó nâng cao hiệu quả của Luật Phá sản ở nước ta ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Đặng Văn Huy (2012), *Địa vị pháp lý của tổ quản lý và thanh lý tài sản theo pháp luật phá sản*, Tạp chí Pháp luật và Doanh nghiệp số 2 (239)

^{2,3,4}Lê Tài Triển, Nguyễn Vạng Thọ và Nguyễn Tân (1973), *Luật Thương mại Việt Nam dẫn giải*, Quyển II, nhóm nghiên cứu và dự hoạch, Sài Gòn.

⁵ Ngô Huy Cương (2015), *Bình luận các quy định về pháp nhân trong dự thảo BLDS (sửa đổi), Tạp chí Dân chủ và Pháp luật - Số chuyên đề sửa đổi, bổ sung BLDS, NXB Tư pháp.*

⁶ Phạm Duy Nghĩa (2004), *Chuyên khảo Luật Kinh tế (Chương trình sau đại học), NXB ĐHQG Hà Nội.*

⁷ Đặng Văn Huy (2018), *Hoàn thiện chế định quản tài viên trong Luật Phá sản, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp số 20/2018.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Luật Thương mại Trung phần 1942
2. Bộ Luật Thương mại Việt Nam Cộng hòa 1972
3. Luật Phá sản doanh nghiệp 1993
4. Luật Phá sản 2004
5. Luật Phá sản 2014

Ngày nhận bài: 13/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 23/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/2/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ THANH NGỌC

Khoa Luật - Trường Đại học Đà Lạt

THE ENTITY MANAGEMENT AND ASSET LIQUIDATION ACCORDING TO VIETNAM'S LAW ON BANKRUPTCY

● Master. **NGUYEN THI THANH NGOC**
Faculty of Law, Da Lat University

ABSTRACT:

Over the different periods, the regulations on the entity management model and asset liquidation during bankruptcy settlement process in Vietnamese law have changed significantly. Especially, in this current period, this issue has become increasingly important and received much attention. This study generally introduces the entity management and the asset liquidation models which were recognized in Vietnamese law.

Keywords: The entity managing, liquidation of bankruptcy assets, asset management officer, bankrupt.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN LUẬT THƯƠNG MẠI NĂM 2005 TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY Ở VIỆT NAM

● CAO THANH HUYỀN

TÓM TẮT:

Sau gần 15 năm có hiệu lực thi hành, Luật Thương mại năm 2005 đã bộc lộ nhiều hạn chế, bất cập. Bài viết tập trung chỉ ra sự cần thiết của việc sửa đổi, bổ sung Luật Thương mại năm 2005. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện Luật Thương mại năm 2005 trong điều kiện hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Luật Thương mại năm 2005, hạn chế, bất cập, giải pháp hoàn thiện.

1. Sự cần thiết sửa đổi, bổ sung Luật Thương mại năm 2005

Luật Thương mại năm 2005 (LTM 2005) đã được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XI, kỳ họp thứ 7 thông qua ngày 14 tháng 6 năm 2005. Luật có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 01 năm 2006. Hiện tại, đây là văn bản quy phạm pháp luật có hiệu lực pháp lý cao nhất quy định về các vấn đề liên quan đến việc thực hiện hoạt động thương mại trên lãnh thổ Việt Nam. Sự ra đời của LTM 2005 đã đáp ứng kịp thời yêu cầu hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, khắc phục những hạn chế của Luật Thương mại năm 1997 thông qua việc mở rộng phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng, sửa đổi các quy định không còn phù hợp, bổ sung những hoạt động thương mại mới, đồng thời tập hợp các hoạt động thương mại cùng tính chất trong các chương riêng, thay vì quy định dàn trải như trước đây. Qua gần 15 năm thực hiện, LTM 2005 đã có

những tác động tích cực đến đời sống kinh tế - xã hội, tạo ra hành lang pháp lý thống nhất cho các hoạt động kinh doanh thương mại trên thực tế và góp phần cải thiện môi trường kinh doanh của Việt Nam. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của nền kinh tế thế giới nói chung, nền kinh tế Việt Nam nói riêng trong thời gian qua, LTM 2005 đã bộc lộ những hạn chế nhất định, đòi hỏi phải sửa đổi vì nhiều lý do, trong đó có thể kể đến các lý do cơ bản sau đây:

Thứ nhất, kể từ khi Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức Thương mại thế giới (WTO), các hoạt động thương mại ở nước ta đã có sự phát triển mạnh mẽ. Thêm vào đó, rất nhiều văn bản pháp luật chuyên ngành đã được ban hành hoặc đang được sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với sự phát triển của hoạt động thương mại. Do đó, nhiều chế định của LTM 2005 đã tỏ ra lỗi thời, không còn phù hợp với thực tiễn, vô tình trở thành rào cản cho các thương nhân khi hoạt động trên thị trường. Theo

quan điểm của nhiều chuyên gia, điều bất cập lớn nhất hiện nay của LTM 2005 đó là, tuy được coi là luật chung tạo nền tảng cho các hoạt động thương mại của thương nhân, song hầu hết các quy định quan trọng về hoạt động thương mại, chính sách thương mại trong quan hệ thương mại tư đều không thể tìm thấy trong Luật. Thay vào đó, những quy định này lại chủ yếu được tìm thấy trong các văn bản pháp luật chuyên ngành hay hệ thống chặt chẽ các thông tư và hướng dẫn quy định dưới Luật. Điều này tạo ra khoảng cách khác biệt lớn giữa LTM 2005 với các luật chuyên ngành và các Thông tư, Nghị định, từ đó gây khó khăn và bất cập cho việc thực thi pháp luật¹.

Thứ hai, ngày 24/11/2015, Quốc hội đã thông qua Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 (BLDS 2015), có hiệu lực từ ngày 01/01/2017. BLDS 2015 ra đời thay thế cho BLDS 2005 đã đặt ra yêu cầu sửa đổi, bổ sung những văn bản quy phạm pháp luật thuộc các lĩnh vực luật tư có liên quan, trong đó có LTM 2005. Trong bối cảnh đó, người ta dễ dàng nhận thấy: rất nhiều quy định trong LTM 2005 trùng lặp hoặc mâu thuẫn với quy định của BLDS 2015, như quy định liên quan đến hoạt động mua bán hàng hóa, giá công trong thương mại, cho thuê hàng hóa, đấu giá hàng hóa, hay các quy định về việc xử lý hành vi vi phạm hợp đồng,... Theo nguyên tắc áp dụng Luật được đặt ra trong LTM 2005, hoạt động thương mại đặc thù được quy định trong luật chuyên ngành thì áp dụng quy định của luật chuyên ngành. Hoạt động thương mại không được quy định trong LTM và trong các luật khác thì áp dụng quy định của BLDS. Tuy nhiên, như đã đề cập ở trên, LTM 2005 đã bỏ sót rất nhiều quy định quan trọng liên quan đến các hoạt động thương mại trên thực tế, hoặc nếu có, những quy định này cũng không phù hợp với quy định trong các luật chuyên ngành và các văn bản hướng dẫn thi hành. Do vậy, dường như LTM 2005 chỉ được sử dụng để dẫn chiếu, trong khi BLDS 2015, Luật chuyên ngành và các Nghị định, Thông tư chủ yếu được áp dụng. Điều này khiến cho sự tồn tại của LTM 2005 trở nên không cần thiết, vì những quy định chồng chéo của LTM đã làm phức tạp hơn vấn đề áp dụng luật cho các quan hệ tư, đặc biệt là với BLDS.

Thứ ba, Chính phủ Việt Nam tiếp tục thành công trong việc đàm phán, ký kết các Hiệp định

thương mại tự do song phương và đa phương với các quốc gia và tổ chức quốc tế trong khu vực và trên thế giới, trong đó không thể không kể đến Hiệp định đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA). Việc tham gia 2 hiệp định này mang lại rất nhiều cơ hội phát triển kinh tế - xã hội cho Việt Nam, song bên cạnh đó cũng đặt ra yêu cầu và thách thức không nhỏ trong việc hoàn thiện thể chế chính sách, pháp luật có liên quan, tạo điều kiện cho hoạt động đầu tư kinh doanh của các nhà đầu tư trong và ngoài nước thời gian tới. LTM 2005 là một trong những đạo luật quan trọng, tác động rất lớn đến hoạt động của các nhà đầu tư, do đó, việc sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện các quy định của LTM 2005 được đặt ra cấp thiết hơn bao giờ hết.

Có thể thấy, với những lý do nêu trên, việc sửa đổi, hoàn thiện LTM 2005 là cần thiết nhằm đảm bảo tính thống nhất của hệ thống pháp luật; đồng thời, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế và hội nhập sâu rộng của Việt Nam vào nền kinh tế thế giới. Không chỉ thế, cùng với Luật Doanh nghiệp (2014) và Luật Đầu tư (2014), việc sửa đổi LTM 2005 sẽ đảm bảo tính tương thích của pháp luật doanh nghiệp - đầu tư - thương mại Việt Nam với các điều ước quốc tế đã ký kết, đảm bảo sự hấp dẫn của môi trường kinh doanh Việt Nam với các nhà đầu tư quốc tế.

2. Kiến nghị một số giải pháp hoàn thiện Luật Thương mại năm 2005

Thứ nhất, khắc phục sự chồng chéo giữa LTM với BLDS và các luật chuyên ngành:

Để khắc phục hạn chế này, các nhà làm luật cần nghiên cứu bỏ cách tiếp cận LTM là luật chung áp dụng cho các hoạt động thương mại. Thay vào đó, LTM sẽ là luật chuyên ngành và có vị trí tương tự như các luật chuyên ngành khác². Nói cách khác, LTM sẽ chỉ tập trung các quy định về các hoạt động thương mại mang tính đặc thù. Đối với những hoạt động không có tính thương mại, hoặc vừa có tính chất thương mại, vừa có tính chất dân sự, thiết nghĩ nên nghiên cứu loại bỏ khỏi LTM và chỉ quy định trong BLDS hay các luật chuyên ngành để đảm bảo tính thống nhất, tránh sự chồng chéo không cần thiết. Cụ thể, BLDS 2015 đã quy định rất chi tiết về các vấn đề pháp lý liên quan đến hoạt động mua bán tài sản, cho thuê tài sản,

gia công, hay các quy định về việc xử lý các hành vi vi phạm nghĩa vụ hợp đồng. Vì vậy, nếu quy định không có gì khác biệt, LTM nên lược bỏ những quy định này.

Tương tự như vậy, hiện nay hoạt động đấu giá hàng hóa, đấu thầu hàng hóa, dịch vụ và quảng cáo thương mại vừa được điều chỉnh bởi LTM 2005 và các luật chuyên ngành, bao gồm: Luật Đấu giá tài sản năm 2016, Luật Đấu thầu năm 2013, Luật Quảng cáo năm 2012. Trong đó, những quy định của LTM 2005 về những hoạt động này chỉ mang tính chung chung, khó áp dụng, thậm chí không thể áp dụng trên thực tế. Thêm vào đó, những luật chuyên ngành được ban hành sau đã có những quy định mới, phù hợp hơn với thực tiễn, khiến cho các quy định của LTM 2005 trở nên lỗi thời, lạc hậu. Vì vậy, để tránh gây ra sự khó khăn cho quá trình áp dụng, các nhà làm luật cần nghiên cứu sửa đổi LTM 2005 cho phù hợp với các văn bản pháp luật chuyên ngành được ban hành sau, hoặc lược bỏ các quy định về đấu giá, đấu thầu và quảng cáo vì đã có văn bản pháp luật điều chỉnh chi tiết.

Thứ hai, sửa đổi, bổ sung các quy định pháp luật không phù hợp, chưa rõ ràng, đáp ứng kịp thời sự phát triển của hoạt động thương mại và đảm bảo sự tương thích của LTM với các văn bản pháp luật thương mại và các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Tính đến thời điểm hiện tại, LTM 2005 đã có hiệu lực thi hành được 14 năm. Trong khoảng thời gian này đã có rất nhiều sự thay đổi của các chính sách pháp luật có liên quan, nhiều điều ước quốc tế mới được ký kết và các quan hệ thương mại cũng phát triển nhanh chóng. Đáp ứng sự thay đổi không ngừng của thực tiễn thực hiện hoạt động thương mại, nhiều văn bản Luật chuyên ngành cũng như các văn bản hướng dẫn thi hành LTM đã được ban hành, trong khi văn bản quy phạm pháp luật có hiệu lực pháp lý cao nhất quy định chung về hoạt động thương mại - LTM 2005 - lại chỉ được sửa đổi, bổ sung chính thức một lần duy nhất vào năm 2017 (có hiệu lực từ ngày 01/01/2018), chủ yếu liên quan đến các quy định về xuất nhập khẩu, tạm nhập, tái xuất, tạm xuất, tái nhập, chuyển khẩu, quá cảnh hàng hóa. Vì vậy, trong thời gian tới, các nhà làm luật cần nghiên cứu khắc phục các hạn chế, bất cập trong LTM 2005, cụ thể như sau:

Một là, mở rộng, quy định rõ ràng hơn về phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng của LTM 2005. Theo quy định tại Điều 2 LTM 2005, đối tượng áp dụng của LTM 2005 bao gồm: thương nhân thực hiện hoạt động thương mại và tổ chức, cá nhân khác hoạt động có liên quan đến thương mại. Quy định này chưa bao quát được hết mối quan hệ giữa các chủ thể thực hiện hoạt động thương mại trên thực tế, bao gồm: cá nhân thực hiện hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh với nhau; cá nhân thực hiện hoạt động thương mại với thương nhân; thương nhân/cá nhân thực hiện hoạt động thương mại với người tiêu dùng. Bên cạnh đó, quy định “tổ chức, cá nhân khác hoạt động có liên quan đến thương mại” không rõ ràng và cũng không có quy định hướng dẫn cụ thể. Vì vậy, LTM cần bổ sung thêm đối tượng áp dụng và quy định rõ hơn về những tổ chức, cá nhân có hoạt động liên quan đến thương mại. Việc mở rộng đối tượng áp dụng không chỉ phù hợp với thực tiễn mà còn để phù hợp với các văn bản pháp luật có liên quan như Luật Trọng tài thương mại năm 2010.

Hai là, sửa đổi lại khái niệm về thương nhân. Theo Khoản 1 Điều 6 LTM 2005: “thương nhân bao gồm tổ chức kinh tế được thành lập hợp pháp, cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên và có đăng ký kinh doanh”. Với quy định này, một trong những dấu hiệu nhận diện chủ thể kinh doanh là thương nhân đó là: cá nhân hoạt động thương mại một cách thường xuyên. Quy định này không còn phù hợp với thực tiễn khi có những cá nhân hoạt động ở khu vực “phi chính thức” cũng nhằm mục đích sinh lợi nhưng hoạt động không thường xuyên như buôn bán ô tô, bảo hiểm, bất động sản... Bên cạnh đó, việc yêu cầu thương nhân phải có đăng ký kinh doanh cũng không phù hợp với quy định pháp luật của nhiều quốc gia trên thế giới. Việt Nam là một trong số ít quốc gia còn nhận diện thương nhân theo phương thức quản lý nhà nước đối với chủ thể này, thay vì chỉ nhận diện dựa trên bản chất thương mại của thương nhân. Quy định này đã tạo ra sự phân biệt đối xử không cần thiết giữa các chủ thể được gọi là thương nhân với các tổ chức, cá nhân thực hiện hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên nhưng không đăng ký kinh doanh. Không chỉ thế, mặc dù coi “có đăng ký kinh doanh” là một trong những dấu hiệu nhận diện thương nhân, nhưng ngay tại Điều 7

LTM 2005 lại quy định: “Thương nhân có nghĩa vụ đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật. Trường hợp chưa đăng ký kinh doanh, thương nhân vẫn phải chịu trách nhiệm về mọi hoạt động của mình theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật”. Với quy định này, có thể hiểu LTM 2005 vẫn thừa nhận các tổ chức, cá nhân là thương nhân ngay cả khi những chủ thể này không có đăng ký kinh doanh. Để khắc phục hạn chế này, thiết nghĩ các nhà làm luật nên nghiên cứu lại khái niệm về “thương nhân” theo hướng chỉ quy định về bản chất của thương nhân, đảm bảo mở rộng tối đa phạm vi áp dụng của LTM tới mọi chủ thể kinh doanh trong xã hội.

Ba là, sửa đổi một số quy định liên quan đến hợp đồng mua bán hàng hóa, bao gồm: quy định về thời điểm chuyển quyền sở hữu hàng hóa quy định tại Điều 62 LTM 2005, hay quy định về thời điểm chuyển rủi ro từ Điều 57 đến Điều 61 LTM 2005. Cụ thể: bổ sung thêm các trường hợp chuyển quyền sở hữu hàng hóa và các trường hợp chuyển rủi ro đối với trường hợp hàng hóa phải đăng ký quyền sở hữu, trường hợp mua trả góp, mua dùng thử,... Ngoài ra, để đảm bảo sự phù hợp với Công ước Viên năm 1980 về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế, LTM cần bổ sung thêm các quy định về trường hợp bên mua được yêu cầu giảm giá bán hàng hóa đối với trường hợp không từ chối nhận hàng không phù hợp với hợp đồng, hay các quy định về nghĩa vụ bảo hành hàng hóa của bên bán.

Bốn là, sửa đổi các quy định về các hoạt động trung gian thương mại. Cụ thể: (i) Đối với hoạt động môi giới thương mại, LTM cần bổ sung quy định rõ ràng về hình thức của hợp đồng môi giới thương mại, theo hướng cho phép các bên có quyền tự quyết định hình thức của hợp đồng dưới dạng văn bản hoặc các hình thức có giá trị pháp lý tương đương văn bản. (ii) Đối với hoạt động ủy thác mua bán hàng hóa, LTM cần làm rõ trường hợp bên nhận ủy thác không làm theo đúng sự chỉ dẫn của bên ủy thác nhưng mang lại lợi ích kinh tế cho bên ủy thác sẽ giải quyết như thế nào để đảm bảo quyền lợi cho cả hai bên. (iii) Đối với hoạt động đại lý thương mại, bổ sung thêm quy định cho phép bên đại lý có thể là thương nhân hoặc không phải là thương nhân để phù hợp với thực tiễn thực hiện hoạt động thương mại này.

Năm là, sửa đổi, bổ sung các quy định về dịch vụ logistics và nhượng quyền thương mại, đặc

biệt là các quy định về khái niệm, điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics, khái niệm và các hình thức nhượng quyền thương mại.

Sáu là, hoàn thiện các quy định về chế tài thương mại. Quy định về chế tài thương mại hiện nay còn nhiều bất cập như quy định về mức phạt vi phạm tối đa không còn phù hợp và cản trở quyền tự do thỏa thuận của các bên trong quan hệ hợp đồng, chưa quy định rõ ràng về mối quan hệ giữa chế tài phạt vi phạm với chế tài bồi thường thiệt hại và các chế tài khác như tạm dừng, đình chỉ hay hủy bỏ hợp đồng. (i) Đối với quy định về mức phạt vi phạm tối đa đối với hành vi vi phạm nghĩa vụ hợp đồng: để đảm bảo sự phù hợp với quy định của BLDS 2015 và tôn trọng quyền tự do thỏa thuận của các bên trong quan hệ hợp đồng, thiết nghĩ LTM 2005 nên tăng mức phạt vi phạm tối đa hoặc cho phép các bên tự do thỏa thuận về mức phạt này. (ii) Đối với quy định về mối quan hệ giữa chế tài phạt vi phạm, bồi thường thiệt hại và các chế tài tạm ngừng, đình chỉ, hủy bỏ hợp đồng: để đảm bảo nguyên tắc tự do hợp đồng, thiết nghĩ LTM 2005 nên cho phép các bên thỏa thuận về việc áp dụng đồng thời hoặc không đồng thời chế tài phạt vi phạm và bồi thường thiệt hại thay vì bắt buộc phải áp dụng đồng thời cả hai chế tài đối với cùng một hành vi vi phạm nghĩa vụ hợp đồng như hiện nay (trong trường hợp các bên có thỏa thuận phạt vi phạm). Bên cạnh đó, LTM cũng cần bổ sung quy định về việc áp dụng đồng thời các chế tài tạm ngừng, đình chỉ và hủy bỏ hợp đồng với các chế tài thương mại khác như phạt vi phạm hay bồi thường thiệt hại để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho quá trình thi hành pháp luật.

Bảy là, các nhà làm luật cần nghiên cứu bổ sung vào LTM một số hoạt động thương mại mới, phù hợp với thực tiễn phát triển hoạt động thương mại ở nước ta trong thời gian gần đây, đồng thời đảm bảo thực hiện đúng cam kết về mở cửa thị trường dịch vụ của Việt Nam với WTO. Cụ thể: Hoạt động bán buôn, bán lẻ là 2 trong số 4 phân ngành của ngành dịch vụ phân phối (theo WTO), cùng với hoạt động đại lý và nhượng quyền thương mại³. Đây đều là những hoạt động thương mại đang rất phát triển ở Việt Nam, nhưng số lượng văn bản pháp luật chính thức điều chỉnh 2 hoạt động này chưa nhiều. LTM có thể bổ sung các quy định điều chỉnh 2 hoạt động thương mại này ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO VÀ TRÍCH DẪN:

¹Hiếu Minh, *Sửa Luật Thương mại để cải thiện môi trường kinh doanh*, nguồn truy cập: <https://tinnhanhchungkhoan.vn/phap-luat/sua-luat-thuong-mai-de-cai-thien-moi-truong-kinh-doanh-132558.html>

²Hiếu Minh, *Sửa Luật Thương mại để cải thiện môi trường kinh doanh*, nguồn truy cập: <https://tinnhanhchungkhoan.vn/phap-luat/sua-luat-thuong-mai-de-cai-thien-moi-truong-kinh-doanh-132558.html>

³Phan Thu, *Cần sửa đổi Luật Thương mại*, nguồn truy cập: www.baohaiquan.vn/Pages/Luat-Thuong-mai-2005-sua-doi-thong-qua-vao-2018.aspx

Ngày nhận bài: 17/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/2/2020

Thông tin tác giả:

CAO THANH HUYỀN

Bộ môn Luật Thương mại, Khoa Pháp luật kinh tế,

Trường Đại học Luật Hà Nội

**SOME SOLUTIONS TO IMPROVE
THE EFFECTIVENESS OF THE COMMERCIAL LAW 2005
IN THE CONTEXT OF VIETNAM'S CURRENT
ECONOMIC DEVELOPMENT**

● **CAO THANH HUYEN**

Department of Commercial Law, Faculty of Economic Law,
Hanoi University of Law

ABSTRACT:

After nearly 15 years of implementation, the Commercial Law 2005 has revealed many its limitations and inadequacies. This paper presents the necessity of amending and supplementing the Commercial Law 2005. This paper also offers some solutions to improve the effectiveness of the Commercial Law 2005 in the context of Vietnam's deeply integration into the world economy.

Keywords: Commercial Law 2005, limitation, inadequacy, solution.

NHỮNG YÊU CẦU VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ CÔNG TY LUẬT HỢP DANH Ở VIỆT NAM

● NGUYỄN MINH ĐỨC

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, vấn đề hoàn thiện pháp luật về công ty luật hợp danh (CTLHD) là một yêu cầu thiết yếu. Tuy nhiên, việc hoàn thiện hệ thống pháp luật đó cần đáp ứng đầy đủ các yêu cầu đặt ra. Với mục đích nhằm phát triển đội ngũ luật sư (LS) chuyên nghiệp có phẩm chất đạo đức tốt, trình độ chuyên môn cao, phát huy vai trò của LS trong hoạt động của công ty, bài viết đề ra những yêu cầu và những giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật về CTLHD trong điều kiện xây dựng nhà nước pháp quyền XHCN Việt Nam hiện nay, đặc biệt là việc thực hiện mục tiêu và nhiệm vụ cải cách tư pháp (CCTP).

Từ khóa: Pháp luật về công ty luật hợp danh, cải cách tư pháp, nhà nước pháp quyền, luật sư.

1. Dẫn nhập

Đứng trước yêu cầu CCTP, xây dựng nhà nước pháp quyền XHCN nâng cao hiệu quả, hiệu lực hoạt động của các cơ quan tư pháp nhằm bảo vệ các quyền dân chủ của công dân, Đảng ta đã đề ra nhiều chủ trương, đường lối trong việc cải cách hệ thống tư pháp từ tổ chức đến cơ chế hoạt động, trong đó có pháp luật về CTLHD. Quan điểm mang tính định hướng là CCTP phải nằm trong chủ trương đổi mới bộ máy nhà nước, đổi mới hệ thống chính trị, gắn liền với nhiệm vụ xây dựng nhà nước pháp quyền ở Việt Nam. Từ đó có thể nhận thấy việc đổi mới tổ chức và hoạt động LS nằm trong nội dung của CCTP. Điều đó còn thể hiện mối quan hệ chặt chẽ và vai trò quan trọng của tổ chức và hoạt động LS đối với hoạt động

tư pháp nói chung và hoạt động tố tụng nói riêng.

Trong những năm gần đây, Đảng và Nhà nước ta đã thực hiện một số bước quan trọng về CCTP. Tổ chức, bộ máy của các cơ quan điều tra, kiểm sát, tòa án, thi hành án và bộ trợ tư pháp trong đó có hoạt động LS đã có nhiều điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với sự phát triển của đất nước. Chức năng, nhiệm vụ của LS, tổ chức xã hội - nghề nghiệp của LS đã được xác định rõ ràng hơn. Hoạt động LS ngày càng phát triển, khẳng định vị thế của mình, góp phần hỗ trợ đắc lực cho hoạt động tư pháp và nâng cao nhận thức pháp luật của nhân dân, hỗ trợ hiệu quả cho công dân trong việc bảo vệ các quyền và lợi ích của họ. Tuy nhiên, hoạt động LS vẫn còn có những bất cập nhất định cần tiếp tục bổ sung, hoàn thiện.

2. Những yêu cầu của việc hoàn thiện pháp luật về CTLHD

2.1. Việc hoàn thiện pháp luật về CTLHD phải đáp ứng yêu cầu, điều kiện CCTP, xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa

Đối mới quản trị công ty luật là nhu cầu thiết yếu, khách quan, quá trình đó đòi hỏi những vấn đề sau:

- Cần khẳng định LS là một nghề, vì vậy tổ chức, hoạt động LS cần được xây dựng trên những nguyên tắc là một nghề chuyên nghiệp, nghề tự do;

- Cần tạo cơ sở pháp lý thuận lợi để phát triển đội ngũ LS chuyên nghiệp, đáp ứng nhu cầu về luật sư tham gia tố tụng, tư vấn pháp luật cho cá nhân, tổ chức, nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của họ cũng như hỗ trợ đắc lực cho hoạt động xét xử;

- Từng bước chuẩn hóa các tiêu chuẩn luật sư phù hợp với các yêu cầu, điều kiện cụ thể của sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, nhưng phải bảo đảm đáp ứng các chuẩn mực về mặt chuyên môn nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp, phù hợp với điều kiện hành nghề của luật sư trong khu vực và trên thế giới;

- Đề cao trách nhiệm cá nhân của LS, LS là thành viên công ty nâng cao vai trò tự quản của tổ chức nghề nghiệp của luật sư, đồng thời nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đối với nghề LS;

- Từng bước hoàn chỉnh hệ thống văn bản điều chỉnh nghề LS, tạo cơ sở pháp lý thuận lợi cho nghề LS Việt Nam phát triển, hội nhập khu vực và quốc tế.

2.2. Hoàn thiện pháp luật trên cơ sở phải nâng cao nhận thức đầy đủ và đúng đắn hơn nữa vị trí, vai trò của LS trong hoạt động tư pháp

Hiện nay, thực tế vẫn còn tư tưởng hạ thấp vai trò của LS và cho rằng LS sẽ gây khó khăn cho việc chống tội phạm, giúp cho kẻ phạm tội trốn tránh trách nhiệm. Quan điểm của nhiều người làm công tác điều tra cho rằng nếu LS tham gia từ giai đoạn điều tra thì tạo ra những khó khăn trong việc phát hiện tội phạm, bảo đảm bí mật điều tra, bảo quản chứng cứ,... Theo báo cáo kết

quả điều tra cơ bản về hoạt động của các cơ quan tư pháp trong việc bảo đảm quyền dân chủ của công dân và trật tự an toàn xã hội do Viện Nghiên cứu Khoa học pháp lý, Bộ Tư pháp thực hiện ở Hà Nội thì trong số điều tra viên được phỏng vấn có 42.86% điều tra viên cho là sự tham gia của LS vào giai đoạn điều tra là cần thiết, còn 57,47% số điều tra viên cho là không cần thiết (Hùng Khoa, 2017). Ngược lại, có ý kiến cho rằng, tội phạm đã rõ ràng thì LS không thể bào chữa cho kẻ phạm tội hoặc LS là “người giúp việc” cho cơ quan tiến hành tố tụng. Quan niệm như vậy đối với LS là trái quy định của pháp luật và chính sách hình sự của Đảng và Nhà nước ta. Sự tham gia của luật sư ở giai đoạn điều tra không chỉ mở rộng những nguyên tắc dân chủ của tố tụng hình sự (TTHS), mà còn nâng cao chất lượng điều tra, tăng cường pháp chế trong giai đoạn điều tra.

Việc bào chữa kiên định, dũng cảm trong các vụ án hình sự không những không cản trở mà còn thúc đẩy cuộc đấu tranh chống tội phạm, giúp khắc phục những sai lầm trong việc xử lý vụ án. Bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của bị can, bị cáo và các đương sự khác bằng những phương tiện hợp pháp, luật sư thể hiện vai trò của mình trong việc bảo vệ quyền công dân. Vì vậy, cần có nhận thức đúng về vị trí, vai trò của LS trong tố tụng nói riêng và trong xã hội nói chung. Nhận thức đó phải được quán triệt trong các cơ quan nhà nước, trước hết là các cơ quan tiến hành tố tụng và mọi người dân.

Có thể nói, nâng cao nhận thức của các cơ quan tiến hành tố tụng, người tiến hành tố tụng về vị trí, vai trò của LS trong quá trình giải quyết vụ án, tôn trọng LS và ý kiến của LS, tạo điều kiện thuận lợi cho LS thực hiện quyền, nghĩa vụ của mình trong các giai đoạn tố tụng là một trong những nhiệm vụ của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, tổ chức xã hội-nghề nghiệp của LS.

Nâng cao nhận thức của cơ quan, tổ chức khác và nhân dân về vị trí, vai trò của LS trong xã hội, góp phần tăng tính hấp dẫn nghề nghiệp LS, thu hút ngày càng đông đội ngũ cử nhân luật mới ra trường tham gia hành nghề LS. Đồng thời, phát

triển thị trường dịch vụ pháp lý ở Việt Nam, kích thích nhu cầu sử dụng dịch vụ pháp lý của LS từ phía các cơ quan, tổ chức và cá nhân là một trong những mục tiêu của đổi mới quản trị công ty luật.

2.3. Nâng cao phẩm chất đạo đức và trình độ chuyên môn, tính chuyên nghiệp của LS và phát triển đội ngũ LS là một trong những yêu cầu trong việc hoàn thiện pháp luật về CTLHD

Để nâng cao hiệu quả hoạt động của LS và của CTLHD, ngoài việc không ngừng hoàn thiện chế định LS, nhận thức đúng đắn về vị trí, vai trò của LS và trách nhiệm của cơ quan nhà nước đối với tổ chức và hoạt động của LS, cần phải xây dựng đội ngũ LS có trình độ nghiệp vụ chuyên môn, tính chuyên nghiệp cao, có phẩm chất đạo đức tốt.

Do đặc điểm, yêu cầu của nghề nghiệp nên tiêu chuẩn về phẩm chất đạo đức đối với LS đặc biệt được coi trọng. Dù LS hoạt động nghề nghiệp với tư cách cá nhân hay là thành viên trong các công ty luật, LS phải tuân thủ các nguyên tắc như không được bảo vệ cho nhiều khách hàng có quyền lợi đối lập nhau trong một vụ việc, bảo đảm bí mật nghề nghiệp, tôn trọng sự lựa chọn của khách hàng, không kiêm nhiệm...

Hành nghề LS là hoạt động đòi hỏi trách nhiệm rất cao. LS phải chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại vật chất gây ra cho khách hàng do lỗi của mình trong việc tư vấn pháp luật và có nghĩa vụ mua bảo hiểm nghề nghiệp để đảm bảo thực hiện trách nhiệm đó. Cơ chế bồi thường thiệt hại qua chế độ bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp sẽ chắc chắn hơn, bảo đảm hơn trong việc bồi thường thiệt hại cho khách hàng. Thực tế ở Việt Nam trong thời gian qua, LS khi hành nghề không phải mua bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp. Pháp luật cũng chưa quy định rõ ai là người chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại cho khách hàng do lỗi của LS. Vì vậy, xảy ra những trường hợp khách hàng bị thiệt hại không biết kiện ai. Một trong những nguyên nhân không làm rõ được trách nhiệm nghề nghiệp của LS là pháp luật chưa quy định rõ về trách nhiệm nghề nghiệp của LS. Nghề LS có nhiều đặc thù và được điều chỉnh không chỉ bằng những quy định của pháp

luật và còn bằng quy tắc đạo đức và ứng xử nghề nghiệp LS. Đoàn luật sư có trách nhiệm quản trị công ty luật về mặt đạo đức nghề nghiệp và Đoàn luật sư được xem như là “thanh kiểm” để xử lý những trường hợp LS vi phạm đạo đức nghề nghiệp, vừa là công cụ, phương tiện bảo vệ cho LS tránh khỏi sự can thiệp, áp lực từ phía người thứ ba khi thực hiện hoạt động nghề nghiệp.

Tăng cường sự quản lý của nhà nước và xác định rõ vai trò tự quản của tổ chức xã hội- nghề nghiệp của LS mới tạo điều kiện phát triển đội ngũ LS Việt Nam nhiều về số lượng, mạnh về chất lượng và phát huy vai trò của họ trong nền kinh tế theo cơ chế thị trường. Để phát triển đội ngũ LS ở Việt Nam hiện nay đáp ứng yêu cầu xây dựng nhà nước pháp quyền thì Nhà nước cần hoàn thiện các văn bản pháp luật về LS và có biện pháp nhằm hỗ trợ phát triển nghề LS. Là cơ quan quản lý công ty luật, Bộ Tư pháp có vai trò trong việc hoàn thiện cơ sở pháp lý, cải tiến nội dung, chương trình, phương pháp đào tạo nghề LS theo hướng tập trung vào kỹ năng hành nghề, kinh nghiệm thực tiễn, kết hợp việc giảng dạy với thực tập tại các tổ chức hành nghề LS, tòa án, VKS và cơ quan điều tra, có chế độ trả công xứng đáng để thu hút được đội ngũ LS, thẩm phán, kiểm sát viên, điều tra viên giỏi tham gia đào tạo nghề LS, thường xuyên nghiên cứu, trao đổi kinh nghiệm với nước ngoài. Hỗ trợ các Đoàn LS trong việc thường xuyên cập nhật kiến thức pháp luật và bồi dưỡng về kỹ năng hành nghề nói chung, kỹ năng tranh tụng nói riêng, văn hóa ứng xử và đạo đức nghề nghiệp cho LS.

2.4. Hoàn thiện pháp luật về CTLHD phải phù hợp với tính chất nghề nghiệp LS và thông lệ quốc tế

Xuất phát từ chức năng xã hội, nhiệm vụ của LS ở Việt Nam và theo thông lệ quốc tế thì nghề LS là một nghề đặc thù. LS không những chỉ bảo vệ quyền và lợi ích của khách hàng mà còn phải bảo vệ lợi ích công cộng, bảo đảm thực thi pháp luật. Các LS hành nghề theo quy định của pháp luật nhưng đồng thời phải tuân thủ quy tắc đạo đức và ứng xử nghề nghiệp và chịu sự quản lý chặt chẽ của tổ chức xã hội - nghề nghiệp của

LS. Dân chủ thực sự trong tổ chức và hoạt động của tổ chức xã hội - nghề nghiệp của LS mới tạo ra được cơ chế tổ chức, quản lý CTLHD có hiệu quả. Vì vậy, yêu cầu đặt ra cho Nhà nước là cần phải xây dựng cơ chế dân chủ trong tổ chức và hoạt động của tổ chức xã hội-nghề nghiệp LS. Đồng thời, chính tổ chức xã hội - nghề nghiệp của LS cũng phải tạo ra cơ chế dân chủ để các thành viên của mình tham gia một cách đầy đủ vào quá trình tổ chức và hoạt động. Việc xây dựng và hoàn thiện CTLHD phải phù hợp với tính chất nghề nghiệp LS. Điều đó đặt ra cho Nhà nước là phải xây dựng và thể hiện một cách đầy đủ nguyên tắc kết hợp quản lý nhà nước với phát huy vai trò tự quản của tổ chức xã hội - nghề nghiệp của LS, đồng thời từng bước xã hội hóa quản trị công ty luật phù hợp với điều kiện phát triển của xã hội.

Trong xu thế hội nhập quốc tế, đặc biệt là việc Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO, ký kết hơn 10 hiệp định tự do thế hệ mới (FTA) tổ chức hành nghề LS, các LS ở nước ta không thể đứng ngoài tiến trình đó. Vì vậy, hoàn thiện pháp luật CTLHD nhằm phát triển đội ngũ LS, tạo cơ hội cho tổ chức và hoạt động LS ở nước ta hòa nhập và phát triển là một yêu cầu khách quan, tất yếu.

3. Những giải pháp hoàn thiện pháp luật về CTLHD

3.1. Những giải pháp chung

Thứ nhất, cần tiến hành rà soát, xem xét để có thể xây dựng và ban hành Luật Luật sư năm 2006 (sửa đổi, bổ sung năm 2012). Luật mới về LS (thay thế cho Luật Luật sư năm 2006, 2012) cần quy định tập trung vào những vấn đề cơ bản sau:

- + Nguyên tắc hành nghề LS;
- + Quy định chi tiết về cơ sở đào tạo nghề luật sư, nội dung, chương trình đào tạo nghề luật sư tránh tình trạng đào tạo LS do một cơ sở đào tạo còn việc cấp giấy chứng nhận lại do một cơ sở khác.
- + Quy định về hình thức hành nghề, hình thức tổ chức hành nghề LS. Những quy định hiện nay về tổ chức hành nghề LS vẫn mang tính chất

chung, thiếu minh bạch và chịu ảnh hưởng nhiều của các chế định pháp luật được quy định tại Luật Doanh nghiệp.

+ Quy định cơ cấu, tổ chức, chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của tổ chức LS toàn quốc và các đoàn LS trong vấn đề nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức hành nghề LS.

+ Quy định, hướng dẫn về nội dung và thẩm quyền quản lý về LS.

Thứ hai, xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển đội ngũ LS, đào tạo LS đến năm 2020. Trên cơ sở đánh giá thực tiễn công tác phát triển, hiệu quả hoạt động của công ty luật bao gồm cả việc đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ LS để phát hiện những điểm mạnh, điểm yếu, bất cập cần hoàn thiện. Hành trình quy hoạch tổng thể phát triển đội ngũ LS của các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, các vùng các miền trong thời gian đến năm 2020.

Tập trung đào tạo đội ngũ LS là một trong những nội dung rất quan trọng trong sự gia nhập, hoạt động và rút lui khỏi thị trường của CTLHD. Để phát triển đội ngũ LS đủ về số lượng, nâng cao chất lượng, tạo ra được đội ngũ LS thành thạo về ngoại ngữ thông dụng, giỏi nghiệp vụ trong việc giải quyết các tranh chấp thương mại quốc tế trong giai đoạn hiện nay thì không thể thiếu vai trò của Nhà nước. Vì vậy, Nhà nước phải có chính sách đầu tư thỏa đáng cho việc đào tạo LS. Đồng thời, Nhà nước cũng cần xây dựng lộ trình để xã hội hóa việc đào tạo LS.

Thứ ba, tiếp tục hoàn thiện pháp luật có liên quan đến tổ chức và hoạt động LS trên cơ sở xây dựng một khung pháp luật thống nhất, đầy đủ, đồng bộ.

Nghị quyết số 08NQ/TW ngày 02/01/2002 của Bộ Chính trị (khóa IX) có đoạn: “Pháp luật trong lĩnh vực tư pháp chưa hoàn thiện, thiếu đồng bộ và còn nhiều sơ hở. Công tác xây dựng, giải thích, hướng dẫn và tuyên truyền giáo dục pháp luật, trong đó có pháp luật về lĩnh vực tư pháp còn nhiều bất cập và hạn chế”. Nguyên tắc pháp quyền đòi hỏi cơ quan lập pháp, hành pháp, tư pháp và hỗ trợ tư pháp đều được tổ chức và hoạt động trên cơ sở một đạo luật do Quốc hội ban

hành để đảm bảo tính đồng bộ, ổn định và tính hiệu lực cao. Bên cạnh việc hoàn thiện pháp luật về tổ chức bộ máy nhà nước cần chú trọng đến việc hoàn thiện pháp luật trong lĩnh vực tư pháp, để từ đó điều chỉnh và tác động trực tiếp đến chế định luật sư và công tác quản trị công ty luật. Vì vậy, cần phải tiếp tục xây dựng và hoàn thiện pháp luật trong lĩnh vực tư pháp, trong đó cần chú trọng pháp luật về tố tụng, nhất là những quy định liên quan đến LS. Hoàn thiện pháp luật về tố tụng phải theo kịp, đồng bộ với tiến trình đổi mới pháp luật về nội dung và pháp luật về tổ chức bộ máy nhà nước để bảo đảm có đủ công cụ pháp lý cần thiết cho cơ quan, tổ chức tư pháp thực hiện quyền năng và trách nhiệm của mình, cũng như để công dân bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp theo đúng pháp luật.

Hoàn thiện pháp luật tố tụng theo hướng bảo đảm các thủ tục tố tụng dân chủ hơn, tăng cường vai trò của LS nhằm thực thi nguyên tắc bình đẳng và tôn trọng quyền con người trong TTHS, bảo đảm nguyên tắc tôn trọng quyền tự định đoạt của các đương sự; thủ tục nhanh gọn, đơn giản trong tố tụng dân sự (TTDS), thực hiện nguyên tắc hai cấp xét xử; tăng khả năng tranh tụng trong phiên tòa. Pháp điển hóa các văn bản quy phạm pháp luật tố tụng hành chính theo hướng mở rộng thẩm quyền của Tòa hành chính được xét xử tất cả các vụ khiếu kiện hành chính và cải cách căn bản thủ tục giải quyết các vụ án hành chính phù hợp với điều kiện hiện nay.

Chế định LS đã được quy định trong Bộ luật TTHS. Tuy nhiên, do nhận thức chưa thật đầy đủ và do chưa có sự hướng dẫn cụ thể, thống nhất nên dẫn đến việc LS tham gia vào hoạt động tố tụng chưa hiệu quả. Một số quy định của Bộ luật TTHS còn nhiều cách hiểu khác nhau, dẫn đến việc áp dụng thiếu thống nhất. Đã đến lúc phải xem việc tham gia của LS vào quá trình TTHS là sự giám sát, phản biện tốt nhất đối với các hoạt động của cơ quan tiến hành TTHS. Bên cạnh việc làm rõ chức năng buộc tội, chức năng xét xử cần phải chú ý đến chức năng bào chữa, trong đó có vai trò của LS. Để các quy định của Bộ luật TTHS năm 2015 liên quan đến quyền, nghĩa vụ, trách nhiệm của

LS khi tham gia tố tụng được thực hiện thống nhất và nghiêm chỉnh trong phạm vi toàn quốc, các cơ quan công an, kiểm sát, tòa án, tư pháp cần sớm ban hành thông tư liên tịch hướng dẫn việc LS tham gia TTHS. Các cơ quan tiến hành tố tụng ở Trung ương cũng cần ban hành văn bản hướng dẫn, kịp thời chỉ đạo địa phương thực hiện nghiêm chỉnh các quy định pháp luật về quyền của LS, đồng thời đảm bảo quyền bào chữa của bị can, bị cáo là nguyên tắc dân chủ trong TTHS. Bộ luật TTDS đã thể hiện vị trí của LS, vai trò của LS trong việc đại diện cho khách hàng để bảo vệ quyền lợi của họ trước pháp luật. Tuy nhiên, hiện nay trong quá trình hành nghề LS gặp không ít khó khăn, nhất là khi đại diện cho khách hàng tiếp xúc với cơ quan nhà nước, người có thẩm quyền để giải quyết các vụ việc do khách hàng ủy quyền. Vì vậy, cần thiết phải xây dựng cơ chế thường xuyên giám sát, kiểm tra việc thi hành những quy định của pháp luật tố tụng liên quan đến quyền của LS trong hoạt động tố tụng, đồng thời xử lý nghiêm minh những trường hợp vi phạm quyền của LS trong hoạt động hành nghề. Đoàn LS và các cơ quan tiến hành tố tụng xây dựng cơ chế phối hợp thường xuyên để kịp thời giải quyết những đề xuất, kiến nghị của LS trong quá trình tham gia tố tụng.

3.2. Những giải pháp cụ thể

Một là, đội ngũ LS cũng như số lượng các tổ chức hành nghề LS tại Việt Nam ra đời và hoạt động ngày càng có xu hướng gia tăng. Tuy nhiên, một thực tế cho thấy, chất lượng và năng lực còn ở mức độ khá khiêm tốn. Đặc biệt là trong sự cạnh tranh với các tổ chức hành nghề của LS nước ngoài khi tham gia giải quyết các vụ tranh chấp lớn, có yếu tố nước ngoài. Điều đó đòi hỏi cần phải nâng cao chất lượng LS không chỉ trên bình diện rộng mà cần phải ở mức độ chuyên sâu, chuyên nghiệp. Việc nâng cao năng lực của LS cũng như các tổ chức hành nghề LS có thể được thực hiện ở nhiều góc độ khác nhau, như: đào tạo nâng cao, giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm...

Hai là, hiện nay, theo quy định về chương trình đào tạo nghiệp vụ và cấp chứng chỉ hành nghề và cấp thẻ cho LS có tham gia tổ chức, quản lý

của nhiều cơ quan khác nhau, đó là Học viện Tư pháp, Bộ Tư pháp, Liên đoàn LS Việt Nam... Vấn đề này có thể dẫn đến sự chồng chéo, mất nhiều thời gian và đôi khi tạo ra các rào cản. Do đó, một trong những nội dung cần sửa đổi hoặc quy định mới (trong Luật LS mới) là đảm bảo sự thống nhất, minh bạch giữa đào tạo, cấp chứng chỉ hành nghề và cấp thẻ cho LS. Tác giả cho rằng, việc đào tạo và cấp thẻ LS cho LS nên thuộc thẩm quyền của Liên đoàn LS Việt Nam có lẽ hợp lý hơn.

Ba là, cần đổi mới việc thực hiện những vấn đề liên quan đến hoạt động công ty luật, CTLHD trong mối quan hệ với các tổ chức xã hội - nghề nghiệp LS. Đổi mới nội dung, phương thức hoạt động của CTLHD có hiệu quả thì trách nhiệm của nhà nước cần phải cụ thể hóa, luật hóa những nội dung về mối quan hệ giữa LS, các tổ chức hành nghề LS và các tổ chức xã hội - nghề nghiệp LS. Một trong mục tiêu được đặt ra là, trong quá trình hành nghề của LS độc lập hay các công ty luật, nếu có vướng mắc, thậm chí sai phạm, thì vai trò của các tổ chức xã hội - nghề nghiệp của LS trong việc bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của LS, các công ty luật như thế nào, mức độ đến đâu?

Bốn là, trong xu thế hội nhập quốc tế, vai trò và vị trí của LS, các công ty luật ngày càng được nâng cao. Sự tham gia của các LS hay công ty luật của Việt Nam hiện nay hầu như mới chủ yếu dừng lại ở phạm vi nội địa. Thực tế, LS của Việt Nam tham gia các vụ việc tầm khu vực, quốc tế không nhiều kể cả ở góc độ chuyên môn, nghiệp

vụ và kinh nghiệm. Điều này đặt ra một trong những yêu cầu hiện nay là cần phải tăng cường sự hợp tác giữa LS trong nước và LS nước ngoài. Trong đó hướng tới sự tham gia hoạt động của LS Việt Nam ở nước ngoài đảm bảo về số lượng và chất lượng. Về vấn đề này, các quy định của Luật LS đã đề cập nhưng chưa đủ, do đó cần cụ thể hơn nữa để đảm bảo sự tham gia của LS Việt Nam khi hành nghề ở nước ngoài. Trong đó, chú trọng tới các yêu cầu, điều kiện, cách thức và quản lý nhà nước đối với các LS.

Năm là, để đảm bảo hạn chế tối đa sự vi phạm pháp luật, nâng cao hiệu quả của LS, công ty luật, ngoài việc tạo sự chủ động, dân chủ trong hoạt động của công ty thì việc các cơ quan nhà nước thường xuyên kiểm tra và xử lý vi phạm một cách triệt để, rõ ràng là điều cần thiết. Nhiệm vụ của các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về LS là kiểm tra, thanh tra việc tuân thủ pháp luật của tổ chức LS và hành nghề LS. Thông qua việc kiểm tra, thanh tra, một mặt nhà nước phát hiện những bất cập, hạn chế về chính sách, quy định của pháp luật về LS và hành nghề LS để kịp thời sửa đổi, bổ sung. Đồng thời, cũng thông qua kiểm tra, thanh tra, Nhà nước phát hiện và xử lý những vi phạm pháp luật của tổ chức LS và hành nghề LS. Mặt khác, kiểm tra, thanh tra, xử lý vi phạm, giải quyết khiếu nại, tố cáo về tổ chức LS và hành nghề LS là tăng cường sự quản lý nhà nước về LS nhằm mục đích giúp tổ chức LS và hành nghề LS phát triển đúng đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cục Bổ trợ tư pháp. 2014. Báo cáo của Cục Bổ trợ tư pháp tại Hội nghị triển khai Luật Luật sư và Chiến lược phát triển nghề luật sư đến năm 2020. Tháng 10/2014.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam. 2005. Nghị quyết số 49-NQ/TW ngày 02/6 của Bộ Chính trị về Chiến lược cải cách tư pháp đến năm 2020. Hà Nội.
3. Đoàn Luật sư Thành phố Hồ Chí Minh. 2015. Báo cáo số 179/CV-ĐLS của Đoàn Luật sư Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 06/10/2015 về tình hình tổ chức, hoạt động năm 2014 và 9 tháng đầu năm 2015.
4. Lê Hồng Hạnh (Chủ biên). 2002. Đạo đức và kỹ năng của luật sư trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Nxb. Đại học Sư phạm.

5. Phạm Trung Hoài. 2003. *Hoàn thiện pháp luật về tổ chức và hành nghề luật sư trong điều kiện mới ở Việt Nam*.
6. Quốc hội. 2015. *Bộ luật Dân sự (2015)*. Hà Nội.
7. Quốc hội. 2015. *Bộ luật Hình sự (2015)*. Hà Nội.
8. Quốc hội. 2014. *Luật Doanh nghiệp (2014)*. Hà Nội.
9. Quốc hội. 2012. *Luật Luật sư (2012)*. Hà Nội.
10. Hùng Khoa. 2017. *Thành phố Hồ Chí Minh với nhiều chính sách hỗ trợ doanh nghiệp*. Nguồn: <https://www.qdnd.vn/thuc-hien-hieu-qua-nghi-quyet-trung-uong-iv-khoa-xii-cua-dang/thanh-pho-ho-chi-minh-voi-nhieu-chinh-sach-ho-tro-phan-trien-doanh-nghiep-524457>, truy cập ngày 05/02/2020.

Ngày nhận bài: 18/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/2/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN MINH ĐỨC

Nghiên cứu sinh ngành Luật học - Trường Đại học Luật Hà Nội

Đoàn Luật sư TP. Hồ Chí Minh

Giám đốc Công ty Luật TNHH MTV Đức Nguyễn

REQUIREMENTS AND SOLUTIONS TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF REGULATIONS ON LAW PARTNERSHIP COMPANIES IN VIETNAM

● Ph.D's student, Master. **NGUYEN MINH DUC**

Hanoi University of Law

Ho Chi Minh City Bar Association

Director, Duc Nguyen Law One Member Limited Liability Company

ABSTRACT:

In the context of Vietnam's current international integration process, it is necessary for Vietnam to improve the effectiveness of regulations on law partnership companies. However, the completion of the legal system governing law partnership companies should fully meet the set requirements. To develop a team of professional lawyers with good ethical qualities, high professional qualifications and to promote the role of lawyers in operations of companies, this article presents the requirements and the solutions to improve the effectiveness of regulations on law partnership companies in the context of building a socialist state which is governed by the law, especially the implementation of judicial reform in Vietnam.

Keywords: Regulations on law partnership companies, judicial reform, the law governed by the rule of law, lawyer.

SOME ISSUES ON THE ROLE AND RESPONSIBILITY OF JUDGES IN THE CREATION AND ENFORCEMENT OF LAW IN VIETNAM

● HOANG VAN TOAN

ABSTRACT:

Being aware of the role and responsibilities of judges in developing and applying criminal legal cases does not only help the judge solve the case properly but also help to increase the judge's awareness of the value and significance of the criminal judgment in the creation and enforcement of law uniformly.

Keywords: Judge, criminal legal case, role, responsibility, law.

1. Foundation

A judge is a person with key positions and roles in the performance of procedural tasks of People's Courts at all levels. The role and responsibilities of judges in formulating and applying criminal cases are expressed right in the proceedings. Case law is created by the court during the hearing process, especially during the trial. Judicial functions of judges are exercised through powers and responsibilities prescribed by law. Those are the provisions of the Law on Organization of the People's Courts, the Ordinance on Judges and Assessors of the People's Courts, and the Criminal Procedure Code.

2. Roles and responsibilities of judges in the construction and application of criminal cases

The Resolution No. 48 / NQ-TU of May 24, 2005 of the Politburo, on the Strategy for building and perfecting the Vietnamese legal system up to

2020 has identified: "Research on the possibility of legal case exploitation and use". The Resolution No. 49 / NQ-TW of June 2, 2005 of the Politburo on the Strategy on Judicial Reform to 2020 set out the purpose of building and perfecting step by step operations of the People's Court: "The Supreme People's Court is responsible for summarizing trial experience, guiding the uniform application of laws, developing legal case and cassation and reopening trial". Implementing the direction of the Central Resolution, the Supreme People's Court issued Decision No.74/QĐ-TANDTC on October 31, 2012 approving the project "Development of precedents of the Supreme People's Court", according to which clearly indicated the objectives, viewpoints of direction, orientation and measures to develop case law in our country. Next, the Council of Judges of the Supreme People's Court issued Resolution No. 03 / NQ-HĐTP dated

October 28, 2015 on the process of announcing, selecting and using case law (Resolution No. 03 / NQ- HDTP) and Resolution No. 04/2019 / NQ- HDTP on the process of selecting, announcing and applying case law (Resolution No. 04 / NQ-HDTP). Besides, the 2015 Civil Procedure Code is amended and supplemented in 2015, Article 262, Clause 2, point b; Article 308, Clause 4 has officially recognized the legal case as a "basis" with laws, practices and similar laws for the Court to analyze and evaluate. Thus, the legal case has become a source in the practice of law application, particularly in the judicial activities of the Court in our country.

Article 1 of Resolution No. 03 / NQ-HDTP and Resolution No. 04 / NQ-HDTP: "Case law is the arguments and rulings in a legally effective judgment or decision of a Court on a specific case It can be selected by the Council of Judges and announced by the Chief Justice of the Supreme People's Court, which is a precedent for courts to study and apply in trial."

From the above-mentioned concept, it can be seen that the chosen case law must meet the following criteria: It is valuable to clarify the provisions of the law and there are different ways of understanding, analyzing and explaining the issues and legal events and point out the principles and lines of handling legal documents that need to be applied in a specific case or show fairness on matters that have not been specified by laws, are standard, valuable guide uniform application of the law in trial.

The case law in Vietnam as well as the case law in other countries are shaped by the judiciary. Therefore, judges play an important role in proposing, developing and applying case law:

Firstly, the judge can consider and select the judgments based on the criteria of selecting case law to propose and develop into a case law.

Case law is formed from facts in each specific criminal case. In the course of adjudicating specific cases, judges with their competence and creativity apply the law to solve cases still involving acts and circumstances with different interpretations. Making a decision, the sentence can become a criminal case.

Judges through the practice of adjudication, scientific forums on case law or the publication of judgments, decisions of the Court ... if detecting and having clear evidences and grounded analysis on the matter topics, legal events, indicating principles, ways of handling or legal procedures to be applied in resolving cases, may propose the selection of legally effective judgments and decisions of The courts, meeting the criteria of case law, send them to the Supreme People's Court (via the Department of Legal and Scientific Management).

Second, the judge can change and abolish the case law.

Case law can be abolished by laws passed by Congress. In fact, the National Assembly's promulgation of laws to change or supplement old laws or to stipulate new issues will be able to change cases based on the revised law sources. The awareness of case law is abolished in this case which belongs to the judge. If the judge cited cases that were denied by new laws, then it wouldn't be convincing.

Third, judges need to uphold their roles and responsibilities in order to apply case law most effectively.

Up to now (December 2019), the Supreme People's Court has issued 29 cases, including 06 criminal cases. For 29 cases in general, 06 criminal cases in particular when applying to hear criminal cases of similar nature and circumstances, requires each judge to uphold all the roles and responsibilities of yourself in the steps of applying the case law, specifically as follows:

Firstly, analyzing criminal cases.

This is the first step in the process of applying the case law, so the judge should study objectively, comprehensively and fully the facts, circumstances and conditions of the criminal case. In addition, it is also necessary to identify the legal characteristics of the case from which to select specific case law, which are appropriate to apply to the resolution of criminal cases.

Second, choosing a criminal case.

The Judge must select the correct case law that is expected for the case to be applied, namely the number of court judgments and decisions

containing the same precedent, nature and circumstances of the case mentioned in case law. Collation and comparison with the nature and circumstances of the case being resolved to determine whether the case is similar? Are the facts and legal events the same? Determining the selected case law is in effect so it can apply to the case being settled.

Resolution No. 04/2019 / NQ-HDTP on the process of selecting, announcing and applying case law: During adjudication, the Judges and Assessors must study and apply case law, ensure cases with situations Similar legislation must be addressed equally. In cases where the case has similar legal circumstances but the Court does not apply the precedent, it must clearly state the reasons in the court's judgments and decisions.

As such, the judge needs to carefully study the case file and the sentence that was recognized as precedent before trial. Particular attention should be paid to the judgments which are somewhat considered to be of valid criminal law; When citing the case law, the judge must be the person who clearly explains the reason for the case law. To do this, judges need to develop the skills of reading and analyzing the content of case law; how to invoke case law in judgments.

Third, deciding to apply, not apply criminal law.

When adjudicating cases involving a decision that has become a precedent, the Judges must be responsible for invoking the case law, applying such case law if they find that the case being tried is similar. If the case law is not applicable, it must show the plausible reasons for not applying the precedent law and take responsibility for the case of not citing the case law relating to the case being tried.

The results of analyzing a criminal case, selecting a criminal case will allow the judge to assert that the case in the case law and the case being resolved is similar, with similar facts and legal facts. then that criminal case will be applied to the same resolution. In case of application of a case law, the number of court judgments and decisions containing the case law, the nature and circumstances of the case mentioned in the case law, and the nature and details of the case being settled or questioned. Legal issues in case law must

be invoked, analyzed and clarified in court judgments and decisions. In case of not applying the case law, the reasoning and analysis must clearly state the reason in the court judgment or decision.

If the Judges of the lower Courts do not decide according to the line and trial solution set up in the case law of the Supreme People's Court, they must clearly explain the reasons why they do not comply. a specific case law. This reasonable explanation of the Court may contribute to the identification of the conviction with respect to X law of the Supreme People's Court. The fact that the Supreme People's Court supports the lower Court in arguing that it does not follow the rules of the Supreme People's Court can be considered as a move for this case to be abolished.

3. Difficulties and obstacles in building and applying criminal cases

Firstly, the limited qualifications and capacity of many judges who directly develop and apply case law will be difficult in building and applying case law in Vietnam today.

In countries with a long history of case law, a team of judges, lawyers, and lawyers trained in a common legal environment, the technical knowledge in identifying and applying judgments Rules have been imbued in their legal thinking ever since they received legal training. The skill in analyzing and using case law in connection with the technical issues of case law will penetrate into the legal thinking of lawyers and judges over time, experience in research and practical application for their law1.

Difficulties in the construction and application of case law in Vietnam stem from the qualifications of many judges in the judge team. If only general, superficial and general knowledge is provided, the judge will not be able to make sufficient, accurate and convincing arguments in the application of case law. Annually, the Supreme People's Court in its summary reports pointed out the flaws in the application of the laws of domestic judges due to the failure to update and fully understand the laws promulgated. However, in many cases, many lower court judges still do not update and do not use it promptly in trial, after the Council of Judges has issued a Resolution guiding the application of the

law on a specific field. When the qualifications and capacity of the judge is limited, the implementation of case law will face difficulties such as: delay in updating the practice of practice, the way of trial through specific case law. The study and understanding of laws through case law requires the judge to invest time and reasoning thinking in order to properly understand the legal solution of each specific case law for each type of case.

Secondly, the Criminal Procedure Code does not require mandatory research and application of precedents for trial.

This is also the difference between criminal case law and other types of criminal law. The Criminal Procedure Code 2015 has not recorded the application of precedent law in the trial but only noted at Point d, Clause 2, Article 260, "Judgment of the Trial panel must analyze evidences that identify crimes, evidence evidencing not guilty, determining whether the defendant is guilty or not and if the defendant is guilty, what crime, according to Points, Clause, Article of the Criminal Code and other applicable legal documents use, aggravating circumstances, mitigating criminal liability and how to handle it. If the defendant is not guilty, the judgment must clearly state the grounds that the defendant is not guilty and the resolution of their honor, rights and legitimate interests in accordance with law;" and Point b Clause 3, Article 260 is "Summary of case contents and decisions in first instance judgments; contents of appeals and protests; judgments of the appellate trial panels, grounds for accepting or not accepting appeals or protests; points, clauses and articles of the Penal Code and other legal documents on which the appellate trial panels base to settle the cases;"

Thus, the Judgment of the Trial panel must analyze evidences determining whether to be guilty, evidence to determine not guilty, determine whether the defendant is guilty or not and if the defendant is guilty, what is the crime, according to Point , Clause, Article of the Criminal Code and other applicable legal documents, aggravating circumstances, extenuating circumstances of criminal liability and how to handle them. If the defendant is not guilty, the judgment must clearly state the grounds that the defendant is not guilty

and the resolution of his / her honor, rights and legitimate interests in accordance with law and in the judgment of the defendant. The trial panel can accept appeals and protests based on the provisions of the Criminal Code and other legal documents. Here we need to clarify what other legal documents are? Does the criminal case include?

Thirdly, how to understand the basic facts of similar nature in the practice of law application.

There is currently no consensus on how the basic facts are understood, so the situation remains the same, but the courts that apply precedent have different views. The court held that it was a basic episode but another court did not consider it a basic episode.

Fourthly, the current number of criminal cases is small.

4. Solutions to promote the role and responsibility of judges in the construction and application of criminal cases in Vietnam today

Firstly, raising awareness and renewing judicial thinking for the judges' staff in the process of carrying out the trial task.

The application of case law as a supplementary law source to increase the persuasion of the Court's judgments has become a prominent trend in the content of the Court's judgments.

The judges are those who participate directly in the work of the Court. Therefore, in order to apply case law as a supplementary law source to increase the conviction of the Court's judgments, it is necessary to first raise the awareness of law application, and the application of case law. This is considered an important factor in making all activities of law application in people's courts always ensure consistency in the practice of trial.

Only when the team of Judges are truly fluent in the law when applied, then they will hear the law properly. The regular publication of the rules of the Supreme People's Court will be a means to help Judges in countries to update laws and improve their qualifications and trial experience. The reference to case law and the proper application of legal provisions in the process of resolving cases will be an effective method for judges in Vietnam to make the right, legal and appropriate decisions. persuasion of the public.

It is necessary to maintain regular discussion of case law at courts of all levels, regularly fostering knowledge on how to look up case law and using case law when handling cases. Whenever a Supreme People's Court issues a new precedent that has not had a precedent or precedent law that replaces the old precedent, a research discussion should be held. The training of knowledge of case law is not exclusive to judges but must be maintained in training institutions of judges, secretaries, experts and examiners of the Court branch.

Secondly, strengthening training on case law, skills to apply case law in judges' professional training program.

It is necessary to strengthen the case-related training content into the training programs of judicial titles in general and the professional training curriculum in particular. Detail:

Strengthening the development of private lessons on case law in the curriculum of compulsory subjects, electives or extra-curricular activities; building a number of appropriate modules on the skills of Judges related to case law in the professional training program.

Or to build an independent course of Judge's skills related to case law in the elective subjects of training, retraining, credit-based training programs, especially training programs. about the trial.

Whether building a law lesson in a compulsory program or in elective subjects, it is necessary to ensure that the content of training on law practice in the general view consists of two specific parts: case law theory, case law / common practice skill and case law practice / practice practice.

Thirdly, open training courses for the Judges in identifying similar details.

In fact, determining the same details is also the determination of the scope of the rule of law (mandatory element of case law). Therefore, the content of training to identify similar circumstances needs to focus on the following: (i) Equipping methods of determining the compulsory elements of case law for judges on the basis of factors: Basic facts of the case considered by the court; arguments leading to decisions; decision; (ii) Equip basic judgment skills for the judges. The content of the case selected by the Supreme People's Court to be

published as a case-making law has many details, if the Courts at all levels cannot determine the basic circumstances, they will not be able to apply the case effectively.

Fourthly, it is necessary to build a basis for applying criminal cases during trial

In order to solve this problem in order to ensure that the value of all kinds of case law (criminal law, civil law, administrative case ...) is guaranteed to be applied equally in practice, it is necessary to study the handling philanthropy in one of two directions: amending and supplementing Article 260 on criminal law provisions; or providing written instructions to explain the provisions of Article 260 on the application of criminal cases.

Fifth, to issue a separate process on the order, procedures, scope of selection, publication, application and expansion of the scope of criminal cases in order to increase the number of criminal cases.

It is necessary to provide more detailed provisions for criteria for selecting precedents in the direction of expanding the scope of criminal law for other acts and circumstances with different signals, in criminal proceedings and civil responsibilities. in criminal cases Especially with the criteria of the judgment, the decision must be "standard", the Supreme Court needs a clear explanation and guidance based on what criteria, what level, a judgment, a decision The survey is considered to be standard. Regarding the content, form of judgments, decisions of the Court must meet the requirements. Only when there are such clear criteria and regulations can the Courts as well as individuals and organizations in society be able to consider and select and propose judgments and decisions that meet the criteria? This issue is a precedent and then, the choice of the Council of Judges of the Supreme Court is also convincing. Clearly and more specifically regulating subjects, responsibilities to receive opinions and accountability for receiving opinions of subjects in the stage of collecting comments on judgments and decisions proposed for selection into projects rate. Public disclosure in the process of obtaining opinions will avoid having the competent subjects impose subjective opinions when selecting and announcing precedents ■

REFERENCES:

1. *Nguyen Thanh Man (2019), The current criminal case law in Vietnam, PhD thesis, Graduate Academy of Social Sciences.*
2. *Nguyen Ba Binh (Chairman, 2018), Using case law in the current training of legal and judicial officials in Vietnam, Institute of Legal Science.*
3. *Truong Hoa Binh (Chairman, 2012), Deploying the precedent into the judicial work of the Vietnamese Court, Ministry-level scientific research work, the Supreme People's Court.*

Receiving date: 15/12/2019

Reviewing date: 25/12/2019

Accepting date: 5/1/2020

Author's information:

HOANG VAN TOAN

Lecturer, Department of Judge Training, Vietnam Court Academy

**MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ VAI TRÒ, TRÁCH NHIỆM
CỦA THẨM PHÁN TRONG XÂY DỰNG VÀ ÁP DỤNG
ÁN LỆ HÌNH SỰ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

● **HOÀNG VĂN TOÀN**

Giảng viên Khoa Đào tạo Thẩm phán
Học viện Tòa án

TÓM TẮT:

Nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm của thẩm phán trong xây dựng và áp dụng án lệ hình sự không chỉ giúp thẩm phán giải quyết đúng vụ án, mà còn giúp tăng cường nhận thức của các thẩm phán về giá trị và ý nghĩa của án lệ hình sự trong xây dựng và áp dụng thống nhất pháp luật.

Từ khóa: Thẩm phán, án lệ hình sự, vai trò, trách nhiệm, pháp luật.

CONTAINER HÓA: TỔNG HỢP CÁC KHẢO SÁT VỀ HIỆN TRẠNG VÀ XU HƯỚNG ÁP DỤNG NỀN TẢNG CONTAINER TRONG DOANH NGHIỆP

● PHẠM NGỌC DUY - NGUYỄN THÀNH TUẤN ANH

TÓM TẮT:

Trong kỷ nguyên công nghiệp 4.0, các tổ chức và doanh nghiệp ở tất cả các lĩnh vực đều cần phải ứng dụng mạnh mẽ các giải pháp CNTT (công nghệ thông tin) tiên tiến để xây dựng và triển khai các hệ thống một cách nhanh chóng và hiệu quả. Việc ứng dụng nền tảng công nghệ container hóa kết hợp với các dịch vụ điện toán mây là một giải pháp xu hướng hiện nay, đặc biệt trong triển khai ứng dụng cho doanh nghiệp. Nhóm các bài viết về chủ đề “container hóa” sẽ trình bày tổng quan về công nghệ container cùng dịch vụ đám mây, xu hướng áp dụng giải pháp container của các tổ chức hiện nay, đồng thời đưa ra một số lợi thế và thách thức các doanh nghiệp có thể gặp phải khi triển khai, vận hành hệ thống với container. Bài viết này tập trung vào việc tổng hợp và phân tích một số kết quả khảo sát về hiện trạng ứng dụng công nghệ container trong doanh nghiệp, cũng như xu hướng phát triển của container trong thời gian tới.

Từ khóa: Container, container hóa, ứng dụng container trong doanh nghiệp, khảo sát.

1. Giới thiệu

Trong bài báo trước “Container hóa với điện toán đám mây: Giải pháp xu thế trong phát triển và triển khai ứng dụng doanh nghiệp”, tác giả đã trình bày tổng quan về container và công nghệ container hóa, các lợi ích của việc áp dụng nền tảng container, cũng như mối quan hệ giữa container và các công nghệ tiên tiến hiện nay như ảo hóa, kiến trúc vi dịch vụ, điện toán đám mây. Container là một gói có khả năng thực thi độc lập, hạng nhẹ (lightweight), chứa mọi thứ mà chúng

cần để hoạt động: mã chương trình (code), runtime, các công cụ hệ thống, thư viện hệ thống (libraries), các gói phụ thuộc (dependencies) - bất cứ thứ gì có thể cài đặt trên một máy chủ. Bằng cách đóng gói và cô lập mọi thứ trong một container, điều này đảm bảo rằng các container sẽ luôn hoạt động giống như nhau bất kể môi trường nào mà nó đang chạy trong đó. Container loại bỏ sự phụ thuộc giữa các ứng dụng và lớp cơ sở hạ tầng căn bản, cung cấp những khả năng mới về tính di động và tính hiệu quả.

2. Docker và Kubernetes

2.1. Docker

2.1.1. Nền tảng container hóa Docker

Docker là một nền tảng mã nguồn mở để xây dựng, triển khai và quản lý các ứng dụng được container hóa. Docker cho phép các nhà phát triển có thể đóng gói các ứng dụng vào trong các container - các thành phần thực thi được tiêu chuẩn hóa, kết hợp mã nguồn ứng dụng với tất cả các thư viện hệ điều hành và gói phụ thuộc cần thiết để thực thi mã nguồn trong bất kỳ môi trường nào. Mặc dù các nhà phát triển có thể tạo các container mà không cần Docker, Docker giúp việc xây dựng, triển khai và quản lý các container dễ dàng hơn, đơn giản hơn và an toàn hơn. Về cơ bản, nó là một bộ công cụ cho phép các nhà phát triển có thể xây dựng, triển khai, chạy, cập nhật và dừng các container bằng cách sử dụng các lệnh đơn giản và sự tự động hóa để tiết kiệm công làm việc. Docker cũng đề cập đến Docker Inc. - công ty bán phiên bản thương mại của Docker và dự án mã nguồn mở Docker - mà Docker Inc. và nhiều tổ chức, cá nhân độc lập khác đang cùng đóng góp phát triển.

2.1.2. Một số lợi ích khi sử dụng Docker

Docker hiện nay phổ biến đến nỗi từ “Docker” và “container” được sử dụng thay thế cho nhau, nhưng các công nghệ liên quan đến container đã có sẵn từ rất nhiều năm trước, thậm chí nhiều thập kỉ, trước khi Docker được phát hành tới công chúng vào năm 2013. Đáng chú ý nhất là vào năm 2008, LXC (Linux Container) được triển khai trong kernel Linux, hoàn toàn cho phép việc ảo hóa một instance duy nhất của Linux. Các phiên bản ban đầu của Docker đã tận dụng độc quyền LXC, nhưng Docker sau đó đã sớm phát triển công nghệ container hóa tùy chỉnh riêng, cho phép: (1) Cải thiện tính di động: Trong khi các container LXC thường tham chiếu các cấu hình dành riêng cho máy, các container Docker hoạt động mà không cần sửa đổi trên bất kì máy tính để bàn, trung tâm dữ liệu và môi trường đám mây nào. (2) Nhẹ hơn và cập nhật chi tiết hơn: Với LXC, nhiều tiến trình có thể được kết hợp vào trong một container duy nhất. Với container Docker, chỉ một tiến trình có thể chạy trong một container duy nhất. Điều này cho

phép nó xây dựng một ứng dụng có thể tiếp tục chạy trong khi một trong những phần của nó được gỡ xuống để cập nhật hoặc sửa chữa. (3) Tạo container tự động: Docker có thể tự động xây dựng một container dựa trên mã nguồn ứng dụng. (4) Đánh phiên bản container: Docker có thể theo dõi các phiên bản của một container image, quay lui lại các phiên bản trước đó và theo dấu ai đã tạo ra phiên bản, bằng cách nào. Nó thậm chí có thể tải lên các bản thử nghiệm giữa một phiên bản có sẵn và một phiên bản mới. (5) Tái sử dụng container: Các container hiện có có thể được sử dụng như các image cơ sở (base image) - về cơ bản giống như các bản mẫu cho việc xây dựng các container mới. (6) Thư viện container dùng chung: Các nhà phát triển có thể truy cập vào một registry mã nguồn mở chứa hàng nghìn các container mà người dùng đóng góp. Vì những lí do này, việc áp dụng Docker nhanh chóng bùng nổ và tiếp tục tăng mạnh.

2.1.3. Một số công cụ và thuật ngữ Docker

(1) DockerFile: Mỗi container Docker bắt đầu với một file văn bản đơn giản chứa các chỉ lệnh về cách xây dựng image của container Docker. DockerFile tự động hóa quá trình tạo image Docker. Nó cơ bản là một danh sách các lệnh mà Docker Engine sẽ thực hiện để tạo ra image. (2) Docker image: Docker image chứa mã nguồn ứng dụng có thể thực thi cũng như tất cả các công cụ, thư viện và gói phụ thuộc mà mã nguồn ứng dụng cần để chạy dưới dạng một container. Khi chạy Docker image, nó sẽ trở thành một (hoặc nhiều) instance của container. Có thể xây dựng một Docker image từ đầu, nhưng hầu hết các nhà phát triển đều kéo chúng xuống từ các kho lưu trữ chung. Nhiều Docker image có thể được tạo từ một image cơ sở và chúng chia sẻ những điểm tương đồng trong stack. Docker image được tạo thành từ các lớp (layer) và mỗi lớp tương ứng với một phiên bản của image. Khi một nhà phát triển thực hiện các thay đổi cho image, một lớp mới phía trên được tạo ra và lớp trên cùng đó thay thế lớp trên cùng trước đó dưới dạng phiên bản hiện thời của image. Mỗi khi một container được tạo từ Docker image, một lớp mới khác sẽ gọi lớp container được tạo. Những sự thay đổi được thực

hiện với container, ví dụ như thêm hoặc xóa các tệp, chỉ được lưu lại vào lớp container và chỉ tồn tại khi container đang chạy. Quá trình tạo image lặp lại như vậy cho phép tăng hiệu quả tổng thể, bởi các instance container trực tiếp có thể chạy từ chỉ một image cơ sở duy nhất và khi chúng làm như vậy, chúng tận dụng được một stack chung.

(3) Docker container: Docker container là các instance đang chạy, trực tiếp của Docker image. Trong khi Docker image là các tệp chỉ-đọc, container là các nội dung trực tiếp có thể thực thi. Người dùng có thể tương tác với chúng và các nhà quản trị có thể điều chỉnh các thiết lập và điều kiện của chúng. (4) Docker Hub: Docker Hub là kho lưu trữ (repository) công cộng của các Docker image, tự gọi là thư viện và cộng đồng lớn nhất thế giới về container image. Nó chứa hơn 100 nghìn container image cung cấp từ các nhà cung cấp phần mềm thương mại, các dự án mã nguồn mở và các nhà phát triển độc lập. Nó bao gồm các image được sản xuất bởi Docker Inc., các hình ảnh được chứng nhận thuộc về Docker Trusted Registry, cùng hàng nghìn image khác. Tất cả người dùng Docker Hub có thể chia sẻ image của họ tùy ý. Họ cũng có thể tải xuống các image cơ sở được xác định trước để sử dụng như điểm khởi đầu cho bất kỳ một dự án container hóa nào. (5) Triển khai và điều phối Docker: Nếu bạn chỉ chạy một vài container, việc quản lý các ứng dụng ngay trong chính Docker Engine khá đơn giản. Tuy nhiên, nếu việc triển khai bao gồm hàng nghìn container với hàng trăm dịch vụ, gần như không thể quản lý mà không có sự trợ giúp của các công cụ được xây dựng có mục đích này: Docker Compose, Kubernetes,...

2.2. Kubernetes

2.2.1. Nền tảng điều phối container Kubernetes

Kubernetes là một nền tảng điều phối container mã nguồn mở để tự động hóa việc triển khai, quản lý và co giãn các ứng dụng. Cần hiểu rằng, Kubernetes là một nền tảng điều phối container, nó là sự thay thế cho Docker Swarm hay một nền tảng điều phối container nào khác, chứ nó không phải là sự thay thế hoặc đối thủ của chính Docker. Kubernetes, còn được biết đến như là “k8s” hay “kube”, là một nền tảng điều phối container cho

việc lập lịch, tự động hóa việc triển khai, quản lý và co giãn các ứng dụng container hóa. Kubernetes được phát triển lần đầu tiên bởi các kỹ sư tại Google trước khi được chuyển thành mã nguồn mở vào năm 2014. Nó là hậu duệ của “Borg”, một nền tảng điều phối container được sử dụng nội bộ ở Google. Ngày nay, Kubernetes và hệ sinh thái container rộng lớn đang phát triển thành một nền tảng và hệ sinh thái điện toán đa năng, cạnh tranh (nếu không muốn bị vượt qua) với máy ảo, như là các khối xây dựng cơ bản của cơ sở hạ tầng đám mây và ứng dụng hiện đại. Hệ sinh thái này cho phép các tổ chức cung cấp PaaS nhằm giải quyết nhiều tác vụ và vấn đề liên quan đến việc vận hành và liên quan đến cơ sở hạ tầng xung quanh việc phát triển cloud-native, để các nhóm phát triển có thể chỉ tập trung vào việc lập trình và đổi mới.

Một số công việc mà Kubernetes có thể thực hiện: (1) Triển khai: Triển khai một số lượng container được ấn định tới một host được chỉ định và giữ chúng chạy ở một trạng thái mong muốn. (2) Rollout: Rollout là một sự thay đổi trong việc triển khai. Kubernetes cho phép bắt đầu, tạm dừng, tiếp tục hoặc quay lui các rollout. (3) Khám phá dịch vụ: Kubernetes có thể hiển thị tự động một container lên trên Internet hoặc với các container sử dụng tên DNS hoặc địa chỉ IP. (4) Cấp phát lưu trữ: Thiết lập Kubernetes để mount lưu trữ cục bộ hoặc đám mây cho các container khi cần thiết. (5) Cân bằng tải và co giãn: Khi lưu lượng tới một container đạt đỉnh, Kubernetes có thể sử dụng cân bằng tải và co giãn để phân phối lưu lượng trên toàn mạng để duy trì sự ổn định. (6) Tự hồi phục với tính sẵn sàng cao: Khi một container bị lỗi, Kubernetes có thể khởi động lại hoặc thay thế nó tự động, nó cũng có thể tháo gỡ các container không đáp ứng các yêu cầu kiểm tra sức khỏe.

2.2.2. Kiến trúc của Kubernetes

Các thành phần chính của kiến trúc Kubernetes bao gồm: (1) Cluster và node (compute): Cluster (cụm) là các khối xây dựng của kiến trúc Kubernetes. Các cụm được tạo thành từ các node (nút), mỗi nút đại diện cho một host điện toán duy nhất (máy ảo hoặc máy vật lý).

Mỗi cụm bao gồm nhiều worker node (nút làm việc) triển khai, chạy và quản lý các ứng dụng container hóa và một master node (nút chủ) điều khiển và giám sát các worker node. Master node chạy một dịch vụ lập lịch tự động vào thời điểm và tại nơi mà các container được triển khai dựa trên các yêu cầu triển khai được thiết lập bởi nhà phát triển và khả năng điện toán có sẵn. Mỗi worker node bao gồm công cụ được sử dụng để quản lý các container (như Docker) và một agent phần mềm được gọi là một Kubelet nhận và thực hiện các yêu cầu từ master node. (2) Pod và deployment (software): Pod là nhóm các container chia sẻ chung các tài nguyên điện toán và cùng mạng. Chúng cũng là đơn vị của khả năng co giãn trong Kubernetes: Nếu một container trong một pod nhận được lưu lượng nhiều hơn khả năng nó có thể xử lý, Kubernetes sẽ sao chép pod tới một node khác trong cụm. Vì lý do này, việc giữ các pod nhỏ gọn để chúng chỉ chứa các container cần phải chia sẻ tài nguyên là một cách hợp lý. Deployment (sự triển khai) kiểm soát việc tạo và trạng thái của ứng dụng được container hóa, và giữ nó hoạt động. Nó chỉ định bao nhiêu bản sao của một pod nên hoạt động trên cụm. Nếu một pod bị lỗi, Deployment sẽ tạo ra một cái mới.

3. Các khảo sát hiện trạng và xu hướng áp dụng container trong doanh nghiệp

3.1. Đánh giá hiệu quả khi ứng dụng container trong doanh nghiệp

Theo Docker, việc ứng dụng nền tảng container (như Docker container) mang lại giá trị ngay lập tức cho doanh nghiệp bằng cách giảm chi phí cơ sở hạ tầng và bảo trì để hỗ trợ các ứng dụng hiện tại, trong khi đẩy nhanh thời gian giới thiệu các giải pháp mới. Một số kết quả đem lại bao gồm: (1) Thời gian ra mắt thị trường nhanh hơn: Các dịch vụ và ứng dụng mới là yếu tố giúp mang đến sự cạnh tranh. Tổ chức có thể tăng tốc gấp 3 lần (300%) việc phát hành các dịch vụ mới với sự phát triển và vận hành linh hoạt. (2) Năng suất phát triển: Tăng 130 lần, đơn giản hóa việc thiết lập môi trường phát triển, trao quyền cho các nhà phát triển làm việc hiệu quả ngay ngày đầu tiên, loại bỏ sự phụ thuộc để khởi đầu và vận chuyển các mã nguồn mới nhanh và dễ dàng hơn. (3)

Tăng tốc triển khai: Nhanh hơn 60% khi chuyển từ việc phát triển sang triển khai. Container hóa phá vỡ các rào cản để cho các nhóm DevOps có thể tăng tốc số lần và tần suất triển khai. (4) Giảm bớt cơ sở hạ tầng CNTT: Tối ưu chi phí, giảm 40% chi phí bằng việc tăng cường độ tải công việc ứng dụng, tận dụng tốt hơn cường độ tính toán của máy chủ và giảm các chi phí giấy phép bản quyền phần mềm. (5) Hiệu quả hoạt động CNTT: Tăng 40% hiệu quả hoạt động bằng việc hợp lý hóa và tự động hóa sự quản lý các ứng dụng và cơ sở hạ tầng đa dạng vào trong một mô hình vận hành thống nhất để đơn giản hóa chuỗi cung ứng, đồng thời cải thiện khả năng co giãn và bảo mật trên toàn bộ doanh nghiệp. (6) Giải quyết các vấn đề nhanh hơn: Đảm bảo sự hài lòng của khách hàng và các cấp độ dịch vụ bằng cách tăng tốc thời gian trung bình để giải quyết các vấn đề, hơn 72%. Dễ dàng khôi phục và triển khai các bản sửa lỗi cho các ứng dụng. (7) Quyền tự do lựa chọn: Đóng gói, vận chuyển và chạy các ứng dụng trên bất kỳ đám mây riêng hoặc công cộng nào.

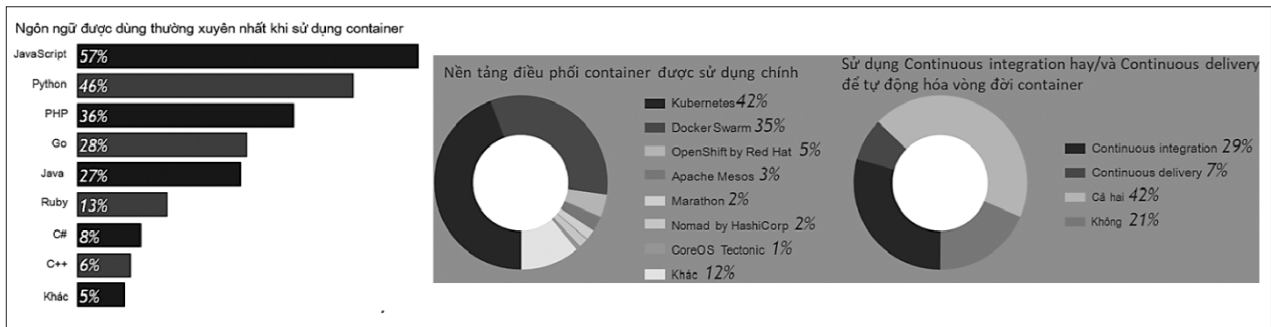
3.2. Một số kết quả khảo sát về việc ứng dụng của container của doanh nghiệp

3.2.1. Báo cáo về xu hướng phát triển đám mây 2018 của DigitalOcean

Theo một báo cáo về các xu hướng phát triển trong đám mây tháng 6/2018 của DigitalOcean (với gần 5.000 người trả lời), các container đang đạt đến điểm bùng phát, với 49% các nhà phát triển hiện đang sử dụng. Với công nghệ và các công cụ quản lý container nâng cấp với tốc độ nhanh chóng trong năm ngoái, container đang trở thành một công cụ đi đầu trong “hành trang” của nhà phát triển. Trong số những người sử dụng, khoảng 40% sử dụng container để phát triển và kiểm thử, trong khi 60% sử dụng cho sản xuất. Đối với những người chưa sử dụng container, 78% nói rằng họ có kế hoạch áp dụng chúng trong tương lai, chứng tỏ rằng các nhà phát triển đang cực kỳ quan tâm đối với container.

Về những khía cạnh lợi ích của container, 39% cho rằng container dễ dàng co giãn, 24% nhận thấy container cho phép họ kiểm tra phần mềm đơn giản hơn và nhanh hơn đối với 23% người trả lời, 10% cho biết container giúp tránh các vấn đề liên quan đến vendor lock-in. (Hình 1)

Hình 1: Kết quả thống kê liên quan đến sử dụng container (theo DigitalOcean 2018)



3.2.2. Khảo sát trực tuyến 2018 của IBM Cloud

Một số đánh giá từ kết quả một cuộc khảo sát trực tuyến vào tháng 8/2017 của IBM (với 206 nhà phát triển, nhà điều hành phát triển và nhà điều hành CNTT):

(1) Theo thứ tự về tầm quan trọng, bảo mật cấp độ doanh nghiệp, các công cụ giúp giảm bớt những thách thức về vận hành, hỗ trợ cho môi trường đám mây và on-premise, các kiến trúc ứng dụng linh hoạt là những yếu tố mấu chốt trong việc áp dụng nền tảng đám mây dựa trên container. (2) Về mặt sử dụng và áp dụng các nền tảng dựa trên container, việc giải quyết các thách thức liên quan đến công nghệ mới hiện đang làm lu mờ nhu cầu về các dịch vụ tiên tiến khác như trí tuệ nhân tạo (AI) hay các công cụ phân tích dữ liệu lớn. (3) Việc sử dụng container có liên quan đến sự cải thiện chất lượng ứng dụng, giảm cả chi phí phát triển ứng dụng và thời gian chết trong ứng dụng sản xuất, tạo điều kiện đổi mới trải nghiệm người dùng. (4) Việc sử dụng container cho các tải công việc của doanh nghiệp sản xuất dự kiến sẽ tăng từ 25% lên 44% trong vòng 3 năm tới. Sự triển khai sẽ chuyển dịch một cách mạnh mẽ sang Đám mây lai (Hybrid cloud) và hỗ trợ cho các môi trường container hóa on-premises, serverless. Việc triển khai chỉ trên đám mây công cộng sẽ giảm. (5) Những người trả lời thấy rằng các ứng dụng doanh nghiệp là phù hợp nhất cho sự phát triển các ứng dụng dạng container hóa. Trên 40% số người trả lời cho rằng các ứng dụng liên quan đến phân tích dữ liệu được hưởng lợi nhiều nhất từ việc được container hóa, trong khi khoảng 1/3 cho rằng đó là các dịch vụ web, cơ sở dữ liệu

hay các ứng dụng CRM. (6) Các giải pháp thương mại có thể là chất xúc tác cho việc phát triển dựa trên container để mở rộng vượt ra khỏi các framework mã nguồn mở. Các giải pháp thương mại được nhìn nhận có mối quan hệ khăng khít với DevOps, sự phát triển các vi dịch vụ và các công cụ tự động hóa, làm giảm các thách thức về vận hành và thiếu chắc chắn vốn đang là gánh nặng hiện tại cho thị trường container. (7) Hỗ trợ nền tảng đám mây cho việc phát triển và di trú dễ dàng các ứng dụng chính là nền tảng để thúc đẩy đầu tư vào việc phát triển dựa trên container. 2/3 số người trả lời đánh giá cao khả năng cho phép người dùng thiết kế các môi trường điện toán container. (8) Các dịch vụ tư vấn chỉ được coi là cần thiết cho những nỗ lực phức tạp - ví dụ, khi các công cụ tìm cách tận dụng AI trong các ứng dụng được container hóa và cần hỗ trợ các kiến trúc non-x86. (9) So với các nhà điều hành CNTT, các nhà phát triển ưa thích các công nghệ dựa trên container và chỉ ra lợi ích chiến lược từ việc sử dụng chúng. Các nhà phát triển đặc biệt quan tâm đến các hoàn cảnh sử dụng trong trí tuệ nhân tạo (AI), học máy (Machine learning), dữ liệu lớn (Big data), non-x86 và công nghiệp. (10) Trong phạm vi các vai trò, những người trả lời xem thiếu hụt chuyên môn nội bộ là một trong những thách thức đáng kể trong ứng dụng việc phát triển ứng dụng được container hóa. Các nhà điều hành CNTT quan tâm đến sự thiếu chắc chắn về thời gian và chi phí, trong khi các nhà phát triển gặp vấn đề bởi các thách thức vận hành như tái thiết kế các ứng dụng on-premises và quản lý dữ liệu trên các container. (11) Các nhà phát triển đánh

giá một nền tảng là phù hợp nhất để hỗ trợ các môi trường đa dạng. Đối với các nhà phát triển và nhà điều hành CNTT, khả năng tương thích với môi trường CNTT hiện tại và dễ dàng sử dụng được xếp hạng hàng đầu trong những lí do lựa chọn một nền tảng container. (12) Những người mua chính và có tầm ảnh hưởng nhất trong việc đầu tư cho container là những người đứng đầu về vận hành CNTT và nhà điều hành CNTT cao cấp. Tuy nhiên, những nhà lãnh đạo phát triển, những đội ngũ DevOps và các nhà phát triển ứng dụng cũng có sự ảnh hưởng lớn.

3.2.3. Khảo sát các nhà phát triển năm 2019 của Stack Overflow

Theo “Kết quả khảo sát các nhà phát triển năm 2019” của StackOverflow:

- Về mức độ phổ biến của các nền tảng, với hơn 67.000 người trả lời là các nhà phát triển chuyên nghiệp, Docker đạt tỉ lệ 34,9%, trong khi một số nền tảng khác như AWS (29,5%), Microsoft Azure (13,0%), Google Cloud Platform (12,8%), Heroku (10,6%), Kubernetes (9,6%). Về mức độ yêu thích và muốn tiếp tục sử dụng của các nền tảng, Docker đạt 77,8%, Kubernetes đạt 76,8%, trong khi với các nền tảng đám mây AWS (71,6%), Google Cloud Platform (66,8%), Microsoft Azure (65,4%).

- Về việc sử dụng Container, với hơn 85.000 người trả lời, có gần 54% người trả lời đang sử dụng nền tảng container, trong đó, cho việc phát triển chiếm 38,4%, kiểm thử chiếm 30,2%, sản xuất chiếm 25,9%.

3.2.4. Khảo sát của RightScale 2019 (Flexera)

Tỷ lệ sử dụng Docker và Kubernetes đứng ở hai vị trí đầu và có xu hướng tăng, đặc biệt là tỷ lệ sử dụng Kubernetes tăng rất mạnh (Hình 2).

3.2.5. Khảo sát của Portworx - Aqua Security

Theo khảo sát thường niên “Khảo sát sự ứng dụng container 2019” của Portworx và Aqua Security (với 501 chuyên gia CNTT):

- Có 87% số người trả lời cho biết tổ chức sử dụng các công nghệ container, 10% không sử dụng. Đối với tỷ lệ sử dụng các công nghệ container trong sản xuất, lên tới 89,7% có sử dụng và 9% không sử dụng.

- Tỷ lệ về số ứng dụng đang chạy trên container, công cụ điều phối container phổ biến và kết hợp các nhà cung cấp dịch vụ đám mây để sử dụng container được thể hiện trong các biểu đồ thuộc Hình 3A.

- Thống kê các lý do cơ bản mà tổ chức sử dụng container, xếp hạng các thách thức phải đối mặt khi sử dụng container, được trình bày trong các bảng trên Hình 3B.

3.2.6. Khảo sát của Diamanti

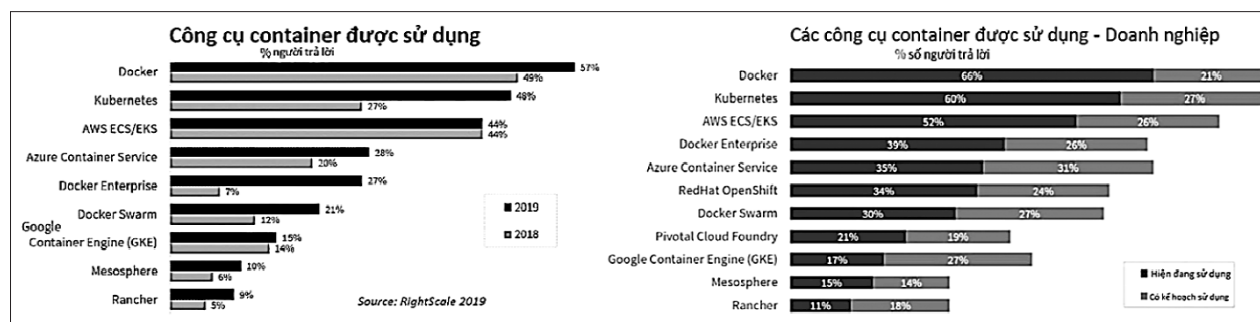
Theo “Khảo sát đánh giá sự ứng dụng container 2019” của Diamanti, so sánh kết quả khảo sát của năm 2018 và năm 2019 (với trên 500 nhà lãnh đạo CNTT):

Khảo sát chỉ ra các ứng dụng cloud-native đứng đầu trong các hoàn cảnh sử dụng container (33%), các đơn vị đang vận hành container trên nhiều môi trường (on-premise đến đám mây). Một số kết quả khảo sát được thể hiện trong các biểu đồ ở Hình 4, gồm các trường hợp triển khai container đến thách thức lớn nhất khi sử dụng container.

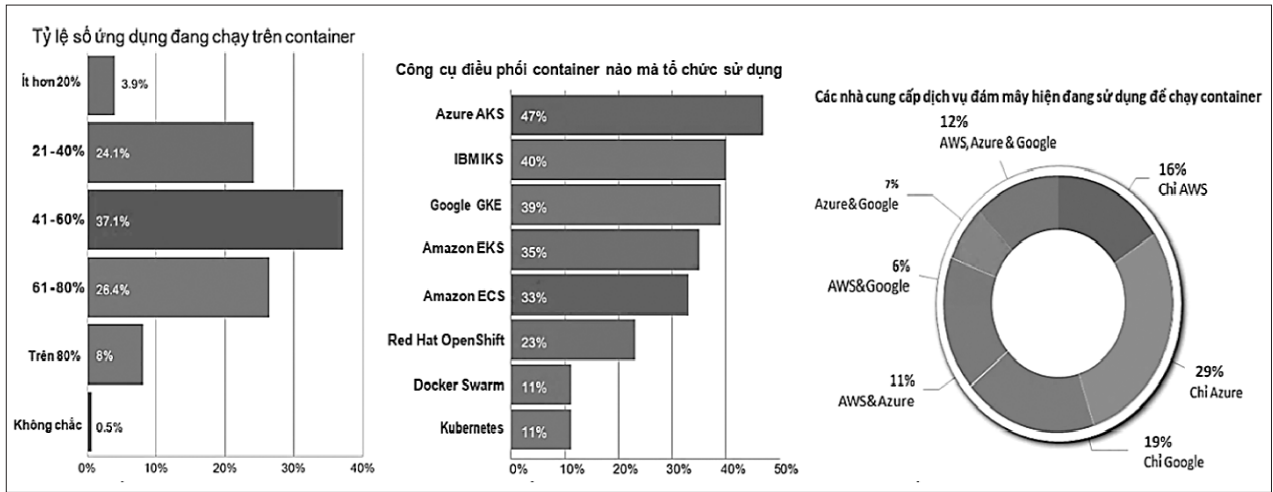
3.2.7. Một số khảo sát và dự đoán của IDC (International Data Corporation) về sự phát triển của container

Theo khảo sát “Container Infrastructure Software Survey 01/2018” của IDC (với 301 người trả lời):

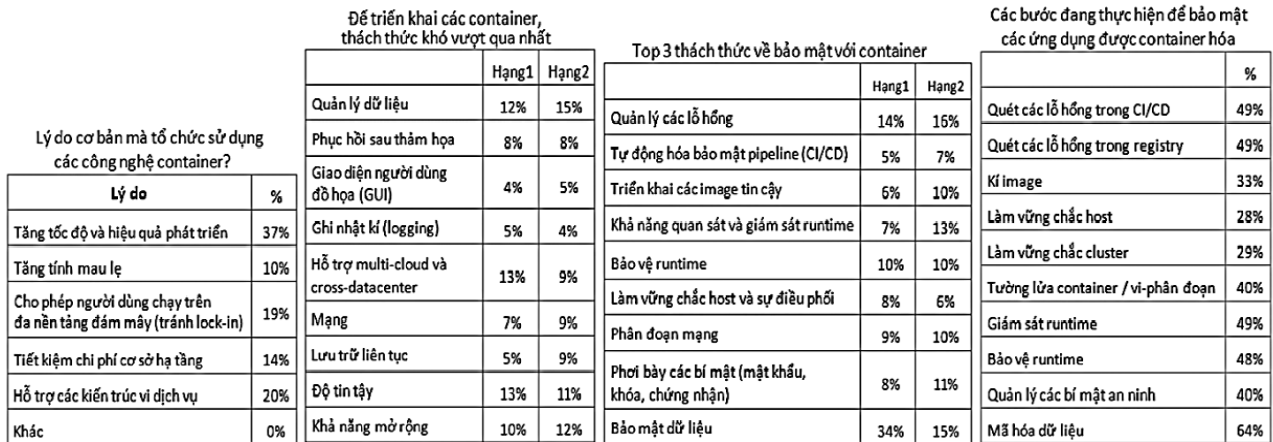
Hình 2: Tỷ lệ sử dụng các công cụ container năm 2018 và 2019 (theo RightScale 2019)



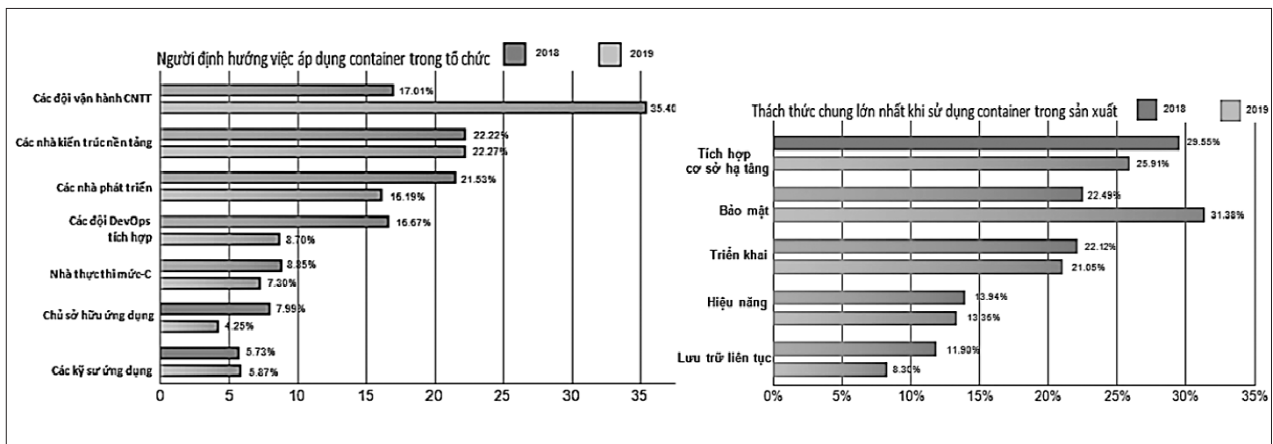
Hình 3A: Kết quả thống kê khảo sát về việc ứng dụng container (theo Portworx 2019)



Hình 3B: Kết quả thống kê khảo sát về việc ứng dụng container (theo Portworx 2019)



Hình 4: Kết quả khảo sát đánh giá việc ứng dụng container (theo Diamanti 2018-2019)



- Các container trong sản xuất và đang được sử dụng cho các ứng dụng quan trọng (mission-critical app). Có 85% số người trả lời đang áp dụng container cho các ứng dụng sản xuất, với 76,4% sử dụng container cho các ứng dụng quan trọng.

- Khoảng 88% sử dụng các container có nhiều hệ điều hành và 51% các nhà triển khai container có cả container Windows và Linux. 83% các nhà triển khai container sử dụng các container trên nhiều đám mây công cộng. Các nhà triển khai container cho biết 55% các container triển khai tại chỗ, trong khi 45% chạy trên đám mây công cộng.

- Khảo sát cũng cho thấy 53,6% ứng dụng container hóa là các ứng dụng có sẵn được di trú tới một container, so với 46% là các ứng dụng mới bắt đầu với container từ ngày đầu. (Hình 5)

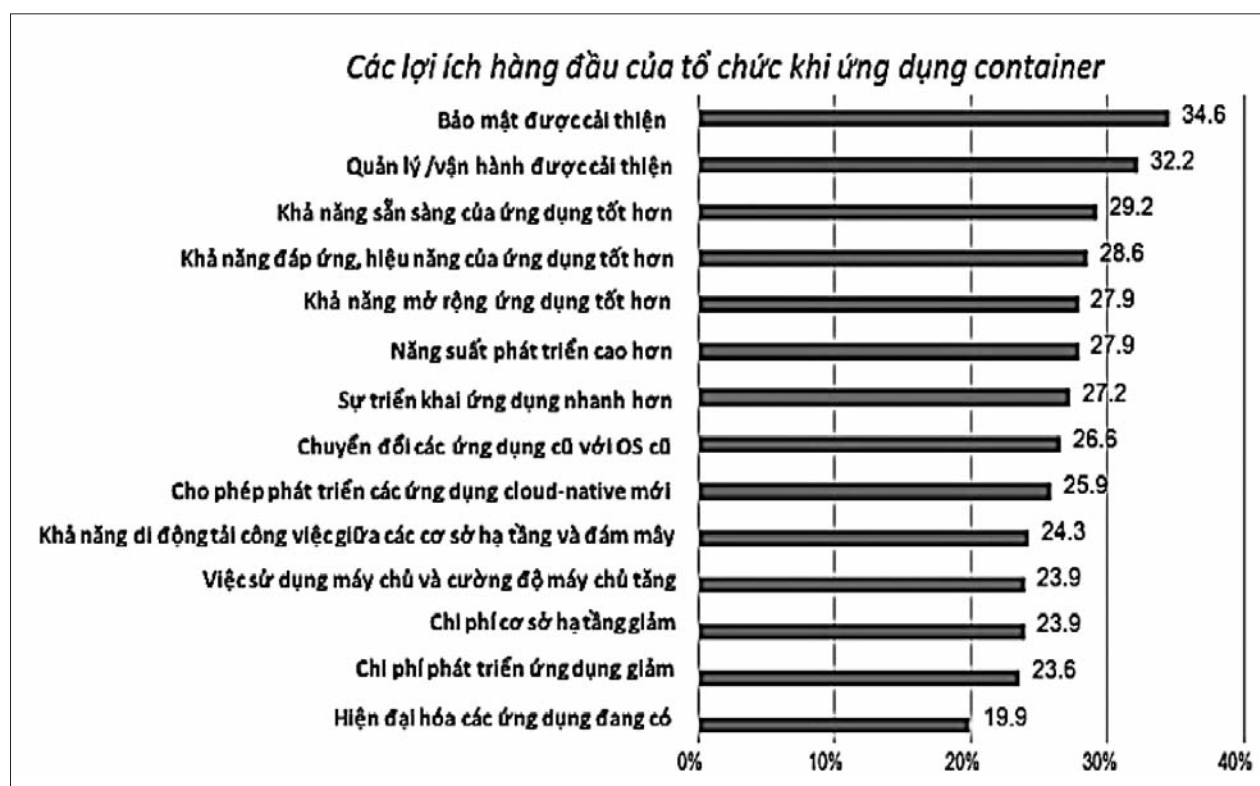
Cuộc cách mạng container đang diễn ra ngay lúc này, khi các công ty tìm cách chuyển dịch nhanh hơn và xây dựng các khối tài sản kỹ thuật

số để hỗ trợ tăng trưởng. IDC dự báo sẽ có hơn 1,8 tỷ instance container doanh nghiệp được triển khai trong năm 2021. Các nền tảng container sẽ là chìa khóa để quản lý các môi trường CNTT ngày càng đa dạng và mở rộng (đa hệ điều hành, hypervisor, đám mây riêng, đám mây công cộng,...). Trong khi các container là phương tiện hoàn hảo để củng cố các ứng dụng cloud-native, kiến trúc vi dịch vụ, chúng cũng phù hợp với nhiều ứng dụng hiện có. Những ứng dụng này có thể gạt hái những lợi ích ngay lập tức từ việc được hiện đại hóa và chuẩn bị cho khả năng tái cấu trúc qua thời gian. Để tận dụng thành công container trong những trường hợp đó và thực hiện ở quy mô lớn, các doanh nghiệp cần một nền tảng container mạnh mẽ, tích hợp và toàn diện.

4. Kết luận

Trong bài báo này, tác giả đã trình bày về Docker và Kubernetes - hai nền tảng container và điều phối container hàng đầu hiện nay, đồng thời cung cấp một số kết quả khảo sát và dự báo về

Hình 5: Khảo sát top các lợi ích khi ứng dụng container (theo IDC 2018)



việc ứng dụng nền tảng container trong các tổ chức doanh nghiệp. Bài viết tập trung vào việc tổng hợp và phân tích các kết quả của một số khảo sát về hiện trạng và xu hướng của việc ứng dụng công nghệ container trong doanh nghiệp. Trong bài nghiên cứu ở những số báo sau, tác giả sẽ phân tích về một số nghiên cứu tình huống (case

study) điển hình về việc áp dụng container kết hợp các dịch vụ điện toán đám mây của doanh nghiệp, đồng thời đặt ra các thách thức mà doanh nghiệp có thể gặp phải tại quá trình áp dụng nền tảng container cho tổ chức của mình, và những best practice có thể áp dụng trong việc triển khai và vận hành container ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. IBM Cloud Education, "IBM Cloud Learn Hub", IBM, truy cập ngày 13/2/2020, <https://www.ibm.com/cloud/learn/>.
2. Container Journal, "Container Ecosystems Archives", MediaOps Inc., truy cập ngày 13/2/2020, <https://containerjournal.com/topics/container-ecosystems/>.
3. Gartner, "Survey Analysis: Container Adoption and Deployment, 2018", Gartner Inc., truy cập ngày 13/2/2020, <https://www.gartner.com/en/documents/3865408/survey-analysis-container-adoption-and-deployment-20180>.
4. IBM Cloud, "The state of container-based application development", IBM, truy cập ngày 13/2/2020, <https://www.ibm.com/downloads/cas/BBKLLK1L>.
5. Stack Overflow, "Developer Survey Results 2019", Stack Exchange Inc., truy cập ngày 13/2/2020, <https://insights.stackoverflow.com/survey/2019>
6. RightScale, "RightScale 2019 State of the Cloud Report", Flexera, truy cập ngày 13/2/2020, <https://www.flexera.com/blog/cloud/2019/02/cloud-computing-trends-2019-state-of-the-cloud-survey/>.
7. Portworx & Aqua Security, "2019 Container Adoption Survey", Portworx Inc., truy cập ngày 13/02/2020, <https://portworx.com/wp-content/uploads/2019/5/2019-container-adoption-survey.pdf>.
8. Diamanti, "2019 Container adoption benchmark survey", Diamanti, truy cập ngày 13/2/2020, <https://www.redhat.com/en/topics/containers>.
9. Gary Chen, "The Rise of the Enterprise Container Platform", IDC, truy cập ngày 13/2/2020, <https://goto.docker.com/rs/929-FJL-178/images/IDC-containerplatform-wp.pdf>.
10. DigitalOcean, "Currents - A quarterly report on developer trends in the cloud", DigitalOcean, truy cập ngày 13/2/2020, <https://www.digitalocean.com/currents/june-2018/>

Ngày nhận bài: 3/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 23/1/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM NGỌC DUY

ThS. NGUYỄN THÀNH TUẤN ANH

Khoa Công nghệ thông tin, Trường Đại học Hàng hải Việt Nam

CONTAINERIZATION: A SUMMARY OF SURVEYS ON CONTAINER ADOPTION IN ENTERPRISES

- Master. **PHAM NGOC DUY**
- Master. **NGUYEN THANH TUAN ANH**
Faculty of Information Technology,
Vietnam Maritime University

ABSTRACT:

In the Industry 4.0 era, advanced information technology solutions should be applied intensively by organizations and enterprises in all areas in order to achieve effective system building and deployment. Nowadays, the combination of containerization and cloud computing is one of the trendy solutions, especially in enterprise application deployment. The series of articles on “containerization” topic generally presents the overall of container technology and related cloud computing services, recent trends of container-based application solution in organizations, advantages as well as challenges that enterprises have to face in the process of system deployment and operation by using container platform. This article focuses on summarizing and analyzing results of some surveys about current states and future trends in container adoption in enterprises.

Keywords: Container, containerization, container adoption, survey.

GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VIỆT NAM NĂM 2020

● PHAN NGỌC TẤN

TÓM TẮT:

Năm 2019, Việt Nam đạt được tốc độ tăng trưởng GDP hàng đầu thế giới với tỷ lệ 7,02% và hàng loạt các thành tựu khác như năng suất lao động tăng; tăng trưởng tín dụng giảm; cán cân thương mại thặng dư kỷ lục đạt 10 tỷ USD; dự trữ ngoại hối tăng lên đến 80 tỷ USD; lượng kiều hối đạt 16,7 tỷ USD, tăng 4,6%; Chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu, từ vị trí thứ 77 năm 2018 lên thứ 67 năm 2019. Năm 2020, Chính phủ đặt mục tiêu tăng trưởng GDP 6,8%, tương đương năm 2019. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng như vậy là khá thách thức khi Việt Nam chủ yếu sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm có giá trị gia tăng thấp, trong khi môi trường quốc tế nhiều biến động và căng thẳng. Việt Nam cần thực thi đồng bộ nhiều giải pháp để đạt mục tiêu tăng trưởng kinh tế, như: cải cách chính sách trọng yếu; phát triển kinh tế bền vững; giảm lãi suất; cải cách thuế; phòng chống tham nhũng; ổn định vĩ mô. Đây là những nội dung được đưa ra phân tích trong bài viết dưới đây.

Từ khóa: GDP, tăng trưởng kinh tế, cán cân thương mại, kiều hối, tăng trưởng tín dụng.

1. Tăng trưởng kinh tế là gì?

“Tăng trưởng kinh tế là sự gia tăng bền vững về sản phẩm tính theo đầu người”, Simon Kuznet (1966). Các nhà kinh tế học cổ điển đã sử dụng 2 chỉ tiêu: tổng sản phẩm quốc dân (GNP) và tổng sản phẩm quốc nội (GDP) để đo lường tốc độ tăng trưởng của một nền kinh tế.

Có rất nhiều nhân tố tác động đến tăng trưởng kinh tế của quốc gia nhưng tựu chung lại gồm có các nhân tố cơ bản sau:

Thứ nhất, nguồn nhân lực: Nhiều nhà kinh tế cho rằng nguồn nhân lực hay vốn con người là yếu tố quan trọng nhất trong tăng trưởng kinh tế. Theo Schultz (1961), vốn con người bao gồm thể trạng, trình độ học vấn, kỹ năng, kinh nghiệm, ý thức tổ chức và kỷ luật lao động. Có thể thấy: “nguồn lực con người là nguồn lực của mọi nguồn lực”, là “tài nguyên của mọi tài nguyên”. Vì vậy, con người có

sức khỏe, trí tuệ, tay nghề cao, có động lực và nhiệt tình, được tổ chức chặt chẽ chính là nhân tố cơ bản của tăng trưởng kinh tế.

Thứ hai, vốn đầu tư: Vốn đầu tư là một trong những nhân tố quan trọng của quá trình sản xuất. Vốn đầu tư bao gồm: đầu tư tư nhân, đầu tư chính phủ và đầu tư nước ngoài. Vốn đầu tư của toàn xã hội không chỉ là máy móc, thiết bị dùng cho sản xuất, còn bao gồm cả lượng vốn đầu tư để phát triển lợi ích chung của toàn xã hội. Đó là lượng vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng của quốc gia, mà phần lớn là do chính phủ đầu tư. Ngoài ra, nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài cũng đóng vai trò quan trọng.

Thứ ba, tiến bộ công nghệ: Tiến bộ công nghệ có tác dụng thúc đẩy tăng trưởng vì nó góp phần làm tăng năng suất lao động, nâng cao hiệu suất sử dụng vốn, tiết kiệm lao động và vốn trên sản phẩm, nên cùng lượng chi phí, nhưng sản phẩm tạo ra

nhiều hơn và mở ra các ngành nghề và sản phẩm mới. Ngày nay, với đà phát triển công nghệ, nhất là công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới... đã làm tăng năng suất một cách nhanh chóng.

Thứ tư, xuất khẩu: Xuất khẩu có thể có tác động đến tăng trưởng kinh tế một cách trực tiếp vì nó là một thành phần của tổng sản phẩm hay một cách gián tiếp thông qua ảnh hưởng của nó đến các nhân tố của tăng trưởng. Xuất khẩu làm tăng nhu cầu trong nền kinh tế. Việc hướng về xuất khẩu và cởi mở thương mại cải thiện quá trình tái phân bổ nguồn lực, làm tăng năng lực sử dụng nguồn lực và cạnh tranh của quốc gia. Xuất khẩu làm tăng đầu tư trong nước cũng như thu hút đầu tư nước ngoài. Xuất khẩu thúc đẩy thay đổi công nghệ và cải thiện nguồn nhân lực, qua đó làm tăng năng suất và cuối cùng xuất khẩu tạo thêm cơ hội việc làm, tăng thu nhập.

Thứ năm, tài nguyên thiên nhiên: Mặc dù tiến bộ độ khoa học kỹ thuật không ngừng phát triển và được áp dụng sâu rộng trong sản xuất. Tuy nhiên, nhiều nguồn tài nguyên thiên nhiên vẫn đóng vai trò quyết định trong sản xuất sản phẩm của ngành và quốc gia (nông nghiệp, công nghiệp khai

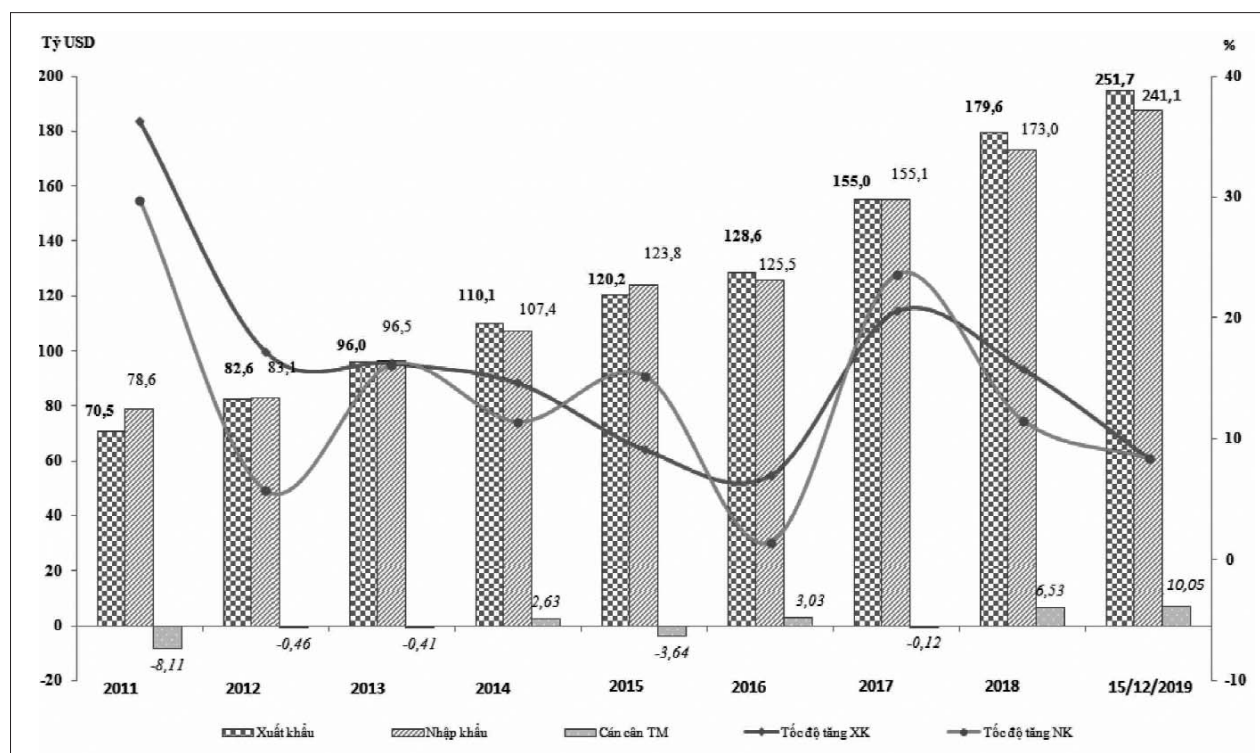
khoáng...). Thực tiễn minh chứng quốc gia nào có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng, giàu về trữ lượng và chất lượng sẽ có nhiều thuận lợi trong thu hút FDI và ngược lại.

2. Thành tựu kinh tế Việt Nam năm 2019

Năm 2018, quy mô kinh tế Việt Nam đạt gần 250 tỷ USD lớn gấp 9,3 lần so với thời điểm bắt đầu đổi mới năm 1986 và gấp gần 1,3 lần so với năm 2015. Năm 2019, kinh tế Việt Nam đạt tăng trưởng lên đến 7,02%, đưa quy mô nền kinh tế đạt 268 tỷ USD.

Năm 2019, Việt Nam không chỉ đạt được tăng trưởng nhanh hàng đầu khu vực và thế giới, mà còn duy trì được nền tảng kinh tế vĩ mô ổn định, lạm phát chỉ 2,79%, mặt bằng lãi suất và tỷ giá luôn duy trì ổn định trong bối cảnh các thị trường tài chính toàn cầu đầy biến động. Cán cân ngân sách tính đến ngày 23/12/2019 là thặng dư (tổng thu cân đối 1,469 triệu tỷ đồng, tổng chi cân đối 1,316 triệu tỷ đồng), nợ công giảm từ hơn 64% GDP vài năm trước về còn khoảng 56% GDP. Thu ngân sách nhà nước vượt trên 8% dự toán Quốc hội giao. Quy mô xuất nhập khẩu đạt hơn 517 tỷ USD, cán cân thương mại hàng hóa đạt thặng dư kỷ lục 10 tỷ USD (Hình 1), dự trữ ngoại hối gần 80 tỷ USD.

Hình 1: Cán cân thương mại của Việt Nam



Nguồn: www.customs.gov.vn

Chất lượng tăng trưởng của Việt Nam lại có sự cải thiện rất rõ nét thể hiện qua tốc độ tăng năng suất lao động. Đóng góp của năng suất các yếu tố tổng hợp (TFP) vào tăng trưởng GDP 2019 đạt 46,11%, tính cả giai đoạn 2016 - 2019 là 44,46%, cao hơn nhiều so với mức bình quân 33,58% giai đoạn 2011 - 2015. Tốc độ tăng năng suất lao động tăng 6,2% (theo giá cố định) - cao hơn nhiều so với nhiều nước trong khu vực. Tăng trưởng tín dụng năm 2019 ước chỉ khoảng 12,1%, trong khi nhiều năm trước tín dụng thường tăng trên 18% (Hình 2). Chỉ số Phát triển bền vững năm 2019 của Việt Nam tăng 3 bậc, trong khu vực ASEAN xếp thứ 2 sau Thái Lan, năm 2018 đứng thứ 3).

Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) đã công bố một báo cáo cho thấy, Việt Nam đã nhảy vọt 10 bậc về Chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu, từ vị trí thứ 77 năm 2018 lên thứ 67 năm 2019, khiến quốc gia này được cải thiện nhiều nhất trong bảng xếp hạng. Đây là lần đầu tiên Việt Nam tiến lên nửa trên của danh sách 141 nền kinh tế. Kết quả này được cho là do các nỗ lực cải cách bền bỉ và có hiệu quả của Chính phủ Việt Nam trong bối cảnh bất ổn toàn cầu, bởi căng thẳng địa chính trị và thương mại.

Ngân hàng Thế giới (WB) dự báo lượng kiều hối chảy về Việt Nam trong năm 2019 ước đạt 16,7 tỷ USD (Hình 3), tăng 4,6% so với năm trước. Còn theo đánh giá của Ngân hàng Nhà nước Việt

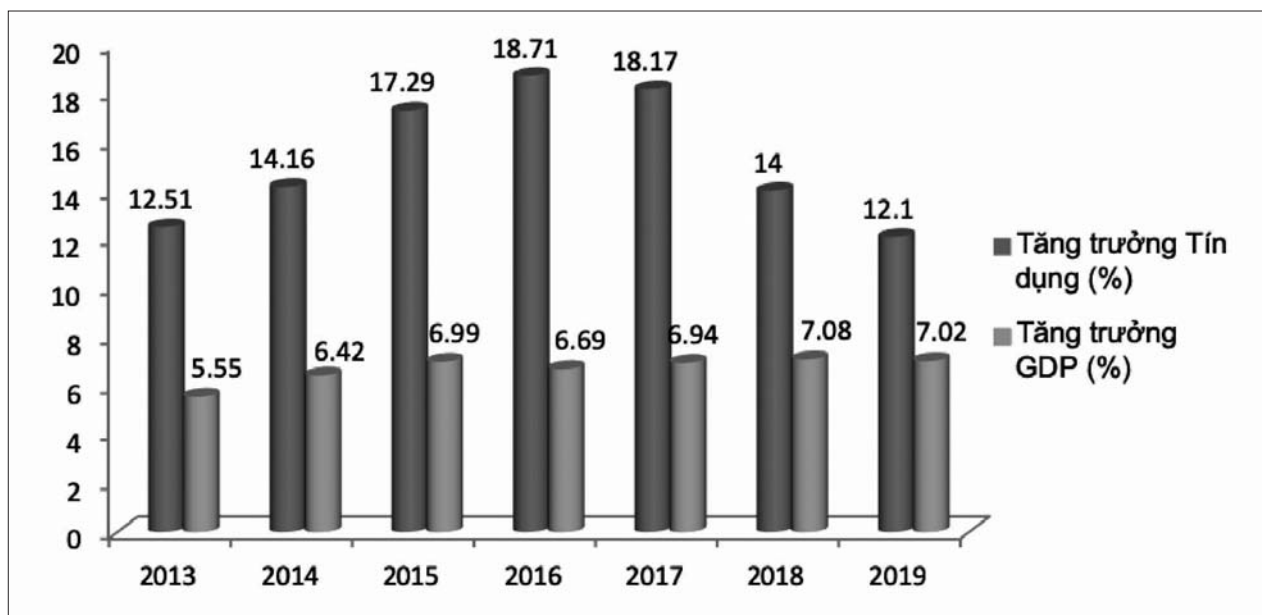
Nam (NHNN), lượng kiều hối năm 2019 vẫn đạt mức tăng trưởng khoảng 6-8% so với năm 2018, khoảng 13-14 tỷ USD. Như vậy, 2019 là năm thứ 3 liên tiếp, Việt Nam nằm trong nhóm 10 nước nhận kiều hối lớn nhất thế giới. Các năm 2017, 2018, lượng kiều hối đổ về lần lượt là 13,8 tỷ USD và 15,9 tỷ USD.

3. Thách thức đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2020

“Tăng trưởng hợp lý” là cụm từ thường có mặt trong mục tiêu tổng quát kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội nhiều năm gần đây, nhưng trong Dự thảo Kế hoạch Phát triển kinh tế - xã hội năm 2020, cụm từ này đã không còn nữa. Thay vào đó là “nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, tính tự chủ và sức cạnh tranh của nền kinh tế”, “tăng trưởng nhanh và bền vững”. Điều đó có nghĩa, những kỳ vọng đặt vào nền kinh tế trong năm tới cao hơn. Áp lực và thách thức đối với nền kinh tế, theo đó, cũng nặng hơn.

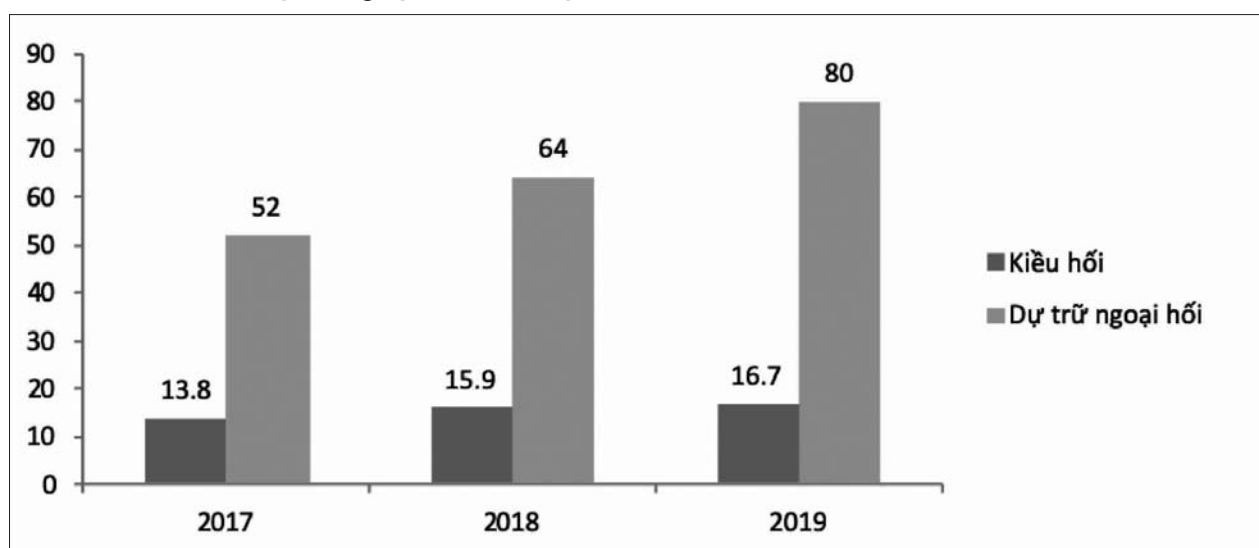
Mặc dù vậy, một lần nữa, báo cáo Quốc hội, Chính phủ chỉ đặt ra mục tiêu tăng trưởng GDP 6,8% trong năm 2020, tương đương năm 2019. Tương đương về con số, nhưng nếu đặt trên nền tảng GDP của năm 2019, cũng như đặt trong bối cảnh kinh tế toàn cầu và trong nước đang đối mặt với nhiều khó khăn, rủi ro lớn, thì tốc độ tăng trưởng như vậy là thách thức.

Hình 2: Tăng trưởng Tín dụng và GDP của Việt Nam



Nguồn: www.gso.gov.vn

Hình 3: Kiều hối và Dự trữ ngoại hối của Việt Nam (Tỷ USD)



Nguồn: WB, NHNN

Mặc dù đã đạt được những bước tiến ngoạn mục năm 2019, nhưng mô hình phát triển của Việt Nam hiện nay phải đối mặt với nhiều thách thức quan trọng. Việt Nam hiện đang tập trung vào khâu sản xuất hạn chế, nghĩa là sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm có giá trị gia tăng thấp, yêu cầu tay nghề lao động thấp. Trong thời gian tới, Việt Nam cần nâng cao giá trị gia tăng trong nước và cải thiện thu nhập bình quân đầu người, đồng thời cần chuyển đổi sang giai đoạn phát triển tiếp theo. Tuy nhiên, việc chuyển tiếp này tạo ra thách thức lớn hơn so với việc tiếp tục thành công ở mức độ sản xuất cơ bản.

Môi trường quốc tế nhiều biến động và căng thẳng. Đây vừa là cơ hội, đồng thời là thách thức đối với Việt Nam.

4. Một số giải pháp đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2020 và tương lai

Để đạt mục tiêu tăng trưởng năm 2020 và trong tương lai, đòi hỏi cần phải thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ và quan trọng sau:

Cải cách chính sách trọng yếu: Các chính sách cần cải cách liên quan đến nhiều vấn đề, như: đầu tư cơ sở hạ tầng và thúc đẩy kết nối; thích ứng với biến đổi khí hậu; đào tạo và duy trì nguồn nhân lực chất lượng có tay nghề cao.

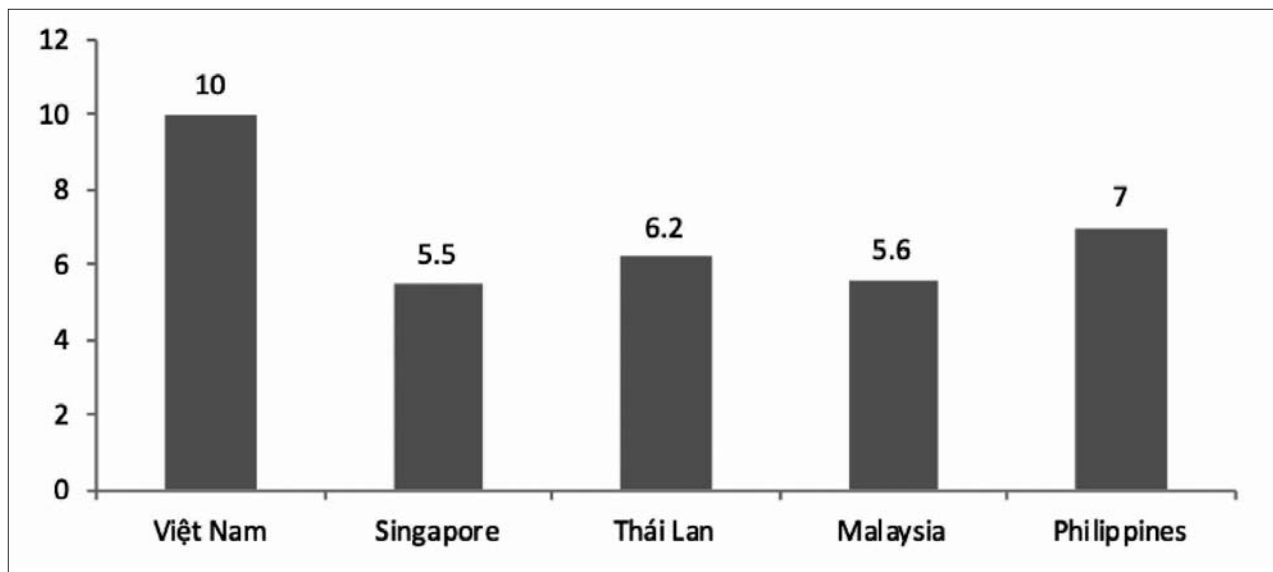
Phát triển kinh tế bền vững. Nhìn xa hơn các nội dung về tăng trưởng; về phát triển bền vững và chia sẻ thịnh vượng; chú ý tới các chương trình về dân tộc thiểu số, bình đẳng giới, đô thị hóa và hạn chế

của hạ tầng giao thông, ô nhiễm không khí. Giải quyết được những vấn đề này sẽ tạo ra tăng trưởng và thu nhập cao hơn. Để tránh rơi vào bẫy thu nhập trung bình và để chuyển đổi sang kinh tế hiện đại tiên tiến, Việt Nam cần tập trung vào tăng trưởng bao trùm và phát triển bền vững.

Giảm lãi suất. Thời gian vừa qua nhiều quốc gia trên toàn thế giới đã thực hiện cuộc đua giảm lãi suất để kích thích nền kinh tế, trong đó có Mỹ, châu Âu, Nhật và các quốc gia khác. Ngân hàng nhà nước Việt Nam cần phải quyết liệt hơn nữa trong việc cắt giảm lãi suất điều hành, từ đó làm giảm lãi suất huy động và lãi suất cho vay của các ngân hàng thương mại. Điều kiện thuận lợi để thực hiện giảm mạnh lãi suất đó là lạm phát năm 2019 ở mức rất thấp 2,79% (thấp nhất trong hơn 10 năm qua). Việc giảm lãi suất không chỉ kích thích đầu tư mà còn kích thích tiêu dùng. Hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam đang phải đi vay với lãi suất cao hơn nhiều (Hình 4) so với các nước trong khu vực. Rõ ràng đây là yếu tố bất lợi làm tăng chi phí của các doanh nghiệp Việt Nam. Ngoài ra, lãi suất cao còn là gánh nặng đối với ngân sách nhà nước (NSNN). Theo Dự toán ngân sách năm 2020, chi trả lãi là 118.192 tỷ đồng, chiếm 6,8% tổng chi ngân sách nhà nước.

Cải cách thuế. Việt Nam đã thực hiện việc giảm thuế Thu nhập doanh nghiệp (TNDN) có lộ trình từ 32% xuống còn 20% hiện nay. Tuy nhiên, đó vẫn là con số cao nếu so với 17% của Singapore. Do đó,

Hình 4: Lãi suất đi vay tại các nước 2019 (%)



Nguồn: Tổng hợp của tác giả

trong thời gian tới, thuế TNDN cần phải được giảm thêm từ 1% đến 2% để tạo thêm sức hấp dẫn đối với các doanh nghiệp. Điều này cũng giúp thu hút các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam. Ngoài ra, cần tăng thuế tiêu thụ đặc biệt đối với các mặt hàng có hại sức khỏe, như: rượu, bia và thuốc lá. Việc này không chỉ góp phần tăng thu cho NSNN, mà còn làm giảm số lượng người dùng, từ đó, giảm số lượng bệnh nhân và giảm chi phí của toàn xã hội vào việc khám và chữa bệnh.

Ngoài các giải pháp trên, Việt Nam cần phải tiếp tục tích cực phòng chống tham nhũng; ngăn chặn tình trạng quan liêu; ổn định các yếu tố vĩ mô như: chính trị, lạm phát, tỷ giá hối đoái...; ký kết các hiệp định thương mại để tìm kiếm thêm thị trường cho hàng hóa Việt Nam. Có như vậy, hy vọng kinh tế Việt Nam sẽ phát triển nhanh và bền vững, việc làm được tạo ra nhiều hơn, đời sống của người dân ngày càng cải thiện và tốt đẹp hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Xuân Phúc (30/12/2019). Báo cáo của Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc với chủ đề "Kỷ cương, liêm chính, hành động, sáng tạo, bút phá, hiệu quả" tại Hội nghị trực tuyến Chính phủ với các địa phương.
2. Nguyễn Phú Tụ và Huỳnh Công Minh (ngày 15/04/2010). Mối quan hệ giữa đầu tư trực tiếp nước ngoài và tăng trưởng kinh tế của Việt Nam. Kỷ yếu Hội nghị Khoa học và Công nghệ lần thứ 1, Khoa Kế toán - Tài chính - Ngân hàng, Đại học Kỹ thuật Công nghệ TP. Hồ Chí Minh.
3. Pinelopi Goldberg (30/09/2019). Nhìn lại thành công và thách thức với Việt Nam. Khai thác trực tiếp từ <https://blogs.worldbank.org/vi/developmenttalk/nhin-lai-thanh-cong-va-thach-thuc-voi-viet-nam>
4. www.customs.gov.vn
5. www.gso.gov.vn
6. www.sbv.gov.vn
7. www.worldbank.org

Ngày nhận bài: 8/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/1/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHAN NGỌC TẤN

Khoa Tài chính Ngân hàng

Trường ĐH Mở Thành phố Hồ Chí Minh

SOLUTIONS FOR VIETNAM'S ECONOMIC GROWTH IN 2020

Master. **PHAN NGOC TAN**

Faculty of Finance and Banking

Ho Chi Minh City Open University

ABSTRACT:

In 2019, Vietnam is one of the fastest-growing of the world's economies with the GDP growth rate of 7.02%. Vietnam also achieved many economic achievements in last year including an increase in labor productivity. While the country experienced a recorded trade surplus of 10 billion USD, the national foreign exchange reserves increased to 80 billion USD and the remittances reached 16.7 billion USD. In addition, the country ranked 67th, up 10 spots in the 2019 Global Competitiveness Index. In 2020, the Government of Vietnam sets a target of 6.8% GDP growth, equivalent to 2019. However, this GDP's growth rate goal is a challenge for the country as Vietnam mainly produces and exports low value-added products. Moreover, the international environment becomes more volatile and stressful. To achieve its set economic goals, Vietnam needs to implement many measures simultaneously including policy reform, sustainable economic development, decrease in interest rates, tax reform, prevention of corruption and ensuring the macroeconomic stability. This article focuses on these mentioned contents and presents some solutions.

Keywords: GDP, economic growth, trade balance, remittances, credit growth.

QUÁ TRÌNH CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ THEO NGÀNH Ở CẨM KHÊ TỪ KHI TÁI LẬP HUYỆN (1995 - 2015)

● NGUYỄN THỊ HƯƠNG LOAN

TÓM TẮT:

Cẩm Khê là một huyện nông nghiệp của tỉnh Phú Thọ, có rất nhiều tiềm năng, lợi thế cho việc phát triển các ngành công nghiệp và dịch vụ. Từ năm 1995 khi tái lập huyện đến năm 2015, với chủ trương khai thác mọi nguồn lực của địa phương nhằm đẩy mạnh quá trình phát triển kinh tế - xã hội, cơ cấu kinh tế của Cẩm Khê đã chuyển dịch theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Bài viết này tập trung phân tích những điều kiện tiền đề, chủ trương, biện pháp và kết quả của quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành ở Cẩm Khê trong thời kỳ 1995-2015, nhằm giúp chúng ta hiểu rõ phần nào đường lối đổi mới kinh tế của Đảng được vận dụng sáng tạo vào hoàn cảnh thực tiễn địa phương.

Từ khóa: Chuyển dịch cơ cấu kinh tế, huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ.

I. Đặt vấn đề

Vấn đề chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở Việt Nam theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện hội nhập với thế giới đã, đang diễn ra mạnh mẽ và đạt được nhiều kết quả. Nhiệm vụ đổi mới toàn diện đất nước đòi hỏi phải đổi mới cả kinh tế địa phương hợp thành cơ cấu thống nhất, hoàn chỉnh của nền kinh tế quốc dân. Từ khi tái lập huyện (ngày 7/10/1995) đến nay, cùng với thành tựu tăng trưởng kinh tế duy trì ổn định ở mức cao, cơ cấu kinh tế của huyện Cẩm Khê chuyển dịch theo hướng tích cực, góp phần thực hiện thắng lợi sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và nâng cao đời sống nhân dân của địa phương.

Tìm hiểu “Quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành ở Cẩm Khê từ khi tái lập huyện năm 1995 đến năm 2015”, trên cơ sở phân tích

những điều kiện tiền đề, chủ trương, biện pháp và kết quả của quá trình thực hiện sẽ giúp chúng ta hiểu phần nào những biến đổi của cơ cấu ngành kinh tế ở Cẩm Khê trong quá trình thực hiện đường lối đổi mới do Đảng đề ra và được vận dụng sáng tạo vào hoàn cảnh thực tế địa phương.

II. Quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành ở Cẩm Khê từ khi tái lập huyện năm 1995 đến năm 2015

1. Những điều kiện tiền đề của việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở Cẩm Khê

Ngày 7 tháng 10 năm 1995, tách 10 xã của huyện Hạ Hòa cũ trở về huyện Hạ Hòa; huyện Sông Thao lúc này trở lại phạm vi địa giới của huyện Cẩm Khê cũ với 30 xã và 1 thị trấn (thị trấn Sông Thao), với tổng diện tích tự nhiên là 233.425 ha, dân số 124.610 người [3; tr.8].

Cẩm Khê là một huyện miền núi của tỉnh Phú Thọ, có tọa độ địa lý trong khoảng 21°15' - 21°29' độ vĩ Bắc và 104°57' - 105°13' độ kinh Đông. Vị trí địa lý thuận lợi cùng hệ thống giao thông thủy, bộ phân bố hợp lý tạo cho Cẩm Khê có nhiều lợi thế trong việc giao lưu, trao đổi thương mại với các tỉnh lân cận như Yên Bái, Lào Cai, Vĩnh Phúc và Thủ đô Hà Nội.

Cẩm Khê còn là một huyện nông nghiệp lớn của tỉnh Phú Thọ với nhiều sản vật phong phú, đa dạng có sản lượng lớn, không chỉ đáp ứng cho nhu cầu trong huyện, mà còn cung cấp cho các huyện và các tỉnh khác, đồng thời hướng đến xuất khẩu. Đây là điều kiện thuận lợi cho việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa và công nghiệp chế biến. Rất nhiều ngành nghề sản xuất thủ công nghiệp truyền thống như mộc, đan lát, làm nón, làm mỳ là thế mạnh phát triển kinh tế nông thôn và các ngành hàng xuất khẩu.

Tài nguyên động thực vật phong phú là điều kiện để ngành nông, lâm nghiệp của huyện phát triển, đồng thời đây cũng là nguồn cung cấp nguyên liệu cho các làng nghề truyền thống của huyện phát triển. Rất nhiều làng nghề sản xuất thủ công truyền thống có từ lâu đời như làm nón, đan lát, mộc là những thế mạnh phát triển kinh tế nông thôn và các ngành hàng xuất khẩu.

Nguồn tài nguyên khoáng sản của Cẩm Khê bao gồm than nâu, quặng sắt, cao lanh, sét gạch ngói, sét gốm, đá vôi [1; tr.13], trong đó có một số loại với trữ lượng lớn, chất lượng tốt, giá trị kinh tế cao. Đây là tiềm năng để phát triển các ngành sản xuất vật liệu xây dựng, công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản ở địa phương.

Cẩm Khê có điểm thắng cảnh núi đồi Ba Vực (xã Văn Bán) với cảnh quan thiên nhiên khá kỳ thú là điểm có tiềm năng phát triển du lịch sinh thái - văn hóa trong tương lai.

Nguồn lao động ở Cẩm Khê rất dồi dào với số lượng lao động có trình độ văn hóa ngày càng tăng. Năm 2015, Cẩm Khê có 80.017 nghìn người, trong độ tuổi lao động, (chiếm 61,08% dân số) [7; tr.14]. Đây là điều kiện quan trọng để hình thành đội ngũ công nhân, cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật và lao động chất lượng tốt, đáp ứng yêu

cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Những tiềm năng và lợi thế đó tạo điều kiện thuận lợi cho Cẩm Khê trở thành trọng điểm thu hút đầu tư phát triển công nghiệp, dịch vụ, thương mại, phấn đấu trở thành huyện có công nghiệp phát triển, nông nghiệp hàng hóa gắn với dịch vụ.

Bên cạnh những thuận lợi, Cẩm Khê cũng gặp không ít khó khăn thách thức trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Vị trí địa lý của Cẩm Khê vừa tạo ra cơ hội phát triển, vừa là thách thức lớn trong sự cạnh tranh với các huyện khác trong tỉnh về khai thác và phát triển các ngành hàng có cùng lợi thế. Mặt khác, Cẩm Khê là một huyện nông nghiệp nên tỷ lệ dân số và lao động qua đào tạo thấp, kết cấu hạ tầng ở nông thôn còn nhiều hạn chế. Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ đến tốc độ chuyển dịch cơ cấu kinh tế và đòi hỏi phải có sự đầu tư lớn mới đem lại hiệu quả tích cực.

2. Quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành ở Cẩm Khê thời kỳ 1995 - 2015

a) Chuyển dịch cơ cấu giữa các ngành kinh tế

Trước năm 1986, kinh tế tỉnh Phú Thọ nói chung và huyện Cẩm Khê nói riêng cơ bản vẫn là nền kinh tế nông nghiệp, công nghiệp và thủ công nghiệp còn nhỏ bé và chậm phát triển. Cơ cấu kinh tế nhìn chung còn đơn giản, chủ yếu là nông nghiệp, công nghiệp và thủ công nghiệp, các ngành dịch vụ chưa có điều kiện phát triển.

Thực hiện đường lối đổi mới của Đảng ta từ Đại hội VI (12-1986) và nghị quyết các kỳ Đại hội Đảng bộ huyện từ đó đến nay, kinh tế - xã hội huyện Cẩm Khê có những chuyển biến rõ rệt, cơ cấu kinh tế mới được hình thành và chuyển dịch theo hướng tích cực.

Trong những năm 1986 - 1990, việc thực hiện các mục tiêu của 3 chương trình kinh tế: Lương thực, thực phẩm, hàng tiêu dùng và hàng xuất khẩu đạt kết quả tốt, nông nghiệp có bước phát triển theo hướng sản xuất hàng hóa, cơ cấu công nghiệp bước đầu chuyển đổi cả về ngành nghề và hình thức sở hữu theo hướng tăng dần công nghiệp chế biến và công nghiệp ngoài quốc doanh, cơ cấu hàng xuất khẩu thay đổi gắn với thế mạnh của huyện nông nghiệp, tăng tỷ trọng hàng nông sản thực phẩm, hàng thủ công mỹ nghệ.

Bảng 1. Cơ cấu giá trị gia tăng tính theo ngành 1991-1994

(Theo giá 1989 - Đơn vị tính:%)

Các ngành	1991	1992	1993	1994
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	77,1	79,7	80,6	77,0
Tiểu thủ công nghiệp - Xây dựng	2,9	3,3	3,5	3,7
Thương mại - Dịch vụ	20,9	17,0	15,9	19,3

[8; tr.6]

Nhìn vào bảng thống kê (Bảng 1), ta nhận thấy từ năm 1991 đến năm 1994, tỷ trọng ngành tiểu thủ công nghiệp, xây dựng có xu hướng tăng lên liên tục, nhưng ngành Thương mại - Dịch vụ và nông, lâm, thủy sản có sự tăng giảm ở mức độ không ổn định, ngành Nông, Lâm, Thủy sản vẫn chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu kinh tế. Điều này cho thấy sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa vẫn chưa thực sự ổn định, đòi hỏi các cấp các ngành ở địa phương phải tìm cho được cách thức và hướng đi phù hợp trong các giai đoạn sau nhằm đưa nền kinh tế của huyện phát triển.

Từ Đại hội Đảng bộ huyện lần thứ VII (10/1996) cho đến Đại hội Đảng bộ huyện Cẩm Khê lần thứ XXVIII (7/2010) mục tiêu chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa luôn được coi là nhiệm vụ quan trọng trong phương hướng phát triển kinh tế - xã hội của huyện. Với chủ trương tận dụng, phát huy mọi tiềm năng thế mạnh của huyện, thực hiện chính sách khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi để thu hút đầu tư, tranh thủ sự giúp đỡ của các cấp trên và các tổ chức quốc tế, nhằm tăng cường nguồn lực nhằm đạt được mục tiêu của chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, Cẩm Khê đã thu được nhiều kết quả trong quá trình thực hiện.

Năm 1995, năm đầu tiên Cẩm Khê thực hiện các nhiệm vụ kinh tế - xã hội sau khi tái lập huyện và đạt được nhiều thành tựu quan trọng.

Nhìn vào Bảng 2, ta nhận thấy, từ năm 1995 đến năm 2015, tỷ trọng ngành Công nghiệp - Xây dựng và Thương mại - Dịch vụ có xu hướng liên tục tăng, ngành Nông - Lâm - Thủy sản có xu hướng giảm, nhưng vẫn chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu kinh tế. Điều này cho thấy sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa vẫn chưa phù hợp. Tỷ trọng ngành Thương mại và Dịch vụ cơ bản vẫn chưa có sự thay đổi đáng kể. Cẩm Khê vẫn là huyện kinh tế chủ yếu dựa vào nông, lâm nghiệp, thủy sản.

b) Chuyển dịch cơ cấu trong nội bộ các ngành kinh tế

* Ngành Nông - Lâm - Thủy sản

Nhìn chung, từ năm 1995 đến năm 2015, ngành Nông - Lâm - Thủy sản của Cẩm Khê phát triển khá ổn định và toàn diện, thể hiện thế mạnh của một huyện có nhiều tiềm năng và điều kiện thuận lợi. (Bảng 3)

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong nội bộ ngành Nông, Lâm, Thủy sản được thực hiện theo hướng gắn sản xuất với thị trường giảm dần tỷ trọng sản xuất nông, lâm nghiệp, tăng tỷ trọng giá trị sản xuất ngành thủy sản. Cơ cấu nông, lâm nghiệp

Bảng 2. Cơ cấu kinh tế theo ngành

Đơn vị tính: %

Các ngành	1995	2000	2005	2010	2015
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	69,45	67,8	55,75	43,43	37,7
Công nghiệp - Xây dựng	4,65	6,8	11,23	21,13	25,4
Thương mại - Dịch vụ	25,9	25,4	33,02	35,44	36,9

[108];[113];[118];[123];[128]

Bảng 3. Tỷ trọng giá trị sản xuất và cơ cấu ngành Nông, Lâm, Thủy sản

STT	Tiêu chí	Năm				
		1995	2000	2005	2010	2015
<i>I.</i>	<i>Tổng GTSX Nông, lâm, thủy sản theo giá cố định 94 (triệu đồng)</i>	<i>205.947.640</i>	<i>262.246.000</i>	<i>239.700.000</i>	<i>336.789.800</i>	<i>475.000.000</i>
1	Nông nghiệp	172.690.000	214.850.000	202.400.000	276.535.000	370.000.000
2	Lâm nghiệp	28.600.000	35.000.000	20.800.000	30.542.000	55.000.000
3	Thủy sản	4.658.000	12.396.000	16.500.000	29.712.000	50.000.000
<i>II.</i>	<i>Tỷ trọng GTSX Nông, lâm, thủy sản</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
1	Nông nghiệp	83,8	81,93	84,4	82,1	77,9
2	Lâm nghiệp	13,9	13,34	8,7	9,1	11,6
3	Thủy sản	2,3	4,73	6,9	8,8	10,5

[3]; [4]; [5]; [6]; [7]

thủy sản thay đổi từ 83,8% - 13,9% - 2,3% năm 1995 sang 77,9% - 11,6% - 10,5% năm 2015. Nhiều diện tích đất sản xuất nông nghiệp kém hiệu quả được chuyển đổi sang nuôi trồng thủy sản làm cho diện tích mặt nước nuôi trồng thủy sản năm 2015 đạt 1.791,5 ha, tăng 3,74 lần so với năm 1995. Tỷ trọng ngành Thủy sản trong GDP toàn huyện tăng từ 2,3% năm 1995 lên 10,5% năm 2015.

Trong nông nghiệp, thực hiện chủ trương chuyển đổi cơ cấu sử dụng đất, cơ cấu cây trồng vật nuôi theo hướng sản xuất hàng hóa, nhằm tăng hiệu quả kinh tế, cơ cấu kinh tế nông nghiệp chuyển biến nhanh theo hướng giảm tỷ trọng ngành Trồng trọt, tăng tỷ trọng ngành Chăn nuôi và Dịch vụ nông nghiệp. (Bảng 4)

Trong trồng trọt cơ cấu cây trồng cũng được chuyển dịch mạnh theo hướng giảm diện tích cây lương thực, tăng năng suất và sản lượng vẫn cao nhờ đưa vào giống, kỹ thuật thâm canh mới nhằm đảm bảo an ninh lương thực. Các loại cây nhãn, vải, hồng, cam, chanh, quýt phát triển mạnh cả về quy mô và chất lượng sản phẩm nhằm đảm bảo cung cấp cho thị trường đạt chất lượng cao.

Ngành Chăn nuôi cũng được phát triển và chuyển dần theo phương thức công nghiệp, bán công nghiệp với kỹ thuật, công nghệ mới, giống có năng suất, chất lượng cao. Cơ cấu trong nội bộ ngành Chăn nuôi được chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng các loại gia súc, gia cầm có tỷ lệ nạc cao.

Bảng 4. Cơ cấu kinh tế ngành Nông nghiệp

Đơn vị tính: %

Ngành	1995	2000	2005	2010	2015
Trồng trọt	69	66,3	57,3	56,2	54,7
Chăn nuôi	28	30,5	38,2	38,6	39,4
Dịch vụ nông nghiệp	3	3,2	4,5	5,2	5,9

[3]; [4]; [5]; [6]; [7]

Nhìn chung, cơ cấu trong nội bộ ngành Nông, Lâm nghiệp, Thủy sản đã chuyển dịch đúng hướng, tăng các ngành các sản phẩm có giá trị cao và đáp ứng yêu cầu của sản xuất hàng hóa. Tuy nhiên, sự chuyển dịch này còn chậm, trồng trọt còn chiếm tỷ trọng cao, chăn nuôi qui mô còn nhỏ, thủy sản chưa tương xứng với tiềm năng địa phương.

** Ngành Công nghiệp và Xây dựng*

Từ năm 1995 đến năm 2015, ngành Công nghiệp - Xây dựng của Cẩm Khê cũng có nhiều chuyển biến tích cực theo hướng giảm dần tỷ trọng ngành Công nghiệp tăng dần tỷ trọng ngành Xây dựng.

Năm 1995, tỷ trọng ngành Công nghiệp đạt 62,56%, ngành Xây dựng đạt 37,44; đến năm 2015 ngành Công nghiệp giảm xuống còn 60,9%, ngành Xây dựng tăng lên đạt 39,1%. (Bảng 5)

Nguyên nhân, tỷ trọng ngành Xây dựng tăng là do trong đà phát triển chung của các hoạt động kinh tế, tốc độ xây dựng cơ bản của huyện được tăng lên rõ rệt, hướng vào các công trình thiết yếu như điện, đường, trường học, trạm y tế, nhà ở của dân, hệ thống thông tin, bưu điện, nước... Do vậy, lĩnh vực xây dựng của huyện có nhiều chuyển biến tích cực.

Xu hướng chuyển dịch này phản ánh đúng tiến trình đầu tư hình thành phát triển cơ sở hạ tầng nói chung và hạ tầng công nghiệp nói riêng trên địa bàn.

** Ngành Thương mại và Dịch vụ*

Thực hiện chủ trương đẩy mạnh phát triển các ngành dịch vụ đáp ứng yêu cầu của sản xuất kinh doanh và đời sống nhân dân, trong những năm

qua, ngành Thương mại - Dịch vụ phát triển rất đa dạng, giá trị sản xuất tăng nhanh và chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu kinh tế. Một số ngành có tốc độ tăng trưởng nhanh như vận tải, kho bãi, tài chính, tín dụng. Sự chuyển dịch cơ cấu diễn ra mạnh ở các ngành đang trong quá trình đầu tư phát triển hướng tới dịch vụ chất lượng như: dịch vụ tư vấn, dịch vụ ngân hàng, dịch vụ bưu chính viễn thông, du lịch. Các ngành nhà hàng, khách sạn và các hoạt động thương mại khác phát triển chậm hơn và chiếm tỷ trọng thấp trong cơ cấu ngành Thương mại - Dịch vụ.

Đóng góp của ngành Thương mại - Du lịch vào tổng sản phẩm (GDP) toàn huyện trong thời kỳ 1995 - 2015 có xu hướng tăng dần qua các năm. Năm 1995, giá trị sản xuất ngành Thương mại, Dịch vụ chỉ đạt 76,800 triệu đồng, đến năm 2015 con số này tăng lên đạt 465,000 triệu đồng (tăng 6,1 lần so với năm 1995). Mạng lưới bán buôn, bán lẻ được mở rộng, hàng hóa phong phú, phương thức kinh doanh đa dạng, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng xã hội ngày một tăng. Năm 1995, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trên địa bàn huyện đạt 4,075 triệu đồng [3; tr.72], năm 2005 là 141 tỷ đồng, đến năm 2015 tăng lên đạt 755,2 triệu đồng (gấp 185,3 lần so với năm 1995) [7; tr.50]. Nhiều loại hình dịch vụ mới xuất hiện mang đậm nét của nền kinh tế thị trường như: tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, bưu chính viễn thông, kinh doanh bất động sản, tin học, phát triển nhưng còn chậm. Nhìn chung, sự chuyển dịch cơ cấu trong nội bộ ngành Thương mại - Dịch vụ diễn ra rất ít.

Bảng 5. Tỷ trọng giá trị sản xuất ngành Công nghiệp - Xây dựng

I	Công nghiệp - Xây dựng	13.775.000	26.125.000	48.278.000	164.000.000	320.000.000
1	Công nghiệp	8.618.000	17.877.000	32.600.000	104.000.000	195.000.000
2	Xây dựng	5.157.000	8.248.000	15.678.000	60.000.000	125.000.000
II.	Tỷ trọng GTSX	100%	100%	100%	100%	100%
1	Công nghiệp	62,56	68,4	67,5	63,4	60,9
2	Xây dựng	37,44	31,6	32,5	36,6	39,1

[3];[4];[5];[6];[7]

Ngành Thương mại - Dịch vụ của huyện có mức tăng trưởng khá, tốc độ tăng bình quân đạt 9,42%/năm giai đoạn 1995 - 2015 và đạt 12,59%/năm giai đoạn 2005 - 2015. Một số ngành có tốc độ tăng trưởng nhanh như vận tải, kho bãi, tài chính, tín dụng. Sự chuyển dịch diễn ra nhanh ở các ngành đang trong quá trình phát triển hướng tới dịch vụ chất lượng như: dịch vụ tư vấn, ngân hàng, tài chính, bưu chính viễn thông. Các ngành dịch vụ truyền thống như thương mại, khách sạn, nhà hàng phát triển chậm hơn và chiếm tỷ trọng ngày một thấp trong cơ cấu các ngành dịch vụ. Nhìn chung, sự chuyển dịch cơ cấu trong nội bộ khu vực dịch vụ diễn ra ít.

Sau 20 năm tái lập huyện, cơ cấu ngành Thương mại - Dịch vụ có tăng chút ít. Cụ thể: năm 1995, ngành Thương mại - Dịch vụ chỉ chiếm 25,9% trong cơ cấu các ngành kinh tế của huyện; năm 2005 tăng lên đạt 33,02% và đến năm 2015 là 36,9%. Như vậy, trong 20 năm ngành Thương mại tăng 11%.

Xu hướng chuyển dịch này phản ánh đúng xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế của huyện là giảm tỷ trọng ngành Nông nghiệp, tăng tỷ trọng ngành Công nghiệp và Thương mại - Dịch vụ.

III. Kết luận

Quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành ở Cẩm Khê từ khi tái lập huyện năm 1995

đến 2015 đã diễn ra theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Cơ cấu kinh tế của huyện Cẩm Khê chuyển dịch theo xu hướng chung và theo định hướng chung của tỉnh là giảm dần tỷ trọng nông nghiệp sâu và cao hơn hẳn so với giai đoạn trước.

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế phát triển mạnh ở các ngành Nông, Lâm, Thủy sản và Công nghiệp, Xây dựng, theo hướng đẩy mạnh các ngành các lĩnh vực sản xuất có nhiều tiềm năng, lợi thế và mang lại hiệu quả kinh tế cao gắn sản xuất với thị trường. Chuyển dịch cơ cấu ngành Thương mại - Dịch vụ theo hướng đa dạng hóa các loại hình thương mại - dịch vụ nhằm đáp ứng yêu cầu của sản xuất và đời sống nhân dân diễn ra chậm hơn.

Trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng trưởng kinh tế của các ngành vẫn đạt mức cao và ổn định góp phần làm chuyển biến kinh tế - xã hội địa phương nói riêng, của tỉnh nói chung.

Kết quả đạt được trên đây của Cẩm Khê góp phần khẳng định đường lối đổi mới kinh tế của Đảng với chủ trương đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển nền kinh tế nhiều thành phần là hoàn toàn đúng đắn. Điều này cũng cho thấy sự vận dụng sáng tạo đường lối đổi mới của Đảng vào hoàn cảnh thực tế Cẩm Khê đã được thực hiện có hiệu quả với những cách thức và bước đi phù hợp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ban chấp hành Đảng bộ huyện Cẩm Khê: Lịch sử Đảng bộ huyện Cẩm Khê 1947 - 2005, Huyện ủy Cẩm Khê xuất bản năm 2005.
2. Ban chấp hành Đảng bộ Huyện Cẩm Khê: Đảng bộ Huyện Cẩm Khê trong sự nghiệp đổi mới một chặng đường xây dựng, phát triển (1986 - 2106), Huyện ủy Cẩm Khê xuất bản năm 2017.
3. Chi cục Thống kê huyện Cẩm Khê (1995), Niên giám thống kê 1995.
4. Chi cục Thống kê huyện Cẩm Khê (2000), Niên giám thống kê 2000
5. Chi cục Thống kê huyện Cẩm Khê (2005), Niên giám thống kê 2005
6. Chi cục Thống kê huyện Cẩm Khê (2010), Niên giám thống kê 2010
7. Chi cục Thống kê huyện Cẩm Khê (2015), Niên giám thống kê 2015.
8. Đảng bộ huyện Sông Thao, Báo cáo chính trị của Ban chấp hành Đảng bộ huyện tại Đại hội lần thứ VI (nhiệm kỳ 1991-1995).
9. Huyện ủy Cẩm Khê, Báo cáo của Ban chấp hành Đảng bộ huyện Cẩm Khê (nhiệm kỳ 2010-2015).

10. Ủy ban nhân dân huyện Cẩm Khê (2005), Báo cáo Đánh giá tình hình thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2005. Phương hướng nhiệm vụ năm 2006, Số 149/BC - UBND, lưu tại Văn phòng UBND huyện Cẩm Khê.
11. Ủy ban nhân dân huyện Cẩm Khê (2010), Báo cáo Đánh giá tình hình thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế, xã hội năm 2010. Phương hướng nhiệm vụ năm 2011, Số 158/BC - UBND, lưu tại Văn phòng UBND huyện Cẩm Khê.
12. Ủy ban nhân dân huyện Cẩm Khê (2015), Báo cáo Đánh giá tình hình thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế, xã hội năm 2015. Phương hướng nhiệm vụ năm 2016, Số 297/BC - UBND, lưu tại Văn phòng UBND huyện Cẩm Khê.
13. Huyện ủy Sông Thao (1989), Báo cáo của ban chấp hành Đảng bộ huyện tại Đại hội lần thứ V.
14. Ủy ban nhân dân huyện Sông Thao (2000), Báo cáo tổng kết thực hiện nhiệm vụ kinh tế - xã hội - an ninh quốc phòng năm 1999 - Phương hướng nhiệm vụ năm 2000, Số 02/BC, lưu tại Văn phòng UBND huyện Sông Thao.

Ngày nhận bài: 8/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/1/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ HƯƠNG LOAN

Khoa Khoa học xã hội và Văn hóa Du lịch,

Trường Đại học Hùng Vương

**THE ECONOMIC RESTRUCTURING PROCESS
BY ECONOMIC SECTOR IN CAM KHE DISTRICT
SINCE THE DISTRICT'S RE-ESTABLISHMENT (1995 - 2015)**

● **NGUYEN THI HUONG LOAN**

Faculty of Social Sciences and Culture, Tourism

Hung Vuong University

TÓM TẮT:

Cam Khe is an agricultural district of Phu Tho province with great potentials and advantages for the development of industries and services. Under the policy of exploiting all local resources in order to accelerate the socio-economic development process, Cam Khe district's economic structure has shifted towards industrialization and modernization since its re-establishment in 1995. This article focuses on analyzing the prerequisite conditions, guidelines, measures and results of the economic restructuring process of Cam Khe district's economic sectors during 1995 – 2015 to gain more understanding about how the Communist Party of Vietnam's innovation approach has been applied creatively to local practical situations of Cam Khe district.

Keywords: Economic restructuring, Cam Khe district, Phu Tho province.

VAI TRÒ CẢI CÁCH THỂ CHẾ KINH TẾ - ĐẨY MẠNH CẢI CÁCH THỦ TỤC HÀNH CHÍNH ĐỘNG LỰC CHO PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG

● TRẦN THỊ THANH THU

TÓM TẮT:

Bài viết của tác giả tập trung phân tích vấn đề cải cách thể chế kinh tế hiện nay nên bắt đầu từ đâu và thực hiện theo lộ trình nào? Qua bài viết cho thấy: muốn thực hiện được điều này thì phải bắt đầu từ việc đổi mới tư duy cải cách thủ tục hành chính; hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và hệ thống luật pháp; hoàn thiện thể chế hóa quyền sở hữu; phát triển đồng bộ thị trường là hướng đi tất yếu hỗ trợ cho việc thực hiện cải cách thể chế kinh tế ở Việt Nam.

Từ khóa: Thể chế, thủ tục hành chính, phát triển kinh tế bền vững, bài học kinh nghiệm.

1. Giới thiệu

Suốt nhiều thập niên, cải cách thể chế kinh tế luôn là vấn đề rất thời sự trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Trước sự đòi hỏi cấp thiết của nền kinh tế nước ta hiện nay, quá trình tái cơ cấu kinh tế gắn với cải cách thể chế kinh tế nói chung và cải cách thủ tục hành chính nói riêng cần sớm được thực hiện nhằm làm đòn bẩy hữu hiệu để phát triển kinh tế đất nước nhanh và bền vững. Vấn đề đặt ra hiện nay là cải cách thể chế kinh tế nên bắt đầu từ đâu và thực hiện theo lộ trình nào?

2. Cải cách thể chế kinh tế là gì?¹

Thể chế kinh tế là một hệ thống các quy phạm pháp luật nhằm điều chỉnh các chủ thể kinh tế, các hành vi sản xuất - kinh doanh và các quan hệ kinh tế. Bao gồm các yếu tố chủ yếu là các đạo luật, quy chế, quy tắc, chuẩn mực về kinh tế gắn với các chế tài về xử lý vi phạm, các tổ chức kinh tế, các

cơ quan quản lý nhà nước về kinh tế, truyền thống văn hóa và văn minh kinh doanh, cơ chế vận hành nền kinh tế.

Từ khái niệm thể chế kinh tế, có thể hiểu “Cải cách thể chế kinh tế” tức là thay đổi cách quản lý, thay đổi cơ chế quản trị, cơ chế sử dụng, sở hữu để tạo ra động lực đột phá, phù hợp hơn với thực tiễn cuộc sống. Cải cách thể chế kinh tế là chuyển đổi về đường lối, phương hướng để phù hợp với nền kinh tế thị trường.

3. Sự cần thiết của cải cách thể chế kinh tế?

Lịch sử phát triển các khuôn khổ thể chế kinh tế thế giới cho thấy cải cách thể chế kinh tế đã thúc đẩy sự thay đổi về kinh tế của các quốc gia. Thể chế kinh tế là một trong các trụ cột quan trọng bảo đảm cho hệ thống chính trị ổn định và phát triển, là cơ sở bảo đảm cho các thể chế khác cùng tồn tại và phát triển. Sau 30 năm thực hiện cải

cách, những khuyết tật, yếu kém của thể chế kinh tế đang bộc lộ. Nay chúng ta cần đổi mới mạnh mẽ và quyết liệt hơn nữa để tạo ra động cơ và động lực mới cho phát triển. Thực tiễn đang đòi hỏi phải có một thể chế kinh tế mới phù hợp hơn, năng động và hiệu quả hơn, có khả năng khơi dậy động lực cho phát triển kinh tế, khuyến khích mọi người trong xã hội hăng say làm kinh tế, khuyến khích con người sáng tạo, cống hiến, làm giàu cho mình và cho xã hội.

Động lực phát triển kinh tế bền vững

Cải cách thể chế kinh tế hướng đến hoàn thiện kinh tế thị trường có ý nghĩa quan trọng, là nhiệm vụ chiến lược, là khâu đột phá, tạo động lực phát triển nhanh và bền vững, thúc đẩy cơ cấu lại nền kinh tế, tăng tốc công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Cải cách thể chế kinh tế là yếu tố then chốt để tạo động lực cho chuyển đổi mô hình tăng trưởng, sớm đưa nước Việt Nam thoát ra nhóm nước thu nhập trung bình thấp, bắt nhịp với dòng chảy chung của thế giới. Như vậy, cải cách thể chế kinh tế là yêu cầu khách quan và vô cùng cấp thiết mang tính chiến lược nhằm khơi dậy và giải phóng các tiềm năng của đất nước đối với sự phát triển của kinh tế Việt Nam.

4. Cải cách thể chế kinh tế bắt đầu từ đâu và tiến hành như thế nào?

Như đã trình bày ở trên, cải cách thể chế kinh tế được xem là nền tảng để thực hiện triển khai các kế hoạch tái cơ cấu kinh tế Việt Nam nhằm ổn định kinh tế vĩ mô. Cải cách thể chế kinh tế thực chất là cụ thể hóa quy luật phát triển quan hệ sản xuất-kinh tế phù hợp với tính chất, trình độ của lực lượng sản xuất, xây dựng kiến trúc thượng tầng phù hợp với cơ sở hạ tầng xã hội. Để đạt hiệu quả, quá trình cải cách cần tiến hành theo những lộ trình khác nhau, từ thấp tới cao, bắt đầu từ việc ưu tiên cải cách thủ tục hành chính để làm nền tảng thuận lợi cho các lộ trình tiếp theo; tiếp đến là hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và hệ thống luật pháp; thể chế hóa quyền tài sản; cuối cùng phát triển đồng bộ thị trường.

Cải cách thủ tục hành chính là cải cách các quy định pháp luật về trình tự, thủ tục thực hiện thẩm quyền của các cơ quan hành chính nhà nước, người có thẩm quyền; cải cách các quy định về các loại thủ tục hành chính; cải cách việc thực hiện các thủ tục hành chính.²

Cải cách thủ tục hành chính là động lực thúc

đẩy quá trình đổi mới kinh tế; dân chủ hóa đời sống xã hội; hội nhập quốc tế; củng cố và duy trì ổn định chính trị; phòng chống tiêu cực; tiết kiệm, chống lãng phí. Bên cạnh đó, đây là điều kiện cần thiết để tăng cường củng cố mối quan hệ giữa Nhà nước và nhân dân, tăng cường sự tham gia quản lý Nhà nước của nhân dân. Cải cách thủ tục hành chính có tác động to lớn đối với việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Thông qua việc cải cách thủ tục hành chính, sẽ gỡ bỏ những rào cản về thủ tục hành chính đối với môi trường kinh doanh và đời sống của người dân, giúp cắt giảm chi phí và rủi ro của người dân và doanh nghiệp trong việc thực hiện thủ tục hành chính.

4.1. Nội dung thực hiện cải cách thủ tục hành chính³

Cải cách thủ tục hành chính nhằm giải quyết mối quan hệ giữa các cơ quan nhà nước với nhau và cơ quan nhà nước với công dân và tổ chức trong xã hội theo hướng đơn giản, gọn nhẹ và công khai, minh bạch. Những nội dung thực hiện cụ thể đặt ra trong cải cách thủ tục hành chính theo lộ trình sau:

Thứ nhất, đẩy mạnh triển khai có hiệu quả Chương trình tổng thể cải cách hành chính nhà nước, cải cách thủ tục hành chính giai đoạn 2011-2020 trên phạm vi toàn quốc; các Bộ khẩn trương xây dựng và triển khai các đề án, dự án theo Nghị quyết số 49/NQ-CP ban hành ngày 13/6/2017;

Thứ hai, cắt giảm và nâng cao chất lượng thủ tục hành chính trong tất cả các lĩnh vực quản lý nhà nước, nhất là thủ tục hành chính liên quan tới người dân, doanh nghiệp;

Thứ ba, tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh, giải phóng mọi nguồn lực của xã hội và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, bảo đảm điều kiện cho nền kinh tế của đất nước phát triển nhanh, bền vững. Một số lĩnh vực trọng tâm cần tập trung là: Đầu tư; đất đai; xây dựng; sở hữu nhà ở; thuế; hải quan; xuất khẩu, nhập khẩu; y tế; giáo dục; lao động; bảo hiểm; khoa học, công nghệ và một số lĩnh vực khác do Thủ tướng Chính phủ quyết định theo yêu cầu cải cách trong từng giai đoạn;

Thứ tư, cải cách thủ tục hành chính giữa các cơ quan hành chính nhà nước, các ngành, các cấp và trong nội bộ từng cơ quan hành chính nhà nước;

Thứ năm, kiểm soát chặt chẽ việc ban hành mới các thủ tục hành chính theo quy định của pháp luật.

Thứ sáu, công khai, minh bạch tất cả các thủ tục hành chính bằng các hình thức thiết thực và thích hợp; thực hiện thống nhất cách tính chi phí mà cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp phải bỏ ra khi giải quyết thủ tục hành chính tại cơ quan hành chính nhà nước; áp dụng công nghệ thông tin vào việc duy trì và cập nhật cơ sở dữ liệu quốc gia về thủ tục hành chính.

Thứ bảy, đặt ra yêu cầu cải cách thủ tục hành chính ngay trong quá trình xây dựng thể chế, tổng kết kinh nghiệm thực tiễn và tăng cường đối thoại giữa Nhà nước với doanh nghiệp và nhân dân; mở rộng dân chủ, phát huy vai trò của các tổ chức và chuyên gia tư vấn độc lập trong việc xây dựng thể chế, chuẩn mực quốc gia về thủ tục hành chính; giảm mạnh các thủ tục hành chính hiện hành; công khai các chuẩn mực, các quy định hành chính để nhân dân giám sát việc thực hiện;

Cuối cùng, tiếp nhận, xử lý phản ánh, kiến nghị của cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp về các quy định hành chính để hỗ trợ việc nâng cao chất lượng các quy định hành chính và giám sát việc thực hiện thủ tục hành chính của các cơ quan hành chính nhà nước các cấp.

4.2. Hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và hệ thống luật pháp

Chúng ta đang đứng trước xu thế mở cửa, hội nhập và hợp tác quốc tế, việc Nhà nước phải đổi mới, cải cách toàn diện để phù hợp với xu hướng chung của thế giới là điều tất yếu. Trong thời gian tới, việc xây dựng bộ máy Nhà nước vững mạnh, hoạt động có hiệu lực, hiệu quả, làm tốt công tác quản lý kinh tế - xã hội cần có các giải pháp sau:

Thứ nhất, Nhà nước cần thiết lập khuôn khổ chung, ban hành các quy định làm rõ về vai trò của Nhà nước trong nền kinh tế. Tiến hành đánh giá các tác động của chính sách các văn bản được soạn thảo.

Thứ hai, Xây dựng khuôn khổ pháp lý nhất quán, đồng bộ, ổn định và đảm bảo thực thi trong thực tế. Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống luật pháp nhằm tạo lập môi trường cạnh tranh lành mạnh.

Thứ ba, đẩy mạnh việc sửa đổi, bổ sung, ban hành các văn bản quy phạm pháp luật phục vụ cho quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trên cơ sở đối chiếu, so sánh với các cam kết, chuẩn mực trong các điều ước quốc tế mà Việt Nam đã tham gia, tạo sự phù hợp giữa pháp luật

trong nước và quốc tế, đảm bảo thực hiện đúng các cam kết quốc tế trong hội nhập.

Thứ tư, tiến hành rà soát các văn bản hướng dẫn thi hành luật để loại bỏ những văn bản chồng chéo, trái ngược nhau, không phù hợp với thực tế và thiếu tính khả thi; đồng thời, nâng cao chất lượng các văn bản quy phạm pháp luật để có thể có hiệu lực tương đối ổn định trong một thời gian nhất định.

4.3. Thể chế hóa quyền tài sản⁴

Thể chế hóa quyền tài sản bên cạnh việc bảo đảm ngày càng tốt hơn quyền con người, còn bảo đảm cho hình thành đầy đủ, đồng bộ các chủ thể của kinh tế thị trường, các yếu tố của thị trường vận hành thông suốt, thúc đẩy cải cách thể chế kinh tế. Trong đó, thể chế hóa tài sản bao gồm 3 nội dung chính là: quyền sở hữu, quyền sử dụng đất và quyền sở hữu trí tuệ. Ngoài Luật Dân sự, các quy định về quyền tài sản còn được quy định trong nhiều văn bản luật khác, như: Luật Đất đai, Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Nhà ở, Luật Công chứng, Luật Thương mại, Luật Kinh doanh bất động sản,...

Theo báo cáo đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2011 - 2015 và phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016 - 2020 của Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng đã xác định những cơ sở lý luận cho việc tiếp tục thể chế quyền tài sản ở nước ta trong giai đoạn hiện nay: “Nhà nước bảo vệ quyền sở hữu tài sản hợp pháp và quyền tự do kinh doanh của người dân, doanh nghiệp theo quy định của pháp luật; tạo môi trường đầu tư, kinh doanh bình đẳng, an toàn, thuận lợi...”. Theo đó, để thể chế quyền tài sản là động lực góp phần cho cải cách thể chế kinh tế có thể tham khảo một số khuyến nghị sau:

Thứ nhất, tiếp tục quán triệt các quan điểm của Đảng trong Văn kiện Đại hội XII; cụ thể hóa những tư tưởng, nguyên tắc cơ bản của thể chế KTTT định hướng XHCN được ghi nhận trong Hiến pháp về quyền sở hữu, quyền tự do kinh doanh, quyền bình đẳng giữa các doanh nghiệp thuộc mọi hình thức sở hữu và thành phần kinh tế...; tôn trọng và bảo đảm thực hiện các quyền con người, quyền công dân trong các lĩnh vực của đời sống dân sự;

Thứ hai, ưu tiên tập trung sửa đổi các quy định về đất đai. Phân bổ nguồn lực hợp lý để xây dựng năng lực thể chế trong quản lý và phân bổ đất đai,

phù hợp với Hiến pháp và sửa đổi Luật Đất đai hiện hành. Cụ thể:

- Phát triển hệ thống thông tin điện tử trong đăng kí và chuyển giao quyền sử dụng đất.

- Hình thành cơ chế đấu thầu công khai; Bảo vệ quyền sử dụng đất nông nghiệp; Minh bạch hóa quy hoạch và thủ tục quy hoạch; Bảo đảm thị trường bất động sản hoạt động minh bạch, hiệu quả; Thực thi hiệu quả quyền sử dụng đất; Giảm chi phí và thời gian thực hiện tối đa đối với việc ban hành và thực thi điều khoản thế chấp.

Thứ ba, tiếp tục hoàn thiện một cách đồng bộ các quy định về quyền tài sản bao gồm cả xác lập, thực hiện và bảo vệ quyền tài sản;

Thứ tư, quy định cụ thể các quyền tài sản thông thường được sử dụng để bảo đảm thực hiện nghĩa vụ dân sự cũng như có hướng dẫn cụ thể về tài sản hình thành trong tương lai, bao gồm tài sản chưa hình thành và tài sản đã hình thành nhưng chủ thể xác lập quyền sở hữu tài sản sau thời điểm xác lập giao dịch. Cần sớm ban hành nghị định quy định các biện pháp thi hành Bộ luật Dân sự năm 2015 về giao dịch bảo đảm;

Thứ năm, thể chế hóa kịp thời các quan điểm, chủ trương của Đảng về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ nhằm khuyến khích hoạt động nghiên cứu, sáng tạo; thúc đẩy đổi mới, chuyển giao công nghệ và các giao dịch về tài sản trí tuệ; tăng cường hiệu quả công tác thực thi quyền sở hữu trí tuệ, đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế.

4.4. Phát triển đồng bộ các loại thị trường

Xu thế toàn cầu hóa là hiện tượng nổi bật là và xu hướng khách quan của nền kinh tế trên toàn thế giới. Việc phát triển đồng bộ các loại thị trường giúp cho Việt Nam có thể phát huy lợi thế so sánh trong điều kiện hội nhập, tức là tạo ra nền kinh tế hợp lí, năng động thích nghi được với những biến đổi thường xuyên của thị trường khu vực và toàn thế giới. Vì vậy, thực hiện phát triển đồng bộ các loại thị trường góp phần tạo ra nền kinh tế hợp lí, năng động đúng với mục tiêu của cải cách thể chế kinh tế hướng tới.

- *Thị trường hàng hóa và dịch vụ*

Thứ nhất, cần phát triển thị trường trong nước theo hướng ổn định, văn minh, hiện đại... phù hợp với các xu hướng chung của kinh tế quốc tế. Mở cửa thị trường cho dịch vụ phân phối, nhưng cũng cần phải có lộ trình, để hạn chế những rủi ro cho

thị trường nội địa, tạo động lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp trong nước.

Thứ hai, tiếp tục tự do hóa thương mại trên cơ sở thực hiện các cam kết song phương, đa phương và theo thông lệ quốc tế; giảm dần các biện pháp bảo hộ thuế quan và phi thuế quan phù hợp với cam kết đã ký kết.

Thứ ba, tạo bước phát triển nhanh, mạnh và toàn diện, có hiệu quả thị trường dịch vụ nhất là những dịch vụ có giá trị gia tăng lớn như: dịch vụ viễn thông, dịch vụ thực hiện phần mềm, dịch vụ tư vấn khoa học kỹ thuật...

- *Thị trường tài chính:*

Phát huy mạnh mẽ vai trò điều tiết thị trường tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước hiện đại để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững và kiểm soát lạm phát. Tạo môi trường pháp lý thuận lợi, thu hút nhiều loại hình chủ thể tham gia vào thị trường tiền tệ. Hoàn thiện hệ thống luật pháp, cơ chế, chính sách cho sự hoạt động và phát triển lành mạnh của thị trường chứng khoán.

- *Thị trường bất động sản:*

Cần sớm có qui định bắt buộc các tổ chức, cá nhân kinh doanh bất động sản phải thực hiện bán nhà và chuyển quyền sử dụng đất các dự án thông qua Sàn giao dịch, Trung tâm giao dịch bất động sản theo Luật Kinh doanh Bất động sản. Để mọi đối tượng có nhu cầu được tiếp cận trực tiếp các thông tin mua bán, hạn chế đầu cơ, mua đi bán lại thu lời bất chính.

- *Thị trường lao động:*

Đổi mới cơ chế điều tiết quan hệ cung - cầu về số lượng và chất lượng lao động trên thị trường. Hỗ trợ phát triển kinh tế, tạo thêm công ăn việc làm, tham gia vào thị trường lao động khu vực và quốc tế để đẩy mạnh xuất khẩu lao động. Thúc đẩy việc mở rộng hoạt động giao dịch, trao đổi trên thị trường lao động, thúc đẩy phát triển hệ thống trung tâm giới thiệu việc làm, tạo điều kiện tối đa cho người lao động tìm kiếm việc làm.

- *Về thị trường công nghệ:*

Thứ nhất, rà soát, sửa đổi, bổ sung và ban hành mới những văn bản dưới luật liên quan tới sở hữu trí tuệ cho phù hợp với thông lệ quốc tế và tiến trình hội nhập của Việt Nam.

Thứ hai, đổi mới công tác quản lý và tổ chức hoạt động khoa học và công nghệ theo hướng thương mại hóa; Nâng cao năng lực quản lý của bộ máy quản lý nhà nước về tài chính - kế toán trong

chuyển giao công nghệ, sở hữu trí tuệ, thị trường khoa học và công nghệ nhằm tăng cường đóng góp của khoa học và công nghệ vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội.

5. Xu hướng cải cách thể chế kinh tế từ các nước trong cùng khu vực

5.1. Hàn Quốc

Là nước Đông Á tiến hành các biện pháp mạnh mẽ nhất để tổ chức lại hệ thống tài chính, Hàn Quốc đã khẩn trương nghiên cứu những bài học kinh nghiệm quốc tế để xây dựng. Sửa đổi các quy định của nhà nước để bảo đảm sự thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của thị trường trên nguyên tắc giảm bớt sự can thiệp của nhà nước và giảm thủ tục, chi phí cho người dân. Hiện nay, tại Hàn Quốc đã xây dựng được mạng lưới hạ tầng thông tin thuộc loại tốt nhất trên thế giới, thiết lập hệ thống xử lý công việc hành chính trong nội bộ thông qua mạng điện tử, cung cấp dịch vụ hành chính thông qua điện thoại di động, công khai hoá việc xử lý các vấn đề của dân, của doanh nghiệp trên mạng... Mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, nhưng Hàn Quốc vẫn tiếp tục tiến trình cải cách.

5.2. Singapore

Là quốc gia với diện tích nhỏ, dân số ít, nghèo tài nguyên thiên nhiên, nhưng quốc đảo này là một hình mẫu phát triển kinh tế đầy năng động trong nhiều năm qua và được coi là “một con hổ” của châu Á. Sự thần kỳ trong quản lý và phát triển kinh tế của nước này xuất phát từ việc cải cách kinh tế được quan tâm và thực hiện dựa vào cải cách hành chính. Quốc gia này đã đưa tinh thần “doanh nghiệp” vào hoạt động của bộ máy nhà nước mà cốt lõi là lấy hiệu quả làm thước đo; Thành lập Ủy ban hỗ trợ doanh nghiệp nhằm tìm hiểu, đánh giá và đề xuất phương án giải quyết các kiến nghị của doanh nghiệp; Thường xuyên rà soát để loại bỏ những thủ tục rườm rà không còn phù hợp; Đặc

biệt chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ công chức, coi đó là giải pháp cơ bản nhất để xây dựng nền công vụ có hiệu quả.

Như vậy, từ những kinh nghiệm trên chúng ta rút ra được bài học rằng cải cách thể chế kinh tế bắt đầu từ thay đổi nhận thức, tiến hành một cách kiên trì, lâu dài và đồng bộ toàn diện. Trong thời đại phát triển vũ bão của công nghệ số và khoa học kỹ thuật là xu thế hội nhập quốc tế thì tăng cường đầu tư phát triển khoa học công nghệ vào hệ thống quản lý hành chính được coi như một trong các giải pháp quan trọng để nâng cao hiệu quả cho lĩnh vực cải cách thủ tục hành chính, làm nền tảng cho cải cách thể chế kinh tế. Suy cho cùng mọi nỗ lực cải cách đều hướng vào mục tiêu phát triển kinh tế, tạo thuận lợi cho hoạt động của doanh nghiệp; giảm thiểu các rào cản phát triển của tổ chức, doanh nghiệp thay bằng sự khuyến khích và hỗ trợ.

6. Kết luận

Cải cách thể chế kinh tế là đòi hỏi khách quan trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Trong xu thế hội nhập, cải cách thể chế kinh tế theo định hướng phù hợp hơn, năng động và hiệu quả hơn, có khả năng khơi dậy động lực cho phát triển kinh tế. Bắt đầu từ việc đổi mới tư duy cải cách thủ tục hành chính; hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và hệ thống luật pháp; hoàn thiện thể chế hóa quyền sở hữu; phát triển đồng bộ thị trường là hướng đi tất yếu hỗ trợ cho việc thực hiện cải cách thể chế kinh tế ở Việt Nam. Bên cạnh đó, kinh nghiệm thành công của các nước trong khu vực là bài học cho quá trình thực hiện cải cách thể chế kinh tế ở nước ta rằng đầu tiên phải xuất phát từ nhận thức. Thực hiện tốt cải cách thể chế kinh tế sẽ góp phần tích cực ổn định kinh tế vĩ mô, tạo đột phá về niềm tin của nhân dân và của các tổ chức, doanh nghiệp thúc đẩy công cuộc đổi mới, thực sự tái cơ cấu kinh tế gắn với chuyển đổi mô hình tăng trưởng ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ <https://xemtailieu.com/tai-lieu/de-tai-hoan-thien-the-che-kinh-te-thi-truong-dinh-huong-xa-hoi-chu-nghia-o-viet-nam-218397.html>

² <https://luattoanquoc.com/khai-niem-cai-cach-thu-tuc-hanh-chinh-la-gi-theo-quy-dinh-cua-phap-luat>

³ TS. Đinh Duy Hòa (2013), *Phần một kiến thức về cải cách hành chính-Chuyên đề 2: Nội dung, nhiệm vụ chủ yếu của chương trình tổng thể cải cách hành chính nhà nước giai đoạn 2011-2020*, (tr31-32).

⁴ PGS.TS. Nguyễn Vũ Hoàng (2017), *Vấn đề thể chế hóa quyền tài sản trong hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN*.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nghị quyết số 49/NQ-CP 2017 sửa đổi Nghị quyết kiểm soát và thủ tục hành chính <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Bo-may-hanh-chinh/Nghi-quyet-49-NQ-CP-2017-sua-doi-Nghi-quyet-kiem-soat-va-cai-cach-thu-tuc-hanh-chi-nh-351997.aspx>

2. Nguyễn Thị Thu Hiền (2017). *Cải cách hành chính tại một số quốc gia và kinh nghiệm vận dụng vào Việt Nam*, <http://www.tks.edu.vn/thong-tin-khoa-hoc/chi-tiet/120/416>

3. TS. Phạm Thị Hồng Điệp (2013). *Hoàn thiện môi trường thể chế kinh tế ở Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế*, <http://ieit.edu.vn/vi-thu-vien-tap-chi/tap-chi-kinh-te-doi-ngoai/item/216-hoan-thien-moi-truong-the-che-kinh-te-o-viet-nam-trong-qua-trinh-hoi-nhap-kinh-te-quoc-te>

Ngày nhận bài: 7/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/1/2020

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN THỊ THANH THU

Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh

**THE ROLE OF ECONOMIC INSTITUTIONAL REFORM
- PROMOTING THE REFORM OF ADMINISTRATIVE
PROCEDURES TO MOTIVATE THE SUSTAINABLE
ECONOMIC DEVELOPMENT**

● Master. **TRAN THI THANH THU**

Ho Chi Minh City University of Food Technology

ABSTRACT:

This study analyses how to start the economic institutional reforms. The findings show that the economic institutional reforms should start from renewing the thought of reforming administrative procedures, improving the effectiveness of legal framework and legal system, completing the institutionalization of ownership and synchronously developing the market.

Keywords: Institutions, administrative procedures, sustainable economic development, experience.

NGHIÊN CỨU CÁC KHÓ KHĂN, RÀO CẢN KHI KHỞI NGHIỆP TỪ NÔNG NGHIỆP XANH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP KHẮC PHỤC

● NGUYỄN HOÀNG LAN - NGUYỄN THỊ NHƯ VÂN

TÓM TẮT:

Trong bài báo này, nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp điều tra và phân tích để tìm ra các rào cản đối với doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh, các khó khăn rào cản bao gồm cơ chế chính sách, nguồn lực, điều kiện tự nhiên, kiến thức, và tính kinh tế; từ đó đưa ra định hướng giải pháp để doanh nghiệp khởi nghiệp có thể vượt qua được khó khăn này.

Từ khóa: Nông nghiệp xanh, rào cản, giải pháp, Việt Nam.

1. Giới thiệu

Khởi nghiệp là xu thế phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam đặc biệt trong 5 năm trở lại đây. Số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam từ 400 vào năm 2012 lên gần 1.800 vào năm 2015 và 3.000 trong năm 2017. Song song với đó, các không gian làm việc chung (co - working space), vườn ươm khởi nghiệp (Incubator) và tăng tốc khởi nghiệp (Accelerator) cùng các chương trình cho cộng đồng khởi nghiệp cũng phát triển theo. Các quỹ, chương trình đầu tư đào tạo cũng xuất hiện. Các bên tham gia tích cực từ các cơ quan chính phủ đến các trường đại học và viện nghiên cứu tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển khởi nghiệp. Số lượng vốn đầu tư cho các doanh nghiệp khởi nghiệp tăng 3 lần từ 205 triệu USD lên gần 900 triệu USD trong giai đoạn 2016 - 2018. Trong 10 tháng đầu năm 2019, lượng vốn từ 29 thương vụ là 751 triệu USD [7].

Theo số liệu thống kê năm 2016, nông nghiệp là một trong các lĩnh vực có số lượng doanh nghiệp đăng kí có tỉ lệ tăng nhanh [6]. Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp thành lập mới không nhiều nếu so với

các ngành khác. Năm 2019, chỉ có 2029 doanh nghiệp thành lập mới thuộc khu vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản chiếm 1.5 % [1].

Năm 2017, Việt Nam chỉ có khoảng 4.500 doanh nghiệp nông nghiệp, nhưng lại chiếm đến 47% tổng số lao động của cả nước. Rào cản lớn là quỹ đất, sau đó đến việc phụ thuộc hay ảnh hưởng của thời tiết tới năng suất, thị trường cũng biến động khó dự báo. Mặc dù có chính sách ưu đãi về thuế, đất đai nhưng triển khai chưa hiệu quả nên doanh nghiệp ít hưởng lợi từ các chính sách này. Kiến thức và chuyên môn cũng là những yếu tố quan trọng giúp cho khởi nghiệp thành công trong lĩnh vực nông nghiệp [5].

Khởi nghiệp với nông nghiệp xanh (nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp thuận tự nhiên) đã được nhiều người lựa chọn để cung cấp sản phẩm an toàn cho người tiêu dùng. Mô hình khởi nghiệp này có nhiều ưu điểm như hạn chế tối đa thuốc bảo vệ thực vật, sử dụng nguồn phân bón hữu cơ tự ủ từ các phụ phẩm nông nghiệp, tận dụng các ưu thế của địa phương nên đầu tư thấp hơn, tự cung tự cấp về

giống nên chủ động về nguồn giống. Môi trường sản xuất vì vậy trong lành thân thiện và đảm bảo sức khỏe tốt hơn cho người sản xuất [6].

Dù vậy, khởi nghiệp không thể tránh được các khó khăn đôi khi trở thành rào cản cho sự thành công của các doanh nghiệp khởi nghiệp (đơn vị non trẻ này). Nghiên cứu này sẽ phân tích tình hình của các đơn vị để thấy được những khó khăn cũng như đánh giá về các hỗ trợ cần thiết và mức độ quan trọng của các yếu tố cho việc khởi nghiệp thành công. Từ các phân tích đó sẽ đưa ra các hướng giải pháp nhằm khắc phục một phần các khó khăn/ rào cản mà đơn vị gặp phải.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Một số khái niệm

2.1.1. Khái niệm khởi nghiệp

Hiện tại, chưa có một định nghĩa thống nhất về khởi nghiệp. Khởi nghiệp có thể hiểu là sự bắt đầu một hoạt động kinh doanh trong một lĩnh vực. Những người khởi nghiệp thường có độ tuổi trẻ, có mong muốn và hoài bão lớn và xuất phát khởi nghiệp từ đam mê với những ý tưởng mới mẻ. Khởi nghiệp là việc bắt đầu một công việc kinh doanh, có thể xuất phát từ đam mê hoặc từ việc nhận diện các cơ hội kinh doanh, hoặc từ thế mạnh vốn có của người khởi nghiệp [2][4].

2.1.2. Khái niệm nông nghiệp xanh

Nông nghiệp xanh là một khái niệm rộng để phân biệt với nông nghiệp cơ giới hóa và sử dụng các chất hóa học. Nông nghiệp xanh bao hàm nông nghiệp bền vững, nông nghiệp thuận tự nhiên, nông nghiệp hữu cơ. Trong nông nghiệp xanh, việc sử dụng các chất hóa học được hạn chế ở mức tối đa, thậm chí không sử dụng như với nông nghiệp hữu cơ.

Trong nông nghiệp xanh, canh tác tự nhiên và việc hạn chế tối đa sử dụng các chế phẩm hóa học (phân bón hóa học, thuốc trừ sâu) mang lại nhiều lợi ích như các sản phẩm nông nghiệp lành sạch, đảm bảo sự đa dạng sinh học, trả lại sự màu mỡ cho đất đai, hạn chế xói mòn, giảm ô nhiễm môi trường đặc biệt giảm phát thải khí CO₂ [7] [8].

2.1.3. Khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh

Khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh là người khởi nghiệp chọn việc kinh doanh một trong các khâu của việc cung ứng sản phẩm nông nghiệp xanh từ nuôi trồng đến phân phối tới tay người tiêu dùng.

Để khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh, người khởi nghiệp cần phải quan tâm đến các vấn đề về điều kiện tự nhiên, thị trường - khách hàng, tài chính, kiến thức và kinh nghiệm, cơ chế chính sách của chính phủ.

2.2. Phương pháp và nội dung nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua 5 bước: Nghiên cứu lý thuyết, thiết kế bảng câu hỏi phù hợp với điều kiện Việt Nam (trong đó có điều tra thử để điều chỉnh bảng câu hỏi), tiến hành điều tra (lựa chọn đối tượng điều tra phù hợp với mục đích nghiên cứu, điền bảng hỏi, phỏng vấn thêm dựa trên bảng trả lời), phân tích số liệu điều tra (phân tích theo các nội dung được hỏi cộng với các thông tin dựa trên các phỏng vấn chuyên sâu), nhận định đưa ra kết luận và đề xuất giải pháp.

Bảng hỏi bao gồm các câu hỏi liên quan đến: (i) nhận thức của đơn vị được điều tra về khái niệm nông nghiệp xanh, về định hướng kinh doanh của đơn vị, lĩnh vực hoạt động và kênh phân phối, diện tích và suất đầu tư; (ii) khó khăn và rào cản trong việc kinh doanh sản xuất nông nghiệp xanh của đơn vị (nguồn lực, điều kiện tự nhiên, kiến thức, cơ chế chính sách của Chính phủ, tính kinh tế); (iii) mức độ cần thiết của sự hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực NNX và mức độ quan trọng của các yếu tố đến thành công của doanh nghiệp; (iv) động cơ thúc đẩy việc kinh doanh trong lĩnh vực NNX, nhận định của chủ đơn vị đối với thời gian vượt qua giai đoạn khó khăn ban đầu; (v) thông tin chung của doanh nghiệp.

Mức điểm được cho theo thang điểm từ 1 đến 5 (không khó khăn đến đặc biệt khó khăn; không đến đặc biệt cần thiết, không quan trọng đến đặc biệt quan trọng).

2.3. Phương pháp điều tra và thu thập số liệu

Số liệu sử dụng trong nghiên cứu là số liệu sơ cấp. Số liệu sơ cấp được thu thập bằng điều tra thực tế thông qua bảng hỏi. Mẫu điều tra được chọn theo phương pháp thuận tiện. Số lượng điều tra là 12 đơn vị sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp xanh với quy mô nhỏ (với diện tích nuôi trồng dưới 50 hecta). Phương pháp xử lý số liệu trong nghiên cứu là phương pháp thống kê mô tả. Ngoài ra, phần phỏng vấn chuyên sâu dựa trên phần trả lời của các đơn vị cũng được tiến hành khi cần thiết để tìm hiểu các vấn đề đặc thù đơn vị.

3. Kết quả nghiên cứu và phân tích kết quả

3.1. Các thông tin chung

Tổng số đơn vị tham gia khảo sát là 12. Trong số này, 10/12 đơn vị cho rằng nông nghiệp xanh bao phủ cả nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp thuận tự nhiên, nông nghiệp phi hóa chất. Diện tích canh tác của các đơn vị này từ 1 đến 50 hecta. Chi phí đầu tư trung bình là 200 triệu VNĐ/ hecta. Về mặt hàng sản xuất, 4 trong số 12 đơn vị được hỏi chỉ trồng rau quả, số còn lại kết hợp cả trồng trọt và chăn nuôi, tuy nhiên diện tích dành cho chăn nuôi khá khiêm tốn so với dành cho trồng trọt. Về động cơ thúc đẩy khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh, yếu tố đam mê với nông nghiệp xanh xuất hiện trong 73% số câu trả lời, tiếp theo là yếu tố về nhu cầu sản phẩm sạch (64%), tiếp đến là do đam mê với kinh doanh (46%). Điều này được lý giải do hầu hết chủ các đơn vị sản xuất đều trẻ, có kiến thức và nhận thức tốt về nông nghiệp xanh, họ mong muốn đóng góp xây dựng một nền nông nghiệp phi hóa chất để vừa đảm bảo lương thực thực phẩm, vừa bảo vệ sức khỏe người sản xuất, vừa bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học. Bên cạnh đó, trong quá trình tìm kiếm nguồn thực phẩm an toàn cho gia đình và các người thân, họ nhận thấy việc bắt đầu kinh doanh với trang trại sẽ mang lại đồng thời cả lợi ích về đảm bảo thực phẩm rõ nguồn gốc, minh bạch về quy trình sản xuất và cũng mang lại nguồn thu nhập cho gia đình. Điều này đã là một động cơ lớn để thúc đẩy họ khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh. Ngoài ra, một vài đơn vị đã cho rằng điều kiện tự nhiên của Việt Nam thuận lợi để làm nông nghiệp xanh và

xuất phát từ việc mong muốn bảo tồn sự đa dạng hệ sinh thái.

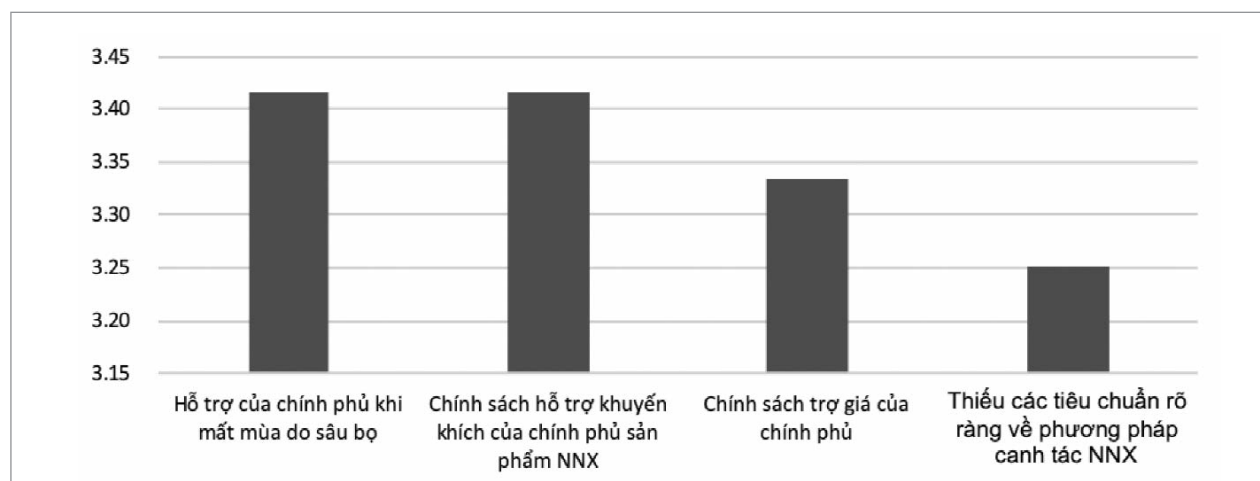
3.2. Phân tích các thách thức/ rào cản khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh

3.2.1. Các rào cản/khó khăn với khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh

Các rào cản và khó khăn với việc khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh bao gồm các nhóm chính sách, cơ sở vật chất, kinh tế, nguồn lực, kiến thức và điều kiện tự nhiên. Đứng đầu danh sách này là Chính sách. Hầu hết các đơn vị được hỏi cho rằng đây là yếu tố gây khó khăn nhất đối với họ. Các vấn đề liên quan đến yếu tố Chính sách, Cơ sở vật chất, Kinh tế và Nguồn lực có số điểm trên khung trung bình (lớn hơn 2.5). Như vậy, các yếu tố này được các đơn vị được hỏi cho rằng gây nhiều khó khăn đối với quá trình kinh doanh của họ. Yếu tố Kiến thức và Điều kiện tự nhiên có số điểm dưới 2.5, điều này thể hiện đối với các đơn vị được khảo sát, 2 yếu tố này chưa thực sự gây khó khăn đối với việc khởi nghiệp của họ.

Cơ chế chính sách là một yếu tố quan trọng trong việc tạo ra môi trường cho phát triển nông nghiệp xanh. Trong đó, các chính sách hỗ trợ khuyến khích của chính phủ đối với sản phẩm nông nghiệp xanh được đặt lên hàng đầu. Trong điều kiện Việt Nam, các doanh nghiệp hầu như không nhận được sự hỗ trợ nào đáng kể từ các chính sách dành riêng cho nông nghiệp xanh. Chính phủ cũng không có sự trợ giá nào cho các sản phẩm dạng này. Các tiêu chuẩn rõ ràng về phương thức canh tác, chất lượng sản phẩm cũng chưa được ban hành một cách hệ thống để doanh nghiệp có thể theo đó thực hiện (Hình 1).

Hình 1: Yếu tố cơ chế chính sách



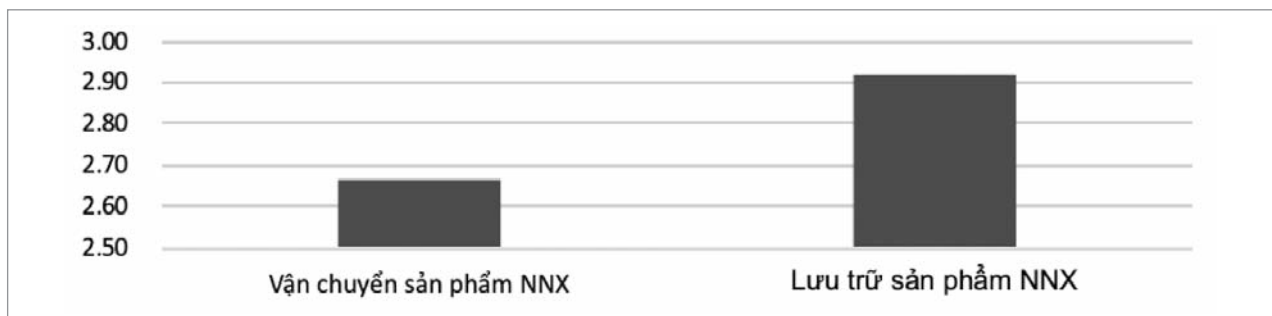
Đối với khía cạnh cơ sở vật chất, việc lưu trữ sản phẩm sau thu hoạch và vận chuyển phân phối đến người tiêu dùng đều được đánh giá là rào cản chính. Sản xuất nông nghiệp xanh sẽ tạo ra các sản phẩm theo đúng mùa vụ, việc lưu trữ sản phẩm không sử dụng các chất bảo quản hóa học khiến tỉ lệ sản phẩm bị hỏng lớn hơn. Việc vận chuyển cũng đòi hỏi các yêu cầu khắt khe hơn làm gia tăng thời gian cũng như chi phí trong khâu này. Việc phân phối trực tiếp sẽ làm giảm thời gian vận chuyển nhưng lại giảm tính đa dạng của sản phẩm đến người tiêu dùng (Hình 2).

Về mặt kinh tế, việc tìm một thị trường phù hợp cho sản phẩm hay việc các khách hàng/nhà phân phối đặt giá thấp cho sản phẩm cũng là một khó khăn hiện hữu. Tuy nhiên, các nhà sản xuất cũng đã có cách để vượt qua rào cản này bằng việc họ thường tìm được một tập khách hàng sẵn sàng trả mức giá hợp lý cho sản phẩm. (Hình 3)

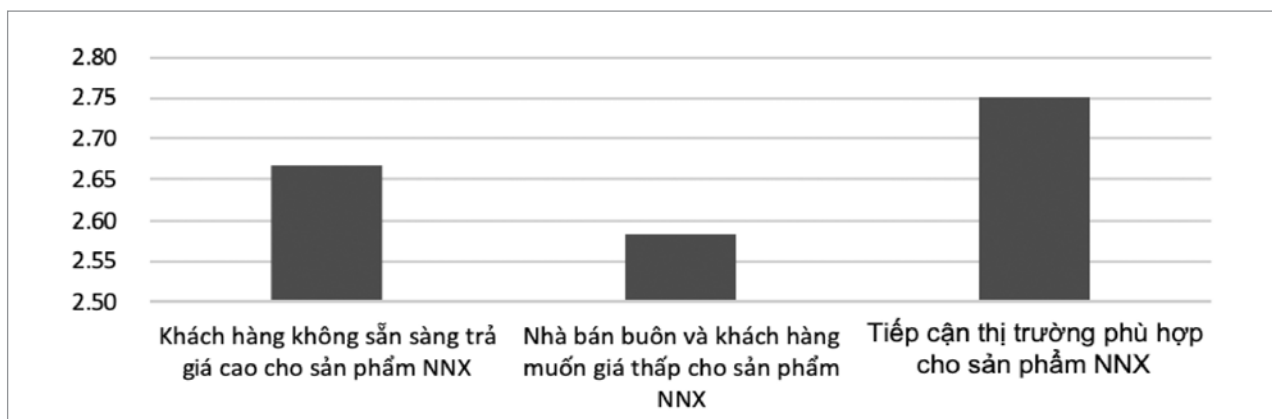
Về nguồn lực, khởi nghiệp luôn đi đôi với vấn đề về vốn, do vậy không ngạc nhiên khi các đơn vị được khảo sát đều coi đây là khó khăn đối với họ.

Tuy nhiên, như các phân tích trước, nông nghiệp xanh không đòi hỏi nguồn vốn lớn ban đầu (như nông nghiệp công nghệ cao), do vậy yếu tố này cũng chỉ được cho điểm hơn trung bình (3.0). Lao động nhiều là đặc trưng của nông nghiệp xanh, nhưng đối với các đơn vị được khảo sát, họ có thể thu xếp và tuyển dụng được lao động phù hợp, đó cũng là những người có đồng quan điểm về canh tác nông nghiệp nên rất dễ dàng tìm được tiếng nói chung. Thời gian canh tác dài không phải là vấn đề gây khó khăn cho đơn vị, do họ nhận thức được muốn sản phẩm đạt được phẩm chất tốt phải để sản phẩm có đủ thời gian phát triển đến mức yêu cầu. Khả năng tiếp cận nguồn đất để thuê cũng không quá khó khăn. Tuy nhiên, để tìm một mảnh đất hội tụ đầy đủ các yếu tố để làm nông nghiệp xanh, đặc biệt với yêu cầu khắt khe của nông nghiệp hữu cơ thì cũng không dễ dàng. Do vậy, các đơn vị thường cải tạo dần đất và có thời gian chuyển đổi khi họ không thể tìm được mảnh đất đạt tiêu chuẩn. Về giống, trong nông nghiệp xanh không canh tác các giống biến đổi gen nên các đơn

Hình 2: Yếu tố cơ sở vật chất



Hình 3: Tính kinh tế



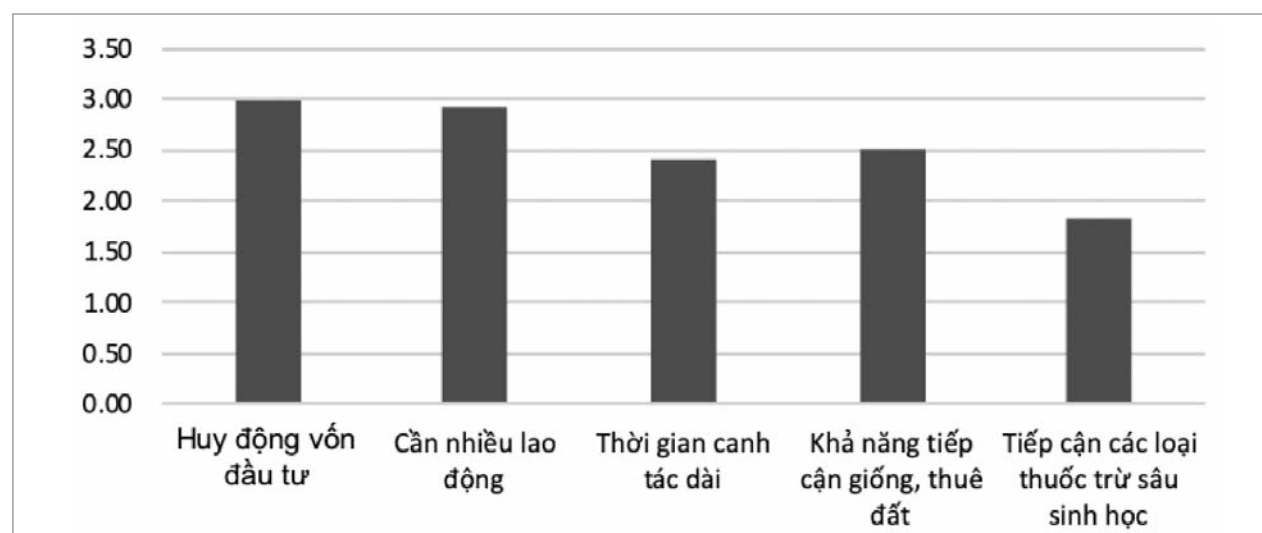
vị thường cố gắng tự chủ về nguồn giống sau một số chu kỳ canh tác đặc biệt đối với các giống thuần chủng, do vậy không phụ thuộc vào nguồn giống bên ngoài. Thuốc trừ sâu sinh học hoặc các biện pháp trừ sâu không dùng hóa chất được kế thừa từ các kinh nghiệm nông nghiệp Việt Nam. Do đó, các đơn vị này hầu như không gặp khó khăn trong việc chế tạo hoặc tiếp cận với nguồn thuốc trừ sâu sinh học. (Hình 4)

Về sự hiểu biết và kiến thức của nhà sản xuất, yếu tố mức độ sẵn sàng của chủ doanh nghiệp về việc canh tác/nuôi trồng trong nông nghiệp xanh

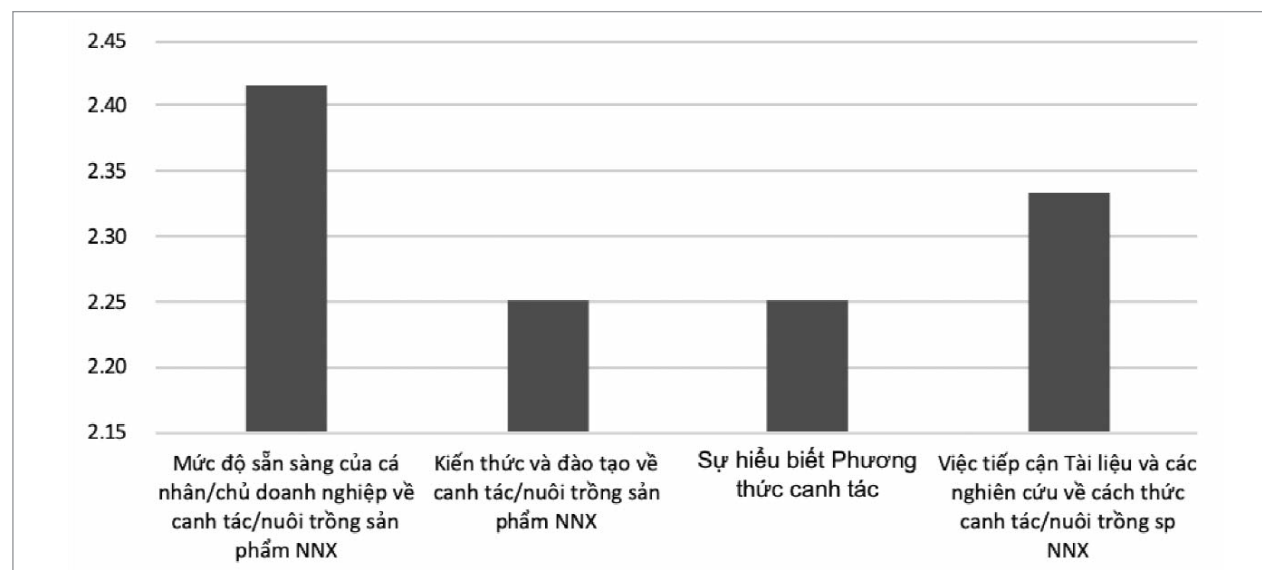
được đánh giá là yếu tố quan trọng. Đây là khó khăn ban đầu đối với người muốn tham gia vào nông nghiệp xanh. Vượt qua được khó khăn này, các yếu tố khác như kiến thức về sản xuất nông nghiệp xanh hay việc tiếp cận với các tài liệu và kỹ thuật sản xuất không còn là vấn đề quá khó giải quyết nữa. (Hình 5)

Ở khía cạnh điều kiện tự nhiên, độ màu mỡ của đất được đánh giá là rào cản chính. Việc đất không đảm bảo dinh dưỡng sẽ kéo theo thời gian dài hơn để cải tạo đất hoặc thời gian canh tác lâu hơn cũng như sản phẩm có chất lượng không tốt. Điều kiện

Hình 4: Yếu tố nguồn lực



Hình 5: Yếu tố kiến thức

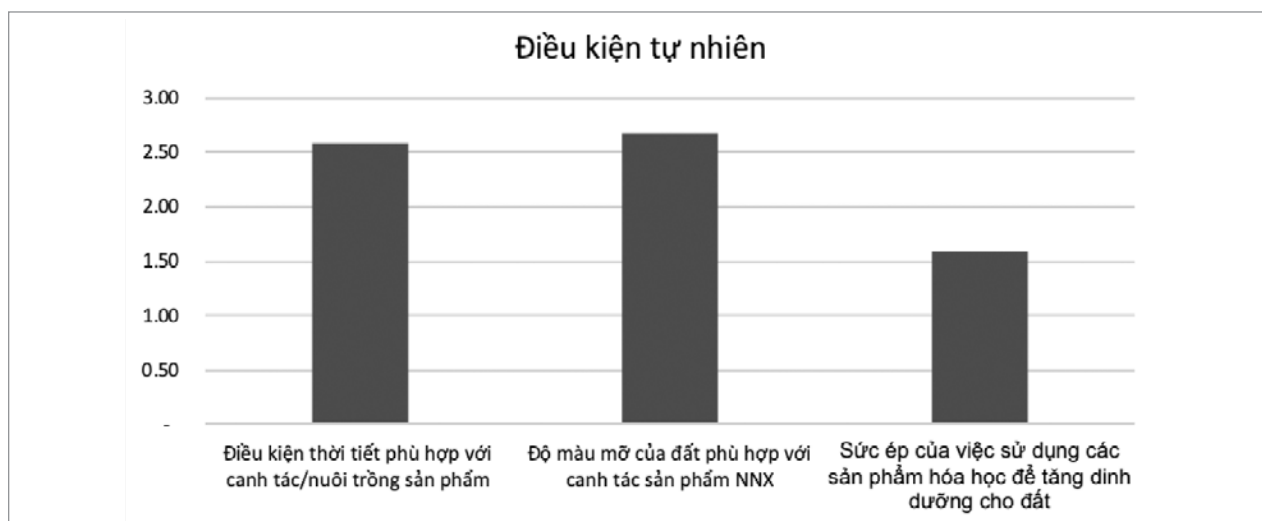


thời tiết cũng là yếu tố được đánh giá gần ngang với độ màu mỡ của đất. Thời tiết có ý nghĩa quan trọng đối với trồng trọt và đảm bảo năng suất cây trồng. Một yếu tố khác được đưa vào đánh giá là sức ép của việc sử dụng các sản phẩm phân bón hóa học để tăng dinh dưỡng, tăng năng suất cây trồng. Nhưng yếu tố này được đánh giá không phải là khó khăn chính, vì đối với các nhà sản xuất theo nông nghiệp xanh việc ngừng sử dụng các chất hóa học là điều được thẩm nhuần khi bắt đầu kinh doanh trong lĩnh vực này. (Hình 6)

quyết định quan trọng đến việc có đạt được các tiêu chuẩn của sản phẩm hay đạt được các mức năng suất mong muốn hay không. Tài chính cũng là vấn đề quan trọng khi giai đoạn đầu khởi nghiệp, các đơn vị đều cần đến nguồn vốn, đặc biệt trong các đơn vị được khảo sát, có những chủ đơn vị khá trẻ có niềm đam mê nhưng năng lực tài chính hạn chế, vì vậy nếu có sự hỗ trợ về tài chính sẽ giúp việc khởi nghiệp trở nên bớt khó khăn hơn.

Các đơn vị cũng đã đưa ra đánh giá về mức độ quan trọng của các yếu tố như tài chính, khách

Hình 6: Yếu tố điều kiện tự nhiên



Ngoài các khó khăn kể trên, một số nhà sản xuất cũng đưa ra các khó khăn có tính riêng biệt như sự hiểu biết của khách hàng về sản phẩm nông nghiệp xanh hoặc việc trà trộn các sản phẩm không đảm bảo các tiêu chí (ví dụ: hữu cơ) của các đại lý phân phối.

3.2.2. Các vấn đề khác

Để tìm hiểu thêm về mức độ quan trọng của việc hỗ trợ, đặc biệt là giai đoạn ban đầu đối với doanh nghiệp khởi nghiệp, các đơn vị được điều tra cũng đã đưa ra các đánh giá của mình đối với các hỗ trợ từ chính sách, tài chính, tài liệu, chia sẻ kinh nghiệm... Trong đó, hỗ trợ về giải pháp kỹ thuật được các đơn vị này coi là yếu tố quan trọng (4.25 điểm), sau đó là hỗ trợ về tài chính (3.4 điểm), hỗ trợ về kinh nghiệm (3.3 điểm), hỗ trợ về thủ tục pháp lý (3 điểm), và cuối cùng là hỗ trợ về tài liệu (2.75 điểm). Có thể thấy rằng, yếu tố kỹ thuật có

hàng, kinh nghiệm sản xuất, kinh nghiệm quản lý và tính đa dạng của sản phẩm đối với việc kinh doanh thành công. Như vậy, các yếu tố này đều ở mức độ rất quan trọng đối với đơn vị mặc dù có lệch chút ít về điểm số. Trong số này điểm đáng chú ý là việc đa dạng hóa sản phẩm không phải là yếu tố quan trọng hàng đầu, điều đó có thể được hiểu thông qua việc các doanh nghiệp khởi nghiệp thường bắt đầu với một số lượng sản phẩm ít, việc đa dạng hóa chỉ được tiến hành khi doanh nghiệp đã vượt qua giai đoạn bất ổn ban đầu, đi vào sản xuất ổn định.

3.3. Đề xuất giải pháp

3.3.1. Giải pháp về tài chính

Việc cần có một nguồn vốn ban đầu để khởi nghiệp là điều quan trọng đối với chủ doanh nghiệp, nguồn này có thể được huy động từ gia đình bạn bè. Đối với nông nghiệp xanh, một nguồn huy

động khác đó chính là khách hàng, những người có cùng cái nhìn về thực phẩm sạch, chất lượng, không hóa chất. Giải pháp đưa ra là huy động góp vốn từ các khách hàng tiềm năng, sau đó khách hàng sẽ nhận được sản phẩm với giá ưu đãi. Thực hiện việc này, doanh nghiệp khởi nghiệp vừa có nguồn vốn lại vừa có tập khách hàng để đảm bảo đầu ra của sản phẩm. Tuy nhiên, việc này chỉ phù hợp với các chủ doanh nghiệp có tâm, có kế hoạch kinh doanh bài bản, tâm ảnh hưởng tốt để khách hàng có thể đặt niềm tin vào sản phẩm sau này của họ.

3.3.2. Giải pháp về phân phối sản phẩm

Đây là hướng giải pháp liên quan đến tối ưu hóa phân phối giao nhận hàng. Đặc điểm của sản phẩm nông nghiệp xanh là mang nặng tính thời vụ, khả năng bảo quản thấp hơn do không sử dụng các chế phẩm bảo quản hóa học. Do vậy, việc liên kết chặt chẽ với khách hàng, tìm hiểu nhu cầu và thị hiếu của khách hàng để có thể cung cấp kịp thời các sản phẩm theo đúng nhu cầu, giảm thời gian lưu kho cũng như thời gian vận chuyển sản phẩm sẽ giúp giảm tỉ lệ sản phẩm hỏng hoặc bị dư thừa. Việc này có thể được thực hiện thông qua sự hỗ trợ của công nghệ thông tin. Việc phát triển một phần mềm cập nhật nhu cầu của khách hàng, đối chiếu với năng lực sản xuất của doanh nghiệp, tối ưu hóa cung

đường giao hàng sẽ giải quyết được một phần lớn vấn đề này. Trong khuôn khổ nghiên cứu, nhóm tác giả không có điều kiện đi sâu vào phát triển giải pháp này, nhưng nhóm cũng cho rằng, việc vận dụng công nghệ vào giải quyết các vấn đề về kết nối giữa nhu cầu và cung cấp trong một phạm vi không rộng là điều hoàn toàn có thể làm được.

4. Kết luận

Thông qua việc phỏng vấn các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp xanh, có thể thấy rằng, nông nghiệp xanh là một lựa chọn phù hợp đối với các chủ đơn vị có mong muốn và niềm đam mê với sản phẩm sạch, không hóa chất. Xuất phát từ đam mê đó, cộng với các kiến thức có sẵn và học tập thông qua các Hội nhóm, việc khởi nghiệp đến với họ để một mặt thỏa mãn đam mê của mình, mặt khác cũng đóng góp cho môi trường và xã hội. Các khó khăn/ rào cản đặt ra trong quá trình khởi nghiệp liên quan đến cả cơ chế chính sách, cơ sở vật chất, nguồn lực, thị trường. Để giải quyết các vấn đề này, mỗi đơn vị đều có cách nhìn nhận và thích ứng, cũng như có giải pháp riêng. Trong khuôn khổ nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu đưa ra một vài hướng giải pháp về tài chính và phân phối sản phẩm, nhằm phần nào giúp các đơn vị vượt qua được các khó khăn ban đầu ■

Lời cảm ơn:

Nhóm tác giả trân trọng gửi lời cảm ơn đến sự hỗ trợ của Công ty TNHH Thực phẩm Nhân Thùy, Công ty TNHH Nông nghiệp hữu cơ Đức Tiến, Công ty cổ phần Bavifarm và các đơn vị khác đã tham gia phỏng vấn, cùng các đồng nghiệp đã cộng tác, hỗ trợ trong quá trình thực hiện nghiên cứu này.

Bài báo công bố một phần kết quả nghiên cứu của đề tài có mã số T2018-PC-108 do Trường Đại học Bách khoa Hà Nội cấp kinh phí.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- [1]. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) (2019), Tình hình đăng kí doanh nghiệp năm 2019.
- [2]. GenVita (2019), Chạy theo trào lưu khởi nghiệp và chủ nghĩa tự chủ, cần thận “mắc bẫy” tự đắc.
- [3]. Mai Quý (2019), Khởi nghiệp từ “tiếng gọi” làm nông nghiệp sạch.
- [4]. Nguyễn Thị Hà Thanh (2018), Những khái niệm căn bản - Khởi nghiệp là gì?, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo doanh nghiệp.
- [5]. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)(2017a), Tọa đàm cho khởi nghiệp nông nghiệp công nghệ cao.

- [6]. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)(2017b), *Việt Nam - Đất lành cho khởi nghiệp*.
[7]. Phương Anh (2019), *Việt Nam đang đứng thứ 3 ở Đông Nam Á về số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp*.
[8]. Asad N. (2011), *Towards a green economy*.
[9]. Jennifer C. (2019), *How organic farming benefits the environment*.

Ngày nhận bài: 8/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/1/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN HOÀNG LAN

Bộ môn Kinh tế công nghiệp, Viện Kinh tế và Quản lý,

Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội

2. ThS. NGUYỄN THỊ NHƯ VÂN

Khoa Quản lý công nghiệp và Năng lượng,

Trường Đại học Điện lực

**A RESEARCH ON BARRIERS TO STARTUPS
IN GREEN AGRICULTURE AND SOLUTIONS
TO OVERCOME THESE DIFFICULTIES**

● Master. **NGUYEN HOANG LAN**

Department of Industrial Economics,
School of Economics and Management
Hanoi University of Science and Technology

● Master. **NGUYEN THI NHU VAN**

Department of Industrial and Energy Management,
Electric Power University

ABSTRACT:

This research was conducted by using investigative and analytical methods to find out barriers to startups in green agriculture. The result show that policy mechanisms, resources, natural conditions, knowledge, and economics are all barriers to startups in green agriculture. Based on these results, this research proposes solutions to help startups overcome these difficulties.

Keywords: Green agriculture, barrier, solution, Vietnam.

NGHIÊN CỨU SỰ PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG LOGISTICS TRUNG QUỐC VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

● ĐOÀN NGỌC NINH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu logistics luôn là đề tài có tính cấp thiết cao đối với nền kinh tế của Việt Nam hiện nay. Chúng ta đang tham gia hội nhập quốc tế sâu sắc, thị trường được mở rộng và có nhiều cơ hội hơn cho các doanh nghiệp khi tham gia sân chơi quốc tế. Tuy nhiên, logistics đang là một giới hạn cần vượt qua để gia tăng sức cạnh tranh của nền kinh tế cũng như hỗ trợ cho các doanh nghiệp Việt Nam có thể xuất khẩu hàng hóa một cách hiệu quả. Vì vậy, việc nghiên cứu nâng cao hiệu quả của hệ thống logistics quốc gia từ thực tiễn tại Trung Quốc - một quốc gia rất phát triển sẽ là bài học kinh nghiệm để Việt Nam có thể học tập xây dựng nâng cao hiệu quả hệ thống logistics trong tương lai.

Từ khóa: Phát triển logistics, hệ thống logistics, logistics Việt Nam, logistics Trung Quốc, kinh nghiệm logistics.

1. Đặt vấn đề

Phát triển hệ thống logistics là một trong những vấn đề trọng tâm hiện nay, được Chính phủ đặt ra như một điều kiện tiên quyết để phát triển và tăng trưởng kinh tế. Logistics luôn gắn chặt với các dòng vận động của hàng hóa, dòng thương mại. Vì vậy nó quyết định việc lưu thông hàng hóa trong phạm vi nội địa, cũng như thương mại quốc tế. Dựa trên những tác động về thời gian lưu thông hàng hóa, chi phí và sự an toàn hàng hóa trong quá trình vận động logistics thực sự mang lại những lợi ích không nhỏ nếu chúng ta quan tâm phát triển nó và xây dựng một hệ thống logistics bền vững. Điều này đã thấy ở những quốc gia phát triển trên thế giới như Hà Lan, Singapore, Mỹ, hay Trung Quốc có hạ tầng logistics hàng đầu thế giới hiện nay.

Việt Nam là quốc gia có khá nhiều lợi thế về mặt địa lý, đặc biệt là hệ thống bờ biển trải dài trên 3.000 km. Lợi thế này đang tạo cho chúng ta cơ hội

lớn để phát triển thương mại, là điểm chu chuyển của các dòng thương mại; nếu chúng ta xây dựng được một hạ tầng logistics phát triển, cạnh tranh về chất lượng dịch vụ và chi phí, chắc chắn Việt Nam sẽ là sự lựa chọn của nhiều hãng tàu, hãng vận tại quốc tế.

Chính từ sự cần thiết này, việc nghiên cứu về logistics tại Việt Nam hiện nay luôn là chủ đề được nhiều chuyên gia, nhiều nhà khoa học quan tâm. Đặc biệt, việc “đi tắt đón đầu” trong phát triển ngành Logistics của Việt Nam không có cách nào khác là phải rút ngắn quá trình phát triển tự nhiên, học hỏi kinh nghiệm của những quốc gia đi trước, quốc gia có hệ thống logistics phát triển và có những điều kiện tương đồng với Việt Nam. Dựa trên ý nghĩa đó, bài viết tập trung nghiên cứu hệ thống logistics của Trung Quốc và rút ra những bài học kinh nghiệm cho việc phát triển hệ thống logistics của Việt Nam. Bài viết dựa trên nền tảng

lý luận cơ bản về hệ thống logistics, thực trạng phát triển logistics của Trung Quốc, đồng thời đưa ra những bài học phù hợp với điều kiện phát triển hệ thống logistics tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý luận về hệ thống logistics

Có nhiều khái niệm khác nhau về logistics được tiếp cận theo cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp. Tuy nhiên, khái niệm được sử dụng phổ biến hiện nay như sau: Logistics được hiểu là *quá trình lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát một cách hiệu quả về mặt chi phí dòng lưu chuyển và phân dự trữ nguyên vật liệu, bán thành phẩm và thành phẩm, cùng những thông tin liên quan từ điểm khởi đầu của quá trình sản xuất đến điểm tiêu thụ cuối cùng nhằm mục đích thỏa mãn được các yêu cầu của khách hàng.* (Council of Logistics Management - CLM, 1991).

Hệ thống logistics là một tập hợp bao gồm các cấu tử tham gia thực hiện quá trình logistics một cách tổng thể, gồm tất cả các mối quan hệ và phụ thuộc lẫn nhau giữa các thành tố, thành viên của quá trình logistics. Quá trình logistics bao gồm từ đầu vào cho đến đầu ra. *Hệ thống Logistics (quá trình Logistics) là sự kết hợp quản lý 2 mặt: đầu vào (gọi là cung ứng vật tư) với đầu ra (phân phối sản phẩm), để tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả* (Đặng Đình Đào, 2011).

Hệ thống logistics quốc gia là một tổng thể bao gồm tất cả các hoạt động liên hệ với nhau nhằm chuyển đưa nguyên vật liệu và hàng hóa từ tổ chức đầu nguồn qua tất cả các khâu trung gian đến người sử dụng cuối cùng trong nền kinh tế.

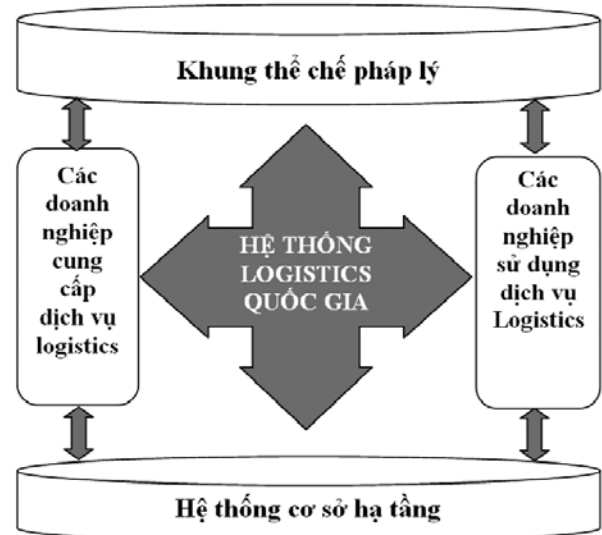
Hệ thống logistics trong nền kinh tế tích hợp các hoạt động thuộc nhiều chức năng của quá trình kinh doanh (thu mua, quản trị, phân phối hiện vật) và từ nhiều khu vực của nền kinh tế (sản xuất, vận tải, phân phối và thông tin liên lạc).

Hoạt động trong hệ thống logistics bao gồm một chuỗi các hoạt động cơ bản từ vận tải, kho bãi, gom hàng và thông quan đến phân phối hàng hóa trong nội bộ quốc gia và hệ thống thanh toán, thông tin liên quan đến hàng loạt các chủ thể công và tư nhân.

Hệ thống logistics quốc gia là tổng thể khung thể chế pháp lý, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics, các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ logistics và hệ thống cơ sở hạ tầng.

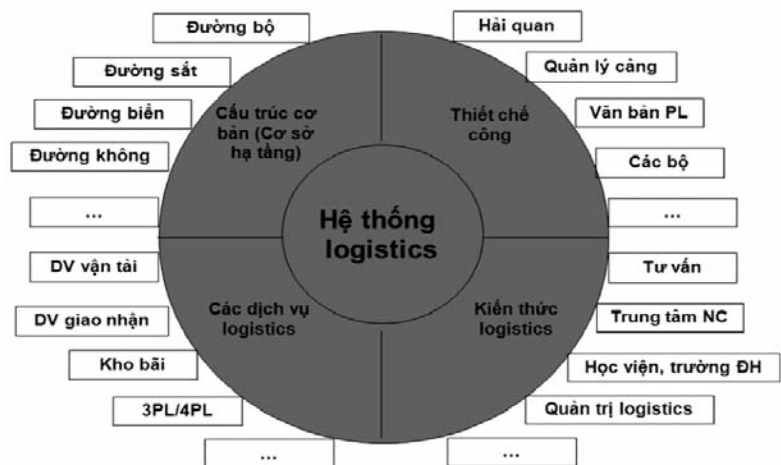
Hệ thống logistics quốc gia là hệ thống kinh doanh dịch vụ, là tổng thể các tổng công ty (công ty) nhà nước, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics trong và nước ngoài với hệ thống kho, trạm, trung tâm logistics, cửa hàng thuộc các ngành, địa phương và doanh nghiệp quản lý, các tổ chức kinh doanh dịch vụ hợp pháp của tất cả các thành phần kinh tế kinh doanh logistics trên thị trường (Hình 1).

Hình 1: Hệ thống logistics quốc gia (ADB)



Theo quan điểm của Viện Nghiên cứu Kinh tế Vận tải và Logistics CHLB Đức), hệ thống logistics bao gồm cấu trúc cơ bản (cơ sở hạ tầng), thiết chế công, các dịch vụ logistics, kiến thức logistics. (Hình 2)

Hình 2: Hệ thống logistics quốc gia



Nguồn: Viện Nghiên cứu Kinh tế Vận tải và Logistics CHLB Đức

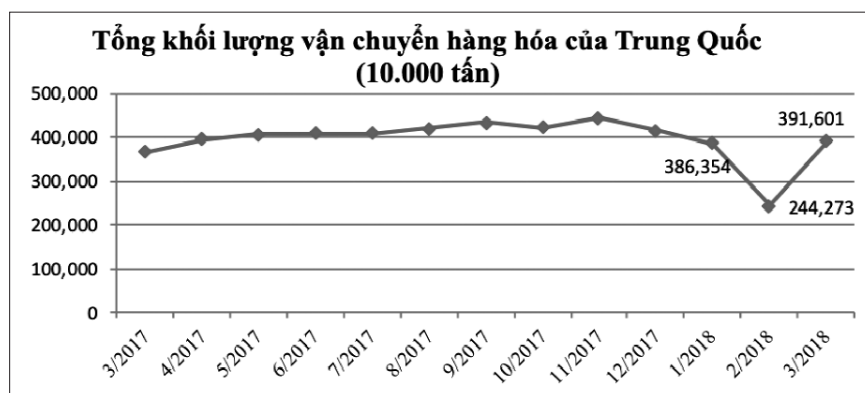
3. Phát triển hệ thống logistics tại Trung Quốc

3.1. Vận chuyển hàng hóa

Theo số liệu của cơ quan thống kê quốc gia Trung Quốc, trong quý 1/2018, tổng lượng vận chuyển hàng hóa của Trung Quốc đạt trên 10 tỷ tấn, tăng 9,3% so với cùng kỳ năm trước. Sau tháng 2/2018, hoạt động vận chuyển sụt giảm do kỳ nghỉ lễ Tết Nguyên đán kéo dài, vận chuyển hàng hóa đã tăng trở lại trong tháng 3/2018, đạt 3,9 tỷ tấn, tăng 11% so với tháng 3/2017.

Nếu tính chu kỳ kinh doanh vẫn được đảm bảo, khối lượng vận chuyển sẽ tiếp tục tăng trong các tháng tới (Hình 3).

Hình 3: Tổng lượng vận chuyển hàng hóa của Trung Quốc các tháng năm 2017-2018



Nguồn: Tính toán từ số liệu của cơ quan thống kê quốc gia Trung Quốc

Bảng 1. Các chỉ tiêu vận chuyển hàng hóa của Trung Quốc trong quý 1/2018

	Lượng (10.000 tấn)	Tỷ trọng (%)	So cùng kỳ (%)
Tổng	961.459	100,00	9,3
Đường sắt	91.364	9,50	15,5
Đường bộ	720.524	74,94	8,9
Đường thủy	149.414	15,54	7,7
Hàng không dân dụng	157	0,02	4,5

Nguồn: Tính toán từ số liệu của cơ quan thống kê quốc gia Trung Quốc

Trong quý 1/2018, vận chuyển đường bộ vẫn chiếm tới gần 75% tổng lượng hàng hóa của Trung Quốc, tiếp theo là đường thủy với 15,54% và đường sắt 9,5%. Vận chuyển hàng hóa đường không dân dụng vẫn chiếm tỷ lệ không đáng kể chỉ khoảng 0,02% (Bảng 1, Hình 4).

3.2. Cơ sở hạ tầng logistics

Cơ sở hạ tầng Logistics Trung Quốc hiện nay được đánh giá vào hàng phát triển trên thế giới. Những công trình ghi dấu ấn chỉ Trung Quốc mới có đã tạo nên hình ảnh cường quốc phát triển. Cơ sở hạ tầng logistics thường xuyên được cải thiện và đưa vào kế hoạch phát triển 5 năm (2015-2020). Trong đó, phát triển cơ sở là tầng logistics là nhiệm vụ trọng tâm trong giai đoạn này (Bảng 2).

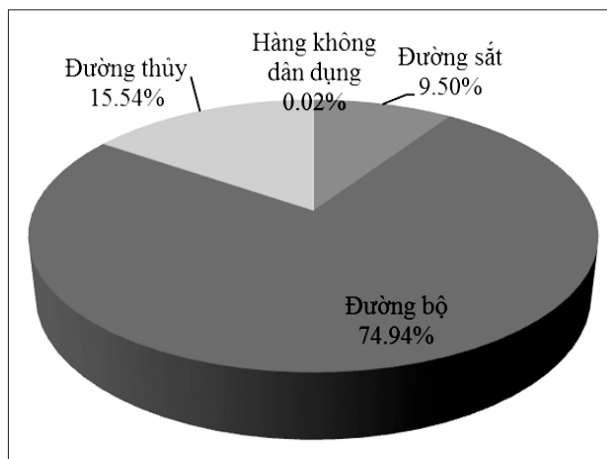
Hệ thống đường cao tốc: Toàn bộ các thành phố lớn, thành phố vệ tinh của Trung Quốc đã được kết nối bằng hệ thống đường cao tốc hiện đại. Trong đó, những dự án trọng điểm như đường cao tốc kết nối các thành phố lớn Bắc Kinh, Hồng Kông và Macau. Tổng chiều dài cao tốc tại Trung Quốc lên đến 41.000 km, chỉ sau Mỹ về số km đường cao tốc. Và mục tiêu sẽ vượt qua Mỹ vào năm 2020 trong kế hoạch 5 năm.

Đường sắt: Trung Quốc tập trung rất lớn cho xây dựng hệ thống đường sắt, hiện có khoảng gần 20.000 km đường sắt và ngân sách đầu tư cho phát triển đường sắt rất lớn, lên đến 200 tỷ USD cho xây dựng và phát triển hệ thống loại hình vận chuyển này.

- Một số dự án Trung Quốc đang tập trung triển khai trong giai đoạn đến năm 2020 là xây dựng thêm 40 trạm vận chuyển liên hợp, 18 trung tâm logistics và hơn 100 cảng biển chuyên dụng.

Trung Quốc thể hiện quyết tâm rất rõ khi khuyến khích một số doanh nghiệp có năng lực tham gia vào xây dựng cơ sở hạ tầng hệ thống logistics. Một dự án nổi bật là cảng nước sâu Yangshan, một tổ hợp cảng chuyên dụng container có khả năng tiếp nhận tàu cỡ lớn với khoản đầu tư kỷ lục lên tới 50 tỷ USD. Dự kiến, hệ thống cảng này sẽ hoàn thành vào năm 2020 và được xem là cảng lớn nhất thế giới. Hệ thống cảng

Hình 4: Cơ cấu vận chuyển hàng hóa của Trung Quốc quý 1/2018



Nguồn: Tính toán từ số liệu của cơ quan thống kê quốc gia Trung Quốc

Bảng 2. Thực trạng cơ sở hạ tầng logistics Trung Quốc

Chỉ tiêu	Trung Quốc	Việt Nam
Cảng hàng không (cảng)	467	44
Sân bay trực thăng (sân bay)	35	1
Đường ống		
- Dầu (km)	26.334	49
- Gas (km)	17.240	510
- Các sản phẩm hóa dầu (km)	6.106	206
Đường sắt (km)	75.438	2.600
Đường bộ (km)	1.870.661	222.179
Đường sông (km)	124.000	17.702

Nguồn: CIA - The World Fact Book

này thu hút rất nhiều doanh nghiệp cả trong nước và nước ngoài tham gia đầu tư xây dựng.

3.3. Thị trường dịch vụ logistics

- Trung Quốc hiện nay là quốc gia có thị trường logistics lớn nhất khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Trung Quốc có giá trị thị trường logistics vào khoảng trên 600 tỷ USD vào năm 2018, trong đó thị trường các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics bên thứ ba hay logistics theo hợp đồng

(3PL) chỉ chiếm 5%, vì vậy, có rất nhiều doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics đơn lẻ tham gia vào lĩnh vực này. Hiện nay, con số 18.000 doanh nghiệp logistics tại Trung Quốc và đang ngày càng tăng lên với tốc độ rất nhanh. Sự đa dạng khi tham gia của rất nhiều các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài như DHL, Kuenhe&Nagel và Panalpina vv... Thị trường logistics Trung Quốc rất tiềm năng mà doanh nghiệp quốc tế nào kinh doanh không nên bỏ qua. Đó là nhận định của tổ chức Amstron & Associates. Các lĩnh vực thị trường chủ yếu tại Trung Quốc.:

Doanh nghiệp 3PL quốc tế như DHL/Exel, Panalpina, TNT, UPS, Kuehne&Nagel, Schenker, và FedEx.

Doanh nghiệp nước ngoài có hệ thống tàu biển Maersk Logistics, OOCL Logistics, NYK Logistics, Hanjin Logistics, K-Line Logistics và APL Logistics.

Doanh nghiệp trong nước hoạt động chính là vận chuyển China Logistics, COSCO Logistics, China Resources, China Shipping Logistics, China Railway Express, Sinotrans, China Post.

Doanh nghiệp logistics được tách ra từ Công ty Sản xuất PG Logistics, Haier Logistics, Gome Logistics, Levono, TCL.

Một số doanh nghiệp khác như Total Logistics, South Logistics Group, Hurrytop Logistics, China Overseas Logistics.

Cùng với sự bùng nổ của công nghệ thông tin toàn cầu và quốc tế hóa mạnh mẽ, Trung Quốc đang có sự phát triển như vũ bão. Các tập đoàn lớn coi Trung Quốc là thị trường tiềm năng và đã đặt trụ sở sản xuất, kinh doanh tại đây. Đây là thị trường rất tiềm năng cho phát triển thị trường của các doanh nghiệp logistics toàn cầu.

3.4. Chính sách phát triển logistics

Chính phủ Trung Quốc luôn khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào hệ thống logistics, kêu gọi các doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp ngoài quốc doanh tham gia vào đầu tư hệ thống logistics quốc gia. Đây là chính sách quan trọng để Trung Quốc có thể thu hút nguồn vốn lớn vào đầu tư cho hệ thống logistics quốc gia. Các lĩnh vực đầu tư lớn của Trung Quốc đều có sự góp mặt của kinh tế tư nhân, như hệ thống mạng lưới giao thông đường bộ, đường biển, đường sắt... và hệ thống kho bãi, trung tâm logistics. Thị trường logistics của Trung Quốc được quản lý bởi Bộ

Ngoại thương và Hợp tác kinh tế Trung Quốc. Đặc biệt, hoạt động kho bãi và trung tâm logistics được chính phủ tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài (Bảng 3).

thành lập doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

Dịch vụ phát chuyển nhanh: Trung Quốc cam kết mở cửa các dịch vụ phát chuyển bưu phẩm quốc tế, các dịch vụ liên quan đến phát chuyển hàng hóa.

Bảng 3. Chính sách hệ thống logistics quốc gia Trung Quốc

Các hoạt động logistics	Các thành phần doanh nghiệp tham gia	Cơ quan quản lý
Giao nhận	Khuyến khích	MOFTEC. CAAC
Vận chuyển đường bộ	Khuyến khích	MOFTEC. MOC
Vận chuyển đường biển	Hạn chế	MOFTEC. MOC
Vận chuyển đường không	Quản lý chặt	MOFTEC. CAAC
Khai thuê hải quan	Quản lý chặt	MOFTEC. GAC
Dịch vụ kho bãi	Khuyến khích	MOFTEC. MOC
Trung tâm Logistics	Khuyến khích	MOFTEC. MOC

Nguồn: China's Logistics industry holds a golden opportunity

Trung Quốc đang có xu hướng rõ rệt khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia vào phát triển hệ thống logistics quốc gia và nhận thức rõ tầm quan trọng của phát triển hệ thống logistics trong xây dựng nền kinh tế hùng mạnh. Việc kêu gọi và tạo điều kiện thuận lợi cho các dòng vốn đầu tư vào hệ thống logistics đang là động lực mới trong phát triển hệ thống logistics ở Trung Quốc.

Chính phủ Trung Quốc thực hiện nới lỏng các chính sách bảo hộ của mình cho các hoạt động Logistics. Với sự nới lỏng này cho phép các công ty cung cấp dịch vụ logistics nước ngoài được phép tham gia sâu rộng hơn các dịch vụ logistics.

Cụ thể, luật điều chỉnh hoạt động logistics đối với các lĩnh vực như sau:

Hoạt động giao nhận: Giấy phép hoạt động sẽ được bỏ; Tỷ lệ vốn liên doanh không bị hạn chế; Được phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn; Các công ty giao nhận nước ngoài được phép thành lập liên doanh thứ 2.

Hoạt động vận tải đường biển quốc tế: Các hãng tàu được phép cung cấp dịch vụ quản lý logistics.

Dịch vụ vận chuyển đường bộ: Các công ty nước ngoài chỉ được phép khai thác dịch vụ vận chuyển đường bộ thông qua hình thức liên doanh. Các đối tác nước ngoài có thể nắm tỷ lệ chi phối trong các liên doanh và sau 3 năm các công ty này có thể

Các công ty nước ngoài có thể giữ tỷ lệ vốn chi phối trong liên doanh. Công ty nước ngoài được phép thành lập 100% vốn nước ngoài.

Dịch vụ lưu trữ hàng và kho bãi: Các nhà cung cấp nước ngoài được phép khai thác dịch vụ kho bãi dưới hình thức hoạt động liên doanh. Các doanh nghiệp này được phép nắm vốn chi phối trong liên doanh.

4. Bài học kinh nghiệm cho phát triển hệ thống logistics Việt Nam

4.1. Bài học kinh nghiệm về phát triển cơ sở hạ tầng giao thông vận tải

Chính phủ Trung Quốc luôn chú trọng vào đầu tư cơ sở hạ tầng logistics, mặc dù cơ sở hạ tầng logistics của Trung Quốc chưa phải mạnh so với các quốc gia phát triển về logistics. Tuy nhiên, việc đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng đang giúp ngành logistics Trung Quốc phát triển mạnh mẽ và đóng góp lớn vào thành công trong quá trình phát triển và tăng trưởng kinh tế của Trung Quốc nói chung.

Việt Nam hiện nay đã có cải thiện khá lớn về cơ sở hạ tầng, đặc biệt hệ thống đường cao tốc và hệ thống cảng biển đã có sự đầu tư mạnh mẽ từ Chính phủ và phối hợp với đầu tư hình thức BOT. Tuy nhiên, so với các nước trong khu vực, Việt Nam được đánh giá có hạ tầng còn lạc hậu, yếu kém. Điều này đã làm kìm hãm sự phát triển của

hệ thống logistics quốc gia. Hệ thống cao tốc chỉ thiết kế ở mức độ thấp, dành cho xe trọng tải nhỏ, cảng biển nước sâu còn ít, hệ thống đường sắt lạc hậu, cũ kỹ và chưa đa dạng hóa các loại hình vận tải.

Cơ sở hạ tầng giao thông vận tải của Việt Nam dù được cải thiện và nâng cấp trong những năm gần đây, nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển. Điều này đang góp phần làm cho chi phí logistics của Việt Nam vẫn cao hơn các nước khác. Trước các trở ngại về giao thông, các công ty logistics vẫn phải tốn nhiều chi phí đầu tư hơn, sụt giảm lợi nhuận cũng như sụt giảm khả năng mở rộng dịch vụ. Các cảng cạn tại Việt Nam được hình thành tự phát, quy mô nhỏ bé, nhiều cảng cạn chưa có các trang thiết bị xếp dỡ chuyên dụng; kết nối giao thông giữa các cảng cạn và hệ thống giao thông quốc gia chưa hợp lý, chỉ sử dụng đường bộ và đường sông, chưa kết nối được với đường sắt; phạm vi khai thác còn hạn chế mới chỉ tập trung vào công đoạn thông quan và cho thuê kho bãi. Hệ thống cảng biển cũng còn nhiều hạn chế, các bến cảng chủ yếu là cảng tổng hợp và chuyên dụng, cảng container còn ít, chỉ ít cảng tiếp nhận được tàu trên 50.000 DWT.

Để phát triển hệ thống logistics quốc gia, Việt Nam cần đầu tư mạnh mẽ hơn cho cơ sở hạ tầng logistics, đa dạng hóa các loại hình đầu tư và kêu gọi các thành phần kinh tế tham gia vào đầu tư cơ sở hạ tầng logistics. Thực trạng cho thấy rất nhiều dự án lớn Việt Nam còn dang dở, chưa thực sự quyết tâm lớn đầu tư cho vấn đề này. Vì vậy, cần nhận thức việc đầu tư cơ sở hạ tầng như là bắt buộc trong phát triển hệ thống logistics nói riêng và phát triển kinh tế nói chung.

4.2. Bài học kinh nghiệm trong chính sách phát triển hệ thống cảng biển

Đường biển chiếm 80% khối lượng, 50% giá trị trong vận tải quốc tế. Hệ thống cảng biển được xem là một mắt xích quan trọng nhất và không thể thiếu. Vì vậy, phát triển hệ thống cảng biển được xem là việc cần làm ngay đối với phát triển hệ thống logistics ở Việt Nam. Hiện nay, nước ta có số lượng lớn cảng biển, nhưng đa phần nhỏ lẻ và rất ít cảng biển nước sâu, năng lực bốc xếp có hạn.

Trong khi đó, nhu cầu vận chuyển hàng hóa bằng container và bến cảng container tăng cao. Hầu như các tỉnh, thành ven biển đều đầu tư xây cảng biển. Việc đầu tư dàn trải, thiếu trọng tâm,

không đánh giá đúng lượng hàng thông qua, khiến nhiều cảng biển chỉ hoạt động được 20 - 30% công suất. Nhiều doanh nghiệp đầu tư hàng chục triệu USD để xây cảng lớn, sử dụng công nghệ hiện đại, nhưng bị chính các cảng nhỏ quanh khu vực cạnh tranh bằng cách phá giá để hút hàng về. Một số hãng tàu lớn nước ngoài đã ngừng cập cảng Việt Nam với lý do lượng hàng không đáp ứng đủ và chất lượng cảng biển không bảo đảm.

Kinh nghiệm cần tập trung xây dựng thành công các cảng nước sâu, các khu kinh tế biển và thương hiệu biển Việt Nam mang tầm quốc gia và quốc tế, trong đó tập trung một số điểm nổi bật: *Một là*, ban hành đầy đủ, đồng bộ hệ thống cơ chế, chính sách khuyến khích đầu tư phát triển các sản phẩm có thương hiệu mạnh trong kinh tế biển. Coi việc xây dựng thương hiệu biển Việt Nam như là một chương trình quốc gia cần hướng tới để thu hút mọi nguồn lực phát triển; *Hai là*, chú trọng đến các giải pháp quy hoạch và quản lý tổng hợp, thống nhất đối với việc phát triển các vùng biển, dải ven biển và hải đảo theo một chiến lược tổng thể, đồng bộ và hợp lý; *Ba là*, rà soát và quy hoạch hoàn chỉnh, hợp lý các cảng biển quốc gia, bao gồm việc tập trung xây dựng một số cảng biển nước sâu các vùng thuộc Bắc, Trung, Nam; *Bốn là*, nghiên cứu lựa chọn xây dựng những khu kinh tế tự do ven biển, nhằm tạo đột phá đủ lớn, mở ra một thời kỳ phát triển kinh tế biển để phát huy tối đa tiềm năng cảng biển Việt Nam; *Năm là*, xây dựng mô hình cảng biển theo hướng bền vững, gắn kết cảng biển với hệ thống đường sắt, trung tâm logistics và mạng lưới đường bộ - ô tô vận chuyển hàng hóa tới các khách hàng.

Việt Nam đang tham gia mạnh mẽ vào quá trình quốc tế hóa, hoạt động thương mại quốc tế đang tăng lên không ngừng. Đây là thực tế rất thuận lợi cho sự phát triển của ngành Vận tải biển Việt Nam. Tuy vậy, việc phát triển cần thận trọng, tập trung theo hướng hiện đại, tiết kiệm chi phí, an toàn và hạn chế ô nhiễm môi trường nhằm tăng sức cạnh tranh của ngành vận tải biển Việt Nam, xác định đây là mũi nhọn trong phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng logistics quốc gia.

4.3. Bài học kinh nghiệm về chính sách phát triển hệ thống logistics và sử dụng công nghệ thông tin trong hoạt động logistics điện tử

Ngành Logistics bị chi phối mạnh mẽ bởi chất lượng các thể chế khu vực công và sự phối hợp hiệu

quả của các quy trình giấy phép tại cửa khẩu giữa các cơ quan quản lý biên giới. Để phát triển dịch vụ hậu cần, theo các chuyên gia logistics Trung Quốc, cần phải cải tổ quản lý vùng biên giới. Đối với các nước hậu cần kém phát triển, khoảng 50% các công-ten-nơ bị kiểm tra và 15% các công-ten-nơ bị kiểm tra ít nhất 2 lần; Tăng cường tính cạnh tranh trong các dịch vụ liên quan đến thương mại như vận tải hàng hóa đường bộ, hàng không và đường sắt; Xây dựng và quy hoạch tổng thể khu phân phối hàng hóa hợp lý kết nối cả đường bộ, đường sắt, đường hàng hải và đường hàng không; Đẩy mạnh xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại, chất lượng như các cảng nước sâu, sân bay quốc tế, khu kinh tế mở. Đối với các nước thu nhập thấp, rào cản lớn nhất thường nằm ở các dịch vụ hậu cần và hệ thống quá cảnh quốc tế. Việc cải thiện cơ sở hạ tầng thương mại thường được xem là một ưu tiên cho các nước có thu nhập trung bình. Việt Nam cần sớm ban hành đầy đủ các quy định hải quan, đồng thời các luật liên quan đến thương mại phải nhất quán và phù hợp với thông lệ quốc tế. Nếu tăng cường thực thi thương mại hậu cần tại các nước thu nhập thấp tới các nước có thu nhập trung bình có thể thúc đẩy thương mại tăng 15% và có lợi cho tất cả các công ty và người tiêu dùng vì giá thành thấp hơn và chất lượng dịch vụ tốt hơn.

Vai trò định hướng và hỗ trợ của Nhà nước chưa được thể hiện rõ nét, thiếu tính tổng thể dài hạn. Việt Nam cần ưu tiên xây dựng hệ thống quản lý vận chuyển phần mềm TMS (Transport Management System) và hệ thống quản lý giao nhận và kho vận WMS (Warehouse Management System). Bởi giao nhận và vận tải là 2 lĩnh vực kinh doanh khác nhau, song nếu thiếu sự liên kết sẽ không hiệu quả. Cần triển khai các phương pháp công nghệ logistics tiên tiến, như: quản trị chuỗi

cung ứng SCM (Supply Chain Management) hay giao hàng đúng thời điểm JIT (Just In Time) trong thiết kế luồng vận tải nhiều chặng và sắp xếp các công đoạn trong dây chuyền cung ứng dịch vụ logistics.

4.4. Kinh nghiệp từ sự đa dạng trong hợp tác công tư và chất lượng nhân lực logistics

Nhà nước cần có chính sách đa dạng hóa trong kêu gọi đầu tư vào phát triển hệ thống logistics quốc gia, đa dạng hóa loại hình đầu tư như PPP (hợp tác công tư), BOT (hợp tác chuyển giao)... Việc đa dạng hóa là cần thiết trong bối cảnh Việt Nam còn thiếu nguồn vốn để phát triển hạ tầng logistics, thiếu kinh nghiệm trong quản lý điều hành hệ thống logistics, thiếu trình độ và nguồn nhân lực có chất lượng cho phát triển hệ thống logistics.

Con người là trung tâm của mọi sự phát triển. Việt Nam được đánh giá là có nguồn nhân lực đông, nhưng còn hạn chế, đặc biệt trình độ nhân lực trong lĩnh vực logistics. Đây là yếu tố then chốt trong phát triển kinh tế nói chung và phát triển hệ thống logistics nói riêng. Vì vậy, việc tập trung đào tạo nguồn nhân lực logistics là rất quan trọng. Việc này cần sự quan tâm của Chính phủ, các trường đại học, các hiệp hội và nhận thức của chính người lao động. Trước tiên, cơ quan quản lý nhà nước lĩnh vực logistics cụ thể là Bộ Công Thương cần đi đầu trong việc tổ chức triển khai, xây dựng mạng lưới, hệ thống đào tạo và phối hợp với doanh nghiệp trong đào tạo logistics cho sinh viên, người lao động để nâng cao chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực logistics. Sự phối hợp giữa các trường đại học, các hiệp hội, doanh nghiệp và Chính phủ phải chặt chẽ và có cơ chế vận hành. Đồng thời, cần xây dựng mục tiêu rõ ràng để chúng ta có được đội ngũ lao động trong lĩnh vực logistics thực hiện được các tác nghiệp trong lĩnh vực này một cách hiệu quả ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. An Thị Thanh Nhân, Nguyễn Văn Minh, Nguyễn Thông Thái (2018) - *Giáo trình Quản trị logistics*, NXB Thống kê.
2. Đoàn Thị Hồng Vân (2010), *Logistics - Những vấn đề cơ bản*, NXB Lao động - Xã hội.
3. Đặng Đình Đào, Nguyễn Đình Hiến, *Một số vấn đề phát triển hệ thống logistics ở nước ta trong hội nhập quốc tế*, NXB Lao động.

4. Bộ Công Thương, “Xây dựng Hệ thống cung cấp, kết nối thông tin, dữ liệu logistics giai đoạn 2017-2020”, Báo cáo thị trường logistics Trung Quốc 2018.

5. Nguyễn Như Tiến (2006), Logistics: Khả năng ứng dụng và phát triển trong kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận Việt Nam, NXB Giao thông Vận tải.

Ngày nhận bài: 10/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 1/2/2020

Thông tin tác giả:

ĐOÀN NGỌC NINH

Khoa Marketing, Trường Đại học Thương mại

A STUDY ON THE LOGISTICS INDUSTRY DEVELOPMENT OF CHINA AND LESSONS FOR VIETNAM

● **DOAN NGOC NINH**

Faculty of Marketing

Thuongmai University

ABSTRACT:

Logistics has always been a highly urgent research topic in the context of Vietnam's current economy. Vietnam is deeply integrating into the international market and this process helps Vietnamese businesses to expand their markets as well as get more opportunities. However, logistics problems are hindering the growth of Vietnamese enterprises. It is necessary to overcome these logistics problems in order to increase the competitiveness of Vietnam's economy and to boost the export of enterprises. This study is to analyze the logistics industry of China, to draw lessons for the logistics industry development in Vietnam.

Keywords: Logistics development, logistics systems, logistics industry of Vietnam, logistics industry of China, logistics experience.

GIẢI PHÁP CROWD LOGISTICS TRONG HỆ THỐNG VẬN TẢI HÀNG HÓA TRONG ĐÔ THỊ: TRƯỜNG HỢP CỦA THÀNH PHỐ HÀ NỘI

● TRẦN THỊ HƯƠNG - PHẠM MAI CHI

TÓM TẮT:

Crowd logistics là một trong những giải pháp đột phá trong lĩnh vực logistics và quản lý chuỗi cung ứng. Giải pháp này đã nhận được sự quan tâm nghiên cứu và ứng dụng trong cả nghiên cứu và thực tế kinh doanh trên phạm vi toàn cầu. Tuy nhiên, mức độ ứng dụng của crowd logistics tại Việt Nam nói chung và TP. Hà Nội nói riêng chưa thực sự rộng rãi. Do đó, bài báo này sẽ phân tích thực trạng triển khai các giải pháp crowd logistics và những cơ hội, thách thức của việc ứng dụng crowd logistics trong hệ thống vận tải hàng hóa đô thị nói chung và tại TP. Hà Nội nói riêng.

Từ khóa: Crowd logistics, crowdsourcing, hệ thống vận chuyển hàng hóa đô thị, logistics đô thị.

1. Giới thiệu chung

1.1. Logistics đô thị

Logistics đô thị, một phân nhánh của logistics, là quá trình tối ưu hóa các hoạt động logistics nói chung và hoạt động vận chuyển được thực hiện bởi các đơn vị kinh doanh trong khu vực đô thị (Eiichi Taniguchi et al., 1999, 2014). Quá trình này cần phải xem xét cẩn thận tới những tác động lên hệ thống giao thông, xã hội và môi trường.

Theo Dolati Neghabadi et al. (2019), các chủ thể trong hệ thống logistics đô thị bao gồm: chủ thể chính là bên giao nhận hàng hóa (freight forwarders) và các đối tượng hữu quan như nhà cung cấp, các cửa hàng bán lẻ, người tiêu dùng và chính quyền địa phương. De Carvalho et al. (2019) phân loại các chủ thể của hệ thống logistics đô thị theo một cách khác, bao gồm: (i) chủ hàng

(shippers), (ii) người nhận hàng (receivers), (iii) các công ty cung cấp dịch vụ logistics (logistics service providers- LSP), (iv) dân cư sống trong đô thị (residents), và (e) các cơ quan hành chính có thẩm quyền (public administration). Trong trường hợp này, các đơn vị sản xuất - kinh doanh như công ty sản xuất, nhà phân phối, nhà bán buôn nhà bán lẻ được coi như là chủ hàng (shippers).

Các chủ thể này theo đuổi những mục đích khác nhau, dẫn đến mối tương tác giữa họ tồn tại ở nhiều trạng thái khác nhau: cạnh tranh, hợp tác, vừa hợp tác vừa cạnh tranh. Sự hợp tác giữa các chủ thể này được cho là hết sức cần thiết để có một hệ thống vận chuyển hàng hóa đô thị hiệu quả và bền vững.

Hiệu quả và bền vững là 2 thước đo chính của hệ thống logistics đô thị. Các chỉ tiêu cụ thể bao gồm:

Nhóm chỉ tiêu về hiệu quả kinh tế

- Tổng chi phí logistics
- Chi phí trên một đơn vị khoảng cách vận tải
- Chi phí xếp dỡ hàng hoá
- Chi phí lưu kho, bảo quản nếu có
- Thời gian lái xe, chi phí cho lái xe
- Chi phí/ Mức tiêu thụ nhiên liệu
- Doanh thu/ Lợi nhuận thu được từ mỗi ton-km vận chuyển (đối với công ty cung cấp dịch vụ logistics)

● Hệ số sử dụng trọng tải và dung tích của phương tiện, tỷ lệ xe đi chuyển trong tình trạng rỗng

● Số điểm dừng trung bình trên một chuyến đi và khoảng cách trung bình giữa các điểm dừng

- Thời gian dịch vụ trung bình
- Tỷ lệ giao hàng đúng hạn
- Năng suất đội xe được sử dụng
- Số lượng đơn hàng trên một chặng đường
- Tỷ lệ hàng hóa hư hỏng, thất thoát
- Độ tin cậy của dịch vụ
- Tính linh hoạt của dịch vụ

Nhóm chỉ tiêu về tác động lên xã hội và môi trường:

● Mức độ gây ô nhiễm môi trường do phác thải khí CO₂

● Mức độ ô nhiễm tiếng ồn do hoạt động logistics (vận chuyển, xếp dỡ hàng hóa, ...)

● Mức tiêu dùng nhiên liệu và năng lượng không tái tạo được

● Mức độ tắc nghẽn giao thông (ước tính gây ra bởi hoạt động logistics).

Đi cùng với sự bùng nổ của thương mại điện tử và xu hướng đô thị hóa ngày càng mạnh mẽ, nhu cầu về hoạt động logistics nói chung và hoạt động vận chuyển nói riêng trong khu vực đô thị ngày gia tăng. Tuy nhiên, lưu lượng hàng hóa cần xử lý các nghiệp vụ logistics như chứng từ (về tài chính cũng như nguồn gốc xuất xứ), lưu trữ, bảo quản, đóng gói và vận chuyển mang đến những áp lực cho cơ sở hạ tầng về thông tin, giao thông, những tác động tiêu cực lên môi trường và xã hội như tình trạng tắc đường, ô nhiễm không khí, ô nhiễm tiếng ồn... ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống và sự phát triển bền vững của các đô thị. Do đó, vấn đề logistics đô thị ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm từ các nhà nghiên cứu, hoạch định chính sách và các chủ thể kinh doanh cũng như các đối tượng hữu quan trong hoạt động kinh doanh nói chung và thương mại điện tử nói riêng.

Một trong những chủ đề chính của các nghiên cứu và các cuộc tranh luận đó là những giải pháp đột phá để giải quyết các hệ lụy của logistics đô thị hướng tới sự phát triển bền vững. Các giải pháp đó có thể là: ứng dụng các công nghệ như máy bay không người lái/ robot, định tuyến thông minh, thùng nhận hàng thông minh, định giá linh hoạt, crowd logistics, sử dụng các phương tiện thân thiện với môi trường như xe đạp, xe điện, giao hàng vào khung giờ thấp điểm, giới hạn thời gian cho phép các phương tiện vào đô thị... Trong đó, crowd logistics, một trong những giải pháp nhận được khá nhiều sự quan tâm trong nghiên cứu và triển khai, sẽ được trình bày ở phần dưới đây.

1.2. Crowd logistics

Đến từ xu hướng của nền kinh tế chia sẻ, crowd logistics là việc thuê ngoài (outsource) hoạt động logistics giữa một bên có nhu cầu thuê ngoài về hoạt động logistics với một bên là cộng đồng, các cá nhân hoặc tổ chức. Các cá nhân tổ chức này có thể là một công ty, hay là một người dân bình thường, có đủ khả năng để cung cấp dịch vụ logistics. Mặc dù logistics có rất nhiều hoạt động như lưu kho, bảo quản, chứng từ, đóng gói, xếp dỡ, vận chuyển. Tuy nhiên hoạt động phổ biến nhất được tổ chức theo hình thức crowdsourcing là việc vận chuyển (crowdsourced delivery/ crowdshipping - khi một tài xế không chuyên nghiệp nhận thực hiện dịch vụ vận chuyển hàng hóa đến người tiêu dùng) và nhận hàng (crowdsourced receiving - là việc một bên thứ ba cung cấp dịch vụ lưu trữ ngắn hạn trong những trường hợp giao hàng đến nhà thất bại hoặc người nhận hàng không muốn nhận hàng tại thời điểm đó hoặc tại nhà) (Sampaio et al., 2019).

Hiện nay, hoạt động crowdsourcing được diễn ra một cách dễ dàng bởi một nền tảng ứng dụng tiện ích giúp kết nối các cá nhân có nhu cầu vận chuyển hàng hóa với một cá nhân có mong muốn được thực hiện việc giao nhận trong giao hàng chặng đầu hoặc giao hàng chặng cuối trong khu vực đô thị (Le & Ukkusuri, 2019). Một số ứng dụng phổ biến hiện nay có thể kể đến là Uber, Lyft dành cho chuyển hành khách và UberRUSH, LalaMove dành cho vận chuyển hàng hóa. Nhiều nhà nghiên cứu đã chứng minh rằng, việc phát triển crowd logistics hiệu quả trên diện rộng mang lại rất nhiều lợi ích trong việc giảm chi phí vận tải, giảm quãng đường phải vận chuyển trên một đơn vị hàng hóa/ doanh thu cũng như thời gian giao hàng cho các

công ty logistics, chủ hàng và cả người tiêu dùng; từ đó cho thấy đây là một trong những giải pháp đột phá cho sự phát triển bền vững của các đô thị (Buldeo Rai et al., 2017, 2018; Dolati Neghabadi et al., 2019). Trong khi đó, một số người lại cho rằng, hệ thống này chưa thực sự hiệu quả do chỉ khai thác được những mảng thị trường những dòng dịch vụ mới và nhỏ lẻ (Sampaio et al., 2019, p. 385). Để tìm câu trả lời chính xác, nhóm tác giả đã đi tìm hiểu câu hỏi nghiên cứu về: Thực trạng, những cơ hội và thách thức việc ứng dụng crowd logistics cho hệ thống vận tải hàng hóa đô thị nói chung và hệ thống logistics đô thị tại TP. Hà Nội nói riêng? Phạm vi của nghiên cứu sẽ giới hạn ở những dịch vụ vận tải hàng hóa, đặc biệt là khâu giao hàng chặng cuối, tạm thời bỏ qua dịch vụ vận tải hành khách và vận chuyển B2B.

2. Phương pháp nghiên cứu

Đầu tiên, bài báo này sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn để tổng hợp những kiến thức chung về logistics đô thị và crowd logistics thông qua những tài liệu học thuật. Sau đó, nhóm nghiên cứu thực hiện việc khảo sát các doanh nghiệp đã và đang ứng dụng crowd logistics trong hoạt động của mình để nắm được những cơ hội và thách thức của quá trình triển khai crowd logistics.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tình hình ứng dụng crowd logistics trong hệ thống vận tải hàng hóa tại các đô thị trên thế giới

Giải pháp crowd logistics đã và đang xâm nhập vào các thị trường logistics tại các đô thị trên thế giới. Thị trường giao hàng chặng cuối nói chung và hoạt động này tại các đô thị nói riêng là thị trường rất tiềm năng và hấp dẫn cho những ý tưởng khởi nghiệp. Theo báo cáo của Technavio, thị trường này toàn cầu năm 2018 đạt 1.99 tỷ USD, còn riêng tại Bắc Mỹ đã đạt 500 triệu USD và sẽ liên tục tăng trưởng trong giai đoạn 2020-2024, với mức tăng trưởng kép là 14% (Businesswire, 2019).

Dưới đây là một số ví dụ điển hình:

● AmazonFLEX

Được triển khai từ năm 2015, AmazonFlex đã giúp Amazon đánh bại tất cả các đối thủ khác trong ngành qua những dịch vụ giao hàng nhanh chóng ví dụ giao hàng trong vòng 1 giờ (Amazon Prime Now) và miễn phí giao hàng trong vòng 2 giờ cho một số sản phẩm. Khi so sánh các hãng vận truyền thống, Amazon Flex đã tập hợp một cách linh hoạt tài xế bán thời gian giúp nâng lực giao hàng sản

lượng tăng đột biến. Đặc biệt là trong mùa lễ, khi các hãng vận tải truyền thống có năng lực cố định phải mở rộng đội xe của mình và thực hiện quy trình phức tạp để tuyển dụng nhân viên hoặc tìm kiếm nhà thầu tạm thời. Điều này gây nên sự chậm trễ nhất định trong giao hàng, làm khách hàng không hài lòng và đánh mất cơ hội kinh doanh. Trong khi đó, Amazon ngay lập tức có thể mở rộng năng lực của mình qua Amazon Flex với những người lái xe đã được kiểm duyệt và sẵn sàng cho việc giao hàng. Trong giai đoạn thấp điểm, vì Amazon không thực hiện các hợp đồng dài hạn mà sử dụng các tài xế từ crowdsourcing, nên nó có thể dễ dàng giảm số lượng các tài xế hoạt động và tránh chi phí cố định không cần thiết.

Để cạnh tranh với Amazon, DHL cũng đã triển khai nền tảng crowd logistics cho phép khách hàng tùy ý sắp xếp thời gian cũng như địa điểm với mức thu phí tốt nhất cho mỗi kiện hàng, đồng thời bất cứ người nào cũng có thể là “nhân viên chuyển phát”.

● Uber

Bên cạnh nền tảng kết nối vận chuyển hành khách, Uber đã từng cho ra mắt ứng dụng vận chuyển thức ăn - UberEats, ứng dụng vận chuyển - UberRush và thí nghiệm mô hình vận tải Uber Freight vào tháng 9/2016 tại khu vực Dallas - Mỹ. Tuy nhiên, dịch vụ này đã ngừng hoạt động năm 2018.

● DoorDash

DoorDash (<https://www.doordash.com/>), là một start up được sáng lập bởi các sinh viên Stanford Andy Fang, Stanley Tang, Tony Xu và Evan Moore năm 2013 nhận được đầu tư rất lớn, hiện giá trị công ty lên đến 13 tỷ USD. Đây là nền tảng cung cấp dịch vụ giao đồ ăn, kết nối thực khách với nhà hàng và các tài xế (dasher)(Fortune.com, 2020). Đến nay, Doordash không chỉ hoạt động tại hầu khắp tất cả thành phố của Mỹ mà còn mở rộng ra Bắc Mỹ và Úc (Reuters, 2019).

● Instacart

Instacart là nền tảng “trợ lý mua sắm”, được định giá 7 tỷ USD (tháng 10/2018), hoạt động tại 15.000 cửa hàng tạp hóa tại 4.000 thành phố với khoảng 50.000 "trợ lý mua sắm"(VCCorp.vn, 2018).

● Lalamove

Lalamove, với tên ban đầu là EasyVan, là start-up khởi xướng từ Hongkong có giá trị vốn hóa đạt trên 1 tỷ USD, cung cấp giải pháp liên quan đến việc vận chuyển hàng hóa dựa trên nền tảng ứng dụng công nghệ. Lalamove đã và đang giải quyết

bài toán giao vận cho hàng nghìn doanh nghiệp tại hơn 100 thành phố tại châu Á. (VITIC, 2019)

Ngoài ra, trên thế giới còn rất nhiều các nền tảng crowd logistics khác đã và đang khởi xướng kinh doanh và thu hút được rất nhiều vốn từ các quỹ đầu tư, với lượng vốn cho mỗi startup có khi lên tới hàng triệu USD.

3.2. Cơ hội và tình hình ứng dụng crowd logistics cho hệ thống vận tải hàng hóa đô thị tại TP. Hà Nội

Theo đánh giá của các chuyên gia, cơ hội triển khai crowd logistics cho hệ thống logistics đô thị tại TP. Hà Nội là rất lớn khi mà người dân và các cơ quan có thẩm quyền quan tâm nhiều hơn đến vấn đề phát triển bền vững, các công ty thương mại và logistics đã đang và luôn quan tâm đến vấn đề hiệu quả. Những đặc điểm sau là những cơ hội phát triển tốt cho crowd logistics tại TP. Hà Nội:

(i) Nguồn lực nhân rỗi

Trên thực tế, số lượng người có công việc tự do và có phương tiện nhân rỗi ở TP. Hà Nội là khá lớn, sinh viên là một phần trong số đó. Thực tế kể cả những người có công việc ổn định cũng có thể trở thành thành viên của hoạt động giao nhận cộng đồng (crowd delivery) để tận dụng những không gian có thể chứa đựng và năng lực chuyên chở hàng trên những quãng đường di chuyển hàng ngày của họ.

(ii) Nhu cầu lớn từ phía chủ thể kinh doanh và người tiêu dùng

Lượng hàng hóa cần giao hàng chặng cuối lớn gia tăng với tốc độ vũ bão do:

Sự bùng nổ mạnh mẽ của thương mại điện tử việc mua bán hàng online ngày càng trở nên phổ biến.

Với dân số lớn và ngày càng tăng như hiện nay đặc biệt là giới trẻ, nhu cầu vận chuyển hàng hóa phục vụ những chủ thể kinh doanh online và khách hàng của họ.

Trong những năm gần đây, ở Việt Nam đã xuất hiện các nền tảng crowd logistics của các công ty Việt cũng như các công ty đa quốc gia và mang lại những lợi ích lớn cho khách hàng cùng với nguy cơ đe dọa cho các công ty vận tải truyền thống (những công ty chưa tận dụng nguồn lực đám đông, hiện đang chiếm thị phần lớn trong giao nhận chặng cuối, như: VNPost, ViettelPost, Giao hàng nhanh, Giao hàng tiết kiệm ...). Dưới đây là một số nền tảng điển hình tại Việt Nam nói chung và TP. Hà Nội nói riêng:

• AhaMove

AhaMove, một startup Việt, được cho là nền tảng cung cấp dịch vụ giao hàng chặng cuối đầu tiên tại Việt Nam, thậm chí là trước cả Uber hay Grab về dịch vụ giao hàng, các dịch vụ chủ yếu bao gồm: giao hàng siêu tốc, siêu rẻ, giao trong 4h, giao hàng đồng giá, giao đồ ăn. Khách hàng sử dụng dịch vụ của AhaMove từ các shop bán hàng online nhỏ, các cửa hàng bán đồ ăn, đến những hãng lớn như Lazada, Heineken, Masan, The Coffee House. Hiện nay, Ahamove giao bình quân khoảng 60.000 đơn hàng mỗi ngày và tạo thu nhập cho khoảng 20.000 tài xế (Brands Vietnam, 2019).

• Grab

Bên cạnh dịch vụ taxi công nghệ, Grab cũng cho ra đời các dịch vụ giao hàng chặng cuối qua ứng dụng Grab Express và GrabFood. Grab cũng hợp tác với các trang thương mại điện tử như Sendo.vn và các chủ thể kinh doanh bán lẻ như siêu thị Co.opmart.

Tháng 12/2019, Grab đã bắt tay với Shopee để cho ra mắt Giao hàng 1h từ ngày 20.12.2019. Dịch vụ “Giao hàng 1h” vừa giúp nâng cao trải nghiệm của khách hàng vừa mang lại rất nhiều lợi ích cho người bán, ví dụ như rút ngắn thời gian giao hàng và giảm tỷ lệ hủy đơn. (Báo Đầu Tư, 2019).

• Lalamove

Tháng 10/2017, Lalamove (HongKong) chính thức hoạt động tại thị trường Việt Nam. Mới đây, Lalamove đã bắt tay với EMS để cạnh tranh với Grab trên thị trường giao nhận sử dụng nguồn lực cộng đồng (crowdsourced delivery).

Ngoài ra, còn có rất nhiều nền tảng crowd logistics khác như HeyU, shipVN, shipchung, sapo,... cũng đang cạnh tranh trên thị trường. Đối với những hàng hóa trọng tải lớn hơn, các sàn đấu thầu, sàn giao dịch kết nối vận tải như Smartlog (STX), Sanvanchuyen, Vinatrucking.vn, TADI... cũng đang có những triển khai đầu tiên trong vòng 5 năm trở lại đây.

3.4. Những thách thức đặt ra

Bên cạnh những lợi ích như mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng, thời gian giao hàng nhanh hơn, tỷ lệ hủy đơn thấp hơn, tận dụng được nguồn lực nhân rỗi trong xã hội, giảm thiểu chi phí cho các chủ thể kinh doanh thương mại điện tử cũng như khách hàng, crowd logistics cũng phải đối mặt với không ít những khó khăn, thách thức.

• Thiếu niềm tin giữa các bên

Niềm tin (Trust) là thách thức lớn nhất đối với người dùng các nền tảng crowd logistics. Sự không rõ ràng (unknown) là đặc điểm cố hữu của những nguồn lực đến từ cộng đồng (Mladenow et al., 2016). Để vượt qua thách thức này cần có sự hoạt động hiệu quả của hệ thống đánh giá tín nhiệm trực tuyến của các nền tảng crowd logistics. Những đánh giá của khách hàng về người cung cấp dịch vụ cho mình là đầu vào để đánh giá tín nhiệm đối với người cung cấp dịch vụ được kết nối qua nền tảng. Do đó, một số nền tảng đã xây dựng hệ thống tự động thông báo, gửi tin nhắn, hoặc gọi điện thoại cho khách hàng để thu thập ý kiến phản hồi.

• Sự khả dụng, an toàn và minh bạch của thông tin giao dịch

Khi có tranh chấp xảy ra, sự an toàn và minh bạch của những thông tin giao dịch cũng như khả năng sử dụng những thông tin này để giải quyết là điều mà người dùng, nhất là những người có nhu cầu vận chuyển hàng hóa với khối lượng và giá trị lớn. Trong trường hợp này, công nghệ chuỗi khối (Blockchain) là một trong những giải pháp song hành để đảm bảo sự minh bạch, và an toàn của thông tin. Song song với đó cần có sự hỗ trợ của nhà nước với những quy định pháp luật, khung pháp lý rõ ràng cho hoạt động này.

• Thiếu sự đồng nhất về am hiểu công nghệ thông tin, chất lượng và sự chuyên nghiệp của người cung cấp dịch vụ

Một trong những thách thức đối với việc ứng dụng crowd logistics là trình độ về công nghệ của đa số những người có nguồn lực nhân rồi là chưa cao. Do đó, các startup mới hay doanh nghiệp đang kinh doanh nền tảng crowd logistics cần có kế hoạch phù hợp để đào tạo người dùng (khách hàng và người cung cấp dịch vụ) về những cách thức sử dụng, GPS, hướng dẫn định tuyến, xây dựng lộ trình tối ưu,... Mặt khác, những người chuyển phát không chuyên sẽ thiếu kỹ năng trong việc bảo đảm sự nguyên vẹn, vấn đề hư hại, hỏng hóc của các kiện hàng trong quá trình vận chuyển và đôi khi còn ảnh hưởng uy tín của chủ hàng khi đến trễ hẹn hoặc thái độ phục vụ không lịch sự với khách hàng. Điều này cần có phương pháp định hướng, đào tạo phù hợp cũng như hệ thống đánh giá kết quả thực hiện công việc hiệu quả.

• Chi phí giao hàng cao

Theo (Dolan, 2018), một trong những thách thức của crowdsourcing delivery là chi phí giao hàng trên

mỗi lần giao hàng khá cao do chưa có sự phối hợp giữa các đơn hàng mà phục vụ từng khách hàng đơn lẻ. Điều này cũng dễ nhận thấy trong cách thức giao hàng của Grab tại Việt Nam hiện nay.

• Vấn đề tác động môi trường

Mặc dù crowd logistics đã phần nào giảm được tác động lên môi trường nhưng không phải không có những nguy cơ làm tăng ô nhiễm do khách hàng ngày càng mong muốn sự tiện lợi cao hơn, giao hàng nhanh hơn yêu cầu số lượt, khối lượng vận chuyển sẽ tăng lên. Các chủ thể kinh doanh nền tảng crowd logistics cũng cần nghĩ đến điều này để tìm các giải pháp cắt giảm phát thải khí nhà kính lên môi trường đô thị. Một số quốc gia tiên tiến đã thực hiện giao hàng bằng xe đạp, phương tiện công cộng, hoặc không dùng phương tiện vận tải cho giao hàng chặng cuối. Tuy nhiên, khả năng áp dụng những giải pháp này tại TP. Hà Nội hiện còn chưa cao.

Nhiệm vụ chiến lược của những người kinh doanh dựa trên nền tảng crowd logistics là cần phải phát hiện ra những thách thức, rủi ro tiềm năng có thể xảy ra và tìm cách xây dựng hệ thống cảnh báo sớm cũng như các kịch bản để xử lý khi rủi ro xảy ra.

4. Kết luận

Crowd logistics, một nền tảng khai thác tối đa nguồn lực nhân rồi từ cộng đồng, được xem như là thành viên mới gia nhập nhưng mang theo mỗi nguy cơ không hề nhỏ cho các công ty cung cấp dịch vụ logistics truyền thống trong thị trường dịch vụ logistics (Carbone et al., 2017). Trên thế giới, các công ty giao nhận truyền thống trong ngành cũng như các startup đã và đang triển khai nhiều giải pháp crowd logistics. Cơ hội phát triển giải pháp này tại TP. Hà Nội là rất tiềm tàng do xu hướng phát triển của thương mại điện tử, xu hướng mua hàng online của giới trẻ (chiếm một phần đa số trong dân số ngày càng gia tăng của TP. Hà Nội), cũng như sự hỗ trợ từ những nền tảng công nghệ kỹ thuật số đang phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây. Tuy nhiên, những thách thức về người dùng, niềm tin, chi phí, vấn đề thông tin và tác động môi trường sẽ cần phải tìm được giải pháp tối ưu để crowd logistics có thể triển khai rộng rãi và mang lại hiệu quả cho hệ thống vận tải hàng hóa, từ đó đóng góp vào sự phát triển bền vững của TP. Hà Nội. Hạn chế của nghiên cứu này là giới hạn trong hoạt động giao hàng chặng cuối mà chưa khảo sát được các nền tảng hay các

sản kết nối hoạt động logistics B2B cũng như hoạt động vận tải hành khách. Những nghiên cứu trong tương lai có thể thực hiện điều tra những thách thức mà các sản vận tải kết nối B2B phải đối mặt trên thị trường logistics đô thị tại Việt Nam nói

chung và TP. Hà Nội nói riêng; phân tích hành vi của các bên tham gia crowd logistics; cũng như các giải pháp để vượt qua những thách thức trong ứng dụng crowd logistics hướng tới sự phát triển bền vững ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Bách khoa Hà Nội trong đề tài mã số T2018-PC-111

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Báo Đầu tư. (2019). Grab bắt tay Shopee triển khai dịch vụ “Giao hàng 1h.” baodautu. <https://baodautu.vn/grab-bat-tay-shopee-trien-khai-dich-vu-giao-hang-1h-d113302.html>
2. Brands Vietnam. (2019). AhaMove cán mốc 60.000 đơn hàng mỗi ngày, tạo thu nhập cho 20.000 tài xế. Brands Vietnam. <https://www.brandsvietnam.com/19216-AhaMove-can-moc-60000-don-hang-moi-ngay-tao-thu-nhap-cho-20000-tai-xe>
3. Buldeo Rai, H., Verlinde, S., & Macharis, C. (2018). Shipping outside the box. Environmental impact and stakeholder analysis of a crowd logistics platform in Belgium. *Journal of Cleaner Production*, 202, 806–816. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.210>
4. Buldeo Rai, H., Verlinde, S., Merckx, J., & Macharis, C. (2017). Crowd logistics: An opportunity for more sustainable urban freight transport? *European Transport Research Review*, 9(3), 39. <https://doi.org/10.1007/s12544-017-0256-6>
5. Businesswire. (2019). Last Mile Delivery Market in North America 2020-2024| Evolving Opportunities With CEVA Logistics AG and Deutsche Post DHL Group | Technavio. <https://www.businesswire.com/news/home/20191105005972/en/Mile-Delivery-Market-North-America-2020-2024-Evolving>
6. Carbone, V., Rouquet, A., & Roussat, C. (2017). The Rise of Crowd Logistics: A New Way to Co-Create Logistics Value. *Journal of Business Logistics*, 38(4), 238–252. <https://doi.org/10.1111/jbl.12164>
7. De Carvalho, P. P. S., Kalid, R. D. A., & Moya Rodriguez, J. L. (2019). Evaluation of the City Logistics Performance Through Structural Equations Model. *IEEE Access*, 7, 121081–121094. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2934647>
8. Dolan, S. (2018). Crowdsourced delivery explained: Making same day shipping cheaper through local couriers. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/crowdsourced-delivery-shipping-explained>
9. Dolati Neghabadi, P., Evrard Samuel, K., & Espinouse, M.-L. (2019). Systematic literature review on city logistics: Overview, classification and analysis. *International Journal of Production Research*, 57(3), 865–887. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1489153>
10. Fortune.com. (2020). DoorDash CEO Tony Xu on why profitability is his top priority. *Fortune*. <https://fortune.com/2020/02/14/door-dash-ceo-tony-xu-on-why-profitability-is-his-top-priority/>
11. Le, T. V., & Ukkusuri, S. V. (2019). Crowd-shipping services for last mile delivery: Analysis from American survey data. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 1, 100008. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2019.100008>
12. Mladenow, A., Bauer, C., & Strauss, C. (2016). “Crowd logistics”: The contribution of social crowds in logistics activities. *International Journal of Web Information Systems*, 12(3), 379–396. <https://doi.org/10.1108/IJWIS-04-2016-0020>
13. Reuters. (2019). DoorDash spreads beyond North America with Australia launch. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/us-australia-food-tech-idUSKCN1VO2V0>

14. Sampaio, A., Savelsbergh, M., Veelenturf, L., & van Woensel, T. (2019). Chapter 15-Crowd-Based City Logistics. In J. Faulin, S. E. Grasman, A. A. Juan, & P. Hirsch (Eds.), *Sustainable Transportation and Smart Logistics* (pp. 381–400). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-814242-4.00015-6>
15. Taniguchi, Eiichi, Thompson, R. G., & Yamada, T. (1999). *Modelling City Logistics. International Conference On City Logistics, 1st, 1999, Cairns, Queensland, Australia*. <https://trid.trb.org/view/658226>
16. Taniguchi, Eiichi, Thompson, R. G., & Yamada, T. (2014). Recent trends and innovations in modelling city logistics. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 125(2014), 4–14.
17. VCCorp.vn. (2018). Startup “mua sắm hộ” được định giá hơn 7 tỷ USD. <https://cafebiz.vn/startup-mua-sam-ho-duoc-dinh-gia-hon-7-ty-usd-20181018161255169.chn>
18. VITIC. (2019). EMS hợp tác Lalamove: Đa dạng hóa danh mục dịch vụ giao nhận. [logistics.gov.vn. http://logistics.gov.vn/dich-vu-logistics/giao-nhan/ems-hop-tac-lalamove-da-dang-hoa-danh-muc-dich-vu-giao-nhan](http://logistics.gov.vn/dich-vu-logistics/giao-nhan/ems-hop-tac-lalamove-da-dang-hoa-danh-muc-dich-vu-giao-nhan)

Ngày nhận bài: 12/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/2/2020

Thông tin tác giả:

TRẦN THỊ HƯƠNG

PHẠM MAI CHI

Viện Kinh tế và Quản lý, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội

CROWD LOGISTICS SOLUTIONS FOR URBAN FREIGHT TRANSPORTATION SYSTEM: THE CASE OF HANOI

● **TRAN THI HUONG**

● **PHAM MAI CHI**

School of Economics and Management,
Hanoi University of Science and Technology

ABSTRACT:

Crowd logistics is an innovative solution for logistics and supply chain management. The solution has received much attention in both academia and industry on a global scale. However, it has not been widely implemented in Vietnam in general and in Hanoi in particular. This study investigates current status, opportunities and challenges of the application of crowd logistics in solving the problem of city logistics in general and Hanoi’s logistics sector in particular.

Keyword: Crowd logistics, crowdsourcing, urban freight distribution system, city logistics.

MỘT SỐ VẤN ĐỀ KINH TẾ - XÃ HỘI PHÁT SINH TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH HÀNG HÓA DỊCH VỤ TRÊN MẠNG XÃ HỘI TRONG BỐI CẢNH CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

● PHẠM VĂN TUẤN

TÓM TẮT:

Hoạt động kinh doanh hàng hóa dịch vụ trên mạng xã hội (MXH) đã, đang và sẽ làm thay đổi mọi mặt kinh tế xã hội và đời sống. Đặc biệt, hoạt động kinh doanh online phát triển trong bối cảnh ra đời của cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) đã khiến cho những thay đổi về kinh tế - xã hội ngày càng sâu rộng hơn bao giờ hết. Bài viết tập trung phân tích những vấn đề kinh tế xã hội phát sinh từ hoạt động kinh doanh trên MXH trong bối cảnh kỷ nguyên công nghiệp 4.0 như thay đổi thói quen tiêu dùng, thuế, chuyển đổi lao động và việc làm, báo chí và truyền thông,...

Từ khóa: Kinh doanh, mạng xã hội, tiêu dùng, dịch vụ, cách mạng công nghiệp 4.0.

1. Sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng

Theo khảo sát của Hội Doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao, năm 2018, hoạt động mua sắm online mới chỉ chiếm 0,9%, thì chỉ sau một năm, năm 2019 số người tiêu dùng (NTD) chọn hình thức mua bán online đã tăng gấp 3 lần (2,7%).

Những năm gần đây, sự ra đời của hàng loạt sàn thương mại điện tử như Lazada, Tiki, Shopee, Sendo, Adayroi... khiến hoạt động mua bán online đã không còn xa lạ với NTD Việt, đặc biệt là NTD trẻ. Ngoài ra, thị trường mua sắm trực tuyến trở nên sôi động hơn khi NTD trẻ tham gia vào việc mua bán trên MXH ngày càng nhiều, như Facebook,

Zalo, một thị trường mang tính tương tác cao, kết nối rộng, thuận tiện trong giao thương... đang dần hình thành xu hướng tiêu dùng mới.

Trong một báo cáo của CBRE Việt Nam gần đây được thực hiện thông qua khảo sát ý kiến khoảng 1.000 người tại TP. HCM và Hà Nội, cho thấy: 25% số NTD được khảo sát dự định sẽ giảm tần suất mua sắm tại cửa hàng thực tế, 45 - 50% số người được hỏi cho rằng họ sẽ mua sắm trực tuyến thường xuyên hơn trong tương lai. Kết quả khảo sát còn cho thấy, tất cả các sản phẩm tiêu dùng ít nhiều đều được NTD lựa chọn mua online, trong đó tập chọn mua online ngày càng nhiều các dòng

sản phẩm thuộc các ngành hàng như thiết bị - đồ điện tử kỹ thuật cao; đồ chơi - dụng cụ thể thao; mỹ phẩm; chăn mền, drap, gối, rèm cửa; dụng cụ làm đẹp; văn phòng phẩm và các mặt hàng thời trang (chiếm tỷ lệ từ 10 - 30% NTD chọn mua online).

Mặt khác, kết quả khảo sát hàng Việt Nam chất lượng cao (HVNCLC) cũng chỉ ra kênh thông tin online ngày càng được nhiều NTD tiếp cận và chọn là kênh tham khảo thông tin chính khi lựa chọn sản phẩm, đặc biệt là NTD ở khu vực thành thị. Đây là kênh thông tin có khả năng tương tác tốt nhất với NTD mà không bị giới hạn bởi thời gian và không gian. Xu hướng tham khảo thông tin qua online mặc dù mới xuất hiện gần đây, nhưng sẽ là kênh thông tin ngày càng phổ biến và là xu thế tất yếu trong thời đại công nghệ số, các doanh nghiệp cần tận dụng nguồn thông tin này để quảng bá sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường. Có thể thấy, ít có thiết bị quảng cáo truyền thống nào như tivi, radio hay báo giấy, lại có sức ảnh hưởng lớn như kênh thông tin online. Internet đã góp phần rất lớn trong việc xóa bỏ các ranh giới trong hoạt động tiếp thị, khi mà các thiết bị như tivi, đồng hồ thông minh, máy tính bỏ túi... được nối mạng, là tiền đề tạo nên bước nhảy vọt của online marketing (hay internet marketing) nói riêng và digital marketing nói chung trong hoạt động kinh doanh. Đây là những vấn đề doanh nghiệp cần quan tâm cho chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh trong thời đại công nghệ số hiện nay. Con số 2,7% là quá nhỏ, thể hiện tiềm năng của TMĐT ở Việt Nam. Các nhà kinh tế dự báo, đến năm 2020, trung bình mỗi người dân sẽ chi tiêu 350 USD cho mua sắm online, có nghĩa là tổng giá trị thị trường TMĐT ở Việt Nam đến năm 2020 là 35 tỷ USD. Sự phát triển nhanh chóng của TMĐT trong những năm tới sẽ làm thay đổi thói quen tiêu dùng của người Việt.

Tầng lớp trung lưu tại Việt Nam được dự đoán sẽ đạt 30 triệu người vào năm 2020. Khi NTD giàu lên sẽ mong muốn được trải nghiệm những thương hiệu mới trước đây họ chưa có khả năng trải nghiệm. Nghiên cứu của Nielsen chỉ ra rằng, 3/4 người Việt có khả năng chi tiêu thoải mái và

sẵn sàng mua sắm khi họ cảm thấy thích. Điều này thể hiện rõ qua sự tăng trưởng mạnh mẽ của các ngành hàng cao cấp. Cụ thể, các loại thực phẩm cao cấp đóng góp 20% doanh số của ngành hàng này, với tốc độ tăng trưởng 11%. Ở ngành hàng chăm sóc cơ thể, tỷ lệ này là 23%, với mức tăng trưởng 22%. Các loại nước uống cao cấp dù chỉ đóng góp 3% vào tổng doanh số nhưng mức tăng trưởng đạt đến 103%.

Sự lên ngôi của Grab, Be, Uber, Airbnb... và các nền tảng chia sẻ khác cho thấy sự phát triển của xu hướng tiêu dùng chia sẻ hiện nay của người Việt. NTD cởi mở hơn và sẵn sàng tham gia vào cộng đồng chia sẻ này vừa để chia sẻ kinh nghiệm, vật dụng sẵn có của mình với người khác, vừa tạo ra lợi ích chung khi tất cả mọi người đều có thể tiết kiệm để có những trải nghiệm tốt nhất. NTD kết nối là những người trẻ, thường xuyên kết nối với internet, có thu nhập cao và sẵn sàng chi tiêu, sẽ là nguồn tăng trưởng mới đối với các nhà sản xuất. Tại Việt Nam, số lượng NTD kết nối trong năm 2015 là 23 triệu người và sẽ tăng lên 40 triệu người trong năm 2025. Chi tiêu hằng năm của NTD kết nối tại Việt Nam sẽ tăng từ 50 tỷ USD trong năm 2015 lên đến 99 tỷ USD trong năm 2025. Đến năm 2025, ước tính chi tiêu của NTD kết nối sẽ chiếm một nửa tổng tiêu dùng hằng năm. Sự phát triển của cơ sở hạ tầng thông tin đã giúp họ "kết nối" thường xuyên hơn và chủ động hơn.

Công nghệ phát triển đã mang đến cho NTD nhiều trải nghiệm mới và nhiều sự lựa chọn hơn trong việc sử dụng sản phẩm, dịch vụ. Những thuật ngữ như kinh tế chia sẻ, thực tế ảo, tương tác thực tế, giao hàng tự động, phương tiện giao thông không người lái, máy in 3D, mua bán trực tuyến... đã trở nên quen thuộc. Bên cạnh đó, những chủ đề "nóng" luôn được dư luận quan tâm như thực phẩm sạch, sức khỏe, thực phẩm chức năng, ô nhiễm môi trường, trách nhiệm xã hội... Những yếu tố này tạo nên các hành vi tiêu dùng trong hiện tại và tương lai. Người Việt sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn nhưng điều đó không đồng nghĩa họ sẽ chi tiêu không tính toán. Thời đại "internet of things" tạo nên môi trường mà ở đó NTD tiếp xúc

với nhiều nguồn thông tin khác nhau về cùng một sản phẩm tìm kiếm và mua sắm những sản phẩm, dịch vụ tốt với mức giá ưu đãi nhất, từ đó hình thành văn hóa mua sắm tiết kiệm trong NTD Việt. Trong thời đại mua sắm trực tuyến bùng nổ như hiện nay, NTD thường so sánh trước khi ra quyết định mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ vì họ có rất nhiều lựa chọn.

2. Vấn đề việc làm và cơ cấu thu nhập

Khi mới hình thành cách đây 3-4 năm, bán hàng trên MXH chỉ là tận dụng MXH kiếm thêm thu nhập, hiện nay kinh doanh online đã trở thành một nghề được giới trẻ lựa chọn để khởi nghiệp vì cho mức thu nhập cao. Riêng Hà Nội, theo sự thống kê của Chi cục Thuế Hà Nội đã có 13.400 shop bán hàng online, còn ở TP. HCM con số này là trên 13.500 shop, hầu hết thuộc sở hữu của giới trẻ. Bình quân, mỗi shop có từ 5-20 người có nghĩa là riêng Hà Nội đã có ít nhất 67.000 người tham gia bán hàng online chưa kể các cá nhân nhỏ lẻ khác.

Kinh doanh online khiến cơ cấu thu nhập của dân cư cũng thay đổi. Cũng theo Bizweb.vn, các shop online doanh thu 1 năm trung bình khoảng 1,5 tỷ đồng, trong đó có khoảng 18% các shop có doanh thu trên 3 tỷ đồng/năm. Đó là mức doanh thu không hề nhỏ, đóng góp lớn vào giải quyết công ăn việc làm và phát triển kinh tế.

Ngoài ra, việc mua bán hàng trên MXH phát triển cùng việc ứng dụng được khoa học công nghệ vào sản xuất trong thời đại CMCN 4.0 cũng kéo theo sự phát triển của các nghề phụ trợ. Theo Bizweb.com, trong các phương thức giao hàng, tỷ lệ khách đến lấy hàng tại quầy/địa điểm bán hàng nhiều nhất (87,7%) và tần suất lớn nhất (trên 1-2 lần/tuần chiếm 68%), điều đó có nghĩa là tiềm năng logistics trong mua sắm trên MXH là rất lớn.

Hoạt động kinh doanh trên MXH phát triển, kéo theo hoạt động logistic phát triển nhanh chóng. Hàng loạt các thương hiệu Viettel Post, Giao hàng nhanh, Giao hàng tiết kiệm... ra đời, đáp ứng nhu cầu giao nhận. Nhiều chuyên gia kinh tế đánh giá rằng, dịch vụ vận chuyển này vô cùng tiềm năng, sẽ có tốc độ tăng trưởng song song với sự phát triển của TMĐT.

Bên cạnh những lợi ích, dịch vụ vận chuyển vẫn còn tồn tại nhiều bất cập. Như đã đề cập ở

trên, một trong những sự việc có thể phát sinh khi mua hàng qua MXH đó chính là việc xảy ra tranh chấp giữa các bên liên quan. Gần đây, do sự phát triển nhanh chóng của dịch vụ vận chuyển hàng hỗ trợ các đơn vị kinh doanh qua mạng đã nảy sinh thêm những bất cập. Cụ thể, lợi dụng sự tiện lợi của hình thức giao hàng tận nơi (Cash on delivery-COD), các đối tượng xấu đã sử dụng những chiêu thức yêu cầu người giao hàng ứng trước tiền hàng, khi người giao hàng đến địa chỉ của người nhận hàng thì mới biết rằng địa chỉ, người nhận cũng như số điện thoại đều là “ảo”. Để kiểm soát cũng như hạn chế hành vi trái pháp luật trên vẫn còn nhiều khó khăn bởi vẫn còn đang thiếu sự trợ giúp từ các cơ quan chức năng cũng như sự thắt chặt của các đơn vị vận chuyển.

Facebook và Zalo là 2 MXH phổ biến ở Việt Nam, có 58 triệu người dùng năm 2017. Mỗi ngày mỗi người Việt dành ra 2,5 h cho MXH, những quảng cáo của các sản phẩm xuất hiện thúc đẩy nhu cầu mua sắm của toàn xã hội. Kéo theo đó là sự phát triển của các ngành kinh tế liên quan như sản xuất, logistics, marketing... Một thị trường TMĐT 35 tỷ USD cùng các hoạt động dịch vụ đi kèm sẽ đóng góp vào cho GDP quốc gia khoảng 50 tỷ USD vào năm 2020 (GDP của Việt Nam năm 2017 đạt 220 tỷ USD). Hàng loạt công ăn việc làm mới được tạo ra, lợi nhuận từ kinh doanh trên MXH lại chảy vào nền kinh tế sẽ tạo ra đợt sóng mới thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Sẽ có thêm một loạt các ngành nghề mới được hình thành theo hướng phát triển của nền kinh tế xanh, một lượng lớn việc làm được tạo ra và những khoản thu nhập có giá trị cao đóng góp vào sự phát triển chung của nền kinh tế.

3. Vấn đề về thuế

Trước đặc thù cũng như tính chất phức tạp của hoạt động kinh doanh qua MXH, Tổng cục Thuế đã chủ động nghiên cứu đề xuất nhiều giải pháp nhằm tăng cường quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh TMĐT nói chung, kinh doanh qua MXH nói riêng. Tuy nhiên, cũng có nhiều khó khăn, vướng mắc trong thực tế triển khai của loại hình thuế mới này.

Giao dịch TMĐT, kinh doanh trên MXH có đặc điểm ảo, dựa trên nền tảng công nghệ, khó kiểm

chứng thông tin nhận dạng, dễ dàng xóa bỏ, thay đổi nên tạo sự khó khăn trong việc nắm bắt các giao dịch. Đơn cử như nhiều doanh nghiệp (DN) sử dụng website để quảng bá sản phẩm, hàng hóa kết hợp với bán hàng trực tuyến cho NTD là cá nhân nhưng không xuất hóa đơn bán hàng, không kê khai doanh thu tính thuế giá trị gia tăng (GTGT) và thu nhập DN (TNDN).

Bên cạnh đó, nhiều DN, hộ và cá nhân kinh doanh bán hàng thu tiền mặt hay sử dụng dịch vụ giao hàng thu tiền hộ, chỉ sử dụng website, trang MXH để thực hiện quảng cáo sản phẩm nhưng việc bán hàng lại thông qua điện thoại. Trong khi đó, các đơn vị cho thuê máy chủ lại chưa hợp tác đầy đủ với cơ quan thuế trong việc cung cấp đầy đủ thông tin về các DN vận hành các website bán hàng khiến cơ quan thuế gặp nhiều khó khăn trong việc thu nhập thông tin. Đối với loại hình quảng cáo trực tuyến bằng Google, Facebook, nhiều tổ chức cá nhân chưa kê khai, nộp thay thuế GTGT và thuế TNDN đối với thu nhập phát sinh của Google và Facebook tại Việt Nam. Những tồn tại trên đã khiến cho việc hoạt động quản lý thuế nói chung và thuế TMĐT hiện nay gặp nhiều khó khăn, vướng mắc.

Phương thức thanh tra, kiểm tra hoạt động kinh doanh qua MXH cũng đòi hỏi những yêu cầu rất khác so với thanh tra, kiểm tra theo phương thức truyền thống. Chẳng hạn, để thực hiện công tác thanh tra, kiểm tra, cán bộ thuế cần phải có trình độ cao về tin học, ngoại ngữ và phải giỏi về các ứng dụng, phần mềm hỗ trợ để truy lần dấu vết giao dịch, kết xuất dữ liệu lịch sử giao dịch làm bằng chứng đấu tranh đối với các hành vi vi phạm của người nộp thuế. Trên thực tế, trình độ công nghệ và điều kiện của cán bộ thuế hiện nay chưa thể để bao quát được nhiệm vụ này.

Công tác quản lý thuế đối với các giao dịch TMĐT xuyên biên giới cũng vẫn còn nhiều vướng mắc. Trong khi đó, ý thức tuân thủ pháp luật thuế của một bộ phận kinh doanh TMĐT, kinh doanh qua MXH chưa cao, các hình thức thu thuế hiện nay vẫn chủ yếu là tổ chức, cá nhân tự khai, tự tính và tự nộp cho Nhà nước. Lợi dụng quy định này, hầu hết các cá nhân và DN kinh doanh qua mạng internet tìm mọi cách để “lách”, tránh nộp

thuế, cho dù cơ quan thuế đã có nhiều giải pháp quản lý nhằm giảm thất thu ngân sách nhà nước. Theo nhận định của chuyên gia, trong số 35% DN đang bán hàng trên MXH, với hàng triệu cá nhân, hộ kinh doanh đang bán, trao đổi hàng hóa trên Facebook, có nhiều trường hợp có doanh thu lớn nhưng không nộp thuế.

Để khắc phục những tồn tại và nâng cao hiệu quả hoạt động quản lý thuế đối với kinh doanh TMĐT, kinh doanh qua MXH, thời gian qua ngành Thuế đã rất nỗ lực tuyên truyền, phổ biến chính sách thuế đến các đối tượng hoạt động kinh doanh TMĐT trên các thông tin đại chúng nhằm đảm bảo người nộp thuế nắm rõ chính sách thuế để tự thực hiện kê khai, nộp thuế.

Đồng thời, có nhiều biện pháp quản lý sát sao, nhiều đề xuất hoàn thiện hành lang pháp lý, cụ thể:

- Đối với DN hoạt động theo pháp luật Việt Nam: Về kê khai nộp thuế GTGT: Nếu doanh thu hàng năm từ 1 tỷ đồng trở lên thì người bán hàng phải nộp thuế theo phương pháp khấu trừ; Trường hợp doanh thu hàng năm không quá 1 tỷ đồng thì nộp thuế GTGT theo phương pháp tính trực tiếp trên GTGT (trừ trường hợp cơ sở kinh doanh có thu hàng năm không quá 1 tỷ đồng đăng ký tự nguyện áp dụng phương pháp khấu trừ thuế thì nộp thuế theo GTGT theo phương pháp khấu trừ). Về thuế TNDN, DN nộp thuế TNDN theo phương pháp kê khai (thuế TNDN phải nộp theo mức thuế suất 20% trên thu nhập chịu thuế).

- Đối với các tổ chức nước ngoài kinh doanh tại Việt Nam hoặc có thu nhập tại Việt Nam (gọi chung là nhà thầu nước ngoài) có hoạt động kinh doanh TMĐT, kinh doanh trên MXH: Nếu người mua sản phẩm TMĐT, qua MXH là các tổ chức thành lập theo pháp luật Việt Nam thì người mua có nghĩa vụ kê khai, khấu trừ và nộp thay tổ chức nước ngoài số thuế nhà thầu phải nộp.

Nếu người mua là tổ chức, cá nhân khác thì nhà thầu nước ngoài phải kê khai, nộp thuế đối với hàng hóa, dịch vụ cung cấp, trong đó trường hợp nhà thầu nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam thì có thể thông qua các đại lý thuế để kê khai, nộp thuế.

- Đối với các hộ, cá nhân kinh doanh: Theo quy định tại Luật Thuế GTGT, Luật Thuế thu nhập cá

nhân (TNCN), cá nhân kinh doanh không phân biệt kinh doanh theo hình thức truyền thống hay kinh doanh TMĐT đều thuộc diện chịu thuế GTGT và thuế TNCN nếu có phát sinh doanh thu từ trên 100 triệu đồng/năm trở lên.

Cùng với đó, cơ quan thuế còn có các văn bản hướng dẫn các công ty kinh doanh dịch vụ vận tải qua mạng như: Uber, Grab... thực hiện nghĩa vụ kê khai, nộp thuế nhà thầu và kê khai nộp thuế thay cho các cá nhân là đối tác cung cấp dịch vụ vận tải tại Việt Nam.

Đặc biệt, đã có văn bản hướng dẫn chính sách thuế và quản lý thuế liên quan đến hoạt động kinh doanh của dịch vụ đặt phòng trực tuyến (Agoda.com, Traveloka.com, Booking.com, Expedia.com...). Phối hợp với các nhà mạng để xác định địa điểm kinh doanh hoặc giao hàng, phối hợp với Hội đồng tư vấn thuế, xã phường rà soát để đưa các tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh, quảng cáo hàng hóa, dịch vụ qua MXH, nhất là qua Facebook vào diện quản lý.

Định hướng chung của cơ quan thuế là yêu cầu người kinh doanh trên MXH cung cấp các thông tin cá nhân, mã số thuế... để có thể kiểm soát chặt chẽ hơn hình thức kinh doanh này. Công văn số 2623/TCT-CS ngày 16/6/2017 của Tổng cục Thuế đã lưu ý với Cục Thuế các tỉnh, thành phố thuộc trung ương một số trường hợp cụ thể sau:

Thứ nhất, đối với trường hợp cá nhân kinh doanh có địa điểm cố định để giao dịch với khách hàng và việc quảng cáo trên MXH chỉ là một trong những hình thức mở rộng khách hàng: Hàng hóa được giao dịch tại địa điểm cố định hoặc giao hàng tận nơi khách hàng, trường hợp này cơ quan thuế cần phối hợp với các nhà mạng để xác định địa chỉ kinh doanh của cá nhân, phối hợp với Hội đồng tư vấn thuế xã, phường để đưa vào diện quản lý thuế nếu còn bỏ sót.

Đối với trường hợp đã thuộc diện quản lý, cập nhật thông tin về giao dịch trên mạng của cơ sở kinh doanh để làm cơ sở điều chỉnh tăng doanh thu kinh doanh nếu phù hợp.

Thứ hai, đối với trường hợp cá nhân kinh doanh không có địa điểm cố định để giao dịch với khách hàng, chỉ có địa chỉ trên mạng và số tài khoản cá

nhân, bán hàng theo hình thức giao hàng tận nơi: Trường hợp này, cơ quan thuế cần phối hợp với các nhà mạng để xác định danh tính cá nhân, số tài khoản ngân hàng, phương thức giao hàng để yêu cầu cá nhân khai thuế theo từng lần phát sinh theo quy định của pháp luật về thuế TNCN.

Thứ ba, đối với trường hợp tổ chức, cá nhân nước ngoài (nhà thầu nước ngoài) kinh doanh TMĐT có thu nhập phát sinh tại Việt Nam: Nếu người mua hàng hóa, nhận cung cấp dịch vụ là các DN, hợp tác xã được thành lập theo pháp luật Việt Nam thì người mua hàng có nghĩa vụ kê khai, khấu trừ thuế nhà thầu để nộp thuế theo quy định.

Trường hợp người mua hàng hóa, nhận cung cấp dịch vụ là các tổ chức, cá nhân khác thì nhà thầu nước ngoài phải kê khai, nộp thuế nhà thầu đối với hàng hóa, dịch vụ cung cấp. Trường hợp nhà thầu nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam, có thể thông qua các đại lý thuế để kê khai, nộp thuế.

Bên cạnh các biện pháp trên, thời gian qua, cơ quan thuế còn đẩy mạnh việc thực hiện thanh tra, kiểm tra theo quy định của pháp luật đối với các DN có hoạt động kinh doanh TMĐT, kinh doanh qua MXH nhằm đưa công tác quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh này vào nề nếp. Cơ quan thuế phải tổ chức hệ thống thông tin điện tử để thực hiện giao dịch điện tử với người nộp thuế và các cơ quan, tổ chức có liên quan thực hiện giao dịch điện tử, xây dựng được “Trung tâm xử lý dữ liệu trong giao dịch điện tử” với vai trò tiếp nhận, kiểm soát hồ sơ thuế và kiểm tra tự động, trả thông báo tự động cho người nộp thuế.

Bộ Thông tin và Truyền thông có trách nhiệm phối hợp với cơ quan quản lý thuế để quản lý thuế đối với hoạt động cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng, trò chơi điện tử trên mạng...

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam có trách nhiệm xây dựng và phát triển hệ thống thanh toán TMĐT quốc gia, các tiện ích tích hợp thanh toán điện tử để sử dụng rộng rãi cho các mô hình TMĐT... Ngân hàng thương mại có trách nhiệm khấu trừ, nộp thay nghĩa vụ thuế phải nộp theo quy định pháp luật về thuế của tổ chức, cá nhân ở nước ngoài có hoạt

động kinh doanh TMĐT có phát sinh thu nhập từ Việt Nam theo hướng dẫn của Bộ Tài chính và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

Đồng thời, phối hợp, đề nghị các tổ chức Google, Facebook... lưu trữ dữ liệu, đặt chi nhánh hoặc văn phòng đại diện tại Việt Nam thiết lập đầu mối đại diện chính thức tại Việt Nam, quản lý chặt chẽ việc cung cấp dịch vụ, đặc biệt là khai báo, nộp thuế nhà thầu đối với dịch vụ các tổ chức này cung cấp cho tổ chức, cá nhân ở Việt Nam theo quy định của Luật An ninh mạng.

Bên cạnh đó, cần tập trung tham gia triển khai các chương trình hợp tác về quản lý và trao đổi thông tin về thuế, trọng tâm là triển khai Chương trình Chống xói mòn cơ sở tính thuế và dịch chuyển lợi nhuận theo lộ trình cam kết; Nghiên cứu áp dụng các hiệp định thuế song phương, đa phương... để quản lý thu thuế đối với hoạt động kinh doanh TMĐT xuyên biên giới.

4. Báo chí và truyền thông

Xã hội thông tin Việt Nam chịu sự chi phối mạnh mẽ bởi thực trạng và xu hướng phát triển của thị trường truyền thông. Trước đây, báo chí là kênh thông tin chính của quốc gia. Báo giấy, tạp chí là nơi duy nhất công chúng có thể tiếp cận được với thông tin và NTD có thể tiếp cận với thông tin doanh nghiệp. Tuy nhiên, nền kinh tế truyền thông Việt Nam trong giai đoạn gần đây có những biến đổi mang tính gốc rễ, bao gồm cả chủ sở hữu, công chúng truyền thông, phân khúc thị trường và phương thức tổ chức.

Báo chí là một trong những lĩnh vực chịu nhiều tác động nhất của MXH, bởi lẽ đó có không ít các đề tài đi sâu vào nghiên cứu mối quan hệ tương tác qua lại của MXH và báo chí. Sách chuyên khảo “Báo chí và mạng xã hội” (2014) của Đỗ Chí Nghĩa và Đinh Thị Thu Hằng đã trả lời cho câu hỏi về sự khác biệt giữa báo chí và MXH, cho thấy đặc điểm, bản chất mối quan hệ giữa báo chí và MXH là vừa tác động qua lại vừa tương tác, tận dụng lẫn nhau, đặc biệt là tính cạnh tranh thể hiện rất mạnh: cạnh tranh về thông tin thời sự, cạnh tranh về tính công khai, nhiều chiều, hơn cả là tính tương tác. Các tác giả chỉ ra rằng, đối với báo chí, MXH: (i) là một trong những địa hạt không thể

thiếu trong giai đoạn hiện nay, cung cấp thông tin, đề tài một cách rộng rãi, hiệu quả, sát thực cho báo chí; (ii) giúp thông tin báo chí được quảng bá rộng rãi thông qua các chia sẻ của các thành viên tham gia MXH; (iii) là một kênh phản biện của báo chí, kênh tương tác giữa báo chí và độc giả, tác động đến cách thức làm việc của nhà báo, làm thay đổi cách làm báo truyền thống. Ngược lại, đối với MXH, báo chí: (1) là nguồn tư liệu, đề tài cho thông tin trên MXH; (2) tiếp nhận, lựa chọn, kiểm chứng và “chính thống hóa” thông tin trên MXH; (3) ngăn chặn và giảm thiểu tác hại của thông tin sai lệch nảy sinh trên MXH và định hướng hướng thông tin trên MXH.

MXH đã mang lại những thay đổi mạnh mẽ về mọi khía cạnh của ngành Báo chí. Đầu tiên là thay đổi về công chúng và hành vi tiêu dùng của công chúng. Công chúng Việt Nam có xu thế thích nghi nhanh với công nghệ truyền thông. Năm 2011, khảo sát về phương thức xem truyền hình qua internet đạt tỉ lệ rất thấp: 1,5% tại Hà Nội, 0% tại Đà Nẵng, 0,4% tại Tp. Hồ Chí Minh và 0% tại Cần Thơ. Hiện nay, có hơn 31 triệu người Việt Nam sử dụng Internet (chiếm 35,49% dân số), trong đó 50% có hành vi mua hàng trực tuyến. Bốn loại hình thông tin đại chúng cơ bản nhất phục vụ công chúng bao gồm: báo in, phát thanh - truyền thanh, truyền hình và thông tin trực tuyến trên môi trường Internet. Số lượng thuê bao Internet băng thông rộng hiện đạt trên 4 triệu thuê bao. Internet đã phủ sóng khắp nơi trong lãnh thổ. Cho tới nay, tại Việt Nam có khoảng 28 triệu người sử dụng MXH, thông qua MXH để mua sắm tăng 53% từ năm 2014. Số lượng người dùng MXH thông qua điện thoại di động là 24 triệu người.

Ngành Báo chí thay đổi từ khi Internet phát triển ở Việt Nam. Kèm theo đó là sự lên ngôi của báo điện tử. Internet mở ra một xã hội thông tin, nơi mà thông tin được đưa đến công chúng một cách nhanh nhất, sinh động nhất, trực quan nhất thông qua báo điện tử. Ngành Báo chí trước đây sở hữu 80% doanh thu đến từ quảng cáo. Tuy nhiên, việc các nhà sản xuất chuyển hướng sang quảng cáo trực tuyến vừa hiệu quả, chi phí thấp đã và đang khiến báo chí truyền thống điều đứng.

Không khó để nhận ra, các hình thức quảng cáo sơ sài trên báo giấy khó có thể cạnh tranh với những đoạn quảng cáo trực quan, sinh động được thực hiện bài bản bởi các chuyên gia web trên báo điện tử, MXH và những trang rao vặt tiện dụng. Hậu quả tất yếu của xu hướng này, khiến doanh thu từ quảng cáo của các tờ nhật báo giảm xấp xỉ 50% kể từ năm 2005 đến nay. Trên thực tế, mọi hình thức quảng cáo trên thế giới đều ghi nhận doanh thu sụt giảm ngoại trừ quảng cáo qua mạng, tính từ năm 2009 đến nay. Thói quen của NTD cũng thay đổi hoàn toàn. Trước đây, NTD có thói quen sử dụng báo giấy, tạp chí để cập nhật thông tin. Hơn một thập kỉ gần đây, báo điện tử với lợi thế cập nhật tin tức nhanh, mang tính thời sự cao, thông tin đa chiều và linh động đã đáp ứng đầy đủ những tiêu chí mà độc giả hiện đại cần.

5. Kết luận

MXH trong giai đoạn cách mạng 4.0 dẫn đến một giai đoạn chuyển đổi quan trọng trong việc làm: tổng số việc làm không thay đổi đáng kể song bản chất việc làm thay đổi sâu sắc, lợi suất ý tưởng và lợi suất kỹ năng chiếm vị trí quan trọng. Điều này tạo nên những xáo trộn quan trọng trong thị trường lao động, từ đó ảnh hưởng đến tất cả các lĩnh vực khác trong đời sống. Cũng chính từ đây, cuộc CMCN 4.0 có thể tạo ra những động năng mới phá vỡ hoặc khiến các định chế kinh tế,

chuẩn mực xã hội truyền thống phải định hình lại.

Tại Việt Nam, một mặt MXH trong tạo ra nhiều cơ hội để thu hẹp khoảng cách giữa các nhóm xã hội và giải quyết các vấn đề nan giải như thất nghiệp, già hóa dân số hay phát triển con người. Mặt khác, MXH cũng có thể khiến Việt Nam bị tụt hậu nếu không tận dụng được trong bối cảnh của một quốc gia vẫn chưa hoàn thành các tiêu chí cơ bản của cách mạng 3.0. Do vậy, Việt Nam cần có một lộ trình chính sách để tiếp tục giải quyết các vấn đề xã hội hiện nay, vừa để tận dụng các cơ hội và vượt lên các thách thức của cuộc CMCN 4.0. Những nghiên cứu về cuộc CMCN 4.0 cho đến nay chủ yếu tập trung vào sự thay đổi của tiến bộ khoa học và công nghệ. Trong khi đó, những biến đổi quan trọng khác như cấu trúc xã hội và văn hóa, cách thức tương tác, vấn đề bình đẳng giới, định dạng nhân cách của cá nhân và cộng đồng... lại chưa nhận được sự quan tâm xứng đáng. Những động năng xã hội mới xuất hiện trong kỷ nguyên CMCN 4.0 có thể làm thay đổi hầu hết các định chế xã hội quan trọng từ bộ máy nhà nước cho đến gia đình, quá trình xã hội hóa và chính cách chúng ta đang sống. Đây là cơ hội lớn đối với các phân môn khoa học xã hội để khám phá, lí giải và dự báo những biến đổi kinh tế, xã hội trong kỷ nguyên tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Văn Tuấn, 2019 “Một số giải pháp quản lý kinh doanh hàng hóa và dịch trên MXH”, đề tài cấp Thành phố Hà Nội.
2. Sách trắng TMDT 2018.
3. Chỉ số TMDT 2018.
4. Báo cáo nghiên cứu của Vinaresearch 2017.
5. Luật Quản lý ngoại thương.
6. Bộ luật Dân sự.
7. Luật Doanh nghiệp, Luật Công nghệ thông tin, Giao dịch điện tử, Thương mại, Thuế, An ninh mạng.
8. Nghị định số 11-NQ/TW ngày 06/01/2012
9. Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013

10. Nghị định số 25/2014/NĐ-CP ngày 07/04/2014
11. Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013
12. Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013
13. Nghị định số 83/2013/NĐ-CP ngày 22/7/2013 của Chính phủ và Thông tư số 156/2013/TT-BTC
13. <http://thoibaokinhte vietnam.vn>
14. <http://www.sciencedirect.com>
15. tapchitaichinh.vn.
16. <https://www.statista.com>.
17. www.nhandan.com.vn.
18. <http://hanoi.gdt.gov.vn/>
19. <http://www.congthuong.hochiminhcity.gov.vn/>
20. <http://www.abei.gov.vn/>

Ngày nhận bài: 17/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/2/2020

Thông tin tác giả:

TS. PHẠM VĂN TUẤN

Trường ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội

SOME SOCIO-ECONOMIC ISSUES ARISING FROM BUSINESS ACTIVITIES ON SOCIAL NETWORKS IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

● Ph.D **PHAM VAN TUAN**

National Economics University

ABSTRACT:

Business activities on social networks has been changed all socio-economic aspects. In particular, the online business is booming in the context of Industry 4.0 which has made profound socio-economic changes. This study analyses the socio-economic issues arising from business activities on social networks in the context of Industry 4.0 such as the change in consumption habits, taxes, labor and employment transition, journalism. and media issues.

Keywords: Business, social networks, consumption, services, Industry 4.0.

EVFTA: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP THỦY SẢN VIỆT NAM

● DƯƠNG NGỌC HỒNG

TÓM TẮT:

EVFTA là Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EU) đã được ký kết ngày 30/6/2019, đánh dấu mốc lịch sử cho quan hệ thương mại Việt Nam và Liên minh Châu Âu. EVFTA là một Hiệp định toàn diện thế hệ mới và là FTA đầu tiên của EU với một quốc gia có mức thu nhập trung bình như Việt Nam. Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam đang đặt nhiều kỳ vọng vào Hiệp định thương mại tự do với EU sẽ giúp đẩy mạnh các đơn hàng xuất khẩu thủy sản sang khu vực này và giúp các sản phẩm thủy sản của Việt Nam có sức cạnh tranh hơn. Bài viết tập trung nghiên cứu về những cơ hội, thách thức đối với doanh nghiệp thủy sản Việt Nam, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp khuyến nghị góp phần thúc đẩy hoạt động của các doanh nghiệp này.

Từ khóa: Thủy sản, EVFTA, doanh nghiệp thủy sản, tự do thương mại, kinh tế.

I. Tổng quan tình hình xuất khẩu thủy sản Việt Nam năm 2019

1. Thế giới

Năm 2019 là năm khó khăn của ngành Thủy sản khi một số ngành hàng phải đối mặt với nhiều thách thức, đồng thời, cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung đã ảnh hưởng đến ngành Nông nghiệp nói chung và các mặt hàng thủy sản nói riêng, rào cản kỹ thuật của một số nước nhập khẩu ảnh hưởng đến sản xuất thủy sản. Đây cũng là năm ghi nhận khó khăn đối với ngành hàng Cá tra. Trong đó, diện tích ương giống, nuôi thương phẩm ở một số địa phương tăng dẫn đến dư cung, kim ngạch xuất khẩu đi một số thị trường lớn như Hoa Kỳ, Trung Quốc bắt đầu giảm từ tháng 3/2019. Ả rập xê út vẫn đóng cửa đối với sản phẩm thủy sản Việt Nam, một số quốc gia lân cận đã phát triển nuôi cá tra.

Theo báo cáo của Tổng cục Thủy sản, lũy kế đến hết tháng 10/2019, tổng sản lượng ước đạt 7.07 nghìn tấn, tăng 5,4% so với cùng kỳ năm 2018, trong đó sản lượng nuôi trồng đạt 3.55 nghìn tấn, sản lượng khai thác đạt 3.52 nghìn tấn. Tình hình xuất khẩu thủy sản tính đến ngày 31/10/2019, tổng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm thủy sản 10 tháng đầu năm ước đạt 7,084 tỷ USD (giảm 2% so với cùng kỳ năm 2018), trong đó, kim ngạch xuất khẩu tôm đạt 2,8 tỷ USD (giảm 6,4% so với cùng kỳ năm ngoái), cá tra 1,64 tỷ USD (giảm 10% so với cùng kỳ năm ngoái), cá ngừ đạt 609,6 triệu USD (tăng 12,7% so với cùng kỳ năm 2018), nhuyễn thể đạt 562,7 triệu USD (giảm 9,1% so với cùng kỳ năm 2018) và các loại thủy sản các đạt 1.493,7 triệu USD. (Bảng 1)

**Bảng 1. Cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu
10 tháng đầu năm 2019**

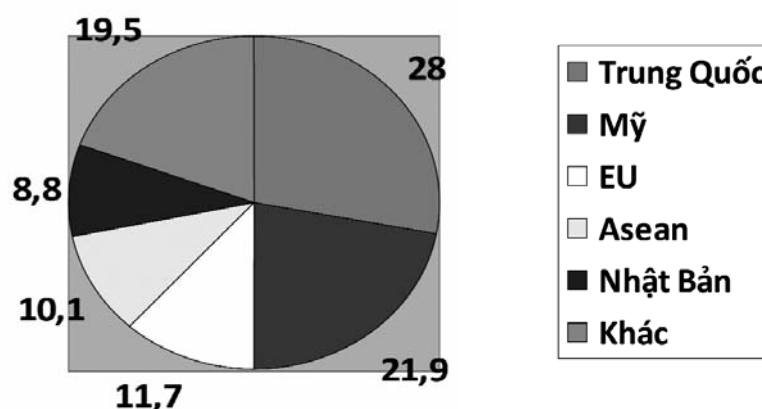
ĐVT: triệu USD

Mặt hàng	Tháng 10/2019	+/- so với tháng 9/2019 (%)*	10 tháng đầu năm 2019	+/- so với cùng kỳ năm trước (%)*
Tôm	345,945	-0,6	2.780,306	-6,4
trong đó:- Tôm chân trắng	252,696	2,4	1.942,388	-4,8
- Tôm sú	70,518	-7,5	578,716	-15,0
Cá tra	201,542	-11,0	1.662,235	-8,8
Cá ngừ	70,871	5,9	617,789	14,2
trong đó: - Cá ngừ mã HS 16	32,643	-4,7	258,082	-0,5
- Cá ngừ mã HS 03	38,229	17,1	359,707	27,8
Cá các loại khác(trừ cá ngừ, cá tra)	173,961	19,1	1.380,641	17,4
Nhuễn thể	63,251	-16,6	565,022	-8,8
trong đó: - Mực & bạch tuộc	51,728	-24,3	479,934	-11,5
- Nhuễn thể hai mảnh vỏ	9,372	27,1	78,369	6,5
Cua, ghe và Giáp xác khác	19,836	17,6	120,624	14,3
Tổng cộng	875,407	-0,5	7.126,617	-1,5

Nguồn: Tổng cục Thủy sản, 2019

Năm vừa qua, các thị trường xuất khẩu các mặt hàng thủy sản chính của Việt Nam là Trung Quốc và Hồng Kông, Mỹ, EU, ASEAN và Nhật Bản chiếm thị phần lần lượt là 28% (giá trị giảm 3% so với cùng kỳ năm 2018), 21,9% (+13,8%), 11,7% (-6,9%), 10,1% (+0,8%) và 8,8% (+8,9%). Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản ước tính cả năm 2019 đạt 8,9 triệu USD, tăng 1,4% so với năm 2018 (theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn). (Xem Hình)

Hình: Thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam năm 2019



Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, 2019

2. Châu Âu

Thủy sản là mặt hàng có giá trị quan trọng trong trao đổi lương thực giữa Việt Nam và EU. Xuất khẩu thủy sản chiếm tỷ lệ lớn trong tổng giá trị xuất khẩu từ Việt Nam sang thị trường các nước thành viên EU, đặc biệt là Đức, Ý, Tây Ban Nha, Hà Lan, Anh, Pháp và Bỉ. Hai sản phẩm chính là tôm và cá tra chiếm lần lượt 45% và 25% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Tuy nhiên, xuất khẩu các sản phẩm thủy sản của Việt Nam hiện nay vẫn còn phải đối mặt với nhiều khó khăn và thử thách, chẳng hạn như sự cạnh tranh khốc liệt, áp dụng nghiêm ngặt các rào cản kỹ thuật đối với các biện pháp thương mại, quản lý an toàn thực phẩm và các biện pháp chống bán phá giá của các nước nhập khẩu từ EU.

Theo báo cáo của Hiệp hội VASEP về tình hình xuất khẩu thủy sản cho biết, trước khi có thể vàng, EU là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn thứ 2 của Việt Nam, chỉ đứng sau Mỹ. EU luôn chiếm trên 17% tổng

giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong 3 năm qua. Riêng xuất khẩu hải sản các loại như cá ngừ, bạch tuộc, mực, cá thu... luôn đạt kim ngạch 350 - 400 triệu USD/năm, chiếm khoảng 30% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thủy, hải sản của Việt Nam sang EU.

Tuy nhiên, kể từ khi Việt Nam bị EU phạt thẻ vàng IUU hồi tháng 10/2017, giá trị xuất khẩu hải sản sang thị trường này đã giảm nhiều. Cụ thể năm 2018, kim ngạch xuất khẩu đạt gần 390 triệu USD, giảm 7% so với năm 2017. Trong 8 tháng đầu năm 2019, xuất khẩu hải sản sang EU đạt 251 triệu USD, giảm 0,3% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, giảm chủ yếu ở sản phẩm cá ngừ bị giảm 6,3%, mực và bạch tuộc giảm hơn 13%... Thị trường EU từ vị trí thứ 2 trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã tuột xuống vị trí thứ 5 và tỉ trọng của thị trường sụt giảm từ 18% xuống 13%. Không những vậy, các doanh nghiệp cho biết qui trình kiểm tra thông quan đối với các lô hải sản nhập khẩu vào EU cũng trở nên gắt gao hơn, từ 7 - 10 ngày, thậm chí lên đến 20 ngày.

Hiệp định EVFTA được đánh giá là cú hích lớn cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, đặc biệt là các mặt hàng thủy sản vốn có nhiều lợi thế cạnh tranh tại thị trường này: gần 50% số dòng thuế đang có thuế suất cơ sở 0-22%, trong đó phần lớn

thuế cao từ 6-22%, sẽ được giảm về 0% (khoảng 840 dòng thuế). Khoảng 50% số dòng thuế còn lại có thuế suất cơ sở 5,5-26% sẽ được về 0% sau từ 3 đến 7 năm. Riêng cá ngừ đóng hộp và cá viên, EU dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan lần lượt là 11.500 tấn và 500 tấn. Ngoài ra, hầu hết các sản phẩm mực, bạch tuộc đông lạnh đang có mức thuế cơ bản 6-8% sẽ được giảm ngay về 0%, các sản phẩm khác như surimi được giảm từ 14,2% về 0%, cá cờ kiếm từ 7,5% về 0%.

Đối với sản phẩm tôm, tôm sú đông lạnh (HS 03061792) được giảm thuế từ mức cơ bản 20% xuống 0% ngay khi hiệp định có hiệu lực. Các sản phẩm tôm khác theo lộ trình 3-5 năm, riêng tôm chế biến lộ trình giảm thuế 7 năm. Đối với sản phẩm cá tra lộ trình giảm thuế 3 năm, riêng cá hun khói lộ trình 7 năm. Sản phẩm cá ngừ đông lạnh được giảm thuế về 0% ngay, trừ thăn cá ngừ đông lạnh (loin) cần lộ trình 7 năm và sản phẩm cá ngừ hộp có hạn ngạch hưởng thuế 0% là 11.500 tấn. (Bảng 2)

II. Hội nhập EVFTA: Cơ hội và thách thức cho ngành Thủy sản Việt Nam

1. Cơ hội

Thứ nhất, Việt Nam có thể tiếp cận một thị trường tiêu thụ thủy sản khổng lồ. Với 28 nước thành viên, EU là một thị trường lớn và tiềm năng

Bảng 2. Lộ trình giảm thuế các sản phẩm chính theo EVFTA

Tôm	-Ch 03: (shrimp & prawn): EIF hoặc lộ trình 3, 5 năm - Ch 16: 7 năm
Cá tra	lộ trình 3 năm, trừ cá hun khói là 7 năm
Cá ngừ	-Ch 03: EIF -Ch 16: TRQ với cá ngừ đóng hộp (11.500 tấn) , 7 năm với thăn cá ngừ (loin)
Cua	3 năm
Mực, BT	EIF hoặc lộ trình 3 năm
Thủy sản khác	- Surimi (HS 1604.20.05): TRQ 500 tấn - Còn lại: Lộ trình từ 3 – 7 năm

Nguồn: VASEP, 2019

với dân số trên 500 triệu người, tổng GDP trên 15.000 tỷ USD, chiếm khoảng 22% GDP của toàn thế giới. Bình quân thu nhập tính theo đầu người của các quốc gia EU khá cao so với thế giới, lại thích dùng các sản phẩm thủy sản trong nhu cầu ăn uống và bảo vệ sức khỏe do tính ưu việt của sản phẩm này là ngon, bổ. Hằng năm, nhu cầu thủy sản của EU đã đạt mức 22,03 kg/người, cao hơn 5,34 kg/người so với mức trung bình của thế giới.

Những năm gần đây, do nguồn lợi thủy sản của EU đã nằm dưới giới hạn an toàn sinh học, buộc EU phải áp dụng biện pháp hạn chế khai thác và đánh bắt thủy sản trong khi nhu cầu tiêu dùng thủy sản của EU vẫn tăng nhanh. Do vậy, về mặt lý thuyết cũng như thực tiễn có thể khẳng định, với Việt Nam, EU vẫn là thị trường xuất khẩu thủy sản tiềm năng lớn nếu sản phẩm thủy sản Việt Nam đáp ứng được những yêu cầu ngày càng cao về số lượng, chất lượng, cũng như chủng loại từ thị trường EU.

Thứ hai, nếu FTA giữa Việt Nam và EU được ký kết, mức cắt giảm thuế về 0% tương ứng với 90% số mặt hàng xuất khẩu sang thị trường này. EU hiện đang là thị trường tương đối mở với các mức thuế suất thấp đối với các sản phẩm nhập khẩu từ nước ngoài, mức thuế trung bình mà Việt Nam phải chịu từ EU là 4,1%. Nhưng thực tế, theo tỉ trọng thương mại giữa các nhóm sản phẩm, Việt Nam đang phải chịu mức thuế trung bình vào EU lên tới 7%, riêng mặt hàng thủy sản của Việt Nam xuất khẩu vào EU phải chịu mức thuế lên đến 10,8%. Việc xóa bỏ thuế quan đối với hầu hết các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang EU, trong đó có mặt hàng thủy sản, sẽ tạo lợi thế quan trọng cho Việt Nam khi cạnh tranh với các đối thủ khác trên thị trường EU.

Thứ ba, Việt Nam cũng sẽ được hưởng lợi xét từ góc độ nhập khẩu. Việc cắt giảm thuế nhập khẩu đối với các hàng hóa chiến lược của EU vào Việt Nam sẽ giúp nâng cao kỹ thuật ngành Công nghiệp và từ đó đẩy mạnh hiệu quả sản xuất và xuất khẩu. Điều này sẽ giúp Việt Nam có được những sản phẩm chất lượng cao với chi phí thấp hơn và có nhiều lựa chọn hơn đối với các nhà cung cấp, trong đó có ngành Thủy sản.

Thứ tư, quan hệ giữa Việt Nam với EU, cũng như

giữa các doanh nghiệp Việt Nam với các doanh nghiệp EU, trong đó có các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản, ngày càng tốt đẹp. FTA Việt Nam - EU được ký kết nhằm tạo điều kiện thông thoáng cho sự trao đổi hàng hóa giữa hai bên. Trong điều kiện đó, các hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam cũng luôn được chú ý và tạo điều kiện.

Thứ năm, Việt Nam đã, đang và sẽ có nhiều chủ trương, chính sách và biện pháp cụ thể để hỗ trợ và ưu đãi cho các mặt hàng xuất khẩu, nhất là nông-lâm-thủy hải sản, nhằm nâng cao sức cạnh tranh của các mặt hàng này, duy trì và phát triển thị phần, trong đó các mặt hàng thủy sản xuất khẩu sang EU là một trong những mặt hàng được ưu đãi.

Từ những nhận định trên có thể khẳng định, Hiệp định EVFTA sẽ tạo cơ hội đối với xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang EU. Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội trên, thủy sản Việt Nam phải chịu nhiều thách thức cam go khi thâm nhập thị trường EU, trong đó đặc biệt là rào cản kỹ thuật thương mại sẽ đề cập sau đây.

2. Thách thức

Một là, EU chủ yếu gồm các quốc gia phát triển có mức sống cao, nhu cầu tiêu dùng, trong đó đặc biệt là thực phẩm, đang thay đổi mạnh. Hiện tại, ngành Thủy sản Việt Nam đã đáp ứng khá tốt các yêu cầu về rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT), quy định về vệ sinh dịch tễ và kiểm định vệ sinh động thực vật (SPS) của EU. Tuy nhiên, trong tương lai, EU có thể áp dụng các quy định TBT và SPS mới đối với nguyên liệu thô hoặc các biện pháp hạn chế xuất khẩu. Vì vậy, muốn xuất khẩu vào EU, các doanh nghiệp không còn cách nào khác là phải đáp ứng những yêu cầu mới đó.

Hai là, hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sẽ phải cạnh tranh gay gắt và khốc liệt hơn với hàng thủy sản tại chỗ của các nước mới gia nhập EU và các hàng thủy sản của các công ty xuất khẩu thủy sản mạnh và nhiều kinh nghiệm ngoài EU trong việc xuất khẩu, tìm chỗ đứng và duy trì thị phần tại EU.

Ba là, những đòi hỏi khắt khe về quy tắc xuất xứ, vấn đề bán phá giá, trợ cấp và sử dụng các công cụ phòng vệ thương mại cũng là trở ngại lớn đặt ra cho các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam trong việc tiếp cận thị trường EU. Một hệ thống

quy tắc xuất xứ đơn giản, linh hoạt, phù hợp với tình hình Việt Nam và cho phép Việt Nam được hưởng các lợi ích chính đáng từ EVFTA sẽ là điều kiện tiên quyết cần đảm bảo. Yêu cầu này là hoàn toàn hợp lý đứng từ góc độ lợi ích (lợi ích lớn nhất có được từ việc ký kết EVFTA là việc EU cắt giảm thuế quan cho hàng hóa xuất khẩu Việt Nam). Vì vậy, việc chứng minh về nguồn gốc hợp pháp của thủy sản là một thách thức đối với ngành này.

Bốn là, ảnh hưởng xấu từ khủng hoảng nợ công của các nước EU đến nhiều nền kinh tế nhỏ hơn trong khu vực sẽ làm giảm nhu cầu nhập khẩu thủy sản ở thị trường EU. Thực trạng này đã tác động không nhỏ đến hoạt động xuất khẩu thủy sản của các nước sang EU, trong đó có Việt Nam.

Năm là, đối với thủy sản, EU vừa ban hành “Thẻ vàng” - cảnh báo việc đánh bắt cá bất hợp pháp, không quản lý và không khai báo đối với thủy hải sản xuất khẩu của Việt Nam sang EU, tạo ra môi trường phức tạp hơn khi hai bên đang đẩy mạnh hợp tác thương mại - đầu tư. Hiện, EU tăng cường kiểm soát đối với thủy sản (100% các lô hàng thủy sản) và các nông sản khác xuất khẩu sang thị trường EU. Việc này đã tạo ra những rào cản khó khăn trong việc tận dụng cơ hội từ EVFTA.

III. Một số giải pháp và kiến nghị

Bên cạnh việc tạo ra những cơ hội và thách thức, Hiệp định EVFTA cũng đặt ra những yêu cầu khắt khe cần thực hiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Trong đó, cách tiếp cận và thực hiện phải hướng tới phát triển bền vững cả về kinh tế - xã hội - môi trường, không đánh đổi về môi trường để lấy kinh tế.

Thứ nhất, đòi hỏi các cấp từ hoạch định chính sách đến các doanh nghiệp, các chính quyền địa phương và cả các cá nhân tham gia hoạt động nuôi trồng, đánh bắt, chế biến và xuất khẩu thủy sản phải thay đổi nhận thức. Các doanh nghiệp đã bước vào một sân chơi khác, rộng hơn, có tính cạnh tranh hơn; do đó muốn tồn tại, các doanh nghiệp cần phải có suy nghĩ khác và nâng cao ý thức, trách nhiệm, công nghệ cho người nuôi khi sử dụng hóa chất trong ngưỡng an toàn, đây cũng

là gốc của việc xuất khẩu đối với chuỗi giá trị thủy sản.

Thứ hai, phải xác định, Hiệp định EVFTA là tiến đến một sân chơi chung với các nước khác, nên Nhà nước và các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam cần phải có những đổi mới và cải cách toàn diện, căn bản để thích ứng từ khâu sản xuất đến kinh doanh, từ mẫu mã đến tiếp thị sản phẩm, từ cung cách quản lý đến đáp ứng tiêu chuẩn chung của thị trường.

Thứ ba, Hiệp định EVFTA cũng đồng nghĩa với việc tham gia vào cuộc cạnh tranh liên tục, lâu dài và ngày càng khốc liệt. Do đó, việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các hàng hóa và doanh nghiệp để tồn tại và phát triển phải được xác định là nhiệm vụ thường xuyên, lâu dài, liên tục và căn bản của mọi ngành, mọi cấp. Tuy vậy, trong cuộc cạnh tranh đó, muốn tồn tại, các doanh nghiệp thủy sản phải biết hợp tác chặt chẽ dưới sự điều hành của Nhà nước vì một mục tiêu chung.

Thứ tư, chính sách hỗ trợ sản xuất và thương mại nông sản: tiếp tục rà soát, nghiên cứu các chính sách hỗ trợ sản xuất và thúc đẩy thương mại trong nông-lâm nghiệp. Hỗ trợ doanh nghiệp thủy sản tiếp cận thông tin đầy đủ, kịp thời, tin cậy về thị trường trong nước và thị trường EU để doanh nghiệp có sự chuẩn bị tốt hơn trong chiến lược kinh doanh. Nhà nước đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tiếp cận công nghệ và thiết bị tiên tiến phục vụ sản xuất chế biến và kiểm soát chất lượng cho thủy sản xuất khẩu sang thị trường EU.

EVFTA là Hiệp định toàn diện, chất lượng cao và cân bằng về lợi ích cho cả Việt Nam và EU. Việc đàm phán và kết thúc Hiệp định phù hợp với chủ trương tăng cường quan hệ nhiều mặt, đặc biệt là quan hệ kinh tế, thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và EU. Những phát triển tích cực trong quan hệ thương mại, đầu tư song phương trong khoảng hai thập kỷ qua đã đưa EU trở thành một trong những đối tác thương mại hàng đầu và là một trong số các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn nhất vào Việt Nam. Đây là cơ sở vững chắc để khẳng định tiềm năng phát triển hơn nữa thương mại, đầu tư và hợp tác giữa hai bên sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Tổng cục Hải quan (2019). Tình hình xuất khẩu thủy sản năm 2019.
2. VASEP (2019). Báo cáo thị trường Thủy sản khu vực châu Âu năm 2019.
3. Trang web Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2019). Tổng quan tình hình sản xuất và nuôi trồng thủy sản năm 2019.
4. Trang web Bộ Công Thương. Kết quả đàm phán Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và EU.
5. Trang web Ủy ban châu Âu. Memo: EU and Vietnam reach agreement on free trade deal.

Ngày nhận bài: 19/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/2/2020

Thông tin tác giả:

DƯƠNG NGỌC HỒNG

Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

**EVFTA:
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES
FOR VIETNAMESE SEAFOOD ENTERPRISES**

● **DUONG NGOC HONG**

University of Economics Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

EVFTA is a free trade agreement between Vietnam and the European Union (EU) signed on June 30, 2019, marking a historic milestone for the trade relations between Vietnam and the European Union. EVFTA is a comprehensive new generation agreement and the first free trade agreement of the EU with a middle-income country like Vietnam. Vietnamese seafood exporters have high expectations that EVFTA will boost seafood export orders to the EU market and help Vietnam's seafood products be more competitive. This study analyses the opportunities and challenges for Vietnamese seafood enterprises, thereby proposing a number of solutions to promote the performance of these businesses.

Keywords: Fisheries, EVFTA, seafood enterprises, free trade, economy.

KHAI THÁC TÀI NGUYÊN DU LỊCH NHÂN VĂN CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI TỈNH ĐỒNG NAI

● TRẦN THU HƯƠNG

TÓM TẮT:

Đồng Nai là một trung tâm kinh tế, văn hóa lớn của cả nước, với hơn 300 năm hình thành và phát triển, là vùng đất có nền văn minh cổ xưa với nguồn tài nguyên du lịch nhân văn (TNĐLNV) vật thể và phi vật thể có giá trị. Đồng Nai còn có điều kiện tự nhiên, giao thông vận tải và nguồn nhân lực vô cùng thuận lợi để phát triển các loại hình du lịch sinh thái (DLST). Tuy nhiên thực tế cho thấy, việc khai thác vẫn chưa tương xứng với tiềm năng vốn có. Bài viết tập trung nghiên cứu những kết quả đạt được của ngành Du lịch (DL) Đồng Nai nói chung và loại hình DLST nói riêng trong thời gian qua, từ đó chỉ ra những thuận lợi, khó khăn và đề xuất một số khuyến nghị để bảo tồn những giá trị của TNĐLNV phục vụ cho sự phát triển “thương hiệu” DLST của tỉnh.

Từ khóa: Du lịch sinh thái, tài nguyên du lịch nhân văn, tỉnh Đồng Nai.

1. Đặt vấn đề

Tài nguyên nhân văn được coi là nguồn lực cốt lõi để phát triển DLST. Việc khai thác các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể để phát triển loại hình DL này mang lại lợi ích kinh tế - xã hội cho các bên tham gia: Thỏa mãn lòng ham hiểu biết cá nhân về văn hóa - xã hội thông qua chuyến DL đến những vùng đất mới; Tạo phong thái, bản sắc DL, giúp phân biệt sản phẩm DL của các vùng, miền, quốc gia. Nâng cao ý thức trách nhiệm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, tạo thêm nguồn kinh phí cho giữ gìn các giá trị văn hóa của địa phương đón khách;...

Đồng Nai là vùng đất có nền văn minh cổ xưa với nhiều di tích lịch sử, các công trình kiến trúc, các yếu tố văn hóa dân gian, lễ hội, nghề và làng

nghề truyền thống có giá trị. Đây là một nguồn tài nguyên rất lớn để phát triển loại hình DLST. Mặc dù đã được đưa vào khai thác, song cho đến nay những giá trị về văn hóa nhân văn của tỉnh vẫn chưa được khai thác tương xứng với tiềm năng vốn có. Thành tựu DL tập trung chủ yếu ở việc khai thác, tận dụng các tài nguyên thiên nhiên, sản phẩm DL thì nghèo nàn chủ yếu dựa vào DL lễ hội hoặc thăm quan các di tích là chủ yếu. Bên cạnh đó, ngành DL của tỉnh còn đang phải đối mặt với nhiều thách thức, khó khăn từ việc xây dựng chính sách, quản lý nhà nước, đào tạo phát triển nguồn nhân lực, sự xuống cấp của các di tích, vấn đề ô nhiễm môi trường... Bài viết tập trung vào việc đề xuất các giải pháp để khắc phục những hạn chế, phát huy lợi thế vốn có đặc

biệt là việc bảo tồn và tái tạo TNNV để giúp cho DLST của tỉnh phát triển một cách bền vững.

2. Những thuận lợi để khai thác TNDLVN phát triển DLST tỉnh Đồng Nai

Đồng Nai là một tỉnh nằm trong vùng kinh tế năng động nhất cả nước là Đông Nam Bộ, có diện tích là 5.903,940 km², dân số là 3,1 triệu người (năm 2019). Với tiềm năng và lợi thế sẵn có cùng với đường lối phát triển DL chiến lược, đã và đang làm thay da đổi thịt vùng đất này. Biên Đồng Nai thành một điểm đến hấp dẫn thu hút du khách trong và ngoài nước, cùng những dự án DL tầm cỡ quốc gia, khu vực đã và đang được quan tâm đầu tư. (Bảng 1)

Bảng 1. Top 10 địa điểm DL hấp dẫn tại Đồng Nai

STT	Tên gọi	Sản phẩm DL
1	Núi Chúa Chan (Huyện Xuân Lộc)	DL phượt, leo núi
2	Thác Giang Điền (Huyện Trảng Bom)	DLST, cắm trại...
3	Khu DLST Vườn xoài (TP.Biên Hòa)	DLST
4	Thác Mai (Huyện Định Quán)	DLST, khám phá
5	Hồ Trị An (Huyện Vĩnh Cửu)	DLST, chèo thuyền
6	Suối Mơ (Huyện Tân Phú)	DLST, khám phá
7	Thác Ba Giọt (Huyện Định Quán)	DLST, khám phá
8	Đá Ba chồng (Huyện Định Quán)	DL phượt, khám phá
9	Vườn Quốc gia Cát Tiên (Huyện Tân Phú)	DLST, khám phá
10	Khu DL Bửu Long (TP.Biên Hòa)	DLST, team building...

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Đồng Nai

Dựa vào nguồn tài nguyên thiên nhiên và nhân văn nên hoạt động DLST tại Đồng Nai rất phát triển. Trong tổng số 10 địa điểm DL hấp dẫn tại tỉnh thì có tới 8 địa điểm hoạt động về DLST. Tổng doanh thu DL và tổng lượt khách tỉnh Đồng Nai trong giai đoạn 2010 - 2018 liên tục tăng. Doanh thu DL năm 2010 đạt 415,850 tỷ đồng, năm 2018 tăng lên 1386 tỷ đồng; Lượt khách năm 2010 đạt 2.070 nghìn lượt, năm 2018 tăng lên 3.937 nghìn lượt. Nguyên nhân chính là do nỗ lực của toàn ngành trên địa bàn tỉnh đã nỗ lực tìm kiếm thị trường, xúc tiến quảng bá, đề ra nhiều chính sách kích cầu thu hút du khách DL. (Bảng 2)

Bảng 2. Kết quả hoạt động DL tỉnh Đồng Nai từ năm 2010 - 2018

STT	Năm	Tổng doanh thu (tỷ đồng)	Tổng lượt khách (nghìn người)
1	2010	415,850	2.070
2	2011	497,227	2.953
3	2012	615,3	2.556
4	2013	698	2.800
5	2014	775	2.000
6	2015	926	2.900
7	2016	1064	2.905
8	2017	1170	3.005
9	2018	1386	3.937

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Đồng Nai

Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch của tỉnh, năm 2018, Đồng Nai có: 120 cơ sở lưu trú với khoảng 3000 phòng đủ tiêu chuẩn đáp ứng yêu cầu phục vụ du khách; có 28 doanh nghiệp DL; Có 21 điểm DL đang hoạt động với nhiều loại hình DLST, DL thể thao, vui chơi giải trí; Có tổng cộng 57 di tích được Nhà nước xếp hạng (trong đó có: 2 di tích xếp hạng cấp Quốc gia đặc biệt, 29 di tích xếp hạng cấp Quốc gia và 26 di tích xếp hạng cấp tỉnh) và còn hàng ngàn di tích đang còn trong lộ trình đề nghị xếp hạng, di tích kiểm kê phổ thông. Là vùng đất có nhiều

TNDLVN có sức hấp dẫn với du khách và có thể khai thác phát triển DLST để tạo ra hiệu quả xã hội, kinh tế, môi trường:

Về dân tộc và các làng nghề truyền thống, Đồng Nai nằm ở phía Đông Nam bán đảo Đông Dương, trên đường giao lưu của nhiều tộc người từng qua lại từ thời tiền sử nên trên địa bàn Tỉnh hiện có khoảng 41 dân tộc ít người sinh sống, như: Hoa, Nùng, Châu Ro, Khmer, Kơho, Stiêng..., mỗi dân tộc đều có kho tàng văn hóa dân gian đặc sắc riêng, cùng chung sống đoàn kết thuận hòa trên vùng đất Đồng Nai. Bên cạnh đó, nghề, làng nghề truyền thống cũng là một trong những nét đặc trưng của mỗi địa phương và hiện đang được tỉnh chủ trương bảo tồn, và phát triển song song với phát triển DLST, như: Làng Trồng bưởi (Huyện Vĩnh Cửu); Chế tác đá (Thành phố Biên Hòa); Gỗ mỹ nghệ (Huyện Trảng Bom); Dệt thổ cẩm (Huyện Tân Phú);...

Lễ hội truyền thống ở Đồng Nai rất phong phú và đa dạng, như: Lễ hội Kỳ Yên, lễ hội cúng Bà, các nghi thức trong lễ hội cúng đình, cúng miếu... vốn trước đây bị mai một nay được phục dựng, bảo tồn tại chỗ và lồng ghép và với hoạt động DLST. Đây là những nét sinh hoạt văn hóa, là tinh hoa của các dân tộc anh em sống trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, mang tính đặc thù rất cao thích hợp để tạo ra những sản phẩm DL độc đáo, đặc sắc của tỉnh.

Trên địa bàn tỉnh Đồng Nai còn lưu trữ nhiều hiện vật, công trình văn hóa vật thể và phi vật thể giá trị như: Văn miếu Trấn Biên và Đền thờ Nguyễn Hữu Cảnh (Thành phố Biên Hòa), Đài Chiến sĩ ở Biên Hòa, Mộ Cổ Hàng Gòn, Nhà cổ (Huyện Long Thành, Nhơn Trạch, Vĩnh Cửu và thành phố Biên Hòa). Và các bản trường ca, điệu hát, điệu múa, công chiêng của dân tộc Châu Mạ (Huyện Tân Phú); Đờn ca tài tử (Huyện Nhơn Trạch, thành phố Biên Hòa, Huyện Long Thành)...

Vào đầu năm 2019, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tỉnh đã phối hợp với VNPT Đồng Nai triển khai thực hiện Giải pháp DL thông minh cho Tỉnh, gồm: cổng thông tin DL tỉnh Đồng Nai tại địa chỉ <http://mydongnai.vn>, ứng dụng DL thông minh trên smartphone (Dongnai Tourism) và hệ thống quản lý lưu trú... nhằm đẩy mạnh công tác

quảng bá, xúc tiến DL tỉnh Đồng Nai qua mạng Internet, hình thành hệ sinh thái DL thông minh.

Bên cạnh đó, Đồng Nai còn là tỉnh có nguồn nhân lực trẻ và dồi dào có khả năng đào tạo phát triển trình độ chuyên môn cao. Số dân trong tuổi lao động trên địa bàn tỉnh hiện chiếm hơn 58,1% tổng số dân (khoảng 1,8/ 3,1 triệu người). Tốc độ tăng bình quân của lực lượng lao động trong những năm gần đây trên 5%/năm, gấp 3 lần so với tốc độ tăng dân số chung. Tỉnh có tới 32 khu công nghiệp đã thu hút một lượng lớn các doanh nghiệp trong và ngoài nước đến đầu tư, nên có nhu cầu rất lớn về các dịch vụ lưu trú ăn uống, phòng hội nghị, hội thảo...

Ngoài ra, Đồng Nai có vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên vô cùng thuận lợi, thời tiết chỉ có hai mùa nắng mưa, ít có thiên tai diễn biến bất thường. Hệ thống giao thông thuận lợi có tuyến đường sắt Bắc - Nam chạy qua, cảng biển, gần sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất. Trong tương lai phát triển, sân bay quốc tế Long Thành tạo điều kiện cho khách DL quốc tế tiếp cận trực tiếp với tỉnh Đồng Nai đầu tiên khi đến Việt Nam.

3. Những thách thức, khó khăn trong phát triển DLST tỉnh Đồng Nai

Sự thành công và khả năng cạnh tranh của một điểm DL phụ thuộc phần lớn vào sức mạnh và sự đa dạng của các yếu tố DL, đặc biệt là điểm đến được trình bày cho du khách. Mặc dù hoạt động DLST của tỉnh trong thời gian qua đã có nhiều tín hiệu tích cực song vẫn chưa khai thác tương xứng với tiềm năng vốn có. Nguyên nhân chủ yếu do:

Thứ nhất: Thiếu sự liên kết giữa các đơn vị trong việc kết nối phát triển các tuyến, điểm DL của tỉnh dẫn tới có nhiều điểm DL rất đông khách và ngược lại có những điểm cực kỳ thưa thớt khách tham quan. Bên cạnh đó, các công ty DL lữ hành trên địa bàn tỉnh chưa là cầu nối để kết nối, xây dựng được các chương trình DL, đưa du khách ở các địa phương khác về tỉnh. Sự phối hợp, liên kết ở các sở ban ngành liên quan trong công tác xúc tiến DL còn tồn tại nhiều hạn chế...

Thứ hai: Sản phẩm DL đơn điệu nghèo nàn chủ yếu dựa vào DL lễ hội hoặc thăm quan các di tích là chủ yếu, kết hợp với dịch vụ như ăn uống

và nghỉ dưỡng. Thiếu những sản phẩm DL và dịch vụ cao cấp, độc đáo có chất lượng và uy tín trên thị trường. Các điểm, khu DL trên địa bàn được xây dựng một cách rập khuôn và máy móc thiếu tính sáng tạo. Không khai thác các thế mạnh tự nhiên, văn hóa - xã hội cũng như quan hệ cung - cầu. Từ đó, dẫn đến bức tranh về DL của Đồng Nai trở nên manh mún, rời rạc, kém hiệu quả. Các sản phẩm làng nghề phục vụ DL chưa đặc sắc, ít độ tinh xảo, thiếu hấp dẫn, chưa có khả năng cạnh tranh trên thị trường. Các sản phẩm DLST khác phần lớn chưa đúng với bản chất của DLST, trong đó phổ biến là thiếu nội dung về “giáo dục môi trường”, “có sự đóng góp cho nỗ lực bảo tồn” và “có sự tham gia tích cực của cộng đồng”. Vì vậy, chưa xây dựng được ‘thương hiệu’ DLST của tỉnh.

Thứ ba: Muốn phát triển được loại hình DLST đòi hỏi phải có được đội ngũ nhân lực có chất lượng cao mới có đủ kiến thức và kỹ năng về ngoại ngữ, kinh tế, lịch sử, địa lý, văn hóa, xã hội... để phục vụ đối tượng khách có trình độ DL cao. Tuy nhiên, nguồn nhân lực này còn yếu và thiếu cả về số lượng và chất lượng. Theo thống kê của Sở Lao động Thương binh và Xã hội Đồng Nai, năm 2018 số nhân lực trực tiếp trong lĩnh vực DL của tỉnh là 5.586 người, trong đó chỉ có hơn 32% là được đào tạo bài bản. Hơn 70% doanh nghiệp ngành DL của tỉnh bị thiếu hụt trầm trọng các chuyên gia trong lĩnh vực DL và phải sử dụng lao động không đúng tầm trong một số vị trí quan trọng trong doanh nghiệp. Người thợ thủ công - những hướng dẫn viên tại làng nghề thì thiếu những kiến thức chung về văn hóa, về nghiệp vụ DL, ngoại ngữ cũng như khả năng giao tiếp với khách DL nên không giới thiệu, bán sản phẩm hiệu quả.

Thứ tư: Cơ sở hạ tầng để phát triển DLST tại Tỉnh còn rất nghèo nàn. Hệ thống giao thông vào các điểm du lịch vẫn chưa được đầu tư tốt nên các công ty lữ hành rất khó kết nối tạo thành các tour. Vì phần lớn các điểm di tích lịch sử, văn hóa có giá trị thường nằm trong khu dân cư đông đúc, đường giao thông chật hẹp, trong khi các dự án mở đường phục vụ cho phát triển DL chưa được triển khai nên gây khó khăn rất lớn cho việc quy hoạch, phát triển DL. Nút thắt lớn nhất hiện nay

vẫn là thiếu vốn, trong khi chưa có một cơ chế đủ mạnh khuyến khích các nhà đầu tư vào DL...

Thứ năm: Không có đủ kinh phí cho việc quản lý, tu bổ các điểm DL và bảo tồn các giá trị văn hóa. Có nhiều nơi thì khai thác tràn lan dẫn đến hư hỏng, xuống cấp, vấn đề đảm bảo môi trường bền vững đang là khâu yếu nhất. Các làng nghề truyền thống ngày càng mai một, chỉ còn hoạt động từng nhóm nhỏ chủ yếu duy trì dưới hình thức kinh tế hộ gia đình. Ngày càng nhiều người rời làng nghề để tìm những công việc khác có thu nhập cao hơn, dẫn đến việc số lượng người có tay nghề và gắn bó với nghề không nhiều... Các lễ hội vẫn tổ chức thường xuyên, nhưng quy mô nhỏ lại cất bỏ đi nhiều nghi lễ quan trọng, những nét đặc trưng văn hóa phi vật thể đã bị mai một dần.

Thứ sáu: Công tác xúc tiến quảng bá DL của Đồng Nai chưa được triển khai thực hiện trong chiến lược dài hạn. Qua nhiều năm phát triển, hình ảnh, nhận diện của DL Đồng Nai chưa được rõ ràng. Ví dụ, khi nói đến Bà Nà hills thì người ta hình dung ra Đà Nẵng... Còn nói về Đồng Nai, du khách thực sự chưa hình dung được nơi đây có sản phẩm đặc sắc gì. Bản thân một số người dân bản địa khi được hỏi về những điểm, khu DL tại Đồng Nai, có nhiều người còn không biết là ở đây có những sản phẩm SL như vậy. Bên cạnh đó, Đồng Nai lại nằm cạnh thành phố Hồ Chí Minh - trung tâm DL nổi tiếng và có sự chuyên môn hóa cao trong việc phát triển DLST từ trước đến nay nên chịu sự cạnh tranh mạnh mẽ, đòi hỏi sản phẩm DL của tỉnh phải có được tính độc đáo và mới lạ hơn mới thu hút được nhiều du khách.

4. Đề xuất khuyến nghị khai thác TNDLVN cho phát triển DLST Đồng Nai

Thứ nhất: Cần liên kết, phối hợp giữa các đơn vị trong tỉnh để phát triển DLST, bởi DL là ngành kinh tế tổng hợp và không ranh giới địa lý, nếu khai thác đúng lợi thế của mỗi điểm đến thì sẽ phát huy lợi thế và mở rộng thị trường cho nhau. Bên cạnh đó, cần phối hợp trong huy động vốn đầu tư phát triển DL từ các thành phần kinh tế, lập kế hoạch xây dựng kết cấu hạ tầng, nhất là hạ tầng giao thông, đòi hỏi thành phố Biên Hòa phải đóng vai trò trung tâm và đi trước một bước, làm cơ sở cho các địa phương khác phối hợp xây dựng

để đảm bảo nhất quán. Ngoài ra, để thu hút khách du lịch ở các địa phương khác tới, các công ty DL lữ hành trên địa bàn tỉnh phải là cầu nối để kết nối, xây dựng được các chương trình DL phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của du khách.

Thứ hai: Đầu tư xây dựng các sản phẩm DL độc đáo, có sức thu hút cao, ấn tượng, đa dạng ở từng địa phương và liên kết cả vùng để không bị trùng lặp như: Phát triển sản phẩm DLST cội nguồn; Khai thác sản phẩm DLST dọc sông Đồng Nai kết hợp tham quan các di tích. Bảo tồn và phát triển sản phẩm lễ hội DL, tín ngưỡng, văn hóa. Mỗi khu vực sản xuất trong các làng nghề nên có phòng trưng bày hoặc bảo tàng nhỏ để giới thiệu về sản phẩm và quá trình hình thành, phát triển của cộng đồng, sự thay đổi mẫu mã qua các giai đoạn, những câu chuyện xung quanh những sản phẩm đơn giản sẽ khéo gợi tính tò mò và tăng thêm phần giá trị.

Thứ ba: Để đào tạo đội ngũ nhân lực DL chất lượng cao phù hợp với yêu cầu nghề nghiệp. Tỉnh cần khẩn trương xây dựng được một hệ thống tiêu chuẩn cụ thể làm căn cứ để phát hiện, lựa chọn, đào tạo. Các cơ sở đào tạo cần tăng cường liên kết với doanh nghiệp trong công tác giảng dạy và tạo việc làm cho học sinh sinh viên khi tốt nghiệp. Tăng thời lượng học thực hành, đặc biệt chú trọng đào tạo kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng mềm cho người học. Với lực lượng nghệ nhân tại các làng nghề cần phải có chính sách sử dụng lao động và đãi ngộ thỏa đáng, tổ chức các khóa học bồi dưỡng các kiến thức về sản phẩm và lịch sử ngành nghề để họ sẵn sàng trả lời câu hỏi của du khách quan tâm. Chính những “hướng dẫn viên DL” - những người thợ - sẽ thích hợp nhất để dẫn dắt khách tham quan thông qua những hiểu biết sâu sắc của bản thân về nghề nghiệp và lịch sử làng quê.

Thứ tư: Huy động các nguồn vốn đầu tư hạ tầng DL của tỉnh cho các khu, điểm DL làm đòn bẩy thu hút vốn các thành phần kinh tế khác đầu tư vào sản phẩm DL, đặc biệt là nguồn vốn FDI. Nghiên cứu áp dụng giải pháp “đổi đất lấy hạ tầng” và đơn giản hóa các thủ tục thành lập doanh nghiệp, cấp giấy phép đầu tư, để mời gọi các doanh nghiệp vào đầu tư phát triển. Đưa ra những giải pháp linh động

tối đa các nguồn vốn, ban hành các quy định ưu đãi về đầu tư như: ưu tiên giải phóng mặt bằng, giảm giá cho thuê đất, miễn giảm các loại thuế trong một khoảng thời gian nhất định.

Thứ năm: Tăng cường công tác bảo tồn và tôn tạo các di tích văn hóa - lịch sử, các hạng mục đã bị xuống cấp và xây dựng các hạng mục đã bị phá hủy.

Đặc trưng cơ bản của TNDLNV là dễ bị tổn hại trước tác động của con người và thiên nhiên, khó khôi phục lại được giá trị ban đầu. Nên trước hết cần có ý thức bảo vệ các di tích văn hóa ở địa phương mình. Bên cạnh đó, các xã, phường cũng cần vận động khuyến khích nhân dân tham gia các cuộc liên hoan, hội diễn hướng vào chủ đề khai thác vốn dân ca, dân vũ địa phương tạo sự gắn kết hài hòa giữa hoạt động văn hóa hiện đại và truyền thống, triển khai có hiệu quả khẩu hiệu “Di sản nằm ngay trong tay thế hệ trẻ” của UNESCO, từ đó sẽ làm cho những giá trị văn hóa này được phục hồi và sống lại.

Thứ sáu: Tuyên truyền quảng cáo cho các TNDLNV trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Huy động vốn của các doanh nghiệp DL và vốn ngân sách của tỉnh cho công tác quảng cáo các sản phẩm DL đặc thù, bằng các loại hình, như: Xuất bản tờ rơi, sách mỏng, băng hình, truyền hình, triển lãm, hội chợ, quảng cáo trên mạng xã hội, củng cố thêm về hệ thống DL thông minh, ứng dụng Dong Nai Tourism và cổng thông tin điện tử của Tỉnh...

5. Kết luận

DL là ngành kinh tế có định hướng tài nguyên một cách rõ rệt, nói một cách khác DL không thể phát triển nếu thiếu tài nguyên DL. Việc bảo tồn các di sản văn hóa, đưa vào khai thác nguồn TNDLNV quý giá một cách hợp lý, không tận thu tài nguyên, gây xâm hại di tích đang là vấn đề quan trọng tỉnh Đồng Nai cần phải thực hiện đồng bộ để tháo gỡ những khó khăn hiện có, biến tiềm năng thành lợi thế. Đồng thời, trong quá trình khai thác nguồn TNDLNV này cần phải đi liền với việc giữ gìn, tôn tạo và hài hòa với lợi ích của các bên tham gia để đảm bảo môi trường sống của người dân địa phương và hoạt động DLST của tỉnh phát triển một cách bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Đăng Ninh (2016), “Đánh thức tiềm năng du lịch Đồng Nai”. *Tạp chí khoa học - Đại học Đồng Nai*, số 02-2016.
2. Phạm Thị Kiên (2019), “Một số giải pháp phát triển du lịch sinh thái bền vững tại tỉnh Đồng Nai trong giai đoạn hiện nay”, NXB Kinh tế - Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Nguyễn Văn Sáng (2019), “Phát triển du lịch Đồng Nai nhìn từ khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng”. NXB Kinh tế - Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch Đồng Nai, “Báo cáo tổng kết từ năm 2010 đến 2018”.
5. Phạm Thị Kiên (2019), “Một số giải pháp nhằm phát triển du lịch sinh thái bền vững tại tỉnh Đồng Nai trong giai đoạn hiện nay”, NXB Kinh tế - Thành phố Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 20/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/2/2020

Thông tin tác giả:

TRẦN THU HƯƠNG

Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

EXPLOITING HUMAN TOURISM RESOURCES FOR ECOLOGICAL TOURISM DEVELOPMENT IN DONG NAI PROVINCE

● **TRAN THU HUONG**

University of Technology of Dong Nai

ABSTRACT:

Dong Nai is considered as the major economic and cultural center of Vietnam with its history of over 300 years. The province also owns many valuable tangible and intangible human resources that have existed so far. Besides, transportation system and human resources are regarded as provincial strengths for sustainably developing types of ecotourism in local. However, current facts show that the exploitation ecotourism in Dong Nai province has not yet achieved economic effectiveness as expected. This study analyses the achieved results of Dong Nai province's tourism industry in recent years, particularly ecotourism. In addition, the study provides some suggestions for the provincial ecotourism development with the aim of exploiting effectively local tourism resources.

Keywords: Ecotourism, humanistic tourism resources, Dong Nai Province.

TÁC ĐỘNG CỦA PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP ĐẾN CÁC VẤN ĐỀ XÃ HỘI Ở VÙNG KINH TẾ TRỌNG ĐIỂM BẮC BỘ VIỆT NAM

● VŨ CẢNH LÂM - TÔ HIẾN THÀ - TRỊNH XUÂN VIỆT

TÓM TẮT:

Trong những năm qua, với vai trò là vùng kinh tế động lực của toàn miền Bắc Việt Nam, công nghiệp của vùng kinh tế trọng điểm (KTTĐ) Bắc Bộ đã có những bước phát triển đáng ghi nhận, tác động tích cực đến giải quyết các vấn đề xã hội trong vùng. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, phát triển công nghiệp ở vùng KTTĐ Bắc Bộ vẫn còn nhiều hạn chế xét về khía cạnh bền vững về xã hội. Bài viết làm rõ thực trạng tác động của phát triển công nghiệp đến các vấn đề xã hội ở vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và khuyến nghị giải pháp cho những năm tới.

Từ khóa: Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, phát triển công nghiệp, vấn đề xã hội.

1. Đặt vấn đề

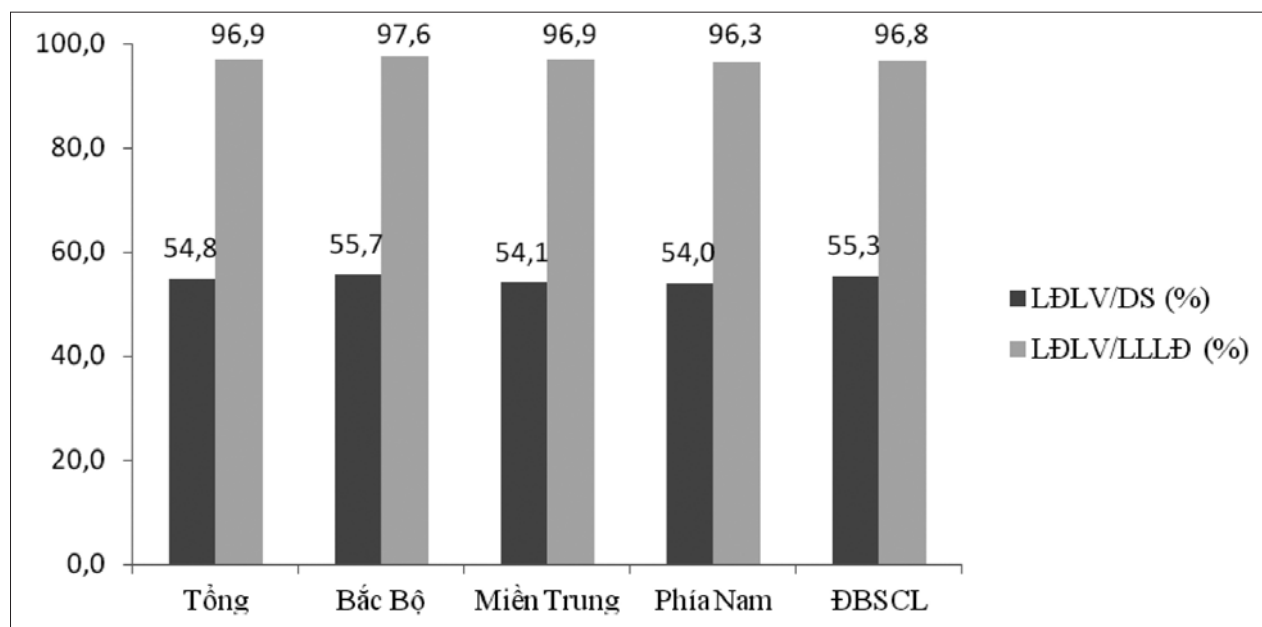
Phát triển kinh tế, trong đó phát triển công nghiệp giữ vai trò nòng cốt đang là vấn đề được nhiều quốc gia hướng đến. Một nền công nghiệp phát triển bền vững đòi hỏi công nghiệp không những đảm bảo được tốc độ và chất lượng tăng trưởng cao và ổn định mà còn phải đảm bảo sự hài hòa giữa ba mặt của phát triển bền vững: bền vững về kinh tế, bền vững về xã hội và bền vững về môi trường. Với vai trò là vùng kinh tế động lực của toàn miền Bắc Việt Nam, trong những năm qua, công nghiệp của vùng kinh tế trọng điểm (KTTĐ) Bắc Bộ đã có những bước phát triển đáng ghi nhận, bước đầu đảm bảo được tính bền vững về mặt xã hội trong phát triển công nghiệp. Phát triển công nghiệp đã tạo thêm nhiều việc làm, thúc đẩy quá trình dịch chuyển lao động từ nông nghiệp sang công nghiệp, góp phần tăng

thu nhập, nâng cao đời sống vật chất cho người lao động cũng như góp phần xoá đói giảm nghèo ở vùng nông thôn trong các địa phương vùng KTTĐ Bắc Bộ.

2. Thực trạng

Vùng KTTĐ Bắc Bộ Việt Nam có quy mô dân số đứng thứ 2 trong số bốn vùng KTTĐ của cả nước, với khoảng hơn 15,5 triệu người năm 2019. Đây là vùng có mật độ dân số rất cao, lên tới 933 người/km². Trong bối cảnh diện tích đất nông nghiệp ở nông thôn ngày càng giảm thì đây là một thách thức lớn đối với các địa phương trong vùng. Mặc dù vậy, với nỗ lực giải quyết việc làm thông qua đẩy mạnh phát triển công nghiệp, tỷ lệ lao động đang làm việc so với dân số cũng như so với lực lượng lao động của vùng KTTĐ Bắc Bộ vẫn đạt được cao trong giai đoạn 2016-2018, đứng đầu trong 4 vùng KTTĐ của cả nước. (Hình 1)

Hình 1: Tỷ lệ lao động đang làm việc so dân số và lực lượng lao động của các vùng KTTĐ trên cả nước năm 2018



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Sự phát triển công nghiệp những năm qua trong vùng KTTĐ Bắc Bộ đã giải quyết được một khối lượng lớn việc làm, giảm tỷ lệ thất nghiệp, góp phần quan trọng trong việc chuyển dịch cơ cấu lao động cũng như thu hút lao động từ nông nghiệp, nông thôn trong quá trình công nghiệp hóa. Năm 2014, lao động trong công nghiệp là 1832 nghìn người; đến năm 2019, con số này đã tăng đến 2939 nghìn người. Tốc độ tăng lao động trong công nghiệp của vùng đạt 25,2% năm giai đoạn 2014-2019.

Tốc độ tăng trưởng lao động công nghiệp cao đã kéo theo sự chuyển dịch cơ cấu lao động toàn vùng theo hướng giảm tương đối tỷ trọng lao động trong các lĩnh vực nông nghiệp; tăng tỷ trọng lao động trong các lĩnh vực công nghiệp và dịch vụ. Tỷ trọng lao động trong nông nghiệp của vùng từ chỗ chiếm 50,8% năm 2014 đã giảm xuống 32,8% năm 2019. Cùng với đó, tỷ trọng lao động công nghiệp và dịch vụ cũng tăng lên tương ứng là 31,2% và 39,7%.

Như vậy, có thể thấy quy mô tạo việc làm ở vùng KTTĐ Bắc Bộ rất lớn. Sự gia tăng nhanh các doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất kinh doanh

cũng như sự phát triển mạnh mẽ của các khu công nghiệp (KCN) và các ngành công nghiệp mũi nhọn đã thu hút một lực lượng lớn lao động, trong đó có nhiều lao động nông thôn, đồng thời nhu cầu về lao động nhiều lĩnh vực nhất là lao động kỹ thuật có xu hướng ngày một tăng. Tỷ lệ tạo công ăn việc làm/1 ha đất công nghiệp đã cho thuê trong các KCN vùng KTTĐ Bắc Bộ là 83 lao động/ha, cao hơn mức trung bình của cả nước là 77 lao động/ha gần bằng vùng KTTĐ phía Nam.

Tính từ năm 2003 đến nay, Chính phủ Việt Nam đã hàng chục lần điều chỉnh mức lương tối thiểu. Theo Khoản 2, Điều 3, Nghị định số 72/2018/NĐ-CP, từ ngày 01/07/2018 đến 30/06/2019, lương cơ sở là 1.390.000 VNĐ/tháng. Căn cứ vào Khoản 8, Điều 4, Nghị quyết số: 70/2018/QH14 ban hành ngày 09/11/2018, mức lương cơ sở được điều chỉnh lên 1.490.000 VNĐ/tháng. Thời gian áp dụng bắt đầu từ ngày 01/07/2019. Theo kết quả khảo sát “Tiền lương, thu nhập và mức sống tối thiểu của người lao động trong các doanh nghiệp” cho thấy, tiền lương cơ bản của người lao động trong các doanh nghiệp công nghiệp vùng KTTĐ Bắc Bộ trung

bình là 5,43 triệu đồng/tháng. Tiền lương thực nhận của người lao động là 5,86 triệu đồng/tháng, cao hơn mức lương cơ bản từ 10 - 20%. Lao động có mức lương cao nhất trong các lĩnh vực được khảo sát là lao động làm ở các ngành nghề giao thông, xây dựng với 6,53 triệu đồng/tháng, thấp nhất là giày da, chỉ có 4,58 triệu đồng/tháng. Xét về tổng thu nhập của người lao động (gồm các khoản làm thêm giờ, phụ cấp, trợ cấp, thưởng, hỗ trợ đi lại, hỗ trợ nhà ở...) và chưa bao gồm tiền ăn giữa ca, mức trung bình là 5,62 triệu đồng/tháng. Mức thu nhập trên của công nhân là một bước tiến bộ không nhỏ trong lộ trình cải cách tiền lương của đất nước, góp phần từng bước nâng cao đời sống của công nhân công nghiệp cả nước nói chung và của vùng KTTĐ Bắc Bộ nói riêng.

3. Một số hạn chế

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, phát triển công nghiệp ở vùng KTTĐ Bắc Bộ thời gian qua vẫn còn nhiều hạn chế xét về khía cạnh bền vững về xã hội. Sự chuyển dịch cơ cấu lao động của vùng KTTĐ Bắc Bộ trong thời gian qua còn chậm; tỷ lệ thất nghiệp ở nông thôn do người dân mất đất để phát triển công nghiệp còn lớn; thu nhập bình quân, đời sống vật chất và tinh thần của người lao động trong các khu công nghiệp còn thấp và nghèo nàn.

Mặc dù trong giai đoạn 2016-2009, vùng KTTĐ Bắc Bộ có tốc độ tăng trưởng lao động trong công nghiệp cao, tuy nhiên lao động vẫn tập trung chủ yếu trong nông nghiệp với 32,8% năm 2019. Công nghiệp trong vùng chỉ chiếm chưa đến 30% lực lượng lao động, trong khi đó, tỷ lệ lao động trong công nghiệp của vùng KTTĐ phía Nam chiếm 32,6%. Đặc biệt, giai đoạn 2015-2019 là thời kỳ phát triển rất mạnh của các KCN ở rất nhiều địa phương thuộc vùng KTTĐ Bắc Bộ, nhất là Vĩnh Phúc, Hải Dương, Quảng Ninh, Bắc Ninh và Hà Nội, nhưng sự phát triển của lao động trong khu vực công nghiệp chưa thực sự tạo ra ấn tượng cho bức tranh di chuyển lao động của vùng. Xét trong nội bộ ngành công nghiệp, lao động trong vùng KTTĐ Bắc Bộ tập trung rất đông vào lĩnh vực công nghiệp chế biến, đặc biệt là các ngành như Dệt may, Da

giày, Chế biến gỗ, Chế biến thực phẩm - đồ uống, số lao động tập trung trong các ngành này luôn chiếm khoảng 54% tổng lao động công nghiệp của vùng. Trong khi đó, chỉ có 10% lao động của vùng làm việc trong những ngành sản xuất thiết bị điện, điện tử, vi tính.

Theo Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, một ha đất nông nghiệp giải quyết việc làm cho 13 - 15 lao động và mỗi hộ bị thu hồi đất để xây dựng khu công nghiệp sẽ có 1,5 người thất nghiệp. Như vậy, việc lấy đất phát triển các khu công nghiệp của vùng hiện nay đang gây ra tình trạng thất nghiệp lớn ở nông thôn. Nguyên nhân là do KCN yêu cầu lao động có kỹ thuật, có tay nghề, trong khi nông dân và con em họ lại chưa được đào tạo nghề. Do đó, việc đào tạo, tuyển dụng người dân vào làm việc trong các KCN cũng gặp nhiều khó khăn. Tại các tỉnh, thành phố Hà Nội, Hải Phòng, Bắc Ninh, có 73,75% số người bị thu hồi đất không có trình độ chuyên môn. Trong đó, số người được đào tạo tay nghề sau khi bị thu hồi đất chỉ chiếm 0,22%. Trong đó, Nhà nước đào tạo 0,03%; đơn vị nhận đất đào tạo 0,03%; gia đình tự đào tạo 0,16%. Tỷ lệ thất nghiệp trước và sau khi thu hồi đất tăng từ 5,22% lên 9,1%; làm thuê, xe ôm tăng từ 4,76% lên 8,4%; buôn bán tăng từ 10,88% lên 13,6% và số người bị thu hồi đất được nhận vào làm trong các khu công nghiệp chỉ có 2,79%.

Tuy mức lương tối thiểu tăng liên tục trong thời gian qua nhưng với tình hình kinh tế hiện nay, thì mức lương tối thiểu chưa đáp ứng được cuộc sống tối thiểu của người lao động. Theo tính toán của nhiều nhà nghiên cứu, mức chi tiêu cho cuộc sống hàng ngày của một lao động độc thân khoảng 2,058 triệu đồng/tháng, còn lao động nuôi con nhỏ khoảng 3,49 triệu đồng/tháng. Tiếp cận bằng cách khác cũng cho kết quả tương tự: tiền lương tối thiểu theo vùng chỉ mới đáp ứng được 40 - 60% mức chi tiêu của người lao động. Trong giai đoạn các loại chi phí sinh hoạt tăng cao như hiện nay, mức thu nhập trung bình là 2,43 triệu đồng/tháng chỉ mới đáp ứng được nhu cầu cơ bản về đời sống của người lao động, nhất là với lao động là người nơi khác đến và phải thuê nhà trọ.

Theo khảo sát chuyên sâu về cuộc sống của công nhân may ở Việt Nam do Tổ chức Oxfarm và Viện Công nhân - Công đoàn tổ chức năm 2018, có tới 99% người lao động có mức lương thấp hơn mức lương đủ sống của Sàn lương châu Á; và 74% có mức lương thấp hơn mức lương đủ sống của Liên minh Lương đủ sống Toàn cầu.

Vì lương không đủ sống, 37% công nhân được phỏng vấn cho biết họ luôn ở trong tình trạng vay nợ từ bạn bè, người thân hay hàng xóm, để bù đắp thiếu hụt chi tiêu trong tháng; 28% công nhân nói rằng tiền lương không đủ để đảm bảo chi tiêu ăn uống cho gia đình trong cả tháng. Trong số này, 50% cho biết họ phải vay tiền để mua thức ăn; và 6% cho biết vào cuối tháng, họ chỉ ăn cơm chan canh suông.

Bên cạnh đó, đời sống vật chất và tinh thần của người lao động trong các khu công nghiệp ở vùng KTTĐ Bắc Bộ Việt Nam còn khá thấp và nghèo nàn. Đa số lao động trẻ trong các khu công nghiệp phải đi thuê nhà trọ, thiếu thời gian và các địa điểm vui chơi giải trí.

Những khó khăn, thiếu thốn trên chính là một nguyên nhân quan trọng khiến khá nhiều lao động sau một thời gian làm việc trong các KCN trong vùng đã trở về nơi cư trú hoặc về gần nhà làm việc để đổi lấy một điều kiện ăn ở tốt hơn. Điều này khiến các doanh nghiệp công nghiệp bị

xáo trộn nhiều về lao động và tăng chi phí đào tạo, tuyển dụng lao động mới, gây khó khăn cho hoạt động sản xuất, đe dọa tính bền vững về xã hội ở trong phát triển công nghiệp của toàn vùng KTTĐ Bắc Bộ.

4. Đề xuất một số giải pháp

Trước yêu cầu phải phát triển công nghiệp, làm tiền đề phát triển bền vững toàn vùng KTTĐ Bắc Bộ, thực trạng phát triển công nghiệp trong những năm qua đòi hỏi cần nhanh chóng có các giải pháp cho các vấn đề xã hội liên quan đến phát triển công nghiệp trong vùng, đảm bảo sự tác động lan toả tích cực của phát triển công nghiệp đến việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của công nhân công nghiệp, tạo nhiều công ăn việc làm và giảm thất nghiệp cho lao động trong vùng. Thực tế phát triển công nghiệp ở nhiều nước đã cho thấy, khi các vấn đề xã hội trong công nghiệp, nhất là vấn đề việc làm, đời sống vật chất và tinh thần của công nhân không được đảm bảo sẽ nhanh chóng trở thành rào cản, phá vỡ sự ổn định, bền vững trong phát triển công nghiệp. Vấn đề phát triển công nghiệp gắn với giải quyết các vấn đề xã hội trong vùng KTTĐ Bắc Bộ cũng được đặt ra trong điều kiện Đảng và Nhà nước Việt Nam luôn xác định mỗi bước tăng trưởng kinh tế phải đi kèm với việc thực hiện với tiến bộ và công bằng xã hội ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Kế hoạch, đầu tư, 2011, Báo cáo Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng KTTĐ Bắc Bộ đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, Hà Nội.
2. Nguyễn Bình Giang (2012), Tác động xã hội vùng của các khu công nghiệp Việt Nam, NXb Khoa học xã hội, Hà Nội.
3. Nguyễn Văn Nam, Ngô Thắng Lợi, 2010, Chính sách phát triển bền vững các vùng kinh tế trọng điểm ở Việt Nam, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
4. Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê (2000-2011), Nxb Thống kê, Hà Nội.
5. Tô Hiến Thành (2014), Phát triển công nghiệp vùng KTTĐ Bắc Bộ Việt Nam theo hướng bền vững, Luận án tiến sĩ Kinh tế, HVCT.
6. <http://www.izabacninh.gov.vn>. Vũ Đức Quyết (12/11/2010). “Lao động và công tác đào tạo nghề tại các khu công nghiệp Bắc Ninh”. Khu công nghiệp Bắc Ninh.

Ngày nhận bài: 19/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/2/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. VŨ CẢNH LÂM

Trường Đại học Kỹ thuật Lê Quý Đôn

2. TS. TÔ HIẾN THÀ

Trường Đại học Kỹ thuật Lê Quý Đôn

3. TS. TRỊNH XUÂN VIỆT

Học viện Chính trị Hồ Chí Minh

THE IMPACT OF INDUSTRIAL DEVELOPMENT ON SOCIAL ISSUES IN THE NORTHERN KEY ECONOMIC REGION

● Master. **VU CANH LAM**

Military Technical Academy

● Ph.D **TO HIEN THA**

Military Technical Academy

● Ph.D **TRINH XUAN VIET**

Ho Chi Minh National Academy of Politics

ABSTRACT:

In the recent years, the industry sector of Northern Vietnam key economic region, which is considered the dynamic economic engine of Northern Vietnam, has made remarkable progress and positively affected social issues in the region. However, besides the achieved results, the industrial development in the Northern key economic region still has many limitations in terms of social sustainability. This paper clarifies the current situation of the impact of industrial development on social issues in the Northern key economic region and recommends solutions to this situation.

Keywords: Key economic region, Northern Vietnam, industrial development, social issues.

REVIEWING FACTORS AFFECTING CONSUMERS' TRUST IN E-COMMERCE: A UNIFIED MODEL

● NGUYEN THI MAI ANH - PHAM THI THANH HUONG

ABSTRACT:

Prior researches have found that trust plays a significant role in shaping purchase intentions of a consumer (Oliveira, et al., 2017). Based on an extensive review of literature, this study explored main factors affecting the trust of consumers when they do online shopping. Nine constructs of three dimensions were identified as factors affecting to the consumers' overall trust after intensively reviewing related literature. Given the dimensions and sources of trust, a research model for developing consumers' trust in e-commerce is suggested. This study makes a contribution to the development of a theoretical understanding of consumers' trust in e-commerce. The concepts presented in this study can be used to carry out further empirical research and also be used by managers to improve their customers' trust.

Keywords: E-commerce, online shopping, trust, Vietnam.

1. Introduction

In recent year, thanks to the rapid expansion of internet and the development of various quick and easy online payment methods, e-commerce has emerged as a new shopping channel which could rival and even replace some sections of the long-existed mortar and brick stores. Via e-commerce, consumers are able to access larger selection of product and service, sometimes even at better price because the cost for physical store can be avoided in case of online shop. Another advantage that make e-commerce popular is that it grants users the ability to shop whenever and wherever they want.

E-commerce is the sale of products and services over the Internet. Since the transactions take place without personal contact, consumers are generally concerned of the legitimacy of the vendor and authenticity of the product or service.

Consequently, consumer trust in the Internet vendor is an issue of major concern. A majority of consumer use the internet to browse for information concerning their future purchase item on Internet shopping websites; however, only a small number of them actually buy that item online (Chen & Barnes, 2007; Johnson, 2007). Lack of trust has been cited as the primary hindrance to e-commerce in numerous past research (Chen & Barnes, 2007 and Lee & Turban, 2001). The intention to purchase online of shoppers is considerably influenced by the degree of trust they have on the e-vendors (Kim et al., 2008). Grabner-Kräuter (2002) highlighted the significance of trust in e-commerce's growth in the long run. Hence, it is important that Internet vendors fully understand how customer perceive their trust in e-commerce in order to build and win customer trust so as to survive and realize financial success.

This study is going to undertake an extensive review of the existing literature to identify dimensions of the trust construct, major sources of consumer trust formation, and propose causal relationships between trust dimensions and overall online trust. The paper makes two contributions to studies on trust. First, it establishes a conceptual basis for undertaking empirical work on consumer trust in E-commerce. Second, it proposes theoretically sound relationships between various attributes, which can help Internet vendors to consider issues for forging trustworthy relationships.

2. Trust and sources of trust

2.1. Trust

Interpreting dimensions of a construct is to understand the meaning of the concept. This helps in exactly delineate what is included and what is excluded from its domain. An examination of trust-related literature reveals that in spite of significant interest in researching trust issues, there is no universally accepted scholarly definition of trust. For example, in psychology, Rotter (1967) defined that interpersonal trust is expectancy held by an individual or a group that the word, promise, verbal or written statement of another individual or group can be relied upon. In management theory, Sitkin and Roth (1993) define trust as one's belief and expectation about the likelihood of having a desirable action performed by the trustee. Cummings and Bromiley (1996), Ring and van de Ven (1992), and Sabel (1993) defined trust as one's assessment of others' goodwill and reliability. Larzerele and Huston (1980) contended that trust is a behavioral intention, which reflects the dependence on a partner. It is a strong belief in the fact that the other can be relied upon, is straightforward, benevolent, and honest.

Although there is significant diversity in the definitions, Rousseau et al. (1998) extracted common themes in the different conceptual definitions of trust to suggest that trust is a "psychological state comprising the intention to accept vulnerability based upon positive expectations of the intentions or behavior of another under conditions of risk and interdependence". There are several important

issues in this definition that are worthy of being emphasized. First, trust is a psychological state that researchers in different disciplines interpret in terms of beliefs, confidence, positive expectations, or perceived probabilities. Second, trust is not a behavior (e.g., cooperation), or a choice (e.g., taking a risk), but an underlying psychological condition that can cause or result from such actions. Third, trust has positive outcomes. Fourth, trust is developed under specific conditions – risk and interdependence. Trust under conditions of risk suggests that a person who trusts assesses the vulnerability and uncertainty of whether the other party intends to and will act appropriately. Trust would not be needed if actions could be undertaken with complete certainty and no risk, and the one who trusts is not in a vulnerable position.

Although Rousseau et al.'s (1998) conception of trust has been well received by many authors, there are others who have argued that this definition is too abstract to be useful for conceptual or empirical work and called for specifying the domain and connotative meaning of the trust construct in the context of a certain discipline. This inherited nature in most definitions of trust has resulted in two streams of insight: one group of scholars insist that trust construct be measured by one single dimension, such as reliability (Selnes, 1998), or motivation (Anderson and Narus, 1990), while the other group of scholars contend that the trust construct is multi-dimensional. For instance, Ganesan and Hess (1997) proposed two dimensions of trust: credibility, the main partner's intention and ability to keep promises; and benevolence, evidence of genuine concern for the partner through sacrifices that exceed a purely egocentric profit motive. These authors also provide empirical support for the discriminant validity of these trust dimensions. Barber (1983) proposed that trust expectations likely include evaluations of (1) technically competent role performance (e.g, by the service provide), and (2) carrying out obligations and responsibilities by placing others' (e.g., consumers) interest before their own. Other researchers proposing dimensions of trust include Morgan and Hunt (1994) who

suggest trust to be composed of reliability and integrity and Zaheer et al. (1998) who consider trust being formed through reliability, honesty, and predictability. Clearly trust is a multidimensional construct.

The nature of e-commerce does not include face-to-face interaction. This prevents consumers from assessing the trustworthiness of an e-vendor which can be done with ease in a direct interaction. Hence, trust is even more crucial in the e-commerce context (Reichheld & Scheffer 2000). Prior research suggests that consumers generally avoid buying from the online shop they perceived as untrustworthy (Reichheld & Scheffer 2000).

2.2. Sources of trust

According to Kooli et al (2014), components of online trust can be divided into three big groups based on its sources. They are personal based trust, cognitive-based trust, and institutional based trust groups. Three factors belong to personal based trust are e-vendors' competence, integrity, and benevolence. Similarly, situation normality, assurance, and website quality are the name of three dimensions in cognitive-based trust group. Lastly, an institutional based trust includes reputation, cost/benefit calculation, and predictability (Kooli et al (2014), Corritore et al (2005)).

Personal based trust

Competence, integrity, and benevolence have been identified as three trusting beliefs that form the trust factors in online shopping by various past research (McKnight et al, 2002; Chen & Dhillon, 2003; Palvia, 2009; Oliveira et al, 2017). When consumers perceive a company as competent in a specific area, that company should be able to smoothly operate in the said department (Lu, Zhao & Wang, 2010). Competence refers to the ability of an e-vendor to deliver products and services at the desired quality for customers (Wang & Emurian, 2005), handle the transaction and fulfill its promises made to clients (Chen & Dhillon, 2003). Integrity is a trusting belief concerning vendors' attitude towards consumers while doing business. Companies achieve integrity when they prove to act consistent, truthful and genuine when treating consumers (Chen & Dhillon, 2003).

Oliveira et al (2017) further explained that integrity is when internet suppliers keep their promises and commitments and do not overcharge consumers. In short, an e-vendor with integrity should follow its predetermined set of rules and promises. Many factors form benevolence characteristic of an online shop, namely attention, empathy, belief and acceptance (Kim et al, 2005). Lu, Zhao & Wang (2010) define benevolence as the dedication of companies (trustees) in caring and doing good deeds for its consumers (trustors). The situation at which internet vendors place consumers' interest higher than their own interest, try to improve customers' satisfaction rather than merely aim at maximizing profit is the description of benevolence by Öztüren, 2013). (2013). Consumers decide whether an online supplier is trustworthy or not via their perception of its competence, integrity, and benevolence (McKnight et al, 2002; Oliveira et al, 2017).

Cognitive based trust

Cognitive based trust is built through people use of their common knowledge - own mind or asking relatives or friends- when they want to purchase online a particular product. Cognition-based trust is a moderator in the relationship between cognitive conflict and decision outcomes. It arises from first impression rather than experiential personal interactions. Based on this first impression, Li et al. (2008), and McKnight et al. (2002) and Jarvenpa et al. (1999) emphasised reputation of web vendor as being an antecedent factor of cognitive based.

Reputation is an element that affects trust directly (Anderson & Weitz, 1989; Doney & Cannon, 1997; Grazioli & Jarvenpaa, 2000). The reputation of companies is gained by caring and acting truthful towards their consumers (Doney & Cannon, 1997) According to Jarvenpaa & Tractinsky (1999), consumers are more likely to trust a company with good reputation. Gefen (2000) implied that people are going to use reputation to base their trust in a company in case they do not have enough information and experience with it.

Doney et al. (1991) added calculative or cost and benefit calculation dimensions as an

antecedent of cognitive based trust. Furthermore, Shapirro et al. (1992) stated that calculative based trust is driven by economic principles, when people shaped by their rational assessment of the cost and benefits of another party cheating or cooperating in the relationship. Moreover, people tend to trust when the trustee is thought to have nothing to gain, or the cost overwhelms the benefit, from being untrustworthy (Shapiro et al., 1992). Paul and McDaniel (2004) evaluated calculative trust in an initial interpersonal trust context and argued that as long as the trustor is vulnerable to the non-performance of the trustee, calculative trust is effective.

It is believed predictability has contribution to consumers' evaluation regarding e-vendors' trustworthiness (Salam et al, 2005; Öztüren, 2013). Tan & Sutherland (2004) clarified that predictability is the confidence of online shoppers in the consistency of online vendors. At first glance, predictability and integrity seem similar; however, predictability is towards the belief of consumers that e-vendors will act consistently and fulfill their guarantee.

Institutional based trust

Bachmann and Inkpen (2011) claimed that institutions can be an important and efficient facilitator of trust that develop through legal provision, corporate reputation, certification exchange partners and community norms, structures and procedures. Mcknight et al. (2003, p. 339) defined Institutional based trust as “the belief that needed structural conditions are present (e.g., in the Internet) to enhance the probability of achieving a successful outcome in an endeavor like e-commerce”. According to Mcknight et al. (2003) there are two dimensions of institution trust based which are: structural assurance and situational normality. Assurance is a factor that improves consumers' trust and confidence in the companies (Runyan & Smith, 2008). Zucker (1986) stated that by utilizing the assurance system through guarantees, regulations, legal documents and other procedures, consumers feel safer and more secure when dealing with companies. Additionally, clients calculate the cost and benefit the other party gain before placing their trust in

another party (Shapiro et al, 1992). In an economic exchange, people only participate in the deal only if the outcome is satisfactory to them; specifically, when the expected gain surpasses the expected cost (Blau, 1964). Trust is also driven by situational factors (Hagen & Chloe 1998). In regard to e-commerce, if the users believe that the situation, they face is a typical or favorable consequence to them, they are likely to trust online environment (Mcknight et al, 2002).

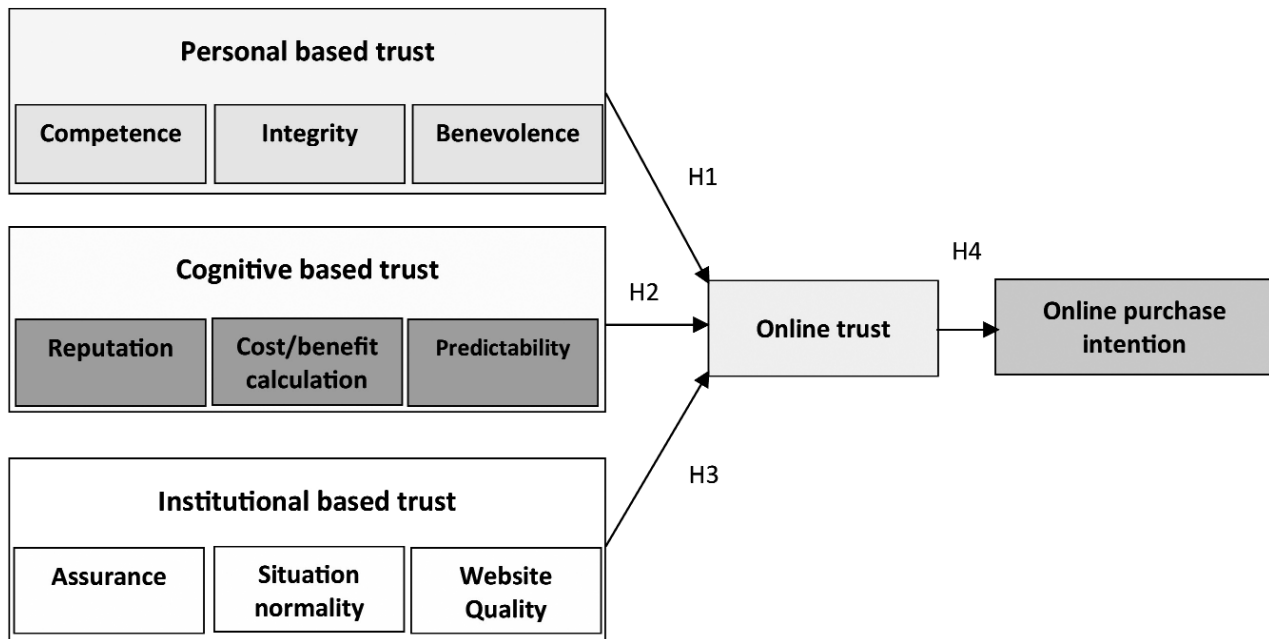
According to Corbitt et al. (2003); McKnight et al, (2002), the quality of the website influence consumers' trusts on internet vendors. In e-commerce, the website is the replacement of salesperson created by vendors. A well-presented website enhances users' experience and perception of the e-vendor. Users later use the experience they gain from using the website to assume the nature and trustworthiness of companies (Koufaris & Hampton-Sosa, 2002). There is a number of factors that build up the quality of website including navigation function (Cheskin/Sapient, 1999), visual design (Kim and Moon, 1998) and overall appearance of the website (Belanger et al, 2002; Kim and Stoel, 2004). In short, a well-designed website can assist e-vendors in building trust and relationship with consumers.

3. Findings from literature

As suggested in the literature overall trust of a consumer in an Internet vendor is determined along three main dimensions (personal based trust; cognitive based trust and institutional based trust) including nine constructs: competence, integrity, benevolence, reputation, assurance, cost/ benefit calculation, sit normality, website quality and predictability. These nine constructs are expected to be the driven factors to consumers' overall trust on internet vendors. Detailed description of the constructs has been presented in previous sections.

Furthermore, a lot of past research had proved that there is a positive relationship between overall trust of consumers on e-vendors and their intention to purchase online (Gefen, 2000; Jarvenpaa et al, 2000; Lim et al, 2006; McKnight et al; 2002). It is concluded that trust can shape the willingness to purchase online of shoppers; the more an e-vendor

Figure 1: Factors affecting online trust



is perceived as trustworthy, the more consumers are likely to purchase at that e-vendor (Jarvenpaa et al, 2000).

It is therefore authors propose the relationships between these constructs in the figure 1. This could be seen as a research model for further empirical study in this field.

4. Conclusions

This paper has identified three main dimensions of trust making from nine constructs. It has been argued that overall consumer trust for an Internet vendor can be built by focusing on each of these constructs. In a final synthesis a research

model for developing consumer trust is presented.

The concepts presented in this paper will surely benefit both academics and practitioners. For the academics, the paper sketches out a theoretical and a conceptual map of the literature on consumer trust as it relates to E-commerce. Opportunities exist to empirically test the propositions presented in the paper and develop measure of consumer trust in E-commerce. For the practitioners, the trust dimensions and sources of trust, organized in a research model, serve as an evaluative framework to assess current emphasis and identify opportunities for improvement ■

REFERENCES:

1. Anderson, E. and Weitz, B., 1989. Determinants of continuity in conventional industrial channel dyads. *Marketing science*, 8(4), pp.310-323.
2. Belanger, F., Hiller, J.S. and Smith, W.J., 2002. Trustworthiness in electronic commerce: the role of privacy, security, and site attributes. *The journal of strategic Information Systems*, 11(3-4), pp.245-270.
3. Blau, H., 1964. *The Impossible Theater: A Manifesto*. Macmillan.
4. Chen, S.C. and Dhillon, G.S., 2003. Interpreting dimensions of consumer trust in e-commerce. *Information technology and management*, 4(2-3), pp.303-318.
5. Chen, Y.H. and Barnes, S., 2007. Initial trust and online buyer behaviour. *Industrial management & data systems*, 107(1), pp.21-36.

6. Cheskin Research and Studio Archetype/Sapient (1999) Ecommerce Trust Study. <<http://www.sapient.com/cheskin> accessed 5/9/2000>
7. Corbitt, B.J., Thanasankit, T. and Yi, H., 2003. Trust and e-commerce: a study of consumer perceptions. *Electronic commerce research and applications*, 2(3), pp.203-215.
8. Corritore, C.L., Marble, R.P., Wiedenbeck, S., Kracher, B. and Chandran, A., 2005. Measuring online trust of websites: Credibility, perceived ease of use, and risk. *AMCIS 2005 Proceedings*, p.370.
9. Doney, P.M. and Cannon, J.P., 1997. An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *the Journal of Marketing*, pp.35-51.
10. Gefen, D., 2000. E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), pp.725-737.
11. Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W., 2003. Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS quarterly*, 27(1), pp.51-90.
12. Grabner-Kräuter, Sonja (2002), 'The Role of Consumers Trust in Online Shopping', *Journal Business Ethics*, 39, 43-50.
13. Grazioli, S. and Jarvenpaa, S.L., 2000. Perils of Internet fraud: An empirical investigation of deception and trust with experienced Internet consumers. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics-Part A: Systems and Humans*, 30(4), pp.395-410.
14. Hagen, J.M. and Choe, S., 1998. Trust in Japanese interfirm relations: Institutional sanctions matter. *Academy of management Review*, 23(3), pp.589-600.
15. Jarvenpaa, S.L., Tractinsky, N. and Saarinen, L., 1999. Consumer trust in an Internet store: A cross-cultural validation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(2), pp.526.
16. Jarvenpaa, S.L., Tractinsky, N. and Vitale, M., 2000. Consumer trust in an Internet store. *Information technology and management*, 1(1-2), pp.45-71.
17. Johnson, D.S., 2007. Achieving customer value from electronic channels through identity commitment, calculative commitment, and trust in technology. *Journal of interactive marketing*, 21(4), pp.2-22.
18. Kim, D.J., Ferrin, D.L. and Rao, H.R., 2008. A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision support systems*, 44(2), pp.544-564.
19. Kim, J. and Moon, J.Y., 1998. Designing towards emotional usability in customer interfaces-trustworthiness of cyber-banking system interfaces. *Interacting with computers*, 10(1), pp.1-29.
20. Kim, S. and Stoel, L., 2004. Apparel retailers: website quality dimensions and satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11(2), pp.109-117.
21. Kooli, K., Ben Mansour, K. and Utama, R., 2014. Determinants of online trust and their impact on online purchase intention. *International Journal of Technology Marketing* 5, 9(3), pp.305-319.
22. Koufaris, M. and Hampton-Sosa, W., 2002. Customer trust online: examining the role of the experience with the Web-site. *Department of Statistics and Computer Information Systems Working Paper Series*, Zicklin School of Business, Baruch College, New York.
23. Lu, Y., Zhao, L. and Wang, B., 2010. From virtual community members to C2C e-commerce buyers: Trust in virtual communities and its effect on consumers' purchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(4), pp.346-360.
24. McKnight, D.H., Choudhury, V. and Kacmar, C., 2002. Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information systems research*, 13(3), pp.334-359.
25. Oliveira, T., Alinho, M., Rita, P. and Dhillon, G., 2017. Modelling and testing consumer trust dimensions in e-commerce. *Computers in Human Behavior*, 71, pp.153-164.
26. Öztüren, A., 2013. Effects of electronic trust on purchase intentions in online social review networks: The case of TripAdvisor.com.
27. Palvia, P., 2009. The role of trust in e-commerce relational exchange: A unified model. *Information & management*, 46(4), pp.213-220.
28. Reichheld, F.F. and Schefter, P., 2000. E-loyalty: your secret weapon on the web. *Harvard business review*, 78(4), pp.105-113.
29. Salam, A.F., Iyer, L., Palvia, P. and Singh, R., 2005. Trust in e-commerce. *Communications of the ACM*, 48(2), pp.72-77.

30. Shapiro, D.L., Sheppard, B.H. and Cheraskin, L., 1992. Business on a handshake. *Negotiation journal*, 8(4), pp.365-377.
31. Tan, F.B. and Sutherland, P., 2004. Online consumer trust: a multi-dimensional model. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JEKO)*, 2(3), pp.40-58.
32. Wang, Y.D. and Emurian, H.H., 2005. An overview of online trust: Concepts, elements, and implications. *Computers in human behavior*, 21(1), pp.105-125.
33. Zucker, L.G., 1986. Production of trust: Institutional sources of economic structure, 1840–1920. *Research in organizational behavior*.

Receiving date: 20/12/2019

Reviewing date: 30/12/2019

Accepting date: 14/1/2020

Author information:

1. Ph.D. NGUYEN THI MAI ANH

Hanoi University of Science and Technology

2. MBA. PHAM THI THANH HUONG

Hanoi University of Science and Technology

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NIỀM TIN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG KHI MUA HÀNG TRÊN MẠNG: MÔ HÌNH HỢP NHẤT

● TS. **NGUYỄN THỊ MAI ANH**

Trường Đại học Bách khoa Hà Nội

● ThS. **PHẠM THỊ THANH HƯƠNG**

Trường Đại học Bách khoa Hà Nội

TÓM TẮT:

Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng: niềm tin đóng vai trò rất quan trọng và ảnh hưởng lớn đến dự định mua của người tiêu dùng (Oliveira và đồng nghiệp, 2017). Mục tiêu của bài nghiên cứu này là nhận diện các yếu tố chính ảnh hưởng đến niềm tin của người tiêu dùng khi mua hàng trên mạng bằng cách tổng hợp những nghiên cứu trước đây. Chính yếu tố ảnh hưởng thuộc ba nhóm tác động đã được phát hiện. Mô hình nghiên cứu về tác động của các yếu tố này đến niềm tin chung của người tiêu dùng cũng được đề xuất. Nghiên cứu này không những giúp làm tăng sự hiểu biết về lý thuyết, mà còn giúp các nhà nghiên cứu dễ dàng kiểm nghiệm trên thực tế và các nhà quản trị biết cách tăng niềm tin đối với những khách hàng trên mạng.

Từ khóa: Thương mại điện tử, mua hàng trên mạng, niềm tin, Việt Nam.

XÂY DỰNG VÀ THỰC THI CHÍNH SÁCH GIẢM NGHÈO BỀN VỮNG: TRƯỜNG HỢP ĐIỂN HÌNH TẠI QUẬN 6, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● LÝ KHOA ĐĂNG - MAI NGỌC KHƯƠNG

TÓM TẮT:

Chính sách giảm nghèo bền vững là chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước ta. Theo quy luật tất yếu của sự phát triển, chuẩn nghèo được nâng lên để phù hợp tình hình thực tiễn. Hiện nay, phương pháp tiếp cận đo lường nghèo chuyển từ đơn chiều sang đa chiều cho thấy chính sách giảm nghèo không chỉ quan tâm nhu cầu vật chất mà còn chú trọng cải thiện, nâng cao đời sống văn hóa tinh thần của người nghèo. Nhận thức tầm quan trọng của việc chăm lo đời sống ấm no và hạnh phúc cho nhân dân, chính sách giảm nghèo bền vững tại quận 6 đã đạt và vượt nhiều chỉ tiêu được giao. Tuy nhiên, thực tế ghi nhận một loạt hạn chế và thách thức đòi hỏi đổi mới tư duy và phương pháp xây dựng - thực thi chính sách giảm nghèo. Bài nghiên cứu sẽ tiến hành phân tích quá trình xây dựng và thực thi chính sách giảm nghèo tại quận 6, từ đó ghi nhận những điểm tốt cần được phát huy và đề xuất những giải pháp, bài học rút ra để khắc phục những hạn chế, thách thức góp phần hoàn thiện chính sách giảm nghèo bền vững tại quận 6 trong thời gian tới.

Từ khóa: Chính sách giảm nghèo bền vững, quận 6, Thành phố Hồ Chí Minh, chuẩn nghèo mới, giảm nghèo đa chiều.

1. Đặt vấn đề

Nghị quyết số 23/2018/NQ-HĐND của Hội đồng Nhân dân (HĐND) thành phố về Điều chỉnh mức chuẩn hộ nghèo và hộ cận nghèo thành phố giai đoạn 2019 - 2020 đã nâng mức tiêu chí thu nhập bình quân của hộ nghèo là từ 28 triệu đồng/người/năm trở xuống và hộ cận nghèo là từ trên 28 triệu đồng/người/năm đến 36 triệu đồng/người/năm, ngoài ra tiêu chí đánh giá còn dựa vào mức độ thiếu hụt của 5 chiều nghèo. Một số hộ thoát nghèo theo chuẩn nghèo cũ có thể tái nghèo theo chuẩn nghèo mới. Tình trạng thiếu hụt dịch vụ xã hội cơ bản cho hộ nghèo, hộ cận nghèo

vẫn còn tồn tại. Trước thực tế trên, Quận ủy - Ủy ban nhân dân (UBND) quận 6 cần điều chỉnh mục tiêu chính sách giảm nghèo theo tình hình mới.

2. Khởi sự chính sách

2.1. Xác định vấn đề

Một số vấn đề cơ bản của hộ nghèo, hộ cận nghèo tại quận 6 bao gồm: thiếu vốn, chưa được đào tạo nghề, thiếu kỹ năng và hạn chế trong tiếp cận các dịch vụ xã hội cơ bản; nguy cơ tái nghèo khi chuẩn nghèo được nâng lên hoặc khi không còn trợ cấp và hỗ trợ từ nhà nước; năng lực của một bộ phận nhỏ cán bộ thực thi chính sách còn hạn chế, chưa nắm bắt được tình hình thực tế.

Mục tiêu tổng quát đã được đề ra bao gồm: đẩy nhanh tiến độ giảm nghèo, không để tái nghèo; tạo việc làm, tăng thu nhập bình quân đầu người; tạo điều kiện cho hộ nghèo và hộ cận nghèo được tiếp cận tốt nhất với các dịch vụ xã hội cơ bản (giáo dục - đào tạo, y tế - bảo hiểm xã hội, nhà ở, điều kiện sống, tiếp cận thông tin); cải thiện mức sống, điều kiện sống, đảm bảo giảm nghèo bền vững, góp phần vì một quận 6 có chất lượng sống tốt, văn minh, hiện đại, nghĩa tình.

2.2. Thu thập thông tin

Dựa theo tiêu chí chuẩn nghèo từ Nghị quyết số 23/2018/NQ-HĐND của HĐND Thành phố, vào đầu năm 2019, quận 6 đã ghi nhận có 231 hộ nghèo và 1820 hộ cận nghèo.

2.3. Thiết lập chương trình nghị sự

Áp dụng “Mô hình khởi xướng bên trong”, Thành ủy, HĐND và UBND Thành phố khởi xướng. Khi nhận được Quyết định số 07/2019/QĐ-UBND của UBND Thành phố, Thường trực UBND quận (gồm chủ tịch, phó chủ tịch UBND quận) tiến hành họp để đề ra các nội dung chung mà quận 6 cần tiến hành thực hiện, sau đó giao cho bộ phận tham mưu soạn thảo văn bản.

Chính sách sử dụng “Mô hình động viên” để vận động sức mạnh toàn dân trong xây dựng, phát triển các nguồn quỹ “Vì người nghèo”, cũng như tạo việc làm cho người nghèo, nâng cao ý chí vươn lên thoát nghèo, làm giàu của các hộ nghèo, hộ cận nghèo.

Chính sách giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016 - 2020 với mức chuẩn nghèo mới giai đoạn 2019 - 2020 áp dụng “Mô hình gia tăng” vì cải tiến chính sách đã được triển khai qua các giai đoạn trước (1992 - 2003, 2004 - 2008, 2009 - 2015). Chuyển đổi phương pháp tiếp cận đo lường nghèo từ đơn chiều (thu nhập theo bình quân đầu người của thành viên trong hộ gia đình) sang đa chiều (thu nhập và các chiều thiếu hụt dịch vụ xã hội); hỗ trợ người nghèo tiếp cận một cách tốt nhất các dịch vụ xã hội cơ bản; rà soát, bổ sung hoàn thiện các nhóm chính sách theo hướng giảm nghèo bền vững, mở rộng chính sách hỗ trợ theo từng chiều thiếu hụt của người nghèo, có chính sách ưu tiên đối với nhóm hộ thuộc diện bảo trợ xã hội. Nguồn ngân sách nhà nước là có hạn, vì vậy chính sách giảm nghèo bền vững còn sử dụng “Mô hình hợp lý” để tối đa hóa lợi ích cho hộ nghèo, hộ cận nghèo và giảm thiểu chi ngân sách thông qua huy động nguồn lực xã hội.

3. Hoạch định chính sách

Trong giai đoạn này có các bước thực hiện bao gồm: lựa chọn, xây dựng dự thảo và phản biện chính sách. Sau đó tiến hành tổng hợp, hoàn thiện và ban hành chính sách.

Phòng Lao động, thương binh và xã hội quận 6 là cơ quan thường trực của Ban chỉ đạo giảm nghèo bền vững, chịu trách nhiệm trực tiếp tham mưu Thường trực UBND quận soạn thảo văn bản. Thường trực UBND quận tiến hành họp để bàn bạc, thảo luận các nội dung. Sau khi thống nhất, bộ phận soạn thảo sẽ bắt đầu lấy ý kiến góp ý của thành viên UBND quận, tất cả các ban, ngành, đoàn thể là thành viên Ban chỉ đạo giảm nghèo bền vững quận, khối phường. Tùy theo nhiệm vụ và các nội dung có liên quan của từng ban ngành, đơn vị để nghiên cứu, đóng góp ý kiến. Đồng thời, có tiếp thu ý kiến của Văn phòng Ban chỉ đạo giảm nghèo bền vững của Thành phố - Sở Lao động, Thương binh và Xã hội Thành phố. Sau đó tổng hợp ý kiến đóng góp, trình UBND quận để ra văn bản cuối cùng. Dự thảo hoàn chỉnh trình Ban thường vụ Quận ủy cho ý kiến lần cuối. Sau khi tiếp thu chọn lọc các nội dung phù hợp do Ban thường vụ Quận ủy góp ý thì bổ sung hoàn chỉnh rồi trình lại cho Thường trực UBND quận, Ban chỉ đạo giảm nghèo bền vững quận. Khi thống nhất ý kiến thì chính thức tiến hành ban hành chính sách.

UBND quận 6, Ban chỉ đạo giảm nghèo bền vững quận và phường căn cứ vào các chủ trương chính sách giảm nghèo bền vững của Thành ủy, HĐND, UBND Thành phố và tình hình thực tế tại địa phương đã đề xuất nhiều chính sách tập trung vào 5 mảng chính:

- (1) Hỗ trợ vốn vay ưu đãi và tín dụng nhỏ;
- (2) Đào tạo nghề và giải quyết việc làm;
- (3) Hỗ trợ tiếp cận gần hơn với dịch vụ xã hội cơ bản;
- (4) Nhân rộng các mô hình giảm nghèo hiệu quả;
- (5) Tuyên truyền, phổ biến chính sách giảm nghèo bền vững giúp nâng cao ý thức trách nhiệm thoát nghèo của hộ nghèo, hộ cận nghèo và huy động nguồn lực xã hội trong thực hiện chính sách.

Thực tế, công tác phản biện chính sách chưa có sự tham gia sâu rộng của nhóm đối tượng liên quan đến chính sách giảm nghèo, như: doanh nghiệp, các mạnh thường quân, hộ nghèo, hộ cận nghèo.

4. Thực thi chính sách

Phương pháp tiếp cận thực thi chính sách sử

dụng hướng tiếp cận “Từ trên xuống dưới” thông qua chỉ đạo của Thành ủy, HĐND và UBND Thành phố, Quận ủy và UBND quận 6. Ngoài ra, còn kết hợp hướng tiếp cận “từ dưới lên trên” tập trung vào các thành viên Ban chỉ đạo giảm nghèo bền vững của quận và cách thức các thành viên Ban chỉ đạo giảm nghèo tương tác với hộ nghèo, hộ cận nghèo để góp phần xây dựng và thực thi chính sách phù hợp thực tế tại địa phương.

Nhờ kinh nghiệm đạt được từ những chương trình giảm nghèo ở các giai đoạn trước, hiện nay các cơ quan thực thi tại quận 6 đã tiến hành phân công trách nhiệm và phối hợp thực hiện chính sách một cách rõ ràng, ổn định, đồng bộ và hiệu quả hơn trước. Cơ quan thực thi chính sách giảm nghèo tại quận bao gồm: các phòng, ban chuyên môn thuộc UBND quận, trung tâm dạy nghề quận, Ủy ban Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể quận, UBND 14 phường.

Mô hình và công cụ thực thi chính sách bao gồm:

- Cung cấp khoản vay, trợ cấp sản xuất và trợ cấp xã hội đến các hộ nghèo, hộ cận nghèo;
 - Cung cấp dịch vụ công: thông tin việc làm, tư vấn chính sách phát luật, trợ giúp pháp lý, y tế, giáo dục, dạy nghề;
 - Tuyên truyền, phổ biến, thông tin, vận động của cơ quan thực thi.
- Tuy nhiên, thực tế ghi nhận trong quá trình thực thi còn gặp nhiều trở ngại:
- Do quy luật phát triển, chuẩn nghèo được nâng lên nên có một số hộ tái nghèo;
 - Quá trình đô thị hóa làm gia tăng mật độ dân số, tăng áp lực lên dịch vụ công khiến hộ nghèo, hộ cận nghèo hạn chế tiếp cận được các dịch vụ xã hội cơ bản;
 - Năng lực và kinh nghiệm của một bộ phận nhỏ cán bộ thực thi còn hạn chế;
 - Tâm lý không muốn thoát nghèo, trông chờ và ỷ lại của một bộ phận nhỏ các hộ nghèo, hộ cận nghèo trong việc thụ hưởng các chính sách hỗ trợ.

5. Đánh giá chính sách

Chính sách được đánh giá cơ bản thành công. Kết quả thực hiện Chương trình giảm nghèo bền vững năm 2019, quận 6 đã thực hiện kéo giảm 178 hộ nghèo, đạt tỷ lệ 152,14% so với chỉ tiêu, còn lại 53 hộ nghèo (chiếm tỷ lệ 0,08%/tổng hộ dân); kéo giảm 971 hộ cận nghèo, đạt 129,47% so với chỉ tiêu, còn lại 849 hộ cận nghèo (chiếm tỷ lệ 1,31%/tổng hộ dân); thành công trên mục tiêu kéo

giảm 5 chiều thiếu hụt dịch vụ xã hội cơ bản. Quận 6 đã vượt chỉ tiêu được giao vào năm 2019, tuy nhiên, số hộ nghèo, hộ cận nghèo vẫn còn và tình trạng tái nghèo có thể xảy ra.

Quá trình đánh giá áp dụng “Mô hình đánh giá kỹ thuật” có bộ tiêu chí đánh giá mới theo chuẩn nghèo mới, có phân tích mục tiêu, công cụ thực thi chính sách phù hợp với tình hình thực tế tại địa phương. Chính sách tập trung giúp người nghèo thoát nghèo bền vững, chứ không chỉ trong thời hạn chương trình.

Ngoài ra, đánh giá còn áp dụng “Mô hình học hỏi”, thông qua quá trình đánh giá để xác định những hạn chế của chính sách, căn cơ của những vấn đề, từ đó giúp chính sách trở nên hiệu quả và thiết thực hơn. HĐND và các phòng, ban chuyên môn thuộc UBND quận có thẩm quyền tiến hành giám sát độc lập và đánh giá kết quả. Quá trình đánh giá chính sách chưa tiếp nhận một cách sâu rộng ý kiến đóng góp, phản hồi từ các hộ nghèo, hộ cận nghèo.

6. Đề xuất các nhóm giải pháp

Mặc dù chính sách đã gặt hái nhiều thành công nhưng nguy cơ tái nghèo vẫn có thể xảy ra, do đó, một số giải pháp được đề ra góp phần duy trì và tăng cường hiệu quả của chính sách.

Thứ nhất, tăng cường công tác đào tạo, tập huấn cán bộ chuyên trách giảm nghèo. Những cán bộ đã có năng lực, kinh nghiệm tốt và thành công trong thực thi chính sách giảm nghèo nên được bố trí trực tiếp thực thi hoặc tham mưu cho cán bộ khác thực hiện tại những nơi có số hộ nghèo và hộ cận nghèo cao, nơi có tình trạng tái nghèo diễn ra thường xuyên, khó thoát nghèo. Cán bộ cần sâu sát thực tế, nắm rõ tình hình, nhu cầu của các đối tượng liên quan đến chính sách. Hạn chế luân chuyển cán bộ thường xuyên. Kịp thời khen thưởng để tạo động lực cho những đội ngũ cán bộ hoàn thành tốt công tác giảm nghèo.

Thứ hai, phân bổ hiệu quả nguồn vốn vay trong giới hạn ngân sách địa phương. Phát huy hiệu quả của Ngân hàng chính sách xã hội thông qua các chương trình tín dụng ưu đãi để hỗ trợ kịp thời cho hộ nghèo, hộ cận nghèo có nhu cầu vay vốn phát triển kinh tế, tránh tác động tiêu cực của tín dụng đen với lãi suất cao. Theo Nghị định số 74/2019/NĐ-CP của Chính phủ, hạn mức vay vốn cho người lao động đã được nâng lên 100 triệu đồng và thời hạn vay tối đa được nâng lên 120 tháng.

Thứ ba, tạo điều kiện tốt nhất cho hộ nghèo, hộ cận nghèo được tiếp cận các dịch vụ xã hội cơ bản. Thực hiện đồng bộ các giải pháp hiệu quả trong việc kéo giảm các chi tiêu dịch vụ xã hội bị thiếu hụt. Tập trung vào việc đào tạo nghề, kỹ năng đối với người lớn; giáo dục phổ thông kết hợp hướng nghiệp, đào tạo nghề đối với trẻ em vị thành niên. Chú ý đến các sinh kế bền vững, phù hợp thực tế địa phương, có thị trường đầu ra. Tăng cường tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện.

Thứ tư, xây dựng biện pháp tuyên truyền, vận động hiệu quả hơn nữa. Tăng cường xã hội hóa chính sách giảm nghèo, vận động sức mạnh của toàn dân trong công tác xóa đói giảm nghèo, phát huy truyền thống tốt đẹp: “lá lành đùm lá rách” của dân tộc ta. Kêu gọi sự chung tay góp sức của doanh nghiệp, mạnh thường quân trong hỗ trợ vốn và việc làm cho hộ nghèo, hộ cận nghèo giúp các hộ sớm vượt nghèo. Biểu dương, nêu gương sáng và mô hình thoát nghèo hiệu quả của các hộ thoát nghèo đến các hộ nghèo, hộ cận nghèo để truyền cảm hứng vượt qua khó khăn, nêu cao ý chí vươn lên và cung cấp kinh nghiệm thoát nghèo, biến ý chí và niềm tin thành hành động. Tăng gia sản xuất cần gắn liền với tiết kiệm. Tìm hiểu và phân tích nguyên nhân hộ nghèo, hộ cận nghèo không vươn lên thoát nghèo hoặc tái nghèo để có hướng giải quyết phù hợp. Quan điểm xuyên suốt của công tác giảm nghèo là: hỗ trợ “cần cầu” (phương tiện sinh kế) thay cho “con cá”; không tạo sự ỷ lại, không muốn thoát nghèo, trông chờ, lợi dụng các chính sách hỗ trợ.

Thứ năm, tăng cường công tác kiểm tra, giám sát thường xuyên các hoạt động giảm nghèo, đảm bảo công khai, dân chủ, không chạy theo thành tích mà phải đánh giá đúng thực tế, khuyến khích sự tham gia của người dân trong công tác giám sát thực thi chính sách tại địa phương.

7. Bài học rút ra trong xây dựng và thực thi chính sách

Đặt người dân vào trung tâm của việc xây dựng và thực thi chính sách, vì suy cho cùng, chính sách được xây dựng và thực thi là giúp cải thiện và nâng cao chất lượng sống của người dân.

Đảm bảo tính công khai, minh bạch, trách nhiệm giải trình và áp dụng tư duy khoa học, tư duy hệ thống khi xây dựng và thực thi chính sách nhằm góp phần nâng cao tính rõ ràng, ổn định, đồng bộ và thực tế của chính sách.

Tiến hành kết hợp nhiều mô hình chính sách

phù hợp thực tiễn, trong đó “Mô hình gia tăng” chiếm chủ đạo vì phù hợp tình hình nước ta là quốc gia đang phát triển.

7.1. Khởi sự chính sách

Xác định vấn đề nên cần có sự tham gia của tất cả đối tượng có liên quan đến chính sách, như: cơ quan hành chính, tổ chức tín dụng, doanh nghiệp và đặc biệt là các hộ nghèo, hộ cận nghèo.

Tiến hành thu thập thông tin dựa trên một bộ tiêu chí thu thập số liệu hợp lý, số liệu thu thập phải đảm bảo tính khách quan, khoa học.

Nên áp dụng chương trình nghị sự có hệ thống, nghĩa là có sự tham gia của công chúng, đặc biệt là hộ nghèo, hộ cận nghèo để biết được các hộ đang gặp khó khăn gì, đang cần sự giúp đỡ gì, để từ đó xem xét, có những điều chỉnh phù hợp thực tế, đảm bảo chính sách thực hiện “đúng người, đúng việc, đúng thời điểm”.

7.2. Hoạch định chính sách

Chính sách cần phù hợp với đường lối lãnh đạo của Đảng, pháp luật của Nhà nước. Đồng thời, chính sách cần có mục tiêu rõ ràng, cụ thể, khả thi, phù hợp thực tế và trong một thời gian hạn định. Cần có sự tham gia ý kiến của các đối tượng liên quan, nhất là hộ nghèo, hộ cận nghèo. Tránh tình trạng cục bộ ý tưởng trong hoạch định chính sách. Xây dựng đội ngũ tham gia hoạch định chính sách có tài năng và đạo đức, đặc biệt là các nhà khoa học, chuyên gia có năng lực, kinh nghiệm và phẩm chất đạo đức tốt nên được khuyến khích tham gia. Đội ngũ này cần độc lập với đội ngũ thực thi chính sách để đảm bảo tính khách quan trong hoạch định chính sách.

Dự thảo chính sách cần quy trách nhiệm cụ thể cho các cơ quan thực thi. Cần có sự phối hợp đồng bộ, hiệu quả giữa các cơ quan, đơn vị giúp tăng cường tính toàn diện chính sách, phát huy tư duy hệ thống, tránh tình trạng chồng chéo. Cần xem trọng khâu phản biện chính sách bằng cách đảm bảo tính công khai, minh bạch và có sự tham gia của tất cả các đối tượng mà chính sách có tác động đến. Tăng cường tính dự báo chính sách dựa trên cơ sở khoa học, thực tiễn, định lượng vấn đề phát sinh tránh mang tính cảm tính, xác định gốc của vấn đề chứ không chỉ là hiện tượng.

7.3. Thực thi chính sách

Thực thi tốt chính sách giúp góp phần to lớn đem đến thành công cho một chính sách. Cần tuyên truyền, vận động để có sự tham gia tích cực của nhân dân vào việc thực thi chính sách. Các cơ

quan thực thi cần có sự phân công công việc với trách nhiệm rõ ràng, đảm bảo phối hợp đồng bộ trong hoạt động thực thi. Cơ quan thực thi cần sử dụng và phối hợp hiệu quả các mô hình và công cụ thực thi. Đảm bảo quá trình thực thi không đi chệch hướng những gì chính sách đã được hoạch định. Điều này cần một cơ quan giám sát độc lập để tiến hành giám sát sát sao việc thực thi chính sách. Cần khuyến khích tinh thần “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra” biến thành hành động giám sát quá trình thực thi một cách thiết thực và sát sao nhất. Tìm hiểu và đánh giá nguyên nhân người dân không hưởng ứng, tham gia để đưa ra được những giải pháp phù hợp.

7.4. Đánh giá chính sách

Đánh giá chính sách là một khâu quan trọng vì là kim chỉ nam của chính sách. Giai đoạn này quyết định duy trì hay kết thúc một chính sách nên đòi hỏi đánh giá phải đảm bảo tính khoa học, khách quan. Thể chế hóa khâu đánh giá thành yêu cầu bắt buộc, xây dựng bộ tiêu chí đánh giá hợp lý, khả thi và phù hợp thực tế, dành nguồn kinh phí riêng và thỏa đáng cho khâu đánh giá.

Cần có đánh giá nội bộ và độc lập. Cơ quan đánh giá độc lập giúp đảm bảo đánh giá khách quan. Quan tâm đến ý kiến, nguyện vọng của người dân trong công tác đánh giá chính sách.

8. Kết luận

Chính sách ưu việt của chế độ xã hội chủ nghĩa là chăm lo đời sống cho cộng đồng yếu thế. Chủ

tịch Hồ Chí Minh đã từng viết: “Chủ nghĩa xã hội là làm sao cho nhân dân đủ ăn, đủ mặc, ngày càng sung sướng, ai nấy được đi học, ốm đau có thuốc, già không lao động được thì nghỉ”. Việc xóa đói giảm nghèo không chỉ nâng cao đời sống vật chất, mà còn cần làm phong phú, đa dạng đời sống tinh thần, phải làm cho người dân có chất lượng sống tốt và cuộc sống hạnh phúc.

Thành phố đã nâng mức chuẩn nghèo, chuyển đổi phương pháp tiếp cận đo lường nghèo từ đơn chiều sang đa chiều và đã gặt hái nhiều thành công trong thực hiện chính sách giảm nghèo trong nhiều năm qua. Tuy nhiên để đạt được mục tiêu giảm nghèo bền vững, Thành phố nói chung và quận 6 nói riêng vẫn đang đối mặt với những khó khăn, thách thức như: nguy cơ tái nghèo và chuẩn nghèo mới trong tương lai sẽ được tiếp tục nâng lên. Những điều trên vừa là động lực, vừa là thách thức đòi hỏi quyết tâm chính trị rất cao của quận 6. Để đạt được mục tiêu giảm nghèo bền vững, việc xây dựng và thực thi chính sách cần đảm bảo nguyên tắc công khai, minh bạch gắn với tư duy khoa học, tư duy hệ thống và trách nhiệm giải trình. Lấy người dân làm trung tâm xây dựng và thực thi chính sách như Bác Hồ đã từng căn dặn “Dễ trăm lần không dân cũng chịu, khó vạn lần dân liệu cũng xong”. Tất cả cùng hướng tới thực hiện mục tiêu phát triển bền vững năm 2030: “Chấm dứt mọi hình thức nghèo ở mọi nơi” và tăng trưởng bao trùm toàn diện ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hồ Chí Minh toàn tập, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội 2000.
2. Nghị quyết số 23/2018/NQ-HĐND của HĐND Thành phố ngày 7/12/2018 về Điều chỉnh mức chuẩn hộ nghèo và hộ cận nghèo Thành phố giai đoạn 2019 - 2020.
3. Quyết định số 07/2019/QĐ-UBND của UBND Thành phố ngày 15/3/2019 về Sửa đổi, bổ sung Quyết định số 58/2015/QĐ-UBND ngày 31 tháng 12 năm 2015 của Ủy ban nhân dân thành phố về việc ban hành chuẩn hộ nghèo, hộ cận nghèo thành phố áp dụng cho giai đoạn 2016 - 2020.
4. Hồ Thụy Đình Khanh, PGS. TS. Đặng Thị Phương Hoa (2018): Thực hiện chính sách giảm nghèo bền vững từ thực tiễn quận 6, thành phố Hồ Chí Minh - luận văn thạc sĩ ngành chính sách công thuộc Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
5. Quận 6: Phần đầu trong năm 2020, hoàn thành chỉ tiêu quận không còn hộ nghèo. (HYPERLINK "<https://www.hcmcpv.org.vn/tin-tuc/quan-6-phan-dau-trong-nam-2020-hoan-thanh-chi-tieu-quan-khong-con-ho-ngheo-1491861025>" <https://www.hcmcpv.org.vn>).

Ngày nhận bài: 14/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/2/2020

Thông tin tác giả:

1. LÝ KHOA ĐĂNG

Học viên cao học Quản lý công, Trường Đại học Quốc tế
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

2. PGS. TS. MAI NGỌC KHƯƠNG

Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Quốc tế
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

**FORMULATION AND IMPLEMENTATION
OF SUSTAINABLE POVERTY REDUCTION POLICIES:
THE CASE STUDY OF DISTRICT 6, HO CHI MINH CITY**

● **LY KHOA DANG**

Master's student, Public Management Program
International School, Vietnam National University - Ho Chi Minh City

● Assoc.Prof. PhD. **MAI NGOC KHUONG**

International University, Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

Sustainable poverty reduction policy is a major policy of the Communist Party of Vietnam and the Government of Vietnam. According to the inevitable rule of development, the poverty criteria has been raised to suit the current situation. At present, the poverty measurement approach has changed from unidimensional to multidimensional approach, showing that poverty reduction policies do not only care about material needs but also focus on improving and promoting the spiritual and cultural life of the poor. Recognizing the importance of caring for the well-being and happiness of the people, the sustainable poverty reduction policy of District 6, Ho Chi Minh City has reached and exceeded many assigned targets. However, the reality recognizes a series of limitations and challenges that require innovation in thinking and methods of formulating - implementing poverty reduction policies. This study conducts an analysis of the process of formulating and implementing poverty reduction policies in District 6, thereby recording the good points that need to be promoted, and suggesting solutions and lessons to overcome the limitations, constraints, and challenges to improve the sustainable poverty reduction policy in District 6 in the future.

Keywords: Sustainable poverty reduction policy, District 6, Ho Chi Minh city, new poverty criteria, multi-dimensional poverty reduction.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP XÂY DỰNG TẠI TỈNH BẠC LIÊU

● NGUYỄN MINH TÂN - TẶNG THỊ NGÂN - LÂM HẢI BẰNG

TÓM TẮT:

Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp xây dựng tỉnh Bạc Liêu. Dữ liệu nghiên cứu gồm 60 doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn tỉnh. Phương pháp hồi qui đa biến được sử dụng để kiểm định mối tương quan giữa các yếu tố. Kết quả ước lượng cho thấy, các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNXD trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu, bao gồm: trình độ học vấn của chủ doanh nghiệp, kinh nghiệm quản lý và loại hình doanh nghiệp.

Từ khóa: Hiệu quả hoạt động, doanh nghiệp xây dựng, tỉnh Bạc Liêu.

1. Giới thiệu

Hiện nay, doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu đang được chính quyền địa phương quan tâm, đặc biệt là doanh nghiệp thuộc lĩnh vực xây dựng. Bạc Liêu hiện có 1.568 DNNVV (nguồn: Niên giám thống kê Bạc Liêu, năm 2019). Trong đó, có 156 DN kinh doanh trong lĩnh vực xây dựng (Nguồn: Báo cáo Sở Xây dựng tỉnh Bạc Liêu, năm 2019). Khu vực doanh nghiệp này đóng vai trò quan trọng trong xây dựng kết cấu hạ tầng tạo điều kiện cho sự phát triển kinh tế, văn hóa và xã hội của tỉnh để cùng với cả nước đi lên công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Với xu thế chung về phát triển kinh tế của đất nước và hội nhập kinh tế thế giới ngày

càng sâu rộng, chính quyền địa phương cần thể hiện vai trò của mình với những chính sách hợp lý để tạo động lực thúc đẩy sự phát triển và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho các doanh nghiệp xây dựng (DNXD) trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu. Bởi vì, bên cạnh các yếu tố thuộc về nội tại doanh nghiệp, các chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp hoạt động hiệu quả cũng góp phần đáng kể cho sự phát triển của các doanh nghiệp nói chung. Việc phát hiện ra các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sẽ là cơ sở cho việc hoạch định cũng như đề ra những giải pháp giúp cho các doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn. Tuy nhiên, Bạc Liêu vẫn chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu về các yếu

tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực xây dựng. Do đó, nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp ngành Xây dựng tỉnh Bạc Liêu” được thực hiện nhằm giải quyết các vấn đề đặt ra ở trên.

2. Tổng quan tài liệu

Trong những năm gần đây, có nhiều nghiên cứu liên quan đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, trong đó bao gồm các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực xây dựng. Trong đó, hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố. Chẳng hạn, nghiên cứu của Hansen và cs. (2002) chỉ ra rằng, tuổi của doanh nghiệp hay số năm hoạt động của doanh nghiệp có ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Thêm vào đó, Hansen và cs. (2002), Kokko và Sjolholm (2004) cho thấy rằng, một trong những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là quy mô hoạt động của doanh nghiệp. Ngoài ra, Hansen và cs. (2002), Phan Đình Khôi và cs (2008) cho thấy chính sách hỗ trợ của Chính phủ và trình độ học vấn của chủ doanh nghiệp có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất - kinh doanh của DN NVV. Bên cạnh đó, Lộc và Trọng (2010) chỉ ra rằng, loại hình doanh nghiệp, kinh nghiệm và trình độ của chủ doanh nghiệp cũng tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN NVV. Nghiên cứu của Mai Văn Nam và Nguyễn Quốc Nghi (2011) cho thấy một số nhân tố có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, như: các chính sách hỗ trợ của Chính phủ, mối quan hệ xã hội, trình độ học vấn của chủ doanh nghiệp và tốc độ tăng trưởng doanh thu là những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN NVV. Ngoài ra, nghiên cứu của Lê Khương Ninh (2011) cũng chỉ ra quy mô của doanh nghiệp có tác động đến ROS của DN NVV ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và DN XD nói riêng đều chịu tác

động bởi cả những yếu tố bên ngoài và bên trong doanh nghiệp. Ngoài ra, đặc điểm của chủ doanh nghiệp cũng ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đối với yếu tố bên ngoài doanh nghiệp, có khá nhiều yếu tố vĩ mô ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, nghiên cứu này thực hiện trong điều kiện đối với các doanh nghiệp xây dựng, phần lớn thuộc doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, do đó để đơn giản trong việc đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu, tác giả chỉ đưa vào mô hình nghiên cứu biến "Chính sách hỗ trợ của Chính phủ", xem như đại diện cho các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN XD trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu. Các nghiên cứu của Hansen, Rand và Tar (2002); Phan Đình Khôi và cs (2008); Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011); Nguyễn Minh Tân và cs (2015) cho thấy, chính sách hỗ trợ của Chính phủ có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp ở các tỉnh thuộc ĐBSCL.

Đối với các yếu tố bên trong doanh nghiệp, là những yếu tố thuộc nhóm đặc điểm của DN và chủ DN, như: loại hình DN, qui mô DN, tốc độ tăng doanh thu, thời gian hoạt động (tuổi của DN); giới tính của chủ DN, trình độ học vấn, kinh nghiệm quản lý DN và mối quan hệ xã hội.

Trên cơ sở lý thuyết về hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN và các mô hình nghiên cứu thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh được lược khảo ở trên, mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN XD tại tỉnh Bạc Liêu được viết dưới dạng phương trình hồi qui như sau:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + a_5X_5 + a_6X_6 + a_7X_7 + a_8X_8 + a_9X_9 + \varepsilon_i \quad (1)$$

Trong đó:

Biến phụ thuộc (Y): hiệu quả hoạt động kinh doanh của DN được đo lường thông qua các chỉ tiêu tài chính, như: ROA, ROE và ROS. Các chỉ số tài chính được tính trung bình qua 3 năm (2016 - 2018). Các biến độc lập được mô tả ở Bảng 1.

Bảng 1. Diễn giải các biến đo lường trong mô hình

TT	Tên Biến	Ký hiệu	Diễn giải biến đo lường	Cơ sở chọn biến
2	Giới tính	X1	Biến giả: 0 là nữ; 1 là nam	Qureshi và cs. (2012); Nguyễn Minh Tân và cs (2015)
3	Trình độ học vấn	X2	Biến liên tục: số năm đi học của chủ doanh nghiệp	Hansen, John Rand & Tar (2002) Nguyễn Đức Trọng (2009); Trương Đông Lộc và Nguyễn Đức Trọng (2010); Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011); Nguyễn Minh Tân và cs (2015)
4	Kinh nghiệm	X3	Biến liên tục: số năm làm quản lý	Trương Đông Lộc và Nguyễn Đức Trọng (2010); Nguyễn Minh Tân và cs (2015)
5	QHXX	X4	Biến giả: 1, nếu có người thân làm việc trong các hiệp hội, tổ chức, cơ quan nhà nước; 0, nếu trường hợp khác	Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011); Nguyễn Minh Tân và cs (2015)
6	Loại hình	X5	Biến giả: 1, nếu là DNTN; 0, nếu là Cty TNHH- CP	Hansen, Rand & Tar (2002); Nguyễn Đức Trọng (2009); Trương Đông Lộc và Nguyễn Đức Trọng (2010); Nguyễn Minh Tân và cs (2015)
7	Tuổi DN	X6	Số năm hoạt động của doanh nghiệp	Kinyua (2014); Nguyễn Minh Tân và cs (2015)
8	Chính sách hỗ trợ	X7	Biến giả: 1, nếu có hỗ trợ vốn; 0 nếu không được hỗ trợ vốn	Hansen, Rand & Tar (2002); Phan Đình Khôi và cs (2008); Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011); Nguyễn Minh Tân và cs (2015)
9	Lao động	X8	Số lượng lao động của doanh nghiệp (người)	Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả, năm 2019

3.2. Số liệu nghiên cứu

Phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên được sử dụng trong nghiên cứu này. Để đảm bảo tính đại diện, kích cỡ mẫu cần thiết cho nghiên cứu được xác định theo công thức xác định cỡ mẫu của nhà nghiên cứu Yamane (1967): $n=N/(1+N.e^2)$ (1).

Trong đó:

n: là cỡ mẫu cần khảo sát

N: là tổng thể nghiên cứu

e: là sai số lấy mẫu (*e* không vượt quá 10% thì mẫu khảo sát đại diện được cho tổng thể).

Tại thời điểm nghiên cứu, tổng số DNXD

đang hoạt động trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu là 156 DN. Như vậy, theo công thức (1), nghiên cứu khảo sát 60 DN để làm dữ liệu phân tích. Các DN được chọn khảo sát theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên. Cụ thể, tác giả dựa vào danh sách DNXD từ Sở Xây dựng, Sở Kế hoạch - Đầu tư trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu, sau đó chọn ngẫu nhiên 60 DN bằng hàm Random trên phần mềm Excel để khảo sát. Hình thức khảo sát là phỏng vấn trực tiếp các chủ doanh nghiệp hoặc lãnh đạo điều hành doanh nghiệp hoặc trưởng phòng kinh doanh trong doanh nghiệp bằng bảng câu hỏi được thiết kế sẵn.

4. Kết quả và thảo luận

Để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNXD tỉnh Bạc Liêu, phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng để ước lượng. Kết quả hồi quy thể hiện qua Bảng 2.

Trước khi ước lượng mô hình hồi qui các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNXD tỉnh Bạc Liêu, các kiểm định đa cộng tuyến và phương sai sai số thay đổi được thực hiện. Kết quả kiểm định đa cộng tuyến (VIF) ở cả 3 mô hình cho thấy, hệ số VIF = 1,88 < 5, tức là không có xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Bên cạnh đó, kết quả kiểm định hiện tượng phương sai sai số thay đổi (kiểm định Breusch-Pagan) bằng câu lệnh “hettest” cho thấy. Kết quả kiểm định cho thấy, ở cả 3 mô hình đều có xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi do kết quả kiểm định Chi bình phương có Prob > chi2 = 0,000 < 1%. Do đó, để đảm bảo mô hình nghiên cứu là phù hợp, nghiên cứu sử dụng vòng lặp robustness để khắc phục và hệ số ước lượng được thực hiện lại (Bảng 2).

Kết quả ước lượng ở Bảng 2 cho thấy, trong 7 biến độc lập đưa vào mô hình nghiên cứu:

Bảng 2. Kết quả ước lượng mô hình hồi qui

Biến	Mô hình với biến phụ thuộc là ROA (1)		Mô hình với biến phụ thuộc là ROE (2)		Mô hình với biến phụ thuộc là ROS (3)	
	Hệ số β sau khắc phục	P	Hệ số β sau khắc phục	P	Hệ số β sau khắc phục	P
Giới tính	0,002	0,853	-0,005	0,693	0,011	0,516
Trình độ hv	0,010	0,007***	0,011	0,007***	0,010	0,120
Tuổi DN	-0,001	0,883	-0,005	0,248	0,007	0,384
Kinh nghiệm	0,019	0,007***	0,011	0,006***	0,019	0,002***
Loại hình	-0,04	0,045**	-0,024	0,250	-0,117	0,002***
Hỗ trợ	0,011	0,486	0,012	0,400	0,010	0,680
Quan hệ XH	-0,020	0,157	-0,008	0,548	-0,021	0,337
Hệ số chặn	-0,131	0,007	-0,109	0,005	-0,097	0,224
R ²	0,499		0,433		0,51	
Số quan sát	60		60		60	

Nguồn: Xử lý từ số liệu khảo sát 60 doanh nghiệp xây dựng tại tỉnh Bạc Liêu, 2019

Ghi chú: **: ***: tương ứng với mức ý nghĩa 5% và 1%

Có 3 biến tác động có ý nghĩa thống kê đối với mô hình (1), các biến bao gồm: trình độ học vấn (*tdhv*), kinh nghiệm quản lý (*knghiem*) và loại hình doanh nghiệp (*loaihinh*), các biến có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và 5%. Trong đó, biến *loaihinh* có mối tương quan nghịch với hiệu quả hoạt động (ROA). Điều này có nghĩa là các DNXD thuộc loại hình công ty cổ phần và công ty trách nhiệm hữu hạn hoạt động hiệu quả hoạt các doanh nghiệp tư nhân. Các biến *tdhv* và *knghiem* có mối tương quan thuận với hệ số ROA, nghĩa là khi chủ doanh nghiệp có trình độ học vấn càng cao, kinh nghiệm quản lý càng nhiều, hiệu quả hoạt động càng cao.

Có 2 biến tác động có ý nghĩa thống kê đối với mô hình (2), các biến bao gồm trình độ học vấn (*tdhv*) và kinh nghiệm (*knghiem*). Các biến này đều tác động có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và có mối tương quan thuận với hệ số ROE.

Có 2 biến tác động có ý nghĩa thống kê đối với mô hình (3), các biến bao gồm: kinh nghiệm quản lý (*knghiem*) và loại hình doanh nghiệp

(*loaihinh*). Trong đó, biến loại hình doanh nghiệp (*loaihinh*) có mối tương quan nghịch với hệ số ROS, các biến đều tác động có ý nghĩa thống kê ở mức 1%.

5. Kết luận

Kết quả phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNXD tỉnh Bạc Liêu cho thấy, doanh thu DNXD tăng dần qua các năm, nhưng có sự giảm dần về tốc độ tăng trưởng so với năm trước. Lợi nhuận của ngành chứng kiến sự sụt giảm mạnh vào các năm 2017 và năm 2018. Sự sụt giảm mạnh của lợi nhuận có nguyên nhân đến từ sự gia tăng đột biến của chi phí trong tổng doanh thu. Bên cạnh đó, kết quả ước lượng mô hình hồi qui cho thấy, có 3 biến tác động có ý nghĩa thống kê đến hiệu quả hoạt động của các DNXD tại tỉnh Bạc Liêu, các biến bao gồm: trình độ học vấn, kinh nghiệm quản lý và loại hình doanh nghiệp. Trong đó, biến kinh nghiệm quản lý của chủ doanh nghiệp tác động mạnh nhất đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trương Đông Lộc và Nguyễn Đức Trọng, *Hiệu quả sản xuất kinh doanh của các DNVTN đồng bằng sông Cửu Long*, Tạp chí Công nghệ ngân hàng, số (50), tháng 5/2010.
2. Mai Văn Nam (2008), *Giáo trình nguyên lý thống kê*, Nxb Văn hóa thông tin, (2008).
3. Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam, *Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Thành Phố Cần Thơ*, Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số (19b), tr.122-129, (2011).
4. Lê Khương Ninh, *Các yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp ở đồng bằng sông Cửu Long*, Tạp chí Công nghệ ngân hàng, số (67), 10/2011.
5. Nguyễn Minh Tân, Võ Thành Danh và Tăng Thị Ngân, *Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bạc Liêu*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số (38d), tr.34-40, (2015).
6. Anne Ngima Kinyua, *Factors Affecting the Performance of Small and Medium Enterprises in the Jua Kali Sector In Nakuru Town, Kenya*, *Journal of Business and Management*, e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume (16), Issue 1. Ver. IV (Jan. 2014), PP 80-93, (2014).
7. Henrik Hansen, John Rand and Finn Tarp (2002), *SME Growth and Survival in Vietnam: Did Direct Government Support Matter?* (2002).

Ngày nhận bài: 6/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 26/1/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN MINH TÂN

Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ

2. ThS. TĂNG THỊ NGÂN

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Cần Thơ

3. ThS. LÂM HẢI BĂNG

Bưu điện huyện Phước Long, tỉnh Bạc Liêu

**FACTORS AFFECTING THE PERFORMANCE
OF CONSTRUCTION ENTERPRISES LOCATED
IN BAC LIEU PROVINCE**

● Master. **NGUYEN MINH TAN**

Can Tho University of Technology

● Master. **TANG THI NGAN**

Can Tho Technical Economic College

● Master. **LAM HAI BANG**

Post Office of Phuong Long District, Bac Lieu Province

ABSTRACT:

This study analyzes factors that affect the performance of construction enterprises located in Bac Lieu province. This study's data was collected from 60 provincial construction enterprises. The multivariate regression model was used in this study to test the correlation among factors. The study's estimated result showed that education, management experience and type of business are factors affecting the performance of construction enterprises in Bac Lieu province.

Key words: Performance, construction enterprise, Bac Lieu province.

ẢNH HƯỞNG CỦA TÍNH KIÊN ĐỊNH ĐẾN CHẤT LƯỢNG SỐNG TRONG HỌC TẬP VÀ KẾT QUẢ HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC KHỐI NGÀNH KINH TẾ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● PHAN QUỐC TẤN - PHẠM THANH HIẾU

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm kiểm định mối quan hệ giữa tính kiên định với chất lượng sống trong học tập và kết quả học tập của sinh viên. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 308 sinh viên đang học tại một số trường đại học khối ngành Kinh tế tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) cho thấy, tính kiên định trong học tập có tác động dương mạnh nhất đến kết quả học tập và chất lượng sống trong học tập; chất lượng sống trong học tập tác động dương thấp hơn đến kết quả học tập. Từ kết quả nghiên cứu, một số hàm ý được đề xuất giúp cho các trường đại học trong việc hoạch định các chính sách để nâng cao tính kiên định và chất lượng sống trong học tập nhằm cải thiện kết quả học tập của sinh viên.

Từ khóa: Tính kiên định, chất lượng cuộc sống trong học tập, kết quả học tập, sinh viên.

1. Giới thiệu

Trước bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay, nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao là vấn đề được quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp. Các trường đại học, đặc biệt là khối ngành Kinh tế, đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra chất lượng nhân lực, bởi đây là nơi đào tạo và cung cấp lao động chính cho nền kinh tế. Từ đó, đòi hỏi sinh viên phải nỗ lực rất nhiều để nâng cao kết quả học tập, đồng nghĩa với áp lực của sinh viên cũng tăng cao.

Trong quá trình học tập, sinh viên không những phải chịu nhiều áp lực về việc học quá nhiều, những

kỳ thi căng thẳng, những kỳ vọng của gia đình, bạn bè, mà còn phải tham gia các hoạt động đoàn hội hay đi làm thêm nhằm hỗ trợ tài chính gia đình (Nguyen & cộng sự, 2012). Để khắc phục những vấn đề tâm lý do căng thẳng mang lại nêu trên, sinh viên cần phải có tính kiên định trong học tập. Vì khi người học có tính kiên định cao sẽ ảnh hưởng tích cực đến chất lượng sống trong học tập (Nguyen & cộng sự, 2012), xem những áp lực là vấn đề không quá khó và có khả năng giải quyết được (Bartone & cộng sự, 2009; Maddi, 1999; Sezgin, 2009), từ đó nâng cao kết quả học tập của sinh viên (Bartone & cộng sự, 2009; Wiebe & McCallum, 1986).

Đã có nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của tính kiên định đến chất lượng sống trong học tập của sinh viên, như nghiên cứu của Maddi (1999); Bartone & cộng sự (2009); Sezgin (2009); Nguyen & cộng sự (2012). Bên cạnh đó, Wiebe & McCallum (1986); Bartone & cộng sự (2009) cũng đã nghiên cứu tính kiên định trong mối quan hệ tác động đến kết quả học tập của sinh viên; ngoài ra, Rubel & Kee (2014) đã chứng minh chất lượng cuộc sống trong công việc ảnh hưởng đến kết quả công việc.

Như vậy, chưa có nhiều nghiên cứu đồng thời về ảnh hưởng của tính kiên định trong học tập đến chất lượng sống và kết quả học tập của sinh viên tại các trường đại học khối ngành Kinh tế tại TP. Hồ Chí Minh (TP. HCM). Chính vì thế, mục tiêu của bài viết nhằm kiểm định mối quan hệ giữa tính kiên định với chất lượng sống trong học tập và kết quả học tập của sinh viên đại học khối ngành kinh tế tại TP. HCM, đặt cơ sở khoa học cho các trường đại học trong việc hoạch định các chính sách để nâng cao tính kiên định và chất lượng sống trong học tập nhằm cải thiện kết quả học tập của sinh viên.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Bài viết dựa trên lý thuyết Bảo tồn nguồn lực (COR) của Hobfoll & Shirom (2001) làm cơ sở xây dựng mô hình nghiên cứu. Lý thuyết COR mô tả động lực thúc đẩy con người vừa duy trì nguồn lực hiện tại vừa theo đuổi nguồn lực mới. Lý thuyết COR tập trung vào các nguồn lực mà các cá nhân thu thập để giảm thiểu tác hại của căng thẳng và cố gắng để có được, giữ lại cũng như bảo vệ nguồn lực mà có giá trị đối với họ (cụ thể là kết quả học tập). Người học sử dụng nguồn lực tâm lý (ở đây là tính kiên định) để đối phó với những áp lực trong học tập. Để làm giảm tác động của các yếu tố gây căng thẳng làm họ mất nguồn lực (chất lượng sống trong học tập), sinh viên phải đầu tư nhiều hơn vào nguồn lực của họ (tính kiên định), vì tính kiên định là yếu tố tiên quyết giúp đối đầu với các vấn đề căng thẳng (Maddi, 2002). Cho nên, khi sinh viên có nhiều nguồn lực (tính kiên định cao, hài lòng về chất lượng sống trong học tập) sẽ ít bị áp lực, căng

thẳng hơn trong học tập và có khả năng đạt được kết quả học tập tốt hơn.

Britt & cộng sự (2001) định nghĩa tính kiên định là một thuộc tính của khả năng phục hồi tâm lý trong học tập, ngoài ra nó còn liên quan đến sức khỏe thể chất và tâm lý của một người. Tính kiên định trong học tập được hiểu là một trạng thái tâm lý liên quan tới sự bền bỉ, khả năng phục hồi, sức khỏe tốt và hiệu suất làm việc dưới áp lực của căng thẳng (Bartone & cộng sự, 2009) và được sử dụng để mô tả tính cam kết, kiểm soát và thử thách của từng cá nhân trong cuộc sống của họ (Maddi & cộng sự, 2006).

Andrews & Withey (1976) đã đưa ra nhận định chất lượng cuộc sống là sự ám chỉ về những hiểu biết của bản thân, những đánh giá cá nhân về những khía cạnh của cuộc sống. Theo Diener & Lucas (1999), chất lượng sống trong học tập của sinh viên là một định nghĩa chứa đựng yếu tố cảm xúc cũng như nhận thức; phản ánh sự hài lòng của sinh viên đối với cuộc sống học tập. Nguyen & cộng sự (2012) đã chứng minh được rằng tính kiên định có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng sống trong học tập của sinh viên. Trong quá trình học tập, sinh viên phải chịu nhiều áp lực về việc học quá nhiều, các kỳ thi căng thẳng và kỳ vọng của gia đình, bạn bè. Nếu sinh viên có tính kiên định cao sẽ luôn dành hết tâm sức, thời gian vào việc học; tự tin và luôn chào đón những thay đổi trong trường; có khả năng biến sự căng thẳng này thành động lực của phát triển, đồng thời họ cảm thấy có động lực và sự vui vẻ trong học tập (Bartone & cộng sự, 2009; Maddi, 1999; Sezgin, 2009). Do vậy, giả thuyết được đề nghị như sau:

H1: Tính kiên định trong học tập ảnh hưởng tích cực đến chất lượng sống trong học tập của sinh viên.

Nguyen & Nguyen (2010) cho rằng kết quả học tập của sinh viên là khả năng tự đánh giá của họ về những kiến thức, kỹ năng được tiếp thu, rèn luyện, phát triển và nỗ lực để mở rộng trong lớp học.

Bartone & cộng sự (2009) cho rằng, tính kiên định tồn tại trong mỗi cá nhân sẽ tạo động lực cho họ để đạt được kết quả tốt như mong đợi. Để vượt qua và khắc phục những khó khăn thì con người

phải trang bị cho mình sự kiên định cao trong cuộc sống của họ (Nguyen & cộng sự, 2012). Vì vậy, giả thuyết được đề nghị như sau:

H2: Tính kiên định trong học tập ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập của sinh viên.

Rubel & Kee (2014) kết luận rằng, chất lượng cuộc sống trong công việc có ảnh hưởng quan trọng đến kết quả làm việc của nhân viên. Khi nhân viên có được chất lượng cuộc sống tốt, trong quá trình làm việc sẽ cải thiện được năng suất làm việc và hiệu quả trong công việc. Cho nên, giả thuyết được đề nghị như sau:

H3: Chất lượng sống trong học tập ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập của sinh viên.

3. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng chủ yếu phương pháp nghiên cứu định lượng có kết hợp với nghiên cứu định tính, cụ thể là:

- Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật phỏng vấn 10 sinh viên đại học từ 3 trường tại TP. HCM nhằm điều chỉnh các thang đo cho phù hợp (thang đo Likert 5 bậc từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý) với 18 biến quan sát, trong đó: các thang đo tính kiên định trong học tập (6 biến quan sát), chất lượng sống trong học tập (6 biến quan sát) được xây dựng trên cơ sở thang đo gốc của Nguyen & cộng sự (2012); thang đo kết quả học tập của sinh viên (6 biến quan sát) tham khảo của Nguyen & Nguyen (2010).

- Nghiên cứu định lượng nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu thông qua phần mềm SPSS 20.0 và Smart-PLS 3.0 được dùng để đánh giá mô hình đo lường và đánh giá mô hình cấu trúc với PLS_SEM.

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng bản câu hỏi phỏng vấn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Cụ thể, gửi phiếu khảo sát trực tiếp đến 350 sinh viên đang học tại một số trường khối ngành kinh tế tại TP. HCM, số phiếu thu về là 320, số phiếu hợp lệ để xử lý thông tin là 308. Trong đó: sinh viên tham gia khảo sát tại Trường ĐH Kinh tế TP. HCM chiếm 49,4%; ĐH Ngoại thương Cơ sở 2 chiếm 15,7; ĐH Kinh tế luật chiếm 15,6%; ĐH Kinh tế Tài chính chiếm 10,5%; ĐH Tôn Đức Thắng chiếm 7,9%.

4. Kết quả nghiên cứu

Sau kết quả kiểm định sơ bộ thang đo, bài viết đã đánh giá thang đo bằng phân tích mô hình đo lường và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính PLS_SEM. Phương pháp này nhằm đánh giá: độ tin cậy các biến chỉ báo, độ tin cậy nhất quán nội tại, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, giá trị liên hệ lý thuyết.

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo thì biến CLS2, TKD1, TKD2 có hệ số tương quan biến tổng <3 nên bị loại.

Kết quả phân tích hệ số nhân tố tải chéo, các hệ số tải ngoài các biến quan sát đều >0,7. Trừ biến quan sát CLS5 có hệ số tải ngoài là 0,68 > 0,6, nhưng < 0,7. Tuy nhiên, biến này chứa nội dung quan trọng, nếu loại các biến này có thể sẽ vi phạm về tính nội dung (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Như vậy, biến này được giữ lại.

Từ kết quả Bảng 1 có thể kết luận thang đo đo lường các khái niệm đều đạt độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt, tính đơn hướng và giá trị nội dung. Vì vậy, mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường. Cụ thể: Cronbach's alpha >0,7;

Bảng 1. Kết quả phân tích độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo

Khái niệm	Cronbach's alpha	rho_A	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích trung bình (AVE)
Chất lượng sống trong học tập	0,812	0,846	0,867	0,566
Kết quả học tập	0,863	0,868	0,898	0,594
Tính kiên định	0,832	0,835	0,888	0,665

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

$\rho_A > 0,7$; $CR > 0,7$ và $AVE > 0,5$. Ngoài ra, các hệ số ma trận Fornell - Larcker đều lớn hơn các hệ số trong cùng 1 cột. Đồng thời giá trị VIF của các biến quan sát đều $< 5,0$.

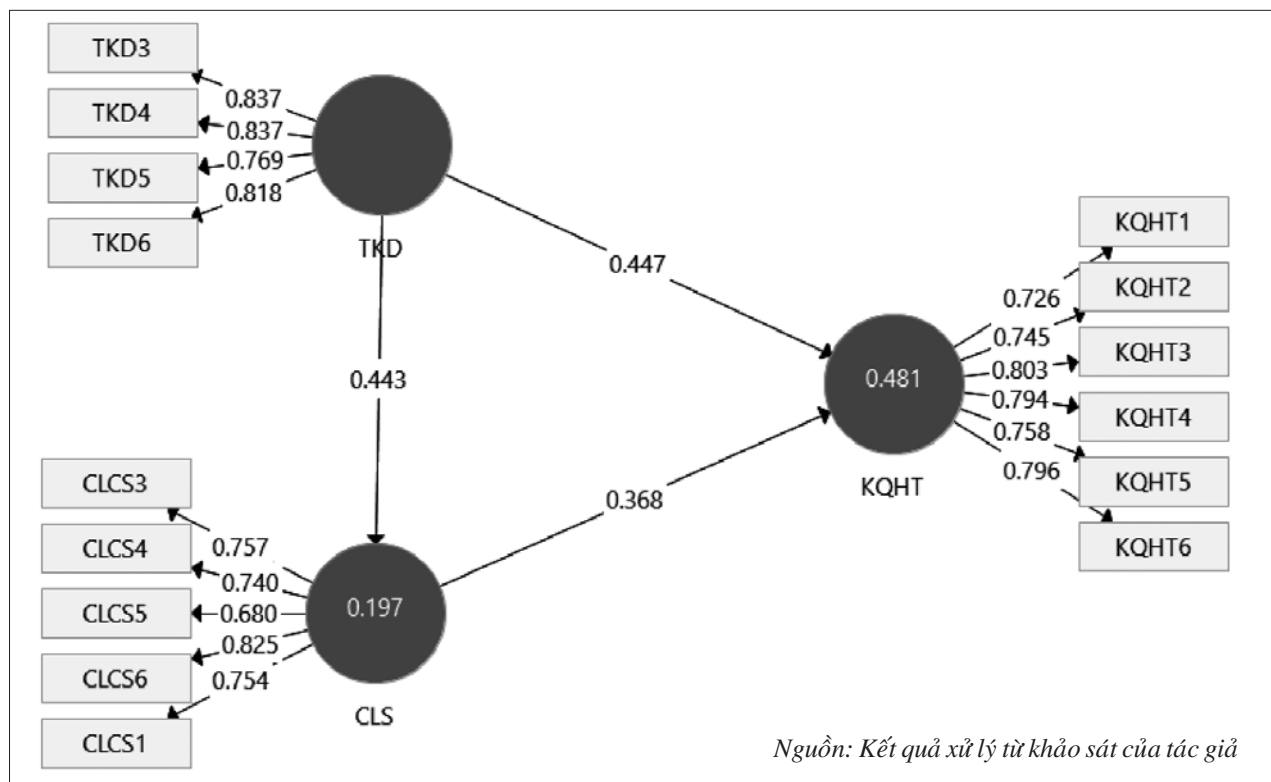
Kết quả mô hình đo lường các khái niệm (đã chuẩn hóa) được trình bày trong Hình 1 cho thấy, các chỉ tiêu đo lường trong mô hình này đều thỏa mãn yêu cầu và đủ điều kiện đưa vào phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính PLS_SEM với mục

đích kiểm định các giả thuyết trong mô hình đề xuất nghiên cứu.

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

Để ước lượng mô hình cấu trúc tuyến tính, quy trình Bootstrapping bắt buộc phải được tiến hành với kích thước mẫu Bootstrapping được khuyến nghị là $n=5000$ (Henseler & cộng sự, 2015). Từ Bảng 2 cho thấy, trọng số trung bình đều nằm

Hình 1: Mô hình đo lường các khái niệm (đã chuẩn hóa)



Bảng 2. Kết quả Bootstrapping mô hình cấu trúc và kiểm định các giả thuyết

Mối quan hệ	Mức độ tác động (β)	Trọng số trung bình Bootstrapping	Độ lệch chuẩn	Giá trị t	P Values	Kiểm định giả thuyết
Tính kiên định → Chất lượng sống trong học tập	0,443	0,444	0,065	6,852	0,000	Chấp nhận
Tính kiên định → Kết quả học tập	0,447	0,448	0,056	7,980	0,000	Chấp nhận
Chất lượng sống trong học tập → Kết quả học tập	0,368	0,369	0,066	5,550	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

trong khoảng tin cậy 95%. Như vậy, các ước lượng trong mô hình có thể kết luận là đáng tin cậy.

Từ Bảng 2 cho thấy, 3 giả thuyết H1, H2, H3 đều được chấp nhận vì có giá trị P-value < 5%, trong đó Tính kiên định trong học tập có tác động dương mạnh nhất đến Kết quả học tập của sinh viên (H2: $\beta=0,447$; $p=0,000$), kế đến Chất lượng sống trong học tập mạnh thứ hai (H1: $\beta=0,443$; $p=0,000$); sau cùng là Chất lượng sống trong học tập tác động dương đến Kết quả học tập (H3: $\beta=0,368$; $p=0,000$).

Như vậy, các thang đo của các khái niệm trong mô hình lý thuyết đạt giá trị liên hệ lý thuyết. Nghĩa là, tất cả các giả thuyết đều được chấp nhận.

4.3. Kiểm định sự khác biệt về giới tính

Theo Henseler & cộng sự (2015), nếu P-value < 5%; 10% hoặc P-Value > 95%; 90% thì sự khác biệt giữa các nhóm có ý nghĩa thống kê ở mức 5%; 10%. Như vậy, qua Bảng 3 cho thấy, không có sự khác biệt giữa sinh viên nam và nữ trong mối quan hệ về Tính kiên định ảnh hưởng đến chất lượng sống trong học tập và kết quả học tập của sinh viên khối ngành kinh tế.

Bảng 3. Kiểm định sự khác biệt về loại hình lao động

Mối quan hệ	p-Value	Kết luận
Tính kiên định → Chất lượng sống trong học tập	0,129	Không có ý nghĩa
Tính kiên định → Kết quả học tập	0,737	Không có ý nghĩa
Chất lượng sống trong học tập → Kết quả học tập	0,698	Không có ý nghĩa

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

4.4. Thảo luận kết quả

Thảo luận với các sinh viên đã tham gia nghiên cứu định tính đều thống nhất cho rằng kết quả nghiên cứu này là phù hợp với thực tiễn tại các trường đại học khối ngành kinh tế TP. HCM, cụ thể:

- Đối với Tính kiên định trong học tập có tác động dương mạnh nhất đến Kết quả học tập của sinh viên (H2: $\beta=0,447$; $p=0,000$), kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Nguyen & cộng sự (2012); Nguyen & Nguyen (2010); và Tính kiên định trong học tập có tác động dương đến Chất

lượng sống trong học tập mạnh thứ hai (H1: $\beta=0,443$; $p=0,000$) phù hợp với nghiên cứu của Bartone & cộng sự (2009), Maddi (2002), Sezgin (2009). Các sinh viên đồng ý là do học phí cao, cũng như chương trình học yêu cầu sinh viên nhiều và tính cạnh tranh ngoài thị trường lao động rất lớn, nên họ phải nỗ lực để không bị nợ môn, đạt kết quả học tập tốt và tích lũy thêm những kiến thức, kỹ năng mới.

- Đối với Chất lượng sống trong học tập tác động dương đến Kết quả học tập mạnh thứ ba (H3: $\beta=0,368$; $p=0,000$) phù hợp với nghiên cứu của Rubel & Kee (2014). Các sinh viên cho rằng, kết quả học tập là những gì họ đạt được trong quá trình học tập, nên được tác động bởi nhiều yếu tố, không phải chỉ có tính kiên định. Chất lượng sống trong học tập giúp họ cảm thấy thoải mái và có điều kiện thuận lợi để tiếp thu kiến thức và đạt kết quả học tập tốt.

5. Kết luận và một số hàm ý

Kết quả nghiên cứu với mẫu 308 sinh viên đang học tại một số trường khối ngành Kinh tế tại TP. HCM cho thấy, Tính kiên định trong học tập có tác động dương mạnh nhất đến Kết quả học

tập, và Chất lượng sống trong học tập; Chất lượng sống trong học tập tác động dương thấp hơn đến Kết quả học tập. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, không có sự khác biệt giữa sinh viên nam và nữ về mối quan hệ giữa 3 khái niệm này. Kết quả này làm cơ sở rút ra một số hàm ý đối với cán bộ quản lý đào tạo tại các trường đại học về việc nâng cao tính kiên định và chất lượng sống trong học tập nhằm cải thiện kết quả học tập của sinh viên, cụ thể như sau:

- Việc học đại học tạo nhiều áp lực, căng thẳng và có không ít những cám dỗ cho sinh viên. Do đó,

nếu sinh viên không có tính kiên định vững vàng sẽ ảnh hưởng đến kết quả học tập. Để nâng cao tính kiên định trong học tập của sinh viên, nhà trường cần đẩy mạnh các môn học về kỹ năng mềm, các hoạt động ngoại khóa nhằm hướng dẫn sinh viên cách vượt qua những khó khăn, thử thách; đồng thời cần có sự quan tâm sát sao từ Phòng Quản lý đào tạo - công tác sinh viên, từ người cố vấn học tập để kịp thời nắm bắt tâm tư, nguyện vọng của sinh viên trong suốt quá trình học đại học.

- Nhà trường nên có hoạt động giúp sinh viên biết cách định hướng, xác định mục tiêu cuộc đời, từ đó giúp sinh viên chọn đúng ngành học phù hợp với quan điểm, năng lực, tính cách của sinh viên.

- Bên cạnh đó, chất lượng sống trong học tập của sinh viên cũng ảnh hưởng không nhỏ đến kết

quả học tập. Nhà trường nên cải thiện chương trình học; tài liệu, giáo trình, phương pháp giảng dạy tiên tiến; cơ sở vật chất hiện đại về trang thiết bị, phòng học, thư viện, thiết kế bàn ghế mang tính tương tác, hệ thống máy tính, mạng kết nối đủ mạnh để phục vụ môn học. Khi sinh viên hài lòng về chất lượng sống trong học tập sẽ làm tăng ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập.

Cuối cùng, nghiên cứu chỉ kiểm định với mẫu gồm 308 sinh viên đang học tại một số trường đại học khối ngành Kinh tế tại TP. Hồ Chí Minh bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Vì thế tính tổng quát hóa của mô hình nghiên cứu có thể chưa cao. Nhằm khắc phục hạn chế này, những nghiên cứu tiếp theo cần chọn mẫu có kích thước lớn hơn từ nhiều trường đại học hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Andrews F.M. & Withey S.B. (1976). *Measuring Global Well-Being. In: Social Indicators of Well-Being. Springer, Boston, MA.*
2. Bartone, P. T., Eid, J., Johnsen, B. H., Laberg, J. C., & Snook, S. A. (2009). *Big five personality factors, hardiness, and social judgment as predictors of leader performance. Leadership & Organization Development Journal, 30(6), 498–521.*
3. Britt, T. W., Adler, A. B., & Barton, P. T. (2001). *Deriving benefits from stressful events: The role of engagement in meaningful work and hardiness. Journal of Occupational Health Psychology, 6, 53–63.*
4. Diener, E. & R. E. Lucas. (1999). *11 personality and subjective well-being. Well-Being: Foundations of Hedonic Psychology: 213.*
5. Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1), 115-135.*
6. Hobfoll, S. E. & Shirom, A. (2001). *Conservation of resources theory: Applications to stress and management in the workplace, In Golembiewski, R. T. (Ed.), Handbook of Organizational Behavior, Marcel Dekker, New York, NY, pp. 57-80.*
7. Maddi, S. R. (1999). *Comments on trends in hardiness research and theorizing. Consulting Psychology Journal: Practice & Research, 51, 67–71.*
8. Maddi, S. R. (2002). *The story of hardiness: Twenty years of theorizing, research and practice. Consulting Psychology Journal, 54(3), 175–185.*
9. Maddi, S. R., Harvey, R. H., Khoshaba, D. M., Lu, J. L., Persico, M., & Brow, M. (2006). *The Personality Construct of Hardiness, III: Relationships With Repression, Innovativeness, Authoritarianism, and Performance. Journal of Personality, 74(2), 575–598.*
10. Nguyễn Đình Thọ. (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh thiết kế và thực hiện. TP. Hồ Chí Minh: NXB Lao động Xã hội.*
11. Nguyen, T. D., Clifford J. Shultz II & M. Daniel Westbrook. (2012). *Psychological hardiness in learning and quality of college life of business students: evidence from Vietnam. Journal of Happiness Studies, 13(6): 1091–1103.*

12. Nguyen, T. T. M., & Nguyen, T. D. (2010). *Determinants of learning performance of business students in a transitional market. Quality Assurance in Education, 18(4), 304–316.*
13. Rubel, M.R.B. & D.MH. Kee. (2014). *Quality of work life and employee performance: Antecedent and outcome of job satisfaction in Partial Least Square (PLS). World Applied Sciences Journal 31, PP: 456-467.*
14. Sezgin, F. (2009). *Relationships between teacher organizational commitment, psychological hardiness and some demographic variables in Turkish primary schools. Journal of Educational Administration, 47(5), 630–651.*
15. Wiebe, D. J., & McCallum, D. M. (1986). *Health practices and hardiness as mediators in the stress-illness relationship. Health Psychology, 5, 425–438.*

Ngày nhận bài: 6/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 26/1/2020

Thông tin tác giả:

1. TS. PHAN QUỐC TẤN

Khoa Quản trị, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

2. PHẠM THANH HIẾU

Sinh viên Khoa Quản trị, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

**IMPACTS OF PSYCHOLOGICAL HARDINESS
IN LEARNING ON QUALITY OF COLLEGE LIFE
AND ACADEMIC PERFORMANCE OF BUSINESS STUDENTS
IN HO CHI MINH CITY**

● Ph.D **PHAN QUOC TAN**

School of Management, University of Economics Ho Chi Minh City

● **PHAM THANH HIEU**

School of Management, University of Economics Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This research examines the relationship among psychological hardiness in learning, quality of college life and academic performance of students. The research's data was collected from 308 business students in Ho Chi Minh City. The partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)'s result shows that the psychological hardiness in learning has a strong positive impact on the academic performance and the quality of college life of student. Meanwhile, the quality of college life has a lower positive impact on the academic performance of student. Based on the findings, some implications are drawn to help universities in making policies to improve the psychological hardiness in learning and the quality of college life in order to improve the academic performance of student.

Keywords: Psychological hardiness in learning, quality of college life, academic performance, student.

QUẢN LÝ TỬ SỐ VÀ MẪU SỐ TRONG DOANH NGHIỆP

● NGUYỄN VĂN NGHIÊN

TÓM TẮT:

Quản lý tử số và mẫu số là hai con đường khác nhau dẫn đến nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, chúng là hai đối tượng quản lý khác nhau, có mục đích, nội dung và những đặc điểm khác nhau trong quá trình quản lý. Tuy nhiên, cho đến nay, nhiều nhà nghiên cứu cũng như các nhà hoạt động thực tiễn vẫn còn có nhiều nhầm lẫn về chúng. Phân biệt tường minh quản trị mẫu số và tử số sẽ giúp cho các nhà nghiên cứu định hướng tốt hơn trong các công trình nghiên cứu của mình và nhà quản lý sử dụng các công cụ này một cách hiệu quả.

Từ khóa: Quản lý tử số, quản lý mẫu số, doanh nghiệp.

1. Giới thiệu

Nói đến tử số và mẫu số, trong toán học, mọi người sẽ nghĩ ngay đến một phân số. Trong một phân số, số ở trên được gọi là tử số, số ở dưới là mẫu số, tử số là một bộ phận của mẫu số. Chẳng hạn, một chiếc bánh pizza được cắt thành 8 phần bằng nhau: 2 phần ông đưa cho cháu, vậy cháu được $\frac{2}{8}$, hay 2 miếng của 8 miếng; 2 miếng cháu ăn là một bộ phận của 8 miếng bánh.

Trong doanh nghiệp, để đánh giá hiệu quả kinh doanh ta thường sử dụng nhiều chỉ tiêu dưới dạng “phân số” hay tỉ số như lợi nhuận trên tài sản (ROA); lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE); lợi nhuận trên doanh thu bán hàng (ROS); lợi nhuận trên vốn đầu tư (ROI)... Trong các phân số đó, tử số không hoàn toàn là một “bộ phận” của mẫu số. Chúng là những đối tượng quản trị riêng, vì thế khái niệm quản trị tử số và quản trị mẫu số (numerator and denominator management) đã ra đời và tồn tại gắn liền với quản lý hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh mức độ lợi dụng các nguồn lực (nhân lực, vật lực, tiền

vốn...) để đạt được mục tiêu xác định. Mức độ lợi dụng các nguồn lực chỉ có thể được đánh giá trong mối quan hệ với kết quả tạo ra so với mỗi sự hao phí nguồn lực xác định. Vì vậy, có thể mô tả hiệu quả kinh doanh bằng các công thức chung nhất sau đây:

$$H = \frac{K}{C}$$

Trong đó: H là hiệu quả kinh doanh, K là kết quả kinh doanh, C là chi phí nguồn lực.

Bàn về hiệu quả kinh doanh, chúng ta hãy bắt đầu từ một câu nổi tiếng của Peter Drucker: “Efficiency is doing things right; effectiveness is doing the right things”. Đến nay, nhiều người còn khó phân biệt rõ ràng efficiency và effectiveness, vì theo từ điển Anh - Việt, chúng đều được dịch là “hiệu quả”. Sự thật, cả 2 yếu tố “doing things right” và “doing the right things” đều góp phần vào cải thiện hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Một bên khẳng định sự hiện diện (được chấp nhận) và tăng tử số, bên khác tìm cách giảm mẫu số tương ứng trong quá trình tạo ra kết quả.

Trong khuôn khổ doanh nghiệp, hiệu quả hướng hiệu suất (efficiency) được hiểu là một phạm trù

đánh giá một phần của tổ chức tập trung vào công việc nội bộ của tổ chức đó. Định nghĩa rộng nhất về hiệu suất là mối quan hệ giữa số lượng tài nguyên (đầu vào) được sử dụng (cần thiết) trên mỗi đơn vị kết quả thu được dự kiến (đầu ra).

Hiệu quả hướng kết quả (effectiveness) cố gắng nghiên cứu, đánh giá các hoạt động của doanh nghiệp một cách toàn diện (nghĩa là theo nghĩa rộng hơn), cụ thể dựa trên định nghĩa và sự hiểu biết về các mục tiêu và chiến lược của tổ chức, cũng như tổ chức đầy đủ các hoạt động của nó. Theo nghĩa rộng nhất, kết quả được coi là mức độ đạt được mục tiêu (toàn bộ mục tiêu và / hoặc một phần mục tiêu) trong phạm vi điều tra đã chọn. Trong trường hợp này, cuộc điều tra tập trung vào các hoạt động (và / hoặc hành vi) của tổ chức (nói chung và / hoặc các bộ phận của nó) liên quan đến môi trường của chúng và mục tiêu, kỳ vọng của họ,...

Hiệu quả kinh doanh không đạt được khi một trong hai không đạt yêu cầu. Doanh nghiệp đạt hiệu quả kinh doanh cao, đồng thời phải quản lý cả tử số và mẫu số. Quản lý tử số hướng tới “effectiveness”, quản lý mẫu số hướng tới “Efficiency”. Nói một cách khác, hiệu quả kinh doanh đạt được đồng thời bởi kết quả cao, hiệu suất sử dụng nguồn lực lớn, như chỉ ra trong Hình 1.

được) khi nó được khách hàng chấp nhận vì nó thỏa mãn được những đòi hỏi (nhu cầu) của khách hàng. Từ công thức cơ bản, “Doanh thu = Sản lượng x Giá bán”, giá bán cao khi thỏa mãn được nhiều yêu cầu của khách hàng thông qua cải tiến chất lượng sản phẩm, tạo ra sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Sản lượng cao khi doanh nghiệp phải đầu tư mở rộng quy mô sản xuất, lựa chọn đúng và mở rộng phạm vi thị trường tiêu thụ.

Kết quả: Đo lường sự thích hợp của các mục tiêu đã lựa chọn (có chọn đúng không?) và mức độ chúng được thực hiện. Vậy kết quả đó là làm đúng việc và hoàn thành chúng, đưa doanh nghiệp đi đúng đường. Kết quả thường được đánh giá thông qua so sánh nó với mục tiêu (Kết quả / Mục tiêu).

Hiệu suất: Đo lường mức sử dụng nguồn lực khi thực hiện mục tiêu. Hiệu suất cao là làm đúng cách, tiết kiệm nguồn lực (doing things right): Hiệu suất = Kết quả / Nguồn lực. Để tiết kiệm chi phí nguồn lực, doanh nghiệp cần hướng tới hoàn thiện quản trị sản xuất, quản lý vật tư, lao động, giám sát chất lượng trong sản xuất. Quản lý các định mức kinh tế kỹ thuật về lao động, vật tư, giờ máy, chi phí... và các giải pháp khuyến khích năng suất là chủ đề chính của quản trị mẫu số.

Hình 1: Hai chiều của cải thiện hiệu quả kinh doanh

Effective-ness → Kết quả	↑ Thấp ↓ Cao	Efficiency → Hiệu suất ←————— Thấp —————→ Cao —————→	
		Công việc đúng được làm sai cách	Công việc đúng được làm đúng cách
		Công việc sai được làm sai cách	Công việc sai được làm đúng cách

2. Quản lý tử số là quản lý kết quả (đầu ra) và quản lý mẫu số là quản lý nguồn lực (đầu vào)

Mục đích của quản lý tử số là gia tăng kết quả kinh doanh (doanh thu, lợi nhuận), mục đích của quản lý mẫu số là làm sao sử dụng tiết kiệm nguồn lực trong quá trình thực hiện kết quả.

Muốn có được kết quả kinh doanh tốt, trước hết doanh nghiệp cần phải chọn đúng lĩnh vực kinh doanh, cung cấp đúng sản phẩm mà thị trường có nhu cầu (doing the right things). Một sản phẩm được sản xuất ra chỉ tạo ra kết quả doanh thu (bán

3. Quản lý tử số gắn liền với quản trị chiến lược, quản lý mẫu số gắn liền với quản trị tác nghiệp

Trong doanh nghiệp, để nỗ lực đáp ứng yêu cầu của nhà đầu tư, ROI (ROA, ROE) thường được xem là mục tiêu, có 2 lựa chọn cho các nhà quản lý hàng đầu đó là tập trung vào quản lý tử số hay tập trung quản lý mẫu số. Để phát triển tử số (thu nhập ròng), quản lý cấp cao phải có:

- Một cái nhìn xem cơ hội mới nằm ở đâu?;
- Khả năng dự đoán thay đổi nhu cầu của khách hàng;

- Phải đầu tư sớm vào việc xây dựng năng lực cốt lõi mới;

- Phải cung cấp sự lãnh đạo rõ ràng và nhất quán.

Đó là những vấn đề lớn, tổng quát và mang tính dài hạn thuộc về các nhà quản trị chiến lược (leadership).

Tuy nhiên, nhiều nhà quản lý nhận ra rằng, việc tăng thu nhập ròng khó hơn rất nhiều so với việc cắt giảm tài sản và số lượng nhân viên, tiết kiệm chi phí. Các giám đốc điều hành tiếp cận với đòn bẩy này sẽ mang lại sự cải thiện nhanh nhất, chắc chắn nhất trong ROI - tập trung quản lý mẫu số.

Một công ty không chỉ phải đi đến đích trước mà còn phải đến đó với giá rẻ hơn. Có nhiều con đường để cải thiện năng suất. Bằng cách giảm mẫu số và giữ doanh thu không đổi sẽ tăng năng suất, hoặc tăng doanh số trên cơ sở vốn và việc làm tăng trưởng chậm hơn hoặc không đổi.

Nâng cao hiệu suất sử dụng nguồn lực đòi hỏi các nhà quản trị tập trung vào việc thường xuyên xem xét, tái cấu trúc quá trình kinh doanh (Business Process Reengineering - BPR). Tái cấu trúc quá trình kinh doanh liên quan đến việc rà soát, đánh giá cách các quy trình kinh doanh hiện đang hoạt động, thiết kế lại các quy trình này để loại bỏ nỗ lực lãng phí hoặc dư thừa và cải thiện hiệu suất và cách thức thực hiện các thay đổi quá trình để đạt được khả năng cạnh tranh cao.

Mục tiêu của tái cấu trúc quá trình kinh doanh, là tìm kiếm cách thức mới để tổ chức các nhiệm vụ, tổ chức mọi người và thiết kế lại các hệ thống thông tin để các quy trình hỗ trợ tổ chức hiện thực hóa các mục tiêu của mình.

Tái cấu trúc quá trình kinh doanh thường đối mặt với nhiều khó khăn, thông thường chỉ có khoảng 30% dự án BPR

được coi là thành công, mục tiêu cải thiện hiệu suất dự kiến của BPR đã không được thực hiện.

Có nhiều lý do cho sự hạn chế thành công của BPR. Chẳng hạn, nhân viên phản kháng chống lại thay đổi khi họ coi BPR là mối đe dọa đối với công việc của họ (hợp đồng ngắn hạn và thiếu sự thăng tiến). Galliers (1998) và Gerrits (1994) chỉ ra rằng, các phương pháp tiếp cận BPR hiện tại thiếu hướng dẫn và hỗ trợ chi tiết cho việc thực hiện việc tái cấu trúc. Chen và cộng sự (2000a) cho rằng, một trong những thất bại này là duy trì niềm tin vào CNTT như một sự hỗ trợ vượt trội, nhưng chỉ được thừa nhận khi nó không thể thích nghi hoặc ít nhất là không đạt mức chi phí chấp nhận được, khi đó hoạt động kinh doanh mới phải thích ứng với CNTT...

Quản trị tử số và quản trị mẫu số, một bên liên quan đến những vấn đề chiến lược, bên khác liên quan đến hoạt động tác nghiệp nên chúng có nhiều yếu tố khác biệt như chỉ ra ở Bảng 1.

Bảng 1. Sự khác nhau giữa quản trị tử số và quản trị mẫu số

TÍNH CHẤT	QUẢN LÝ TỬ SỐ QUYẾT ĐỊNH CHIẾN LƯỢC	QUẢN LÝ MẪU SỐ QUYẾT ĐỊNH TÁC NGHIỆP
ẢNH HƯỞNG	Toàn bộ doanh nghiệp	Cục bộ
THỜI GIAN	Dài hạn	Ngắn hạn
KHẢ NĂNG CHUYỂN ĐỔI	Thấp	Cao
MÔI TRƯỜNG	Biến đổi	Xác định
MỤC TIÊU	Nhiều, mờ, tổng quát	ít, rõ ràng
THÔNG TIN	Tổng hợp, không đầy đủ	Đầy đủ, chính xác
TÍNH CHẶT CHẼ	Yếu	Cao
MÔ HÌNH	Heureustique	Thuật toán
BẢN CHẤT	Sáng tạo	Khai thác
SỐ LƯỢNG	ít	Nhiều
KẾT QUẢ	Lâu dài	Trước mắt
THẤT BẠI	Nặng nề, có thể bị chết	Có thể khắc phục
RỦI RO	Lớn	Hạn chế
NGƯỜI RA QUYẾT ĐỊNH	Khái quát vấn đề	Phân tích tỷ mỉ toàn diện
TÍNH CHẤT LẶP LẠI	Một lần, không lặp lại	Lặp lại

4. Quản trị tử số hướng ra bên ngoài môi trường, quản lý mẫu số hướng vào bên trong doanh nghiệp

Quản trị tử số trong doanh nghiệp đặt trọng tâm vào việc xử lý mối quan hệ giữa doanh nghiệp với các tác nhân bên ngoài: khách hàng, các nhà cung cấp, các đối tác kinh doanh, các nhà đầu tư, các định chế tài chính, chính quyền địa phương, cộng đồng dân cư và xã hội. Quản lý tử số cố gắng xử lý toàn bộ các bộ phận khác nhau liên quan đến tổ chức một cách toàn diện, theo cách xem xét cách tiếp cận giá trị của các bên hữu quan.

Các bên hữu quan (stakeholders) là các tác nhân có khả năng ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời lợi ích của họ cũng bị ảnh hưởng bởi chính kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Cách tiếp cận giá trị của các bên hữu quan tập trung vào thỏa mãn các yêu cầu của họ. Sự phù hợp của các hoạt động của doanh nghiệp được xác định dựa trên mức độ thỏa mãn nhu cầu của các bên liên quan (Bảng 2).

Khách hàng. Cuộc tranh đòi hỏi các công ty phải thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, tuy nhiên, trách nhiệm của công ty đối với khách hàng không chỉ dừng lại ở đó. Chất lượng sản phẩm, tính toàn vẹn và an toàn là những yêu cầu mà các nhà quản lý phải xem xét khi thiết kế, sản xuất và bán sản phẩm hoặc dịch vụ cho công chúng.

Nhân viên. Nhân viên thường tìm kiếm một loạt các lợi ích mà các nhà quản lý phải xem xét khi đưa ra các quyết định chiến lược. Chúng bao gồm thù lao thỏa đáng, lợi ích tinh thần, điều kiện làm việc an toàn, công nhận thành tựu và cơ hội thăng tiến.

Cộng đồng. Cộng đồng dựa vào các công ty mà thu thuế, tạo thu nhập cho lao động địa phương, duy trì kinh tế địa phương, hỗ trợ tài chính cho các hoạt động xã hội, cho các tổ chức từ thiện và dân sự. Chúng cũng bị ảnh hưởng bất lợi khi một hãng gây ô nhiễm không khí, bị cháy nổ hoặc đóng cửa.

Quản lý cấp cao. Quản lý cấp cao có trách nhiệm ủy thác đối với các cổ đông, phải hành

Bảng 2. Nhu cầu của các bên hữu quan

TT	Bên hữu quan	Nhu cầu
1	Chủ sở hữu	Lợi nhuận, giá trị tài sản (cổ phiếu)
2	Người lao động (nhân viên)	Hài lòng, tiền lương, bị giám sát, thăng tiến
3	Khách hàng	Chất lượng hàng hóa dịch vụ, giá rẻ
4	Chủ nợ (ngân hàng)	Tín dụng tin cậy
5	Cộng đồng dân cư	Đóng góp cho cộng đồng, giải quyết các vấn đề của cộng đồng (môi trường, phát triển hạ tầng...)
6	Nhà cung cấp	Giao dịch thỏa đáng, chia sẻ thông tin...
7	Chính phủ	Tuân thủ pháp luật và các quy định, nộp ngân sách

Cổ đông. Các cổ đông cung cấp vốn chủ sở hữu để tài trợ cho hoạt động của công ty. Hầu hết các cổ đông quan tâm đến tiền lãi (lợi tức) từ khoản đầu tư của họ, nhưng các cổ đông cũng có các ưu tiên khác nhau về thời gian hoàn vốn, khác nhau về mức chấp nhận rủi ro và khác nhau về nắm quyền kiểm soát công ty.

động vì lợi ích tài chính của các cổ đông, bởi chính các cổ đông đã trực tiếp hoặc gián tiếp thuê quản lý cấp cao của công ty. Giám đốc điều hành cấp cao phải nhiệt tình và cam kết vào sự lãnh đạo công ty, họ thường có sở thích khác nhau về các mục tiêu của công ty (doanh thu, tốc độ tăng trưởng...)

Khó khăn trong việc chứa các bên liên quan

Nhiệm vụ đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan rất phức tạp bởi các bên liên quan có rất nhiều nhu cầu trái ngược nhau. Để giải quyết chúng, các nhà quản lý phải cân nhắc cẩn thận các yêu cầu của các bên tranh chấp, một nhiệm vụ phức tạp đòi hỏi sự nhạy cảm, cân bằng và phán đoán tuyệt vời. Ba tiêu chí mà các nhà quản lý phải xem xét khi đánh giá các khiếu nại của các bên liên quan: nghĩa vụ pháp lý, kỳ vọng của xã hội và tiêu chuẩn hành vi cá nhân.

Nghĩa vụ pháp lý. Ở mức tối thiểu, các nhà quản lý phải đưa ra các chiến lược kinh doanh nằm trong khuôn khổ luật pháp, nếu không có thể dẫn đến những hậu quả nghiêm trọng như bị phạt tiền, kiểm duyệt và thậm chí là cầm tù.

Kỳ vọng xã hội. Các nhà quản lý cũng phải cố gắng đáp ứng không chỉ những kỳ vọng của cộng đồng nơi họ hoạt động, mà còn kỳ vọng của xã hội nói chung về phát triển bền vững (phát triển xanh) ngay cả khi những kỳ vọng đó chưa được quy định rõ ràng trong luật.

Đạo đức và tiêu chuẩn hành vi. Tiêu chuẩn đạo đức hay các tiêu chuẩn hành vi cá nhân của các nhà quản lý, đó là giáo dục, niềm tin tôn giáo, giá trị và kinh nghiệm sống cá nhân. Những vấn đề như lao động trẻ em, an toàn lao động và phân biệt đối xử công việc, và những kỳ vọng xã hội về các vấn đề như ô nhiễm không khí và nước, đối xử với người thiểu số và quấy rối tình dục... cần được quản lý theo chuẩn mực đạo đức.

Quản lý mẫu số thực hiện theo cách tiếp cận cạnh tranh, dựa trên giả định rằng các mục tiêu và tiêu chí của tổ chức để đánh giá được xác định bởi các chủ sở hữu, quản lý cấp cao và cấp trung. Cách tiếp cận này đã kết hợp các chỉ số thực hiện khác nhau được các nhà quản lý và nhà nghiên cứu áp dụng để xác định các giá trị và lợi ích cạnh tranh trong hoạt động của tổ chức. Đây là nền tảng cho một cách tiếp cận mới để xử lý hiệu quả, bao gồm hai chiều. Chiều đầu tiên, liên quan đến khu vực mục tiêu hiệu suất, có thể là nội bộ hoặc bên ngoài. Khía cạnh bên trong phản ánh mối quan tâm của người quản lý đối với việc thực hiện đầy đủ các hoạt động, trong khi khía cạnh bên ngoài thể hiện cách hoạt động của tổ chức được đánh giá bởi môi

trường. Chiều thứ hai có liên quan đến cấu trúc tổ chức, có thể ổn định và/hoặc linh hoạt. Cấu trúc ổn định phản ánh sự tập trung của người quản lý vào việc đạt được hiệu suất và kiểm soát từ trên xuống, trong khi cấu trúc linh hoạt phản ánh sự tập trung của người quản lý vào việc học và thay đổi.

Quản lý tử số và quản lý mẫu số không thể tách rời

Trong môi trường cạnh tranh, cải thiện hiệu quả kinh doanh không thể tách rời nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Một cách tổng quát, năng lực cạnh tranh chính là khả năng sinh lợi của doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh, để nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp thường tập theo 2 hướng chính:

- Cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo sự khác biệt, nhờ đó mà bán sản phẩm của mình với mức giá cao hơn đối thủ, bán được nhiều sản phẩm hơn.

- Tiết kiệm chi phí, hạ giá thành sản phẩm để có thể hạ giá bán và tăng thị phần tiêu thụ, hoặc không tăng thị phần nhưng tăng cao suất lợi nhuận trên 1 đơn vị sản phẩm.

Trong cả 2 trường hợp, doanh nghiệp sẽ kiếm được nhiều lợi nhuận hơn so với đối thủ cạnh tranh. Thực tiễn cho thấy, doanh nghiệp thường đồng thời thực hiện 2 hướng trên. Vì thế, quản trị tử số và quản trị mẫu số trong doanh nghiệp liên quan chặt chẽ với nhau, bổ sung cho nhau, không thể tách rời trong nội dung và phân cấp quản lý. Quản trị mỗi chức năng về: tài chính, nhân sự, sản xuất, marketing... đều có 2 mặt: hướng nội và hướng ngoại, dài hạn và ngắn hạn, chiến lược và tác nghiệp... một thuộc về quản trị tử số, một thuộc về quản trị mẫu số. Mỗi nhà quản trị đồng thời 2 chức năng “lãnh đạo” và “quản lý”:

Lãnh đạo tạo ra tầm nhìn, quản lý tạo ra mục tiêu; Lãnh đạo là tác nhân thay đổi, quản lý duy trì hiện trạng; Lãnh đạo là duy nhất, quản lý sao chép; Lãnh đạo chấp nhận rủi ro, quản lý kiểm soát rủi ro; Lãnh đạo ở trong đoạn đường dài, quản lý trong ngắn hạn; Lãnh đạo phát triển năng lực cá nhân, quản lý khai thác các kỹ năng hiện có; Lãnh đạo xây dựng mối quan hệ, quản lý xây dựng hệ thống và quy trình; Lãnh đạo tập trung vào huấn luyện, quản lý hướng dẫn trực tiếp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Peter F. Drucker, *What makes an effective Executive*, *Havard Business Review*, <https://hbr.org/>
2. Champy J., Arnoudse D. "The Leadership Challenge of Reengineering". *Insights Quarterly: Executive Journal of Business Reengineering* 4 (1992): 17- 25.
3. Katrina R. (2012). *Evaluating the Performance of an Organization/ Better evaluation Beta*, http://betterevaluation.org/theme/organizational_performance
4. Khademfar M. and Amiri S. A., (2013). *The Relationship between Ethical Leadership and Organizational Performance (Small Review on Malaysian Studies. International Journal of Business and Social Science. Vol.4 No.1;* http://www.ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_1_January_2013/13.pdf
5. Kumar S., Gulati R., (2010). *Measuring efficiency, effectiveness and performance of Indian public sector banks. International Journal of Productivity and Performance Management. Vol. 59 Iss: 1 pp. 51 - 74* <http://dx.doi.org/10.1108/17410401011006112>
6. Yih-Chang Chen (2001) "Empirical Modelling for Participative Business Process Reengineering" http://betterevaluation.org/theme/organizational_performance

Ngày nhận bài: 5/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/1/2020

Thông tin tác giả:

GVC. TS. NGUYỄN VĂN NGHIẾN

Nguyên chủ nhiệm Bộ môn Quản lý Công nghiệp;

Viện Kinh tế và Quản lý - Trường Đại học Bách khoa Hà Nội

**NUMERICAL MANAGEMENT
AND DENOMINATOR MANAGEMENT IN ENTERPRISES**

● **Dr. NGUYEN VAN NGHIEN**

Former Head, Department of Industrial Management

School of Economics and Management

Hanoi University of Science and Technology

ABSTRACT:

Numerical management and denominator management are two different paths leading to improving the business efficiency of enterprises. They are two different management subjects with different purposes, contents and characteristics in the management process. Many researchers as well as practical activists have been confused about these two approaches. A clear understanding about the numerical management and denominator management would help researchers better orient their researches and managers can use these tools effectively.

Keywords: Numerical management, denominator management, enterprise.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN DỰ ĐỊNH QUAY LẠI: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI KHÁCH SẠN REX THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, VIỆT NAM

● ĐINH PHI HỔ - PHAN THANH LONG

TÓM TẮT:

Trong 1 thập niên gần đây, có nhiều nghiên cứu về sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ khách sạn cao cấp. Tuy nhiên, chỉ dừng lại ở sự hài lòng thì chưa đủ mà phải quan tâm đến yếu tố cuối cùng là khách hàng tiếp tục trở lại với khách sạn. Đây cũng là vấn đề thách thức cho các nhà nghiên cứu và quản lý trong bối cảnh Việt Nam hòa nhập thế giới, nhất là trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn đang có sự cạnh tranh gay gắt về khách hàng và thị phần. Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu khảo sát 400 khách hàng và áp dụng mô hình hồi quy Binary Logistic. Kết quả tìm thấy các yếu tố ảnh hưởng đến dự định quay lại khách sạn bao gồm: (i) View từ khách sạn; (ii) Trình độ học vấn khách hàng; (iii) Vị trí thuận tiện cho dự hội nghị, tham quan và shopping; (iv) Hình ảnh thương hiệu khách sạn; (v) Hài lòng về chất lượng dịch vụ khách sạn; (vi) Thu nhập; (vii) Tuổi; và (viii) Giới tính khách hàng.

Từ khóa: Dự định quay lại, mô hình hồi quy Binary Logistic, khách sạn REX, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.

1. Giới thiệu

Theo Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), khách quốc tế sẽ tiếp tục chuyển dịch đến khu vực châu Á - Thái Bình Dương, trong đó có Việt Nam. Khách du lịch đi với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí sẽ chiếm 54%; thăm viếng, chữa bệnh, tâm linh sẽ chiếm 31%; công việc và nghề nghiệp chiếm 15% tổng lượng khách du lịch (Tổng cục Du lịch, 2019). Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) được xem trung tâm tài chính - kinh tế tại Việt Nam

(VN). Nơi đây cũng là chủ nhà VN tổ chức các hội nghị quốc tế - quốc gia và các sự kiện văn hóa - lịch sử, đồng thời là một điểm đến giải trí với nhiều bảo tàng, trung tâm mua sắm và các khu ẩm thực đặc sản 3 miền của cả nước. Công ty Jones Lang LaSalle (JLL) Việt Nam vừa công bố báo cáo điểm đến đầu tư khách sạn tại 26 thành phố thu hút du khách trên toàn cầu, trong đó Việt Nam có TP. HCM và Hà Nội lọt vào danh sách này. Riêng TP. HCM gây ấn tượng mạnh vì sự tăng trưởng nguồn

cung về lượng lẫn về chất. Năm 2019, TP. HCM đón hơn 6 triệu lượt khách quốc tế, chiếm xấp xỉ 50% lượng khách quốc tế đến Việt Nam (TTXVN, 2019). Đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch, hàng loạt các thương hiệu khách sạn quốc tế cao cấp và sang trọng đã có mặt tại TP. HCM như IHG (Inter Continental Hotels Groups), Accor, Marriott và Hyatt. Sự phát triển nhanh các khách sạn nội địa cao cấp và sang trọng tại đây như khách sạn Reverie, khách sạn Caravelle, khách sạn Majestic, The Myst Dong Khoi, Mai House Saigon và khách sạn Rex góp phần tăng sức cạnh tranh cho ngành khách sạn tại TP. HCM. Trong 1 thập niên gần đây, có nhiều nghiên cứu về sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ khách sạn cao cấp. Tuy nhiên, chỉ dừng lại ở sự hài lòng thì chưa đủ mà cần quan tâm đến yếu tố cuối cùng là khách hàng tiếp tục trở lại với khách sạn. Đây cũng là vấn đề thách thức cho các nhà nghiên cứu và quản lý trong bối cảnh Việt Nam hòa nhập thế giới, nhất là trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn đang có sự cạnh tranh gay gắt về khách hàng và thị phần. Nghiên cứu này tập trung vào: (i) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến dự định quay lại của khách hàng; (ii) Xây dựng mô hình định lượng các yếu tố ảnh hưởng đến dự định quay lại của khách hàng. Nghiên cứu tiến hành khảo sát 400 khách hàng tại khách sạn REX TP. Hồ Chí Minh nhằm tạo cơ sở thực tiễn cho mô hình đo lường. Khách sạn REX tọa lạc trên đại lộ Nguyễn Huệ - Lê Lợi, ngay tại trung tâm TP. HCM, khách sạn Rex là chứng nhân lịch sử cho bao thay đổi của Sài Gòn - TP Hồ Chí Minh. Với hơn 80 năm hình thành và phát triển, khách sạn Rex ngày nay là khách sạn sang trọng hàng đầu, biểu tượng của lòng hiếu khách Việt Nam. Với 286 phòng ngủ cao cấp, 5 nhà hàng và bar cùng chuỗi 8 phòng hội nghị đa chức năng đảm bảo cung cấp các dịch vụ tiện ích tốt nhất cho khách hàng.

2. Tổng quan lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Tổng quan lý thuyết

Từ những năm 90 đến nay, trên thế giới và Việt Nam có nhiều nghiên cứu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến dự định quay lại khách sạn đã lưu trú (repeat visitation / intention to return). Có thể tổng hợp bao gồm 5 nhóm yếu tố: (i) đặc điểm kinh tế - xã hội của khách hàng; (ii) thu nhập cá nhân; (iii) tính riêng biệt của khách sạn; (iv) sự hài lòng về

chất lượng dịch vụ và (v) hình ảnh thương hiệu khách sạn.

- Theo Zimmer và cộng sự (1995); Lundtorp and Walhill (2001); Nicolau and Mas (2005); Chen và Tsai (2007); Moniz (2012); Faizan (2015); Faizan (2015); Hung-chi Wu (2015), đặc điểm kinh tế - xã hội của khách hàng thể hiện trên các mặt: tuổi, giới tính, trình độ học thức và tình trạng việc làm của khách hàng.

- Theo Zimmer và cộng sự (1995); Nicolau and Mas (2005), Moniz (2012); Faizan (2015); Hung-chi Wu (2015), yếu tố thu nhập cá nhân ảnh hưởng quan trọng đến lựa chọn lưu trú tại khách sạn cao cấp - hạng sang.

- Theo Lundtorp và Walhill (2001); Chi và Qu (2008); Moniz (2012); Faizan (2015); Hung-chi Wu (2015), tính riêng biệt của khách sạn thể hiện: View từ khách sạn đối với trung tâm thành phố; khách sạn có vị trí thuận tiện cho tham dự hội nghị, tham quan và shopping.

- Theo Barsky và Labagh (1992); Allen và Rao (2000); Niininen và cộng sự (2004); Chen và Tsai (2007); Hui và cộng sự (2007); Moniz (2012); Faizan (2015); Hung-chi Wu (2015), Dinh Phi Ho và cộng sự (2018), sự hài lòng về chất lượng dịch vụ là tiền đề cho quyết định quay lại khách sạn lần nữa. Chất lượng dịch vụ khách sạn thể hiện trên các mặt: kiến trúc và cấu trúc của khách sạn; cam kết với khách hàng; phong cách chuyên nghiệp của nhân viên phục vụ và lễ tân; cảm thông với khách hàng và tiện ích của hệ thống thông tin liên lạc và bảo mật cho khách hàng.

- Theo Lundtorp and Walhill (2001); Hu và cộng sự (2009); Moniz (2012); Hung-Chi và cộng sự (2015) và Faizan (2015), hình ảnh thương hiệu của khách sạn ảnh hưởng đến sự hài lòng và dự định quay lại khách sạn của khách hàng.

2.2. Mô hình nghiên cứu (Bảng 1, 2)

Biến hài lòng và hình ảnh được đo lường bằng thang đo Likert với 5 mức độ khác biệt.

Dựa vào tham khảo các nghiên cứu trên trong bốn thập niên gần đây, nhóm nghiên cứu lựa chọn mô hình nghiên cứu cho khách sạn REX - TP. HCM như sau: (Hình 1)

Giả thuyết nghiên cứu:

H1: Thu nhập khách hàng tác động dương đến dự định quay lại.

Bảng 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến dự định quay lại khách sạn

STT		Ký hiệu	Nội dung	Đo lường	Giả thuyết
	Biến phụ thuộc	Y	Quyết định quay lại	Khách hàng khẳng định quay lại =1; Khác = 0	
	Biến độc lập				
I	Thu nhập cá nhân	X1	Thu nhập khách hàng	1000 USD / tháng	+
II	Đặc điểm kinh tế - xã hội	X2	Tuổi	Năm	+
		X3	Giới tính	Nam =1; Nữ =2	+/-
		X4	Trình độ học vấn	Đại học-Sau ĐH =1; Khác =0	+
		X5	Tình trạng việc làm	Đang làm việc = 2; khác = 1	+
III	Tính riêng biệt của khách sạn.	X6	View từ khách sạn đối với trung tâm TP	Trải nghiệm với view của khách sạn =1; Không = 0	+
		X7	Vị trí thuận tiện cho tham quan và dự hội nghị, shopping	Có thuận tiện = 1; khác = 0	+
IV	Hài lòng	X8	Hài lòng về chất lượng dịch vụ khách sạn.	Thang đo Likert	+
V	Hình ảnh	X9	Hình ảnh thương hiệu REX	Thang đo Likert	+

Bảng 2. Thang đo hài lòng và hình ảnh thương hiệu

STT	Thang đo
I	Sự hài lòng
1	Văn phòng, trụ sở giao dịch của khách sạn (KS) khang trang, tạo sự tin tưởng cho khách hàng
2	Khách sạn hứa thực hiện một điều gì đó (như thiết lập dịch vụ chăm sóc khách hàng, hậu mãi) vào khoảng thời gian cụ thể, điều đó sẽ được thực hiện.
3	Nhân viên khách sạn thực hiện nhanh chóng các yêu cầu của khách hàng về thay đổi dịch vụ như thay đổi thông tin trên hóa đơn, dịch vụ cung ứng internet, v.v
4	Web đáp ứng được các yêu cầu của khách hàng về dịch vụ tại khách sạn
5	Nhân viên khách sạn chú ý đến những vấn đề mà bạn hoặc doanh nghiệp quan tâm nhiều nhất.
II	Hình ảnh thương hiệu
1	Khách hàng đến ở khách sạn không cần quan tâm đến biến động giá
2	REX luôn xếp hạng top khách sạn ở Việt Nam
3	Phong cách phục vụ thân thiện, hiện đại, tiện lợi và bảo mật cho khách hàng

H2: Tuổi khách hàng tác động dương đến dự định quay lại.

H3: Giới tính khách hàng tác động dương hoặc âm đến dự định quay lại.

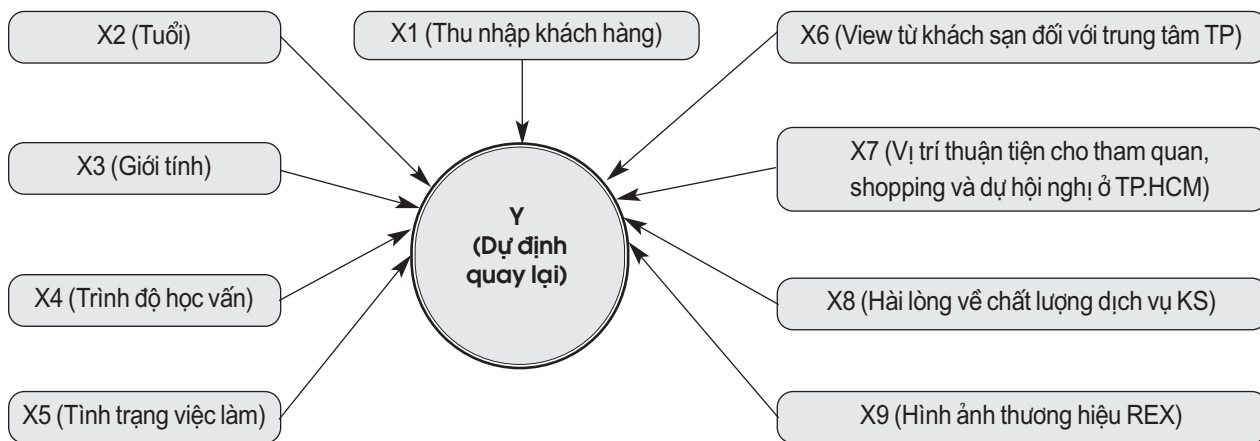
H4: Trình độ học vấn khách hàng tác động dương đến dự định quay lại.

H5: Tình trạng việc làm khách hàng tác động dương đến dự định quay lại.

H6: View từ khách sạn đối với trung tâm TP tác động dương đến dự định quay lại.

H7: Vị trí thuận tiện cho tham quan, shopping và dự hội nghị tác động dương đến dự định quay lại.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



H8: Thái độ về chất lượng dịch vụ KS tác động dương đến dự định quay lại.

H9: Hình ảnh về chất lượng dịch vụ KS tác động dương đến dự định quay lại.

Mô hình khái quát:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9) \quad (1)$$

2.3. Mô hình định lượng

Dạng khái quát của mô hình hồi quy tuyến tính:

$$Y = B_0 + \sum_{i=1}^n b_i X_i + u$$

X_i : Các biến độc lập; Y : biến phụ thuộc; u : phần dư.

Trong nghiên cứu này, biến phụ thuộc là biến giả ($Y = 1; Y = 0$).

Theo Cox (1970), mô hình thích hợp là hồi quy Binary Logistic.

$$\ln \left[\frac{P(Y=1)}{P(Y=0)} \right] = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + \dots + B_9 X_9$$

Trong đó:

$P(Y=1) = P_0$: Xác suất khách hàng dự định quay lại.

$P(Y = 0) = 1 - P_0$: Xác suất khách hàng có dự định khác.

X_i : các biến độc lập (i : từ 1 đến 9); \ln : Log của cơ số e ($e = 2,714$).

Hệ số Odds (O_0):

$$O_0 = \frac{P_0}{1 - P_0} = \frac{P(\text{dulichquaylai})}{P(\text{dulichkhac})} \quad (\text{Hệ số Odds})$$

Thế O_0 vào phương trình (1):

$$\ln O_0 = b_0 + B_1 X_1 + \dots + b_9 X_9 \quad (2)$$

Phương trình (2) có dạng hàm Logit, ước lượng các hệ số hồi quy bằng phương pháp Maximum Likelihood.

2.4. Xác định cỡ mẫu

Theo Yamane (1967), cỡ mẫu tối thiểu cần có:

$$n = \frac{Z^2 p(1 - p)}{e^2} = \frac{(1,96)^2 0,5(1-0,5)}{0,05^2} = 384,16$$

Trong đó:

Z : Chọn độ tin cậy là 95%, giá trị tra bảng phân phối $Z = 1,96$

P : Tỷ lệ ước lượng n thành công với $P = 0,5$

e : Sai số mẫu (sampling error) cho phép với $+ -0,05$ (5%).

Cỡ mẫu tối thiểu là 385 quan sát. Căn cứ vào khả năng nguồn lực cộng tác viên khảo sát và tài chính cho phép, nhóm nghiên cứu chọn $n = 400$ quan sát, phương pháp thu thập mẫu theo thuận tiện, tại khách sạn REX trong năm 2019.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Mô tả đặc điểm khách hàng

- Giới tính và độ tuổi: Trong 400 khách hàng khảo sát, giới tính nữ chiếm 53%. Độ tuổi chủ yếu của khách hàng là trên 30 tuổi (75%). (Hình 2, 3)

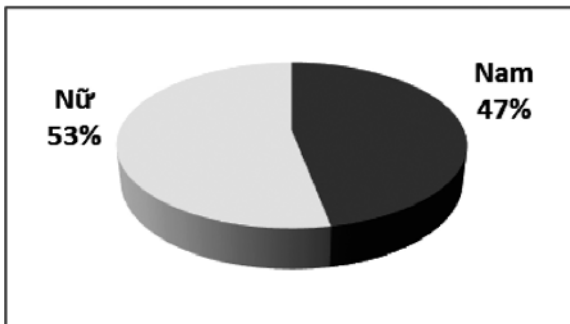
- Trình độ học vấn và nghề nghiệp: (Hình 4, 5)

Khách hàng có trình độ học vấn cao, 41% khách hàng có trình độ đại học và sau đại học. Nghề nghiệp chủ yếu là công chức, nhà quản lý của các công ty và nhà nội trợ (63%).

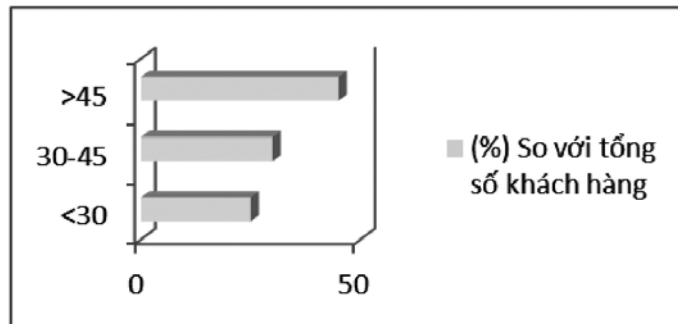
- Tình trạng việc làm và thu nhập: (Hình 6, 7)

Phần lớn khách hàng đang làm việc (75%). Thu nhập khách hàng từ 500 - 2000 USD/ tháng chiếm chủ yếu (65%).

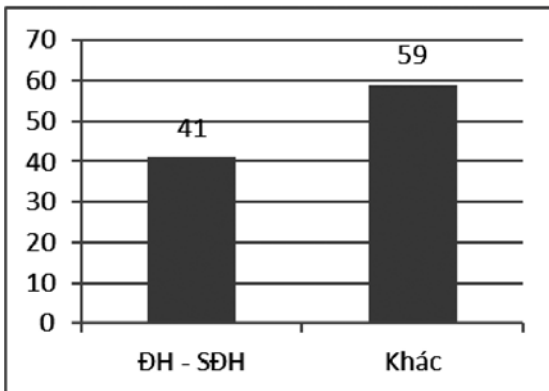
Hình 2: Giới tính của khách hàng (%)



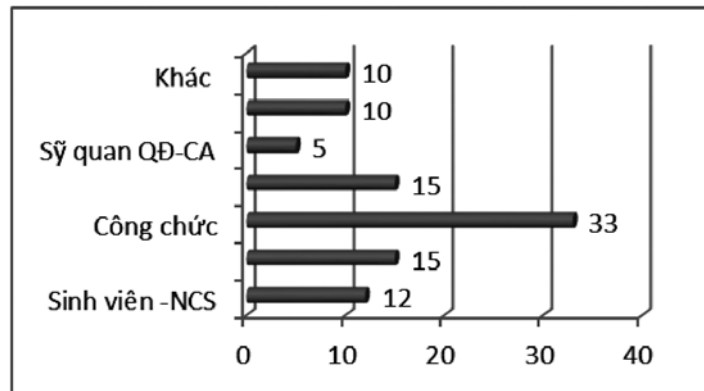
Hình 3: Độ tuổi (năm)



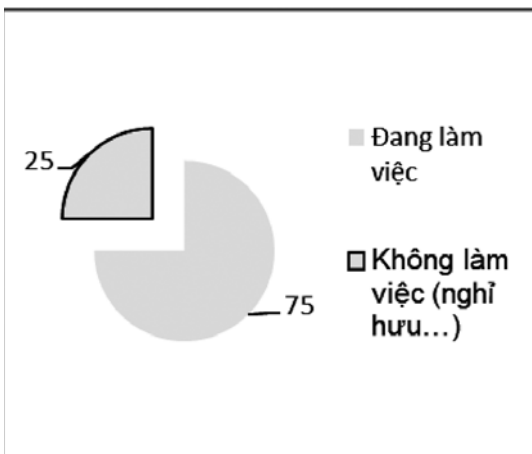
Hình 4: Trình độ học vấn (%)



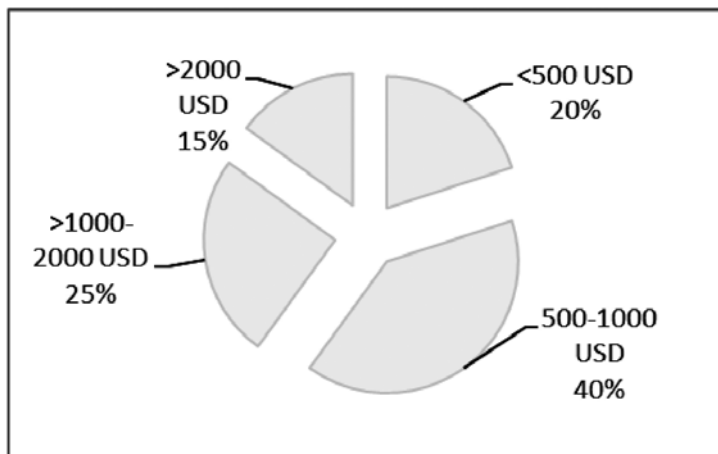
Hình 5: Nghề nghiệp của khách hàng (%)



Hình 6: Tình trạng việc làm (%)



Hình 7: Thu nhập (USD/ tháng)



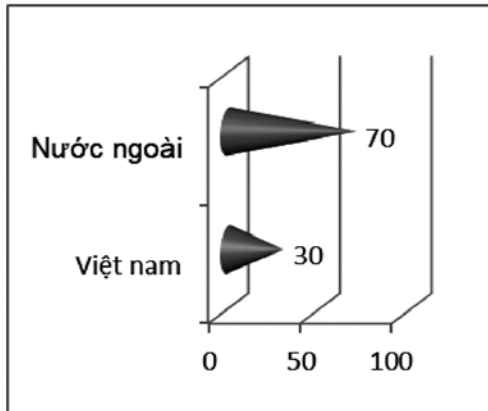
- Quốc tịch và cơ cấu khách nước ngoài: (Hình 8, 9)
 Khách hàng của Rex chủ yếu là người nước ngoài (70%), quốc tịch Úc, Nhật Bản và Hoa Kỳ chiếm đa số (74%).

3.2. Kết quả hồi quy (Bảng 3, 4)

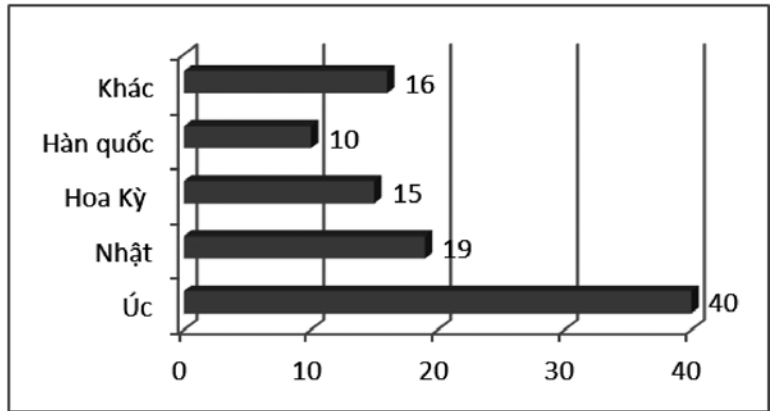
Kiểm định Wald cho thấy có 8 biến: X2, X3, X4, X6, X7, X8, X9 có Sig. < 0,05 (mức tin cậy > 95%).

Biến X5 có Sig. > 0,05 (mức tin cậy trên 95%). Dấu của các hệ số hồi quy phù hợp với giả thuyết. R2 Nagelkerke = 0,806, như vậy 80,6% thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập của mô hình. Kiểm định Omnibus với Sig. ≤ 0,05, về tổng thể, các biến độc lập tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc.

Hình 8: Quốc tịch của khách hàng (%)



Hình 9: Cơ cấu khách hàng nước ngoài (%)



Bảng 3. Hệ số hồi quy

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
X1	0,450	0,091	24,537	1,000	0,000	1,568	1,313	1,874
X2	0,144	0,030	23,501	1,000	0,000	1,155	1,090	1,224
X3	-2,374	0,690	11,855	1,000	0,001	0,093	0,024	0,360
X4	4,599	0,849	29,363	1,000	0,000	99,365	18,829	524,362
X5	0,950	0,665	2,044	1,000	0,153	2,586	0,703	9,517
X6	5,489	1,389	15,622	1,000	0,000	242,010	15,912	3680,807
X7	3,088	0,889	12,068	1,000	0,001	21,926	3,841	125,169
X8	2,283	0,635	12,920	1,000	0,000	9,809	2,824	34,067
X9	2,348	0,637	13,564	1,000	0,000	10,462	2,999	36,492
Hệ số cắt trung tung	-28,558	4,994	32,705	1,000	0,000	0,000		
Kiểm định Omnibus								
Chi-square	270,698							
Significance	0,000							
Nagelkerke R Square	0,806							

Giả sử xác suất ban đầu khách hàng dự định quay lại là (P0), do tác động của biến Xi, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là P1. Theo Agresti (2007), P1 được xác định:

$$P_1 = \frac{P_0 \times e^B}{1 - P_0(1 - e^B)}$$

Bảng 4 cho biết vị trí tác động của các yếu tố theo thứ tự mạnh nhất đến yếu nhất của mô hình: View từ khách sạn đối với trung tâm TP; Trình độ học vấn; Vị trí thuận tiện cho tham quan và dự hội

ngộ, shopping; Hình ảnh thương hiệu REX; HÀi lòng về chất lượng dịch vụ KS; Thu nhập; Tuổi; Giới tính khách hàng.

(X1) Thu nhập khách hàng: Xác suất khách hàng dự định quay lại ban đầu là 10%, nếu khách hàng đó có thu nhập tăng thêm 1000 USD/ tháng, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 14,8%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại tăng lên 4,8%.

(X2) Tuổi khách hàng: Xác suất khách hàng dự

Bảng 4. Mức độ tác động của các yếu tố ảnh hưởng

	B	e ^B	Xác suất ban đầu P0 = 10%		Vị trí tác động
			P1 (%)	Thay đổi xác suất (Giá trị tuyệt đối, %)	
X1	0,45	1,568	14,8	4,8	6
X2	0,144	1,155	11,4	1,4	7
X3	-2,374	0,093	1,0	9,0	8
X4	4,599	99,365	91,7	81,7	2
X6	5,489	242,01	96,4	86,4	1
X7	3,088	21,926	70,9	60,9	3
X8	2,283	9,809	52,2	42,2	5
X9	2,348	10,462	53,8	43,8	4

định quay lại ban đầu là 10%, nếu khách hàng đó có độ tuổi tăng thêm 1 tuổi, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 11,4%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại tăng lên 1,4%.

(X3) Giới tính khách hàng: Xác suất khách hàng dự định quay lại ban đầu là 10%, nếu khách hàng đó có giới tính là nữ, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 1%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại giảm đi 9%.

(X4) Trình độ học vấn: Xác suất khách hàng dự định quay lại ban đầu là 10%, nếu khách hàng đó có trình độ ĐH-SĐH, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 91,7%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại tăng lên 81,7%.

(X6) View từ khách sạn đối với trung tâm TP: Xác suất khách hàng dự định quay lại ban đầu là 10%, nếu khách hàng đó có trải nghiệm view từ khách sạn, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 96,4%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại tăng lên 86,4%.

(X7) Vị trí thuận tiện cho tham quan - mua sắm và dự hội nghị: Xác suất khách hàng dự định quay lại ban đầu là 10%, nếu khách hàng đó có trải nghiệm thuận tiện của vị trí khách sạn, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 70,9%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại tăng lên 60,9%.

(X8) Hải lòng về chất lượng dịch vụ KS: Xác suất khách hàng dự định quay lại ban đầu là 10%,

nếu khách hàng đó đánh giá mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ tăng thêm 1 điểm, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 52,2%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại tăng lên 42,2%.

(X9) Hình ảnh thương hiệu REX: Xác suất khách hàng dự định quay lại ban đầu là 10%, nếu khách hàng đó đánh giá hình ảnh REX tăng thêm 1 điểm, xác suất khách hàng đó dự định quay lại là 53,8%. Như vậy, so với xác suất ban đầu 10%, khả năng dự định quay lại tăng lên 43,8%.

4. Kết luận và hàm ý quản trị

Mục tiêu của nghiên cứu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến dự định quay lại khách sạn. Đặc biệt trong bối cảnh sự cạnh tranh mạnh mẽ để giữ vững và mở rộng thị phần, các yếu tố này sẽ là chìa khóa cho các khách sạn cao cấp - hạng sang phát triển bền vững.

Dựa trên khảo sát 400 khách hàng và sử dụng mô hình hồi quy Binary Logistic, nghiên cứu cho thấy các yếu tố tác động đến dự định quay lại khách sạn theo thứ tự mạnh nhất đến yếu nhất, bao gồm: (i) View từ khách sạn; (ii) Trình độ học vấn; (iii) Vị trí thuận tiện cho tham quan, shopping và dự hội nghị; (iv) Hình ảnh thương hiệu khách sạn; (v) Hải lòng về chất lượng dịch vụ KS; (vi) Thu nhập; (vii) Tuổi; và (viii) Giới tính khách hàng. Kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở khoa học cho các nhà quản lý muốn mở rộng và giữ vững thị trường cho khách sạn cần phải quan tâm đến 8 yếu tố trên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Agresti, A. (2007). *An Introduction to Categorical Data Analysis*. A John Wiley & Sons Publication.
2. Allen, D.A., and Rao, T.R. (2000). *Analysis of customer satisfaction data*. Wisconsin: ASQ Quality Press.
3. Barsky, J.D., and Labagh, R. (1992). A strategy of customer satisfaction. *The Cornell hotel and restaurant administration Quarterly*, 35(3), 32-40.
4. Chen, C.F., and Tsai, D.C. (2007). How brand Image and evaluative factors affect behavioral Intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
5. Chi, C.G., and Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination images, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29, 624-636.
6. Cox, D. R. (1970). *Analysis of Binary Data*. London: Chapman & Hall.
7. Dinh Phi Ho, Bang Nguyen Viet and Long Phan Thanh (2018). Effects of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: A case of 4- and 5-star hotels in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Business and Economic Horizons*, 14(3), 437-450.
8. Faizan, A. (2015). Service quality as a determinant of customer satisfaction and resulting behavioural intentions: A SEM approach towards Malaysian resort hotels. *Tourism*, 63(1), 37-51
9. Hu, H., Kandampully, J., and Juwaheer, T.D. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and images: an empirical study. *The Service Industries Journal*, 29(2), 111-125.
10. Hui, T.K., Wan, D., and Ho, A. (2007). Tourist' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management*, 28, 965-975
11. Hung-chi Wu, Chi-han, A., Lei-jiao, Tao Li (2015). A study of revisit intentions, customer satisfaction, corporate image, emotions and service quality in the Hot Spring industry. *Journal of China Tourism Research*, 11(4), 371-401.
12. Lundtorp, S., and Walhill, S. (2001). The resort life cycle theory: Generating process and estimation. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 947-964.
13. Moniz, A.I. (2012). A dynamic analysis of repeat visitor. *Tourism Economics*, 18(3), 505-517.
14. Nicolau, J.N., and Mas, J.F. (2005). Stochastic modeling: A three - stage tourist choice process. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 49-69.
15. Niininen, O., Szivas, E., Riely, M. (2004). Destination loyalty and repeat behaviour: An application of optimum stimulation measurement. *International Journal of Tourism Research*, 6, 439-447.
16. Tổng cục Du lịch (2019). Du lịch Việt Nam xây dựng sản phẩm đẳng cấp, có sức cạnh tranh cao, khẳng định thương hiệu Điểm đến hàng đầu châu Á. Truy cập từ <http://www.vietnamtourism.gov.vn/index>.
17. TTXVN (2019). TP. HCM: Đón trên 6,2 triệu lượt khách quốc tế trong 9 tháng của năm 2019. Truy cập từ <<http://baovanhoa.vn/du-lich/artmid/416/articleid>>.
18. Zimmer, Z., Brayley, R.E., and Searle, M.S. (1995). Whether to go and where to go: Identification of important influence on senior' decisions to travel. *Journal of Travel Research*, 33(3), 3-10.
19. Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*, 2nd Ed. New York: Harper and Row.

Ngày nhận bài: 9/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/1/2020

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. ĐINH PHI HỒ

Trưởng Đại học Phan Thiết

2. TS. PHAN THANH LONG

Khách sạn Rex Sài Gòn

**FACTORS AFFECTING
THE GUEST'S INTENTION TO RETURN:
CASE STUDY AT REX HOTEL SAIGON
IN HO CHI MINH CITY, VIETNAM**

- Assoc. Prof. Dr. **DINH PHI HO**
University of Phan Thiet
- Dr. **PHAN THANH LONG**
Rex Hotel Saigon

ABSTRACT:

In the last decade, there have been many studies on satisfaction of guests with high quality hotel services. However, studying the satisfaction is not enough as the guest's intention to return is more important than the guest's satisfaction. The guest's intention to return is also a challenging issue for researchers and managers in the context of Vietnam's integration into the world, especially in the hotel business sector which is facing fierce competition in customers and market share. This study was carried out with 400 customer survey data and by using the Binary Logistic regression model. The results find that the factors affecting the intention to return including: (i) View from the hotel; (ii) Customer education level; (iii) Convenient location for sightseeing, shopping and conferences; (iv) Hotel brand image; (v) Satisfaction with the quality of hotel services; (vi) Income; (vii) Age; and (viii) Customer gender.

Keywords: Intention to return, Binary Logistic regression model, Rex Hotel Saigon, Ho Chi Minh City, Vietnam.

GIẢI PHÁP QUẢN TRỊ YẾU TỐ HỮU HÌNH GIÚP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁM CHỮA BỆNH: NGHIÊN CỨU TẠI KHOA KHÁM BỆNH, BỆNH VIỆN HỮU NGHỊ VIỆT ĐỨC

● NGUYỄN ĐĂNG MINH - NGUYỄN TIẾN THÀNH

TÓM TẮT:

Bài viết này trình bày kết quả nghiên cứu các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại Khoa Khám bệnh, Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức. Trên cơ sở tham khảo mô hình SERVQUAL với 5 nhóm yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh. Kết quả phân tích đã chỉ ra yếu tố đảm bảo và hữu hình có tác động đáng kể tới chất lượng khám chữa bệnh. Do đó, tác giả đã tập trung phân tích, luận giải và đề xuất một số giải pháp mang tính vi mô và vĩ mô để quản trị yếu tố hữu hình, giúp nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh một cách tuần tự qua từng bước, từng khu vực.

Từ khóa: Yếu tố hữu hình, quản trị bệnh viện, chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh.

1. Đặt vấn đề

Dịch vụ khám chữa bệnh (viết tắt là: KCB) là một loại dịch vụ đặc biệt thuộc nhóm dịch vụ an sinh xã hội quan trọng, phục vụ nhu cầu thiết yếu của người dân, mọi quốc gia trên thế giới đều phải quan tâm đầu tư phát triển.

Nếu chất lượng KCB chỉ đạt ở mức độ trung bình hay yếu kém thì cho dù cơ sở y tế (CSYT) đó có các dịch vụ đa dạng phong phú khác, đáp ứng được nhu cầu của người dân số lượng người bệnh tìm đến với CSYT đó để tiến hành KCB chắc chắn sẽ không nhiều thậm chí sẽ bị giảm dần đều theo thời gian. Ngược lại, nếu chất lượng dịch vụ KCB tại CSYT tốt, số lượng người bệnh đến KCB tại các

CSYT tăng lên, từ đó các CSYT mới có cơ hội để phát triển và phục vụ người dân.

Trong nghiên cứu “Yếu tố chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân, nghiên cứu đánh giá hai chiều bệnh nhân với đơn vị cung cấp tại Khoa Khám bệnh, Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức”, tác giả đã áp dụng mô hình SERVQUAL [1] với 5 yếu tố chất lượng dịch vụ là: Cảm thông, Hữu hình, Đảm bảo, Tin cậy và Đáp ứng để đo lường. Kết quả nghiên cứu đã xác định hai yếu tố “Hữu hình” và “Đảm bảo” có tác động đáng kể tới chất lượng KCB [2].

Nghiên cứu “Áp dụng Quản trị tinh gọn tại Bệnh viện Bạch Mai”, tác giả đã chỉ ra 4 lãng phí chính

trong quá trình quản trị bệnh viện tại đây (Bao gồm: (i). Lãng phí do bệnh nhân chờ đến lượt khám; (ii). Lãng phí do phải tìm nhân viên để hỏi thủ tục khám bệnh; (iii). Lãng phí do bệnh nhân phải chờ lấy kết quả khám và (iv). Lãng phí do phải tìm bằng hướng dẫn quy trình khám bệnh) [3]. Cả 4 lãng phí này đều thuộc yếu tố hữu hình.

Các nghiên cứu trên thế giới cả ở trong và ngoài lĩnh vực đều chỉ ra rằng biện pháp cải tiến hiệu quả hoạt động, nâng cao chất lượng dịch vụ KCB có nhiều cách, nhưng thay đổi hoặc cải tiến phương pháp quản trị là cách làm hiệu quả nhất [4], [5], [6], [7].

Quản trị bệnh viện tại Việt Nam vẫn là một khái niệm còn rất mới mẻ, chưa nhiều nghiên cứu đề cập đến. Xuất phát từ thực tiễn trên, tác giả thực hiện nghiên cứu này nhằm xác định vai trò của yếu tố “Hữu hình” tác động đến chất lượng dịch vụ KCB hiện nay và giải pháp quản trị giúp nâng cao chất lượng dịch vụ KCB nghiên cứu tại Khoa Khám bệnh, Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức (sau đây gọi là “Bệnh viện” nói chung).

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định lượng được áp dụng thông qua mô hình SERVQUAL để phân tích thực trạng, xác định yếu tố tác động mạnh đến chất lượng dịch vụ KCB. Nghiên cứu được thực hiện theo các bước cơ bản như sau:

Bước 1: Nghiên cứu lý thuyết và điều tra mẫu

Qua mô hình SERVQUAL, tác giả đề xuất khung phân tích cần nghiên cứu gồm 5 yếu tố độc lập, với 30 biến quan sát để đo lường yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ KCB. Thang điểm Likert từ 1 đến 5 được sử dụng để đo lường các biến này, trong đó tác giả đề xuất 1 là “Hoàn toàn không đồng ý”, 2 là “Không đồng ý”, 3 là “Lưỡng lự”, 4 là “Đồng ý” và 5 là “Hoàn toàn đồng ý”.

Bước 2: Đề xuất giải pháp quản trị yếu tố “Hữu hình”

Giải pháp quản trị yếu tố “Hữu hình” được đề xuất sau khi nghiên cứu thực trạng yếu tố tác động mạnh đến chất lượng dịch vụ KCB tại Bệnh viện (tại bước 1), các giải pháp được kiểm định về tính khả thi, sự phù hợp thông qua khảo sát từ bệnh nhân và người nhà đến khám bệnh những người trực tiếp thụ hưởng chất lượng dịch vụ KCB.

2.2. Câu hỏi nghiên cứu

Nghiên cứu này nhằm trả lời 2 câu hỏi: (1) Yếu tố “Hữu hình” tác động như thế nào đến chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại Bệnh viện hiện nay và thực trạng đánh giá của người bệnh? (2) Giải pháp quản trị yếu tố “Hữu hình” nào giúp nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh đáp ứng yêu cầu và hướng tới sự hài lòng của người bệnh?

3. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

3.1. Tác động của yếu tố “Hữu hình” đến chất lượng khám chữa bệnh

3.1.1. Mô tả nghiên cứu

Tác giả đã tiến hành khảo sát theo tỷ lệ 0 bệnh nhân sẽ khảo sát 1 người nhà bệnh nhân đi cùng đến khám bệnh. Nghiên cứu cũng thu thập các thông tin hành chính cơ sở, như: Họ và tên; Tuổi; Giới tính; Địa chỉ (nội hoặc ngoại thành Hà Nội hoặc địa phương khác); và Số lần đến khám tại Bệnh viện (Chi tiết tại Bảng 1).

Bảng 1. Mô tả về mẫu nghiên cứu

STT	Nội dung	Chỉ số	n	%
1	Giới tính	Nam	185	66,0
		Nữ	95	34,0
2	Đến từ	Nội thành Hà Nội	90	32,0
		Ngoại thành Hà Nội	69	25,0
		Địa phương khác	121	43,0
3	Khám lần thứ	1 lần	116	41,0
		2 lần	65	38,0
		3 lần	48	14,0
		4 lần trở lên	51	8,0

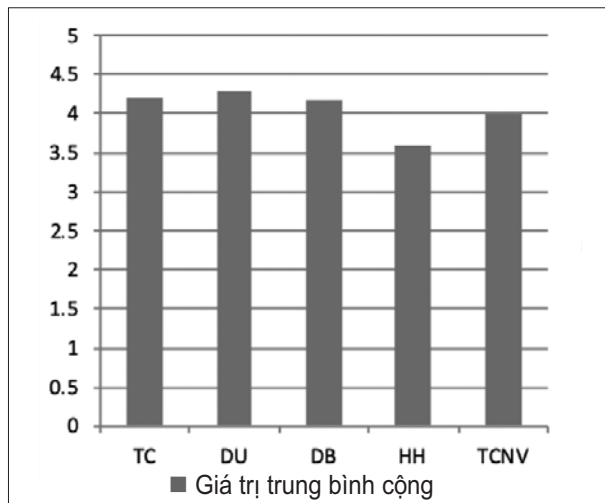
Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.1.2. So sánh giá trị trung bình của 5 nhóm yếu tố chất lượng dịch vụ KCB

Giá trị trung bình của 5 nhóm yếu tố độc lập, tác giả xác định bằng công thức: Giá trị khoảng cách = (Maximum - Minimum)/n. Từ kết quả tổng hợp giá trị trung bình cộng giữa các biến, tác giả vẽ sơ đồ để so sánh trực quan sự khác biệt, yếu tố có giá trị trung bình cao, yếu tố có giá trị trung bình thấp của 5 yếu tố độc lập trong chất lượng dịch vụ KCB. (Hình 1)

Hình trên mô tả giá trị trung bình các yếu tố chất lượng dịch vụ KCB. Theo đó, nhóm yếu tố có giá trị

Hình 1: So sánh giá trị trung bình các yếu tố chất lượng dịch vụ KCB



Nguồn: Tác giả khảo sát và tổng hợp

trung bình cao nhất là “Đáp ứng” với giá trị trung bình cộng bằng 4,30; nhóm yếu tố có giá trị trung bình thấp nhất là nhóm yếu tố “Hữu hình” có giá trị trung bình bằng 3,60; 2 nhóm yếu tố “Tin cậy” và “Đáp ứng” đều có giá trị trung bình lớn hơn 4 lần lượt bằng 4,21 và 4,18; còn nhóm yếu tố “Cảm thông” đứng thứ 4 với giá trị bằng 3,99.

3.2. Thực trạng và đề xuất giải pháp quản trị yếu tố “Hữu hình”

3.2.1. Thực trạng quản trị yếu tố “Hữu hình”

Thực hiện nghiên cứu, tác giả xây dựng 6 tiêu chí liên quan đến yếu tố “Hữu hình” thì 2 tiêu chí thuộc nhóm yếu tố “Hữu hình” mà bệnh nhân và người nhà khi khảo sát có cảm nhận ở mức thấp (điểm trung bình nhỏ hơn 2,60 mức không đồng ý) là: Biển, bảng chỉ dẫn của Khoa Khám bệnh là rất dễ hiểu, dễ nhìn, dễ tìm kiếm; và số lượng nhà vệ sinh của Khoa Khám bệnh bố trí hợp lý để tìm và rất sạch sẽ, thoáng mát, đủ cho nhu cầu của bệnh nhân, nhân viên lau dọn liên tục (Chi tiết tại Bảng 2).

Qua bảng khảo sát bên trên và các kết quả phỏng vấn, phân tích thực trạng quản trị yếu tố “Hữu hình” tại Bệnh viện còn một số tồn tại như sau:

- Biển bảng chỉ dẫn cho người bệnh đang bố trí rất rối mắt, gây khó khăn cho người bệnh khi tìm kiếm. Các bảng biển bên trong Khoa Khám bệnh bố trí rất rối mắt không theo quy luật từ trên xuống hay một chiều từ trái sang.

- Vị trí, cách sắp xếp, số lượng, cách quản lý vận hành, vệ sinh các nhà vệ sinh tại Khoa Khám bệnh hiện nay rất không hợp lý. Các khoa Khoa khám bệnh chỉ có từ 2 - 3 nhà vệ sinh, trong đó có một nhà

Bảng 2. Thực trạng quản trị các yếu tố hữu hình tại Khoa Khám bệnh, Bệnh viện

TT	Nội dung	Tổng	Giá trị TB	Mức ý nghĩa
1	Biển, bảng chỉ dẫn của Khoa Khám bệnh là rất dễ hiểu, dễ nhìn, dễ tìm kiếm	280	2,46	Không đồng ý
2	Khoa khám bệnh và các phòng đều rộng rãi, thiết kế hiện đại và thân thiện	280	4,22	Rất đồng ý
3	Dụng cụ trang thiết bị sử dụng trong quá trình khám bệnh tôi cảm quan đều rất mới, hiện đại và chất lượng cao	280	4,11	Đồng ý
4	Số lượng nhà vệ sinh của Khoa Khám bệnh bố trí hợp lý để tìm và rất sạch sẽ, thoáng mát đủ cho nhu cầu của bệnh nhân, nhân viên lau dọn liên tục	280	2,53	Không đồng ý
5	Hệ thống chiếu sáng, ghế ngồi cho người chờ khám là rất đầy đủ	280	4,15	Đồng ý
6	Hệ thống hiển thị số và thứ tự chờ khám rất hiện đại, có kết hợp hình ảnh và âm thanh hoàn toàn tự động rất rõ ràng, minh bạch	280	4,15	Đồng ý

Nguồn: Tác giả khảo sát và tổng hợp

dành cho cán bộ nhân viên và chỉ còn một nhà dành cho người bệnh; việc lau dọn nhà vệ sinh còn rất kém và thường xuyên trong tình trạng hôi bẩn.

- Vệ sinh tại Khoa Khám bệnh còn làm cho người bệnh chưa hài lòng. Tần suất vệ sinh là 3 lần/ngày (7 giờ, 11 giờ và 16 giờ). Số lượng vậy là quá ít, trong khi số lượng bệnh nhân quá đông, làm tình trạng thiếu sạch sẽ tại Khoa Khám bệnh hiện nay là rất dễ nhìn thấy.

- Hoạt động hiện nay của Khoa Khám bệnh gây ra tiếng ồn rất lớn. Khoa Khám bệnh hiện nay đang có phòng khám chuyên sâu của 19 khoa lâm sàng, cận lâm sàng; tại mỗi cửa phòng đều có lắp đặt loa gọi bệnh nhân xếp hàng vào khám, cùng với 1 loa của quầy thu ngân, 1 loa quầy đăng ký và 1 loa của quầy lấy số vào khám. Khi giờ cao điểm hoạt động trong ngày 22 bộ loa cùng hoạt động.

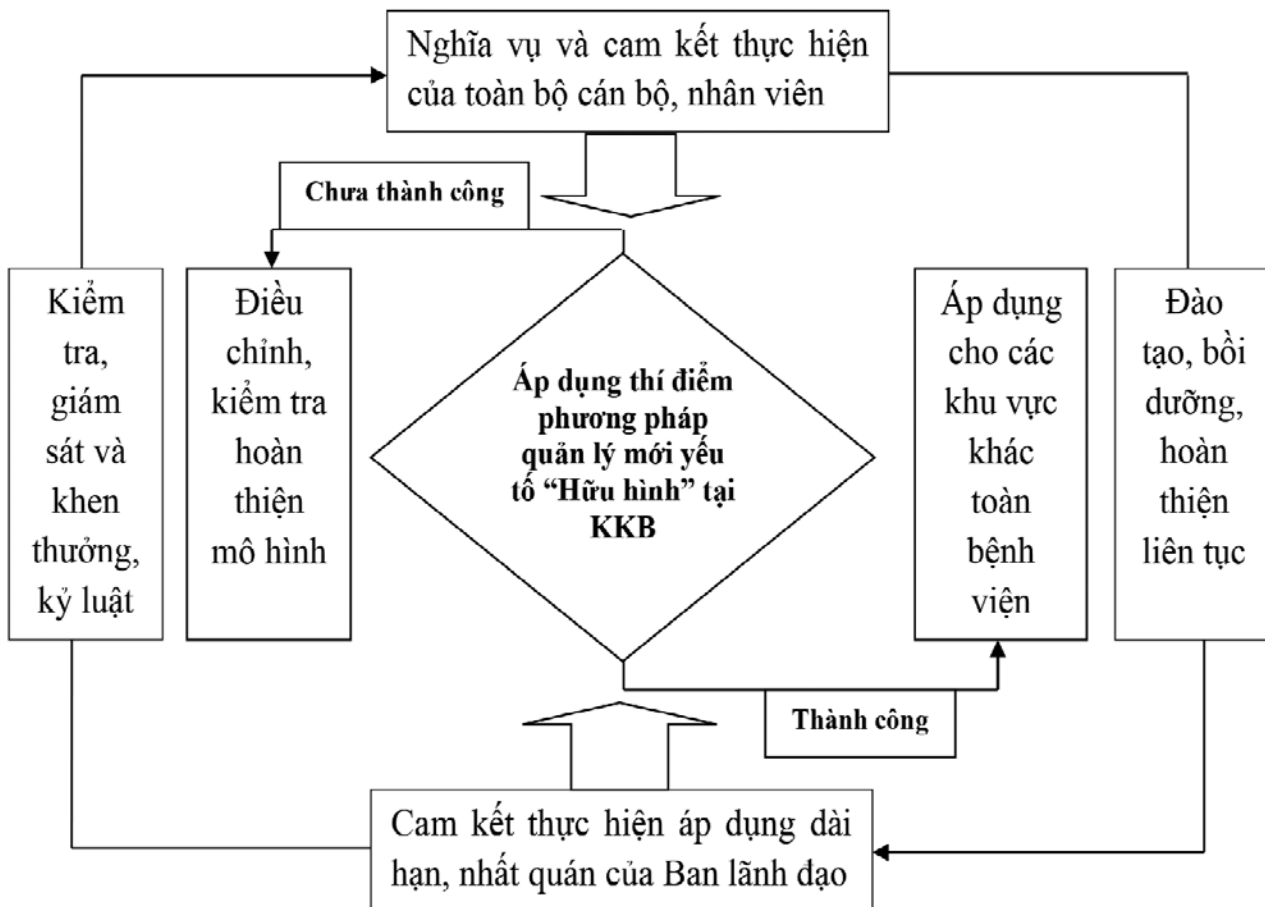
3.2.2. Giải pháp quản trị yếu tố “Hữu hình”

3.2.2.1. Quy trình áp dụng các giải pháp

Thực hiện mô hình áp dụng phương pháp quản trị yếu tố “Hữu hình” của Khoa Khám bệnh một cách triệt để kết hợp giữa xác định mục tiêu, xây dựng kế hoạch, nội dung thực hiện, kiểm nghiệm đánh giá, hoàn thiện mô hình và triển khai áp dụng phương pháp quản trị mới cho các khoa, khu vực khác và tiến tới áp dụng trong toàn bộ Bệnh viện được thực hiện liên tục như mô hình. (Hình 2)

Mô hình áp dụng nêu trên được thực hiện gồm 3 bước chính: Bước 01 xây dựng các biện pháp cụ thể áp dụng thí điểm cho việc quản lý yếu tố “Hữu hình” tại Khoa Khám bệnh; Bước 2 thực hiện kiểm tra giám sát quá trình thực hiện, kết hợp với đánh giá kết quả, xác định mức độ đạt được và thực hiện song song điều chỉnh hoàn thiện mô hình; Bước 3

Hình 2: Mô hình áp dụng phương pháp quản trị yếu tố “Hữu hình” của Khoa Khám bệnh



Tác giả nghiên cứu và đề xuất

thực hiện khen thưởng kỷ luật kết hợp với hoàn thiện mô hình chuẩn nhân rộng áp dụng sang quản trị các yếu tố khác, tiến tới áp dụng tại các khoa phòng, khu vực khác và áp dụng toàn bệnh viện nếu điều kiện cho phép.

3.2.2.2. Điều kiện áp dụng

A. Đối với lãnh đạo bệnh viện:

Đứng ở góc độ quản trị, các nhà quản trị bệnh viện cần cam kết thực hiện ngay những giải pháp giải quyết các vấn đề thực tiễn hiện nay mà kết quả nghiên cứu đã chỉ ra những tồn tại đó làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ KCB hiện nay (mức độ “vi mô”).

Sau khi đã giải quyết xong các vấn đề thuộc mức độ “vi mô”, các nhà quản trị bệnh viện sẽ nâng lên giải quyết mức độ “trung gian” (meso) của quản trị bệnh viện, tập trung áp dụng phương pháp mới cho quản trị nhóm yếu tố “Hữu hình” của Khoa Khám bệnh trước vì đây là khu vực dễ áp dụng và nhìn thấy hiệu quả nhất.

Sau cùng sẽ biến những giải pháp cấp “vi mô” trên ra thành các quyết định ở cấp độ thể chế chung áp dụng trong toàn bệnh viện và làm cơ sở đề xuất, kiến nghị cấp cao hơn như Bộ Y tế, Chính phủ điều chỉnh chế độ, chính sách y tế còn gọi là mức độ “vĩ mô” (macro) về quản trị bệnh viện để nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ KCB tiến tới sự hài lòng của người bệnh như mục tiêu của cuộc vận động “Đổi mới phong cách, thái độ phục vụ của cán bộ y tế hướng tới sự hài lòng của người bệnh” [8].

B. Đối với nhân viên bệnh viện

Nhân viên bệnh viện bao gồm các bác sĩ, điều dưỡng, nhân viên hành chính, bảo vệ... sẽ là những yếu tố mang tính chất đảm bảo cho sự thành công một cách bền vững và lâu dài khi áp dụng giải pháp quản trị thí điểm hiện nay cho yếu tố “Hữu hình” và toàn bệnh viện về sau [9]. Do đó, việc nâng cao mức độ cam kết tham gia của nhân viên khu vực áp dụng thí điểm trước mắt và toàn bệnh viện về sau mà cụ thể là nâng cao tinh thần tự giác, tính chủ động, tích cực trong các hoạt động áp dụng là một trong những yêu cầu cơ bản đối với bệnh viện nếu muốn đạt hiệu quả cao trong quá trình triển khai thí điểm trước mắt cũng như áp dụng toàn bệnh viện về sau.

3.2.2.3. Cách thức thực hiện

A. Giải quyết trước tiên các tồn tại

Trước tiên, Bệnh viện cần giải quyết những những vấn đề đang tồn tại làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ KCB hiện nay. Qua nghiên cứu, tác giả đã xác định:

- *Thứ nhất:* Tăng cường số lượng nhà vệ sinh tại Khoa Khám bệnh hiện nay, đồng thời tăng cường số giờ làm vệ sinh để luôn giữ được sự sạch sẽ của các nhà vệ sinh như tiêu chuẩn của nhà vệ sinh tại các sân bay.

- *Thứ hai:* Tăng cường quản trị trực quan bệnh viện, các bảng biển chỉ dẫn nên đặt cả trên cao (trần nhà) lẫn dưới chân, sử dụng nhiều hình ảnh minh họa thay thế cho chữ cùng với đèn báo để thu hút, gây sự chú ý và dễ dàng nhìn thấy khi cần tìm kiếm.

- *Thứ ba:* Tăng cường số hàng ghế chờ cho bệnh nhân chờ đến lượt khám trước mỗi phòng khám chức năng của Khoa Khám bệnh kết hợp với kẻ vạch xếp hàng, đánh số xếp hàng trước mỗi phòng khám để người bệnh và người nhà có thể ngồi chờ xếp hàng vào khám.

B. Áp dụng thí điểm quản trị cho nhóm yếu tố “Hữu hình”

(i). Xây dựng 5S mang đặc trưng Việt Nam:

Đào tạo về 5S ở Khoa Khám bệnh của Bệnh viện, 5S mang đặc trưng Bệnh viện cần phải nghiên cứu, xây dựng và đào tạo cho đội ngũ lãnh đạo, quản lý, bác sĩ và nhân viên tại Khoa Khám bệnh hiểu và áp dụng để việc áp dụng 5S phù hợp với thực tiễn Khoa Khám bệnh.

Nâng cao nhận thức của người học trong quá trình đào tạo: Trong giai đoạn đầu của quá trình triển khai 5S, Bệnh viện nên tập trung và giám sát chặt chẽ quá trình học tập và áp dụng 5S để đảm bảo chất lượng đào tạo. Nâng cao hiệu quả truyền truyền, ý thức và mức độ hiểu biết của họ về 5S, tạo thuận lợi khi triển khai áp dụng.

Xây dựng chiến lược lâu dài, kết hợp áp dụng 5S vào chiến lược của Bệnh viện vì một chiến lược lâu dài cùng với sự chuẩn bị đầy đủ cả về con người, tài chính và cơ sở vật chất sẽ giúp đảm bảo việc chất lượng dịch vụ KCB cũng như quá trình triển khai 5S không bị gián đoạn.

(ii). Áp dụng Quản trị trực quan triệt để trong Khoa khám bệnh:

Hiện đại hóa công tác KCB, ứng dụng công nghệ dùng thẻ cho khâu thanh toán, đăng ký KCB, xây dựng dữ liệu bệnh án y tế điện tử từng người bệnh để Bệnh viện luôn có thông tin bệnh sử của mình đã khám, điều trị trước kia tại Bệnh viện như thế nào.

Trong quá trình khám bệnh của mỗi bệnh nhân có hệ thống cung cấp thông tin tiến trình khám bệnh tường minh để người bệnh hiểu rõ quy trình, trình tự khám bệnh và mình đang ở bước nào, cần thực hiện những gì tiếp theo.

Rà soát hiển thị trực quan quy trình khám bệnh, các bảng biển chỉ dẫn và đánh số thứ tự bảng biển theo trật tự nhất định để người bệnh có thể dễ dàng tìm trong quá trình khám bệnh.

(iii). Tư duy Kaizen Bệnh viện:

Thực hiện và duy trì một cách đầy đủ, đúng nguyên tắc và có sự cam kết tham gia của tất cả mọi người trong tự duy cải tiến không ngừng

(Kaizen) thành văn hóa riêng của Bệnh viện.

Xây dựng văn hóa Kaizen, trong đó mỗi nhân viên đều có ý thức cải tiến liên tục, hướng tới người bệnh. Để duy trì tốt văn hóa này, cần có chính sách khen thưởng, tôn vinh các cá nhân, nhóm hoặc đơn vị có cải tiến xuất sắc.

4. Kiểm tra, giám sát, điều chỉnh hoàn thiện mô hình và nhân rộng

Trong quá trình áp dụng quản trị cho nhóm yếu tố “Hữu hình” cần thực hiện song song nghiêm túc việc kiểm tra, giám sát quá trình thực hiện. Đánh giá những kết quả đã đạt được, tồn tại cùng những phát sinh, để từ đó có biện pháp điều chỉnh hoàn thiện mô hình và nội dung áp dụng cho phù hợp cũng như thực hiện khen thưởng những cá nhân, tập thể áp dụng nghiêm túc có hiệu quả.

Sau thời gian thí điểm, dựa trên kết quả đánh giá nếu hiệu quả Bệnh viện nên hoàn thiện mô hình, xem xét triển khai áp dụng cho các nhóm yếu tố và khu vực khác tiến tới mở rộng phạm vi áp dụng ■.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml & Leonard L. Berry, “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, 49 (1985) 41.
2. Phan Chí Anh, Nguyễn Thu Hà, Nguyễn Tiến Thành, “Yếu tố chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân tại Khoa Khám bệnh, Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, Số 21, tháng 7/2019.
3. Phạm Bích Ngọc, *Luận văn Thạc sĩ “Áp dụng Quản trị Tinh gọn tại Bệnh viện Bạch Mai”*, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội, 2015.
4. Vương Ánh Dương, Báo cáo “Đo lường chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh”. Hội nghị Hướng dẫn đo lường chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh, Bộ Y tế, Hà Nội, tháng 12/2016.
5. Phạm Thị Mận, “Nghiên cứu ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh đến sự hài lòng của bệnh nhân tại Bệnh viện Phong - Da liễu Trung ương Quy Hòa”, *Tạp chí Y học Thực hành*, Số 920, 2014.
6. Richard B. Saltman, Antonio Durán and Hans F.W. Dubois, sách “Governing public hospitals. Reform strategies and the movement towards institutional autonomy”. Nhà Xuất bản Observatory Studies Series No. 25, (2011), English.
7. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A “The nature and determinants of customer expectations of service”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), (1993), 1-12. <https://doi.org/10.1177/0092070393211001> [Truy cập: 20/3/2019].
8. Bộ Y tế (2015), Quyết định số 2151/QĐ-BYT, ngày 4/6/2015 về việc “Đổi mới phong cách, thái độ phục vụ của cán bộ y tế hướng tới sự hài lòng của người bệnh”.
9. Nguyễn Đăng Minh (2015). *Quản trị tinh gọn tại Việt Nam đường tới thành công*. Nhà Xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.

Ngày nhận bài: 8/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/1/2020

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. NGUYỄN ĐĂNG MINH

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

2. ThS. NGUYỄN TIẾN THÀNH

Trung tâm Điều phối Quốc gia về ghép bộ phận cơ thể người - Bộ Y tế

**TANGIBLE ELEMENTS MANAGEMENT SOLUTIONS
TO IMPROVE THE QUALITY OF MEDICAL EXAMINATION
AND TREATMENT SERVICES OF EXAMINATION
DEPARTMENT, VIETNAM - GERMANY
FRIENDSHIP HOSPITAL**

● Assoc.Prof.Ph.D **NGUYEN DANG MINH**

University of Economics and Business

Vietnam National University - Hanoi

● Master. **NGUYEN TIEN THANH**

National Coordination Center for Human Organ Transplant

Ministry of Health

ABSTRACT:

This research examines factors affecting the quality of medical services at the Examination Department, Vietnam – Germany Friendship Hospital. The research was carried out based on the reference of SERVQUAL model with 5 groups of elements constituting the quality of medical examination and treatment services. The results show that the guarantee and tangible factors have significant impacts on the quality of medical examination and treatment. Therefore, this research focuses on analyzing, interpreting and proposing a number of micro and macro solutions to manage tangible elements in order to improve the quality of medical examination and treatment services step by step in each area of the hospital.

Keywords: Tangible elements, hospital management, quality of medical services.

PHÂN TÍCH SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CÔNG TÁC DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY ĐIỆN LỰC TRÀ VINH

● NGUYỄN VĂN TIÊN - PHẠM VĂN MISOL

TÓM TẮT:

Bài viết nhằm xác định, kiểm chứng và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, từ đó, đề xuất một số hàm ý nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch tại Công ty Điện lực Trà Vinh.

Từ khóa: Sự hài lòng, dịch vụ khách hàng, Điện lực Trà Vinh.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, ngành Điện lực do Nhà nước nắm giữ độc quyền 100%. Nhưng trong thời gian tới, sự độc quyền này sẽ giảm dần và tiến đến cổ phần hóa, giúp cho doanh nghiệp tư nhân tham gia kinh doanh, nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Ngành. Công ty Điện lực Trà Vinh là công ty 100% vốn Nhà nước, bao gồm 8 Điện lực huyện và thành phố, đóng vai trò quan trọng trong việc phát kinh tế - xã hội của Tỉnh. Sắp tới, Công ty sẽ lên kế hoạch cổ phần hóa theo chủ trương của Bộ Công Thương. Như vậy, để tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh, Công ty Điện lực Trà Vinh cần quan tâm nhiều hơn nữa đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với công tác dịch vụ của mình. Những nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ là rất cần thiết và hữu ích cho Công ty Điện lực Trà Vinh. Tuy nhiên, cho đến nay, chưa có công trình nghiên

cứu nào phân tích sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại Công ty Điện lực Trà Vinh. Xuất phát từ những lý do trên, chúng tôi lựa chọn đề tài “Phân tích sự hài lòng của khách hàng đối với công tác dịch vụ khách hàng tại Công ty Điện lực Trà Vinh”, nhằm đánh giá và kiểm chứng các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ. Trên cơ sở đó, đề ra một số giải pháp hữu ích giúp Công ty Điện lực Trà Vinh nói riêng và các công ty kinh doanh khác nói chung nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ, với mục đích cuối cùng là tăng hiệu quả sản xuất - kinh doanh.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Sự hài lòng của khách hàng: Sự hài lòng của khách hàng là một nội dung chủ yếu trong hoạt động kinh doanh, do đó có rất nhiều chủ đề, sách báo khoa học đã xuất bản về đề tài này. Báo cáo

của Spreng và cộng sự, sự hài lòng của khách hàng được xem là nền tảng trong khái niệm của marketing về việc thỏa mãn nhu cầu và mong ước của khách hàng. Sự hài lòng của khách hàng là phản ứng của họ về sự khác biệt cảm nhận giữa kinh nghiệm đã biết và sự mong đợi [7]. Nghĩa là, kinh nghiệm đã biết của khách hàng khi sử dụng một dịch vụ và kết quả sau khi dịch vụ được cung cấp.

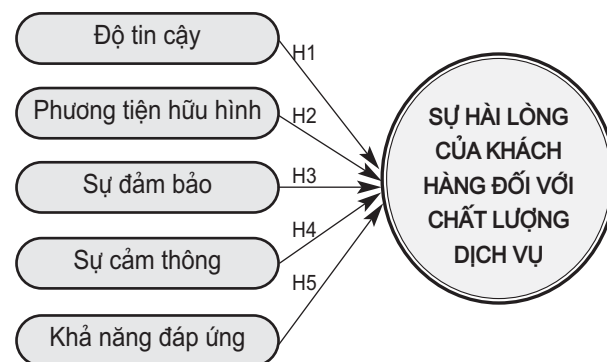
Chất lượng dịch vụ: Theo Parasuraman và cộng sự, chất lượng dịch vụ phần lớn bắt nguồn từ lĩnh vực sản xuất hàng hóa, trong đó có 3 đặc điểm điển hình như sau: *Thứ nhất*, đó là hầu hết các loại dịch vụ là vô hình, không thể đếm, đo lường, dự trữ, dùng thử và nhận xét trước khi bán để bảo đảm chất lượng; *Thứ hai*, đó là dịch vụ mang tính không đồng nhất, quá trình cung cấp và sử dụng dịch vụ khác nhau giữa nhà cung cấp này với nhà cung cấp khác, giữa khách hàng này với khách hàng khác và giữa lúc này với lúc khác; *Thứ ba*, đó là quá trình sản xuất và tiêu thụ của nhiều loại dịch vụ là không thể tách rời nhau. Parasuraman và các cộng sự [6] đã xây dựng thang đo trong từng lĩnh vực dịch vụ, theo đó bất kỳ dịch vụ chất lượng nào cũng được khách hàng cảm nhận dựa trên 10 thành phần, gồm: tin cậy, đáp ứng, năng lực phục vụ, khả năng tiếp cận, phong cách phục vụ, thông tin, tín nhiệm, an toàn, hiểu biết khách hàng và phương tiện hữu hình.

Nguyễn Đình Thọ (2007), dựa trên định nghĩa truyền thống về chất lượng dịch vụ của Parasuraman (1991), đã xây dựng thang đo SERVQUAL cuối cùng để đánh giá chất lượng dịch vụ gồm 22 biến thuộc 5 thành phần, đó là: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, sự đảm bảo, năng lực phục vụ và sự cảm thông, để đo lường chất lượng kỳ vọng và dịch vụ cảm nhận của khách hàng.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Như vậy, dựa vào lập luận trên, tác giả sử dụng khung giả thuyết 5 thành phần để đo lường chất lượng dịch vụ khách hàng tại Công ty Điện lực Trà Vinh như sau: (H1) phương tiện hữu hình, (H2) độ tin cậy, (H3) sự đảm bảo, (H4) khả năng đáp ứng và (H5) sự cảm thông. (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Các nhân tố trong mô hình được giải thích như sau:

- Phương tiện hữu hình: Tập trung vào các yếu tố về những mặt diện mạo của dịch vụ như thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên phục vụ, các trang thiết bị hỗ trợ cho dịch vụ, cơ sở vật chất, cách ăn mặc của nhân viên.

- Độ tin cậy: Được định nghĩa là khả năng cung cấp dịch vụ như đã hứa một cách đáng tin cậy và xác đáng. Đó là việc giữ lời hứa về cung cấp dịch vụ, giá cả, giải quyết khiếu nại, than phiền của khách hàng, nói lên khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên.

- Sự đảm bảo: Nói lên sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên trong việc cung cấp các dịch vụ cho khách hàng, liên quan đến khả năng bảo đảm sự an toàn cho khách hàng, thể hiện qua sự an toàn về vật chất, tài chính, cũng như bảo mật thông tin.

- Khả năng đáp ứng là khả năng phục vụ biểu hiện khi nhân viên tiếp xúc với khách hàng, nhân viên trực tiếp thực hiện dịch vụ, khả năng nghiên cứu để nắm bắt thông tin liên quan cần thiết cho việc phục vụ khách hàng, làm cho khách hàng tin cậy vào công ty. Khả năng này thể hiện qua danh tiếng của công ty, nhân cách của nhân viên phục vụ giao tiếp trực tiếp với khách hàng.

- Sự cảm thông liên quan đến việc tạo mọi điều kiện dễ dàng cho khách hàng trong việc tiếp cận với dịch vụ, như rút ngắn thời gian chờ đợi của khách hàng, địa điểm phục vụ và giờ mở cửa thuận lợi cho khách hàng. Giải thích cho khách

hàng hiểu biết dễ dàng và lắng nghe về những vấn đề liên quan đến họ như giải thích dịch vụ, chi phí, giải quyết khiếu nại thắc mắc. Thể hiện qua khả năng hiểu biết và nắm bắt nhu cầu của khách hàng thông qua việc tìm hiểu những đòi hỏi của khách hàng và quan tâm đến cá nhân họ.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu tập trung vào khảo sát về các yếu tố chủ yếu tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại Công ty Điện lực Trà Vinh. Để đảm bảo tính khoa học, nghiên cứu thực hiện qua 2 bước là nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức, cụ thể như sau:

Nghiên cứu sơ bộ: Trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức, các cuộc khảo sát đã được thực hiện với 20 khách hàng nhằm phát hiện ra những thiếu sót trong thiết kế bảng câu hỏi, những nội dung còn thiếu phải bổ sung, đồng thời sử dụng kỹ thuật thảo luận nhóm, chuyên gia để hiệu chỉnh, bổ sung các biến quan sát nhằm xây dựng những tiêu chí đánh giá, chỉnh sửa, loại bỏ hay bổ sung câu hỏi phục vụ cho quá trình nghiên cứu định lượng. Kết quả của bước này là xây dựng được một bảng câu hỏi dùng cho nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu chính thức: Được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng tiến hành ngay khi bảng câu hỏi được chỉnh sửa từ kết quả nghiên cứu sơ bộ. Nghiên cứu này khảo sát trực tiếp khách hàng nhằm thu thập dữ liệu khảo sát. Đối tượng khảo sát là một số các khách hàng của Công ty Điện lực Trà Vinh. Mục tiêu nhằm kiểm định lại các thang đo trong mô hình nghiên cứu, đây là bước phân tích chi tiết các dữ liệu thu thập được thông qua phiếu điều tra gửi cho khách hàng để xác định mức độ tác động của các biến độc lập đối với sự hài lòng của khách hàng.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Trong 500 người tham gia trả lời câu hỏi có 45 người trả lời có người thân trong gia đình làm nhân viên của Công ty Điện lực Trà Vinh và có 27 người trả lời có thành viên trong gia đình làm nhân viên trong Công ty cổ phần Điện Nông thôn, do đó bị loại là 72 người ($72 = 45 + 27$) để tránh

câu trả lời thiên vị làm sai lệch kết quả. Còn lại 428 phiếu sau khi thu thập và kiểm tra có 79 phiếu bị loại bỏ do có nhiều ô bỏ trống chưa trả lời và trả lời chưa đạt yêu cầu. Vì vậy, kích thước mẫu cuối cùng là $n=349$.

Kết quả thống kê mô tả, trong 349 người tham gia khảo sát, tỷ lệ giữa nam và nữ không có sự chênh lệch nhiều, cụ thể có 172 người tham gia khảo sát có giới tính là nam (chiếm tỷ lệ là 49,3%) và 177 người là nữ (chiếm tỷ lệ là 50,7%).

4.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kết quả Cronbach's Alpha cho thang đo độ tin cậy có hệ số Cronbach's Alpha bằng .853, các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn .50. Qua kết quả phân tích cho thấy, thang đo Độ tin cậy là phù hợp để đưa vào mô hình.

Kết quả Cronbach's Alpha cho thang phương tiện hữu hình có hệ số Cronbach's Alpha bằng .876, các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn .50. Qua kết quả phân tích cho thấy, thang đo Phương tiện hữu hình phù hợp để đưa vào mô hình.

Kết quả Cronbach's Alpha cho thang đo "sự đảm bảo" có hệ số Cronbach's Alpha bằng .878, các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn .50. Kết quả cho thấy sự đảm bảo phù hợp để đưa vào mô hình.

Kết quả Cronbach's Alpha cho thang đo "sự cảm thông" có hệ số Cronbach's Alpha bằng .859 các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn .50. Qua kết quả phân tích cho thấy thang đo sự cảm thông là phù hợp để đưa vào mô hình.

Kết quả Cronbach's Alpha cho thang đo "khả năng đáp ứng" có hệ số Cronbach's Alpha bằng .897 các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn .50. Qua kết quả phân tích cho thấy khả năng đáp ứng là phù hợp để đưa vào mô hình.

Kết quả Cronbach's Alpha cho thang đo "sự hài lòng" có hệ số Cronbach's Alpha bằng .888, các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn .50. Qua kết quả phân tích cho thấy, thang đo sự hài lòng là phù hợp để đưa vào mô hình.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả phân tích nhân tố có hệ số KMO = 0.875 (> 0.5) cho thấy phân tích nhân tố EFA là

thích hợp. Hệ số tải nhân tố của tất cả các nhân tố đều lớn hơn 0,5. Mức ý nghĩa của kiểm định Bartlett's có Sig. = 0.000 (<0.05), chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể, nên ở độ tin cậy 95% các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể và hoàn toàn phù hợp với phân tích nhân tố. (Bảng 1)

Bảng 1. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.875
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5226.531
	Df	325
	Sig.	.000

4.4. Phân tích tương quan

Từ kết quả Bảng 2 ta thấy, hệ số tương quan giữa các thành phần nhỏ hơn 0.8. Vì vậy, các thành phần độ tin cậy, phương tiện hữu hình, sự cảm thông, sự đảm bảo, khả năng đáp ứng không có hiện tượng đa cộng tuyến.

square/df= 2.534 ($2 < 2.534 < 3$), TLI= 0.901 (≈ 0.9), CFI= 0.911 (>0.9), RMSEA= 0.066 (<0.07), đều đạt yêu cầu theo chỉ tiêu phân tích.

Giá trị P-value của DTC, PTHH, SCT, SDB, KNDU đều <0.05. Nên các biến này đều ảnh hưởng đến SHL, bên cạnh đó, các trọng số chưa chuẩn hóa mang dấu dương cũng cho thấy các biến DTC, PTHH, SCT, SDB, KNDU ảnh hưởng tỉ lệ thuận đến SHL. Vì vậy, các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu đều thỏa mãn về mặt ý nghĩa thống kê. Hình 2 được xem là tốt và phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Thông qua Bảng 3 cho thấy, các hệ số “độ tin cậy”, “phương tiện hữu hình”, “sự đảm bảo”, “sự cảm thông” và “khả năng đáp ứng” có sự ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ khách hàng tại Công ty Điện lực Trà Vinh, nên các giả thuyết từ H1 đến H5 đều được chấp thuận với độ tin cậy 95%. Trong đó, “Phương tiện hữu hình” có tác động mạnh nhất với hệ số đã chuẩn hóa đạt 0.264 và “Độ tin cậy” có tác động thấp nhất với hệ số đã chuẩn hóa là 0.165.

Bảng 2. Ma trận tương quan giữa các thành phần

		DTC	PTHH	SDB	STC	KNDU
DTC	T quan	1	.336	.126	.191	.307
	Sig	-	.000	.018	.000	.000
PTHH	T quan	.336	1	.202	.366	.443
	Sig	.000	-	.000	.000	.000
SDB	T quan	.126	.202	1	.154	.186
	Sig	.018	.000	-	.004	.000
STC	T quan	.191	.366	.154	1	.299
	Sig	.000	.000	.004	-	.000
KNDU	T quan	.307	.443	.186	.299	1
	Sig	.000	.000	.000	.000	-

4.5. Phân tích cấu trúc tuyến tính SEM

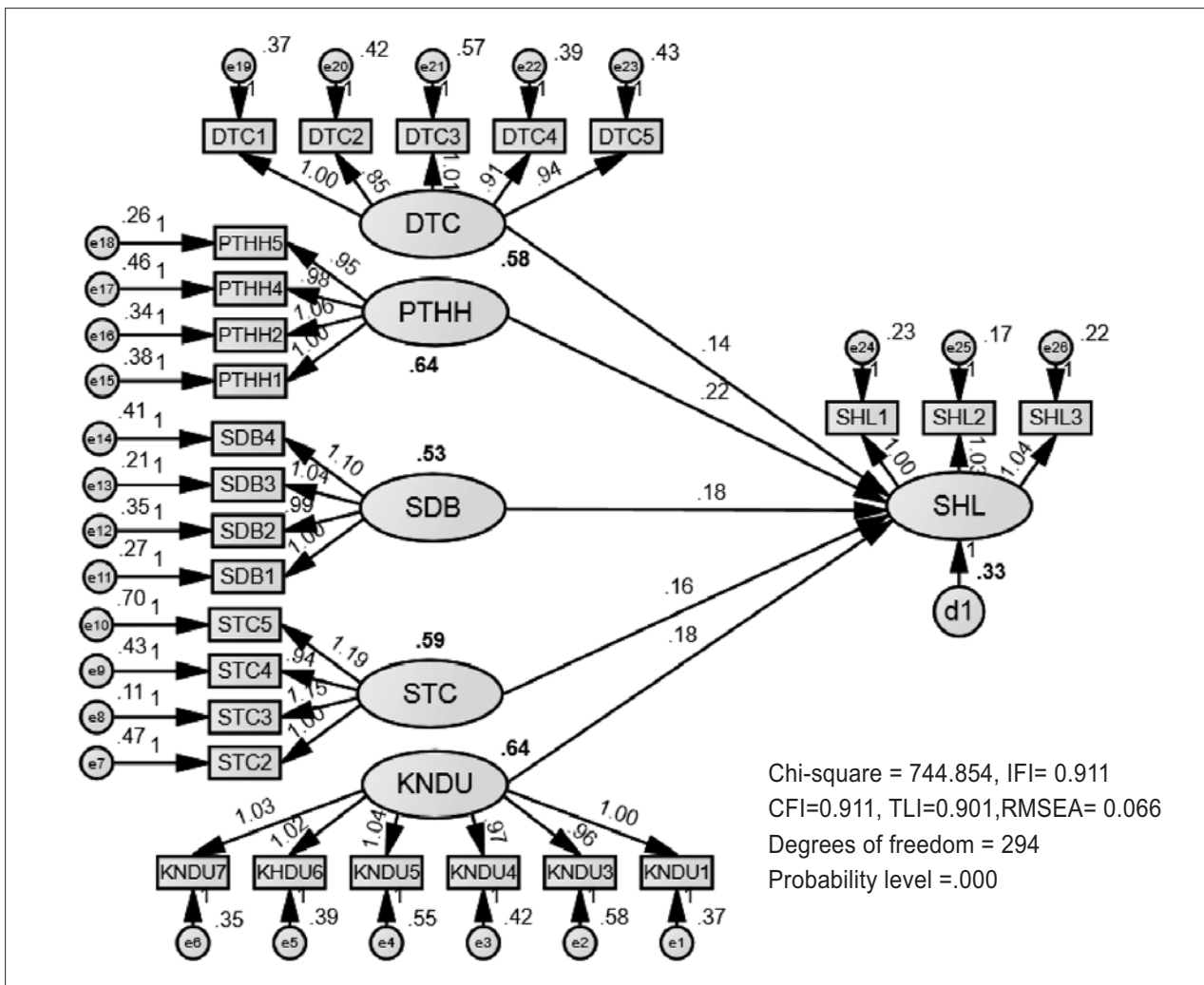
Kết quả phân tích SEM có thể nói rằng, mô hình phù hợp với dữ liệu nghiên cứu, vì Chi square có P=0.000 (Chi square = 744.854), Chi

Qua kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính ở trên, nếu muốn nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ khách hàng tại Công ty Điện lực Trà Vinh, cần nâng

Bảng 3. Kết quả SEM của mô hình chất lượng dịch vụ

Mối quan hệ tương quan giữa các nhân tố	Hệ số chưa chuẩn hóa	S.E.	C.R.	Hệ số chuẩn hóa	P
SHL LONG ← DTC	.142	.049	2.875	0.165	.004
SHL LONG ← PTHH	.216	.047	4.566	0.264	.000
SHL LONG ← SDB	.181	.051	3.536	0.201	.000
SHL LONG ← KNDU	.178	.046	3.855	0.218	.000
SHL ← SCT	.132	.040	3.275	0.183	.001

Hình 2: Mô hình phân tích cấu trúc tuyến tính SEM



cao đều các nhóm nhân tố như “Độ tin cậy”, “Phương tiện hữu hình”, “Sự đảm bảo”, “Sự cảm thông” và “Khả năng đáp ứng”, vì các trọng số đã chuẩn hóa này chênh lệch với nhau không

nhiều. Ngoài kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính, tác giả còn phân tích thêm các kiểm định như Independent samples T-Test theo giới tính, kiểm định Anova về sự hài lòng theo độ

tuổi, kiểm định Anova về sự hài lòng theo thời gian sử dụng.

4.6. Phân tích sự khác biệt

Để kiểm định xem sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ giữa nam và nữ có khác nhau hay không, tác giả sử dụng phương pháp T-Test, kết quả $Sig = 0.000 < 0.05$ nghĩa là phương sai của các nhóm khách hàng theo độ giới tính không đồng nhất với độ tin cậy 95%. Kiểm định sự bằng nhau của phương sai: $Sig = 0,000 < 0,05$. Kiểm định sự bằng nhau của trung bình: $Sig. = 0,000 < 0,05$. Do đó mức độ hài lòng đối với chất lượng dịch vụ của nam và nữ có sự khác biệt nhau.

Kiểm định sự khác nhau về sự hài lòng theo độ tuổi của khách hàng: kết quả thu được $sig = 0.000 < 0.05$ nghĩa là phương sai của các nhóm khách hàng theo độ tuổi không đồng nhất với độ tin cậy 95%. Tiếp tục tiến hành kiểm định Anova với thành phần sự hài lòng thu được kết quả giá trị Sig của biến quan sát sự hài lòng bằng 0.000 nhỏ hơn 0.05. Như vậy có sự khác biệt về giá trị trung bình của biến sự hài lòng hay có sự khác nhau trong đánh giá về biến quan sát này của các nhóm khách hàng được chia theo độ tuổi với độ tin cậy 95%.

Kiểm định sự khác nhau theo thời gian sử dụng của khách hàng về sự hài lòng (sử dụng kiểm định Tukey). Kết quả, các cặp nhóm so sánh có giá trị sig nhỏ hơn 0.05. Như vậy, với độ tin cậy 95%, kết luận có sự khác biệt trong đánh giá về thành phần quan sát sự hài lòng của khách hàng và sự hài lòng của khách hàng có khác nhau dựa trên thời gian sử dụng điện.

5. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy, Công ty Điện lực Trà Vinh đã làm tốt công tác chăm sóc khách hàng. Hầu hết các thang đo đều được khách hàng đánh giá cao. Điều này đã thể hiện sự cố gắng và nỗ lực của ban lãnh đạo cũng như toàn thể nhân viên Công ty. Đối với khách hàng, nhân viên sẵn sàng giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi nhất, nhằm phục vụ khách hàng ngày một tốt hơn. Các chính sách, cũng như chương trình chăm sóc khách hàng được thực hiện đầy đủ và khá hữu ích. Những thay đổi liên quan đến công tác dịch vụ đều được

thông báo rõ ràng. Công tác trực sửa chữa điện, bảo trì, cải tạo, xây dựng mới được thực hiện thường xuyên nhằm hạn chế tối đa việc đóng cắt điện, sửa chữa điện cho khách hàng luôn sớm hơn thời gian dự kiến.

Hàm ý quản trị:

Đối với thành phần về “Độ tin cậy” có (P-value = 0.000 < 0.05) có tác động đến sự biến thiên về mức độ hài lòng của khách hàng với chất lượng dịch vụ, hệ số chuẩn hóa là 0.165. Có tác động yếu nhất đến sự hài lòng của khách hàng. Do đó, Công ty Điện lực Trà Vinh cần thực hiện tốt hơn nữa cam kết của mình đối với khách hàng. Khi có thay đổi về lịch tạm ngừng cấp điện, lịch ghi chỉ số, giá điện..., Công ty phải thông báo với khách hàng sớm hơn nữa.

Đối với thành phần “Sự cảm thông” tác động đến sự biến thiên về mức độ hài lòng của khách hàng với chất lượng dịch vụ có hệ số chuẩn hóa là 0.183 cho thấy nhóm nhân tố này có tác động tương đối yếu đến sự hài lòng của khách hàng. Do đó, Công ty Điện lực Trà Vinh cần thường xuyên tập huấn cho đội ngũ nhân viên, kiểm tra sát hạch quy trình giao tiếp khách hàng đối với những nhân viên thường xuyên làm việc trực tiếp với khách hàng; phải luôn lắng nghe và hiểu được nhu cầu của quý khách hàng.

Đối với thành phần “Sự đảm bảo” tác động đến sự biến thiên về mức độ hài lòng của khách hàng với chất lượng dịch vụ có hệ số chuẩn hóa là 0.201 cho thấy nhóm nhân tố này có tác động tương đối mạnh đến sự hài lòng của khách hàng. Do đó, Công ty Điện lực Trà Vinh cần duy trì và phát huy hơn nữa trong việc nâng cao trình độ chuyên môn, tạo mọi điều kiện để cho nhân viên học tập nâng cao trình độ, có đủ kiến thức chuyên môn xử lý khi có thắc mắc hay khiếu nại.

Thành phần “khả năng đáp ứng” là một trong những nhóm yếu tố có tác động tương đối mạnh tới sự hài lòng của khách hàng. Do đó, Công ty Điện lực Trà Vinh cần duy trì và phát huy hơn nữa để tăng mức độ hài lòng đối với khách hàng. Muốn được như thế, Công ty cần phải có đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, luôn đặt lợi ích của

công việc lên trên, không được lợi dụng chức vụ, quyền hạn sách nhiễu khách hàng.

Đối với thành phần “phương tiện hữu hình” có hệ số chuẩn hóa là 0.264 có tác động mạnh nhất tới sự hài lòng của khách hàng. Do đó, Công ty Điện lực Trà Vinh cần chú ý thường xuyên mua sắm và sửa chữa nâng cấp cơ sở vật chất đầy đủ, trang thiết bị và máy móc hiện đại. Cập nhật và trưng bày các sách ảnh, tài liệu của Công ty có liên quan đến dịch vụ nhiều hơn.

Ngoài ra, sự hài lòng của khách hàng còn ảnh hưởng đến giới tính, tuổi tác và thời gian sử dụng điện. Qua phân tích kết quả cho thấy, nhóm khách hàng nữ có sự hài lòng cao hơn nhóm khách hàng nam. Những người có thời gian sử dụng điện lâu thì mức độ hài lòng cao hơn người có thời gian sử dụng điện ít và những người lớn tuổi có sự hài lòng cao hơn những người nhỏ tuổi. Qua đó, cần có những chính sách cho những nhóm này như sau.

- Đối với nhóm giới tính: Tại khu vực tỉnh Trà Vinh, người phụ nữ đa số là nghề nội trợ, buôn bán, nên thường xuyên làm việc với nhân viên ngành Điện. Còn nam giới đa số đi làm, ít có

thời gian làm việc với Điện lực, nên họ ít hài lòng hơn. Do đó ngành Điện nên phát huy điểm mạnh này.

- Đối với nhóm tuổi và nhóm thời gian sử dụng, cần tăng cường làm việc với những người trẻ tuổi, có thời gian sử dụng ngắn, bởi vì đó là những khách hàng tiềm năng, có thể đem lại nhiều lợi nhuận cho công tác sản xuất - kinh doanh.

Tóm lại, nếu muốn nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ khách hàng tại Công ty Điện lực Trà Vinh, cần nâng cao đều các nhóm nhân tố, như: “Độ tin cậy”, “Phương tiện hữu hình”, “Sự đảm bảo”, “Sự cảm thông” và “Khả năng đáp ứng”, vì các trọng số đã chuẩn hóa này chênh lệch với nhau không nhiều. Đối với những khách hàng là nam, khách hàng có thời gian sử dụng điện ngắn, những khách hàng trẻ tuổi, cần mềm dẻo hơn trong giao tiếp. Bên cạnh đó, công tác lắp đồng hồ điện mới, sửa chữa điện nên lắp đặt đúng hạn hoặc sớm hơn dự kiến và cũng thường xuyên phát tờ rơi tuyên truyền công tác tiết kiệm điện, sử dụng điện an toàn cho các khách hàng này ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt

1. Lê Hoàng Duy (2009), *Đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh*, luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

2. Trần Hồng Hải (2014), *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương chi nhánh Vĩnh Long*, luận văn thạc sĩ, Đại học Tài chính - Marketing.

3. Đỗ Tiến Hòa (2007), *Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng doanh nghiệp đối với sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng HSBC, chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh*, luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

4. Võ Nguyên Khanh (2011), *Đánh giá sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công khi ứng dụng tiêu chuẩn ISO tại Ủy ban nhân dân quận 1 Thành phố Hồ Chí Minh*, luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

5. Đinh Thị Hương Lan (2012), *Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ bưu chính tại Bưu điện thành phố Đà Nẵng*, luận văn thạc sĩ, Đại học Đà Nẵng.

Tiếng Anh

6. Parasuraman A., Valarie Zeithaml & Leonard Berry (1985), *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Further Research*, *Journal of Marketing*, 49 (Fall) 41-50.

7. Zeithaml, V. A. & M. J. Bitner, 2000, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Irwin McGraw- Hill.

Ngày nhận bài: 12/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/2/2020

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN VĂN TIÊN

Giảng viên, Thạc sĩ toán, Trường Đại học Trà Vinh

2. PHẠM VĂN MISOL

Thạc sĩ quản trị kinh doanh, nhân viên Công ty Điện lực Trà Vinh

**ANALYZING THE SATISFACTION
OF CUSTOMERS WITH THE CUSTOMER SERVICES
OF TRA VINH ELECTRICITY COMPANY**

● Master. **NGUYEN VAN TIEN**

Lecturer, Tra Vinh University

● Master. **PHAM VAN MISOL**

Tra Vinh Electricity Company

ABSTRACT:

This article is to identify, verify and analyze the factors affecting customer satisfaction, thereby proposing some implications to improve the satisfaction of customers with Tra Vinh Electricity Company's services.

Keywords: Satisfaction, customer service, Tra Vinh Electricity Company.

NHỮNG NĂNG LỰC THEN CHỐT CỦA GIÁNG VIÊN TRONG THỜI ĐẠI GIÁO DỤC 4.0

● NGUYỄN THỊ THANH THẢO - NGUYỄN AN PHÚ - TRẦN THỊ NHINH
- ĐẶNG THANH TUẤN - TRƯƠNG HỒNG CHUYÊN

TÓM TẮT:

Cách mạng công nghiệp 4.0 thúc đẩy tiến bộ về sản xuất thông minh, robot, trí tuệ nhân tạo và Internet vạn vật. Tuy nhiên, con người vẫn đóng vai trò chủ đạo trong quản lý và điều khiển công việc, đổi mới sáng tạo. Do đó, giáo dục và đào tạo giữ vai trò nền tảng quan trọng trong việc phát triển tri thức và tạo ra các giá trị bền vững của xã hội. Trong đó, vai trò và năng lực của giảng viên đại học đứng trước những thách thức về sự thay đổi. Trong phạm vi bài báo này, những năng lực then chốt của giảng viên đại học thời đại giáo dục 4.0 sẽ được đề xuất và phân tích cụ thể.

Từ khóa: Giảng viên, năng lực then chốt, giáo dục 4.0, hệ thống đánh giá năng lực.

1. Môi trường giáo dục thời kỳ 4.0

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại những thay đổi sâu rộng cho nền giáo dục về môi trường học, phương pháp giảng dạy và vai trò của giảng viên. Báo cáo về những mô hình giáo dục trong thời kỳ giáo dục 4.0 của Diễn đàn Kinh tế Thế giới [12] đã chỉ ra 8 yếu tố then chốt về nội dung học tập và thực hành nhằm tạo ra môi trường giáo dục chất lượng cao gồm:

- a) Kỹ năng công dân toàn cầu
- b) Kỹ năng đổi mới và sáng tạo
- c) Kỹ năng công nghệ
- d) Kỹ năng giao tiếp
- e) Học tập cá nhân hóa và tự học
- f) Chương trình học dễ tiếp cận
- g) Học tập dựa trên giải quyết vấn đề và sự hợp tác
- h) Học tập suốt đời

Những yêu cầu về nâng cao chất lượng giáo dục đòi hỏi sự chuyển đổi trong vai trò của giảng viên từ người truyền thụ kiến thức truyền thống sang người

hướng dẫn và thiết kế môi trường học tập tiên tiến, giúp người học tự định hướng việc học. Vì vậy, giảng viên cần được nâng cao trình độ, năng lực bằng những biện pháp tập huấn sử dụng công nghệ phục vụ dạy học, bên cạnh việc ứng dụng hình thức tiên tiến và mô hình trực tuyến vào công tác bồi dưỡng giảng viên theo hướng nghiên cứu và nâng cao trình độ ngoại ngữ. Vấn đề cấp thiết hiện nay là cập nhật và phát triển hệ thống đánh giá chuẩn năng lực của giảng viên, để từ đó thiết kế, xây dựng chiến lược, biện pháp phù hợp nhằm nâng cao năng lực giảng viên, đáp ứng nhu cầu của xã hội, yêu cầu của giáo dục 4.0.

2. Nhu cầu đánh giá hiệu quả năng lực giảng viên

Giảng viên là những trí thức cấp cao, là lực lượng then chốt quyết định chất lượng đào tạo thông qua việc truyền tải trực tiếp tư tưởng, định hướng, kiến thức và các giá trị sống tốt đẹp cho người học - thế hệ trẻ, tương lai của đất nước. Mặc dù mỗi trường có những đặc thù về mục tiêu và yêu cầu

đào tạo đối với từng ngành nghề khác nhau nhưng việc phát triển đội ngũ giảng viên có ý nghĩa quan trọng đối với việc đáp ứng yêu cầu nâng cao chất lượng giáo dục trong thời đại giáo dục 4.0. Đó cũng chính là tiền đề để tạo động lực cho giảng viên hăng say làm việc và mang đến nguồn năng lượng tích cực cho sinh viên, góp phần mang lại sự thay đổi sâu sắc cho chất lượng đào tạo của nhà trường nói riêng và nền giáo dục của đất nước nói chung.

KPIs (Key performance indicators) thường được gọi bằng tên phổ biến là các chỉ số đánh giá hiệu quả hoạt động. Các doanh nghiệp xây dựng những chỉ số này nhằm mục tiêu đánh giá hiệu quả của các hoạt động trong doanh nghiệp so với mục tiêu ban đầu đã đề ra. Từ đó, doanh nghiệp có cơ sở để hoạch định, tổ chức, kiểm soát và đánh giá quá trình hoạt động và sự tăng trưởng của tổ chức một cách hiệu quả. KPIs cũng được các trường đại học sử dụng như một công cụ hữu hiệu để quản lý công việc của giảng viên nhằm thúc đẩy môi trường làm việc công bằng, cạnh tranh lành mạnh với chế độ khen thưởng rõ ràng, khuyến khích giảng viên cống hiến hết mình cho sự nghiệp “trồng người”.

Hiện các doanh nghiệp đã có nhiều hệ thống đánh giá nhân sự không chỉ bằng kết quả công việc (theo mục tiêu và KPIs) mà còn bằng tiềm năng (theo khung năng lực) của nhân viên. Tuy nhiên, việc tạo điều kiện về thu nhập, định mức giờ giảng dạy, giờ nghiên cứu khoa học để thúc đẩy động lực làm việc của giảng viên các trường đại học tại Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập. Nhìn chung, hiện chưa có nhiều giải pháp hỗ trợ cho việc xây dựng và quản lý mục tiêu, quản lý công việc, quản lý năng lực, đánh giá quá trình của giảng viên đại học một cách hiệu quả. Chưa có công cụ hỗ trợ chuyên biệt và tùy chỉnh được cho từng cá nhân, theo từng tổ chức và có khả năng tích hợp với các hệ thống khác.

Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn đó, nhóm tác giả đề xuất một số tiêu chí để đánh giá năng lực giảng viên và từ đó sẽ phát triển hệ thống đánh giá chuẩn năng lực của giảng viên các trường đại học tại Việt Nam trong thời đại giáo dục 4.0.

3. Tổng quan nghiên cứu trong và ngoài nước

3.1. Tình hình quản lý trong nước

Nhằm đảm bảo chất lượng giáo dục, một số khoa chuyên ngành ở các trường đại học Việt Nam đã nghiên cứu và đề xuất ứng dụng bộ tiêu chí KPIs cho các mảng hoạt động gồm: chương trình giáo dục, kế hoạch đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, đảm bảo chất lượng, quản

trị nhân lực, hợp tác quốc tế, quản lý người học [1]. Tuy nhiên, bộ tiêu chí này chỉ tập trung vào hoạt động của khoa chứ chưa chú ý đến hoạt động của giảng viên. Hầu hết các trường đại học Việt Nam đều đã hoàn thành báo cáo tự đánh giá chất lượng giáo dục cấp cơ sở và có hơn 60 chương trình đào tạo đã được công nhận đạt kiểm định chất lượng giáo dục theo chuẩn của khu vực và thế giới như: mạng lưới đảm bảo chất lượng của hệ thống các trường đại học Đông Nam Á (ASEAN University Network - Quality Assurance, AUN-QA), chuẩn kiểm định kỹ sư Pháp và châu Âu (CTI-ENAE), chuẩn kiểm định các chương trình về kỹ thuật, công nghệ, điện toán, khoa học ứng dụng (Accreditation Board for Engineering and Technology, ABET) [5]. Quá trình đánh giá chất lượng giáo dục này thường đòi hỏi rất nhiều công sức để thu thập dữ liệu, phân tích, đánh giá nên việc xây dựng bộ tiêu chí KPIs là một nhu cầu tất yếu để hỗ trợ công tác quản lý và kiểm định chất lượng một cách hiệu quả. Tuy nhiên, hầu hết các trường chưa có bộ tiêu chí KPIs hoàn chỉnh và đều đang trong quá trình xây dựng hoặc triển khai thí điểm bộ tiêu chí KPIs.

Các trường đại học tại Việt Nam đã và đang thực hiện quản lý công việc của giảng viên gồm: công tác giảng dạy, nghiên cứu khoa học và các nhiệm vụ khác [2]-[4], [6]. Bộ tiêu chí đánh giá năng lực phổ biến tại các trường đại học tại Việt Nam thường tập trung vào 3 tiêu chí quan trọng. (xem Bảng). Số lượng các công việc trong từng tiêu chí và tỷ lệ phần trăm phân bổ cho từng công việc trong các tiêu chí có thể thay đổi tùy theo định hướng chiến lược phát triển của từng trường.

3.2. Tổng quan nghiên cứu ngoài nước

Bộ tiêu chí KPIs được sử dụng trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động tại một số trường đại học ở Anh đã bộc lộ những bất cập, như: chưa rõ ràng, chưa chính thức, thiếu sự liên kết giữa đánh giá hiệu quả hoạt động cấp đơn vị so với mục tiêu tầm nhìn chiến lược của trường, tiêu chí được tạo ra nhằm thỏa mãn yêu cầu về kiểm định chất lượng của tổ chức bên ngoài thay vì đáp ứng các mục tiêu chiến lược quan trọng của tổ chức cũng như nhằm cải thiện hiệu suất hoạt động nội bộ, thiếu hệ thống phản hồi chính thức [7], [10]. Các thang đo, tiêu chí đánh giá giảng viên và nhân viên chưa rõ ràng, chưa được phổ biến rộng rãi và chưa phát huy được năng lực then chốt của giảng viên. Kết quả là hệ thống quản lý KPIs của trường vận hành một cách vô hiệu khi áp dụng bộ tiêu chí đánh giá này.

Bảng. Bộ tiêu chí đánh giá năng lực giảng viên

TT	Nội dung tiêu chí đánh giá
I	Giảng dạy
1	Hoàn thành định mức giờ chuẩn giảng dạy
2	Xây dựng đề cương bài giảng và dạy bám sát đề cương chi tiết học phần
3	Thực hiện nội quy giảng dạy (đúng giờ lên lớp xuống lớp)
4	thiết kế bài giảng có ứng dụng công nghệ thông tin, sinh động, cập nhật mới
5	Có phương pháp giảng dạy phù hợp với đối tượng sinh viên
6	Liên kết doanh nghiệp, công ty, tổ chức để sinh viên nâng cao tính thực hành trong môn học
II	Nghiên cứu khoa học
1	Thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường được nghiệm thu
2	Biên soạn giáo trình, tài liệu hướng dẫn học tập
3	Có bài công bố trên tạp chí/ kỷ yếu hội thảo khoa học
4	Hướng dẫn sinh viên nghiên cứu khoa học
5	Liên kết và thực hiện các đề án, dự án, đề tài cho Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Viện Nghiên cứu phát triển...
III	Học tập, bồi dưỡng, công tác dịch vụ và nhiệm vụ khác
1	Cập nhật kiến thức chuyên ngành, xu hướng phát triển của xã hội,
2	Tham gia các cuộc họp chuyên môn, hội nghị, hội thảo của tổ bộ môn, khoa, viện, trường
3	Tham gia vào các kế hoạch, chương trình cải tiến các hoạt động của khoa, viện
4	Tham gia công tác tuyển sinh, truyền thông của bộ môn, khoa, trường
5	Tham gia tốt công tác quản lý, chủ nhiệm lớp
6	Tham gia học tập, huấn luyện được cấp chứng chỉ
7	Tham gia công tác khác của trường

Một ví dụ cụ thể về các trường đại học ở Malaysia đã sử dụng bộ tiêu chí đánh giá gọi tắt là MyRA của Bộ Giáo dục nhằm mục đích lên kế hoạch, cải thiện hiệu quả hoạt động và phấn đấu lọt vào bảng xếp hạng top 100 trường đại học thế giới [11]. Trong bộ tiêu chí này, nhóm tiêu chí về số lượng và chất lượng của người nghiên cứu đóng vai trò quan trọng thứ 2 và chiếm trọng số 1/4 của tổng điểm đánh giá, bên cạnh các nhóm tiêu chí khác như: số lượng và chất lượng nghiên cứu (30%), phát minh sáng chế (10%), dịch vụ và mạng lưới hợp tác (8%), dịch vụ và thưởng chuyên nghiệp (7%), chất lượng sinh viên tốt nghiệp (5%) và dịch vụ hỗ trợ (5%). Các tiêu chí đánh giá hiệu quả công việc của các trường đại học, cao đẳng định hướng nghiên cứu ở Bỉ xem xét hồ sơ năng lực nghiên cứu khác nhau

của các đơn vị học thuật (nhóm nhận nguồn tài trợ nghiên cứu của trường, nhóm nhận nguồn tài trợ nghiên cứu của quốc gia và quốc tế, nhóm nhận nguồn tài trợ nghiên cứu của ngành và nhóm thiên hướng giảng dạy thuần túy) [8].

Các nghiên cứu trong và ngoài nước đã chỉ ra nhiều bất cập trong việc xây dựng hệ thống KPIs hiệu quả của các trường đại học trong nước và quốc tế. Mấu chốt là ở chỗ các trường học cần xác định rõ vai trò của giảng viên trong thời đại mới để phân loại giảng viên cũng như xem xét đến tính đặc thù của từng ngành nghề đào tạo, mức độ đóng góp của từng đơn vị (khoa, viện, bộ môn) trong cấu trúc của tổ chức khi xây dựng hệ thống KPIs để quản lý công việc của giảng viên. Do đó, việc làm rõ cơ cấu tổ chức và thấu hiểu nhiệm vụ của giảng viên sẽ giúp

việc xây dựng bộ tiêu chí đánh giá năng lực giảng viên phù hợp với yêu cầu của tổ chức cũng như nguyện vọng, năng lực của giảng viên, đồng thời bắt kịp xu thế phát triển của thời đại giáo dục 4.0.

4. Đề xuất bộ tiêu chí đánh giá chuẩn năng lực giảng viên

Trước tốc độ phát triển như vũ bão của các công nghệ tiên tiến như hiện nay, rất nhiều sản phẩm được thay thế bởi những sản phẩm thông minh và ưu việt hơn bao giờ hết. Thậm chí công nghệ thông tin cũng đã tác động không ít đến cách thức giao tiếp của con người. Trong bối cảnh đó, nền giáo dục Việt Nam cũng chịu không ít sức ép và đòi hỏi sự nỗ lực trong việc cải cách các hoạt động dạy và học để bắt kịp các xu thế mới của thế giới.

Trong mô hình truyền thống “người Thầy làm trung tâm”, giáo viên sẽ là người chủ động và “quyền năng” nhất trong lớp học, còn sinh viên tin tưởng và thụ động trong việc lĩnh hội kiến thức một chiều, không cần tư duy phản biện và sáng tạo. Điều này không khuyến khích sinh viên tích cực, tự giác khai phá kiến thức. Ngày nay, sinh viên có sự lựa chọn khác để tiếp cận kho tri thức trực tuyến. Do đó, vai trò của giảng viên cần thay đổi từ người truyền đạt kiến thức sang người tạo động lực cho sinh viên chủ động khám phá tìm hiểu tri thức.

Phương pháp lấy “người học làm trung tâm” hay còn gọi là “lớp học đảo chiều” sẽ tạo sự chuyển biến căn bản về phương pháp giảng dạy. Khi lồng ghép với cấp độ tư duy Bloom (Bloom Taxonomy), sinh viên xem trước hoặc tự học bài giảng ở nhà chính là những hoạt động tư duy cấp thấp, còn những hoạt động trên lớp như phân tích, ứng dụng, đánh giá và sáng tạo đối với các bài nghiên cứu tình huống, thảo luận nhóm, bài mô phỏng sẽ giúp sinh viên thực hành hoạt động tư duy cấp cao. Lúc đó, thời lượng học không gói gọn trong những buổi trên lớp mà được dàn trải đều trong khoảng thời gian trước và sau khi đến lớp. Hình thức và tương tác học tập được đa dạng hóa thông qua video bài giảng, thảo luận trực tuyến, tương tác đa chiều giữa sinh viên - tài liệu, giảng viên - sinh viên và giữa các sinh viên với nhau.

Tính ưu việt của lớp học đảo ngược còn được thể hiện ở sự linh hoạt khi có thể áp dụng cho nhiều cấp học (tiểu học, trung học, đại học và sau đại học) và nhiều lĩnh vực kiến thức khác nhau (tự nhiên, khoa học, kỹ thuật) [9]. Thực tế, phương pháp này được nhiều đại học lớn trên thế giới như Đại học Boston, Đại học Leicester, Đại học Texas... sử dụng để

cách mạng môi trường học tập. Phương pháp này không hạ thấp vai trò của giảng viên xuống thành người “quan sát”, “chứng kiến” hoạt động của học sinh mà ngược lại, việc “lấy người học làm trung tâm” càng đòi hỏi cao hơn đối với năng lực của giảng viên. Người thầy phải là người có khả năng tạo ra môi trường học tập tốt nhất cho sinh viên. Khi đó, “việc học làm trung tâm” xem xét đến vai trò quan trọng của cả thầy và trò trong hoạt động dạy và học. Người thầy tổ chức và truyền cảm hứng cho sinh viên thông qua việc chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm và cải tiến, còn sinh viên khai phá kiến thức một cách chủ động, sáng tạo để hoàn thiện về kiến thức, kỹ năng và thái độ.

Trong điều kiện đó, người giảng viên trong thời đại mới cần những năng lực then chốt nào? Với kinh nghiệm 50 năm học tập và làm việc tại các trường đại học trong nước và quốc tế, nhóm tác giả đề xuất những chuẩn năng lực sau: (1) Năng lực giảng dạy: gồm nền tảng kiến thức chuyên môn đáp ứng yêu cầu cho việc giảng dạy, khả năng phát triển giáo trình giảng dạy phong phú, cập nhật thời đại, khả năng tổ chức lớp học đa dạng, ứng dụng công cụ công nghệ cho lớp học sinh động và tương tác đa chiều. (2) Khả năng truyền đạt, truyền cảm hứng, kết nối và ứng biến linh hoạt: kỹ năng này đòi hỏi cả một quá trình rèn luyện cũng như sự đam mê và nhiệt huyết của giảng viên; có thể được lượng hóa bằng đánh giá cuối kỳ của sinh viên về khóa học hoặc quá trình dự giờ, tương tác trực tuyến của đồng nghiệp trong quá trình dạy. (3) Nghiên cứu khoa học: năng lực này chưa thật sự được chú trọng, do đặc thù đào tạo định hướng ứng dụng hơn là nghiên cứu của hầu hết các trường đại học ở Việt Nam. (4) Kinh nghiệm thực tế trong nền công nghiệp liên quan: không thể đào tạo người làm ra sản phẩm nào đó mà bản thân chúng ta chưa có kinh nghiệm thực tế về việc đó, bởi lẽ “Mọi lý thuyết đều là màu xám. Chỉ có cây đời mãi mãi xanh tươi”. (Johann Wolfgang Von Goethe). (5) Khả năng học tập và phát triển suốt đời: khả năng này đòi hỏi giảng viên phải không ngừng nâng cao chuyên môn mà còn phải liên tục cập nhật kỹ năng, kiến thức về ngoại ngữ, công nghệ thông tin, kinh tế - chính trị - xã hội... để có thể thích nghi với sự phát triển không ngừng của công nghệ số. (6) Đạo đức nghề nghiệp đối với người giảng viên: đó là sự trung thực, đáng tin cậy là điểm tựa cho sinh viên, có đam mê và gắn bó lâu dài với sự nghiệp giảng

đây, tận tâm, tận tụy với công việc định hướng sinh viên, trong giao tiếp luôn ứng dụng các quy tắc ứng xử chuẩn mực, là người có trình độ cao, có thói quen học tập và nghiên cứu không ngừng.

Những năng lực then chốt này sẽ giúp người giảng viên có cái nhìn toàn diện, đủ độ sâu và độ rộng để hoàn thiện bản thân và đồng hành cùng sự phát triển của thế hệ trẻ trong thời đại giáo dục 4.0.

5. Kết luận và đề xuất nghiên cứu

Những năng lực then chốt của giảng viên đại học ở Việt Nam trong thời đại giáo dục 4.0 tập trung vào 6 lĩnh vực chính:

- a) Giảng dạy
- b) Kỹ năng truyền đạt và kết nối
- c) Nghiên cứu khoa học
- d) Kinh nghiệm thực tế
- e) Học tập, phát triển bản thân và hỗ trợ các công tác khác
- f) Đạo đức nghề nghiệp.

Tùy vào mô hình hoạt động, yêu cầu bộ máy tổ chức của trường đại học, cũng như năng lực thực tế của đội ngũ giảng viên nhà trường, mức độ quan trọng của từng lĩnh vực sẽ có sự khác nhau.

Trong các nghiên cứu tiếp theo, nhóm tác giả sẽ thực hiện nghiên cứu định tính và định lượng đối với các tiêu chí trên nhằm đánh giá cụ thể chất lượng dạy và học, đặc biệt là khả năng tổ chức môi trường học tập tích cực và sáng tạo. Việc xây dựng hệ thống quản lý năng lực cho giảng viên nói riêng và hệ thống hỗ trợ việc dạy và học sẽ là bước phát triển tất yếu. Đồng thời, hệ thống quản lý sẽ được số hóa và kết nối thời gian thực để đảm bảo tính linh hoạt, tự chủ và tương tác kịp thời. Xét cho cùng, mục tiêu nghiên cứu cuối cùng của nhóm tác giả chính là hướng tới việc phát huy tối đa năng lực của giảng viên đại học trong việc dẫn dắt và đào tạo thế hệ sinh viên tiến bộ, văn minh và cập nhật xu thế trong thời đại giáo dục 4.0 ■

Lời cảm ơn:

Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng đã tài trợ cho nghiên cứu này trong đề tài mã số: GV2005.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Ngọc Quỳnh Lam và đồng sự (2017), "Xây dựng bộ chỉ số đo lường hiệu quả các chương trình đào tạo đại học trong lĩnh vực kỹ thuật và công nghệ", *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ*, số 20, Q3-2017, Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh, ISSN: 1859-0128.
2. Mai Thị Quế (2010), "Thực trạng và giải pháp quản lý đội ngũ giảng viên của Trường Cao đẳng Sư phạm Bà Rịa Vũng Tàu", *Luận văn thạc sĩ - Đại học Sư phạm Tp. Hồ Chí Minh*.
3. Nguyễn Kỷ Trung (2008), "Thực trạng và giải pháp quản lý đội ngũ giảng viên của Trường Đại học Sư phạm Tp. Hồ Chí Minh", *Luận văn thạc sĩ - Đại học Sư phạm Tp. Hồ Chí Minh*.
4. Phạm Quang Huỳnh (2009), "Thực trạng và giải pháp quản lý đội ngũ giảng viên của Trường Cao đẳng Cộng đồng Cà Mau", *Luận văn thạc sĩ - Đại học Sư phạm Tp. Hồ Chí Minh*.
5. Phạm Quốc Khánh (2012). *Ứng dụng bộ chỉ số hoạt động KPI đối với các khoa chuyên ngành phục vụ triển khai hệ thống Đảm bảo chất lượng giáo dục của các cơ sở giáo dục đại học*, *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, Số 122, 2012.
6. Phòng Đào tạo Sau Đại học, Đại học Bách Khoa - Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh: <http://pgs.hcmut.edu.vn/vi/>
7. Broad, M., & Goddard, A. (2010). *Internal performance management with UK higher education: An amorphous system? Measuring Business Excellence*, 14(1), 60-66.
8. Decramer, A., Smolders, C., Vanderstraeten, A., Christiaens, J., & Desmidt, S. (2012). *External pressures affecting the adoption of employee performance management in higher education institutions. Personnel Review*, 41(6), 686-704.
9. Fullbright Eductaion. *What is Flipped Classroom*. <https://fsppm.fulbright.edu.vn/vn/tin-tuc-su-kien/hoat-dong-tai-truong-fulbright/flipped-classroom-lop-hoc-dao-nguoc-la-gi/>

10. Gordon, G., & Fischer, M. (2018). *The need for performance management systems in public higher education. Journal of Higher Education Theory and Practice*, 18(6), 79.
11. ONG, M. Y., Muniandy, B., Saw Lan, O. N. G., Keow, N. T., & Kia, K. P. (2012). *Comparing the acceptance of key performance indicators management systems on perceived usefulness and perceived ease of use in a higher education institution in malaysia. International Journal of Modern Education and Computer Science*, 4(10), 9-16.
12. World Economic Forum (2020). *Schools of the Future: Defining New Models of Education for the Fourth Industrial Revolution*. <https://www.weforum.org/reports/schools-of-the-future-defining-new-models-of-education-for-the-fourth-industrial-revolution>

Ngày nhận bài: 1/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/1/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN THỊ THANH THẢO

2. ThS. NGUYỄN AN PHÚ

3. ThS. TRẦN THỊ NHINH

4. ThS. ĐẶNG THANH TUẤN

5. ThS. TRƯƠNG HỒNG CHUYÊN

Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

KEY COMPETENCIES OF UNIVERSITY LECTURERS IN THE CONTEXT OF EDUCATION 4.0

● Master. **NGUYEN THI THANH THAO**

● Master. **NGUYEN AN PHU**

● Master. **TRAN THI NHINH**

● Master. **DANG THANH TUAN**

● Master. **TRUONG HONG CHUYEN**

Hong Bang International University

ABSTRACT:

The Industry 4.0 promotes the progress of intelligent production, robots, artificial intelligence and the Internet of Things. However, people still play a key role in managing and controlling work and innovation. Therefore, education and training remain a significant role in the development of knowledge and creation of sustainable social values. In particular, the roles and capacities of university lecturers face challenges in the context of the Industry 4.0. This study presents and analyzes key competencies of university lecturers in the context of education 4.0.

Keywords: University lecturers, key competencies, education 4.0, competency evaluation system.

PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC NƠI CÔNG SỞ TÁC ĐỘNG ĐẾN KẾT QUẢ LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI LIÊN HIỆP CÁC TỔ CHỨC HỮU NGHỊ VIỆT NAM

● NGUYỄN LÊ THẢO VY

TÓM TẮT:

Bài viết này nghiên cứu với mục đích tìm hiểu tác động của môi trường làm việc nơi công sở đối với kết quả làm việc của nhân viên tại Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam. Để phân tích các yếu tố, tác giả tiến hành thu thập thông tin từ chuyên gia, các chuyên viên tại cơ quan đặc biệt là các lãnh đạo cơ quan tại Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam, từ bảng câu hỏi phỏng vấn kết quả dựa vào dữ liệu 240 quan sát. Tác giả phân tích và kiểm định từ kết quả phân tích cho thấy mô hình có tác động đến đến kết quả làm việc của nhân viên tại Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam.

Từ khóa: Môi trường làm việc, công sở, Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Trên thế giới, vấn đề nguồn nhân lực luôn là một trong những yếu tố rất quan trọng và mang tính quyết định của bộ máy nhà nước, là vấn đề luôn được quan tâm hàng đầu. Đó là một trong những nhu cầu cần thiết trong quá trình hoạt động công vụ, các cán bộ, công chức tác động đến mọi mặt đời sống xã hội, đến quyền lợi và nghĩa vụ của người dân, tổ chức, và cộng đồng xã hội. Việt Nam đang bước vào thời kỳ đẩy nhanh sự nghiệp công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. Để hoàn thành được sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, đòi hỏi nước ta phải huy động và sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực của xã hội. Trong đó có nguồn lực về con người, vì nhân tố con người không những là chủ thể của sản xuất tạo ra của cải vật chất mà

còn là trung tâm của mọi sự phát triển xã hội. Chính vì vai trò to lớn đó, nên trong nhiều năm qua, Đảng và Nhà nước ta đã luôn coi sự phát triển chất lượng nguồn nhân lực là quốc sách hàng đầu, trong đó có việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cán bộ, công chức, viên chức tại các cơ quan hành chính các cấp là một những động lực mạnh mẽ cho sự phát triển bền vững và là một trong những yếu tố quan trọng thúc đẩy kinh tế - xã hội của đất nước phát triển ổn định. Các nghiên cứu nhận định những yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển nguồn nhân lực cũng như xác định ra những yếu tố ảnh hưởng đến kết quả làm việc của người lao động nói riêng luôn nhận sự được quan tâm của các học giả. Cụ thể, các điều kiện về chất lượng của môi trường làm việc nơi công sở được xác định là một yếu tố có ảnh hưởng quan trọng đến kết quả làm việc của

nhân viên và tổ chức (Koonmee và các cộng sự, 2010). Có thể nhận thấy, mỗi nghiên cứu lại đưa ra những nhận định khác nhau về các yếu tố trong môi trường làm việc nơi công sở có ảnh hưởng đến kết quả làm việc của người lao động. Nhận thức được tính chất quan trọng của vấn đề, với mong muốn từng bước nâng cao chất lượng đến kết quả làm việc của nhân viên tại Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam giỏi về chuyên môn, có phẩm chất chính trị, phẩm chất đạo đức tốt, trách nhiệm cao đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế. Trong bài viết này, tác giả chỉ nghiên cứu các yếu tố tác động đến kết quả làm việc của nhân viên tại Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm môi trường làm việc nơi công sở

Boisvert (1977) là một nhóm các kết quả có tác động tích cực đến đời sống nơi làm việc đối với từng cá nhân, tổ chức và xã hội.

Carlson (1980) là cả mục tiêu và quá trình thực hiện liên tục để đạt được mục tiêu. Khi là mục tiêu, môi trường làm việc nơi công sở hay chất lượng của môi trường làm việc là sự cam kết của tổ chức để cải thiện công việc: tạo ra sự thu hút, sự thỏa mãn và công việc hiệu quả và môi trường làm việc cho mọi người ở mọi cấp bậc của tổ chức. Khi là một quá trình, môi trường làm việc nơi công sở hay chất lượng của môi trường làm việc kêu gọi những nỗ lực để thực hiện mục tiêu này thông qua sự tham gia tích cực của tất cả các cá nhân trong tổ chức. Beukema (1987) là một mức độ cho phép nhân viên có thể sắp đặt công việc chủ động, phù hợp với sự chọn lựa, sự quan tâm và nhu cầu. Nó là mức độ quyền lực mà một tổ chức trao cho nhân viên của nó để thực hiện công việc. Định nghĩa này nhấn mạnh đến chọn lựa của nhân viên về sự hứng thú trong khi thực hiện công việc. Robbins (1989) là quá trình mà tổ chức đáp lại nhu cầu của người lao động bằng cách phát triển thể chế để cho phép người lao động được quyền lên tiếng trong những quyết định về cuộc sống tại nơi làm việc của họ. Efraty & Sirgy (2001) là sự hài lòng của nhân viên với

những nhu cầu cá nhân thông qua các nguồn lực, hoạt động và kết quả xuất phát từ sự tham gia tại nơi làm việc. Luthans (2005) là một nỗ lực để phát triển điều kiện làm việc thêm thỏa mãn thông qua nỗ lực công tác giữa cấp quản lý và nhân viên. Môi trường làm việc nơi công sở hay chất lượng của môi trường làm việc, là những điều kiện thuận lợi trong môi trường của nơi làm việc hỗ trợ và làm tăng mức độ thỏa mãn của người lao động bằng cách cung cấp cho họ những lợi ích kinh tế, sự ổn định, điều kiện làm việc, mối quan hệ giữa cá nhân tổ chức, những giá trị của cá nhân trong công việc. Môi trường làm việc nơi công sở hay chất lượng của môi trường làm việc còn là một phần của chất lượng cuộc sống, bao gồm cảm giác của cá nhân về tổng phương diện của công việc và mức ảnh hưởng của những yếu tố này đến cuộc sống cá nhân tại nơi làm việc.

Tóm lại, môi trường làm việc nơi công sở hay chất lượng của môi trường làm việc cần quan tâm đến không chỉ là cải thiện cuộc sống nơi làm việc, mà còn cuộc sống bên ngoài công việc của nhân viên để người lao động có thể cân bằng được công việc và cuộc sống.

Khái niệm kết quả làm việc

Là kết quả của việc tiến hành các công việc mà tổ chức giao trách nhiệm thực hiện cho nhân sự của tổ chức (Cascio, 1989). Armstrong (1991) kết quả của một công việc là việc hoàn thiện một nhiệm vụ được giao tại thời điểm nào đó.

Vậy, kết quả làm việc là đầu ra hoặc là kết quả của hành vi thực hiện công việc. Hành vi này được thực hiện bởi từng cá nhân riêng lẻ, xuất phát từ việc được giao trách nhiệm thực hiện từ tổ chức. Kết quả làm việc có thể đo lường được, là những tiêu chuẩn dự báo hoặc những tiêu chuẩn chủ chốt được quy định trong một khuôn khổ, là công cụ để đánh giá hiệu quả của từng cá nhân, nhóm và tổ chức.

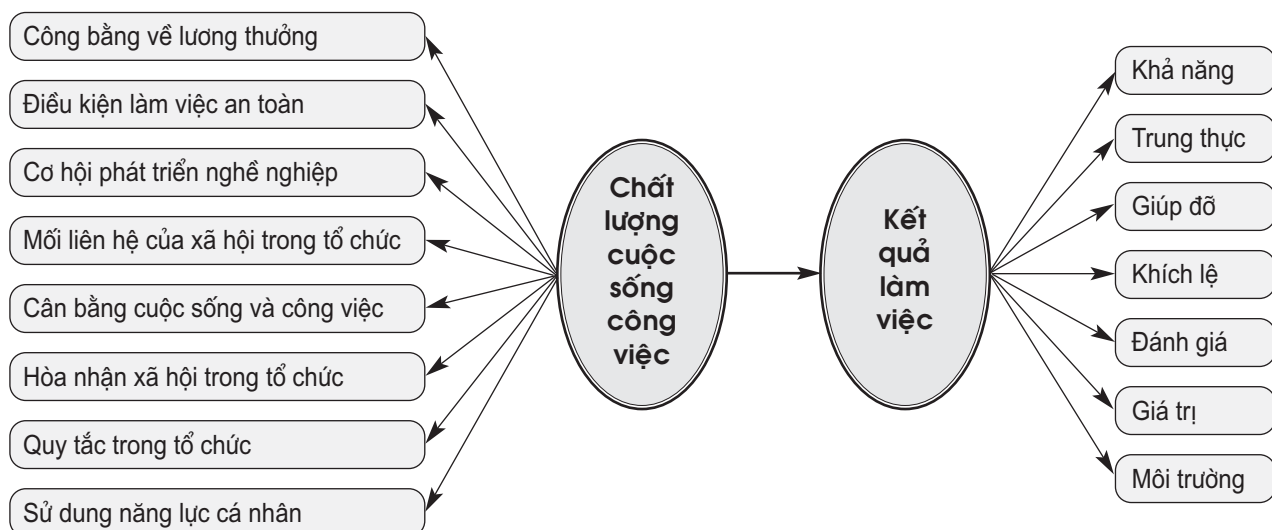
2.2. Các yếu tố đến kết quả làm việc

Hunter & Hunter (1984) liệt kê những khía cạnh có thể dự đoán được kết quả làm việc tương lai gồm: kết quả thực hiện công việc trong quá khứ, kiến thức về công việc, các kỹ năng liên quan đến hoạt động tâm trí, khả năng nhận thức,

kỹ năng xã hội, và thái độ liên quan đến công việc. Viswesvaran và các cộng sự (1996) đưa ra 10 khía cạnh để đo lường kết quả làm việc: kết quả làm việc tổng thể, năng suất, chất lượng, lãnh đạo, khả năng giao tiếp, khả năng quản lý, nỗ lực, khả năng làm việc giữa các cá nhân, kiến thức về công việc và phù hợp hoặc được chính quyền chấp nhận. Beh & Rose (2007) xác định 7 khía cạnh đo lường kết quả làm việc gồm: nỗ lực, sự phù hợp, thời gian, công việc, quyền được giao, cam kết và sự vượt trội. Kết quả làm việc trong mô hình nghiên cứu của Manouchehr và các cộng sự (2010) được đo bởi 5 yếu tố: sự sắp xếp công việc, nhận biết mức độ ưu tiên của công việc, tự quyết định, hoàn thành công việc đúng thời gian, tiết kiệm. CIPD (Chartered Institute of Personnel and Development), thứ tự ưu tiên về mức độ quan trọng của các khía cạnh trong thang đo kết quả thực hiện như: đạt mục tiêu, năng lực, chất lượng, sự đóng góp cho nhóm, quan tâm đến khách hàng, quan hệ công việc, năng suất lao động, tính linh hoạt, mục tiêu kỹ năng/ học tập, sắp xếp hài hòa mục tiêu cá nhân với mục đích của tổ chức, nhận thức về hoạt động kinh doanh, nhận thức về hoạt động tài chính. Porter & Lawler (1968) phát hiện ra có 3 cách tiếp cận để đánh giá kết quả làm việc. Cách thứ nhất liên quan đến năng suất, cách thứ hai liên quan đến đánh giá bởi cá nhân hoặc một người khác mà

không phải bản thân mình, cách thứ ba là tự đánh giá. Mặc dù, có đánh giá bị phê bình là thiếu chính xác so với các tiêu chuẩn đánh giá khác, nhưng nó sẽ có giá trị khi cá nhân tham gia phỏng vấn được đảm bảo là được giấu tên, hoặc cá nhân nhận thức rằng không cần phải giới thiệu bản thân họ cho những mục đích nghề nghiệp, đánh giá kết quả thực hiện công việc như trong trường hợp của nghiên cứu này (Van de Heijden và Nijhof, 2004). Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2011) đã dùng 4 khía cạnh của Staples, Hlland và Higgind (1990) và Rego và Cunha (2008): hài lòng với kết quả công việc, làm việc hiệu quả, được cấp trên đánh giá tốt, được đồng nghiệp đánh giá tốt để đo lường kết quả làm việc cá nhân, tác giả sẽ sử dụng 4 biến quan sát trong đề tài, và bổ sung thêm hai yếu tố trong thang đo theo CIPD như quan tâm đến khách hàng và nhận thức về hoạt động kinh doanh. 6 biến quan sát đo lường kết quả làm việc cá nhân là: Hài lòng với kết quả công việc; Làm việc hiệu quả; Được cấp trên đánh giá tốt; Được đồng nghiệp đánh giá tốt; Quan tâm đến khách hàng; Nhận thức về hoạt động kinh doanh. Khung lý thuyết của Walton để đo lường môi trường làm việc nơi công sở hay chất lượng của môi trường làm việc và khung lý thuyết của Hersey and Golsmith đo lường kết quả làm việc bao gồm các yếu tố như Mô hình 1, 2, 3.

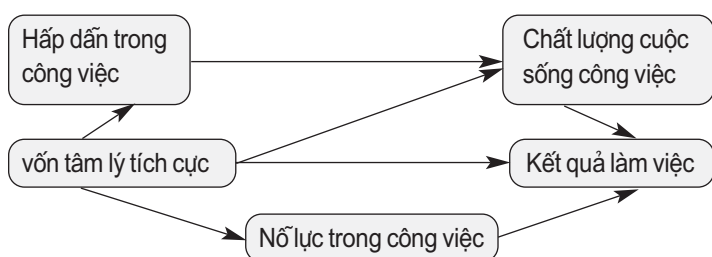
Mô hình 1: Nghiên cứu của Ebrahim và cộng sự (2010)



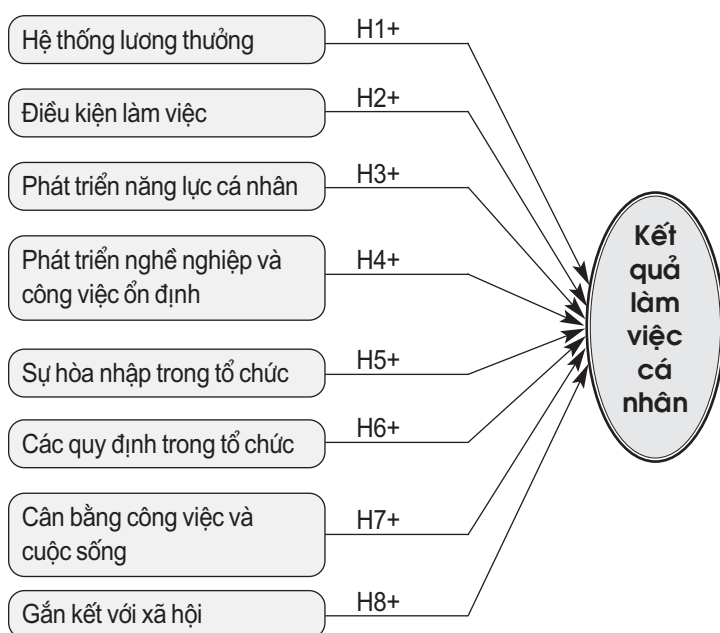
Mô hình 2: Nghiên cứu của Majumdar và cộng sự (2012)



Mô hình 3: Nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Đông Phong và Trần Hà Minh Quân (2014)



Mô hình 4: Nghiên cứu đề xuất của tác giả



2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất và giả thuyết

Trên cơ sở tổng quan lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm trước, mô hình nghiên cứu được đề xuất như Mô hình 4.

2.4. Kết quả nghiên cứu (Bảng 1)

Phân tích các nhân tố khám phá (EFA) (Bảng 2)

Kiểm định thang đo thông qua phân tích nhân tố khám phá EFA

$KMO \geq 0.5$ và mức ý nghĩa Barlett ≤ 0.05 (Hair và cộng sự, 2356).

Factor loading ≥ 0.5 tiến hành loại các biến quan sát có hệ số tải nhân tố ≤ 0.5 (Hair và cộng sự, 2356). Chọn các nhân tố có giá trị EigenValue ≥ 1 và phương sai trích được $\geq 50\%$ (Anderson và Gerbing, 1988). (Bảng 3)

Kết quả xoay nhân tố lần 1: loại biến LT4 vì vi phạm điều kiện hệ số tải nhân tố. Kết quả xoay nhân tố lần 2: Barlett: Sig = 0.000 < 5%: Bác bỏ giả thuyết H0, khi phân tích EFA có tương quan với nhau. $KMO = 0.809 > 0.5$, phân tích nhân tố là cần thiết cho dữ liệu. Có 8 nhân tố từ phân tích EFA với: Giá trị EigenValues > 1: đạt yêu cầu. Giá trị tổng phương sai trích = 63.689% (> 50%): phân tích nhân tố khám phá đạt yêu cầu. Như vậy, 8 nhân tố được rút trích này giải thích cho 63.689% biến thiên của dữ liệu. Khác biệt về hệ số tải nhân tố của các biến quan sát giữa các nhân tố đều > 0.3 cho thấy các nhân tố có giá trị phân biệt cao.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho biến phụ thuộc

Hệ số tải nhân tố (Factor loading) đều > 0.5. Mỗi biến quan sát có sai biệt về hệ số tải nhân tố đều ≥ 0.3 . $KMO = 0.860 > 0.5$. Chi-square của Kiểm định Bartlett đạt giá trị mức ý nghĩa là 0.000. Phương sai trích đạt 68.590% thể hiện rằng 1 nhân tố rút ra giải thích được 68.590%. Rút trích nhân tố với Eigenvalue > 1 đạt yêu cầu. (Bảng 4)

Bảng 1. Thông tin mẫu

Nhân tố	Đặc điểm	Tần số	Tỷ lệ%
Giới tính	Nam	72	30.0
	Nữ	168	70.0
Độ tuổi	Dưới 30	36	15.0
	30 – 40	96	40.0
	41 – 50	51	21.3
	Trên 50	57	23.8
Trình độ học vấn	Trung cấp	0	0
	Cao đẳng	15	6.3
	Đại học	205	85.4
	Sau đại học	20	8.3
Tổng		100%	240
Thời gian làm việc	Dưới 3 năm	48	20.0
	Từ 3 năm – dưới 5 năm	163	67.9
	Từ 5 năm trở lên	29	12.1
Thu nhập	Dưới 5 triệu	204	85.0
	Từ 5 – Dưới 10 triệu	24	10.0
	Trên 10 triệu	12	5.0
Tổng		100%	240
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	36	15.0
	Đã kết hôn	204	85.0
Bộ phận	Pacom	75	31.3
	Ban Địa phương	100	41.7
	Hành chính lễ tân	41	17.1
	Khác	24	10.0

Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả

Bảng 2. Bảng kết quả phân tích Cronbach's Alpha

Nhân tố	Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu biến bị loại
Hệ thống lương thưởng	LT1	2.92	1.136	.583	.739
	LT2	2.83	1.250	.628	.723
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.786				
Điều kiện làm việc	ĐKLV1	3.93	1.073	.734	.872
	ĐKLV2	3.94	1.105	.705	.876
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.893				
Phát triển năng lực cá nhân	NLCN1	4.15	1.078	.609	.702
	NLCN2	3.90	1.110	.652	.685
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.767				

Nhân tố	Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu biến bị loại
Phát triển nghề nghiệp và công việc ổn định	CHPTNN1	3.21	.923	.801	.884
	CHPTNN2	3.23	.897	.763	.890
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.908				
Sự hòa nhập trong tổ chức	HNTC1	2.88	1.064	.568	.796
	HNTC2	2.90	1.214	.567	.799
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.819				
Các quy định trong tổ chức	QTTC1	2.97	1.151	.742	.812
	QTTC2	3.09	1.152	.641	.838
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.859				
Cân bằng công việc và cuộc sống	CBCSCV1	2.60	1.101	.484	.697
	CBCSCV2	2.52	1.094	.462	.705
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.736				
Gắn kết xã hội	LHXH1	3.29	1.085	.768	.830
	LHXH2	3.05	.932	.642	.877
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.877				
Kết quả làm việc	KQLV1	3.93	1.086	.656	.886
	KQLV2	3.94	1.092	.685	.882
	Hệ số Cronbach Alpha của nhân tố: 0.895				

Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA các biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố								Tên nhân tố
	1	2	3	4	5	6	7	8	
LT1							.716		Hệ thống lương thưởng
LT2							.775		
ĐKLV1		.819							Điều kiện làm việc
ĐKLV2		.774							
NLCN1						.706			Phát triển năng lực cá nhân
NLCN2						.793			
CHPTNN1	.864								Phát triển nghề nghiệp và công việc ổn định
CHPTNN2	.848								
HNTC1				.630					Sự hòa nhập trong tổ chức
HNTC2				.709					
QTTC1			.808						Các quy định trong tổ chức
QTTC2			.724						

Biến quan sát	Nhân tố								Tên nhân tố
	1	2	3	4	5	6	7	8	
LHXH1					.851				Gắn kết xã hội
LHXH2					.724				
Eigenvalue	6.434	5.44	4.517	2.478	1.791	1.725	1.658	1.431	
Phương sai trích (%)	63.689								

Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả

Bảng 4. Bảng kết quả phân tích EFA biến phụ thuộc

STT	Biến quan sát	Nhân tố	Tên nhân tố
		1	
1	KQLV1	.759	Kết quả làm việc
2	KQLV2	.783	
Eigenvalue		3.938	
Phương sai trích (%)		65.630	

Nguồn: Phân tích dữ liệu của tác giả

Bảng 5. Bảng chỉ tiêu đánh giá độ phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² điều chỉnh	Độ lệch chuẩn	Durbin-Watson
1	.900	.810	.804	.39466	1.560

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

Bảng 6. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Mô hình	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa	
1	Hồi quy	153.560	8	19.195	123.235	.000
	Phần dư	35.981	231	.156		
	Tổng	189.541	239			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

Phương trình hồi quy tuyến tính đa biến có dạng
(Bảng 5)

$$KQLV = \beta_1 * LT + \beta_2 * ĐKLV + \beta_3 * NLCN + \beta_4 * CHPTNN + \beta_5 * HNTC + \beta_6 * QTTC + \beta_7 * CBCSCV + \beta_8 * LHXH + e_i$$

Kiểm định giả thuyết về sự phù hợp của mô hình
(Bảng 6)

Giá trị Sig(F) = 0.000 < mức ý nghĩa 5%: giả thuyết H₀ bị bác bỏ. Mô hình hồi quy tuyến tính đã

xây dựng là phù hợp với tập dữ liệu hiện có. Sig(β_1), Sig(β_2), Sig(β_4), Sig(β_5), Sig(β_6), Sig(β_7), Sig(β_8) < mức ý nghĩa 5% nên các biến độc lập tương ứng có hệ số hồi quy có ý nghĩa về mặt thống kê ở mức ý nghĩa 5%. (Bảng 7)

Phương trình hồi quy chuẩn hóa rút ra được

$$KQLV = 0.139 * LT + 0.104 * ĐKLV + 0.070 * NLCN + 0.197 * CHPTNN + 0.192 * HNTC + 0.129 * QTTC + 0.257 * CBCSCV + 0.272 * LHXH + e_i$$

Bảng 7. Bảng thông số thống kê của từng biến trong mô hình hồi quy

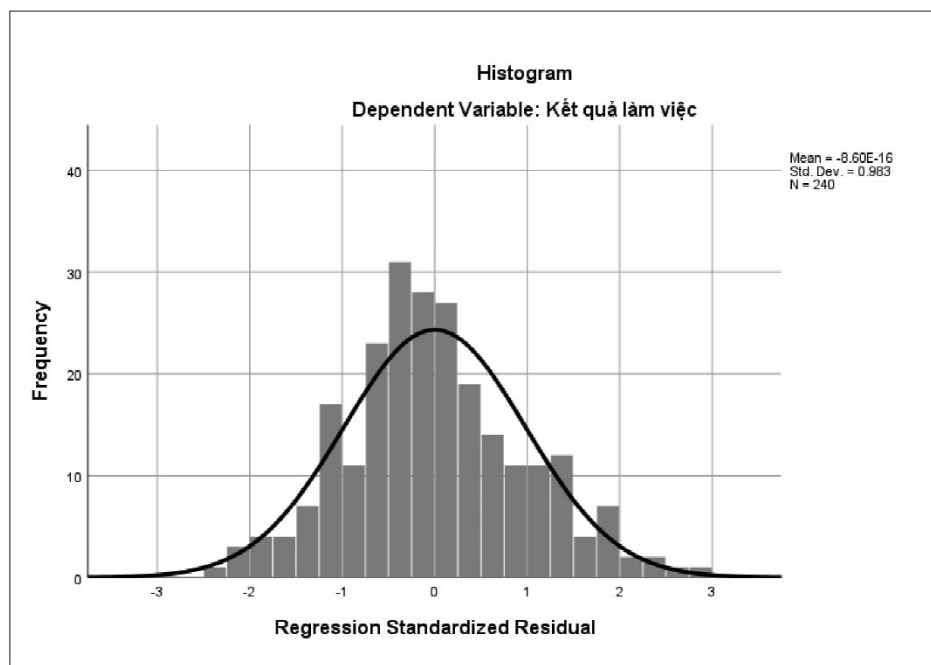
Mô hình	Hệ số không chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
(Constant)	-1.305	.157		-8.311	.000		
Hệ thống lương thưởng	.143	.039	.139	3.686	.000	.576	1.737
Điều kiện làm việc	.124	.043	.104	2.882	.004	.631	1.586
Phát triển năng lực cá nhân	.062	.032	.070	1.929	.055	.619	1.615
1 Phát triển nghề nghiệp và công việc ổn định	.233	.037	.197	6.335	.000	.848	1.179
Sự hòa nhập trong tổ chức	.220	.045	.192	4.865	.000	.526	1.901
Các quy định trong tổ chức	.138	.039	.129	3.580	.000	.637	1.570
Cân bằng công việc và cuộc sống	.263	.035	.257	7.569	.000	.715	1.398
Gắn kết xã hội	.264	.037	.272	7.192	.000	.576	1.736

a. Dependent Variable: Kết quả làm việc

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

Từ biểu đồ phân dư chuẩn hóa có trị trung bình (Mean) = $-8.60 \cdot 10^{-16} \cong 0$ và độ lệch chuẩn = $0.983 \cong 1$. VIF của các biến độc lập đều < 2 nên hiện tượng đa cộng tuyến của các biến độc lập không ảnh hưởng đến kết quả giải thích của mô hình. Durbin-Watson là $d = 1.560$ các sai số trong mô hình có tự tương quan thuận chiều (với mức ý nghĩa 5%, tra bảng Durbin-Watson với $N = 235$ và $k = 8$ là số biến độc lập: $dL = 1.675$, $dU = 1.863$ ta tính được miền chấp nhận cho giá trị d thuộc

Biểu đồ phân dư chuẩn hóa mô hình



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

(2.137 – 2.325). Ta thấy, $d < dL < dU$ có nghĩa là các phần dư gần nhau có tự tương quan thuận chiều.

2.5. Các kiến nghị tác động đến kết quả làm việc của nhân viên Liên hiệp Các tổ chức hữu nghị Việt Nam

Đối với yếu tố phát triển năng lực là nền tảng cho bất kỳ cá nhân nào trong xã hội. Mỗi một cá nhân tại bất kỳ ngành nghề hay lĩnh vực nào đều cần có sở hữu kiến thức, thái độ và kỹ năng. Mỗi cá nhân sẽ có sở hữu kiến thức, thái độ và kỹ năng tại các mức độ khác nhau tùy vào trình độ học vấn, nguồn lực cá nhân, hoàn cảnh môi trường và một yếu tố quan trọng nhất đó là các năng lực cá nhân. Mỗi loại công việc sẽ thích hợp với từng nhóm người nhất định, do vậy lãnh đạo cần phải biết nhóm người nào có năng lực cá nhân nào phù hợp với công việc để từ đó có thể giao việc phù hợp. Vì vậy, có thể bổ sung thêm một số mục tiêu và nhiệm vụ khác nhau để công việc bớt phần đơn điệu. Các cơ quan cần bổ sung thêm động cơ làm việc cho nhân viên, nghĩa là gia tăng chiều sâu cho công việc, các nhân viên có nhiều sự kiểm soát hơn, nhiều trách nhiệm hơn. Khi được giao cho một phân đoạn nhiệm vụ riêng, nhân viên sẽ phải làm chủ công việc và tự chịu trách nhiệm với công việc của mình, nhận thức được tầm quan trọng và ảnh hưởng của công việc tới bản thân họ.

Đối với yếu tố cân bằng cuộc sống và công việc: Ngoài công việc, nhân viên còn có những mối quan tâm khác về gia đình và cuộc sống cá nhân. Nếu cuộc sống ngoài công việc của nhân viên không được như ý, tinh thần làm việc ít nhiều cũng bị sa sút và dẫn đến dễ mắc lỗi và không đạt được kết quả như ý muốn. Cơ quan nên tạo điều kiện cho nhân viên sắp xếp giờ làm việc linh động. Khung giờ làm việc linh hoạt sẽ giúp nhân viên tập trung làm việc tốt hơn, có thể giúp nhân viên điều chỉnh giờ bắt đầu làm việc muộn hơn hoặc sớm hơn so với khung giờ chung để hỗ trợ cho nhân viên trong một giai đoạn khó khăn hay cho những trường hợp đặc biệt. Đối với một số ngành nghề, không nhất thiết phải bắt buộc nhân viên có mặt tại văn phòng, mà có thể áp dụng văn phòng di động hoặc làm việc tại nhà để hạn chế

việc đi lại, giúp tăng sự hài lòng của nhân viên và giảm chi phí cho cơ quan. Cơ quan nên chuyển dần từ kiểm soát thời gian sang kiểm soát hiệu quả công việc. Đối với yếu tố hỗ trợ quyền lợi cá nhân và tự hào về công việc: Nhân viên cảm thấy tự hào về công việc, tự hào về nơi mình làm việc sẽ tạo ra tâm trạng phấn khích và vui vẻ tại nơi làm việc và trong khi làm việc. Để nâng cao tự hào nghề nghiệp, tự hào về hình ảnh cơ quan, bằng cách giúp nhân viên hiểu rõ quá trình hình thành, lịch sử, văn hóa cơ quan, nhân viên vừa cảm thấy tự hào về cơ quan của mình hơn và vừa trở thành những nhân chứng sống. Cơ quan cũng phải chú trọng đến việc đào tạo cho nhân viên.

Được đào tạo là quyền lợi mà nhân viên phải có, đào tạo nhân viên là nhiệm vụ của cơ quan. Trước hết, lãnh đạo phải thay đổi quan điểm, phải nhận thức được tầm quan trọng mà đào tạo mang đến cho cơ quan. Để đem lại kết quả công việc cao, nhân viên phải được hướng dẫn, phải được tham gia các chương trình đào tạo để có thể áp dụng, sáng tạo ra những phương thức thực hiện công việc mới có năng suất cao hơn và chất lượng tốt hơn. Các hình thức đào tạo có thể là: đào tạo tại chỗ, đào tạo trong công việc, đào tạo bên ngoài, đào tạo ngắn hạn và dài hạn. Sau khi xác định được, tiến hành tổ chức đào tạo và kiểm tra kết quả đào tạo. Hoạt động này cung cấp thông tin cần thiết cho nhân viên để thực hiện công việc. Ngoài ra, khi lựa chọn một chương trình đào tạo cũng phải cân nhắc xem chương trình này có thích hợp với đối tượng nhân viên được cử tham gia hay không và nên hỏi trước ý kiến nhân viên có thực sự thích tham gia chương trình đào tạo này hay không, để tránh trường hợp cử người không thích hợp làm lãng phí nguồn ngân sách đào tạo mà vẫn không đáp ứng được mục tiêu của công ty và nguyện vọng của nhân viên.

Đối với yếu tố hệ thống trả lương là mối quan tâm hàng đầu của nhân viên, là yếu tố quan trọng nhất cho điều kiện cuộc sống, phải đảm bảo đầy đủ cho những sinh hoạt theo tiêu chuẩn xã hội. Do vậy, lương, thưởng và các khoản trợ cấp giữ vai trò quan trọng trong việc tạo động lực làm việc cho nhân viên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt

1. Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, NXB Lao động xã hội, TP Hồ Chí Minh.

2. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức.

Tiếng Anh

3. Beh L., Rose R.C (2007), "Linking QWL and job performance: Implications for organizations", *Performance improvement*, 46(6), pp. 30-35.

4. Behnam Talebi, Mehdi Pakdelbonab, Ghader Zenmestani, Nasrin Aghdami (2012), "Investigating the Relationship between the employee's quality of work life and their effectiveness in banking", *European Journal of Experimental Biology*, 2(5), pp. 1839 - 1842.

Ngày nhận bài: 13/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 23/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/2/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN LÊ THẢO VY

Học viên cao học Trường Đại học Quốc tế - Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

**ANALYZING THE IMPACT OF WORKPLACE ENVIRONMENT
ON EMPLOYEE PERFORMANCE OF STAFF AT THE VIETNAM
UNION OF FRIENDSHIP ORGANIZATIONS**

● **NGUYEN LE THAO VY**

Master's student International University,
Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study explores the impact of workplace environment on employee performance of staff at the Vietnam Union of Friendship Organizations (VUFO). This study was carried out by collecting information from experts, officers, especially leaders of the VUFO via questionnaires with 240 observations. The result show that the workplace environment has an impact on the employee performance of staff at the VUFO.

Keywords: Working environment, workplace, Vietnam Union of Friendship Organizations.

VAI TRÒ CỦA VĂN PHÒNG TRONG QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CỦA DOANH NGHIỆP

● ĐẶNG VĂN PHONG

TÓM TẮT:

Hiện nay, trên thị trường, mỗi loại hình sản phẩm có rất nhiều mặt hàng và mẫu mã khác nhau, các sản phẩm này cũng đến từ nhiều nhà cung cấp. Chính vì vậy, cần giúp người tiêu dùng tiết kiệm thời gian, công sức mà vẫn lựa chọn được những mặt hàng tin cậy, chất lượng đó chính là nhờ thương hiệu, thương hiệu của doanh nghiệp (DN) sản xuất, thương hiệu của DN phân phối. Tuy nhiên, để xây dựng được thương hiệu của DN, DN cần có sự góp sức của cả bộ máy vận hành theo một chiến lược thương hiệu thống nhất. Trong đó, văn phòng của DN có một vai trò quan trọng trong quá trình này. Bài viết phân tích vai trò của văn phòng trong quá trình xây dựng thương hiệu của DN.

Từ khóa: Văn phòng, thương hiệu, thương hiệu của doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Vai trò của bộ phận văn phòng luôn được nhìn nhận dưới góc độ các công việc hậu cần đơn thuần “bưng - bê - kê - quét”; “dầu - đèn - kèn - trống”, ít được đánh giá cao. Những năm gần đây, quan niệm trên không còn đúng và đầy đủ khi nói về chức năng của văn phòng. Tuy nhiên, còn rất hiếm tài liệu nghiên cứu chuyên sâu về các vai trò mới, vai trò đặc biệt của văn phòng DN trong thời đại công nghệ như hiện nay. Nghiên cứu về vai trò của văn phòng DN trong việc hình thành một loại tài sản giá trị bậc nhất của DN (thương hiệu) góp phần thay đổi quan niệm, cách nhìn nhận của xã hội, nhà quản trị DN, cũng như chính những người làm văn phòng về vai trò to lớn của bộ phận này. Việc xác định được chính xác các vai trò sẽ giúp văn phòng DN ý thức được trách nhiệm, chủ động

trong việc tham mưu cho lãnh đạo DN xây dựng và giữ gìn thương hiệu của DN.

2. Nội dung nghiên cứu

Để thấy được vai trò của văn phòng trong quá trình xây dựng thương hiệu DN, tác giả đi sâu phân tích quá trình hình thành thương hiệu và chỉ ra cụ thể những ảnh hưởng, tác động của văn phòng trong quá trình này.

2.1. Quá trình hình thành thương hiệu của DN

Trước khi có thương hiệu, DN cần được biết đến bởi khách hàng qua hàng loạt nhãn hiệu được sở hữu bởi DN đó. Mỗi nhãn hiệu đại diện cho một sản phẩm của DN.

Theo Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), nhãn hiệu là: “các dấu hiệu có khả năng phân biệt dùng để phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ do một DN sản xuất hoặc cung cấp với những hàng hóa và dịch vụ của các DN khác” [1, tr. 33]. Bên cạnh định

nghĩa trên, Luật Sở hữu trí tuệ của Việt Nam cũng định nghĩa với ý tương tự “nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau” [2]. Các dấu hiệu Tổ chức sở hữu trí tuệ đề cập ở đây đó là chữ, chữ số, màu sắc, dấu hiệu hình vẽ hoặc là sự kết hợp giữa chúng. Một vài nước trên thế giới còn bảo hộ cho các dấu hiệu là mùi vị, âm thanh, hình ảnh động. Trong bài nghiên cứu này, tác giả đồng quan điểm về nhãn hiệu sản phẩm với tổ chức WIPO và Luật Sở hữu trí tuệ của Việt Nam. Mục đích chính của nhãn hiệu là giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận diện sản phẩm của các DN khác nhau - các thương hiệu khác nhau. Chính vì vai trò dùng để phân biệt các sản phẩm cùng loại, nên nhãn hiệu được pháp luật bảo hộ để tránh việc trùng lặp gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng và bảo vệ uy tín cho DN sở hữu nhãn hiệu.

Trong khi khái niệm nhãn hiệu được quy định rõ ràng tại Khoản 16 Điều 4 Luật số 36/2009/QH12 ngày 19 tháng 6 năm 2009 sửa đổi bổ sung một số điều Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005.QH11, khái niệm thương hiệu lại được hiểu một cách rất khác nhau trong những hoàn cảnh khác nhau. Trong từ điển Bách khoa toàn thư mở thuật ngữ “thương hiệu” (brand) xuất phát từ chữ “banding” chỉ việc chũ của đàn gia súc dùng sắt nóng với những biểu tượng đánh dấu trên da đàn gia súc để phân biệt gia súc của mình với người khác - cách hiểu này gần giống với nhãn hiệu nêu trên. Ngày nay, thuật ngữ “thương hiệu” thể hiện sự uy tín của DN, đi kèm với thương hiệu là những thuộc tính vượt trội của sản phẩm cũng như trách nhiệm của DN với xã hội, người tiêu dùng, cùng với đó là niềm tin, sự trung thành của người tiêu dùng với sản phẩm. Chính vì vậy, nhãn hiệu là thứ bạn có thể nhìn thấy, sờ thấy, còn thương hiệu là tài sản vô hình của DN. Thương hiệu được hình thành theo thời gian cũng như niềm tin của khách hàng ngày càng tăng với sự ổn định của sản phẩm. Thương hiệu là tài sản vô giá của DN. “Theo một số kết quả nghiên cứu của tổ chức Interband, nhiều loại mặt hàng giá trị thương hiệu chiếm tới từ 5% - 70% giá trị của sản phẩm. Bên cạnh đó, tính trung bình giá trị thương hiệu chiếm tới 1/3 giá trị cổ phiếu của các DN” [3, tr. 23].

Từ các khái niệm trên, ta có thể thấy rằng, trước khi có thương hiệu các DN cần phải có nhãn hiệu,

nhãn hiệu là những dấu hiệu được gắn trên một loại mặt hàng của DN, nhãn hiệu không được trùng lặp giữa các loại mặt hàng và được pháp luật bảo hộ. Từ các mặt hàng của DN giúp người tiêu dùng nhận diện DN, theo thời gian hình thành thương hiệu. Nhãn hiệu có thể thay đổi theo thời gian nhưng thương hiệu thì còn mãi.

Hiện nay, có nhiều quan điểm khác nhau về quá trình hình thành thương hiệu của một DN nói riêng, một đối tượng nói chung. Tuy nhiên, trong quá trình nghiên cứu, tác giả đưa ra quá trình 4 bước trong việc hình thành thương hiệu của một DN.

Bước 1: Xây dựng hình ảnh

Đây chính là bước hình thành nên những dấu hiệu nhận biết ban đầu cho sản phẩm của một DN. Trong bước này, nhãn hiệu, bao bì, màu sắc, âm nhạc của sản phẩm được ra đời. Việc nhãn hiệu được ra đời trong bước này giúp DN khẳng định sự khác biệt trong nhận diện với các sản phẩm cùng loại. Để xây dựng hình ảnh ngoài các dấu hiệu như nhãn hiệu, DN còn tạo lập Logo - biểu tượng DN; Slogan - khẩu hiệu hoặc cam kết hướng tới của DN. Các dấu hiệu nhận biết sản phẩm, thương hiệu có sự liên tưởng mạnh mẽ, giúp khách hàng có thể dễ dàng nhận ra và phân biệt với các sản phẩm cùng loại của DN khác. Ví dụ, cùng là loại mặt hàng bột giặt, nhưng dấu hiệu của nhãn hiệu giữa OMO (Unilever) khác hẳn với TIDE (P&G). Bên cạnh đó, trong bước này, các DN dần định hình màu sắc nhận diện DN cũng như ý nghĩa của những màu sắc đó đối với sự hình thành và phát triển. Ví dụ: màu sắc đặc trưng của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (Vinamilk) - “Trắng, xanh lá, xanh dương” [4]; Hãng hàng không Bamboo Airways của Tập đoàn FLC - “Màu xanh lá, màu xanh dương” [5]; Công ty CP FPT - “Cam, xanh dương, xanh lá cây” [6]. Do đó, văn phòng cần chú trọng đến việc xây dựng hệ thống công cụ để nhận diện thương hiệu như logo, slogan, thẻ đeo, đồng phục, túi đựng quà, phong bì, cặp file, cặp phướn, biển tên, biển chỉ dẫn, huy hiệu, quà tặng...

Bước 2: Nhận biết

Đây là một bước quan trọng trong quá trình hình thành thương hiệu của DN. Nếu như Bước 1 là giai đoạn tạo lập hình ảnh cho sản phẩm, DN thì Bước nhận biết sẽ có vai trò đưa sản phẩm tới gần hơn với người tiêu dùng. Bước hai chia làm 3 khâu nhỏ

(nghe; thấy; trải nghiệm). Ở bước này, DN đưa sản phẩm ra truyền thông với mục đích để khách hàng có thể dễ dàng nghe, nhìn thấy sản phẩm, nhìn thấy kết quả của Bước 1 (nhãn hiệu sản phẩm; bao bì sản phẩm; lợi ích sản phẩm; logo DN; slogan, màu sắc đặc trưng DN). Ví dụ, Ông Nguyễn Thanh Việt - Chủ tịch Hội đồng quản trị Tập đoàn Intracom tham dự chương trình truyền hình “Shark tank Việt Nam - Thương vụ bạc tỷ mùa 2” đã mang hình ảnh, sản phẩm, dịch vụ... của Tập đoàn Intracom tới khách hàng gần hơn, khách hàng biết tới Intracom nhiều hơn. Khâu quan trọng nhất trong bước này là trải nghiệm sản phẩm (trải nghiệm dịch vụ), khâu này thể hiện sự gặp nhau chính thức, trực tiếp giữa sản phẩm, DN và người tiêu dùng, thành hay bại là tại khâu này. Trong khâu này, khách hàng sẽ trải nghiệm chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ và chất lượng của đội ngũ nhân viên phục vụ, chúng ta dễ dàng bắt gặp điều này ở những kiot, quầy trải nghiệm sản phẩm. Ví dụ: Hãng Honda triển khai chương trình chạy thử các mẫu xe mới ở tất cả các đại lý trên toàn quốc.

Bước 3. Ghi nhớ

Khâu này thể hiện ấn tượng của khách hàng sau quá trình trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ của DN. Nếu chất lượng sản phẩm tốt, nhãn hiệu và biểu tượng của sản phẩm hoặc thể hiện cá tính phù hợp sẽ khiến cho khách hàng ghi nhớ nhãn hiệu và thuộc tính, lợi ích của sản phẩm. Ví dụ, mùi hương và biểu tượng của dầu gội đầu X - Men rất phù hợp với giới tính nam trong độ tuổi thanh niên vì biểu tượng mạnh mẽ, cuốn hút mà sản phẩm tạo ra. Ghi nhớ sản phẩm của khách hàng chia làm 2 cấp độ là sâu và rộng. Ghi nhớ rộng - khi khách hàng nghĩ tới dầu gội đầu X - Men trong mọi tình huống mua dầu gội đầu; ghi nhớ sâu - khi khách hàng nhớ được các thuộc tính, lợi ích của sản phẩm thay vì dự đoán.

Bước 4: Truyền miệng

Với tâm lý chung ngại thay đổi, người tiêu dùng có thói quen lựa chọn những sản phẩm do chính họ được trải nghiệm về mức độ phù hợp cũng như chất lượng. Bên cạnh đó, nếu chưa được trải nghiệm, người tiêu dùng sẽ lựa chọn sản phẩm được người thân, quen đã trải nghiệm giới thiệu. Việc giới thiệu sản phẩm cho người thân, quen là hoàn toàn khách quan và không vì một lợi ích cá nhân nào nên dễ dàng chiếm được lòng tin của khách hàng. Chính vì

vậy, một sản phẩm được mọi khách hàng giới thiệu, truyền miệng cho nhau thường là một sản phẩm chất lượng được cung cấp bởi một DN uy tín. Bước 4 chính là kết quả gián tiếp của bước 2 và trực tiếp của bước 3. Khi khách hàng đã trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ, điều này khiến họ thấy phù hợp, nhớ và dễ dàng giới thiệu cho bạn bè, người quen cùng trải nghiệm. Khi sự lan tỏa của sản phẩm là tự nhiên, lúc đó sản phẩm, DN bắt đầu có uy tín và thương hiệu được hình thành.

Trên đây là quá trình 4 bước hình thành thương hiệu của một DN, bước nào cũng quan trọng và bước trước là tiền đề của bước sau. Tuy nhiên, bước có tính quyết định nhất là Bước 2 - khi đó sản phẩm và khách hàng gặp nhau, khách hàng sẽ trải nghiệm chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ đi kèm và chất lượng của đội ngũ nhân viên phục vụ, cũng từ đó đưa ra đánh giá chủ quan và hình thành ấn tượng sâu với sản phẩm.

2.2. Sự tham gia của văn phòng trong quá trình hình thành hương hiệu của DN

Văn phòng là nơi thu thập, xử lý và cung cấp thông tin từ các nguồn khác nhau (bên ngoài và nội bộ) giúp cho lãnh đạo cơ quan ra quyết định quản lý đúng đắn. Ngoài ra, văn phòng còn là nơi cung cấp các phương tiện, vật chất kỹ thuật cần thiết cho hoạt động của cơ quan, đơn vị (tổ chức mua sắm, quản lý sử dụng các tài sản, trang thiết bị kỹ thuật, kinh phí hoạt động nhằm nâng cao hiệu suất làm việc và tiết kiệm chi phí).

Như vậy, “nếu quan sát ở trạng thái tĩnh, văn phòng gồm những yếu tố vật chất kỹ thuật và con người. Nếu quan sát ở trạng thái động, văn phòng bao gồm toàn bộ quá trình thông tin từ đầu vào đến đầu ra phục vụ cho công tác quản lý điều hành mọi hoạt động của cơ quan, đơn vị” [7, tr.8].

Từ những nội dung hoạt động của văn phòng cũng như cách thức tiếp cận trên đây, chúng tôi xin đưa ra định nghĩa đầy đủ về văn phòng cơ quan, đơn vị như sau:

Văn phòng là bộ máy của cơ quan, tổ chức có trách nhiệm thu thập, xử lý và tổng hợp thông tin phục vụ cho hoạt động điều hành của lãnh đạo, giúp nhà lãnh đạo điều hành công việc, đồng thời đảm bảo các điều kiện về con người, cơ sở vật chất, kỹ thuật cho hoạt động chung của toàn cơ quan, tổ chức đó.

Như trên đã nêu, quá trình hình thành thương hiệu của một DN ngoài yếu tố về mặt thời gian còn có sự tham gia và đóng vai trò của nhiều phòng ban khác nhau, phòng ban cụ thể phụ thuộc vào quy mô, cơ cấu tổ chức của từng DN. Tuy nhiên, cho dù quy mô, cơ cấu tổ chức của DN lớn hay nhỏ thì bộ phận văn phòng là không thể thiếu. Chính vì vậy, văn phòng luôn đóng góp một vai trò quan trọng trong quá trình hình thành thương hiệu của DN.

a. Vai trò của văn phòng trong xây dựng hình ảnh

Nhãn hiệu là dấu hiệu được gắn lên sản phẩm của DN, giúp tạo ra sự độc đáo và phân biệt với sản phẩm cùng loại nên nhãn hiệu có yếu tố trí tuệ. Theo Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam “có tới 80% vi phạm sở hữu trí tuệ là vi phạm nhãn hiệu sản phẩm” [3, tr.62]. Chính vì vậy, việc tiến hành đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm là việc làm quan trọng có thể được thực hiện ngay từ Bước 1 của quá trình hình thành thương hiệu. Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm có thể là nhiệm vụ của bộ phận văn phòng, đặc biệt là đối với các DN có quy mô siêu nhỏ, nhỏ và vừa. Tại một số DN, vai trò này do bộ phận pháp chế nằm trong văn phòng đảm nhiệm. Ngoài việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm, vai trò bảo vệ độc quyền nhãn hiệu còn được thể hiện khi có tranh chấp nhãn hiệu xảy ra hoặc những tin đồn thất thiệt về sản phẩm. Với vai trò quan hệ công chúng, văn phòng có thể được ủy quyền trong việc đại diện DN phát ngôn với công chúng, người tiêu dùng. Bên cạnh đó, trang thông tin điện tử của DN thường do văn phòng quản lý và đó là kênh thông tin chính thức, phát ngôn của DN trong việc bảo vệ nhãn hiệu và thương hiệu của mình.

b. Vai trò của văn phòng trong nhận biết thương hiệu

Một là, văn phòng xây dựng hệ thống văn bản mẫu của DN.

Việc xây dựng hệ thống văn bản mẫu giúp cho DN tạo được sự thống nhất trong việc sử dụng văn bản, chặt chẽ trong quá trình quản lý, nhanh chóng trong quá trình giải quyết công việc và còn góp phần xây dựng được hình ảnh DN thể hiện sự chuyên nghiệp, giúp khách hàng nhận biết thương hiệu. Đối với hệ thống văn bản của DN, khi xây dựng văn phòng không nhất định phải theo thể thức của văn bản hành chính nhà nước. Văn phòng DN

thường đưa các dấu hiệu nhận biết DN vào văn bản, như: logo, slogan, địa chỉ liên hệ... Điều này giúp khách hàng dễ dàng nhận biết thương hiệu, nhận biết DN. Qua đó, mỗi một văn bản gửi ra ngoài DN là một hình ảnh đại diện cho DN tới người tiêu dùng. Bên cạnh hệ thống văn bản, văn phòng DN còn xây dựng hệ thống các biểu mẫu, vật dụng có logo, màu sắc, kiểu dáng đặc trưng của DN, ví dụ: Công ty Cổ phần FPT “(giấy viết thư, bì thư, văn bản, thẻ nhân viên, hóa đơn, website, đồng phục, biển hiệu...)” [6].

Hai là, văn phòng đảm bảo chất lượng nguồn nhân lực.

Nguồn nhân lực là một trong những nguồn lực quan trọng nhất của bất cứ một tổ chức nói chung, DN nói riêng. Chất lượng nguồn nhân lực ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng công việc và sản phẩm của DN. Như phần 2 đã phân tích, trong quá trình hình thành thương hiệu của DN, Bước 2 là quan trọng nhất, trong bước này khách hàng được tiếp xúc trải nghiệm chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ và chất lượng phục vụ của nguồn nhân lực. Trong khi đó, bên cạnh công nghệ và nguyên liệu đầu vào, trình độ người lao động là yếu tố quyết định tới chất lượng sản phẩm, để sản phẩm tới tay người tiêu dùng được hoàn hảo yếu tố chất lượng phục vụ cũng đóng vai trò hết sức quan trọng. Ví dụ, chất lượng sản phẩm sữa của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (Vinamilk) tốt, nhưng để hoàn hảo cần có sự đóng góp của nhân viên giới thiệu sản phẩm, chăm sóc khách hàng tại các cửa hàng giới thiệu sản phẩm của Công ty. Điều này cho thấy, vai trò nhân sự của văn phòng hết sức quan trọng trong bước tiếp xúc khách hàng của sản phẩm, dịch vụ. Nếu chỉ có sản phẩm tốt, nhưng chất lượng nhân sự phục vụ không tốt cũng ảnh hưởng trực tiếp tới ấn tượng của khách hàng. Ví dụ, dịch vụ viễn thông của Viettel rất tốt nhưng thái độ phục vụ của nhân viên bảo vệ tòa nhà, lễ tân phục vụ, nhân viên lắp đặt, nhân viên chăm sóc khách hàng... không tốt cũng sẽ gây ấn tượng không tốt với khách hàng và khiến khách hàng truyền miệng những thông tin không tốt về thương hiệu. Ngoài ra, văn phòng còn có vai trò trong việc xây dựng môi trường làm việc lành mạnh, đoàn kết tạo động lực và sự gắn bó, cống hiến của người lao động đối với DN, góp phần xây dựng văn hóa đoàn kết, chia sẻ trong mỗi DN.

Quá trình nhân sự của một DN thường giao cho văn phòng đảm nhiệm, việc tuyển dụng người, đào tạo đúng chuyên môn và các chế độ cho người lao động sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng sản phẩm, uy tín và thương hiệu DN. Bên cạnh đó, hàng loạt các văn bản quy chế, quy định về văn hóa công sở, văn hóa DN, nội quy DN... đa phần do văn phòng chủ trì soạn thảo và giám sát thực hiện. Các văn bản này giúp nâng cao ý thức của người lao động, chất lượng công việc và góp phần tạo ra sự khác biệt của mỗi DN.

Bên cạnh đó, tại một số DN lớn hiện nay, yếu tố nhân sự được lựa chọn làm “đại sứ thương hiệu” cho sản phẩm của DN cũng hết sức quan trọng, nhân sự này phải có cá tính phù hợp với cá tính của sản phẩm mà DN tạo ra.

Ba là, văn phòng đảm bảo các yếu tố về cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ quá trình hoạt động của DN.

Nếu đề cập vấn đề cơ sở vật chất, trang thiết bị của DN sẽ tương đối rộng, vì đối với một DN sản xuất, trang thiết bị có thể bao gồm máy móc, công nghệ, nhà xưởng... Tuy nhiên, đối với một DN làm dịch vụ, có thể chỉ là trụ sở và các trang thiết bị văn phòng. Nhìn chung, các trang thiết bị có đầu tư lớn như dây chuyền máy móc, nhà xưởng... văn phòng thường không phụ trách. Văn phòng chỉ đảm bảo các cơ sở vật chất, trang thiết bị mang tính chất hậu cần, phục vụ như: trụ sở, cảnh quan, trang thiết bị văn phòng, phương tiện đi lại. Tuy nhiên, đối với những DN dịch vụ, khách hàng cần phải trực tiếp tới trụ sở để trải nghiệm dịch vụ, các yếu tố về cơ sở vật chất sẽ giúp cho khách hàng cảm nhận được sự thuận tiện, nhanh chóng, hiện đại. Ví dụ, trang thiết bị văn phòng có hiện đại, phần mềm sử dụng có tinh vi, mới có thể phục vụ nhu cầu của khách hàng được nhanh chóng, chính xác

và tiện lợi. Bên cạnh đó, việc ghi nhớ và gây ấn tượng với khách hàng về những dấu hiệu đặc trưng được trang trí trong khuôn viên văn phòng như màu sắc, hoa văn, biểu đồ, đồng phục nhân viên cũng giúp cho khách hàng gia tăng sự nhận biết DN, nhận biết sản phẩm và cảm nhận được nét đặc trưng của DN, ví dụ: trong khuôn viên văn phòng làm việc của Tập đoàn Bellsystem 24 Hoa Sao được trang trí rất sinh động bằng những câu nói nổi tiếng của các vĩ nhân, những bức tranh lớn, vui mắt, hay biểu tượng của các đối tác thân thiết. Đây là vai trò giúp xây dựng hình ảnh và nhận biết thương hiệu của văn phòng DN. Bên cạnh đó, việc mua sắm, thiết kế các trang thiết bị văn phòng, trụ sở cơ quan với màu sắc thống nhất với bộ nhận diện thương hiệu giúp khách hàng dễ dàng nhận biết DN, nhận biết thương hiệu, ví dụ: màu sơn văn phòng, màu sắc thiết bị văn phòng, màu đồng phục nhân viên, màu xe cơ quan...thống nhất với màu sắc nhận diện thương hiệu.

3. Kết luận

Từ phân tích trên cho thấy, văn phòng có vai trò tích cực trong quá trình hình thành thương hiệu của DN (Bước 1: xây dựng hình ảnh; Bước 2: Nhận biết thương hiệu). Đây là 2 bước tiền đề quan trọng trong việc hình thành ấn tượng tốt đẹp ban đầu của khách hàng đối với một nhãn hiệu sản phẩm và thương hiệu DN. Trong bối cảnh nền kinh tế phát triển năng động, đòi hỏi văn phòng DN cần có sự thích nghi nhanh chóng với môi trường kinh doanh và đa năng trong quá trình thực hiện các chức năng cơ bản. Bên cạnh đó, nhà quản trị DN cũng như văn phòng cần ý thức được rõ ràng vai trò của văn phòng trong quá trình hoạt động của DN không chỉ đóng vai trò hậu cần mà còn tham gia vào quá trình hình thành một trong những loại tài sản có giá trị lớn nhất đó là thương hiệu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Việt Hùng và tập thể tác giả tại Cục Sở hữu trí tuệ biên dịch: *Những điều chưa biết về sở hữu trí tuệ*, Geneva: ITC/WIPO, 2004. Xi, Hà Nội, 2004.
2. Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ số 36/2009/QH12 ban hành ngày 19/ 6/2009.
3. Cấn Anh Tuấn: *Xây dựng thương hiệu mạnh cho các DN Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ, Đại học Thương mại, Hà Nội, 2011.

4. Chiến lược Marketing số 1 (2017), Phân tích hệ thống nhận diện thương hiệu của Vinamilk. <<https://chienlucocmarketingso1.blogspot.com/2018/03/he-thong-nhan-dien-thuong-hieu-cua-vinamilk.html>> truy cập ngày 24/10/2019.
5. Lao động xã hội (2018), Tập đoàn FLC chính thức ra mắt bộ nhận diện thương hiệu Hãng hàng không Bamboo Airways. <<http://laodongxahoi.net/tap-doan-flc-chinh-thuc-ra-mat-bo-nhan-dien-thuong-hieu-hang-hang-khong-bamboo-airways-1309635.html>> truy cập ngày 24/10/2019.
6. Góc nhà my (2016), Bộ nhận dạng thương hiệu FPT; <<https://gocnhamy.wordpress.com/2016/08/27/bo-nhan-dang-thuong-hieu-fpt/>> truy cập ngày 24/10/2019.
7. Nguyễn Thành Độ, Nguyễn Ngọc Diệp, Trần Phương Hiền: *Quản trị văn phòng, Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2012.*

Ngày nhận bài: 11/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/1/2020

Thông tin tác giả:

ThS. ĐẶNG VĂN PHONG

Giảng viên tổ Quản trị văn phòng, Khoa Quản trị văn phòng

Trường Đại học Nội vụ Hà Nội

THE ROLE OF OFFICE UNIT IN THE CORPORATE BRAND BUILDING PROCESS

● MSc. **DANG VAN PHONG**

Lecturers of Office Management Team
Faculty of Office Management
Hanoi University of Home Affairs

ABSTRACT:

There are many items, which are provided by various suppliers, under each product type on the market. Therefore, the brands including the brand of manufacturer and the brand of distributor play a key role for consumers to choose the trustworthy and high-quality products. However, in order to build a brand, the enterprise needs not only time but also the contribution of the whole operational system under a unified brand strategy. In particular, the enterprise's office unit plays a very important role in the corporate brand building process.

Keywords: Office unit, brand, corporate brand.

IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES DIMENSIONS ON EMPLOYEE ENGAGEMENT THROUGH INTERMEDIATE VARIABLE OF ORGANIZATIONAL TRUST

● TRAN THI NHINH

ABSTRACT:

The reality of the implementation of corporate social responsibilities (CSR) in Vietnam is not yet fully understood by businesses about voluntarily participating in the implementation of CSR and the benefits and importance of the implementation of CSR to how big a business is. Besides, the real situation of human resources of the banking industry has been more and more volatile for many years in Vietnamese market. Most previous studies only do synthesize reasoning and make judgments, assessments from subjectivity and experience, descriptive statistics or analyze single relationship. This study analyzes the relationship between CSR and employee engagement through intermediate variables of organizational trust. This study is qualitative and brings mediating hypothesis that clearly define the relationship between CSR and employee engagement. This study is only limited to theoretical synthesis and proposed research model. The next study will present the results of study with the model proposed in this study.

Keywords: Corporate Social Responsibilities, employee engagement, organizational trust, banking industry, Vietnam.

1. Introduction

The status of human resources of Banking Industry has been fluctuating during the time such as: lack high qualified, quit job due to risks, etc. In accordance with credit institutions, the situation of working and jobs in banking industry positively changed in which 56,84% credit institutions shared that they had more workers in quarter of III/2018 being higher than 46% of those from previous quarter. However, there were 26,6% credit institutions to admit that they were lacking necessary workers for current demand of job and 61,46% credit institutions would continue to employ more workers in the quarter of IV/2018 in

prediction. According to a report of International Labour Organization (ILO), training demand for new manpower of Faculty of Finance and Banking in the stage of 2016 – 2020 in Vietnam was over 1.6 million people and total manpower working in Banking Industry would be about 300.000 people until 2020. Facing those changes coming from human resources of Banking Industry, there will be many concerns about this CSR' research since there will be many people paying more attention for it, and in inverse, it will make more influences on them helping credit institutions to easily hire manpower with long term of cooperation.

The research will answer some those questions:

- 1) What is CSR?
- 2) What is Employee Engagement?
- 3) How CSR will affect Employee Engagement through mediating variables of organizational trust?
- 4) What are petitions proposed for corporate in Banking Industry to improve employee engagement?

To answer these four questions, the research started from generally compiling theory related to the influence of CSR for employee engagement through mediating variables of organizational trust about some specific elements of credit institutions in Banking Industry in Vietnam. The study presents relevant theoretical frameworks that could be useful in analyzing the orientation of CSR and employee engagement. The research presented is likely to have both theoretical and empirical significance and is timely and relevant under the recent interest in CSR for credit institutions in Vietnam.

2. Literature review

2.1. Overview of research

2.1.1. Overview of domestic researches

Although the number of recent researches about CSR in Vietnam were so many but that had been also restricting. Some of them were general conclusions and had judgments, evaluations from subjectivism and experiences (Nguyen Dinh Cung & Luu Minh Duc, 2008); (Tran Quoc Trung & Nguyen Doan Chau Trinh, 2012); some researches were investigated in descriptive statistics progress (Bui Thi Lan Huong, 2010); and some quantitative researches were made in small scope (Chau Thi Le Duyen; Nguyen Minh Canh, 2012); (Nguyen Tan Vu & Duong Lien Ha, 2012). There was a research broadly investigated about perception of customer (Nguyen Hong Ha, 2016). Besides, some researches about perception of employee were also restricted. Therefore, some influences, relationships or results of this problem were not verified, assessed enough in the context of Vietnam in general and Bank Industry in particular.

2.1.2. Overview of foreign researches

In the first stage, some authors gave some conceptions about CSR and conducted in corporate such as (Sheldon, 1924; Bowen, 1953; Carroll, 1999), Carroll was called “The father of CSR”. Besides, other authors considered CSR as one of main goals of corporation (Drucker, 1954).

Next, all authors had the same point of view about CSR that corporate should order long-term targets to maximize social welfare. The research was about the social orientation, such as public responsibilities, social obligations and social expectations (Steiner, 1971; Manne and Wallich, 1972; Eells and Walton, 1974; Zenisek, 1979). The research showed that CSR had been updated on a higher level.

The next stage, the main research on CSR have moved from traditional shareholders to other social groups such as customers, employees, suppliers and public (Jones, 1980), stakeholder theory (Freeman, 1984) contributing a lot for CSR. Those theory have reinforce CSR.

At this point of time, CSR’ documents gave evidence about CSR’ possible influences for employees of shareholder groups. Peterson (2004) demanded about corporate civil rights with some employees having some attitudes such as commitments of union and civil rights of corporate. They had influences on working status of employees. Previous researches had different theory such as those about organizational justice theory, social identity theory, and cognitive dissonance theory which were basements of arguments about the relationship between CSR and employees.

Researches about perception of employees about CSR

Almost researches about CSR focused on customers, but employees were also influenced so much Lee et al. (2013). However, rarely were researches about the influence of CSR on employees or even not (Bauman and Shitka, 2012). Researchers proved that some organizations related to CSR would raise the spirit of employees (Solomon and Hanson, 1985), increase the quality and the result of relationship between employees and corporate (Lee and et al., 2012). Until 2013, this researching group concluded that awareness of employees about CSR program having positive influences for effectiveness of company in the context of Korea (Lee et al., 2013). In general, employees and CSR conducted by company had been tightly connected.

Research about the influence of CSR to engagement of employees

According to the research of Maignan et al.

(1999) investigated the relationship about CSR and employee engagement in one sample of 154 managing directors America. Authors investigated CSR model with four elements of Carroll to review the comments of employees in four elements of CSR and employee engagement (Maignan et al., 1999); Peterson (2004); Rego et al. (2010) (Peterson, 2004) and (Rego et al., 2010) all used tools of Magnain et al. (1999); Maignan & Ferrell, (2000). Peterson (2004) had established the relationship more consistently than awareness about moral responsibility of company for CSR and employee engagement.

2.2. Theoretical background

In this research, authors used some theory such as about: stakeholder theory, social identity theory, organizational justice theory, social exchange theory for background theory

2.3. Overview of conducting theory in research

2.3.1. Definitions of CSR

The first definition of CSR (Bowen, 1953) was firstly launched in the book "CSR". After that, there were many authors giving definition of CSR as Davis (1960); Mc Guire (1963); Carroll (1979), and (Carroll, 1991), he carried four types of CSR properly performing definition of CSR: that was aspects of economy, laws, morals and volunteer and being described as Pyramid pattern.

According to Freeman (2010), depending on the scale of the company, stakeholders of company are customers, employees, suppliers, financial public, competitive partners and from governmental organizations operations, customers aid service, trade union, trade association and financial groups. Turker (2009a), investigated the effects of CSR for employee engagement through a convey on a sample from business experts working in Turkey.

Corporate social responsibility (CSR) has been extensively discussed since it was proposed about half a century ago. Topics of CSR in research history include theories, concepts, models, and relevant themes. The concept of CSR has been accepted as obligations, which have been imposed by societal expectations for guiding business behaviors (Carroll 1999, Fairbrass et al 2005). CSR promotes corporations to take serious account of all the stakeholders' interests and well-being. This type of responsibility goes beyond the conventional obligations. It encourages corporations to voluntarily

take further steps to contribute to the society at large.

2.3.2. Definitions of employee engagement

The engagement demanded about individual status performing some actions to get the expecting goal (Meyer et al., 2001). Employee engagement was defined when employees created their mental engagement with the organization (Allen et al., 1990; O'Reilly et al., 1986). Structure of employee engagement included: cognitive - absorption; emotional - delication; vigour has been studied in their researches as (Allen et al., 1990; Gilliland & Bello, 2002; Meyer et al., 2001; (Verhoef, Franses & Hoekstra, 2002). However, the correlation among this three structures was considered very humble. Other authors support 3D model of engagement (Allen et al. 1996; Meyer, Allen & Smith, 1993; Allen et al., 1990; Meyer et al., 2002).

Employee engagement. Current practices of organizations have called for an accountability of "people issues" in declining organizational performance an effectiveness. Consequently, employee engagement has been regarded as a variable that contributes to commitment, turnover, and retention. Employee engagement is defined as employees' physical, cognitive, and emotional involvement in the performance of their organizational roles (Kahn, 1990). The physical aspect of engagement refers to employees' physical presence at work, the cognitive aspect pertains to employees' beliefs about the organization, its leaders, and work conditions while the emotional aspect reflects the employees' attitudes toward these three aspects (Shanmugam & Krishnaveni, 2012). Kahn posited that employees could be engaged in one aspect and not the other, but this would still contribute to their overall engagement.

Additionally, engagement or disengagement at work has been found by Kahn to be related to three psychological states; experienced meaningfulness, safety, and availability. May, Gibson, and Harter (2004) found that job enrichment, role-fit, rewards, and relationships with supervisor were all positive predictors of these psychological states of engagement. Another definition for employee engagement is that it is a positive, fulfilling state of mind that is characterized by vigor, dedication, and absorption at work (Schaufeli & Bakker, 2004). This definition is then supported by Saks when he carried out a study about employee engagement in 2006.

2.3.3. Definition of Organizational Trust

Definition of Organizational Trust was determined according to different ways depending on the content and research subjects (Burke et al., 2007). Trust come with human relationship and brought one side meaning. However, in the scope of an organization, trust was defined in a larger meaning: (i) Organizational trust was the consequence of human relationship in an organization at the same level (colleagues) and different levels (group, position, organization and external stakeholders); (ii) Organizational trust was made based on cultural values such as behavior standards, significant value, belief; (iii) Trust was the consequence of communicating among individuals, such as exact information expressing loyalty and openness suitably (Nguyen Manh Quan, 2013). Organizational trust played an important role in raising productivity/activity of organization (Bateman & Strasser, 1984; Lake-Mathebula, 2004). This study proposes four key elements of organizational trust awareness: reward expectations (Rhoades et al., 2001; Husted & Michailova, 2002); management values (Gillespie & Mann, 2004; Lewicki et al., 1998); psychological support (Dirks & Ferrin, 2002; Rhoades & Eisenberger, 2002) and trust in management (Kerkhof et al., 2003; Amabile, 2005).

2.4. Hypothesis

CSR and Employee Engagement

According to Maignan et al (1999), the author studied the relationship between perceptions of CSR and employee engagement; (Maignan et al., 1999) saw the positive between awareness of each aspect of CSR (Economics, Law, Ethics and Charity) of Carroll (1979) and employee engagement with the organization. After that (Peterson, 2004); (Rego et al., 2010) analyzed the similar relationship between CSR awareness and employee engagement.

When employees realize that the company pays attention to the community or family of employees, they may think that they should try their best to contribute to the company's image. There is clearly a positive relationship between CSR and employee engagement. Employees can believe that the organization will be very committed to them, so they also engage with the organization. Employee engagement cannot be too high if they do not see the

responsibility of the organization. From the discussion above, the following hypothesis has been proposed:

H1: CSR and Employee Engagement have a positive relationship

CSR and Organizational Trust

CSR plays an important role in shaping employee confidence in the organization, thus affecting their attitude and behavior (Fukukawa et al., 2007; Perrini and Castaldo, 2008; Rupp et al., 2006).

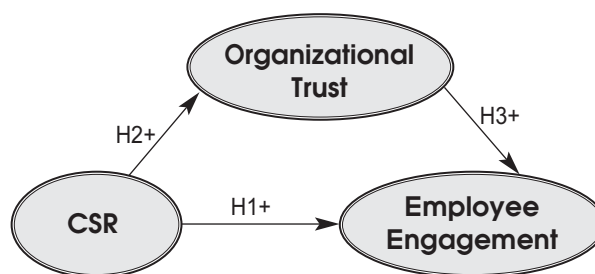
The studies of organizational behavior theory has extended the theory of justice or standard theory to the context of CSR. Theoretically, researchers have suggested that if employees are aware that their organization behaves in extremely irresponsible ways, they will be able to show negative attitudes and behaviors in the work. On the contrary, if employees are aware that their organization operates in a highly socially responsible manner - even for people inside and outside the organization, they may have a positive attitude towards the company and work more effectively (Rupp et al., 2006). This led to the following hypothesis:

H2: CSR and Organizational Trust have a positive relationship.

Organizational Trust and Employee Engagement

Rogers (1995) asserts that trust is a fundamental characteristic in an ideal working environment. Trust between the parties is the motivation of the relationship because it increases the intention of cooperation and expect continuously (Andaleeb, 1996; Anderson and Weitz, 1992; Ganesan, 1994). Many studies have followed the theory of trust and engagement (Morgan and Hunt, 1994) and have emphasized the importance of belief as the main premise of emotional engagement (Bansal et al., 2004; Kim and Frazier, 1997; Ruyter and Wetzels, 1999; (Rylander et al., 1997) on labor relations).

Figure 1. The structural model of the study



Trust exists at the teamwork level (trust among team members), leadership level (trust between employees and leaders), organizational level (between employees and the organization), and level between institutions. Strong or weak beliefs depend on the level of interaction (Wong et al., 2003) and the existence of relationships (Bedford, 2011).

H3: Organizational Trust and Employee Engagement have a positive relationship

3. Conclusion

This study proposes a research model on the relationship between CSR and employee engagement through mediating variable of organizational trust in Vietnam's banking industry. The next study will test this model ■

REFERENCES:

1. Allen, N.J. and Meyer, J.P. (1990). "The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization". *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 63, pp. 1-18.
2. Allen, N., & Meyer, J. (1996). *Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity*. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252-276.
3. Amabile T. (2005). *Creativity: it's all about routine*. *The Australian Financial Review*, 12 July, 59 (Harvard Management Update).
4. Andaleeb, S.S. (1996). "An experimental investigation of satisfaction and commitment in marketing channels: the role of trust and dependence". *Journal of Retailing*, Vol. 72 No. 1, pp. 77-93.
5. Bedford O. (2011). *Guanxi-Building in the Workplace: A Dynamic Process Model of working and*
6. *Backdoor Guanxi*. *Journal of Business Ethics*, 104, 149-158.
7. Bowen H. (1953). *Social Responsibility of the Businessman* Harper & Row, New York.
8. Carroll A. (1979). *A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
9. Carroll A. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholder*. *Business Horizons*, 34(4), 39-49.
10. Carroll, A. B. (1999). *Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct*. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
11. Davis K. (1960). *Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?* *California Management Review*, 2(3), 70-7.
12. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Harper Collins.
13. Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press.
14. Lee, E. M., Park, S. Y., Rapert, M. I., and Newman, C. L. (2012). *Does perceived consumer fit matter in corporate social responsibility issues?* *Journal of Business Research*, 65(11), 1558-1564.
15. Lee, E.M.; Park, S.; Lee, H.J. (2013). *Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences*. *Journal of Business Research*, 66, 1716-1724.
16. Lewicki R, McAllister D & Bies R. (1998). *Trust and distrust: new relationships and realities*. *The Academy of Management Review*, 23, 438-58.
17. Maignan, I., Ferrell, O. C., & Hult, G. M. (1999). *Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 455-469.
18. Maignan, O.C. Ferrell. (2000). *Measuring corporate citizenship in two countries: The case of United States and France*. *Journal of Business Ethics*, 23, 283-297.

19. Meyer, J., Stanley, D., Hersovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). *Affectiveviior, Continuance and Normative Commitment to the Organization: A Meta-Analysis of Antecedents, Correlates and Consequences*. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
20. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The commitment-trust theory of relationship marketing*. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
21. Nguyen Dinh Cung & Luu Minh Duc. (2008). "CSR: Some theoretical issues, international experiences and practices in Vietnam". *Journal of Economic Management*, 4.
22. Peterson, D. K. (2004). *Benefits of Participation in Corporate Volunteer Programs: Employees Perceptions*. *Personal Review*, 33(6), 615-627.

Receiving date: 20/12/2019

Reviewing date: 30/12/2019

Accepting date: 10/1/2020

Author's information:

TRAN THI NHINH

Faculty of Business Administration, Hong Bang International University,

PhD candidate of University of Economics Ho Chi Minh City

TÁC ĐỘNG CỦA TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP TỚI SỰ GẮN KẾT NHÂN VIÊN VỚI TỔ CHỨC THÔNG QUA BIẾN TRUNG GIAN NIỀM TIN TỔ CHỨC

● **TRẦN THỊ NHINH**

Giảng viên Khoa Quản trị Kinh doanh

- Đại học Quốc tế Hồng Bàng

Nghiên cứu sinh Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Thực tế về việc thực hiện các trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) tại Việt Nam vẫn chưa được các doanh nghiệp hiểu đầy đủ về việc tự nguyện tham gia thực hiện CSR và lợi ích, tầm quan trọng của việc triển khai CSR đối với doanh nghiệp lớn như thế nào. Bên cạnh đó, thực trạng nguồn nhân lực của ngành ngân hàng ngày càng biến động trong nhiều năm tại thị trường Việt Nam. Hầu hết các nghiên cứu trước đây chỉ dừng lại để tổng hợp lý luận và đưa ra đánh giá từ tính chủ quan và kinh nghiệm, thống kê mô tả hoặc nghiên cứu về các mối quan hệ đơn lẻ. Trong nghiên cứu này, tác giả nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR và sự gắn kết của nhân viên thông qua biến trung gian của niềm tin tổ chức. Nghiên cứu mang tính định tính đưa ra giả thuyết trung gian xác định rõ mối quan hệ giữa CSR và sự gắn kết của nhân viên. Nghiên cứu này chỉ giới hạn trong tổng hợp lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất. Nghiên cứu tiếp theo sẽ trình bày kết quả nghiên cứu với mô hình được đề xuất trong nghiên cứu này.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sự gắn kết nhân viên, niềm tin tổ chức, ngành Ngân hàng.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CẦU DU LỊCH CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI TỈNH PHÚ YÊN

● PHẠM THỊ MỘNG HẰNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến cầu du lịch của du khách nội địa tỉnh Phú Yên. Từ đó, tác giả đưa ra những gợi ý chính sách cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Phú Yên trong việc thu hút du khách nội địa đến với địa phương. Phương pháp tiếp cận là chi phí du hành của Harold Hotelling (1947) và mô hình hồi quy đa biến về các nhân tố ảnh hưởng đến cầu du lịch theo OECD (1994) và World Bank (2005). Kết quả nghiên cứu cho thấy, theo cấu trúc chi phí du hành, khoảng cách từ vùng đến điểm du lịch càng ngắn, số lần dự định quay lại càng cao. Cơ cấu chi phí du hành của du khách nội địa từ 6 vùng khác nhau cũng có sự khác nhau. Bên cạnh đó, kết quả phân tích hồi quy cho thấy, trong 5 biến đưa vào mô hình, biến tình trạng hôn nhân không có ý nghĩa thống kê (Giá trị Sig > 0,05), các biến còn lại gồm giới tính, độ tuổi, thu nhập và chi phí du hành đều có sự tác động đến cầu du lịch của du khách nội địa tỉnh Phú Yên.

Từ khóa: Cầu du lịch, du khách nội địa, chi phí du hành, tỉnh Phú Yên.

1. Giới thiệu

Nằm trên dải đất duyên hải Nam Trung Bộ, tỉnh Phú Yên được xem là một trong những nơi có phong cảnh thiên nhiên “sơn thủy hữu tình” với nhiều thắng cảnh kỳ thú, độc đáo và hấp dẫn. Sự đa dạng về địa hình, cảnh quan thiên nhiên như núi rừng, cao nguyên, đồng bằng, biển đảo, sông hồ, đầm, ... đã cho nơi đây nhiều hệ sinh thái khác nhau và có những nét đặc trưng riêng, là một trong những địa điểm du lịch thu hút khách trong và ngoài nước. Tuy nhiên, cho đến nay, ngành Du lịch của Tỉnh vẫn phát triển chưa tương xứng tiềm năng. Vấn đề luôn làm cho các nhà

hoạch định chính sách trăn trở đó là “làm thế nào để du khách nội địa đến với Phú Yên nhiều hơn trong thời gian tới”. Để trả lời câu hỏi này, trước tiên cần phải xác định đâu là yếu tố tác động đến cầu du lịch của du khách nội địa. Việc xác định các yếu tố tác động đến cầu du lịch của du khách nội địa tại các điểm du lịch tỉnh Phú Yên không chỉ giúp cho chính quyền địa phương có những thông tin quan trọng về các yếu tố ảnh hưởng đến cầu du lịch mà còn là cơ sở trong việc lập kế hoạch phát triển, đầu tư tài chính để Phú Yên khai thác và phát triển ngành Du lịch một cách bền vững.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm về du lịch, điểm đến du lịch và du khách nội địa

Tổ chức Du lịch Thế giới (World Tourist Organization) cho rằng: “Du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành, tạm trú, trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa, trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm, ở bên ngoài môi trường sống định cư; nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là kiếm tiền. Du lịch cũng là một dạng nghỉ ngơi năng động trong môi trường sống khác hẳn nơi định cư”.

Tổ chức Du lịch Thế giới (2007) đã đưa ra quan niệm về điểm đến du lịch (Tourism Destination): “Điểm đến du lịch là vùng không gian địa lý mà khách du lịch ở lại ít nhất một đêm, bao gồm các sản phẩm du lịch, các dịch vụ cung cấp, các tài nguyên du lịch thu hút khách, có ranh giới hành chính để quản lý và có sự nhận diện về hình ảnh để xác định khả năng cạnh tranh trên thị trường”.

Theo Luật Du lịch Việt Nam (2017): “Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch trong lãnh thổ Việt Nam”.

2.2. Cầu du lịch và các yếu tố ảnh hưởng đến cầu du lịch

Nhu cầu du lịch là mong muốn của một người đến một địa điểm khác nơi mình sinh sống để tham quan, nghỉ ngơi và giải trí. Theo Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2006): “Nhu cầu du lịch là một nhu cầu đặc biệt, thứ cấp và tổng hợp của con người”. Loại nhu cầu này đặc biệt ở chỗ không giống những nhu cầu hàng ngày của con người mà đòi hỏi ở một mức độ cao hơn để có thể thỏa mãn được nhu cầu và tương xứng với khoảng chi phí mà bản thân đã bỏ ra. Thứ cấp ở chỗ khi con người đã thỏa mãn được những nhu cầu thiết yếu thì nhu cầu du lịch mới được phát sinh. Do khi đi du lịch con người thường phát sinh nhiều nhu cầu khác nhau chẳng hạn như đi lại, ăn, ở, mua sắm, tham quan,

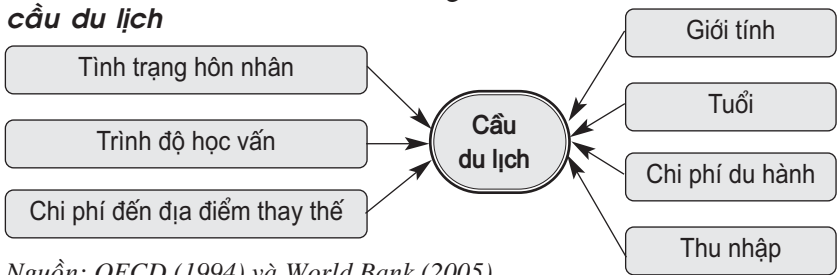
nghỉ ngơi..., trong khi đó để có thể thỏa mãn được những nhu cầu này cần phải có sự đáp ứng của nhiều ngành, nhiều lĩnh vực khác nhau. Bên cạnh đó, nhu cầu du lịch cũng là nhu cầu tổng hợp của các nhu cầu khác. Theo Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2006), nhu cầu du lịch được hình thành và phát triển từ các nhu cầu sinh lý (sự đi lại) và các nhu cầu tinh thần (nhu cầu nghỉ ngơi, tự khẳng định, nhận thức, giao tiếp...).

Từ đó, theo tác giả: “Cầu du lịch là số lượng dịch vụ du lịch mà du khách mong muốn và có khả năng chi trả tại các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định với giả định các nhân tố khác không đổi”.

Đối với du lịch trong nước, lượng cầu du lịch được thống kê bằng số lượt khách trong nước lưu trú tại các cơ sở lưu trú du lịch.

Theo OECD (1994) và World Bank (2005), các nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến cầu du lịch bao gồm: (Sơ đồ 1)

Sơ đồ 1: Các nhân tố ảnh hưởng tới cầu du lịch



Nguồn: OECD (1994) và World Bank (2005)

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Mẫu được lấy theo phương pháp thuận tiện có chọn lọc bằng cách phát bảng câu hỏi cho những khách thể nghiên cứu là du khách nội địa đến tham quan tại các điểm du lịch tại tỉnh Phú Yên. Thời gian lấy mẫu từ ngày 1/8/2019 đến ngày 30/8/2019. Sau khi sàng lọc, loại bỏ, số lượng bảng câu hỏi phù hợp cho nghiên cứu là 310 bảng.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

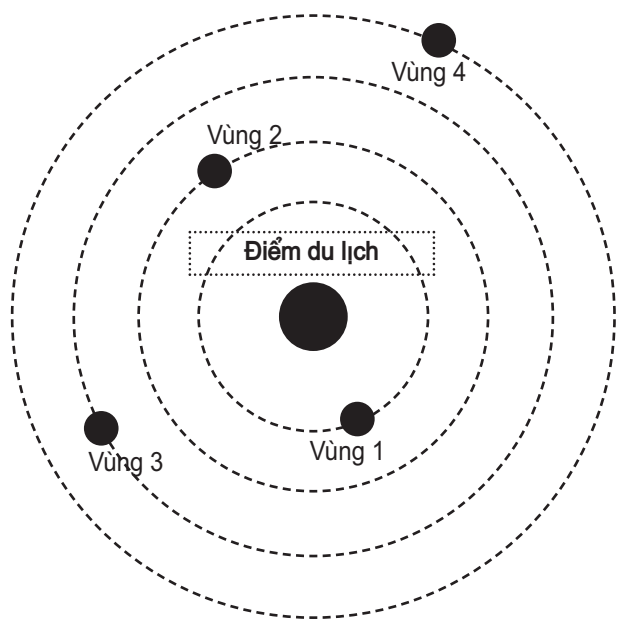
3.2.1. Phương pháp chi phí du hành

Phương pháp này được coi là phương pháp lâu đời nhất trong các phương pháp đánh giá hàng hóa và dịch vụ phi thị trường (theo Hanley và Spash, 1993). Ý tưởng về phương pháp này bắt

nguồn từ Harold Hotelling (1947) và được Clawson và Knetsch phát triển chính thức từ năm 1966. Phương pháp chi phí du hành đã được phát triển để định giá các lợi ích của việc giải trí, nhưng nó có thể được áp dụng để đánh giá bất cứ hoạt động nào khi số lượng biến đổi tương ứng với chi phí du hành bỏ ra để thực hiện hoạt động đó. Mục tiêu của phương pháp này là đo lường lợi ích thu được từ việc thăm những cảnh quan này một cách gián tiếp thông qua việc tính toán các chi phí mà khách du lịch phải bỏ ra để đến được địa điểm đó.

Phương pháp chi phí du hành được phân làm 2 loại: chi phí du hành cá nhân (ITCM) và chi phí du hành theo vùng (ZTCM). Trong nghiên cứu này, sử dụng phương pháp chi phí du hành theo vùng. (Sơ đồ 2)

Sơ đồ 2: Ý tưởng của Hotelling - Từ chi phí du hành đến cầu giải trí



Nguồn: Harold Hotelling (1947)

Trong phương pháp chi phí du hành, việc xác định chi phí du hành là rất quan trọng trong phân tích và tính toán giá trị giải trí. Chi phí du hành của du khách theo phương pháp chi phí du hành theo vùng được xác định bởi công thức:

$$TC_i = TC (DC_i, T_i, F_i)$$

Trong đó:

TC_i : chi phí du hành của du khách từ vùng i.

DC_i : chi phí di chuyển của du khách từ vùng i.

T_i : chi phí thời gian của du khách từ vùng i.

F_i : chi tiêu của du khách từ vùng i tại địa điểm du lịch.

Theo OECD (1994), chi phí viếng thăm của một địa điểm bao gồm 3 phần: Chi phí phát sinh trực tiếp từ việc đến và rời khỏi địa điểm; Chi phí thời gian di chuyển; Phí vào cửa, phí hướng dẫn và các loại phụ phí khác.

Hàm cầu du lịch được ước lượng có dạng:

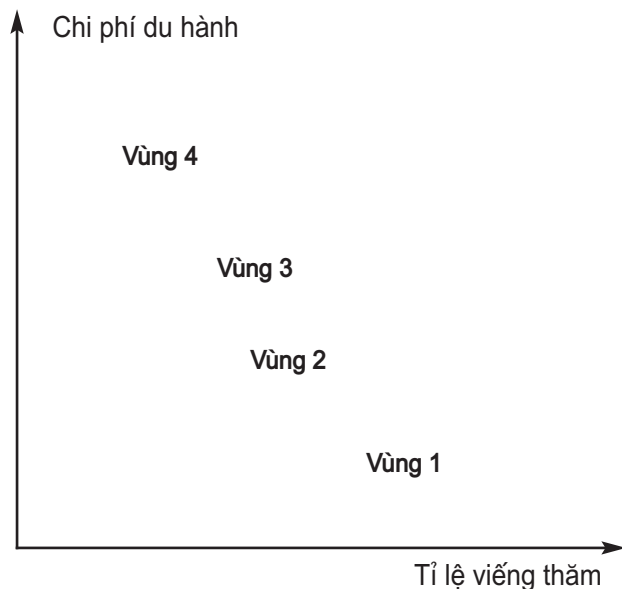
$$V_i = V (TC_i, POP_i, S_i)$$

Trong đó:

V_i : số lượng các chuyến du hành từ vùng i đến địa điểm du lịch.

POP_i : là dân số của vùng i

S_i : là biến thể hiện các đặc điểm kinh tế xã hội khác như thu nhập bình quân của dân cư vùng i.



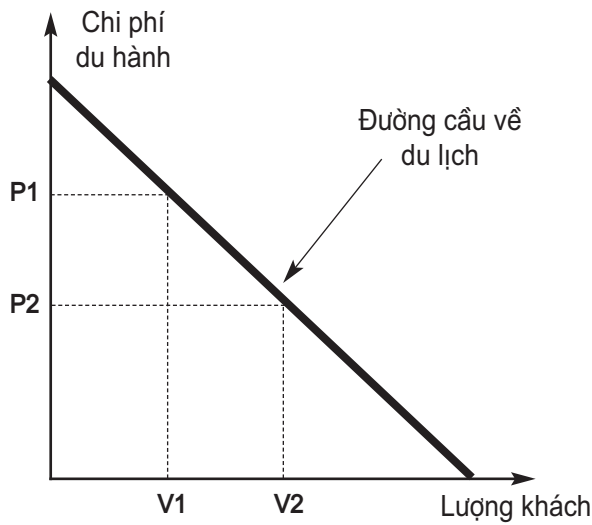
Trong mô hình trên, biến số phụ thuộc thường được biểu hiện dưới dạng (V_i/POP_i) - số chuyến du lịch bình quân đầu người.

Đường cầu giải trí du lịch của du khách có dạng như sau: (Sơ đồ 3)

3.2.2. Mô hình kinh tế lượng

Để thiết lập mô hình nhằm tìm ra những mức độ của các yếu tố ảnh hưởng tới cầu du lịch của du

Sơ đồ 3 : Đường cầu giải trí của du khách



Nguồn: Harold Hotelling (1947)

khách khi thực hiện hoạt động du lịch tại Phú Yên, dựa vào kết quả nghiên cứu định tính, tác giả loại bỏ biến “Trình độ học vấn” và “Chi phí đến điểm

thay thế” ra khỏi mô hình. Mô hình hồi quy đa biến được xác định có các dạng như sau:

$$N = \beta_0 + \beta_1G + \beta_2MAR + \beta_3AGE + \beta_4INC + \beta_5TC + \varepsilon$$

Trong đó:

N: Số lần viếng thăm của du khách

G: Giới tính

MAR: Tình trạng hôn

AGE: Độ tuổi của du khách

INC: Thu nhập của du khách

TC: Chi phí du hành của du khách

ε là sai số ngẫu nhiên của hàm hồi qui tổng thể

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Cấu trúc chi phí du hành

Trong mô hình nghiên cứu theo vùng, đề tài đã chia điểm xuất phát của du khách nội địa thành 6 vùng khác nhau xung quanh địa điểm du lịch: (Bảng 1)

Số lần trung bình mà du khách muốn quay trở lại du lịch tại Phú Yên hàng năm ở từng vùng nghiên cứu được thể hiện ở Bảng 2.

Bảng 1. Thông tin về vùng

Vùng	Khoảng cách (km)	Vùng	Tỉnh, thành phố	Dân số (1.000 người)
1	1.382	Tây Bắc Bộ, Đông Bắc Bộ	Lào Cai, Yên Bái, Lai Châu, Điện Biên, Sơn La, Hòa Bình, Hà Giang, Tuyên Quang, Phú Thọ, Thái Nguyên, Bắc Kạn, Cao Bằng, Lạng Sơn, Bắc Giang, Quảng Ninh.	13.925,2
2	1.172	Đồng bằng sông Hồng	Hà Nội, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hưng Yên, Hải Dương, Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình, Hà Nam.	19.505,80
3	774	Bắc Trung Bộ	Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên-Huế.	10.405,20
4	236	Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên	Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận, Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng.	14.643,40
5	532	Đông Nam Bộ	TP.HCM, Đồng Nai, Bà Rịa-Vũng Tàu, Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh.	15790,3
6	733	Tây Nam Bộ	Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Trà Vinh, Đồng Tháp, An Giang, Kiên Giang, Cần Thơ, Hậu Giang, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau	17517,7

Nguồn: Theo Tổng cục Thống kê năm 2018

Bảng 2. Thông tin về số lần dự định quay trở lại du lịch ở Phú Yên

Số lần dự định quay lại	Nơi sinh sống					
	Tây Bắc Bộ, Đông Bắc Bộ	Đông bằng sông Hồng	Bắc Trung Bộ	Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên	Đông Nam Bộ	Tây Nam Bộ
Một năm một lần	3	5	31	93	42	7
Một năm hai lần	0	0	11	10	20	5
Từ ba đến bốn lần một năm	0	0	0	30	0	0
Từ năm hay nhiều hơn trong một năm	0	0	0	20	0	0
Không quay lại	8	5	0	0	10	10
Trung bình (lần/năm)	0,27	0,5	1,26	2,08	1,14	0,77

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả

Kết quả trên cho thấy, khoảng cách từ vùng đến điểm du lịch càng ngắn, số lần dự định quay lại càng cao.

Cơ cấu chi phí du hành của du khách nội địa từ 6 vùng khác nhau được tổng hợp qua Bảng 3.

4.2. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới cầu du lịch của du khách nội địa

Kết quả ban đầu cho thấy có một nhân tố trong mô hình không có ý nghĩa thống kê là tình trạng

hôn nhân (Giá trị Sig > 0,05). Sau khi loại bỏ nhân tố này và thực hiện phân tích lại, kết quả hồi quy như Bảng 4, 5, 6.

Phương trình hồi quy có dạng:

$$N = \beta_0 + 0,406G - 0,29AGE + 0,471INC + -1,512E-7TC$$

Chỉ số R² cho thấy bộ dữ liệu đã giải thích được 55% sự biến động của mô hình. Cụ thể như sau:

Giới tính: Nam giới đến du lịch tại Phú Yên

Bảng 3. Chi phí du lịch theo vùng của du khách

DVT: đồng/ngày

Vùng	Chi phí đi lại	Chi phí thời gian	Chi phí khác	Chi phí du hành
Tây Bắc Bộ, Đông Bắc Bộ	3.000.000	600.000	3.000.000	6.600.000
Đông bằng sông Hồng	2.200.000	500.000	1.500.000	4.200.000
Bắc Trung Bộ	2.005.952	400.000	2.309.524	4.715.476
Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên	854.248,4	239.216	669.281	1.762.745
Đông Nam Bộ	1.733.181	579.167	2.083.333	4.395.681
Tây Nam Bộ	850.000	350.000	1.500.000	2.700.000

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả

Bảng 4. Kết quả Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,74a	0,55	0,51	0,321

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả

Bảng 5. Kết quả ANOVA

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292,633	4	13,869	7,950	0,000a
	Residual	532,060	305	1,744		
	Total	824,693	309			

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả

Bảng 6. Kết quả Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,880	0,200		9,389	0,000
	Giới tính	0,406	0,172	0,144	2,362	0,019
	Độ tuổi	-0,290	0,094	-0,250	-3,099	0,002
	Thu nhập hàng tháng	0,471	0,115	0,391	4,102	0,000
	Chi phí du hành	-1,512E-7	-1,146E-7	-0,292	-3,960	0,000

a. Dependent Variable: Số lần viếng thăm

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả

nhiều hơn nữ giới. Vấn đề có thể là nam giới có cơ hội đi du lịch nhiều hơn nữ giới. Đây cũng có thể được giải thích là việc bình đẳng giới giữa nam và nữ hoặc có thể là do văn hóa của người Việt Nam nữ giới thường phải đảm đương các công việc của gia đình như nội trợ, hay chăm sóc con cái.

Độ tuổi: Độ tuổi tác động tỷ lệ nghịch với số lần viếng thăm của du khách. Du khách có độ tuổi càng cao, số lần viếng thăm du lịch tại Phú Yên càng giảm. Đây có thể là do đặc điểm của các điểm du lịch tại Phú Yên, chủ yếu là du lịch tham quan, khám phá, rất ít các khu nghỉ dưỡng dành cho du khách.

Thu nhập: Du khách đến với Phú Yên nhiều hơn nếu như thu nhập của họ cao hơn. Điều này cũng hoàn toàn phù hợp với thực trạng với xu thế của người Việt Nam hiện nay. Khi họ có điều kiện về

thu nhập, họ sẽ mong muốn đi du lịch nhiều hơn.

Đối với chi phí du hành: Hệ số ước lượng của biến chi phí du hành ở mô hình cho dấu âm cho biết du khách nội địa phải trả chi phí càng cao họ sẽ giảm số lần viếng thăm. Đặc điểm này hoàn toàn phù hợp với cầu giải trí hàng hóa nói chung và hàng hóa dịch vụ du lịch nói riêng. Đây chính là cơ sở rất quan trọng trong việc xây dựng cầu giải trí của du khách nội địa cho Phú Yên.

5. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu đã tiến hành thực hiện hồi quy tuyến tính về các nhân tố ảnh hưởng tới cầu của hoạt động du lịch của du khách nội địa. Kết quả ban đầu cho thấy có một nhân tố trong mô hình không có ý nghĩa thống kê là tình trạng hôn nhân (Giá trị Sig > 0,05). Sau khi loại bỏ nhân tố này và thực hiện phân tích lại.

Kết quả hồi quy như sau:

$$N = \beta_0 + 0,406G - 0,29AGE + 0,471INC + -1,512E-7TC.$$

Qua phương trình nhận thấy, tất cả 4 yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến cầu du lịch của du khách nội địa khi tham gia du lịch tại Phú Yên. Mỗi yếu tố đều có mức ảnh hưởng khác nhau, ảnh hưởng mạnh nhất là yếu tố thu nhập, tiếp đến là giới tính, độ tuổi và cuối cùng là chi phí du hành.

Từ đó, tác giả đưa ra một số gợi ý chính sách để phát triển kinh tế du lịch tại Phú Yên dựa trên 4 yếu tố trên như sau:

Đối với yếu tố thu nhập: Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch để phục vụ cho nhiều đối tượng có mức thu nhập khác nhau. Cần từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ và tránh việc chỉ phụ thuộc vào mỗi lợi thế tài nguyên. Điều này sẽ đem lại nhiều lợi ích cho địa phương.

Đối với yếu tố giới tính: Trong chính sách phát triển các sản phẩm du lịch cần tập trung đầu tư đa dạng các sản phẩm du lịch phục vụ cho du khách,

đặc biệt cần chú ý tới đối tượng du khách là nam giới, như: phát triển nhiều hơn các dịch vụ nhà hàng, các hoạt động thể thao, các hoạt động vận động mạnh (đi bộ đường dài, leo núi, đi xe đạp, chèo thuyền hay thám hiểm), điểm bán quà lưu niệm,...

Đối với yếu tố độ tuổi: Tập trung phát triển các sản phẩm về nhà hàng, phát triển loại hình tour du lịch tham quan chụp ảnh, các điểm bán quà lưu niệm, chợ đêm hoặc “phiên chợ du lịch”. Ngoài ra, để thu hút được những du khách có độ tuổi lớn hơn đến với Phú Yên cần phải có chính sách đầu tư các sản phẩm du lịch phù hợp. Phú Yên nên đầu tư xây dựng nhiều hơn nữa các resort nghỉ dưỡng, các tour du lịch làng quê, hay du lịch tâm linh như chùa chiền, đền đài, hoặc những nơi tốt cho sức khỏe như suối khoáng nóng là những địa điểm hợp lý nhất cho những đối tượng này.

Đối với yếu tố chi phí du lịch: Quản lý chặt chẽ giá thuê phòng và các dịch vụ ăn uống, vận chuyển, giải trí tại Phú Yên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Driml, S.M. (1999), *Bringing Ecological Economics out of the Wilderness*, *Ecological Economics*, 23, page 145-153.
2. DuYaping (2003), *The value of Improved water quality for Recreation in East Lake, Wuhan, China: An application of Contingent Value and Travel Cost Methods*, *Economy & Environment Program for Southeast Asia, research reports 2004*.
3. Haab, T.C. and K.E. McConnell (2002), *Valuing Environmental and Natural Resources – The Econometrics of Non-market Valuation*, Cheltenham and Northampton: Edward Elgar.
4. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
5. John A Dixon, Louis Fallon Scura, Richard A Carpenter and Paul B Sherman (1994), *Economic analysis of Environmental Impact*, Earthscan Publications Ltd. chap 5: Page 63-83.
6. Ngô Thị Diệu An & Nguyễn Thị Oanh Kiều (2014), *Giáo trình tổng quan du lịch*, Nhà xuất bản Trường cao đẳng Thương Mại, Đà Nẵng.
7. Nguyễn Văn Đình và Trần Thị Minh Hòa (2006), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, Hà Nội.
8. Phạm Hồng Mạnh (2010), *Tài trợ cho hoạt động bảo vệ môi trường của Vịnh Nha Trang: Vai trò của khách du lịch*, *Tạp chí Khoa học - Công nghệ thủy sản*, 1/2010, page 79-87.
9. Phạm Khánh Nam và Trần Võ Hùng Sơn (2001), *Analysis of the Recreational Value of Coral - surrounded Hon Mun Islands in Vietnam*, *Economy & Environment Program for Southeast Asia (EEPSEA)*.

10. Turnbull, B. (1976), *The empirical distribution function with arbitrarily grouped, censored and truncated data*, *Journal of the Royal Statistical Society*, 38B, page 290 - 295.

Ngày nhận bài: 15/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/2/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THỊ MỘNG HẰNG

Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

FACTORS AFFECTING TOURISM DEMAND OF DOMESTIC TOURISTS: THE CASE STUDY OF PHUYEN PROVINCE

● **Master. PHAM THI MONG HANG**

Dong Nai Technology University

ABSTRACT:

This study determines factors affecting the demand of domestic tourists in Phu Yen province. Based on results, the study proposes policy recommendation for the Department of Culture, Sports and Tourism of Phu Yen province to attract domestic tourists to visit the province. This study was conducted by using the travel cost method (Harold Hotelling, 1947) and the multiple regression model of factors affecting tourism demand according to OECD (1994) and World Bank (2005). The study's results show that according to travel cost structure, the shorter the distance from the region to the tourist destination, the higher the number of intended returns. The travel cost structure of domestic tourists from six different regions is also different. In addition, the regression analysis results show that in 05 variables included in the model, the marital status variable is not statistically significant (Sig value > 0.05), the remaining variables including gender, age, income and travel cost all have an impact on the tourist demand of domestic tourists in Phu Yen province.

Keywords: Tourism demand, domestic tourists, travel cost, Phu Yen province.

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ BLOCKCHAIN TRONG HỆ THỐNG LOGISTICS ĐÔ THỊ: TRƯỜNG HỢP CỦA THÀNH PHỐ HÀ NỘI

● TRẦN THỊ HƯƠNG - ĐỖ BÁ LÂM

TÓM TẮT:

Blockchain (chuỗi khối), là một công nghệ tiềm năng và có nhiều ứng dụng trong các lĩnh vực khác nhau như dịch vụ tài chính, bán lẻ, logistics và quản lý chuỗi cung ứng, chính phủ điện tử. Bài báo nghiên cứu tổng quan về blockchain và những tiềm năng ứng dụng công nghệ này vào hoạt động logistics, quản lý chuỗi cung ứng nói chung và hệ thống logistics đô thị tại TP. Hà Nội nói riêng.

Từ khóa: Blockchain, logistics đô thị, hệ thống vận tải hàng hóa đô thị.

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, công nghệ chuỗi khối hay blockchain được đánh giá là một trong những công nghệ tiềm năng, có thể tạo ra những thay đổi đáng kể trong hoạt động của các công ty, tổ chức, và chính phủ (Merkš, Perkov, and Bonin 2020). Một số lượng lớn các ứng dụng dựa trên công nghệ chuỗi khối đã được phát triển trong nhiều lĩnh vực khác nhau như chính phủ điện tử, tài chính, giáo dục, logistics và quản lý chuỗi cung ứng (Xu, Weber, and Staples 2019). Theo một báo cáo về 10 công nghệ chiến lược năm 2020 của công ty công nghệ nổi tiếng thế giới Gartner, công nghệ này được dự đoán sẽ bùng nổ mức độ ảnh hưởng trong 5 năm tới (Gartner 2019).

Hệ thống logistics đô thị là việc tối ưu hóa hoạt động cung ứng trong khu vực đô thị trên cơ sở xem xét các yếu tố đặc trưng riêng về tình hình giao thông, xã hội, ô nhiễm môi trường và nhu cầu của khách hàng. Mục tiêu của logistics đô thị nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu về dịch vụ logistics của các chủ thể (chủ hàng, công ty cung cấp dịch vụ logistics và khách hàng), đồng thời tối thiểu hóa

chi phí vận chuyển và giảm mức độ ảnh hưởng tiêu cực lên cơ sở hạ tầng, môi trường và xã hội; từ đó hướng tới sự phát triển bền vững trên cả 3 khía cạnh (kinh tế, xã hội và môi trường). Để đạt được điều này, các nhà nghiên cứu và các chủ thể trong hệ thống logistics đô thị đã và đang thử nghiệm, triển khai áp dụng các công nghệ tiên tiến nhất như trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence- AI), chuỗi khối (Blockchain), dữ liệu lớn (BigData), hệ thống định vị toàn cầu (Global Positioning System-GPS), hệ thống thông tin địa lý (Geographic Information System-GIS), hệ thống giao thông thông minh (Intelligent Transport System-ITS), và các mô hình tối ưu hóa hoạt động vận chuyển, phân phối sản phẩm.

TP. Hà Nội là trung tâm kinh tế, chính trị xã hội của Việt Nam, cũng đang gặp phải rất nhiều áp lực liên quan đến vấn đề logistics đô thị. Cụ thể là: (i) tình trạng tắc nghẽn giao thông, (ii) tình trạng ô nhiễm tiếng ồn, (iii) tình trạng ô nhiễm không khí, và (iv) chi phí logistics. Nguyên nhân của tình trạng này do: (i) số lượng và mật độ dân số cao, (ii) lượng hàng hóa luân chuyển lớn do Hà

Nội là điểm trung chuyển cho các nhà xuất nhập khẩu giữa cửa khẩu Hải Phòng với các tỉnh, và (iii) sự phát triển bùng nổ của thương mại điện tử khiến nhu cầu giao nhận hàng tăng lên mạnh mẽ. Những vấn đề về logistics đô thị nếu không được giải quyết sẽ gây thiệt hại lớn về mặt kinh tế cho những chủ thể kinh doanh trên địa bàn thành phố và các tỉnh lân cận, cũng như giảm chất lượng cuộc sống người dân, và ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững chung.

Do vậy, nhóm tác giả đã đặt ra câu hỏi nghiên cứu về khả năng ứng dụng blockchain để giải quyết những vấn đề của logistics và quản lý chuỗi cung ứng nói chung và hệ thống logistics đô thị tại Hà Nội nói riêng.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để trả lời được câu hỏi nghiên cứu đã đặt ra, chúng tôi đã thực hiện nghiên cứu tổng quan về blockchain, những ứng dụng, quy trình ứng dụng, khảo sát tình hình ứng dụng blockchain vào hoạt động logistics nói chung và logistics đô thị nói riêng tại các nước trên thế giới. Từ đó, phân tích tiềm năng ứng dụng công nghệ này nhằm nâng cao hiệu quả của hệ thống logistics đô thị tại Hà Nội.

3. Tổng quan về blockchain

Blockchain hay chuỗi khối là một cuốn sổ ghi dữ liệu phi tập trung với ứng dụng đầu tiên được phát triển trên đó là Bitcoin (Nakamoto 2008) một loại tiền kỹ thuật số. Công nghệ này giúp tạo ra những dữ liệu (được ghi trong những giao dịch) không thể thay đổi hay xóa được. Giao dịch chứa dữ liệu phải được chứng thực bởi các bên có thẩm quyền hay phần đông đa số người tham gia trước khi được ghi vào trong một khối (block). Khối là một phần của chuỗi khối. Một chuỗi khối liên tục mở rộng ra khi các khối mới được tạo ra và nối vào. Công nghệ chuỗi khối có những đặc điểm chính là tính phân tán, tính nhất quán, khả năng ẩn danh và khả năng kiểm chứng tính đúng đắn của dữ liệu. Các hệ thống chuỗi khối thường hoạt động trong môi trường phi tập trung và tích hợp một số công nghệ cốt lõi như hàm băm, chữ ký số (dựa trên khóa không đối xứng) và cơ chế đồng thuận phân tán. Có thể coi chuỗi khối là một cuốn sổ nhật ký điện tử ghi lại tất cả các giao dịch (là hoạt động trao đổi thông tin giữa các đối tượng) (Garay, Kiayias, and Leonardos 2015; Beck et al. 2016). Các giao dịch này được đóng gói trong các khối, các khối này sau đó được liên kết với nhau, được

gán nhãn thời gian (Crosby et al. 2016) và được phân phối, chia sẻ với các nút (node) nằm trong một mạng ngang hàng (Zhao, Fan, and Yan 2016). Do đặc điểm lưu trữ phân tán, các giao dịch đã được ghi trên hệ thống chuỗi khối sẽ được xác minh bởi những nút tham gia trong mạng ngang hàng (Zhao, Fan, and Yan 2016). Thông qua việc sử dụng một cơ chế đồng thuận, các khối mới được thêm vào chuỗi khối sẽ không thể thay đổi được nữa (Kraft 2016). Khả năng này mang lại tính tin cậy cho các dữ liệu được lưu trong hệ thống.

Công nghệ chuỗi khối có nhiều đặc điểm quan trọng, phân biệt với các công nghệ khác nổi lên gần đây như dữ liệu lớn, Internet vạn vật hay trí tuệ nhân tạo. Đặc tính quan trọng và phải kể đến đầu tiên của chuỗi khối đó là tính chia sẻ và công khai. Đặc tính này tạo ra sự minh bạch của các dữ liệu lưu trong toàn bộ hệ thống, bởi vì các thông tin được cung cấp công khai giữa những máy tính (các nút). Các dữ liệu này rất khó có thể bị thay đổi bởi một bên tác nhân thứ ba nào khác bởi các nút trong hệ thống đã lưu và xác thực dữ liệu được đóng gói. Đặc điểm chính tiếp theo của chuỗi khối đó là tính tin cậy. Độ tin cậy trong hệ thống được thiết lập thông qua hai yếu tố. Thứ nhất, thông tin về các giao dịch được chia sẻ và lưu trữ trên toàn bộ các nút mạng (Kraft 2016) và do đó tạo ra khả năng phòng chống lỗi và hầu như không thể bị mất mát dữ liệu một khi đã lưu trong chuỗi khối. Thứ hai, công nghệ này tạo ra một hệ thống hoạt động hoàn toàn tự động, do đó giảm đi được các lỗi xảy ra bởi nguyên nhân từ người vận hành hệ thống.

4. Tiềm năng ứng dụng blockchain trong logistics và quản lý chuỗi cung ứng

Nhiều nghiên cứu đã chứng minh rằng, logistics và quản lý chuỗi cung ứng được coi là một lĩnh vực rất phù hợp với các ứng dụng của blockchain (Dobrovnik et al. 2018; Gong and Liao 2019; Kühn, Jacob, and Schüller 2019; Twenhöven and Petersen 2019; Merks, Perkov, and Bonin 2020). Trong vòng đời của một sản phẩm, khi nó trải qua các bước trong chuỗi cung ứng (từ sản xuất cho đến tiêu dùng), dữ liệu được tạo ra trong mỗi bước đó có thể được ghi lại dưới dạng các giao dịch, từ đó tạo ra một lịch sử vĩnh viễn cho sản phẩm. Công nghệ blockchain có thể giúp tăng tính hiệu quả cho: (i) Ghi nhận từng đơn vị tài sản (từ sản phẩm đơn lẻ cho đến thùng chứa) trong quá trình nó trải qua các bước trong

chuỗi cung ứng, (ii) theo dõi các đơn đặt hàng, biên lai, hóa đơn, thanh toán và các loại giấy tờ khác, và (iii) theo dõi các tài sản số (như bảo hành, chứng nhận, bản quyền, giấy phép, số seri, mã vạch) một cách thống nhất. Hơn thế nữa, với bản chất phi tập trung, blockchain có thể giúp tăng tính hiệu quả trong việc chia sẻ thông tin về quá trình sản xuất, vận chuyển, bảo quản, sự hao mòn giá trị của sản phẩm tới các bên liên quan, mang lại một phương thức mới cho việc hợp tác trong một chuỗi cung ứng phức tạp. Những vấn đề thách thức trong logistics như độ trễ trong giao nhận hàng, mất các giấy tờ, chứng từ, tài liệu, nguồn gốc sản phẩm không rõ ràng, cùng các lỗi khác trong quá trình chuyển giao giữa các thành viên trong chuỗi hoạt động logistics... có thể tối thiểu hóa, thậm chí là loại bỏ bằng cách sử dụng blockchain. Các lợi ích khi tích hợp công nghệ blockchain vào logistics và quản lý chuỗi cung ứng có thể kể đến như: tăng tính ổn định, giảm thiểu các lỗi và sự chậm trễ có thể phát sinh, tối thiểu hóa chi phí vận chuyển, nhanh chóng xác định vấn đề, tăng độ tin tưởng (sự tin tưởng của khách hàng và các đối tác), cải thiện trong quản lý giao vận và quản lý kho. Công nghệ blockchain cung cấp sự minh bạch trong thông tin toàn diện về chuỗi cung ứng. Từ đó, ta có thể thấy được sự vận chuyển của hàng hóa cả về không gian và thời gian trong suốt các giai đoạn của chuỗi cung ứng cũng như trong quá trình vận chuyển. Các nhà quản trị vận tải và logistics có được các thông tin về điều kiện vật lý của các lô hàng tại bất kỳ một thời điểm nào (như sự sai lệch nhiệt độ) có thể giúp cho việc ra quyết định trong các hoạt động logistics được hiệu quả hơn. Cách thức kinh doanh này sẽ đảm bảo hoàn thành các nhiệm vụ chính của logistics, đó là đưa hàng hóa đến đúng nơi, đúng thời điểm, với số lượng phù hợp và với chất lượng như ở trạng thái ban đầu.

Logistics đô thị là một nhánh của logistics nói chung, do vậy, nó cũng hoàn toàn có thể thụ hưởng những lợi ích kể trên khi tích hợp công nghệ blockchain. Logistics đô thị là một hệ thống đảm nhiệm việc tiếp nhận, bảo quản, vận chuyển và phân phối hàng hóa diễn ra trong các đô thị, cũng như các chiến lược nhằm cải thiện tổng thể tính hiệu quả của các hoạt động đó, đồng thời giảm thiểu các tác động tiêu cực tới môi trường. Trong thời đại nền kinh tế số với xu thế toàn cầu

hóa, thương mại điện tử hóa và đô thị hóa như hiện nay, các nhu cầu luân chuyển hàng hóa trong đô thị cũng ngày càng diễn ra thường xuyên hơn. Dưới đây sẽ là một số những ứng dụng cụ thể mà blockchain có thể thực hiện và đóng góp vào việc nâng cao hiệu quả của logistics, quản lý chuỗi cung ứng nói chung và logistics trong đô thị nói riêng.

4.1. Ứng dụng trong xử lý giấy tờ

Hoạt động logistics nói riêng và quản lý chuỗi cung ứng nói chung được hình thành từ rất nhiều công đoạn, mỗi công đoạn đều cần có sự chuyển giao và phát sinh hàng loạt các loại giấy tờ cần được xác nhận. Việc sử dụng các loại giấy tờ này tiêu tốn rất nhiều thời gian, tiền bạc, nhưng không an toàn, vì có thể dễ dàng bị mất, đánh tráo hoặc làm giả. Một ví dụ cụ thể là việc vận chuyển hàng đông lạnh từ Đông Phi sang Châu Âu cần có tem và sự xác nhận của khoảng 30 người và các tổ chức phải tương tác với nhau hơn 200 lần (Popper and Lohr 2017). Chi phí cho việc xử lý giấy tờ liên quan đến thương mại ước tính từ 15% đến 50% chi phí vận chuyển vật lý (Groenfeldt 2017; Popper and Lohr 2017). Để giải quyết vấn đề này, IBM và Maersk đã bắt tay với nhau và đưa ra một giải pháp: sử dụng công nghệ blockchain như một phương tiện toàn cầu kết nối chủ hàng, nhà vận chuyển và hải quan. Một thử nghiệm đầu tiên năm 2017 đã thành công. Trong thử nghiệm này, mọi tài liệu và xác nhận đều được đưa lên blockchain, các hệ thống thông tin cũ không bị thay thế mà được tăng cường qua việc tích hợp công nghệ blockchain. Thông qua các giao diện tiêu chuẩn, các đối tác đều được trao quyền để hiển thị đầy đủ các trạng thái của các container. Theo (Alison 2017), Maersk và IBM, kỳ vọng sẽ sử dụng blockchain để xử lý điện tử cho việc vận chuyển toàn cầu với 10 triệu container (1/7 sản lượng khai thác của Maersk mỗi năm) vào cuối năm 2017. Điều này giúp giảm thiểu các bước công việc cần làm, giảm chi phí cho việc xử lý giấy tờ liên quan đến thương mại và còn góp phần giảm thiểu tác động lên môi trường.

4.2. Truy xuất nguồn gốc

Truy xuất nguồn gốc là công việc hết sức quan trọng trong logistics và quản lý chuỗi cung ứng. Mỗi khi có vấn đề xảy ra, để giải quyết được tận gốc vấn đề, nhà quản trị cần truy xuất được thông tin để biết nguyên nhân gốc rễ của vấn đề, từ đó có hướng giải quyết triệt để nhất. Gần đây, thế

giới đang phải đối mặt với sự bùng phát dịch bệnh từ thực phẩm. Khi xảy ra những vụ việc như vậy, các nhà bán lẻ sẽ gặp khó khăn trong việc tìm ra các thành phần xấu đến từ đâu và đã được giao đến cửa hàng nào (Tian 2016). Nếu không dùng blockchain, có thể mất vài tuần hoặc lâu hơn để truy xuất nguồn gốc của thực phẩm (Popper and Lohr 2017). Điều này sẽ làm ảnh hưởng không nhỏ đến quá trình xử lý khủng hoảng, khôi phục niềm tin từ phía người tiêu dùng. Để tạo điều kiện theo dõi nguồn gốc cho các mặt hàng thực phẩm, Walmart đã hợp tác với IBM vào năm 2016. Giống như với Maersk, Blockchain được sử dụng để tăng cường tính minh bạch và trong suốt cho hệ thống công nghệ thông tin hiện có giữa Walmart và các đối tác thông qua một cuốn sổ cái minh bạch, theo dõi chuyển động của các mặt hàng thực phẩm. Trong một số thử nghiệm đầu tiên, Walmart và IBM đã theo dõi tất cả các hoạt động nội địa - sản xuất thịt lợn từ các trang trại nhỏ của Trung Quốc đến các cửa hàng Trung Quốc; và các hoạt động quốc tế - sản xuất các sản phẩm từ Mỹ Latinh đến các cửa hàng ở Hoa Kỳ (Popper and Lohr 2017). Trong các thử nghiệm này, dữ liệu như nguồn gốc trang trại, số lô, nhà máy, dữ liệu xử lý, ngày hết hạn, chi tiết giao hàng đã được ghi trên Blockchain và ngay lập tức có sẵn cho tất cả các thành viên mạng. Với sự bùng phát dịch bệnh từ thực phẩm, dữ liệu này cho phép Walmart truy tìm nguồn gốc chỉ trong vài giây. Walmart tin rằng, Blockchain cũng có thể giảm lãng phí thực phẩm nếu dữ liệu mới có sẵn về thời hạn sử dụng của thực phẩm được sử dụng làm thông số để tối ưu hóa chuỗi cung ứng (Shaffer 2017).

5. Tiềm năng phát triển của công nghệ chuỗi khối trong logistics đô thị tại Hà Nội

Theo thống kê của Bộ Công Thương, doanh thu bán lẻ thương mại điện tử (TMĐT) của Việt Nam tăng trưởng đến 30% trong năm 2018 (tương ứng hơn 8 tỷ USD), gấp đôi tốc độ tăng trưởng của năm 2015. Ước tính, doanh thu bán lẻ TMĐT đến năm 2020 sẽ cán mốc 10 tỷ USD, Việt Nam sẽ là một trong các thị trường TMĐT lớn nhất Đông Nam Á. Do vậy, nhiều doanh nghiệp ngành Bán lẻ như Thế giới di động, FPT, Lotte, Aeon... đang định hướng đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử. Cùng với đó là việc các ông lớn ngành Thương mại điện tử như Alibaba, Amazon... thâm nhập vào Việt Nam đã làm thị trường logistics sôi động

hơn bao giờ hết. Sự phát triển về kinh tế cùng với sự bùng nổ của thương mại điện tử như đã đề cập ở trên mang đến rất nhiều cơ hội cũng như thách thức đối với hệ thống logistics đô thị tại Việt Nam nói chung và các thành phố lớn như Hà Nội và Hồ Chí Minh nói riêng. Để có thể cải thiện chất lượng dịch vụ và hiệu quả của logistics cũng như đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững, cần thiết phải có sự đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông cùng với ứng dụng những công nghệ hữu ích của kỷ nguyên số, như: Trí tuệ nhân tạo, Blockchain,...

Những thách thức lớn về mặt vĩ mô của logistics đô thị tại các thành phố ở Việt Nam nói chung và hệ thống logistics đô thị tại Hà Nội nói riêng, như:

- Cơ sở hạ tầng vận tải chưa đáp ứng nhu cầu. Theo nghiên cứu của (Nguyen and Pham 2017), mật độ đường phố khu vực nội đô chỉ đạt 0,74km/km², trong khi tiêu chuẩn cần đạt là từ 6,5-8km/km².

- Nhu cầu về dịch vụ vận tải, logistics đã, đang và sẽ tăng nhanh (xuất phát từ thực tế là Hà Nội có 38 khu công nghiệp và cụm công nghiệp, 198 làng nghề, 135 siêu thị và 28 trung tâm thương mại cùng hàng trăm trung tâm bán buôn, bán lẻ cùng 7.5 triệu cư dân đang sinh sống (Nguyen and Pham 2017).

- Tình trạng ô nhiễm môi trường gia tăng.
- Tình trạng tắc nghẽn giao thông tiếp diễn nhiều năm.

Dưới đây là một số giải pháp và tiềm năng ứng dụng blockchain để hỗ trợ những giải pháp này được triển khai hiệu quả.

■ Crowd logistics

Giải pháp crowd logistics một nền tảng khai thác tối đa nguồn lực nhân rỗi từ cộng đồng người dân trong đô thị, góp phần làm giảm chi phí vận tải, giảm quãng đường phải vận chuyển trên một đơn vị hàng hóa/doanh thu, cũng như thời gian giao hàng cho các công ty logistics, chủ hàng và cả người tiêu dùng, đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của các đô thị (Buldeo Rai et al. 2017; Buldeo Rai, Verlinde, and Macharis 2018; Dolati Neghabadi, Evrard Samuel, and Espinouse 2019).

Tại TP. Hà Nội, hiện nay đã có một số nền tảng crowd logistics như Ahamove, Lalamove, Grab, HeyU, shipVN, shipchung, sapo. Tuy nhiên, một trong những trở ngại lớn nhất của giải pháp này là sự chính xác, an toàn và minh bạch của thông tin giao dịch, thứ mà cần thiết để phục vụ

cho quá trình giải quyết những tranh chấp có thể xảy ra. Và công nghệ chuỗi khối (blockchain) là giải pháp tối ưu nhằm truy xuất thông tin, cũng như đảm bảo sự minh bạch của thông tin cho hệ thống crowd logistics này và xây dựng niềm tin giữa khách hàng với người cung cấp dịch vụ không chuyên.

■ **Hệ thống quản lý vận tải thông minh (ITS)**

Hệ thống vận tải thông minh cho phép lập kế hoạch tác nghiệp, định tuyến với dữ liệu được cập nhật theo thời gian thực để tối ưu hóa nguồn lực của các công ty logistics cũng như nền tảng crowd logistics. Để có những dữ liệu cập nhật theo thời gian thực này, blockchain cũng là một trong những giải pháp hữu ích khi được tích hợp vào hệ thống quản lý vận tải/giao nhận. Đồng thời nó cũng đảm bảo sự an toàn và bảo mật thông tin cho hệ thống. (Yuan and Wang 2016; Lei et al. 2017; Singh and Kim 2017)

■ **Hợp đồng thông minh (Smart contract)**

Hợp đồng thông minh đã được nghiên cứu thử nghiệm từ khá lâu, nhưng tồn tại nhiều vấn đề mà đến khi công nghệ blockchain xuất hiện mới thực sự được giải quyết. Nhờ giải pháp hợp đồng thông minh mà hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động logistics nói riêng sẽ giảm đáng kể được các khâu trung gian, những người môi giới và bên thứ ba chứng thực hợp đồng, từ đó hệ thống logistics đô thị cũng giảm được nhu cầu về vận chuyển (qua lại giữa các khâu trung gian) và nhu cầu về kho bãi (kho đệm giữa các khâu), làm giảm áp lực lên cơ sở hạ tầng đô thị vốn đã không đáp ứng đủ nhu cầu, đồng thời nâng cao tính minh bạch và hiệu quả của hoạt động logistics (Wu 2018).

■ **Tủ giao nhận hàng thông minh**

Trên thế giới, đã có rất quốc gia triển khai tủ giao nhận hàng thông minh dưới các tên gọi khác nhau như smartbox, reception box, parcel locker,... Với giải pháp này sau khi người mua xác nhận mua hàng và thanh toán, người bán/người vận chuyển sẽ không cần thiết phải giao hàng đến tận nhà hay cơ quan của người nhận mà chuyển hàng tới một tủ giao nhận hàng thông minh đã được hai bên đồng thuận từ trước để thuận tiện nhất với người nhận. Người bán/bên giao hàng sẽ gửi cho người nhận mật mã để có thể mở tủ và lấy hàng hóa mình đã mua trong khung thời gian thuận tiện nhất với mình (tất nhiên sau một khoảng thời gian nhất định ví dụ là 3-5 ngày, người mua không lấy hàng, hàng sẽ

được vận chuyển về kho/gửi lại người bán, để tối ưu hóa việc sử dụng của tủ).

Trên thực tế, hình thức giao hàng tận nhà truyền thống xảy ra rất nhiều trường hợp các đơn hàng không giao được trong lần giao đầu tiên do người nhận không có nhà, khiến việc giao hàng phải lặp lại nhiều lần, tăng quãng đường, số lượt và chi phí vận chuyển. Một số trường hợp, người mua lựa chọn chuyển hàng đến nơi làm việc. Tuy nhiên, hiện nay, một số công ty trên thế giới đã có những quy định hạn chế nhân viên nhận hàng mua online cho cá nhân trong giờ làm việc, vì điều này ảnh hưởng đến chất lượng làm việc của cá nhân họ và những người xung quanh. Do vậy, việc giao hàng tại tủ giao nhận hàng thông minh là biện pháp tối ưu cho những vấn đề trên.

Ở TP. Hà Nội, năm 2019 Lazada đã thử nghiệm giải pháp này với tên là Ilogic smartbox, tuy nhiên giải pháp mới dừng lại ở thử nghiệm, chưa triển khai hàng loạt. Lý do là giải pháp này cần phải có điều kiện tiên quyết là hệ thống thanh toán trực tuyến được đảm bảo an toàn và sử dụng rộng rãi, vì khi sử dụng hệ thống tủ nhận hàng thông minh thì không thể sử dụng hình thức thanh toán phổ biến hiện nay là ship COD. Blockchain có thể được xem là công nghệ hữu ích giúp hệ thống thanh toán đảm bảo được an toàn và bảo mật, nhờ đó mà những giải pháp về parcel locker hay reception box sẽ có tiềm năng được triển khai rộng rãi hơn ở Việt Nam (De Marco and Padilla 2018; VNPAY 2020).

■ **Đóng gói thông minh (Smart package)**

Một trong những hoạt động của logistics là việc đóng gói hàng hóa phục vụ quá trình giao nhận và vận chuyển. Những vật liệu cho việc đóng gói này hoàn toàn có thể được tái sử dụng thông qua ứng dụng blockchain vào truy xuất thông tin liên quan đến vòng đời của vật liệu đóng gói. Ứng dụng blockchain trong giải pháp Smart package của Walmart đã được triển khai và cấp bằng sáng chế tại Mỹ và được triển khai bởi chuỗi siêu thị Carefour của Pháp (Kouhizadeh and Sarkis 2018). Ở Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng, lượng hàng hóa giao hàng chặng cuối cũng vô cùng lớn, đi kèm với nó chính là rác thải từ hệ thống thùng/ hộp đóng gói. Nếu ứng dụng được giải pháp này và logistics thu hồi hiệu quả sẽ giảm được đáng kể lượng rác thải và tác động lên môi trường.

■ **Hỗ trợ các cơ quan chức năng trong quản lý hệ thống vận tải đô thị**

Để hệ thống logistics đô thị hoạt động hiệu quả và bền vững, các cơ quan chức năng cũng có rất nhiều biện pháp hành chính và kỳ vọng những biện pháp này được thực hiện nghiêm túc. Tuy nhiên, hiện tượng gian lận trong quá trình khai báo thông tin, lách luật còn tồn tại khá phổ biến. Trong trường hợp này, Blockchain có thể được ứng dụng để hỗ trợ công tác khai báo, lưu trữ hệ thống thông tin một cách bảo mật và truy xuất thông tin trung thực về các loại phương tiện, thời gian đăng kiểm, tiêu chuẩn khí thải, nhiên liệu, năng lượng sử dụng, thời gian ra vào khu vực thành phố, và tác động môi trường. Một số quốc gia trên thế giới cũng áp dụng blockchain cho quá trình mua bán phát thải carbon, hay giám sát quá trình vận tải phát thải carbon thấp (Saber et al. 2019).

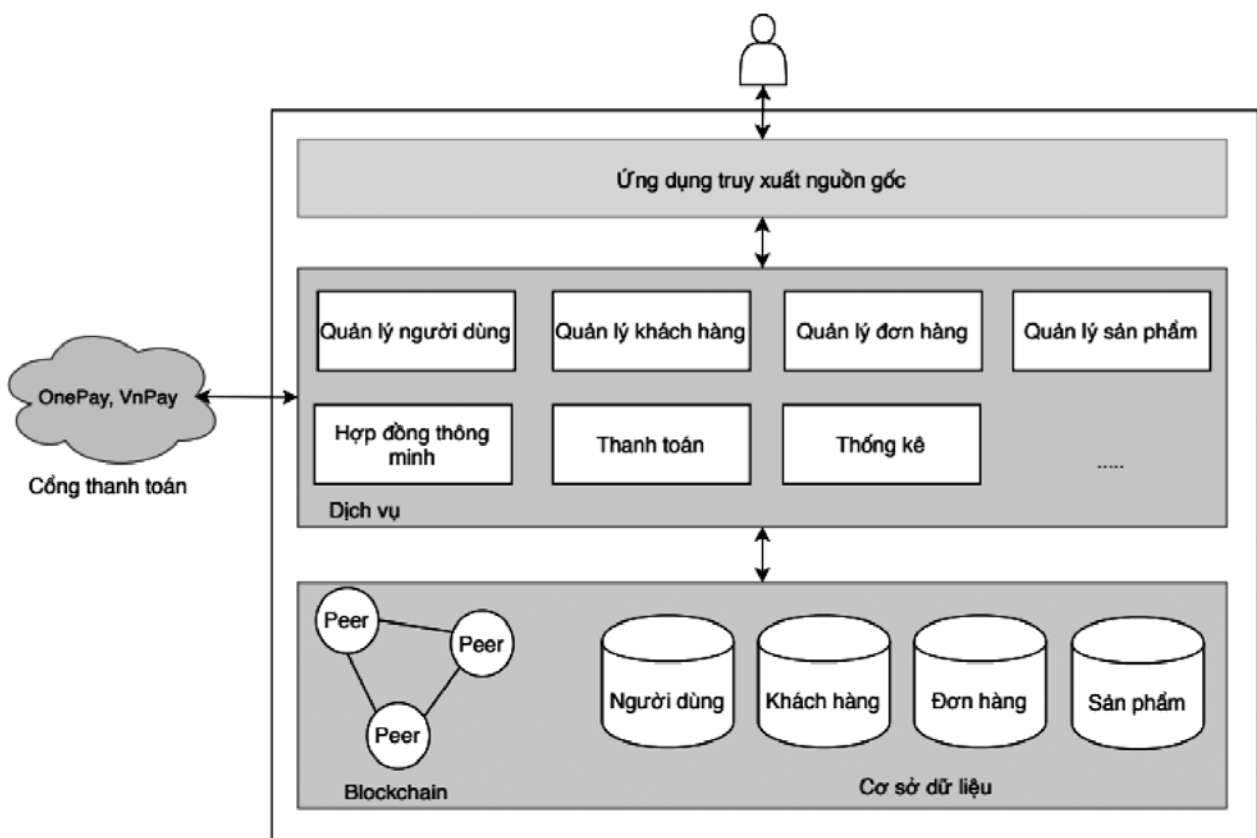
Kịch bản ứng dụng công nghệ blockchain

Kịch bản minh họa cho việc ứng dụng công

nghệ blockchain trong hệ thống vận tải đô thị, nhằm đóng góp vào việc triển khai thành công các giải pháp cụ thể trên đây được trình bày trong Hình minh họa.

Một mạng chuỗi khối được thiết lập, bao gồm sự tham gia của các thành viên trong hệ thống vận tải hàng hóa đô thị: nhà cung cấp (doanh nghiệp, trang thương mại điện tử,...), hãng vận chuyển (Grab, giao hàng nhanh, giao hàng tiết kiệm,...), cửa hàng bán hàng (siêu thị, cửa hàng, hộ kinh doanh,...). Mỗi đối tác có thể triển khai một nút, để lưu trữ một bản sao của toàn bộ dữ liệu trên mạng lưới. Để tăng tốc quá trình truy vấn thông tin, một số cơ sở dữ liệu quan hệ về thành viên tham gia mạng, khách hàng, sản phẩm,... có thể được xây dựng. Để giao tiếp với mạng chuỗi khối, cần có các services (dịch vụ) để thực hiện các thao tác đọc và ghi dữ liệu. Một số các dịch vụ thiết yếu cần có bao gồm: quản lý người dùng, quản lý khách hàng, quản lý đơn hàng, quản lý sản phẩm, hợp đồng thông minh, thanh toán và thống kê.

Hình: Kiến trúc cho kịch bản đề xuất ứng dụng blockchain trong hoạt động logistics



- Các chủ hàng như cửa hàng bán lẻ, trang thương mại điện tử có nhu cầu chuyển hàng tới khách hàng ghi thông tin giao dịch lên mạng chuỗi khối, với thông tin giao hàng, sản phẩm được giao và hình thức thu phí. Một mã QR code được đính lên gói sản phẩm, chứa định danh duy nhất của sản phẩm và các thông tin ban đầu (ngày giờ đóng gói, tên sản phẩm, cửa hàng,...).

- Nhà vận chuyển khi nhận hàng, sẽ quét mã QR code để ghi nhận lại thời điểm nhận hàng. Đơn vị vận chuyển có thể kết hợp thông tin vị trí cửa hàng và vị trí những người giao nhận hàng để xác định người nhận hàng phù hợp gần nhất.

- Khi sản phẩm được chuyển tới các địa điểm phân phối trung gian, kho lưu trữ cũng sẽ quét mã QR code để bổ sung thêm thông tin về thời điểm nhận cũng như chuyển hàng đi.

- Khách hàng khi nhận sản phẩm, có thể quét mã QR code đính kèm để có toàn bộ thông tin về nguồn gốc, quá trình vận chuyển, phân phối sản phẩm. Các thông tin này không thể làm giả được. Việc thanh toán giữa cửa hàng, trang thương mại điện tử, nhà vận chuyển sẽ được thực hiện thông

qua các thông tin minh bạch và không thể chỉnh sửa đã lưu trữ.

6. Kết luận

Trong bài báo này, chúng tôi giới thiệu tổng quan về chuỗi khối, lợi ích và tiềm năng ứng dụng công nghệ chuỗi khối vào lĩnh vực logistics và quản lý chuỗi cung ứng nói chung và hệ thống logistics đô thị tại TP. Hà Nội nói riêng. Công nghệ chuỗi khối có những ưu điểm vượt trội so với nhiều công nghệ trước đó, đặc biệt là tính minh bạch, không thể chỉnh sửa dữ liệu và đặc tính phân tán tự nhiên. Những ưu điểm này sẽ góp phần hỗ trợ các giải pháp nâng cao hiệu quả và tính bền vững của hệ thống logistics đô thị tại TP. Hà Nội của các chủ hàng, các công ty logistics cũng như các cơ quan nhà nước. Các nghiên cứu tương lai có thể thực hiện thử nghiệm và đánh giá hiệu quả trong các hoạt động thực tế. Những thách thức khi áp dụng công nghệ blockchain như năng lực công nghệ, sự lo lắng về rò rỉ bí mật kinh doanh, cách thức sử dụng, lưu trữ dữ liệu và khung pháp lý cho việc ứng dụng công nghệ này cũng là những hướng cần được tiếp tục nghiên cứu ■

Lời cảm ơn:

"Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Bách khoa Hà Nội trong đề tài mã số T2018-PC-111".

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Alison, Ian. 2017. "Maersk and IBM Want 10 Million Shipping Containers on the Global Supply Blockchain by Year-End". *International Business Times UK*. <https://www.ibtimes.co.uk/maersk-ibm-aim-get-10-million-shipping-containers-onto-global-supply-blockchain-by-year-end-1609778> (February 21, 2020).
2. Beck, Roman, Jacob Stenum Czepluch, Nikolaj Lollike, and Simon Malone. 2016. "Blockchain—the Gateway to Trust-Free Cryptographic Transactions".
3. Buldeo Rai, Heleen, Sara Verlinde, and Cathy Macharis. 2018. "Shipping Outside the Box. Environmental Impact and Stakeholder Analysis of a Crowd Logistics Platform in Belgium". *Journal of Cleaner Production* 202: 806-16.
4. Buldeo Rai, Heleen, Sara Verlinde, Jan Merckx, and Cathy Macharis. 2017. "Crowd Logistics: An Opportunity for More Sustainable Urban Freight Transport?" *European Transport Research Review* 9(3): 39.
5. Crosby, Michael, Pradan Pattanayak, Sanjeev Verma, and Vignesh Kalyanaraman. 2016. "Blockchain Technology: Beyond Bitcoin". *Applied Innovation* 2(6–10): 71.
6. De Marco, Alberto, and Carlos Eduardo Martinez Padilla. 2018. "Case Study: Assessment of the Possibility of Adoption and Impact of Blockchain, IoT and Drones Technology in the Different Types of Last-Mile Delivery".
7. Dobrovnik, Mario, David Herold, Elmar Fürst, and Sebastian Kummer. 2018. "Blockchain for and in Logistics: What to Adopt and Where to Start". *Logistics* 2(3): 18.

8. Dolati Neghabadi, Parisa, Karine Evrard Samuel, and Marie-Laure Espinouse. 2019. "Systematic Literature Review on City Logistics: Overview, Classification and Analysis". *International Journal of Production Research* 57(3): 865–87.
9. Garay, Juan, Aggelos Kiayias, and Nikos Leonardos. 2015. "The Bitcoin Backbone Protocol: Analysis and Applications". In *Annual International Conference on the Theory and Applications of Cryptographic Techniques*, Springer, 281–310.
10. Gartner. 2019. "Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technology Trends for 2020". Gartner. <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2019-10-21-gartner-identifies-the-top-10-strategic-technology-trends-for-2020> (February 21, 2020).
11. Gong, Yan, and Jin-hua Liao. 2019. "Blockchain Technology and Simulation Case Analysis to Construct a Big Data Platform for Urban Intelligent Transportation". *Journal of Highway and Transportation Research and Development (English Edition)* 13(4): 77–87.
12. Groenfeldt, Tom. 2017. "IBM and Maersk Apply Blockchain to Container Shipping". URL: <https://www.forbes.com/sites/tomgroenfeldt/2017/03/05/ibm-and-maersk-apply-blockchain-to-container-shipping>.
13. Kouhizadeh, Mahtab, and Joseph Sarkis. 2018. "Blockchain Practices, Potentials, and Perspectives in Greening Supply Chains". *Sustainability* 10(10): 3652.
14. Kraft, Daniel. 2016. "Difficulty Control for Blockchain-Based Consensus Systems". *Peer-to-Peer Networking and Applications* 9(2): 397-413.
15. Kühn, Oliver, Axel Jacob, and Michael Schüller. 2019. "Blockchain Adoption at German Logistics Service Providers". In *Artificial Intelligence and Digital Transformation in Supply Chain Management: Innovative Approaches for Supply Chains. Proceedings of the Hamburg International Conference of Logistics (HICL), Vol. 27*, Berlin: epubli GmbH, 387-411. <https://www.econstor.eu/handle/10419/209379> (February 18, 2020).
16. Lei, Ao et al. 2017. "Blockchain-Based Dynamic Key Management for Heterogeneous Intelligent Transportation Systems". *IEEE Internet of Things Journal* 4(6): 1832-1843.
17. Merkä, Zvonko, Davor Perkov, and Vesna Bonin. 2020. "The Significance of Blockchain Technology in Digital Transformation of Logistics and Transportation". *International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA)* 12(1): 1-20.
18. Nakamoto, Satoshi. 2008. *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. Manubot. <https://git.dhimmel.com/bitcoin-whitepaper/> (February 21, 2020).
19. Nguyen Thuy Nga, and Pham Thi Thu Hang. 2017. "Đề xuất các phương án phát triển cho vận tải hàng hóa tại thành phố Hà Nội". *Tạp chí Công Thương* 2017(04–05). <http://www.tapchicongthuong.vn/bai-viet/de-xuat-cac-phuong-an-phat-trien-cho-van-tai-hang-hoa-tai-thanh-pho-ha-noi-47878.htm> (February 19, 2020).
20. Popper, Nathaniel, and Steve Lohr. 2017. "Blockchain: A Better Way to Track Pork Chops, Bonds, Bad Peanut Butter". *New York Times* 4.
21. Saberi, Sara, Mahtab Kouhizadeh, Joseph Sarkis, and Lejia Shen. 2019. "Blockchain Technology and Its Relationships to Sustainable Supply Chain Management". *International Journal of Production Research* 57(7): 2117–2135.
22. Shaffer, E. 2017. "Walmart, IBM Provide Blockchain Update". *Meat & Poultry* (June 2, 2017). Retrieved June 22: 2018.
23. Singh, Madhusudan, and Shiho Kim. 2017. "Blockchain Based Intelligent Vehicle Data Sharing Framework". *arXiv preprint arXiv:1708.09721*.
24. Tian, Feng. 2016. "An Agri-Food Supply Chain Traceability System for China Based on RFID & Blockchain Technology". In *2016 13th International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM), IEEE*, 1–6.
25. Twenh#ven, Thomas, and Moritz Petersen. 2019. "Impact and Beneficiaries of Blockchain in Logistics". In *Artificial Intelligence and Digital Transformation in Supply Chain Management: Innovative Approaches for Supply Chains. Proceedings of the Hamburg International Conference of Logistics (HICL), Vol. 27*, Berlin: epubli GmbH, 443–68. <https://www.econstor.eu/handle/10419/209381> (February 18, 2020).

26. VNPAY. 2020. "Mobile Banking". VNPAY. https://vnpay.vn:443/dich_vu/ung-dung-mobile-banking/ (February 22, 2020).
27. Wu, Lawrence. 2018. "Blockchain Smart Contracts in Megacity Logistics". The Pennsylvania State University.
28. Xu, Xiwei, Ingo Weber, and Mark Staples. 2019. "Example Use Cases". In *Architecture for Blockchain Applications*, eds. Xiwei Xu, Ingo Weber, and Mark Staples. Cham: Springer International Publishing, 61-79. https://doi.org/10.1007/978-3-030-03035-3_4 (February 21, 2020).
29. Yuan, Yong, and Fei-Yue Wang. 2016. "Towards Blockchain-Based Intelligent Transportation Systems". In *2016 IEEE 19th International Conference on Intelligent Transportation Systems (ITSC)*, IEEE, 2663-2668.
30. Zhao, J. Leon, Shaokun Fan, and Jiaqi Yan. 2016. *Overview of Business Innovations and Research Opportunities in Blockchain and Introduction to the Special Issue*. SpringerOpen.

Ngày nhận bài: 14/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/2/2020

Thông tin tác giả:

1. TRẦN THỊ HƯƠNG

Viện Kinh tế và Quản lý, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội

2. ĐỖ BÁ LÂM

Viện Công nghệ thông tin và Truyền thông, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội

APPLICATION OF BLOCKCHAIN IN CITY LOGISTICS SYSTEM: THE CASE OF HANOI

● **TRAN THI HUONG**

School of Economics and Management,
Hanoi University of Science and Technology

● **DO BA LAM**

School of Information Technology and Communication,
Hanoi University of Science and Technology

ABSTRACT:

Blockchain is a potential technology with many applications in various fields such as financial services, retail, logistics and supply chain management, and e-government. This article presents the overview of blockchain and the potential of this technology for applying to logistics and supply chain management in general and to the city logistics system of Hanoi in particular.

Keywords: Blockchain, city logistics, urban freight distribution system.

ĐÁNH GIÁ NHU CẦU CỦA DOANH NGHIỆP VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG VỀ CÔNG CỤ TRUY XUẤT NGUỒN GỐC ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ MÃ SỐ, MÃ VẠCH

● LÂM HỮU DANH - HOÀNG HỮU DŨNG - HOÀNG HỮU TIẾN - NGUYỄN DUY CHINH
- ĐỖ DUY ĐĂNG - NGUYỄN CÔNG TRÍ - ĐẶNG HUY HOÀNG

TÓM TẮT:

Truy xuất nguồn gốc (TXNG) là công cụ hữu hiệu giúp cho doanh nghiệp (DN) và người tiêu dùng (NTD) có thể đảm bảo được chất lượng trong sản xuất và quyền lợi người dùng. Tuy nhiên, các giải pháp TXNG hiện tại còn mang nhiều nhược điểm và NTD nói chung còn chưa có nhận thức và hiểu rõ công dụng của công cụ TXNG trong việc xác định hàng giả/hàng nhái (HG/HN). Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá nhu cầu của DN và NTD về công cụ TXNG sử dụng mã số, mã vạch. Kết quả chỉ ra rằng, TXNG vẫn đang là khái niệm khá mới mẻ với phần lớn NTD. Tuy nhiên, dữ liệu cho thấy NTD sẵn lòng và DN sử dụng, tiếp cận với một hệ thống TXNG, miễn là nó có chất lượng và đáp ứng đầy đủ nhu cầu khi mua sắm. Ngoài ra, hệ thống TXNG phải đáp ứng nhu cầu xác định hàng thật/hàng giả của NTD. Cuối cùng, có thể tuyên truyền hiệu quả NTD về công cụ TXNG thông qua các kênh như internet và báo chí.

Từ khóa: Truy xuất nguồn gốc, hàng giả, hàng nhái, công nghệ số, mã vạch.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hội nhập hiện nay, sự cạnh tranh không chỉ xuất hiện khi hàng hóa Việt Nam đi ra thế giới, mà còn ở ngay thị trường trong nước, khi hàng hóa thế giới tiến vào Việt Nam. Việc đảm bảo hàng hóa có chất lượng tốt là điều rất quan trọng cho khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên, DN cần đảm bảo cơ sở cho niềm tin của NTD. Giải pháp là hệ thống minh bạch thông tin về quá trình hàng hóa từ lúc sản xuất cho đến khi tới tay NTD. Nhiều DN đã hướng đến sản xuất thực phẩm đạt các tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP, ASC, HACCP..., nhưng như vậy vẫn chưa đủ nghiêm ngặt cho chuẩn mực chất lượng. NTD cần có sự minh bạch hơn về quy trình, nguồn gốc sản phẩm, tức họ cần có thông tin TXNG tại tất cả các khâu trong chuỗi sản

xuất và tiêu thụ sản phẩm, để biết liệu đơn vị cung cấp sản phẩm có nỗ lực tối đa trong vấn đề đảm bảo chất lượng sản phẩm hay không; sản phẩm có được kiểm soát chất lượng một cách nghiêm túc trong toàn bộ chuỗi cung ứng hay không [1, 2].

Để đảm bảo quyền lợi cho NTD và “giữ” thị phần, nhiều nhà sản xuất đã thực hiện in mã sản phẩm riêng trên bao bì của mỗi sản phẩm để tránh HG/HN. Ngoài ra, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực TXNG cũng dần được hoàn thiện [3, 4, 5, 6]. Cùng với việc đăng ký mã số, mã vạch hiển thị website trên bao bì để người tiêu dùng dễ dàng truy xuất, một số Công ty đưa ra giải pháp xác thực và truy vấn nguồn gốc sản phẩm. Tuy nhiên, các giải pháp này chưa được đồng bộ, thiếu linh hoạt, gặp khó khăn trong áp

dụng đối với DN sản xuất và NTD khi triển khai với các quy mô sản xuất và các loại sản phẩm khác nhau, công nghệ ứng dụng tự động nhận dạng vật thể chưa đa dạng.

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá nhu cầu của DN và NTD về vấn đề công cụ TXNG. Kết quả nghiên cứu sẽ đóng góp cho việc phát triển chức năng phù hợp cho công cụ TXNG trong tương lai và truyền thông nâng cao nhận thức về TXNG cho DN và NTD.

2. Phương pháp

Để khảo sát về nhu cầu ứng dụng công nghệ mã số, mã vạch để TXNG, 2 bảng câu hỏi: 1 dành cho DN và 1 dành cho NTD, được thiết kế. 20 DN, chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực may mặc và 40 NTD được chọn để làm 2 khảo sát này.

3. Kết quả đánh giá nhu cầu ứng dụng công nghệ mã số, mã vạch để TXNG

3.1. Dữ liệu doanh nghiệp

Để đánh giá nhu cầu về công cụ TXNG tại DN, chúng tôi thiết kế bảng câu hỏi khảo sát với 21 câu hỏi và tiến hành khảo sát trên 20 DN. Nội dung chính của Bảng câu hỏi nhằm đánh giá chính xác các vấn đề DN đang vướng mắc và nhu cầu thực tế của DN. Loại hình kinh doanh và ngành nghề kinh doanh của các DN được khảo sát như trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1. Loại hình kinh doanh và ngành nghề của các DN được khảo sát

Loại hình	Da giấy	May mặc	Phân bón	Khác	Tổng
Sản xuất	1	7	1	1	10
Thương mại	0	9	0	1	10
Tổng	1	14	1	2	20

Trong 20 DN, có 14 DN hoạt động trong ngành May mặc, 1 DN hoạt động trong ngành Da giấy, 1 DN hoạt động trong ngành Phân bón và 2 DN ngành khác. Ngoài ra, tỉ trọng các DN sản xuất và thương mại là đều nhau. Bảng 2 thể hiện kết quả trả lời của DN ở câu hỏi đầu tiên.

Có 13/20 DN xem phản hồi về giá bán của sản phẩm là điều quan trọng nhất. Tỉ lệ này cao hơn hẳn tỉ lệ 7/20, tương ứng với câu trả lời cho rằng DN xem trọng phản hồi của khách hàng về uy tín DN hay về chất lượng sản phẩm. Điều này là dễ hiểu khi phần lớn DN trong mẫu khảo sát thuộc

Bảng 2. Khi đưa sản phẩm ra thị trường, ý kiến đánh giá nào từ khách hàng khiến DN quan tâm nhất

Ý kiến đánh giá	Số lượng ⁵
Giá sản phẩm/Chất lượng sản phẩm	7
Uy tín doanh nghiệp	7
Giá sản phẩm	6

ngành hàng tiêu dùng, những sản phẩm có độ nhạy rất cao với giá bán. Chính vì vậy, giá cả là yếu tố then chốt mà DN và NTD quan tâm để đảm bảo doanh số và ra quyết định mua hàng. Ngoài ra, ý kiến khách hàng uy tín DN và chất lượng sản phẩm cũng được DN quan tâm đều nhau.

Ở câu hỏi tiếp theo, ý kiến về một số vấn đề hàng hóa cũng được các DN đưa ra ý kiến. (Bảng 3)

Bảng 3. Vấn đề nào về hàng hóa mà DN đang phải quan tâm nhiều nhất

Vấn đề về hàng hóa	Số lượng
Hàng nhái	14
Năng suất	5
Năng suất, hàng nhái	1

Vấn đề về hàng nhái được hầu hết DN (15/20) quan tâm nhất. Cá biệt, có 1 DN cho rằng cả năng suất và hàng nhái là vấn đề nghiêm trọng mà DN đang gặp phải. Chỉ có 5/20 DN cho rằng năng suất sản xuất là yếu tố quan trọng. Điều này cũng có thể được giải thích bằng tỉ lệ DN hoạt động trong lĩnh vực may mặc chiếm phần lớn trong mẫu nghiên cứu. Sản phẩm may mặc và da giày vốn là những sản phẩm rất dễ sao chép và làm hàng nhái. Chính vì vậy, những DN hoạt động trong lĩnh vực này đều cho rằng hàng nhái là mối nguy hại ảnh hưởng đến uy tín và doanh thu của họ. Năng suất cũng là một vấn đề DN lưu tâm, mặc dù không cao bằng vấn đề hàng nhái. Điều này một phần là do các DN, đặc biệt là trong lĩnh vực hàng tiêu dùng, đang phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt từ các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là từ nước ngoài. Những đối thủ này ứng dụng công nghệ sản xuất và logistic hiện đại, góp phần đáng kể vào việc giảm thiểu chi phí sản xuất, từ đó tăng năng suất sản xuất và cho ra sản phẩm có giá thành rẻ hơn. Điều này cũng được phản ánh rõ trong kết quả khảo sát của câu hỏi

tiếp theo liên quan đến vấn đề mà DN quan tâm trong sản xuất, kinh doanh. (Bảng 4)

Bảng 4. Vấn đề sản xuất/kinh doanh mà DN quan tâm

Vấn đề	Số lượng
Quản lý chất lượng vật tư đầu vào	5
Quản lý tồn kho sản phẩm	12
Quản lý tồn kho vật tư đầu vào	3

Hầu hết các DN đều lo lắng về vấn đề tồn kho, cả với đầu vào và đầu ra. Lo lắng về vấn đề chất lượng nguyên liệu chỉ đứng thứ 2 (5/20) sau quản lý tồn kho sản phẩm.

Chính vì vậy, khảo sát về vấn đề TXNG chỉ ra rằng, hầu hết DN vẫn rất đang quan tâm đến vấn đề TXNG. (Bảng 5, 6)

Bảng 5. DN có quan tâm đến truy xuất nguồn gốc không?

Vấn đề	Số lượng
Có	16
Chưa	4

Bảng 6. Nhu cầu về giải pháp TXNG của các DN trong mẫu khảo sát

DN đánh giá thế nào về TXNG	DN hiện có đang sử dụng giải pháp/ hệ thống TXNG nào không?	
	Có	Không
Cần thiết	1	5
Rất cần thiết	3	7

Trong 16 DN quan tâm đến truy xuất nguồn gốc, chỉ có 4 DN có sử dụng giải pháp TXNG, 12 DN không sử dụng biện pháp TXNG nào. Tuy nhiên, tất cả 16 DN quan tâm đến TXNG đều cho rằng TXNG là cần thiết. Đây là điều dễ hiểu khi phần lớn các DN trong mẫu khảo sát là DN hàng tiêu dùng, vốn sẽ quan tâm đến vấn đề HG/HN và sẽ ưu tiên áp dụng giải pháp TXNG là một biện pháp giúp cho khách hàng có thể yên tâm về nguồn gốc xuất xứ sản phẩm mang thương hiệu của DN mình.

Bảng 7 thể hiện dữ liệu về câu hỏi mối quan tâm của DN khi TXNG. Một nửa DN được khảo

sát cho rằng thông tin cho NTD là tối cần thiết khi ứng dụng giải pháp TXNG, phần còn lại cho rằng thông tin nội bộ là quan trọng và chỉ có 1 DN quan tâm đến thông tin cho đại lý. Điều này có thể giải thích bằng mối tương quan giữa nhu cầu của DN và sự quan tâm của DN về việc TXNG. Cụ thể, có thể thấy rõ trong dữ liệu hầu hết các DN có quan tâm đến TXNG đều thuộc DN hàng tiêu dùng. Lĩnh vực hàng hóa này có người tiêu thụ là người dùng cuối, vốn sẽ quan tâm tới thông tin sản phẩm hơn là thông tin cho đại lý và thông tin nội bộ DN.

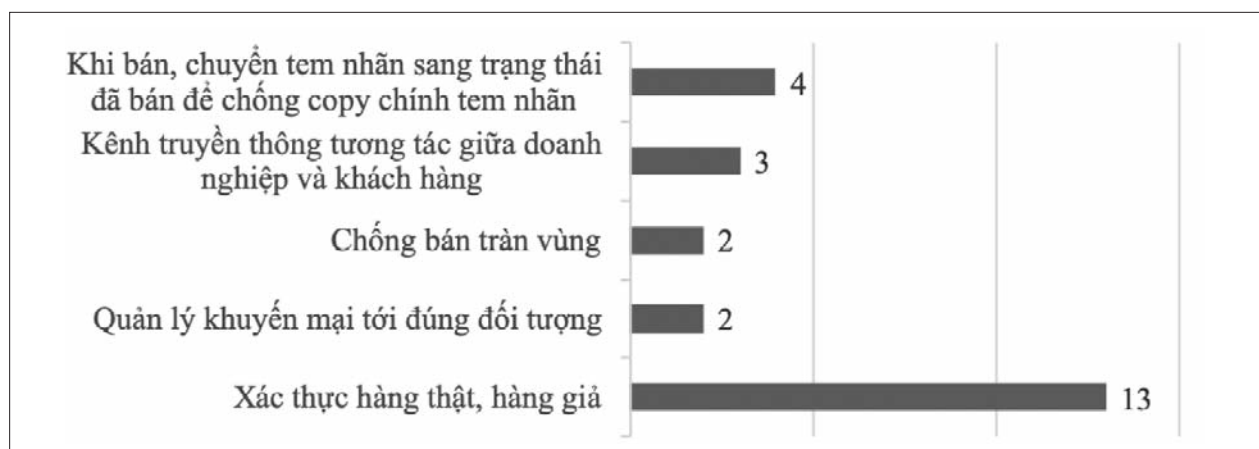
Bảng 7. DN cần những thông tin gì khi truy xuất nguồn gốc

Vấn đề	Số lượng
Thông tin nội bộ	9
Thông tin cho người tiêu dùng	10
Thông tin cho Đại lý	1

Ngoài TXNG, có một số tính năng khác mà DN cũng quan tâm, được thể hiện ở Hình 1.

Có thể thấy, ngoài TXNG, hầu hết các DN đều mong muốn có thể trực tiếp xác thực hàng thật/hàng giả (HT/HG), thể hiện qua 13/20 DN cho rằng, xác thực HT/HG là tính năng quan tâm nhất. Câu trả lời này phù hợp với kết quả khảo sát trước đó khi DN cho rằng hàng nhái là mối quan tâm lớn nhất. Ngoài ra, mối quan tâm của DN về gian lận thương mại cũng được nhắc đến khi 4/20 DN đưa ra ý kiến rằng, tính năng chống sử dụng lại của tem nhãn là tính năng quan trọng. Các tính năng phụ như kênh truyền thông, chống bán tràn vùng và quản lý khuyến mại đóng vai trò thứ yếu khi chỉ có 7 DN cho rằng đây là tính năng quan trọng trong TXNG. Có nhiều lý do để giải thích cho điều này. Thứ nhất, có thể do đặc thù sản xuất sản phẩm tiêu dùng, vốn chỉ tiêu thụ ở Việt Nam và không có khái niệm việc bán tràn vùng, từ đó dẫn đến việc các DN còn chưa quan tâm đến tính năng này. Thứ hai, thực tế khảo sát cho thấy, các DN còn đang mơ hồ chưa nắm rõ cơ chế làm thế nào TXNG có thể quản lý khuyến mãi và đóng vai trò là kênh truyền thông đối với NTD, điều này dẫn đến việc DN sẽ không đánh giá cao vai trò của các chức năng này. Cuối cùng, DN sản xuất hàng tiêu dùng, đặc biệt là hàng dệt may, vốn đã có những kênh truyền thông khác để tương tác giữa DN và khách hàng, chính vì vậy kênh truyền thông qua TXNG còn chưa được xem trọng.

Hình 1: Bên cạnh TXNG, DN còn muốn tính năng gì nữa từ chương trình

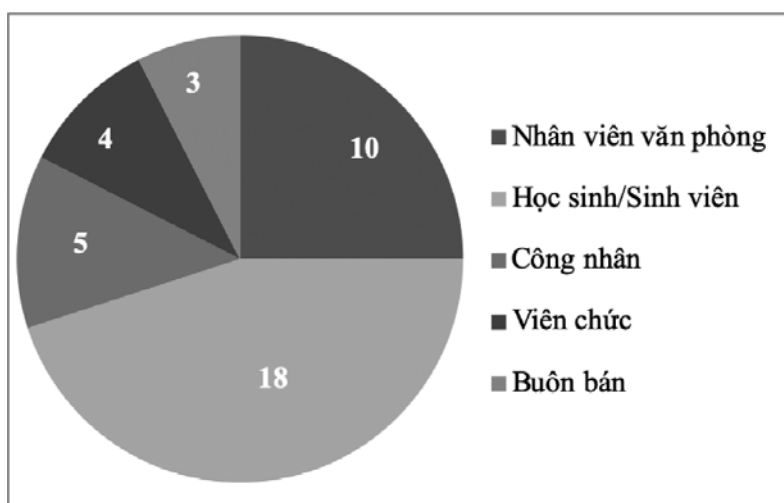


Nhìn chung, thông tin dữ liệu câu trả lời về TXNG từ DN, có thể thấy rằng, hầu hết DN rất quan tâm đến các giải pháp TXNG, chủ yếu để phục vụ cho hoạt động chống HG/HN và gian lận thương mại. Tuy nhiên, dữ liệu cho thấy chỉ 4/20 DN thực sự đã ứng dụng giải pháp TXNG cho hoạt động thương mại sản xuất. Ngoài ra, tất cả 4 DN này đều cho rằng giải pháp TXNG đã được DN áp dụng rất có ích, đặc biệt là khi đưa hàng hóa vào siêu thị. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng, khả năng ứng dụng cao và mức độ đón nhận của DN của đề tài trong ngành hàng tiêu dùng, đặc biệt là dệt may.

3.2. Dữ liệu người tiêu dùng

Để đánh giá nhu cầu về công cụ TXNG dưới góc độ NTD. Một bảng câu hỏi bao gồm 27 câu hỏi được thiết kế và khảo sát trên 40 NTD. (Hình 2)

Hình 2: Thành phần nghề nghiệp của 40 đáp viên trong mẫu

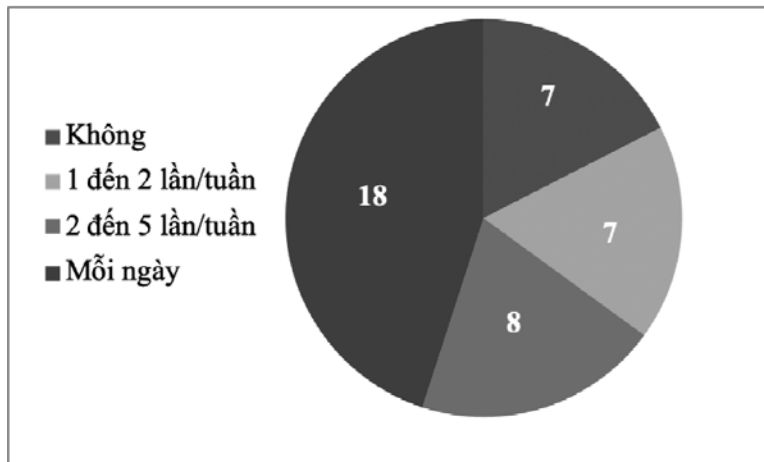


Thành phần học sinh sinh viên chiếm tỷ lệ cao nhất (45%) trong toàn bộ mẫu, sau đó là thành phần nhân viên văn phòng (25%), công nhân (12.5%), viên chức (10%) và buôn bán (7.5%). Tần suất mua sắm của các đáp viên trong mẫu thể hiện qua Hình 3.

Có thể thấy, 33/40 đáp viên có mua sắm ít nhất một lần trong tuần. Tần suất mua sắm trung bình nhiều nhất là mỗi ngày, với 18/40 đáp viên chọn phương án này. Ngoài ra, các tần suất khác đều có tỉ lệ tương đương nhau. Điều này có thể giải thích bằng việc hầu hết các đáp viên trong mẫu là học sinh/sinh viên và nhân viên văn phòng, những đối tượng cần phải mua sắm thường xuyên cho cuộc sống hằng ngày. Điều này cũng được chứng minh trong câu hỏi tiếp theo (Bảng 8) liên quan đến khảo sát mặt hàng hay mua sắm. Cụ thể, trong số

33 đáp viên có mua sắm ít nhất một lần trong tuần, có đến 30/33 người tiêu dùng mua thực phẩm là mặt hàng mua sắm chính trong các lần mua sắm và chỉ có 3 người trả lời đồ thời trang và điện tử. Kết quả này phù hợp với thói quen mua sắm của người Việt khi hầu hết người tiêu dùng đều có thói quen đi mua sắm thực phẩm thường xuyên. Đồ điện tử và đồ thời trang được mua sắm với tần suất ít hơn hẳn thực phẩm. Điều này hàm ý rằng, TXNG sẽ có khả năng được NTD sử dụng nhiều cho mặt hàng thực phẩm. Mặc dù hầu hết DN trong mẫu khảo sát hoạt động lĩnh vực may mặc và không có DN hoạt

Hình 3: Tần suất mua sắm của anh/chị trong tuần



động trong lĩnh vực thực phẩm, tuy nhiên, thực phẩm và may mặc đều là mặt hàng tiêu dùng có một vài điểm chung, như: có khách hàng đều quan tâm đến nguồn gốc sản phẩm, sản phẩm dễ bị làm nhái, làm giả, và có sự cạnh tranh về sản xuất trên thị trường.

Bảng 8. Tần suất mua sắm của đáp viên trong tuần

Mặt hàng	Số lượng
Thực phẩm	30
Đồ thời trang	2
Đồ điện tử	1

Quan điểm của khách hàng về tiêu chí ưu tiên chọn lựa sản phẩm của đáp viên được thể hiện qua câu hỏi tiếp theo. (Bảng 9)

Bảng 9. Tiêu chí ưu tiên chọn sản phẩm của anh/chị?

Tiêu chí	Số lượng
Giá cả	16
Chất lượng	11
Thương hiệu	13

Có thể thấy rõ, trong 40 câu trả lời về ưu tiên tiêu chí, 3 tiêu chí: giá cả, chất lượng và thương hiệu có sự phân bố khá đồng đều. Cụ thể, 40% NTD cho rằng giá cả là quan trọng nhất khi mua hàng, theo sau là 32.5% cho rằng thương hiệu là

quan trọng và 27.5% NTD cho rằng chất lượng là quan trọng nhất. Điều này phù hợp với quy luật kinh tế cho rằng chi phí là yếu tố quan trọng chi phối hành vi NTD. Tuy nhiên, cần lưu ý giá cả và chất lượng cũng chiếm tỷ lệ cao trong sự quan tâm của NTD. Cụ thể, một món hàng nếu không thuyết phục được niềm tin của khách hàng về xuất xứ thương hiệu và nguồn gốc chất lượng, chưa chắc NTD sẽ lựa chọn món hàng đó, cho dù giá mặt hàng đó có rẻ đi chăng nữa. Điều này được khẳng định ở dữ liệu của 2 câu hỏi

tiếp theo. Bảng 10 tóm tắt dữ liệu về câu hỏi thái độ của NTD về HT/HG.

Có thể thấy có tới hơn một nửa (21/40) NTD được khảo sát quan tâm đến vấn đề HT/HG. Trong 19 đáp viên còn lại, 14 đáp viên chọn “không” và 5 đáp viên chọn “không quan tâm lắm”. Ngoài ra, những đáp viên không quan tâm đến vấn đề HT/HG đều không có cách nào để phân biệt HT/HG, hoặc không quan tâm đến việc sử dụng biện pháp nào. Đáng nói hơn, trong 21 đáp viên quan tâm đến vấn đề HT/HG, có đến 18 NTD trả lời rằng chỉ phân biệt bằng kinh nghiệm và chỉ 3 đáp viên phân biệt bằng công cụ.

Xem xét kĩ hơn câu trả lời của 3 đáp viên này, có thể thấy cả 3 đáp viên này đều dùng công cụ iCheck Scanner để kiểm tra mã vạch hàng hóa. Lý do chính được đưa ra vì công cụ này là miễn phí. Tuy nhiên, tính hiệu quả của công cụ này vẫn còn được bỏ ngỏ khi không ai trong NTD cho rằng công cụ này hoàn toàn đầy đủ về mặt cung cấp thông tin (thông tin công cụ cung cấp chưa đầy đủ hoặc không xác thực). Ngoài ra, cả 3 đáp viên đều sẵn lòng thử một công cụ khác, nếu nó hiệu quả hơn. Câu hỏi tiếp theo liên quan đến nhận thức của NTD liên quan đến TXNG. (Bảng 11)

Trong toàn bộ mẫu, gần một nửa (17/40) là có quan tâm đến TXNG, còn lại là không biết (21/40) và không quan tâm (2/40). Ngoài ra, trong 21 người có biết, không đáp viên nào cho rằng TXNG có thể chống hàng giả, tất cả câu trả lời đều là “không cho rằng TXNG có thể chống hàng giả” (3/21) và “không biết chính xác (18/21). Những kết quả này hàm ý một thực trạng rằng,

Bảng 10. Thái độ của các đáp viên về hàng thật/hàng giả

Anh/chị có quan tâm đến vấn đề HT/HG không?	Anh/chị có dùng cách nào để phân biệt HT/HG không?			
	Công cụ	Kinh nghiệm	Không	Không quan tâm lắm
Có	3	18	0	0
Không	0	0	8	6
Không quan tâm lắm	0	0	1	4

Bảng 11. Anh/chị có biết về Truy xuất nguồn gốc không?

Nội dung	Số lượng
Có	17
Không	21
Không quan tâm	2

mặc dù người tiêu dùng rất quan tâm đến HT/HG, không nhiều đáp viên biết rằng TXNG là công cụ có thể xác định HT/HG.

Một kết quả thú vị hơn, trong 21 NTD trả lời có biết về TXNG, tất cả (21/21) đều trả lời họ có được kiến thức về TXNG thông qua báo chí và internet. Điều này gợi ý rằng, TXNG vẫn đang là khái niệm chưa được phổ biến trong cuộc sống thường nhật và hứa hẹn kênh báo chí và internet sẽ là kênh truyền hiệu quả cho các công cụ TXNG sau này.

4. Kết luận

Nghiên cứu đã thực hiện đánh giá nhu cầu về công cụ TXNG với DN và NTD. Thông qua việc

khảo sát 40 NTD về TXNG, có thể rút ra một số điểm sau đây:

Đầu tiên, TXNG vẫn đang là khái niệm khá mới mẻ với phần lớn NTD. Tuy nhiên, dữ liệu cho thấy, NTD sẵn lòng sử dụng và tiếp cận với một hệ thống TXNG, miễn là nó có chất lượng và đáp ứng đầy đủ nhu cầu khi mua sắm.

Thứ hai, chức năng quan trọng nhất mà một hệ thống TXNG phải đáp ứng được là cho phép xác định HT/HG. Công cụ TXNG phải cho ra kết quả rõ ràng và dễ hiểu với NTD về nguồn gốc, cho phép người sử dụng xác định được ngay đây có phải là sản phẩm có xuất xứ rõ ràng hay không. Điều này rất quan trọng không chỉ với đối với hành vi mua hàng và niềm tin của NTD, mà còn đóng vai trò quan trọng cho phép nhà sản xuất có thể theo dõi và phát hiện ngay những hành vi gian lận thương mại.

Cuối cùng, hầu hết NTD hiện tại dùng kinh nghiệm để phát hiện HT/HG. Tuy nhiên, kết quả cho thấy có thể truyền hiệu quả cho NTD về công cụ TXNG thông qua các kênh như internet và báo chí ■

Lời cảm ơn:

Nhóm nghiên cứu xin cảm ơn sự hỗ trợ kinh phí thực hiện từ đề tài cấp Bộ Công Thương, với mã số: ĐTKHCN.041/18.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Xuân Trường, Phạm Thị Phương Thảo, Đỗ Thị Tuyết, Bùi Ngọc Bích, Vũ Hoàng Dương, Phan Hồng Nga. Truy xuất nguồn gốc sản phẩm: Yêu cầu tất yếu. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, S. 2A (2018).
2. Nguyễn Thị Hoài Thu. Ứng dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc nâng cao chất lượng sản phẩm cá tra Việt Nam. Luận văn thạc sĩ quản trị kinh doanh. Đại học Bách khoa Hà Nội (2011).
3. Quyết định số 45/2002/QĐ-TTg ngày 27/3/2002 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy định nội dung quản lý nhà nước về mã số mã vạch và cơ quan quản lý nhà nước về mã số mã vạch.
4. Nghị định số 80/2013/NĐ-CP ngày 19/7/2013 về việc quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực tiêu chuẩn đo lường và chất lượng sản phẩm, hàng hóa.

5. Quyết định số 15/2006/QĐ-BKHHCN ngày 23/8/2006 Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành “Quy định về việc cấp, sử dụng và quản lý mã số mã vạch”.

6. Thông tư số 16/2011/TT-BKHHCN ngày 30/6/2011 về việc Sửa đổi, bổ sung một số điều của “Quy định về việc cấp, sử dụng và quản lý mã số mã vạch” ban hành kèm theo Quyết định số 15/2006/QĐ-BKHHCN ngày 23/8/2006 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ.

Ngày nhận bài: 9/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/1/2020

Thông tin tác giả:

1. LÂM HỮU DANH - HOÀNG HỮU DŨNG - HOÀNG HỮU TIẾN - NGUYỄN DUY CHINH

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

2. ĐỖ DUY ĐĂNG - NGUYỄN CÔNG TRÍ

Công ty Cổ phần Công nghệ xác thực số, TP. Hà Nội

3. ĐẶNG HUY HOÀNG

Công ty TNHH GEG, TP. Hồ Chí Minh

EVALUATION OF ENTERPRISES AND CONSUMERS’ DEMAND FOR ORIGIN TRACING SOLUTIONS UTILIZING BARCODE TECHNOLOGY

● **LAM HUU DANH - HOANG HUU DUNG
- HOANG HUU TIEN - NGUYEN DUY CHINH**

Nguyen Tat Thanh University

● **DO DUY DANG - NGUYEN CONG TRI**

Digital Verifying Technology., JSC

● **DANG HUY HOANG**

GEG Company Limited

ABSTRACT:

Origin tracing is a useful approach for enterprises and consumers to ensure product quality and consumer rights. However, current origin tracing solutions holds certain drawbacks. In addition, consumers’ perception on the role of origin tracing for detecting counterfeit products has been limited. This study was carried out to evaluate demand for a origin tracing tool that utilizes code and barcode of enterprises and consumers. The results show that the origin tracing is a quite new concept for most of consumers. The data indicates that both consumers and enterprises are willing to accept a modern origin tracing solution, provided that the solution satisfies its users in terms of quality and purchasing information. In addition, a feature that allows identification of counterfeit products should be designed and cater to consumers. Lastly, the promulgation of the origin tracing should be performed via newspapers and onilne media channels.

Key words: Traceability, counterfeit goods, digital technology, barcode.

HOẠT ĐỘNG LOGISTICS: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CỦA DOANH NGHIỆP BÁN LẺ

● PHẠM THỊ HUYỀN

TÓM TẮT:

Trong kinh doanh bán lẻ, logistics là một hệ thống các tác nghiệp bắt đầu từ nguồn cung cấp hàng hóa đầu vào và kết thúc khi phân phối hàng hóa cho người tiêu dùng cuối cùng. Do đó, nhiệm vụ của logistics là đưa đúng sản phẩm đến đúng địa điểm và đúng thời điểm mà khách hàng yêu cầu, với một chi phí hợp lý để kinh doanh bán lẻ có thể thu được lợi nhuận. Nhiệm vụ đó của logistics không dễ dàng khi nhu cầu của khách hàng luôn luôn thay đổi. Hoạt động logistics của các doanh nghiệp bán lẻ phải đáp ứng tất cả những yêu cầu và vượt qua các thách thức nêu trên. Vì vậy, bài viết tập trung nghiên cứu cơ sở lý luận về logistics trong bán lẻ, thực trạng hoạt động logistics và đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động logistics, cụ thể như: thiết lập đối tác tin cậy trong mua hàng; thực hiện thường xuyên sáng kiến cải tiến trong quản trị kho và dự trữ; điều chỉnh mục tiêu nội bộ doanh nghiệp.

Từ khóa: Hoạt động logistics, doanh nghiệp bán lẻ, logistics bán lẻ.

1. Đặt vấn đề

Cùng với tăng trưởng kinh tế, doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam liên tục tăng trưởng trong suốt thời gian qua. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, thị trường bán lẻ Việt Nam đã có bước tiến lớn với doanh thu bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng đạt 212,7 tỷ USD trong năm 2019, tăng 11,8% so với cùng kỳ. Với sự phục hồi của nền kinh tế cùng các động lực tăng trưởng, thị trường bán lẻ Việt Nam được kỳ vọng sẽ tiếp tục đà tăng trưởng trong những năm tiếp theo.

Bên cạnh đó, ở phạm vi doanh nghiệp, hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ hiện vẫn còn nhiều bất cập. Một trong những đặc điểm nổi bật nhất của hoạt động bán lẻ là số lượng và chủng loại hàng hóa được phân phối rất lớn và đa dạng, người tiêu dùng đòi hỏi sản phẩm không chỉ đạt được kỳ vọng về giá cả và chất lượng mà còn phải sẵn có tại đúng nơi và đúng lúc mà họ cần. Trong nền kinh tế hiện nay, thách thức đối với các doanh

nh nghiệp bán lẻ không phải là thu hút được nhiều khách hàng mà là cung cấp dịch vụ hàng đầu cho các khách hàng hiện tại. Điều này đã tạo ra áp lực và gia tăng mức độ phức tạp đối với hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ trong thời gian qua. Việc chủ động trong khâu vận chuyển, lựa chọn nhà cung cấp... vẫn còn nhiều hạn chế dẫn tới tỷ lệ hao hụt hàng hóa cao, chi phí cao làm giá bán bị đội lên ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh.

Với những lý do nêu trên, việc nghiên cứu một cách khoa học về thực trạng và tìm kiếm các giải pháp hoàn thiện hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam đang trở nên cấp thiết. Vì vậy, bài viết “Hoạt động logistics: Nghiên cứu trường hợp của các doanh nghiệp bán lẻ” được lựa chọn làm chủ đề nghiên cứu. Bài viết chủ yếu thu thập các dữ liệu thứ cấp gồm các bài báo khoa học được đăng tải trên các tạp chí chuyên ngành (Vietnam Logistics Review, International Journal of Retail & Distribution Management), mạng

internet... Các dữ liệu sau đó được sử dụng để trả lời cho một số câu hỏi nghiên cứu như khái niệm logistics bán lẻ? Thực trạng logistics trong các doanh nghiệp bán lẻ hiện nay ra sao? Có các khuyến nghị gì nhằm nâng cao hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ?

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ

Hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ (logistics bán lẻ) là một lĩnh vực không ngừng phát triển. Với sự phát triển của công nghệ, logistics bán lẻ đang trải qua sự thay đổi nhanh chóng. Những gì từng là phức tạp trước đây hiện đang được kết hợp với công nghệ để tạo ra các hệ thống hiệu quả hơn. Cho đến nay, khái niệm “logistics bán lẻ” đã được đề cập và phân tích trong một số nghiên cứu.

David Gilbert (1999) đã đưa ra định nghĩa: logistics bán lẻ là một quy trình có tổ chức để quản lý dòng lưu chuyển của hàng hóa từ các nguồn cung cấp đến khách hàng - từ nhà sản xuất, nhà bán buôn và các trung gian thông qua kho bãi, vận chuyển đến các đơn vị bán lẻ cho đến khi hàng hóa được bán và giao cho khách hàng.

Kotzab và Bjerre (2005) thì cho rằng, logistics trong bối cảnh bán lẻ diễn ra trong một hệ thống logistics với nhiều cấp bậc, nghĩa là có nhiều điểm nút từ nhà cung cấp ban đầu cho đến điểm cuối cùng. Do đó, logistics bán lẻ có thể được định nghĩa là một phần của logistics kinh doanh, bao gồm việc lập kế hoạch, thiết kế, tổ chức và kiểm soát tất cả các dòng hàng hóa và thông tin liên quan trong một công ty bán lẻ, các nhà cung cấp, khách hàng nội bộ và người dùng cuối của nó.

Theo T. T. Sithole (2015), logistics bán lẻ là việc giao hàng cho khách hàng thông qua việc quản lý dòng lưu chuyển của hàng hóa và các sản phẩm có liên quan từ người bán đến khách hàng. Quản lý

logistics rất quan trọng trong ngành bán lẻ, vì nó đòi hỏi các công ty phải đáp ứng đồng thời nhiều yêu cầu khác nhau.

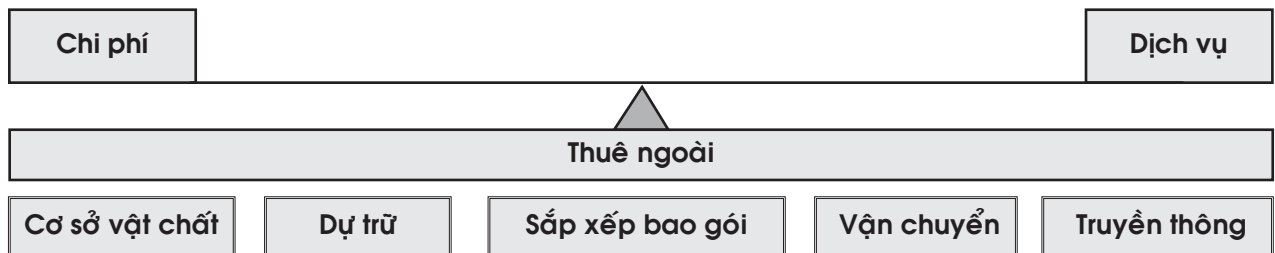
Trên cơ sở phân tích những khái niệm trên, tác giả đề xuất khái niệm logistics bán lẻ như sau: “Logistics bán lẻ là quá trình tối ưu hóa dòng vận động của hàng hóa và các thông tin có liên quan từ các nhà cung cấp (sản xuất/bán buôn) thông qua vận chuyển, dự trữ... đến mạng lưới cơ sở bán lẻ và người tiêu dùng cuối cùng”.

2.2. Các hoạt động logistics tại doanh nghiệp bán lẻ

Jonh Ferni (2000) cho rằng, nhiệm vụ của logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ sẽ được hoàn thành thông qua việc thực hiện tốt và đồng bộ năm hoạt động cơ bản. Việc quản lý các hoạt động này nhằm cân bằng các yêu cầu về chi phí và dịch vụ. Mục tiêu là quản lý các hoạt động logistics cơ bản theo cách đảm bảo sự đánh đổi thích hợp giữa chi phí và dịch vụ, như trong Hình 1. Theo đó, tất cả các hoạt động logistics có tác động đến sự cân bằng giữa chi phí và dịch vụ. Việc các hoạt động này được thuê ngoài hay không cũng ảnh hưởng đến sự cân bằng. Nếu không đạt được sự cân bằng này có thể gây ra hậu quả nghiêm trọng cho doanh nghiệp.

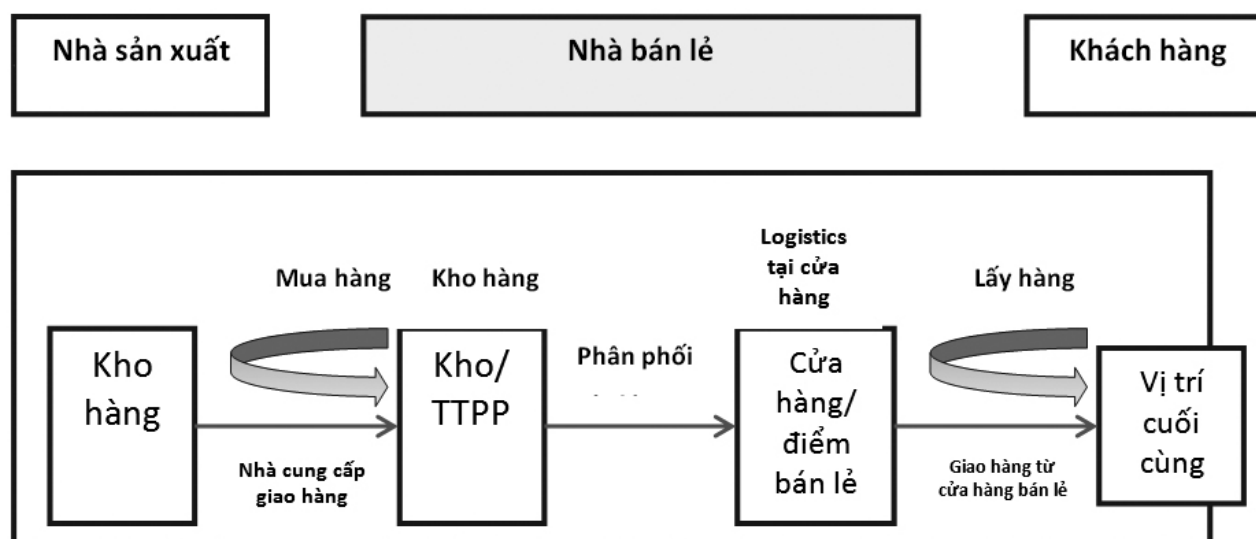
Lục Thị Thu Hường (2012) cho rằng, trong kinh doanh bán lẻ, logistics là một hệ thống các tác nghiệp bắt đầu từ nguồn cung cấp hàng hoá đầu vào và kết thúc khi phân phối hàng hoá cho người tiêu dùng cuối cùng. Theo Kotzab và Bjerre (2005) và Kotzab (2012), các nhiệm vụ của logistics bán lẻ bao gồm quản lý đơn hàng, bảo quản (stock keeping), lưu kho, vận hành (chọn đơn hàng, đóng gói), vận chuyển cũng như cung cấp một sản phẩm hiệu quả ở cấp cửa hàng. Qua đó có thể chỉ ra 4 hoạt động cơ bản của logistics bán lẻ bao gồm mua sắm, lưu kho, phân phối vật lý và hoạt động logistics tại cửa hàng (instore logistics). (Hình 2)

Hình 1: Nhiệm vụ quản lý trong logistics



Nguồn: Fernie & Sparks, 1999

Hình 2: Mô hình hoạt động logistics bán lẻ của Kotzab



Nguồn: Kotzab và Bjerre (2005) và Kotzab (2012)

Các doanh nghiệp bán lẻ có thể đạt được lợi thế cạnh tranh khi thực hiện hiệu quả các hoạt động này. Đó chính là lý do tại sao logistics bán lẻ được coi là một yếu tố thành công quan trọng đối với các công ty bán lẻ. Các mục tiêu chính của logistics bán lẻ đề cập đến việc thiết kế hiệu quả các luồng hàng hóa và thông tin liên quan, đảm bảo tính linh hoạt, khả năng đáp ứng và độ tin cậy để giảm mức tồn kho, vận chuyển, các thao tác đối với hàng hóa (xử lý, đóng gói) và các chi phí liên quan khác trong khi vẫn đảm bảo có sẵn các sản phẩm một cách đầy đủ.

Trên cơ sở các nghiên cứu trước đó và kết hợp với các đặc điểm của hoạt động kinh doanh bán lẻ, có thể chỉ ra các hoạt động logistics chức năng cơ

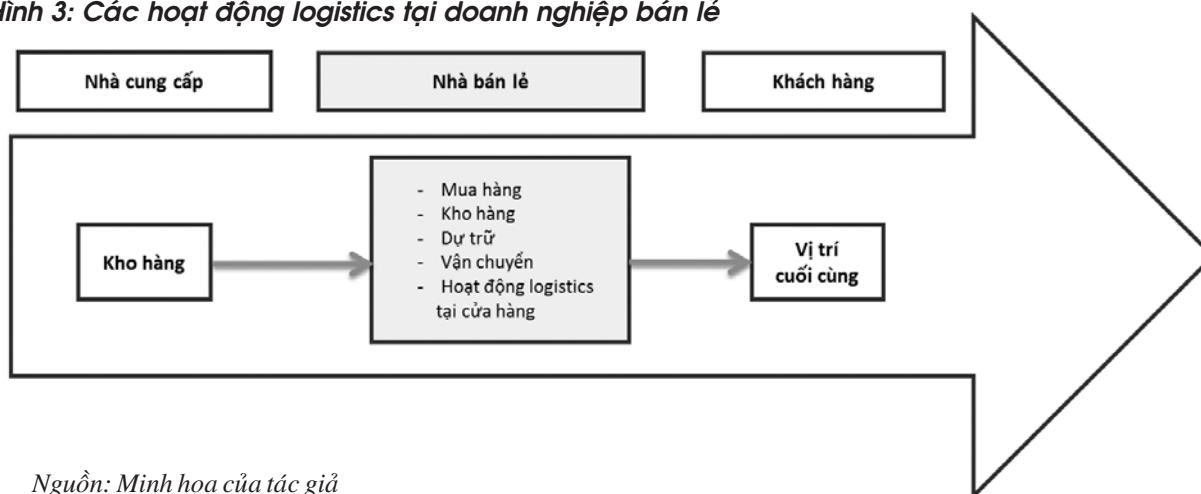
bản tại các doanh nghiệp bán lẻ bao gồm mua hàng, dự trữ, kho hàng, vận chuyển và logistics tại cửa hàng. Các hoạt động logistics chức năng này đảm nhiệm việc lưu chuyển hàng hóa từ các nhà cung cấp (sản xuất hoặc trung gian) đến nhà kho/trung tâm phân phối của doanh nghiệp bán lẻ thông qua hoạt động mua hàng, sau đó hàng hóa sẽ được sắp xếp vận chuyển đến các đơn vị bán lẻ cho đến khi nó được bán và giao cho khách hàng (Hình 3).

3. Thực trạng hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

3.1. Tổng quan chung

Chi phí logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ chiếm tỷ trọng khá lớn trong giá thành, dao động từ

Hình 3: Các hoạt động logistics tại doanh nghiệp bán lẻ



Nguồn: Minh họa của tác giả

10% đến 20%. Trong chi phí logistics, chi phí vận chuyển có tỷ lệ đóng góp cao nhất khoảng từ 60% đến 80%, ngoài ra các thành phần khác như chi phí xếp dỡ và thủ tục thông quan là những dịch vụ có chi phí cao sau vận tải. Bên cạnh việc quyết định thuê ngoài một số dịch vụ logistics như vận tải hay xếp dỡ, phần lớn các công ty vẫn tự thực hiện các dịch vụ có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh chính, như: thu mua, kho hàng, khai báo hải quan và đóng gói hàng. Để khắc phục những hạn chế của việc tự thực hiện các hoạt động logistics, nhiều công ty vẫn duy trì cả 2 hình thức là thuê ngoài một số dịch vụ và tự làm một số hoạt động logistics cơ bản không có yêu cầu cao và phức tạp. Đặc biệt trong những thời kỳ cao điểm, các công ty thường lựa chọn phương án này.

3.2. Hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ hiện nay

Hoạt động mua: Với các doanh nghiệp bán lẻ, sự đa dạng về mặt hàng kinh doanh đóng vai trò quan trọng. Chính vì vậy, bên cạnh các sản phẩm trong nước, các doanh nghiệp bán lẻ còn phân phối rất nhiều sản phẩm có nguồn gốc từ nước ngoài. Với các sản phẩm mua từ nước ngoài, cần phải đặt lịch tàu hoặc máy bay để vận chuyển hàng hóa nên thời gian quay vòng thường khá dài. Còn với các sản phẩm mua trong nước, các doanh nghiệp bán lẻ thường có bộ phận thu mua riêng và các tiêu chí đánh giá nhà cung cấp phải đảm bảo cung cấp đầy đủ các giấy tờ chứng nhận, chất lượng hàng hóa, giao hàng đúng thời gian, giá cả hợp lý, thời gian công nợ dài.

Có thể thấy rõ thực trạng này đối với mặt hàng thực phẩm tươi sống tại các siêu thị bán lẻ hiện nay. Chuỗi cung ứng thực phẩm tươi sống cho các siêu thị đang trong giai đoạn phát triển mạnh mẽ, thu hút được nhiều khách hàng từ chuỗi truyền thống bằng khả năng đáp ứng nhu cầu mua sắm đồng bộ tốt hơn, đồng thời đảm bảo tính tiện lợi cao hơn. Các nguồn cung thực phẩm tươi sống cho siêu thị rất đa dạng, có thể kể đến như: nhà nhập khẩu, nhà sản xuất, nông hộ, người gom hàng.

Hoạt động vận chuyển: Tại các doanh nghiệp bán lẻ, hoạt động vận chuyển được thực hiện để cung cấp hàng hóa cho các nhà kho/trung tâm phân phối và bổ sung hàng hóa cho các cửa hàng/cơ sở bán lẻ trong mạng lưới logistics của doanh nghiệp. Hoạt động vận chuyển tại các doanh nghiệp bán lẻ được tổ chức theo 2 hình thức cơ bản: vận chuyển tập trung và vận chuyển trực tiếp đến cửa hàng. Với

hình thức tập trung, nhà cung cấp cung cấp số lượng lớn hàng hóa cho trung tâm phân phối của nhà bán lẻ. Tùy thuộc vào quy mô, hình thức vận chuyển này có thể chiếm tỷ lệ từ 50-80% tại các doanh nghiệp bán lẻ, thậm chí có thể lên tới hơn 90% đối với các doanh nghiệp có quy mô lớn. Ngoài việc tập trung hóa, các sản phẩm có thể được chuyển đến các cửa hàng trực tiếp từ các nhà cung cấp. Tại một số doanh nghiệp bán lẻ, hình thức này có thể chiếm tới 30% tổng lượng hàng hóa.

Hoạt động dự trữ: Đối với doanh nghiệp bán lẻ, do phải đảm bảo lượng hàng hóa lớn và đa dạng, đảm bảo tính sẵn có của hàng hóa trong cung ứng nên chính sách dự trữ và tồn kho mang ý nghĩa rất lớn với doanh nghiệp. Quản lý dự trữ theo chủng loại hàng hóa, theo thời gian và áp dụng mô hình JIT (đúng thời điểm - just in time) đã nâng cao hiệu quả quản lý kho hàng lên nhiều lần.

Hoạt động kho hàng: Xu hướng chung của các doanh nghiệp bán lẻ hiện nay là hệ thống quản lý và tác nghiệp trong kho được xây dựng càng đơn giản càng tốt, giúp nhân viên dễ dàng thao tác lấy hàng, sắp xếp hàng và giao hàng mà không tốn nhiều thời gian đào tạo. Các áp dụng tính toán vòng quay hàng tồn kho cũng không áp đặt theo công thức chung mà tùy thuộc vào từng doanh nghiệp để có cách tính thay đổi cho phù hợp.

Hoạt động logistics tại cửa hàng: Điểm mạnh của các doanh nghiệp bán lẻ là có các phương tiện vật chất hữu hình và dịch vụ tiện ích nên đã đáp ứng được độ tin cậy của khách hàng. Điểm mạnh này được thể hiện rõ ràng nhất trong hệ thống phương tiện, thiết bị hỗ trợ hoạt động cung ứng hàng hóa tại các cửa hàng/điểm bán lẻ. Hoạt động logistics tại cửa hàng được đặc trưng bởi hệ thống nội bộ của một doanh nghiệp bán lẻ ở cấp cửa hàng. Tỷ lệ chi phí của hoạt động logistics tại cửa hàng trên tổng chi phí của một công ty bán lẻ có thể lên tới 50%, đó là lý do vì sao logistics tại cửa hàng có thể được coi là một động lực lợi nhuận chính cho các nhà bán lẻ hiện nay.

4. Kết luận và một số khuyến nghị với các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

Qua nghiên cứu thực tế có thể khẳng định, trong thời gian qua, hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ đã nhận được sự quan tâm và đầu tư lớn hơn, nhờ đó bước đầu mang lại những kết quả khả quan cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, hoạt động logistics tại các doanh nghiệp bán lẻ vẫn bộc lộ một số hạn chế như hệ thống logistics còn manh

mún, thiếu chuyên nghiệp, các quy trình tác nghiệp logistics còn thủ công, chưa nhất quán và còn nhiều bất cập trước sức ép cạnh tranh và nhu cầu thị trường. Giải quyết được những điểm yếu này trong hệ thống logistics sẽ giúp các doanh nghiệp bán lẻ đáp ứng được nhu cầu đa dạng hơn của khách hàng và đạt được kết quả kinh doanh hiệu quả hơn. Dưới đây là một khuyến nghị với các doanh nghiệp bán lẻ để có thể triển khai hiệu quả hoạt động logistics.

4.1. Hoàn thiện hoạt động mua thông qua việc liên kết với các đối tác đáng tin cậy

Các nhà bán lẻ tham gia vào quá trình bán hàng hóa bằng cách đưa sản phẩm từ nhà sản xuất và nhà cung cấp đến người tiêu dùng. Nếu các nhà cung ứng hoạt động không hiệu quả, chậm trễ trong quá trình cung cấp hàng hóa sẽ làm ảnh hưởng đến các nhà bán lẻ và cả người tiêu dùng. Vấn đề này có thể được giảm thiểu nếu các nhà bán lẻ tích hợp hệ thống logistics của mình với các nhà cung ứng, hơn nữa, có thể tối ưu hóa và quản lý thống nhất toàn bộ chuỗi cung ứng. Điều này sẽ làm giảm chi phí và nâng cao trình độ dịch vụ khách hàng không chỉ cho các nhà bán lẻ mà cho cả các nhà cung cấp.

Các nhà bán lẻ nên thừa nhận rằng họ không thể tự làm mọi thứ. Tạo nên mối quan hệ hợp tác bền vững và lâu dài với các đối tác có thể đem lại hiệu quả lớn hơn cho doanh nghiệp, đồng thời góp phần gia tăng trải nghiệm tích cực cho khách hàng. Mối quan hệ đối tác thực sự vượt xa mối quan hệ khách hàng - nhà cung cấp truyền thống và mối quan hệ này thường không được xác định bởi các điều khoản thương mại trong hợp đồng.

Các nhà bán lẻ đang ngày càng phát triển và có nhiều cơ hội trong việc khai thác và tìm kiếm nguồn cung ứng quốc tế. Đối với nhiều sản phẩm, chi phí sản xuất thấp hơn nhiều ở các nước bên ngoài các nước phát triển và do đó tạo ra lợi ích kinh tế lớn hơn. Kiểm soát chuỗi cung ứng là như vậy, quan trọng là phải có được sản phẩm đến các cửa hàng trong tình trạng tốt. Quá trình này sẽ kiểm soát hệ thống cung cấp của các cửa hàng bán lẻ và sử dụng công nghệ máy tính để kiểm soát hệ thống phân phối trung tâm.

Quá trình bán lẻ liên quan đến mối quan hệ với các doanh nghiệp khác nhưng cũng có các đặc điểm riêng biệt phát sinh từ bản chất của bán lẻ. Yêu cầu về nguồn gốc của sản phẩm, kết hợp với các vấn đề xây dựng thương hiệu, các nhà bán lẻ chắc chắn phải có mối quan hệ với các đối tác kinh doanh, cũng như mối quan hệ giữa các nhân viên trong nội

bộ doanh nghiệp và người tiêu dùng. Các mối quan hệ có thể là yếu tố để đảm bảo một nguồn cung cấp chất lượng. Nó có thể giúp doanh nghiệp phát triển một dòng sản phẩm hoặc để đảm bảo tính nhất quán chất lượng sản phẩm... Đối với nhiều nhà bán lẻ, trong khi giá có thể là rất quan trọng, nhưng một số yếu tố khác tạo nên mối quan hệ tốt đẹp cũng phải được thực hiện.

Các nhà bán lẻ có nhiều mối quan hệ kinh doanh vượt ra ngoài việc tìm kiếm nguồn cung ứng sản phẩm. Một trong những mối quan hệ quan trọng nhất là mối quan hệ liên quan đến việc phân phối sản phẩm. Nhiều nhà bán lẻ chỉ tập trung vào hoạt động bán hàng và thường thuê ngoài dịch vụ logistics. Do đó, xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với đối tác sẽ giúp cho hoạt động kinh doanh hiệu quả hơn.

4.2. Thực hiện các sáng kiến tiết kiệm chi phí

Nhiều nhà bán lẻ không có một chiến lược rõ ràng về các quyết định liên quan đến tổng chi phí trong chuỗi cung ứng của họ. Các doanh nghiệp bán lẻ phần lớn chỉ quan tâm đến mức giá phải trả cho việc thuê kho và dịch vụ vận chuyển và cố gắng thương lượng mức giá tốt nhất, nhưng tiềm năng tiết kiệm chi phí trong chuỗi cung ứng còn lớn hơn thế nhiều.

Việc đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật logistics bán lẻ là một quyết định đúng đắn, tuy nhiên, các doanh nghiệp bán lẻ cũng cần cân nhắc kỹ các yếu tố như nhu cầu, đặc điểm của hàng hóa để lựa chọn các thiết bị phù hợp, đáp ứng yêu cầu của quá trình kinh doanh bán lẻ nhưng đồng thời vẫn đảm bảo các chi phí đầu tư là hợp lý.

Các doanh nghiệp bán lẻ nội địa nhiều năm nay trăn trở để hình thành một hệ thống kho trữ lạnh để bảo quản các thực phẩm tươi sống, hệ thống kho có băng chuyền, quản lý hàng xuất nhập bằng vi tính... Nhưng những khó khăn về vốn liếng, mặt bằng, quy định hạn chế chi phí khuyến mãi... khiến cho những phương án này chưa thể thành hiện thực.

4.3. Điều chỉnh mục tiêu nội bộ

Đối với các nhà bán lẻ lớn, một số bộ phận sẽ trực tiếp làm việc với các thành viên khác trong chuỗi cung ứng. Mức độ mà các bộ phận này có thể làm việc cùng nhau được xem là một yếu tố quyết định chính cho sự thành công của công ty. Một khi bộ phận tìm nguồn cung ứng, bộ phận bán lẻ, bộ phận công nghệ thông tin thực sự bắt đầu liên kết với nhau có thể thu được toàn bộ lợi ích của một giải pháp chuỗi cung ứng tổng thể ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. *Lục Thị Thu Hương (2012), Logistics bán lẻ mặt hàng thực phẩm tươi sống tại một số siêu thị trên địa bàn thành phố Hà Nội, Đề tài NCKH cơ sở, Trường Đại học Thương mại.*
2. *David Gilbert (1999), Retail marketing management, Bell & Bain Limited, Glasgow.*
3. *Fernie, J and Sparks, L (2000), Retail logistics in the UK: Past, present and future, International Journal of Retail & Distribution Management 38(11/12).*
4. *Kotzab, H. (2012), Handels logistic, In P. Klaus, W. Krieger, & M. Krupp, Gabler Lexikon Logistik (S. 212-217). Wiesbaden: Gabler Verlag/ Springer Fachmedien, 5. Auflage.*
5. *Kotzab, H., Bjerre, M. (2005), Retailing in a SCM-perspective, Copenhagen Business School Press, Frederiksberg.*
6. *T. T. Sithole (2015), Challenges of Transporting Retail Goods into a Landlocked Country: The Case of Importing into Zimbabwe, University of Kwazulu-Natal.*

Ngày nhận bài: 11/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/2/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THỊ HUYỀN

Trường Đại học Thương mại

LOGISTICS ACTIVITIES OF RETAIL BUSINESSES

● Master. **PHAM THI HUYEN**

Thuongmai University

ABSTRACT:

For retail businesses, logistics is a system of operations starting from the supply of input goods to the distribution of goods to final consumers. Therefore, the ultimate goal of logistics activities is to provide the right product to the right place at the right time according to customers' requests with a reasonable cost. This goal is not easy to achieve due to the ever-changing needs of customers. This study focuses on the theoretical basis of retail logistics and the current situation of logistics activities, thereby proposing some recommendations for improving the logistics performance including establishing reliable partners in purchasing process, regularly implementing innovations in warehouse and storage management and adjusting internal business goals of enterprise.

Keywords: Logistics activities, retailing enterprises, retail logistics.

ĐÁNH GIÁ TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU DỰA TRÊN KHÁCH HÀNG CỦA CÁC SIÊU THỊ ĐIỆN MÁY TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

● NGUYỄN THU HƯƠNG

TÓM TẮT:

Tài sản thương hiệu là một chủ đề nghiên cứu nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới từ những năm 1980 và đối tượng nghiên cứu cũng đã được mở rộng đến nhiều loại hình kinh doanh khác nhau. Mục tiêu của nghiên cứu này là tìm hiểu những yếu tố marketing bán lẻ và mức độ tác động của những yếu tố này tới sự lựa chọn siêu thị điện máy để mua hàng của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Hà Nội. Phương pháp nghiên cứu định lượng kết hợp với định tính đã cho thấy những yếu tố quan trọng cần được nhận được sự quan tâm nhiều hơn từ các siêu thị điện máy. Từ kết quả nghiên cứu đó, một số đề xuất được đưa ra nhằm nhấn mạnh việc nâng cao tài sản thương hiệu của các siêu thị điện máy trong tâm trí người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Từ khóa: Tài sản thương hiệu, doanh nghiệp bán lẻ, siêu thị điện máy.

1. Đặt vấn đề

Trải qua hơn 20 năm, các nghiên cứu về tài sản thương hiệu được nghiên cứu đối với doanh nghiệp bán lẻ đã được mở rộng phạm vi nghiên cứu. Lĩnh vực bán lẻ có vượt trội về số lượng nghiên cứu về tài sản thương hiệu phải kể đến ngành hàng lương thực, thực phẩm. Loại hình bán lẻ hiện đại cũng là đối tượng được ưu tiên trong các nghiên cứu về tài sản thương hiệu. Tuy nhiên, trong số các loại hình đó, siêu thị chuyên doanh với ngành hàng đặc thù thường ít được lựa chọn để làm chủ thể nghiên cứu.

Thị trường bán lẻ Việt Nam vẫn tiếp tục được nhận định là một thị trường đang rất hấp dẫn (Trần Hải Đăng, 2016) và đối với thị trường bán lẻ các sản phẩm điện máy và điện gia dụng vẫn còn cơ hội cho các doanh nghiệp gia nhập thị trường. Theo nghiên cứu của GfK Temax, doanh thu thị trường bán lẻ các sản phẩm điện máy và điện gia

dụng năm 2017 là 197.4 nghìn tỷ VNĐ, năm 2018 là 217.49 nghìn tỷ VNĐ và tính đến hết quý 3 năm 2019 đã đạt mức 158.46 nghìn tỷ VNĐ. Trên địa bàn thành phố Hà Nội, thị trường kinh doanh bán lẻ sản phẩm hàng điện tử - điện máy vô cùng phong phú với các kênh bán lẻ khác nhau. Đối với kênh bán lẻ hiện đại như các siêu thị chuyên doanh, tính đến hết tháng 3 năm 2019, trên địa bàn thành phố Hà Nội có tổng số 109 siêu thị điện máy. Trong đó, Điện máy Xanh là chuỗi siêu thị điện máy có số lượng điểm bán lớn nhất với 59 điểm bán, trải dài trên hầu khắp các quận/huyện của thành phố Hà Nội.

Mục tiêu của nghiên cứu là làm rõ cơ sở khoa học cho việc đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao tài sản thương hiệu của các siêu thị điện máy trên địa bàn thành phố Hà Nội trong tương quan với sự phát triển mạnh mẽ của thị trường bán lẻ Việt Nam

hiện nay. Nghiên cứu tập trung vào 4 thương hiệu siêu thị điện máy trên địa bàn thành phố Hà Nội hiện nay là Pico, HC, Mediamart, Điện máy Xanh. Đối tượng khảo sát là những người tiêu dùng đã biết và mua hàng tại các siêu thị điện máy này trong vòng 12 tháng gần đây.

2. Lý thuyết nền tảng và phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết nền tảng

2.1.1. Tài sản thương hiệu dựa trên khách hàng tiêu dùng

Đến nay, khái niệm về “Tài sản thương hiệu” vẫn còn khá nhiều tranh cãi và “đó được coi là một nội dung chiến lược quan trọng nhưng gần như rất khó để đo lường” (Marketing-dictionary.org, 2019). Tiếp cận về Tài sản thương hiệu dưới góc độ khách hàng hiện nay vẫn chủ yếu đi theo 2 tiếp cận của Keller (1993) và Aaker (1991). Tiếp cận về tài sản thương hiệu dựa trên góc độ khách hàng người tiêu dùng được sử dụng trong nghiên cứu này là dựa trên cơ sở kết hợp của hướng tiếp cận của Keller (1993) và các nghiên cứu tiếp theo có liên quan đến doanh nghiệp bán lẻ và siêu thị chuyên doanh.

2.1.2. Tài sản thương hiệu dựa trên khách hàng tiêu dùng của siêu thị điện máy

Dựa trên tiếp cận của Keller (2013b, 1993b), trong nghiên cứu này, khái niệm về tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy ở khía cạnh khách hàng người tiêu dùng được định nghĩa là: những tác động khác biệt của tri thức thương hiệu tới sự phản ứng của người tiêu dùng đối với các hoạt động marketing thương hiệu của siêu thị điện máy.

Tri thức thương hiệu là một khái niệm quan trọng bởi tri thức thương hiệu chính là thứ tồn tại trong tâm trí khách hàng, là những hiểu biết của khách hàng về thương hiệu, là thứ được hình thành từ quá trình khách hàng tiếp xúc với thương hiệu theo thời gian.

Những tác động khác biệt được xác định bởi việc so sánh giữa những phản ứng của khách hàng đối với các chương trình marketing của một siêu thị điện máy có thương hiệu và đối với các chương trình marketing của một siêu thị điện máy không có thương hiệu (Keller, 1993, tr. 8).

Sự phản ứng của người tiêu dùng được định nghĩa bởi sự ưa thích, sự cảm nhận, hành vi của người tiêu dùng như sự lựa chọn thương hiệu siêu thị điện máy để thực hiện mua sắm, sự phản ứng về giá và chương trình xúc tiến bán mà siêu thị điện máy thực hiện,...

Một siêu thị điện máy có tài sản thương hiệu trên khía cạnh khách hàng là khi khách hàng có phản ứng đối với hoạt động marketing của siêu thị điện máy. Tài sản thương hiệu này có thể là mang tính tích cực hoặc mang tính tiêu cực, tùy vào xem phản ứng của khách hàng là tốt hay không tốt. Tuy nhiên, cũng nhìn nhận rằng, siêu thị điện máy có thể đạt được ở các cấp độ khác nhau về tài sản thương hiệu khi người tiêu dùng có sự nhận biết, có những liên tưởng thương hiệu và hình ảnh thương hiệu tích cực, hoặc có những đánh giá, cảm nhận tốt về siêu thị.

2.2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Mô hình nghiên cứu

Thực tế trong hoạt động kinh doanh của siêu thị điện máy, trong bối cảnh thị trường có thêm nhiều sự lựa chọn cho người tiêu dùng khi có nhu cầu đối với sản phẩm điện tử - điện máy thì vấn đề mà các siêu thị phải đối mặt đó là "làm sao để khách hàng lựa chọn siêu thị của mình thay vì lựa chọn siêu thị của đối thủ cạnh tranh và thay vì một kênh bán lẻ khác?". Tiếp cận dưới góc độ về quản trị thương hiệu, để tác động đến sự phản ứng của khách hàng đối với các chương trình marketing của siêu thị và của đối thủ cạnh tranh thì cần nỗ lực đưa thương hiệu trở thành một đối tác quan trọng và thường xuyên trong mối quan hệ với khách hàng. Để làm được việc đó, đòi hỏi các nhà quản lý phải cân nhắc và đưa ra các quyết định phù hợp.

Từ những lý do trên, mô hình nghiên cứu được xây dựng gồm 10 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc. 10 giả thuyết nghiên cứu được đề xuất để kiểm định ý nghĩa thống kê và đánh giá sự phù hợp của mô hình nghiên cứu. (Mô hình 1)

2.2.2. Phương pháp nghiên cứu

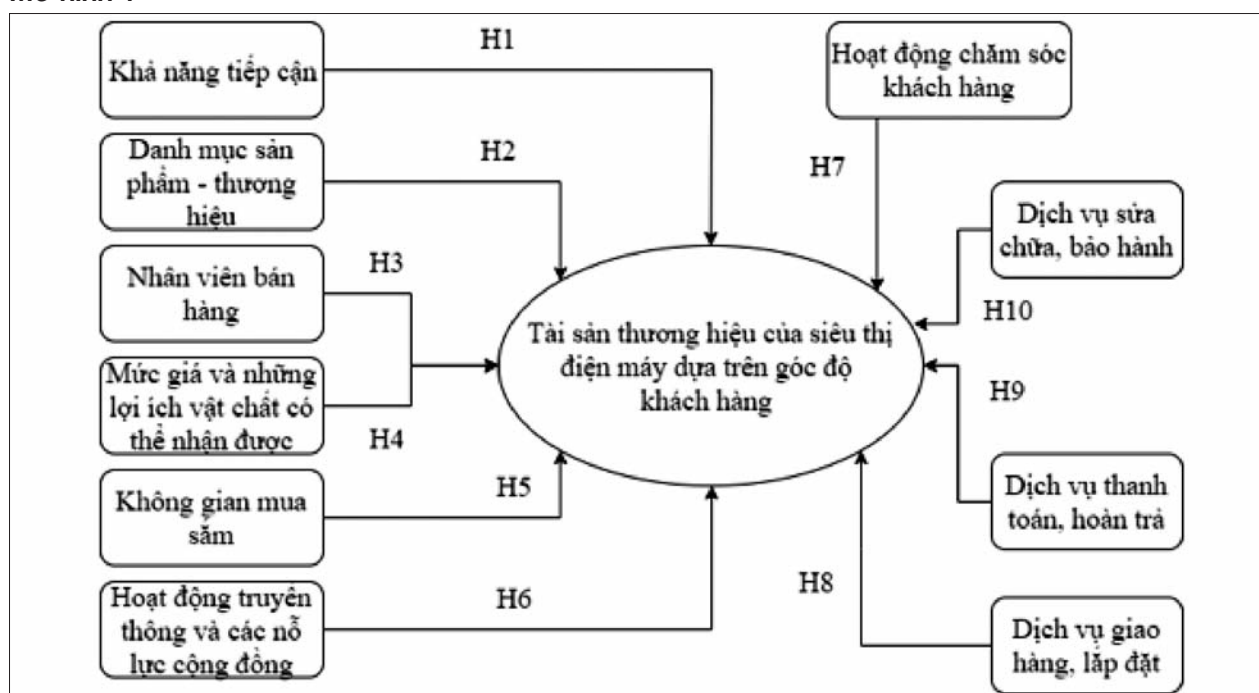
a) Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu chính được thu thập thông qua bảng câu hỏi. Trong bảng câu hỏi, ngoài phần thông tin của đáp viên và các câu hỏi sàng lọc, có 60 biến quan sát của tám biến độc lập và một biến phụ thuộc với thang đo Likert 5 điểm.

b) Mẫu nghiên cứu và thu thập dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất với phương pháp chọn mẫu thuận tiện để lựa chọn mẫu. Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng, do đó, kích thước mẫu phải gấp tối thiểu năm lần tổng số biến quan sát (Hair, 2010). Kích thước mẫu tối thiểu của nghiên cứu cần đạt được là 300.

Mô hình 1



3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Tỷ lệ các nhóm tuổi của đáp viên tham gia khảo sát tương đối đồng đều. Trong đó, nhóm tuổi từ 25 tuổi đến 34 tuổi có số lượng lớn nhất, với 91 người (chiếm 30.3%) gồm tỷ lệ chia đều cho đáp viên là nam giới và đáp viên là nữ giới. Đáp viên được tìm kiếm và lựa chọn rải đều ở các quận nội thành của thành phố Hà Nội. Sự tham gia của những đáp viên trong việc ra quyết định mua hàng tại siêu thị điện máy ở vai trò là người quyết định duy nhất chiếm 48.6%, trong khi đó là sự tham gia

cùng các thành viên khác trong gia đình để ra quyết định là 51.4%.

3.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

3.2.1. Hệ số Cronbach's Alpha

Để có thể giữ biến quan sát, kết quả của hệ số Cronbach 'Alpha của thang đo thành phần phải thỏa mãn cả 2 điều kiện: (1) tổng phương sai lớn hơn 0,3 (Đinh Bá Hùng Anh và Trần Nguyễn Hoàng Kim, 2017, tr.142); (2) Cronbach's Alpha nếu biến nhỏ hơn Cronbach's Alpha hiện tại. Dựa trên kết quả phân tích, bảng hệ số Cronbach's Alpha được biểu thị bằng những số liệu như Bảng 1

Bảng 1. Kết quả tính toán Cronbach's Alpha

Khả năng tiếp cận	Cronbach's Alpha = 0.773
Danh mục sản phẩm - thương hiệu	Cronbach's Alpha = 0.643
Nhân viên bán hàng	Cronbach's Alpha = 0.711
Mức giá sản phẩm và những lợi ích vật chất có thể nhận được	Cronbach's Alpha = 0.549
Không gian mua sắm	Cronbach's Alpha = 0.717
Hoạt động truyền thông và các nỗ lực với cộng đồng	Cronbach's Alpha = 0.288
Dịch vụ sửa chữa, bảo hành	Cronbach's Alpha = 0.718
Dịch vụ giao hàng, lắp đặt	Cronbach's Alpha = 0.674
Dịch vụ thanh toán, hoàn trả	Cronbach's Alpha = 0.912
Hoạt động chăm sóc khách hàng	Cronbach's Alpha = 0.677
Tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy	Cronbach's Alpha = 0.615

3.2.2. Đánh giá thông qua phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp trích xuất Phân tích thành phần chính với kỹ thuật xoay Varimax. Và những điều kiện để đáp ứng trong phân tích nhân tố bao gồm: (1) các giá trị tải nhân tố > 0,5; (2) $0,5 \leq$ hệ số KMO ≤ 1 ; (3) Kiểm định Bartlett < 0,5; (4) Eigenvalues > 1; (5) Tổng phương sai trích > ít nhất 50% (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2011).

Kết quả cho thấy, đối với biến độc lập, KMO có kết quả $0.773 > 0.5$, chứng tỏ với dữ liệu đang có thì sử dụng kỹ thuật phân tích nhân tố là phù hợp. Kiểm định Barlett có Sig. < 0.05 để bác bỏ giả thuyết H0: Hệ số tương quan của các biến trong ma trận tương quan bằng 0 (có nghĩa là các biến không có tương quan với nhau). 62.62% dữ liệu sẽ được diễn giải qua 7 nhân tố chung với giá trị Eigenvalues > 1. Với kết quả này phân tích nhân tố là phù hợp.

Đối với biến phụ thuộc, Hệ số KMO = $0.76 > 0.5$, Kiểm định Barlett có Sig. < 0.05, Tổng phương sai trích = 59.851% (>50%). Kết quả này cho phép có thể kết luận số nhân tố được rút trích và tổng phương sai trích đều đã đạt được điều kiện, thang đo của biến phụ thuộc đã có giá trị hội tụ.

Từ đây, có thể kết luận rằng phân tích nhân tố khám phá EFA phù hợp để sử dụng phân tích cho mô hình nghiên cứu và bộ dữ liệu của nghiên cứu. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cũng cho thấy giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo ở mức khá, từ đó, cho phép kết luận rằng thang đo này là phù hợp. Mô hình nghiên cứu sau hiệu chỉnh được thể hiện như sau: (Mô hình 2).

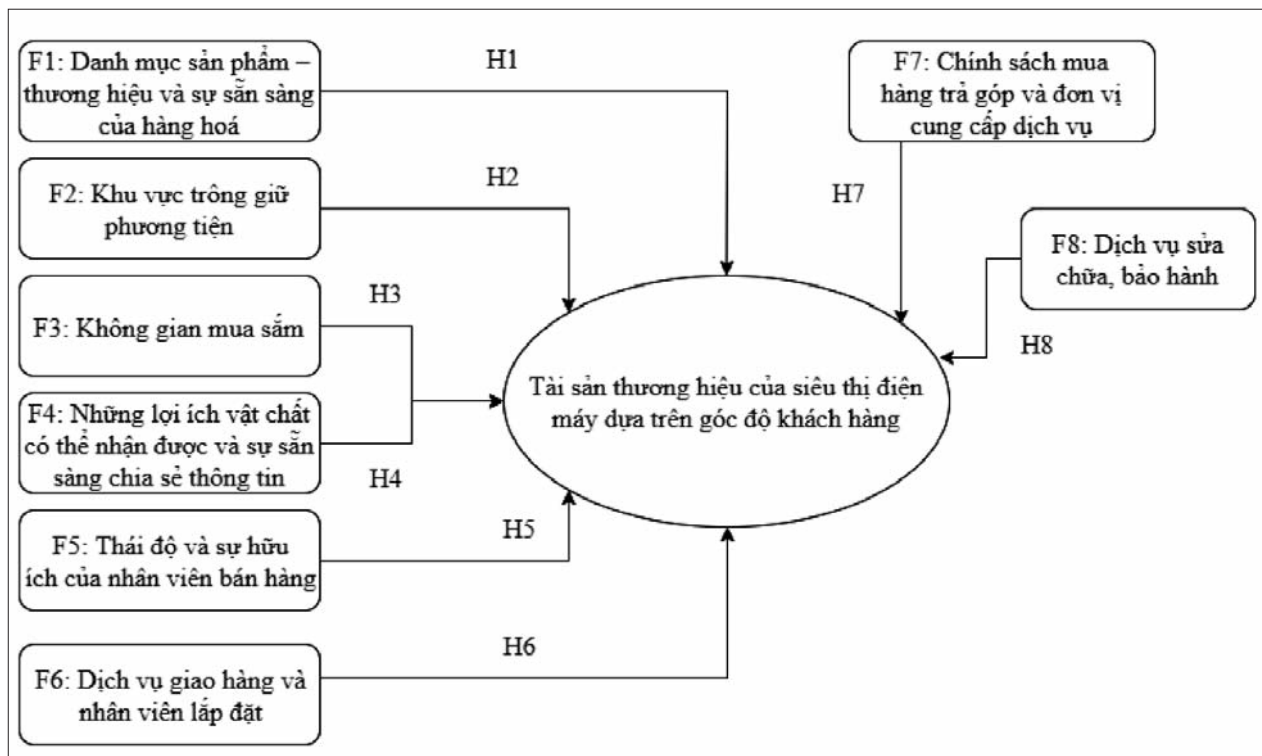
3.2.3. Kiểm định sự khác biệt trung bình mẫu bằng kiểm định mô hình ANOVA One way và T-test

Kiểm định sự khác biệt trung bình mẫu bằng mô hình ANOVA One Way và T-test với mục đích tìm hiểu xem có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy giữa các nhóm đối tượng khác nhau hay không. Kết quả cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm tuổi, nhóm thu nhập, nghề nghiệp, các thương hiệu siêu thị điện máy đã mua và trải nghiệm, giới tính về tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy dưới góc độ khách hàng người tiêu dùng.

3.2.4. Kiểm định các giả thuyết

Để tiến hành kiểm định giả thuyết, mô hình hồi quy bội được sử dụng để kiểm tra và giải thích lý thuyết nhân quả. Trong nghiên cứu này, hồi quy tuyến tính bội là phương pháp thích hợp để xác nhận các giả thuyết. Bảng kết quả hệ số chuẩn hóa

Mô hình 2



Bảng 2. Kết quả hệ số chuẩn hóa

Giả thuyết	Hệ số chuẩn hóa	t	Sig	Tương quan		Kết luận
				Từng phần	Bán phần	
H1	.125	2.518	.013	.186	.112	Chấp nhận
H2	.184	3.526	.001	.256	.156	Chấp nhận
H3	.238	4.523	.000	.322	.201	Chấp nhận
H4	.197	4.155	.000	.298	.184	Chấp nhận
H5	.235	4.685	.000	.332	.208	Chấp nhận
H6	.222	3.909	.000	.282	.173	Chấp nhận
H7	.004	.090	.928	.007	.004	Bác bỏ
H8	.178	3.439	.001	.250	.153	Chấp nhận

cho thấy biến F7 (Chính sách mua hàng trả góp và đơn vị cung cấp dịch vụ tin cậy) có Sig. > 0.05 cho thấy mức độ tác động đối với biến phụ thuộc là không có ý nghĩa thống kê. Như vậy, giả thuyết H7 bị bác bỏ. (Bảng 2)

Từ đây, mô hình với các giả thuyết được chấp nhận và hệ số chuẩn hóa của từng yếu tố tác động tới tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy trên địa bàn thành phố Hà Nội được thể hiện ở Mô hình 3.

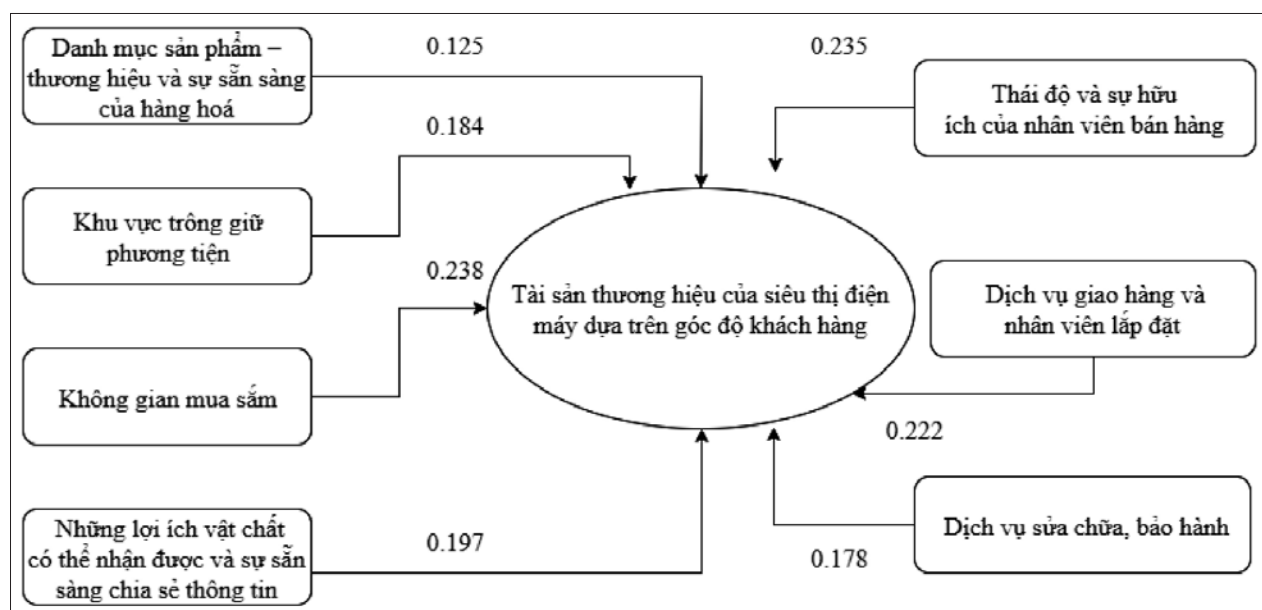
Từ các kết quả trên, một số tuyên bố được đưa ra như sau:

*Tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy dựa trên góc độ khách hàng = 0.125 * Danh mục sản phẩm - thương hiệu và sự sẵn sàng của hàng hoá + 0.184 * Khu vực trưng giữ phương tiện + 0.238 * Không gian mua sắm + 0.197 * Những lợi ích vật chất có thể nhận được và sự sẵn sàng chia sẻ thông tin + 0.235 * Thái độ và sự hữu ích của nhân viên bán hàng + 0.222 * Dịch vụ giao hàng và nhân viên lắp đặt + 0.178 * Dịch vụ sửa chữa, bảo hành*

*phương tiện + 0.238 * Không gian mua sắm + 0.197 * Những lợi ích vật chất có thể nhận được và sự sẵn sàng trong chia sẻ thông tin + 0.235 * Thái độ và sự hữu ích của nhân viên bán hàng + 0.222 * Dịch vụ giao hàng và nhân viên lắp đặt + 0.178 * Dịch vụ sửa chữa, bảo hành.*

Trong phương trình này, không gian mua sắm có ảnh hưởng quan trọng tới cảm nhận của khách hàng. Theo kết quả nghiên cứu, không gian mua sắm là yếu tố có tác động mạnh nhất đến tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy trên địa bàn thành phố Hà Nội (+0.238). Việc thiết kế vị trí các quầy/ kệ của các nhóm ngành hàng, bố trí lối đi và sử dụng màu sắc, âm nhạc, mùi thơm trong không gian của siêu thị điện máy có thể tác động lớn đến

Mô hình 3



tâm trạng và cảm xúc của khách hàng, từ đó tăng cơ hội khách hàng “chốt” đơn hàng tại ngay thời điểm đó. Phỏng vấn ông Nguyễn Anh Đức - Giám đốc Marketing của hệ thống Siêu thị Điện máy Pico, ông cho rằng “điều quan trọng là khiến khách hàng thoải mái nhất trong lúc ghé thăm để có thể tác động đến việc ra quyết định mua hàng của họ”. Thái độ và sự hữu ích của nhân viên bán hàng là yếu tố có mức độ tác động lớn tiếp theo (+0.235) cho thấy trình độ và kỹ năng của nhân viên bán hàng - những người tiếp xúc trực tiếp và là những người có thời gian trao đổi nhiều nhất với khách hàng - có thể là một yếu tố khiến cho khách hàng trở nên có thiện cảm hoặc không thiện cảm với siêu thị điện máy. Dịch vụ giao hàng và nhân viên lắp đặt là yếu tố có mức độ tác động lớn thứ ba (+0.222) đến tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy. Kết quả đáng chú ý của nghiên cứu này đó là sự ảnh hưởng của Danh mục sản phẩm - thương hiệu có mức độ tác động thấp nhất (+0.125) đến tài sản thương hiệu của siêu thị điện máy. Điều này có thể phần nào cho thấy sự khác biệt giữa danh mục sản phẩm kinh doanh của đơn vị bán lẻ sản phẩm điện máy hiện nay trên địa bàn thành phố Hà Nội không còn quá lớn. Thêm vào đó, khách hàng lựa chọn điểm mua hàng không chỉ đơn thuần dựa vào các sản phẩm được chào bán mà dựa vào những yếu tố mang tính vô hình hơn.

4. Kết luận

Nhìn chung, các siêu thị điện máy trên địa bàn thành phố Hà Nội (Pico, HC, Mediamart và Điện máy Xanh) đã có tài sản thương hiệu của riêng mình trong tâm trí người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Hà Nội. Tài sản thương hiệu có thể được xác định bằng các phản ứng khác biệt của người tiêu dùng đối với các chương trình marketing của thương hiệu đó. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, người tiêu dùng được khảo sát đã có sự hài lòng, tin tưởng và sẽ cân nhắc siêu thị điện máy trở thành điểm đến tin cậy để mua hàng khi họ có nhu cầu, quan trọng hơn nữa là họ có thể sẽ giới thiệu cho bạn bè, người thân quen của mình về siêu thị điện máy đó.

Thành công của các siêu thị điện máy đã tạo được nhận biết thương hiệu đối với người tiêu dùng. Sự nhận biết thương hiệu này được đo lường bằng

khả năng người tiêu dùng có thể nhận ra và gọi tên thương hiệu đó hay không. Kết quả khảo sát đã cho thấy, các đáp viên đều có khả năng nhận biết và gọi tên thương hiệu của những siêu thị điện máy họ biết trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Hạn chế về xác định định vị thương hiệu, hoạt động truyền thông thương hiệu bên ngoài tổ chức. Có thể nhận xét, đến thời điểm hiện tại, các siêu thị điện máy đã gần như không còn cần thực hiện kế hoạch liên quan đến việc nâng cao nhận biết thương hiệu của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Hà Nội. Đó là vì trong gần 20 năm xuất hiện mô hình bán lẻ dạng siêu thị chuyên doanh (đối với sản phẩm điện tử - điện máy), người tiêu dùng, đặc biệt tại các đô thị lớn như thành phố Hà Nội, đều đã biết về các siêu thị điện máy như là một kênh bán lẻ đối với các sản phẩm tiêu dùng lâu bền có giá trị kinh tế cao. Tuy nhiên, nếu chỉ đơn thuần là việc nhận biết thương hiệu thì sẽ không thể đủ sức níu giữ khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới đến không gian mua sắm trực tiếp của siêu thị điện máy. Vì thế, cần sự thể hiện nhiều hơn của các siêu thị điện máy, hay chính là việc truyền thông về những điểm khác biệt của siêu thị điện máy, nhằm tạo những liên tưởng thương hiệu độc đáo, phù hợp và đủ mạnh để siêu thị điện máy luôn có thể là một lựa chọn cân nhắc trong quá trình mua hàng của người tiêu dùng. Các chuỗi siêu thị điện máy chưa có hoạt động xác lập định vị thương hiệu đầy đủ và đúng trọng tâm. Việc lạm dụng yếu tố giá trong thời gian qua đã đặt các siêu thị điện máy vào trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt hơn bao giờ hết. Chính vì vậy, lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu siêu thị điện máy còn khá hạn chế và khả năng khách hàng chuyển đổi sang đối thủ cạnh tranh khác là rất cao khi đối thủ cạnh tranh đó có những chào hàng tốt hơn. Bên cạnh đó, với lượng khách hàng chuyển đổi cao, lượng khách hàng trung thành thấp, các chuỗi siêu thị điện máy sẽ còn phải đối mặt với “quyền lực của nhà sản xuất” và không thể khai thác được “sức mạnh của nhà bán lẻ” khi đàm phán về hàng hóa (từ loại hàng hóa, giá nhập, chính sách của nhà bán lẻ, chính sách bảo hành của nhà sản xuất và các chính sách hỗ trợ khác) ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Aaker D.A. (1991), *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*, Free Press; Maxwell Macmillan Canada; Maxwell Macmillan International, New York: Toronto: New York.

2. Đinh Bá Hùng Anh và Tô Ngọc Hoàng Kim (2017), *Nghiên cứu khoa học trong kinh tế - xã hội*, Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Trần Hải Đăng (2016), “Thị trường bán lẻ Việt Nam với dư địa tăng trưởng lớn, đầy hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài”, trình bày tại Hội nghị Ngành Bán lẻ Việt Nam bước chân vào thế giới phẳng: Cơ hội hay thách thức, Truy cập ngày 10/4/2018, <https://mwg.vn/tuong-thuat-nganh-ban-le-viet-nam-buoc-chan-vaio-the-gioi-phang-co-hoi-hay-thach-thuc/>
4. Hair, J.F. (Ed.), 2010. *Multivariate data analysis, 7th ed. ed.* Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
5. Keller, K.L., 2013. *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity, 4th ed. ed.* Pearson, Boston.
6. Keller, K.L., 1993. *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. Journal of Marketing* 57, 1. <https://doi.org/10.2307/1252054>
7. Schmitt, B., 2012. *The consumer psychology of brands. Journal of Consumer Psychology* 22, 7–17. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.09.005>
8. Swoboda, B., Weindel, J., H#lsig, F., 2016. *Predictors and effects of retail brand equity - A cross-sectoral analysis. Journal of Retailing and Consumer Services* 31, 265–276. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.04.007>
9. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc., 2011. *Thống kê ứng dụng trong kinh tế - xã hội*. Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.

Ngày nhận bài: 11/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 1/2/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THU HƯƠNG

Bộ môn Quản trị thương hiệu, Trường Đại học Thương mại

EVALUATING THE BRAND PROPERTY OF ELECTRONICS SUPERMARKETS LOCATED IN HANOI FROM THE VIEW OF CONSUMERS

● Master. **NGUYEN THU HUONG**

Department of Brand Management

Thuongmai University

ABSTRACT:

Brand property is a research topic that has received the attention of many researchers around the world since the 1980s and the research objects about brand property have also been expanded to many different type of businesses. This study is to understand the factors of retail marketing and the impact of these factors on how consumers choose electronics supermarkets to buy goods in Hanoi. The quantitative research and qualitative data methods were used in this study to find out important factors that electronics supermarkets should pay more attention to. Based on the study's result, a number of proposals were made to help electronics supermarkets located in Hanoi emphasize their brand properties in the minds of consumers.

Keywords: Brand property, retail business, electronics supermarket.

ĐỀ XUẤT KHUNG PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH PHÙ HỢP VỚI DOANH NGHIỆP KHAI THÁC THAN THUỘC TẬP ĐOÀN CÔNG NGHIỆP THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM (TKV)

● LÊ ĐÌNH CHIỀU - ĐẶNG HUY THÁI
- NGUYỄN NGỌC KHÁNH - NGUYỄN VĂN THƯỜNG

TÓM TẮT:

Phân tích môi trường kinh doanh, bao gồm môi trường bên ngoài và nội bộ doanh nghiệp là nội dung quan trọng trong công tác kế hoạch của doanh nghiệp và là căn cứ trực tiếp để xây dựng kế hoạch (bao gồm cả kế hoạch chiến lược và kế hoạch tác nghiệp) của doanh nghiệp. Tuy nhiên hiện nay các doanh nghiệp khai thác than thuộc Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV) chưa quan tâm nhiều đến việc thực hiện hoạt động này một cách bài bản. Thông qua bài viết, nhóm nghiên cứu sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu như nghiên cứu lý thuyết, khảo sát thực tế...; trên cơ sở tìm hiểu những đặc trưng của doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV, đề xuất khung phân tích môi trường kinh doanh phù hợp với các doanh nghiệp này.

Từ khóa: Khung phân tích, môi trường kinh doanh, doanh nghiệp khai thác than, Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV).

1. Đặt vấn đề

Phân tích môi trường kinh doanh là hoạt động nhằm mục đích tìm ra cơ hội, nguy cơ từ môi trường bên ngoài và điểm mạnh, điểm yếu trong nội bộ doanh nghiệp. Việc phân tích được thực hiện với các dữ liệu quá khứ để chỉ ra xu hướng, làm cơ sở cho dự báo biến động của môi trường kinh doanh trong tương lai. Từ những dự báo này, doanh nghiệp sẽ xác định các mục tiêu (dài hạn và ngắn hạn) và các kế hoạch hành động cho mình (kế hoạch chiến lược và kế hoạch tác nghiệp).

Điều này càng có ý nghĩa trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và cách mạng công nghệ 4.0 hiện nay, khi mà môi trường kinh doanh biến đổi rất mau lẹ, khôn lường. Hiện nay tại các doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV, công tác kế hoạch chủ yếu được thực hiện dựa theo các hướng dẫn của TKV và tình hình thực tế tại doanh nghiệp. Các doanh nghiệp này chưa quan tâm nhiều đến hoạt động phân tích môi trường kinh doanh. Điều này sẽ làm giảm hiệu quả của công tác kế hoạch do thiếu căn cứ cần thiết (kết quả phân tích và dự báo biến

động của môi trường kinh doanh). Do đó, doanh nghiệp cần phải triển khai thực hiện việc phân tích môi trường với đầy đủ các nội dung để phát huy tối đa hiệu quả của hoạt động này.

2. Đề xuất khung phân tích môi trường phù hợp với doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV

2.1. Một số đặc trưng của doanh nghiệp khai thác than ảnh hưởng đến công tác kế hoạch

Mỗi lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh đều có những đặc trưng ảnh hưởng đến hoạt động quản trị nói chung và công tác kế hoạch nói riêng. Đối với doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV, khi phân tích môi trường kinh doanh để thực hiện công tác kế hoạch, cần lưu ý đến một số đặc trưng:

- Doanh nghiệp khai thác than khai thác nguồn tài nguyên trong lòng đất, do đó, hoạt động sản xuất - kinh doanh cũng như hiệu quả của hoạt động này chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi điều kiện mỏ địa chất tự nhiên của vỉa than;

- Diện sản xuất của các doanh nghiệp này thay đổi nhanh và khó dự báo chính xác, phụ thuộc nhiều vào kết quả và chất lượng của công tác thăm dò địa chất;

- Doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV đều là các doanh nghiệp quy mô lớn, khối lượng công việc nhiều; bao gồm nhiều đơn vị, nhiều bộ phận với chức năng chuyên môn hóa. Hoạt động quản trị nói chung và công tác kế hoạch nói riêng cần phải kết nối được các bộ phận, các đơn vị này.

- Thị trường Than Việt Nam giai đoạn hiện nay

cũng có những biến động lớn. Việc Tổng công ty Than Đông Bắc - Bộ Quốc phòng tách ra hoạt động độc lập với TKV, cùng với sự tham gia khai thác than của một số doanh nghiệp ngoài TKV đã phá vỡ thế độc quyền trong việc sản xuất than của TKV. Bên cạnh đó, do nhu cầu tiêu thụ than trong nước ngày càng tăng, trong khi trữ lượng than hiện tại đang giảm theo quá trình khai thác dẫn đến việc nhiều doanh nghiệp Việt Nam phải nhập khẩu than từ nước ngoài để đáp ứng nhu cầu nội địa. Như vậy, hiện nay thị trường than Việt Nam có rất nhiều chủ thể tham gia cả vào hoạt động khai thác và nhập khẩu than, làm cho thị trường này ngày càng sôi nổi.

- Bên cạnh đó, cùng với đặc trưng của mô hình công ty mẹ - công ty con trong TKV cũng như sự khác biệt về điều kiện mỏ địa chất giữa các doanh nghiệp khai thác than khác nhau trong TKV dẫn đến việc TKV chi phối, can thiệp tương đối lớn vào hoạt động của các doanh nghiệp khai thác than.

2.2. Khung phân tích môi trường kinh doanh của các doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV

Từ nội dung cơ bản của việc phân tích môi trường kinh doanh, đồng thời có phản ánh, tính đến những đặc trưng của doanh nghiệp khai thác than kể trên; để đảm bảo việc phân tích môi trường có trọng tâm và hiệu quả, nhóm nghiên cứu đề xuất khung phân tích môi trường kinh doanh phù hợp với doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV như trong Bảng 1.

Bảng 1. Khung phân tích môi trường kinh doanh phù hợp với doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV

Thành tố môi trường	Nội dung phân tích
A. MÔI TRƯỜNG BÊN NGOÀI	
I. MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ	
1. Môi trường chính trị - pháp luật	
a. Môi trường chính trị	- Mối quan hệ ngoại giao (tác động đến hoạt động xuất, nhập khẩu than; nhập khẩu máy móc thiết bị; thu hút đầu tư nước ngoài; và đầu tư khai thác than ở nước ngoài (nếu có)).
b. Môi trường pháp luật	- Các luật, bộ luật có tác động trực tiếp đến doanh nghiệp khai thác than: Bộ luật lao động; luật tài nguyên; luật bảo vệ môi trường và các luật khác có liên quan đến doanh nghiệp như luật doanh nghiệp, các luật thuế, luật đầu tư, luật thương mại... (quan tâm đến những điều, khoản trực tiếp ảnh hưởng đến doanh nghiệp khai thác than). - Luật quốc tế, các công ước quốc tế có tác động đến Việt Nam và có liên quan đến hoạt động khai khoáng như vấn đề tài nguyên, môi trường, sử dụng lao động...

Thành tố môi trường	Nội dung phân tích
2. Môi trường kinh tế	<ul style="list-style-type: none"> - Sự phát triển của các ngành kinh tế của nền kinh tế quốc dân và tác động đến ngành Than; - Một số biến kinh tế vĩ mô liên quan đến doanh nghiệp khai thác than như tốc độ tăng trưởng kinh tế, lãi suất ngân hàng, tỷ giá hối đoái, tỷ lệ thất nghiệp, lạm phát...
3. Môi trường văn hóa - xã hội	
a. Môi trường văn hóa	- Tác động của văn hóa vùng miền đến người lao động
b. Môi trường xã hội	<ul style="list-style-type: none"> - Sự phát triển của xã hội và tác động đến nhu cầu, mức hưởng thụ của người lao động; - Việc thu hút lao động của các khu vực kinh tế, các doanh nghiệp khác bằng thu nhập, điều kiện làm việc, phúc lợi...
4. Môi trường công nghệ	<ul style="list-style-type: none"> - Các công nghệ khai thác than và khả năng áp dụng trong điều kiện của Việt Nam; - Xu hướng đổi mới công nghệ; chu kỳ công nghệ liên quan đến hoạt động khai thác, chế biến than.
5. Môi trường tự nhiên	<ul style="list-style-type: none"> - Trữ lượng tài nguyên thăm dò đến thời điểm hiện tại và dự kiến thăm dò trong tương lai; - Vấn đề tổn thất tài nguyên và hướng khắc phục; - Vấn đề cạn kiệt tài nguyên và ô nhiễm môi trường; - Nguồn năng lượng thay thế và tác động đến ngành Than; - Vấn đề thời tiết, khí hậu và những ảnh hưởng đến hoạt động khai thác, chế biến than. - Biến đổi khí hậu và tác động đến hoạt động khai thác, chế biến than.
II. MÔI TRƯỜNG NGÀNH (HAY MÔI TRƯỜNG CẠNH TRANH)	
1. Khách hàng	<ul style="list-style-type: none"> - Doanh nghiệp giao than qua đầu mối nào của Tập đoàn; - Khả năng nhận than của các đầu mối; - Kinh nghiệm và khả năng phối hợp kinh doanh giữa doanh nghiệp và đầu mối tiêu thụ; - Quyền hạn và khả năng tìm kiếm các khách hàng lẻ để tự tiêu thụ của doanh nghiệp.
2. Nhà cung cấp	<ul style="list-style-type: none"> - Những nhà cung cấp nào là chỉ định của Tập đoàn. Khả năng cung ứng kịp thời của họ; kinh nghiệm và khả năng phối hợp kinh doanh của các nhà cung cấp đó với doanh nghiệp; - Những yếu tố đầu vào nào doanh nghiệp được chủ động trong việc cung ứng; các nhà cung cấp nào có khả năng cung ứng những yếu tố đó và khả năng cung ứng, uy tín, cũng như mối quan hệ của họ đối với doanh nghiệp
3. Đối thủ cạnh tranh hiện tại	<ul style="list-style-type: none"> - Khả năng cạnh tranh của các đối thủ trong việc thu hút các yếu tố đầu vào, đặc biệt là lao động; - Khả năng cạnh tranh (về số lượng, chất lượng, giá cả) của các doanh nghiệp ngoài TKV và doanh nghiệp nhập khẩu than (doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV thực chất là một đơn vị kinh doanh của Tập đoàn nên về cơ bản không có đối thủ cạnh tranh về tiêu thụ trong nội bộ TKV).
4. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn	- Những doanh nghiệp nào đang có ý định tham gia vào khai thác, nhập khẩu than và những nguồn lực, năng lực cạnh tranh của họ.
5. Sản phẩm thay thế	- Nhận diện những sản phẩm thay thế than và khả năng phát triển những sản phẩm thay thế đó ở Việt Nam hiện tại và trong tương lai.

Thành tố môi trường	Nội dung phân tích
B. ĐÁNH GIÁ NỘI BỘ DOANH NGHIỆP	
1. Đánh giá các nguồn lực	- Đánh giá các nguồn lực của doanh nghiệp như nhân lực, nguồn lực tài chính, công nghệ, thông tin...
2. Phân tích hoạt động kinh doanh	- Phân tích tình hình cung ứng và sử dụng các yếu tố đầu vào: Phân tích tình hình sử dụng lao động; phân tích tình hình sử dụng TSCĐ; phân tích tình hình cung ứng và dự trữ vật tư; - Phân tích hoạt động sản xuất; - Phân tích chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm; - Phân tích tình hình tiêu thụ; lợi nhuận; - Phân tích tình hình tài chính.
3. Phân tích hoạt động của các bộ phận chức năng	- Phân tích các hoạt động quản trị theo lĩnh vực như quản trị sản xuất (các bộ phận về công nghệ sản xuất, điều độ sản xuất...); quản trị nhân lực; quản trị tài chính; quản trị chi phí; công tác nghiên cứu và phát triển...

Nguồn: Đề xuất của nhóm nghiên cứu

3. Triển khai thực hiện phân tích môi trường kinh doanh tại doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV

Hoạt động phân tích môi trường kinh doanh cần được tiến hành thường xuyên, ít nhất hai lần trong một năm. Một lần được thực hiện vào thời điểm giữa năm làm cơ sở xây dựng kế hoạch cho năm tiếp theo; một lần thực hiện vào thời điểm cuối năm làm căn cứ triển khai thực hiện kế hoạch trong năm tiếp theo. Chủ thể phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp là các nhà quản trị cấp cao của doanh nghiệp, với sự trợ giúp của các bộ phận phòng ban chức năng. Phòng Kế hoạch chủ trì việc tổng hợp phân tích, viết báo cáo. Sử dụng ma trận SWOT để tổng hợp kết quả phân tích.

Quy trình phân tích môi trường kinh doanh được thực hiện theo các bước:

Bước 1. Lập kế hoạch phân tích để có cơ sở triển khai thực hiện các công việc một cách chặt chẽ và đầy đủ. Kế hoạch phân tích cần chỉ ra các công việc phải thực hiện, các nguồn lực cần thiết để thực hiện các công việc đó.

Bước 2. Chuẩn bị các nguồn lực cần thiết để thực hiện hoạt động phân tích một cách thuận tiện và hiệu quả. Một số nguồn lực cần phải chuẩn bị như các tài liệu, thông tin, công cụ, nhân lực và các nguồn lực khác để thực hiện hoạt động phân tích.

Bước 3. Tiến hành phân tích. Ở nội dung này, doanh nghiệp cần thực hiện:

- Phân tích môi trường bên ngoài để dự báo các cơ hội và nguy cơ đối với doanh nghiệp trong tương lai;
- Đánh giá nội bộ doanh nghiệp để thấy được

những điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp và khả năng tận dụng các cơ hội, né tránh các nguy cơ từ môi trường bên ngoài.

Bước 4. Tổng hợp, lập báo cáo phân tích. Từ kết quả phân tích, tiến hành tổng hợp và lập báo cáo phân tích. Báo cáo phân tích cần chỉ ra được các nội dung:

- Tổng hợp các cơ hội, nguy cơ từ môi trường bên ngoài;
- Tổng hợp những điểm mạnh, điểm yếu, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp;
- Dự kiến các mục tiêu, phương án kế hoạch (kế hoạch chiến lược và kế hoạch tác nghiệp) có thể triển khai hiệu quả.

Sau khi xây dựng xong báo cáo phân tích, có thể tổ chức hội nghị phân tích để tranh thủ thêm các ý kiến của các bên liên quan và các chuyên gia; đồng thời cũng để phổ biến thông tin từ kết quả phân tích cho các cá nhân, bộ phận hữu quan trong doanh nghiệp.

4. Kết luận

Thông qua bài viết, nhóm nghiên cứu đã phân tích, chỉ ra những đặc trưng của doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV, để từ đó đưa ra khung phân tích môi trường phù hợp với các doanh nghiệp này. Bài viết cũng đề xuất quy trình các bước thực hiện việc phân tích môi trường tại các doanh nghiệp khai thác than thuộc TKV. Phân tích môi trường kinh doanh là một khâu, một công đoạn trong công tác kế hoạch; do đó, cần được thực hiện đồng bộ trong mối quan hệ với các hoạt động, các khâu khác của công tác kế hoạch để đảm bảo công tác kế hoạch đạt hiệu quả cao nhất ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ngô Kim Thanh và cộng sự (2012). *Giáo trình Quản trị chiến lược*. NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
2. Bùi Đức Tuân và cộng sự (2005). *Giáo trình Kế hoạch kinh doanh*. NXB Lao động - Xã hội.
3. Nghị định số 105/2018/NĐ-CP ngày 08 tháng 8 năm 2018 của Chính phủ ban hành điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam.
4. Công văn số 4295/TKV-KH của TKV về việc Hướng dẫn xây dựng kế hoạch phối hợp kinh doanh năm 2019.

Ngày nhận bài: 20/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/2/2020

Thông tin tác giả:

1. NCS.ThS. LÊ ĐÌNH CHIÊU

2. TS. ĐẶNG HUY THÁI

3. PGS.TS. NGUYỄN NGỌC KHÁNH

4. ThS. NGUYỄN VĂN THƯỜNG

Khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Mỏ - Địa chất

**PROPOSING THE FRAMEWORK FOR ANALYZING
BUSINESS ENVIROMENT WHICH IS SUITBALE
FOR COAL MINING ENTERPRISES UNDER VINACOMIN**

- Ph.D's student, Master. **LE DINH CHIEU**
- Ph.D **DANG HUY THAI**
- Assoc.Prof.Ph.D **NGUYEN NGOC KHANH**
- Master. **NGUYEN VAN THUONG**

Faculty of Economics - Business Administration
Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

Analyzing business environment, including external and internal business environment, is an important work in the enterprise's planning and a direct basis for making plans, including strategic plans and operational plans, of businesses. However, coal mining enterprises under Vietnam National Coal - Mineral Industries Holding Corporation Limited (Vinacomin) have not paid much attention to the business environment analysis as well as do this work in a methodical manner. This study was conducted by using a combination of research methods such as theoretical research and field surveys. By understanding the characteristics of coal mining enterprises under Vinacomin, this study proposes a framework for analyzing business environment which is suitable for these enterprises.

Keywords: Analytical framework, business environment, coal mining enterprise, Vietnam National Coal -Mineral Industries Holding Corporation Limited (Vinacomin).

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA SMARTPHONE CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở QUẬN NINH KIỀU, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

● NGUYỄN VĂN QUẢN - LÊ NGUYỄN ĐOAN KHÔI

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện để khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone: Trường hợp nghiên cứu người tiêu dùng ở quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ. Dựa trên cơ sở thuyết về hành động hợp lý, thuyết về hoạch định hành vi và các thuyết về nhu cầu, kết hợp với nghiên cứu định tính nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 8 nhân tố: Sự thuận tiện, Ảnh hưởng xã hội, Tính năng sản phẩm, Thương hiệu, Sự phụ thuộc, Giá cả, Dịch vụ hậu mãi và Giá trị cảm nhận có ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng. Phương pháp nghiên cứu gồm nghiên cứu định tính và định lượng. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá cho thấy thang đo sử dụng trong nghiên cứu là phù hợp. Nghiên cứu đã khám phá 4 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone bao gồm: Giá cả, Tính năng sử dụng, Sự thuận tiện và Thương hiệu.

Từ khóa: Smartphone, quyết định mua, quận Ninh Kiều.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thông tin liên lạc là một trong những nhu cầu cực kỳ quan trọng và gần như không thể thiếu đối với cuộc sống. Nhu cầu liên lạc giúp con người nắm bắt nhanh chóng các thông tin, sự kiện, thế giới xung quanh. Chính vì thế, điện thoại giữ vai trò quan trọng trong cuộc sống con người. Trước đây, chúng ta chỉ sử dụng điện thoại để gọi điện hay gửi các tin nhắn văn bản. Ngày nay, điện thoại thông minh (smartphone) ra đời đã tạo nên một bước đột phá trong cuộc cách mạng thông tin liên lạc. Với smartphone, ngoài việc gọi điện và nhắn tin chúng ta còn thực hiện được rất nhiều tính năng khác như: game, email, mạng xã hội, bản đồ,

thời tiết, chụp hình, quay phim và nhiều ứng dụng khác. Thương mại di động cũng ngày càng trở nên phổ biến, các trang web di động phát triển nhanh chóng. Smartphone trở thành một người bạn đồng hành không thể tách rời với con người trong cuộc sống, công việc và giải trí trong thời đại mới. Ở Việt Nam, thị trường công nghệ số, đặc biệt là lĩnh vực kinh doanh điện thoại di động đang có sự phát triển nhanh chóng và ngày càng cạnh tranh mạnh mẽ. Các sản phẩm smartphone của nhiều hãng sản xuất điện thoại danh tiếng trên thế giới như: Apple, Samsung, Nokia, Sony, LC, Oppo,... liên tục ra mắt với những kiểu dáng và thông số phần cứng đa dạng. Điều này làm cho người tiêu dùng

thông thường không có nhiều kiến thức về công nghệ cảm thấy rất phân vân khi quyết định mua cho mình một điện thoại mới. Đối với các nhà cung cấp, để duy trì tốc độ tăng trưởng và tăng cường vị thế cạnh tranh thì sự thấu hiểu về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng là rất quan trọng.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Quyết định mua sắm của người tiêu dùng

Mô hình hành vi của người tiêu dùng đề xuất rằng hành vi mua hàng của người tiêu dùng thường trải qua 5 giai đoạn trước và sau khi mua bao gồm nhận biết nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá các lựa chọn thay thế, quyết định mua hàng và hành vi mua hàng (Kotler và Keller, 2012). Ra quyết định có thể được phân thành 3 loại khác nhau, ra quyết định danh nghĩa, ra quyết định hạn chế và ra quyết định mở rộng. Đây là sự tham gia mua hàng của người tiêu dùng đo lường mối quan tâm hoặc quan tâm đến quá trình mua hàng. Ra quyết định danh nghĩa thường xảy ra khi người tiêu dùng mua sản phẩm có sự tham gia thấp, chi phí thấp và sản phẩm quen thuộc thường được mua. Ra quyết định hạn chế nằm giữa việc ra quyết định danh nghĩa và mở rộng, liên quan đến tìm kiếm bên ngoài hạn chế. Trong khi đó, việc ra quyết định mở rộng thông thường sẽ thuộc về sản phẩm có sự tham gia cao; có lẽ sản phẩm đắt tiền và sản phẩm xa lạ. Việc tìm kiếm thêm thông tin sẽ cần phải được thực hiện và xem xét cẩn thận các thuộc tính. Ngoài ra, đối với các loại sản phẩm khác nhau có mức độ tham gia khác nhau, người tiêu dùng có các loại hành vi quyết định mua khác nhau, cụ thể là hành vi mua phức tạp, hành vi mua giảm bất đồng, hành vi mua theo thói quen và hành vi mua hàng đa dạng.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Từ các học thuyết về hành vi, thái độ và nhu cầu của con người, nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng và các nghiên cứu có liên quan. Tác giả kế thừa có chọn lọc mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone và từ đó đề xuất mô hình nghiên cứu với 8 nhân tố, cụ thể như sau: (1) Sự thuận tiện, (2) Ảnh hưởng xã hội, (3) Tính năng sản phẩm, (4) Thương hiệu, (5) Sự phụ thuộc, (6) Giá cả, (7) Dịch vụ hậu mãi và (8) Giá trị cảm nhận được xem xét là phù hợp với đề tài nghiên cứu.

2.3. Giả thuyết nghiên cứu

2.3.1. Sự thuận tiện (Convenience-C)

Sự thuận tiện đề cập đến một tình huống mà các công việc được đơn giản hóa, dễ dàng và có thể được thực hiện với ít nỗ lực hơn mà không khó chịu hoặc khó khăn. Sự thuận tiện trong smartphone có thể đề cập đến khả năng sử dụng smartphone mọi lúc, mọi nơi mà không cần phải chuyển smartphone trong một máy cố định (Ding et al., 2011). Smartphone là một thiết bị hoạt động mạnh mẽ như một máy tính xách tay, giữ mọi thứ như tài liệu, hình ảnh, trò chơi và ứng dụng khác. Các nghiên cứu trước đây đã tìm thấy sự thuận tiện là một nhân tố quyết định quan trọng ảnh hưởng đến việc mua của người tiêu dùng.

2.3.2. Ảnh hưởng xã hội (Social Influence-SI)

Theo Rashotte (2007), ảnh hưởng xã hội là về việc thay đổi cảm xúc, thái độ, suy nghĩ và hành vi, bị ảnh hưởng cố ý hoặc vô ý bởi người khác. Ngày nay, mọi người có thể truy cập mạng xã hội trực tuyến thông qua các ứng dụng phổ biến như Facebook, Twitter, Instagram, Zalo,... Họ có thể tìm thấy không chỉ các thông tin liên quan đến smartphone mà còn có thể nhận được nhận xét và đánh giá sản phẩm từ những người dùng khác hiện đang sử dụng smartphone. Người tiêu dùng có xu hướng nhận lời khuyên, ý kiến và sẽ mua smartphone tương tự như bạn bè và gia đình của họ đang sử dụng.

2.3.3. Tính năng sản phẩm (Product Feature-PF)

Tính năng sản phẩm là một thuộc tính của sản phẩm để đáp ứng mức độ thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng thông qua việc sở hữu sản phẩm, cách sử dụng sản phẩm. Tính năng sản phẩm bao gồm phần cứng và phần mềm. Phần cứng của smartphone là thân máy, kích thước và trọng lượng của điện thoại. Màu sắc và thiết kế cũng được coi là phần cứng vì nó là diện mạo vật lý của smartphone. Phần mềm của smartphone là nền tảng vận hành, bộ nhớ lưu trữ hoặc các ứng dụng chạy trên điện thoại. Các phần mềm cho smartphone phổ biến trên thị trường, như: iOS, Android, Windows, RIM Blackberry,...

2.3.4. Thương hiệu (Brand Name-BN)

Theo American Marketing Association, thương hiệu được định nghĩa là tên, thuật ngữ, biểu tượng hoặc thiết kế hoặc một sự kết hợp giữa chúng

nhằm xác định hàng hóa và dịch vụ của một người bán hoặc một nhóm người bán và để phân biệt chúng với những đối thủ cạnh tranh. Thương hiệu cũng là nhân tố của mối quan hệ giữa công ty và khách hàng (Kotler và Armstrong, 2010). Tầm quan trọng của thương hiệu đang định hình hành vi của người tiêu dùng đối với smartphone đã được công nhận trong các nghiên cứu trước đây, hầu hết các tổ chức đều nhấn mạnh về thương hiệu có thể là tài sản vô giá đối với các sản phẩm và dịch vụ của họ. Ví dụ như thương hiệu của Samsung, BlackBerry, Apple, HTC, Nokia và LG là những smartphone được khách hàng mua nhiều nhất.

2.3.5. Sự phụ thuộc (Dependency-D)

Sự phụ thuộc là xu hướng mạnh mẽ cho việc sử dụng cao liên tục, bị cuốn hút và không muốn tách rời khỏi nó (Ding et al., 2011). Việc sử dụng smartphone không chỉ giới hạn ở việc gọi điện và nhắn tin, kết nối internet mà người ta còn có thể thực hiện nhiều chức năng khác như mua sắm trực tuyến, chuyển tiền điện tử, E-Learning,... điều không thể có với điện thoại di động thông thường trước đó. Lay-Yee, Kok Siew & Yin Fah, (2013) nhận thấy sự phụ thuộc có tương quan đáng kể với cường độ mua hàng.

2.3.6. Giá cả (Price-P)

Giá là một trong những nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự lựa chọn của người tiêu dùng để mua một sản phẩm hoặc nhãn hiệu. Theo quy luật của nhu cầu khi giá của hàng hóa tăng thì nhu cầu giảm. Giá là số tiền được tính cho một sản phẩm hoặc dịch vụ hoặc tổng giá trị mà khách hàng đổi lấy lợi ích của việc có sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ (Kotler và Armstrong, 2010). Giá đã được tìm thấy có ảnh hưởng đáng kể đến cường độ mua hàng trong nhiều nghiên cứu trước đó.

2.3.7. Dịch vụ hậu mãi (After-Sale service)

Tầm quan trọng của dịch vụ hậu mãi đã được các nhà sản xuất hàng hóa lâu đời nhận ra. Ở các nước phát triển nhấn mạnh hơn vào dịch vụ hậu mãi, bởi vì dịch vụ sau bán hàng không chỉ chứng minh lợi thế cạnh tranh và giúp định vị thương hiệu mà còn đóng góp đáng kể trong việc tạo ra lợi nhuận. Dịch vụ hậu mãi được coi là một nhân tố có thể có tác động đáng kể đến quyết định mua hàng và sự hài lòng của người tiêu dùng. Dòng giá trị sau bán hàng bao gồm giao hàng kịp thời, lắp

đặt sản phẩm cho khách hàng, thời hạn bảo hành tốt, chất lượng dịch vụ nâng cao, phản hồi đúng đắn của người tiêu dùng về toàn bộ dịch vụ, sản phẩm và công việc theo khuyến nghị của đa số người tiêu dùng.

2.3.8. Giá trị cảm nhận (Perceived Value-PV)

Kotler và Kelly (2006) đã định nghĩa đề xuất giá trị cảm nhận là một tập hợp lợi ích mà công ty mang lại cho khách hàng để đáp ứng nhu cầu của họ, đó là sự kết hợp giữa các sản phẩm, dịch vụ, thông tin và kinh nghiệm. Quyết định mua hàng của khách hàng xuất phát từ nhận thức của người tiêu dùng về nhận thức lợi ích và giá trị, đó là chìa khóa quan trọng để dự đoán hành vi mua hàng của người tiêu dùng (Monroe và Krishnan, 1985). Thaler (1985) cũng coi rằng, giá trị cảm nhận là tiền đề quan trọng ảnh hưởng đến ý định mua hàng của người tiêu dùng vì nó là thành phần của tiện ích giao dịch và tiện ích mua lại.

3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng 2 phương pháp nghiên cứu cho đề tài này gồm: nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. (i) Một số phương pháp được sử dụng trong nghiên cứu định tính được áp dụng trong nghiên cứu của tác giả cụ thể như sau: Thảo luận và trao đổi chuyên gia là các người am hiểu về công nghệ và thị trường smartphone sau đó tổng hợp tài liệu để xây dựng mô hình nghiên cứu thực nghiệm và thang đo sơ bộ cho mô hình nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu định tính là cơ sở cho thiết kế bảng câu hỏi đưa vào nghiên cứu định lượng; (ii) Nghiên cứu định lượng là nhằm thu thập dữ liệu, ý kiến đánh giá, đo lường mức độ tác động của các nhân tố tác động đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng. Phương pháp thu thập thông tin sử dụng là phỏng vấn theo một bảng câu hỏi được soạn sẵn. Từ những thông tin, dữ liệu thu thập được, tiến hành xác định độ tin cậy của thang đo (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố khám phá, kiểm định mô hình bằng hồi qui đa biến, thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đo lường cảm nhận của đối tượng được khảo sát. Tất cả các thao tác này được tiến hành bằng phần mềm SPSS.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Khảo sát được thực hiện từ tháng 9 đến tháng 12 năm 2019 tại quận Ninh Kiều, thành phố Cần

Bảng 1. Cronbach's Alpha của các khái niệm nghiên cứu¹

TT	Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
1	Sự thuận tiện	4	0,821	0,594
2	Ảnh hưởng xã hội	3	0,819	0,627
3	Tính năng sản phẩm	4	0,890	0,707
4	Thương hiệu	3	0,870	0,724
5	Sự phụ thuộc	2	0,630	0,470
6	Giá cả	4	0,846	0,633
7	Dịch vụ hậu mãi	2	0,620	0,450
8	Giá trị cảm nhận	2	0,669	0,502
	Tổng cộng	24	x	X

Nguồn: Kết quả nghiên cứu N=140, 2019

Thơ. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha đối với 8 thành phần “Quyết định mua smartphone” của người tiêu dùng các biến đạt yêu cầu về độ tin cậy được trình bày ở Bảng 1.

4.1. Phân tích EFA cho các biến độc lập

Kết quả phân tích EFA cho thấy 23 biến quan sát trong 8 nhân tố của thang đo quyết định mua smartphone bị phân tán thành 6 nhân tố. Hệ số tải nhân tố của các biến đều lớn hơn 0,5 nên các biến này có ý nghĩa thực tiễn. Hệ số KMO = 0,774 > 0,5

nên phân tích EFA phù hợp với dữ liệu. Thống kê Chi-Square của kiểm định Bartlett's đạt giá trị 1766,924 với mức ý nghĩa Sig. = 0,00 < 0,05 cho thấy rằng các biến quan sát tương quan với nhau. Tổng phương sai trích đạt 71,189% > 50% thể hiện rằng 6 thành tố rút trích giải thích được 71,189% dữ liệu. Điểm dừng Eigenvalue = 1,107 > 1, thang đo được chấp nhận. Do đó, 6 nhân tố được giữ lại trong mô hình nghiên cứu sử dụng trong phân tích hồi quy bội tiếp theo. Chi tiết như Bảng 2.

Bảng 2. Kết quả phân tích ma trận xoay nhân tố

TT	Biến quan sát	Nhân tố						Quyết định mua
		1	2	3	4	5	6	
1	PF1	0,875						
2	PF4	0,864						
3	PF2	0,847						
4	PF3	0,775						
5	SI1		0,818					
6	SI2		0,783					
7	SI3		0,773					
8	D2		0,752					
9	C4			0,793				
10	C1			0,786				

TT	Biến quan sát	Nhân tố						Quyết định mua
		1	2	3	4	5	6	
11	C3			0,726				
12	C2			0,668				
13	P1				0,822			
14	P3				0,804			
15	P4				0,750			
16	P2				0,669			
17	AS1					0,794		
18	PV1					0,779		
19	PV2					0,715		
20	AS2					0,640		
21	BN3						0,917	
22	BN1						0,876	
23	BN2						0,850	
24	PD3							0,914
25	PD1							0,881
26	PD2							0,832
Hệ số KMO							0,774	0,697
Chi bình phương (Approx. Chi-Square)							1766,924	188,085
Mức ý nghĩa (Sig.)							0,000	0,000
Hệ số Eigenvalues							1,107	2,304
Tổng phương sai trích đạt (%)							71,189	76,794

Nguồn: Kết quả nghiên cứu N=140, 2019

Kết quả phân tích ma trận xoay nhân tố cho thấy, có 6 nhân tố độc lập với 23 biến quan sát cụ thể như sau: Nhân tố 1: PF1, PF4, PF2, PF3; Nhân tố 2: SI1, SI2, SI3, D2; Nhân tố 3: C4, C1, C3, C2; Nhân tố 4: P1, P3, P4, P2; Nhân tố 5: AS1, PV1, PV2, AS2; Nhân tố 6: BN3, BN1, BN2. Sau khi hoàn tất việc phân tích EFA, 6 nhân tố rút trích được đặt lại tên biến và tiến hành kiểm định lại hệ số Cronbach's Alpha. Như vậy, thông qua kiểm định Cronbach's Alpha và phân tích EFA, ta có thể kết luận rằng các thang đo biểu thị quyết định mua smartphone và các thành phần của quyết định mua smartphone đã đạt giá trị hội tụ. Hay nói cách khác, các biến quan sát đã đại diện được cho các khái niệm nghiên cứu cần phải đo.

4.2. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy được thực hiện nhằm xác định tầm quan trọng và mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng ở quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu được trình bày ở Bảng 3.

Kết quả phân tích tại Bảng 3, phương trình hồi quy có hệ số chuẩn hóa có dạng như sau:

$$Y = 0,299X_1 + 0,238X_3 + 0,304X_4 + 0,151X_6 + \varepsilon$$

Để xác định tầm quan trọng các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua smartphone của người tiêu dùng, chúng ta căn cứ vào hệ số Beta. Nếu hệ số Beta của một nhân tố nào càng lớn thì nhân tố đó có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc càng lớn. Kết

Bảng 3. Các thông số của từng biến trong phương trình hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Sig.	VIF
	β	Độ lệch chuẩn	Beta		
(Hằng số)	-0,565	0,358	-	0,117	-
X ₁ -Tính năng sản phẩm	0,285	0,060	0,299	0,000	1,233
X ₂ -Ảnh hưởng xã hội	0,078	0,066	0,800	0,244	1,429
X ₃ -Sự thuận tiện	0,273	0,083	0,238	0,001	1,600
X ₄ -Giá cả	0,311	0,071	0,304	0,000	1,489
X ₅ -Cảm nhận và Hậu mãi	0,094	0,082	0,081	0,249	1,506
X ₆ -Thương hiệu	0,127	0,050	0,151	0,012	1,081

Nguồn: Kết quả nghiên cứu N=140, 2019

qua ở Bảng 3 ta thấy, nhân tố “Giá cả” có ảnh hưởng lớn nhất đến biến phụ thuộc, tiếp theo “Tính năng sản phẩm”, “Sự thuận tiện” và “Thương hiệu” là nhân tố ảnh hưởng nhỏ nhất.

5. Kết luận

Mục tiêu chính của đề tài là nhằm đo lường mức độ tác động các nhân tố đến quyết định smartphone của người tiêu dùng. Để khẳng định sự tác động của các thành phần đến quyết định mua smartphone, một mô hình lý thuyết đã được xây dựng và kiểm định.

Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach Alpha cho thấy mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu gồm 8 nhân tố và biến phụ thuộc là “Quyết định mua smartphone” đạt độ tin cậy và được chấp nhận. Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy 23 biến quan sát trong 8 nhân tố của thang đo “Quyết

định mua smartphone” ban đầu bị phân tán thành 6 nhân tố của thang đo được chấp nhận và điều chỉnh lại như sau: X₁-Tính năng sản phẩm; X₂-Ảnh hưởng xã hội; X₃-Sự thuận tiện; X₄-Giá cả; X₅-Cảm nhận và Hậu mãi; X₆-Thương hiệu. Kết quả kiểm định mô hình và phân tích mô hình hồi quy đa biến cho thấy có 4 nhân tố của thang đo “Quyết định mua smartphone” (thang đo hiệu chỉnh) phù hợp, có ý nghĩa thống kê và khẳng định đây là mô hình phù hợp nhất với bộ dữ liệu thu nghiên cứu. Cuối cùng, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng nhân tố “Giá cả” là nhân tố ảnh hưởng tích cực nhất đến “Quyết định mua smartphone” của người tiêu dùng với hệ số $\beta = 0,304$; tiếp theo là “Tính năng sử dụng” với hệ số $\beta = 0,299$; “Sự thuận tiện” với hệ số $\beta = 0,238$ và cuối cùng là “Thương hiệu” với hệ số Beta = 0,151 ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008): $\beta > 0,6$ và hệ số tương quan giữa biến-tổng $> 0,3$.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ajzen, I., & Fishbein, M., (1975), “Theory of reasoned action as applied to moral behavior: A confirmatory analysis”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1992: pp.98-109.
2. Đào Duy Huân, Nguyễn Tiến Dũng, Võ Minh Sang (2014). “Giáo trình Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh”. NXB Đại học Cần Thơ.
3. Đào Duy Huân, Nguyễn Tiến Dũng (2017). “Hành vi tổ chức”, NXB Đại học Cần Thơ.
4. Dr. S. K. Kaushal & Rakesh Kumar (2016), “Factors Affecting the Purchase Intension of Smartphone: A Study of Young Consumers in the City of Lucknow”. *Pacific Business Review International*, Volume 8, Issue 12, June 2016.
5. Kotler (2001), *Quản trị Marketing*, NXB Thống kê Hà Nội.

6. Karen Lim Lay-Yee et al (2013), "Factor affecting smartphone purchase decision among Malaysian generation Y". *International Journal of Asian Social Science*, 3(12): 2426-2440.
7. Azira Rahima et al (2016), "Factors Influencing Purchasing Intention of Smartphone among University Students". *Procedia Economics and Finance* 37 (2016) 245 – 253.
8. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), "Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS" tập 1 & tập 2. NXB Hồng Đức, TP. HCM.
9. Alexander Wollenberg and Truong Tang Thuong (2014). "Consumer Behaviour in the Smartphone Market in Vietnam". *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 5, No. 6, December 2014.

Ngày nhận bài: 21/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/2/2020

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN VĂN QUẢN

Tổng Giám đốc Công ty TNHH Bất động sản An Khuông

2. PGS. TS. LÊ NGUYỄN ĐOAN KHÔI

Trường Đại học Cần Thơ

FACTORS AFFECTING THE SMARTPHONE PURCHASE DECISION OF CONSUMERS LIVING IN NINH KIEU DISTRICT, CAN THO CITY

● **NGUYEN VAN QUAN**

General Director, An Khuong Real Estate Co.,Ltd

● Assoc.Prof.Ph.D **LE NGUYEN DOAN KHOI**

Can Tho University

ABSTRACT:

This research was carried out to explore the factors affecting smartphone purchase decision of consumers living in Ninh Kieu district, Can Tho city. Based on the theory of reasoned action, theory of planned behaviour and theory of demand and a qualitative study, this research proposes a research model which have 8 independent variables including Convenience (C), Social influences (SI), Product features (PF), Brand name (B), Dependency (D), Price (P), After-sales service (AS) and Perceived value (PV). These variables all influence the smartphone purchase decision of consumers. The results from Cronbach's alpha and Exploratory Factor Analysis show that the research's scale is consistent. The research examines four factors affecting the smartphone purchase decision including Price, Product features, Convenience and Brand name.

Keywords: Smartphone, purchase decision, Ninh Kieu district.

TỰ CHỦ TÀI CHÍNH KHI THỰC HIỆN TỰ CHỦ ĐẠI HỌC: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT - ĐẠI HỌC HUẾ

● NGUYỄN TÀI NĂNG

TÓM TẮT:

Tự chủ đại học là sự tất yếu của giáo dục - đào tạo, và Trường Đại học Luật - Đại học Huế (Trường ĐHL, ĐHH) cũng không nằm ngoài xu hướng đó. Để thực hiện thành công và phát triển bền vững khi chuyển đổi sang mô hình hoạt động tự chủ đại học như đã cam kết, việc xây dựng kế hoạch, công tác dự báo và có các giải pháp để tự chủ về tài chính được xem là thành tố quyết định cho sự thành công trong tự chủ đại học. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả tập trung phân tích các nội dung về tự chủ tài chính, những thuận lợi, khó khăn khi thực hiện tự chủ đại học đối với Trường ĐHL, ĐHH.

Từ khóa: Trường Đại học Luật, Đại học Huế, tự chủ đại học, tự chủ tài chính, giáo dục.

1. Giới thiệu

Lịch sử phát triển của nhiều nước trên thế giới đã cho thấy sự phát triển bền vững của một quốc gia luôn gắn liền với sự thành công của hệ thống giáo dục đại học, trong đó có giao quyền tự chủ đại học. Tự chủ đại học bao gồm tự chủ về nhân sự, tự chủ học thuật và tự chủ tài chính. Tự chủ đại học sẽ tạo động lực để các cơ sở giáo dục đại học đổi mới nhằm đạt hiệu quả cao hơn trong hoạt động của mình, đồng thời cũng làm tăng tính cạnh tranh, tạo điều kiện để đa dạng hóa các hoạt động giáo dục. Mức độ tự chủ đại học gắn liền với mô hình tự chủ và luôn được thay đổi cho phù hợp với bối cảnh kinh tế - xã hội của từng quốc gia. Báo cáo tổng quan về xu thế quản trị đại học trên thế giới của World Bank 2008 đã khái quát 4 mô hình quản trị đại học với các mức độ tự chủ khác nhau, từ mô

hình nhà nước kiểm soát hoàn toàn (state control) như ở Malaysia, đến các mô hình bán tự chủ (semi-autonomous) như ở Pháp và New Zealand, mô hình bán độc lập (semi-independent) ở Singapore và mô hình độc lập (independent) ở Anh, Úc. Dù mô hình và mức độ tự chủ có khác nhau nhưng với mục tiêu tự chủ mở ra cho các cơ sở giáo dục đại học nâng cao tính chủ động, sáng tạo trong quản lý các nguồn tài chính, tiết kiệm các chi phí và huy động được các nguồn lực tài chính trong xã hội nhằm nâng cao các điều kiện giảng dạy, NCKH trong công tác đào tạo.

Trước xu thế đổi mới, hội nhập trong lĩnh vực giáo dục, Việt Nam đã có nhiều cải cách trong lĩnh vực giáo dục đại học. Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách phát triển giáo dục đại học theo hướng nâng cao chất lượng, trao quyền tự chủ,

giảm áp lực cho ngân sách nhà nước. Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 4/11/2013 tại Hội nghị thứ VII Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo và Nghị quyết số 77/NQ-CP ngày 24/10/2014 về thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động đối với một số cơ sở giáo dục đại học công lập. Ngày 14/2/2015, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 16/2015/NĐ-CP, sửa đổi, bổ sung Nghị định số 43/2006/NĐ-CP ngày 25/4/2006 về cơ chế tự chủ đối với đơn vị sự nghiệp công lập, bước đầu đã tạo ra những thuận lợi cho các đơn vị sự nghiệp công lập, các cơ sở giáo dục đại học được giao thêm quyền tự chủ, nâng cao trách nhiệm giải trình, công khai, minh bạch các hoạt động của mình, linh hoạt trong việc tìm các nguồn vốn đầu tư cho giáo dục trong xã hội. Tuy nhiên, việc giao quyền vẫn ở mức độ thấp, chưa đáp ứng yêu cầu; mặc dù trao quyền tự chủ nhưng vẫn khống chế mức trần thu học phí theo các văn bản quy định của Nhà nước và chưa được chủ động hoàn toàn về công tác nhân sự và bộ máy.

2. Bối cảnh tự chủ tài chính của trường đại học trong cơ chế hiện nay

Yêu cầu về tự chủ xuất phát từ nhu cầu nâng cao khả năng đáp ứng của trường đại học với môi trường xã hội, kinh tế và thích ứng với sáng tạo, công nghệ thay đổi. Với việc ban hành một số chính sách tạo điều kiện thuận lợi, tăng quyền tự chủ cho các cơ sở giáo dục đại học (GDĐH) sẽ tạo ra nhiều sự thay đổi và mang lại nhiều kết quả thiết thực.

Về lý thuyết, tự chủ được xem như là một con đường để tìm kiếm phương cách thúc đẩy trong học thuật, trong quản lý tài chính, tổ chức và nhân sự trong quản trị của các cơ sở giáo dục.

Tự chủ trong học thuật là sự tự do của cơ sở giáo dục đại học trong việc quyết định những vấn đề thuộc về học thuật như là chương trình, tài liệu giảng dạy, phương pháp sư phạm, kỹ thuật đánh giá thành quả học tập của sinh viên.

Tự chủ trong quản trị tổ chức và nhân sự là sự tự do của cơ sở đào tạo trong việc sắp xếp và tổ chức các sự kiện, các mối quan hệ liên quan đến công việc lập kế hoạch, tổ chức và điều phối.

Theo thống kê, hiện nay, nguồn tài chính của các trường đại học công lập (ĐHCL) cơ bản là từ ngân sách nhà nước và thu từ học phí, đề tài khoa học.

Trong đó, ngân sách nhà nước chiếm từ 30% - 40% tổng thu của các trường đại học hàng năm. Nguồn tài chính quan trọng thứ hai cho các trường là thu từ hoạt động sự nghiệp, bao gồm nguồn thu từ sinh viên và các nguồn thu khác chiếm khoảng 60% - 70% tổng nguồn thu của các trường. Bình quân các trường đại học tự đảm bảo cân đối chi thường xuyên được khoảng 75% từ nguồn thu sự nghiệp. Tuy nhiên, với tỷ lệ chi thường xuyên này vẫn chưa thể đảm bảo đủ nguồn lực để tăng cường đầu tư cơ sở vật chất và đảm bảo thu nhập tăng thêm cho cán bộ, giảng viên hàng năm.

Trước thực trạng này, các trường nói chung và ĐHL, ĐHH nói riêng, sẽ phải tự cân đối bù đắp chi thường xuyên đối với khối đào tạo chính quy tập trung từ các khoản thu của các hệ đào tạo liên kết trong và ngoài nước, đào tạo bằng đại học thứ 2, đào tạo thường xuyên... và các khoản thu khác.

Hiện, nguồn hỗ trợ từ ngân sách nhà nước cấp cho giáo dục đại học còn hạn chế, cơ chế phân bổ ngân sách vẫn mang tính bình quân giữa các trường đại học công lập, chưa gắn với các tiêu chí phản ánh chất lượng và kết quả đầu ra, điều này dẫn đến tình trạng thiếu động lực cạnh tranh giữa các trường đại học.

Nghị định số 16/2015/NĐ-CP, sửa đổi, bổ sung Nghị định số 43/2006/NĐ-CP ngày 25/4/2006 của Chính phủ chủ yếu giao quyền tự chủ một số nhiệm vụ chi, chưa giao quyền tự chủ về huy động nguồn lực tài chính từ học phí do người học đóng góp và chưa cấp bù học phí, lệ phí cho sinh viên thuộc diện chính sách.

Đối với các trường thuộc khu vực miền Trung, có nhiều sinh viên thuộc diện chính sách đến học, chiếm từ 20-30% tổng số sinh viên, được Nhà nước miễn, giảm học phí, nhưng Nhà nước lại chưa cấp bù đủ số kinh phí này.

Do nguồn ngân sách được cấp là nguồn thu chủ yếu và lại phụ thuộc rất lớn vào quy mô hay cụ thể hơn là số lượng sinh viên đầu vào của Trường, cho nên để gia tăng nguồn thu chỉ có thể có được khi tăng quy mô sinh viên.

Mặc dù, việc cải cách, đổi mới chính sách học phí, lộ trình tăng học phí của các trường đại học trong thời gian qua đã được thực hiện theo Nghị định số 86/2015/NĐ-CP từ năm học 2015 - 2016 đến năm học 2020 - 2021. Tuy nhiên, việc thực

hiện cải cách này vẫn còn nhiều hạn chế về việc phân loại nhóm ngành, mức học phí vẫn còn thấp, chưa phù hợp với chi phí đào tạo thực tế của các nhóm ngành và các loại hình đào tạo bậc đại học và sau đại học.

3. Đổi mới cơ chế tự chủ tài chính của Đại học Luật, Đại học Huế

Trường Đại học Luật - Đại học Huế theo kế hoạch là 1 trong 3 trường đại học thành viên của Đại học Huế (Trường Đại học Y Dược, Trường Đại học Kinh tế, Trường Đại học Luật) sẽ thực hiện tự chủ đại học vào năm 2021. Thực hiện cam kết theo Đề án thành lập Trường Đại học Luật thuộc Đại học Huế và Kế hoạch số 26/KH-ĐU ngày 27/4/2018 của Đảng ủy Đại học Huế, Trường Đại học Luật đã thành lập Ban xây dựng Đề án Tự chủ đại học để có thể hoàn thành và trình các cấp phê duyệt vào năm 2021. Đối với Trường ĐHL, ĐHH việc chuyển đổi cơ chế hoạt động sang tự chủ có những thuận lợi nhất định, nhưng cũng không ít thách thức trong quá trình triển khai và thực hiện, trong đó tự chủ về tài chính sẽ phải tự đảm bảo kinh phí cho việc chi thường xuyên và chi đầu tư.

3.1. Về nguồn thu

Nguồn thu qua 3 năm (từ 2017 đến 2019): Nguồn thu của Trường vẫn chủ yếu là thu từ học phí của các hệ đào tạo chiếm hơn 80% tổng nguồn thu, thu từ học phí của các hệ đào tạo không chính quy có chiều hướng giảm dần, nguồn kinh phí cấp từ ngân sách nhà nước (NSNN) trong kinh phí đào tạo khoảng 10%.

Các khoản thu khác: Bên cạnh hoạt động đào tạo các hệ đào tạo dài hạn, Trường cũng đã triển khai các hoạt động đào tạo ngắn hạn, cung cấp dịch vụ pháp lý và tư vấn chính sách theo hình thức hợp đồng cho các tỉnh Miền Trung - Tây Nguyên và nguồn thu từ các hoạt động này chiếm khoảng 7% trên tổng nguồn thu của đơn vị (Bảng 1).

3.2. Về chi

Chế độ trả lương cho người lao động: Đại học Luật xây dựng chế độ trả lương, thu nhập và thực hiện thang bảng lương, mức lương cơ bản theo quy định hiện hành, nguồn chi trả 100% từ nguồn thu sự nghiệp của đơn vị (NSNN không cấp);

Trường xây dựng phương án phân phối thu nhập tăng thêm theo hệ số quản lý đảm bảo ổn định và gia tăng thu nhập thực tế của người lao động theo đúng quy định và hợp lý.

Xây dựng và hoàn chỉnh quy chế chi tiêu nội bộ hàng năm trên khung pháp lý quy định của Nhà nước, thực hiện trên tinh thần dân chủ, công khai, minh bạch.

Trích lập các quỹ: Sau khi thực hiện bù đắp các chi phí thường xuyên, đảm bảo chất lượng cam kết và thực hiện các nghĩa vụ với Nhà nước, phần chênh lệch thu chi sẽ được phân phối: Đảm bảo trích tối thiểu 25% cho quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp; Trích lập Quỹ khen thưởng, Quỹ phúc lợi, Quỹ dự phòng ổn định thu nhập.

Chế độ miễn, giảm, chính sách học bổng: Trường luôn thực hiện đầy đủ việc miễn, giảm cho người học theo đúng quy định của Nhà nước, phân

Bảng 1. Cơ cấu nguồn thu qua 3 năm từ 2017-2019

ĐVT: nghìn đồng; Tỷ lệ: %

TT	Nguồn thu	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019	
		Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ
1	Ngân sách cấp	8.913	10,782	10.644	11,65	9.027	9,04
2	Thu học phí, lệ phí	71.733	86,778	77.774	85,13	86.655	86,77
3	Thu dịch vụ	1.417	1,714	2.811	3,08	3.633	3,64
4	Nguồn thu khác	600	0,726	131	0,14	557	0,56
Tổng thu		82.663	100	91.360	100	99.872	100

Nguồn: Báo cáo quyết toán của Trường ĐHL, ĐHH

chênh lệch giữa mức hỗ trợ của Nhà nước và mức học phí sẽ được Trường cấp bù toàn bộ để đảm bảo các quyền lợi cho sinh viên.

Quỹ học bổng sinh viên: Trích 8% đến 12% từ nguồn thu học phí đại học hệ chính quy để lập quỹ học bổng khuyến khích học tập, theo quy định tại Thông tư số 31/2013/TT-BGDĐT ngày 01/8/2013 của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Về đầu tư phát triển và khai thác, sử dụng cơ sở vật chất: Trường đã lập kế hoạch và quyết định sử dụng kinh phí từ các nguồn thu hợp pháp để đầu tư cơ sở vật chất theo quy định chung của Nhà nước; Lập dự án hợp tác đầu tư các hạng mục hỗ trợ công tác đào tạo như: khu thể thao, căng tin, dịch vụ. Ngoài ra, khai thác hiệu quả các tài sản; Thực hiện nghiêm chỉnh các quy định về mua sắm tài sản công, quy định về đầu tư xây dựng cơ bản của các cơ quan quản lý Nhà nước (Bảng 2).

Việc được giao tự chủ xác định mức thu học phí giúp Trường tính tương đối đầy đủ các chi phí cần thiết cấu thành trong giá dịch vụ đào tạo, từ đó chủ động được các khoản chi và tích lũy để đầu tư.

Thu sự nghiệp, dịch vụ: Trường thực hiện các hoạt động cung cấp các dịch vụ pháp lý, tư vấn chính sách, đào tạo lại, đào tạo ngắn hạn, khoản thu từ các hoạt động này được công khai trên cơ sở lấy thu bù đắp chi phí và tích lũy hợp lý. Đây chính là việc đa dạng hóa các nguồn thu nhằm tăng thu, đảm bảo hoạt động, tăng tích lũy.

Tiền lương và thu nhập: Trường là đơn vị mới thành lập, đội ngũ cán bộ còn ít nên nguồn chi trả quỹ tiền lương, tiền giảng dạy và các hoạt động chi cho con người chưa nhiều trên tổng cơ cấu nguồn chi chiếm khoảng 25% trong năm qua.

Việc sử dụng nguồn thu: Khi thực hiện tự chủ ngoài việc đa dạng nguồn thu, đơn vị sẽ gửi các

Bảng 2. Cơ cấu chi qua 3 năm từ 2017-2019

DVT: nghìn đồng/ tỷ lệ %

TT	Nội dung	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019	
		Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ
1	Chi thanh toán cá nhân,	16.942	29,31	18.203	29,22	20.250	30,40
2	Chi hoạt động đào tạo, NCKH	21.104	36,51	25.200	40,45	28.532	42,83
3	Chi BD đào tạo CB, GV	1.521	2,63	1.762	2,83	2.286	3,43
4	Chi đầu tư XDCB, SC	13.003	22,50	9.922	15,93	12.768	19,17
5	Chi khác	5.230	9,05	7.208	11,57	2.781	4,17
Tổng cộng		57.800	100	62.295	100	66.617	100

Nguồn: Báo cáo quyết toán của Trường DHL, DHH

4. Những thuận lợi khi tự chủ tài chính

4.1. Về tài chính

Học phí: Do nhu cầu xã hội cao, nên việc tuyển sinh của Trường HHL, ĐHH vẫn đảm bảo chỉ tiêu theo đăng ký. Đặc biệt là đối với hệ đào tạo đại học chính quy dài hạn và hệ đào tạo cao học, do đó nguồn thu học phí ổn định. Bên cạnh đó, việc thực hiện Nghị định số 86/NĐ-CP làm cho tỷ lệ tăng học phí hàng năm, nên cũng góp phần tăng từ nguồn thu này.

khoản thu từ học phí và các khoản thu sự nghiệp khác vào ngân hàng thương mại để tăng thêm nguồn thu từ lãi tiền gửi ngân hàng.

Phần chênh lệch thu lớn hơn chi còn lại được trích lập quỹ theo quy định.

4.2. Đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy học

Về cơ bản, Trường đã đảm bảo việc cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy và học cũng như các hoạt động giảng dạy. Do vậy, nguồn kinh phí đầu tư

cho nội dung này sẽ tiếp tục được duy trì trong những năm tiếp theo. Khi thực hiện tự chủ đại học, nếu được sự đầu tư ban đầu của Nhà nước, Nhà trường sẽ tiếp tục hoàn thiện công tác cơ sở vật chất theo kế hoạch trung và dài hạn của Trường đã xây dựng theo hướng hiện đại để đáp ứng việc đào tạo các ngành chất lượng cao.

Tiếp tục đầu tư hoàn thiện các hạng mục công trình trong khuôn viên của Trường, tạo môi trường xanh, sạch đẹp và thân thiện để thu hút ngày càng nhiều người đến học tập và NCKH.

Theo báo cáo thống kê của Trường, điều kiện cơ sở vật chất cụ thể như sau:

+ Tổng diện tích đất sử dụng của Trường (tính bằng m²): 100.000 m².

+ Nơi làm việc: 4406,4m². Nơi học: 8.669,6m². Khu văn nghệ, thể thao: 8.300,16m².

+ Tổng diện tích phòng học: 8.669,6m².

+ Tỷ số diện tích phòng học trên SV chính quy: 8.669,6/3.904 tương ứng 2,2 m²/SV.

+ Số đầu sách trong thư viện của Nhà trường: 30.880 cuốn.

Thư viện của Trường có tổng cộng 527 đầu sách; 128 giáo trình với 30.880 bản; 2.527 tài liệu tham khảo và 25 tạp chí chuyên ngành; hơn 2.550 khóa luận và luận văn. Ngoài ra, dữ liệu thư viện điện tử của Trường còn được liên thông với Trung tâm Học liệu của Đại học Huế và một số cơ sở đào tạo ngành Luật trong nước.

4.3. Đảm bảo quy mô tuyển sinh và nâng cao chất lượng đào tạo

Trong những năm vừa qua, Nhà trường vẫn duy trì việc tuyển sinh đạt và vượt chỉ tiêu do nhu cầu xã hội cao ở tất cả các hệ đào tạo từ đại học và sau đại học (Bảng 3).

Công tác tổ chức đào tạo đảm bảo cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao và được xã hội đánh giá cao. Qua khảo sát độc lập các khóa tốt nghiệp những năm gần nhất, tỷ lệ sinh viên của Nhà trường có việc làm sau một năm là 94,2% và tỷ lệ làm việc đúng ngành nghề đã được đào tạo là 86,6%.

5. Hạn chế và nguyên nhân

- Trường là đơn vị mới thành lập (Thành lập theo Quyết định số 274/QĐ-TTg ngày 3/3/1015), do đó, đội ngũ cán bộ, giảng viên có học hàm, học vị, kinh nghiệm nghiên cứu khoa học chưa cao.

- Nguồn thu chủ yếu của Trường là từ thu học phí, tuyển sinh hệ chính quy và đào tạo sau đại học trong những năm qua có tăng lên nhưng bên cạnh đó các hệ đào tạo khác giảm đáng kể so với năm các trước. Nguồn thu dịch vụ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng thu, nay lại phải chia sẻ cho người học (lập các quỹ hỗ trợ sinh viên), vì vậy tổng thu được sử dụng cho hoạt động của Trường bị giảm.

- Đối với các trường thuộc khu vực miền Trung, có nhiều sinh viên thuộc diện chính sách đến học, chiếm từ 20-30% tổng số sinh viên, được Nhà trường miễn giảm nhưng lại không được Nhà nước cấp bù đủ và kịp thời; bên cạnh đó, việc mức trần học phí vẫn còn thấp, chưa phù hợp với chi phí đào tạo thực tế của các nhóm / ngành và các loại hình đào tạo đại học và sau đại học.

- Trường là loại hình đơn vị sự nghiệp đảm bảo toàn bộ chi phí hoạt động thường xuyên, chính vì vậy, hàng năm, kinh phí NSNN cấp cho mua sắm là không đáng kể. Nguồn hỗ trợ từ ngân sách nhà nước chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng nguồn thu của đơn vị.

Bảng 3. Quy mô tuyển sinh từ năm 2017-2019

STT	HỆ ĐÀO TẠO	NĂM 2017	NĂM 2018	NĂM 2019
1	Nghiên cứu sinh	05	04	03
2	Học viên cao học	170	288	362
3	Sinh viên đại học	1.809	1.713	1.836
3.1	Hệ chính quy	1.047	988	1010
3.2	Hệ không chính quy	762	725	826

Nguồn: Báo cáo thống kê của Trường DHL, ĐHH

Từ khó khăn trên cho thấy, trong thời gian tới, nguồn thu của Trường sẽ bị hạn chế hoặc bị giảm, trong khi các khoản chi tăng đáng kể, gồm: Học bổng, học phí cho các đối tượng chính sách, chi phí mua sắm trang thiết bị; tiền lương và thu nhập của giảng viên, cán bộ viên chức, nhân viên tăng cơ học về số lượng người để từng bước đáp ứng yêu cầu, tăng do Nhà nước điều chỉnh mức lương cơ bản.

6. Một số giải pháp

6.1. Về đào tạo, NCKH và hợp tác quốc tế

Phát triển các chương trình đào tạo gắn với ngành Luật, trong đó có các chương trình liên kết với các tổ chức và cơ sở đào tạo nước ngoài.

Có định hướng và kế hoạch rõ ràng trong nghiên cứu khoa học và hợp tác quốc tế, nhằm nâng cao trình độ cho đội ngũ giảng viên, từ đó, nâng cao chất lượng đào tạo và có nguồn thu từ hoạt động này.

Chuẩn hóa giáo trình và liên thông, liên kết giữa các trường đại học, liên kết với Hiệp hội các trường đào tạo Luật để trao đổi học thuật, luân phiên tổ chức các hội thảo khoa học và giao lưu sinh viên,...

Hoạt động nghiên cứu khoa học của Trường còn khiêm tốn, chủ yếu là phục vụ cho hoạt động giảng dạy của giảng viên thông qua các đề tài cấp cơ sở. Với định hướng nghiên cứu ứng dụng, Trường đề xuất thực hiện theo cơ chế đặt hàng, hoặc tổ chức đấu thầu các nhiệm vụ nghiên cứu, chuyển giao cho các tỉnh Miền Trung - Tây Nguyên và cả nước, các Bộ, Ngành và các tổ chức xã hội có nhu cầu.

Trường dự kiến sẽ tập trung kinh phí để hỗ trợ các đề tài nghiên cứu, kết quả sẽ được công bố trên các tạp chí khoa học quốc tế được xếp hạng nhằm tăng uy tín và thương hiệu. Hướng phát triển nữa là số nghiên cứu này sẽ đăng ký với Quỹ Phát triển Khoa học Công nghệ quốc gia (NAFOSTED) để nhận tài trợ.

6.2. Phát triển đội ngũ giảng viên

Quá trình phát triển đội ngũ phải hài hòa giữa đào tạo lại nguồn lực hiện hữu và tuyển dụng mới; giữa cắt giảm quy mô tuyển sinh và bình ổn thu nhập cho giảng viên... Vì vậy, Bộ Giáo dục và Đào tạo nên cho phép Trường có lộ trình phát triển đội ngũ, để đến năm 2020 sẽ đạt tiêu chuẩn về giảng viên (số lượng và chất lượng).

Xây dựng các chỉ tiêu thực hiện về đội ngũ, cụ thể đến năm 2022: 50% đội ngũ có trình độ tiến sỹ, GS, PGS; 100% giảng viên giao tiếp bằng tiếng nước ngoài, 20% giảng dạy bằng tiếng nước ngoài.

Đảm bảo tỷ lệ giảng viên đạt ở mức 25 sinh viên/giáo viên; tỷ lệ cán bộ phục vụ dưới 30% trên tổng số cán bộ giảng viên và lao động của Nhà trường.

6.3. Cơ sở vật chất cần có để phục vụ đào tạo và quản lý

Để đảm bảo chuẩn cơ sở vật chất theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Trường đã quy hoạch chi tiết trên diện tích hiện có để đầu tư xây dựng giảng đường, thư viện... Ngoài vấn đề về quỹ đất, kinh phí đầu tư (theo Đề án, Trường sẽ đảm nhận đối với các dự án xây dựng mới trong giai đoạn 2018-2020), trình tự, thủ tục thực hiện dự án theo quy định hiện hành đối với đầu tư công sẽ kéo dài quá trình xây dựng cơ sở vật chất. Trường kiến nghị Bộ Tài chính, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Đại học Huế tiếp tục phân bổ kinh phí đầu tư cho một số dự án đầu tư mới; tạo điều kiện cho Trường tiếp cận các quỹ hỗ trợ tín dụng ưu đãi của Trung ương và địa phương để vay vốn thực hiện.

6.4. Quản lý tài chính và tăng nguồn thu

Việc xác định mục tiêu đổi mới cơ chế quản lý tài chính khi thực hiện tự chủ đại học là rất quan trọng, nhằm thiết lập một nguồn lực tài chính vững mạnh và ổn định, từ đó nâng cao chất lượng đào tạo, xây dựng cơ sở vật chất, nâng cao thu nhập và đời sống của cán bộ giảng viên mới được thực hiện. Để thực hiện các mục tiêu trên, cần có các giải pháp cụ thể sau:

Thứ nhất, xã hội hóa mạnh mẽ các nguồn lực đầu tư bằng các phương thức khác nhau, kêu gọi đầu tư, hợp tác đầu tư, các dự án hợp tác trong nghiên cứu, chuyển giao kết quả NCKH và các nguồn vốn vay của các tổ chức,...

Thứ hai, xây dựng thương hiệu mạnh, có uy tín trong đào tạo, đặc biệt là ở khu vực Miền Trung - Tây nguyên để người học dễ dàng nhận diện và tiếp cận, lựa chọn, sử dụng các dịch vụ trong lĩnh vực đào tạo, cung cấp pháp lý và các dịch vụ khác cho các đối tượng có nhu cầu.

Thứ ba, có kế hoạch để tăng nguồn thu từ hoạt động KHCN, chuyển giao các sản phẩm nghiên

cứu, như: thương mại hóa giáo trình, tài liệu, các kết quả hợp tác với các cơ sở đào tạo khác.

Thứ tư: xây dựng lộ trình tăng học phí phù hợp, phát triển các chương trình đào tạo chất lượng cao, các chương trình lên kết đào tạo với nước ngoài để tăng mức thu học phí.

Thứ năm, xây dựng kế hoạch, quản lý đảm bảo sử dụng hợp lý, hiệu quả các nguồn tài chính; thực hiện việc trích lập các quỹ phát triển sự nghiệp,

quỹ phúc lợi, quỹ khen thưởng,... tối thiểu 25% trên tổng nguồn thu sự nghiệp của Trường.

Tự chủ tài chính tại các trường đại học gắn liền với trách nhiệm giải trình và chịu trách nhiệm cao trong hoạt động. Do đó, công tác quản lý tài chính phải được minh bạch, rõ ràng, đảm bảo nguồn lực tài chính để ổn định phát triển đối với các đơn vị sự nghiệp công lập và các cơ sở giáo dục đào tạo đại học công lập ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Arthur M. Hauptman (2006), *Tài chính cho giáo dục đại học, xu hướng và vấn đề, Kỷ yếu Hội thảo giáo dục. Hà Nội, năm 2008.* Viện Nghiên cứu Giáo dục.
2. Arben Malaj, Fatmir Mema, and Sybi Hida (2005), “Albania, Financial Management in the Education System: Higher Education”, <http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/.../pberg54.pdf>
3. Estermann, T. (2011), “The challenge of financial sustainability”, <http://www.universityworldnews.com>
4. Estermann, T. & Pruvot, E.B (2011), “Financially Sustainable Universities II European universities diversifying income streams”, http://www.eua.be/.../Financially_Sustainable_Universities_; Copyright © by the European University Association 2011.
5. Estermann, T. & Pruvot, E.B (2011), “Financially Sustainable Universities II European universities diversifying income streams”.
6. Higher Education Finance and Cost-Sharing in Indonesia, <http://www.e-ducare.org/.../higher-education-finance/>
7. Kim Gwang - Jo (2010), “I. Rationale of Study & Research Questions II. Indicators on Evolution of Higher Education. III. Results of the Pilot Test of Indicators. IV. Challenges and Reflections. 2. 6/21/2010. GJK, Benchmarking Education Systems for...”.
8. Kohtam#ki, V., University of Tampere, “How do Higher Education Institutions Enhance their Financial Autonomy?”, vuokko.kohtamaki@uta.fi; Higher Education Quarterly, 0951-5224 DOI: 10.1111/j.1468-2273.2010.00475.x; Volume 65, No. 2, April 2011, pp 164-185.
9. Mitsopoulos, M and Pelagidis, T. (2008), “Comparing the Administrative and Financial Autonomy of Higher Education Institutions in 7 EU Countries”.
10. Nghị quyết 29-NQ/TW ngày 04/11/2013 tại Hội nghị Ban chấp hành TW khóa XI về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo.
11. Nghị quyết số 77/NQ-CP ngày 24/10/2014 về thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động đối với một số cơ sở giáo dục đại học công lập.
12. Luật Giáo dục đại học năm 2012, sửa đổi bổ sung năm 2018.
13. Nghị định số 16/2015/NĐ-CP ngày 14/2/2015 Chính phủ ban hành, sửa đổi, bổ sung Nghị định số 43/2006/NĐ-CP ngày 25/4/2006 về cơ chế tự chủ đối với đơn vị sự nghiệp công lập.
14. Báo cáo tự đánh giá đảm bảo chất lượng giáo dục của cơ sở đào tạo Trường Đại học Luật, Đại học Huế, năm 2018.
15. Đề án đổi mới cơ chế hoạt động tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng, năm 2015.
16. Báo cáo Hội nghị tự chủ đại học tại Đại học Huế, năm 2018.

17. Báo cáo thống kê giáo dục của Trường Đại học Luật, Đại học Huế từ năm 2017-2019.

18. Trần Thị Nhật Anh, Cơ sở khoa học thực hiện tự chủ đại học tại Trường Đại học Luật, Đại học Huế, năm 2018.

19. Nguyễn Tài Năng, Đánh giá sự hài lòng của người học về cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy học và cơ chế tài chính của Trường Đại học Luật, Đại học Huế, năm 2018.

Ngày nhận bài: 7/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/1/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN TÀI NĂNG

Trường Đại học Luật, Đại học Huế

**THE CONTENT OF FINANCIAL
AUTONOMY IN UNIVERSITY AUTONOMY:
EXAMINING UNIVERSITY
OF LAW - HUE UNIVERSITY**

● **Master. NGUYEN TAI NANG**
University of Law, Hue University

ABSTRACT:

University autonomy is the indispensable trend of education and training, and University of Law - Hue University is not out of this trend. To implement successfully and sustainably develop upon the transformation to university autonomy model, the planning, forecasting work and financial autonomy solutions are considered as decisive factors for success in university autonomy. This study analyses the contents of financial autonomy, advantages and disadvantages in implementing university autonomy for Universities of Law - Hue University.

Keywords: University of Law, Hue University, university autonomy, financial autonomy, education.

MỐI QUAN HỆ CƠ CẤU SỞ HỮU VỐN ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG VÀ CẤU TRÚC VỐN CỦA CÔNG TY: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

● HOÀNG THỊ PHƯƠNG ANH - ĐINH THỊ THU HÀ - ĐINH THỊ THU HIỀN

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu mối quan hệ giữa cơ cấu sở hữu bao gồm sở hữu thuộc cổ đông tổ chức cũng như sở hữu thuộc ban quản trị và hiệu quả hoạt động của công ty. Sử dụng phương pháp Tác động cố định (Fixed Effect model) và bộ dữ liệu của các công ty được niêm yết trong chỉ số chứng khoán VN30 trong giai đoạn 2012 - 2017, kết quả cho thấy tồn tại mối quan hệ ngược chiều có ý nghĩa thống kê giữa sở hữu tổ chức và hiệu quả hoạt động của công ty trong khi mối quan hệ giữa sở hữu của ban quản trị và hiệu quả hoạt động của công ty lại cho thấy kết quả cùng chiều và có ý nghĩa thống kê.

Từ khóa: Cơ cấu sở hữu, sở hữu ban quản trị, sở hữu tổ chức, chi phí đại diện.

1. Đặt vấn đề

Có một thực tế rằng tồn tại những loại hình công ty được quản lý bởi những người không phải chủ sở hữu thực sự của nó, Berle và Means (1932) là một trong những nhà nghiên cứu đầu tiên nhấn mạnh sự tách biệt giữa quyền sở hữu và quyền điều hành tồn tại trong môi trường doanh nghiệp và có tác động tiêu cực đến giá trị của công ty.

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, tỷ lệ sở hữu của ban giám đốc sẽ có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động (HQHĐ) cũng như cơ cấu vốn của công ty (Pirzadan và ctg., 2015). Do đó, tỷ lệ sở hữu của nhóm cổ đông này sẽ là một chỉ báo quan trọng về HQHĐ và các chiến lược điều hành nhằm đảm bảo tính ổn định và giảm thiểu các kết quả tiêu cực có

thể ảnh hưởng đến công ty. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu đều chưa nhất quán, bên cạnh đó nghiên cứu về chủ đề này tại Việt Nam vẫn còn hạn chế.

Bài nghiên cứu hướng đến 2 mục tiêu chính, gồm: (1) Tìm hiểu mối quan hệ giữa cơ cấu sở hữu (CCSH) của các cổ đông tổ chức và HQHĐ của công ty; (2) Tìm hiểu mối quan hệ giữa CCSH của các cổ đông là ban quản trị và HQHĐ của công ty.

2. Tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước

2.1. Lý thuyết nền tảng

Cấu trúc vốn giữ vai trò quan trọng đối với một công ty khi nó liên quan đến khả năng đáp ứng các nhu cầu của các cổ đông. Modigliani và Miller

(1958) là những người đầu tiên nghiên cứu chủ đề về cấu trúc vốn và cho rằng cấu trúc vốn không giữ vai trò quyết định đối với giá trị và HQHĐ của công ty.

Các lý thuyết nền tảng liên quan đến CCSH và HQHĐ, cấu trúc vốn của công ty như sau:

2.1.1. Giá trị và HQHĐ của công ty

Cấu trúc vốn là một trong những quyết định quan trọng của một công ty để công ty có thể tối đa hóa lợi nhuận đến các đối tượng liên quan. Hơn nữa, một cấu trúc vốn hợp lý cũng rất quan trọng để công ty có thể tồn tại trong môi trường cạnh tranh của mình. Modigliani và Miller (1958) tranh luận về sự tồn tại của một cấu trúc vốn tối ưu khi rủi ro từ việc phá sản sẽ được bù trừ bởi các khoản tiết kiệm thuế do sử dụng nợ.

Đòn bẩy tài chính được sử dụng để kiểm soát các nhà quản lý nhưng cũng có thể dẫn đến việc phá sản của một công ty. Modigliani và Miller (1963) tranh luận rằng cấu trúc vốn của một công ty nên hoàn toàn chỉ bao gồm nợ vì sẽ được giảm thuế trên các khoản lãi vay.

2.1.2. Lý thuyết chi phí đại diện

Về mặt lý thuyết, cổ đông là những người chủ sở hữu của công ty và trách nhiệm của những nhà quản lý cấp cao là đảm bảo những lợi ích của cổ đông được đáp ứng. Nói cách khác, trách nhiệm của những nhà quản lý cấp cao là điều hành công ty theo cách để lợi nhuận đến các cổ đông là cao nhất bằng cách tăng các chỉ tiêu về lợi nhuận và dòng tiền (Elliot, 2002). Tuy nhiên, Jensen và Meckling (1976) đã lý giải rằng các nhà quản lý không phải luôn luôn tìm cách điều hành công ty để tối đa hóa lợi nhuận đến các cổ đông. Lý thuyết đại diện được phát triển từ những lý giải này và vấn đề đại diện được xem xét như một yếu tố chính quyết định HQHĐ của công ty.

2.2. Mối quan hệ giữa CCSH của các cổ đông tổ chức và HQHĐ của công ty

Hầu hết các nghiên cứu về ảnh hưởng của CCSH của cổ đông tổ chức đến HQHĐ của công ty đều nhấn mạnh đến vai trò của cơ chế giám sát của nhóm cổ đông này lên hoạt động quản trị của ban giám đốc, từ đó tạo ra những tác động tích cực lẫn tiêu cực đến HQHĐ và giá trị của công ty.

Qi và ctg. (2000) tìm hiểu ảnh hưởng của CCSH và HQHĐ của các công ty Trung Quốc

bằng cách sử dụng mẫu nghiên cứu của các công ty niêm yết trên sàn chứng khoán Thượng Hải giai đoạn 1991 - 1996 đã tìm thấy bằng chứng cho thấy các công ty có tỷ lệ sở hữu cao bởi các cổ đông nhà nước có tương quan ngược chiều với HQHĐ của các công ty.

Theo Douma, George và Kabir (2003), cấu trúc sở hữu của các nhà đầu tư tổ chức hay sở hữu của ban giám đốc công ty đều có ảnh hưởng lớn đến HQHĐ của công ty. Kết quả của nhóm tác giả cho thấy, HQHĐ của công ty thể hiện qua chỉ số ROA có tương quan cùng chiều với tỷ lệ sở hữu của các cổ đông là ban giám đốc nhưng lại có quan hệ ngược chiều với tỷ lệ sở hữu của các cổ đông tổ chức.

Earle và ctg. (2005) cho thấy, CCSH tập trung ở một số ít cổ đông có thể làm tăng HQHĐ của công ty thông qua việc tăng cường giám sát, nhưng điều này cũng có thể gây ra tác động ngược chiều khi các cổ đông này lạm dụng quyền lực để thu lợi về cho các nhân, hay trục lợi từ các cổ đông nhỏ. Perrini và ctg. (2008) cho thấy, một sự tăng lên trong CCSH có thể dẫn đến sự suy giảm liên quan đến các chi phí phát sinh từ sự tách biệt giữa quyền sở hữu và quyền kiểm soát. Tuy nhiên, bằng cách sử dụng quyền kiểm soát của mình, các cổ đông lớn sẽ bỏ qua lợi ích của các cổ đông nhỏ.

Tại Việt Nam, nghiên cứu về mối quan hệ giữa sở hữu tổ chức và HQHĐ của công ty đã thu hút được nhiều sự chú ý từ các nhà nghiên cứu. Chẳng hạn như Lê Hữu Phước (2017) nghiên cứu tác động cấu trúc sở hữu đến HQHĐ của doanh nghiệp niêm yết ở 2 sàn chứng khoán TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội trong giai đoạn 2009 - 2016. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng tác động tích cực nhất của nhóm sở hữu tổ chức đến HQHĐ của doanh nghiệp là cơ chế giám sát chặt chẽ, các cổ đông tổ chức có kinh nghiệm trong thị trường tài chính và quản trị doanh nghiệp.

2.3. Mối quan hệ giữa CCSH của các cổ đông là ban quản trị và HQHĐ của công ty

Nghiên cứu của Morck và ctg. (1988) cho thấy tồn tại những công ty mà tỷ lệ sở hữu của cổ đông ban quản trị ở dưới mức tối ưu, và theo đó HQHĐ của công ty có thể được nâng cao thông qua việc tăng tỷ lệ sở hữu. Mặt khác, Demsetz và Lehn (1985) đề cập đến những công ty đã

thực hiện tối ưu hóa tỷ lệ sở hữu, do đó không còn tồn tại mối quan hệ giữa cấu trúc sở hữu và HQHĐ của công ty.

Chen, Guo và Mande (2003) cho thấy tỷ lệ sở hữu của ban quản trị công ty có mối quan hệ tuyến tính với HQHĐ của các công ty Nhật Bản. Nhóm tác giả nhận thấy, các cổ đông tổ chức bao gồm cổ đông nhà nước, ban điều hành, ban giám đốc là những nhóm đối tượng có khả năng thao túng HQHĐ của công ty ngay cả sau khi nhóm nghiên cứu đã điều chỉnh về tác động cố định (fixed effects) cũng như các nhân tố đặc thù của công ty (firm-specific factors).

Tại Việt Nam, nghiên cứu về mối quan hệ giữa CCSH của ban quản trị và HQHĐ của công ty thu hút sự chú ý nhất định từ các nhà nghiên cứu, như: Phan Bùi Gia Thủy, Trần Đức Tài (2017) đo lường tác động của đặc điểm Tổng giám đốc điều hành đến HQHĐ công ty ở Việt Nam. Dựa trên mẫu dữ liệu gồm 120 công ty niêm yết trên HOSE giai đoạn 2009 - 2015, tổng cộng 840 số quan sát, kết quả nghiên cứu cho thấy tác động của độ tuổi và tỷ lệ sở hữu vốn của tổng giám đốc điều hành đến HQHĐ công ty là phi tuyến.

Ngô Thị Mỹ Trân và Lê Thị Trang (2018), nghiên cứu ảnh hưởng của mức độ tập trung vốn và tỷ lệ sở hữu của hội đồng quản trị đến HQHĐ công ty, sử dụng số liệu thu thập từ 287 công ty niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh giai đoạn từ 2011 - 2015. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự tập trung vốn làm gia tăng giá trị thị trường và HQHĐ của các doanh nghiệp phi tài chính, tuy nhiên không có bằng chứng thống kê cho thấy tỷ lệ sở hữu cổ phần của hội đồng quản trị có tác động đến giá trị thị trường và HQHĐ của doanh nghiệp.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu

Trong bài nghiên cứu này chúng tôi tiếp cận từ các doanh nghiệp được niêm yết trên thị trường chứng khoán, cụ thể là 18 doanh nghiệp nằm trong VN 30 giai đoạn từ năm 2012 - 2017. Nguồn dữ liệu được lấy từ báo cáo thường niên, báo cáo quản trị đã kiểm toán của các doanh nghiệp.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu được thực hiện dựa trên phương pháp nghiên cứu định lượng, bao gồm:

- (1) Thống kê, mô tả;
- (2) Kiểm định các giả thuyết về mối quan hệ giữa các biến có liên quan.
- (3) Giả thuyết kiểm định mối quan hệ giữa CCSH bao gồm sở hữu của tổ chức và sở hữu của ban quản trị đến HQHĐ của công ty được đo bằng lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA), lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), thu nhập trên mỗi cổ phần (EPS). Nghiên cứu này dựa trên nghiên cứu của Bhattacharya & Graham (2007), Gugler & Weigand (2003) và Chaganti & Damanpour (1991). Mô hình như sau:

$$Firm\ Performance_{it} = \alpha + \beta_1 Insownership_{i,t} + \beta_2 Boardownership_{it} + \gamma X_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Trong đó: Firm performance là biến phụ thuộc thể hiện HQHĐ doanh nghiệp, có thể được đo lường ROA/ROE/EPS. Insownership là tỷ lệ sở hữu của tổ chức được tính bằng tổng tỷ lệ nắm giữ cổ phiếu của các cổ đông là tổ chức. Boardownership là sở hữu của ban quản trị là tổng tỷ lệ cổ phần được nắm giữ bởi các thành viên trong hội đồng quản trị. X là các biến kiểm soát được sử dụng trong nhiều nghiên cứu trước đây bao gồm qui mô doanh nghiệp (SIZE), tuổi của doanh nghiệp (AGE) và đòn bẩy (LEV). Trong đó: SIZE được tính bằng logarithm tự nhiên của tổng tài sản, AGE được tính từ lúc doanh nghiệp được niêm yết đến thời điểm nghiên cứu, LEV được tính dựa trên tổng nợ/tổng tài sản.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả thống kê mô tả

Bảng 1 mô tả dữ liệu về các biến chính trong nghiên cứu. Trong đó các biến phản ánh HQHĐ của doanh nghiệp được đo lường theo ROA, ROE, EPS. Giá trị trung bình của ROA là 7,55% và dao động khá lớn từ 0.03% đến 72.19%. Tỷ số này cao hơn so với các nghiên cứu trước đây như nghiên cứu Isik và Soykan (2009) ở Thổ Nhĩ Kỳ (3,03%) nhưng thấp hơn tỷ lệ ROA trung bình của các công ty ở Thổ Nhĩ Kỳ trong nghiên cứu của Önder (2003) là 11,9%. Giá trị trung bình của ROE là 16,798%, kết quả này cao hơn khá nhiều so với nghiên cứu của Earle, Kucsera, và Telegdy (2005) ở Budapest với ROE là 11,86%.

4.2. Kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu trong Bảng 2 cho thấy sở hữu của cổ đông tổ chức có tác động tiêu cực lên

Bảng 1. Mô tả dữ liệu

Biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROE	108	0.1679815	0.1267519	0.0034	0.9124
ROA	108	0.0754713	0.0962045	0.0003	0.7219
Đòn bẩy tài chính	108	0.1341769	0.1400273	0	0.5815
Insownership	108	0.6682528	0.2418561	0.2626	0.9938
Boardownership	108	0.0826926	0.1217441	0	0.4262
Quy mô	108	17.5017	1.470158	15.3123	20.8141
Tuổi	108	8	3.004669	1	17

Bảng 2. Kết quả nghiên cứu

	HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG		
	ROE	ROA	EPS
LEV	-0.202 (0.366)	-0.235 (0.448)	-408.6 (0.943)
Insownership	-0.504*** (0.009)	-0.275** (0.03)	-0.18428*** (0.0000)
Boardownership	0.597* (0.067)	0.395** (0.038)	0.18771** (0.026)
SIZE	0.0478 (0.396)	0.00238 (0.976)	0.1828 (0.21)
AGE	0.00271 (0.747)	0.00175 (0.881)	0.1194 (0.581)
_cons	-0.234 (0.803)	-0.307 (0.814)	-13318.8 (0.582)
F-test	0.00001	0.0064	0.0001
F test that all $u_i=0$	0.008	0.0281	0.0080
Hausman test	0.0394	0.0095	0.0048
Wald test for heteroskedasticity	0.0000	0.0000	0.0000
Obs	108	108	108
R ²	0.101	0.022	0.158

Trong dấu ngoặc là thống kê P-value. * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

Nguồn: Tác giả tự tính toán và tổng hợp

HQHĐ của doanh nghiệp trong tất cả các chỉ tiêu đo lường. Kết quả nghiên cứu này trái ngược với nghiên cứu của Al-Najjar and Taylor (2008), Bokpin and Isshaq (2009) and Tornyeva and Wereko (2012). Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu này lại tương đồng với nghiên cứu của Bhattacharya & Graham (2007), Chaganti & Damanpour (1991) cho các doanh nghiệp được niêm yết ở Phần Lan. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy sở hữu của ban quản trị có tác động tích cực lên HQHĐ của doanh nghiệp trong tất cả các chỉ tiêu đo lường. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu của Marashdeh, 2014.

Đòn bẩy tài chính có tác động tiêu cực và không có ý nghĩa thống kê đến giá trị doanh nghiệp. Tỷ lệ nợ càng lớn, rủi ro công ty phải gánh chịu càng lớn khi sử dụng vốn tự có khi công ty bị thua lỗ. Tại một thời điểm nhất định, việc tăng tài trợ nợ của công ty cho thấy rằng tình hình tài

chính của công ty không đủ khỏe để tài trợ cho sự thịnh vượng của doanh nghiệp để việc sử dụng nợ ở mức cao có thể ảnh hưởng đến việc tăng giá trị doanh nghiệp.

5. Kết luận

Mục tiêu của nghiên cứu này là xem xét mối quan hệ giữa sở hữu của cổ đông tổ chức, sở hữu của ban quản trị đến HQHĐ và cấu trúc vốn của doanh nghiệp. Bằng việc sử dụng mẫu nghiên cứu gồm các doanh nghiệp trong rổ chỉ số VN30 giai đoạn từ năm 2012 - 2017, kết quả nghiên cứu thực nghiệm tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa sở hữu

của ban quản trị đến HQHĐ của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nghiên cứu tìm thấy mối quan hệ tiêu cực giữa sở hữu của cổ đông tổ chức đến HQHĐ của doanh nghiệp. Việc sở hữu của cổ đông tổ chức tác động tiêu cực cho các doanh nghiệp của Việt Nam có thể là do tỷ lệ sở hữu của Nhà nước chiếm tỷ trọng cao, dẫn đến hiệu quả của doanh nghiệp thấp. Theo kết quả nghiên cứu này, muốn các doanh nghiệp cải thiện hiệu quả tốt hơn, Nhà nước nên dần rút vốn ra khỏi các doanh nghiệp này, nên để doanh nghiệp tự chủ, đưa ra các quyết định cho hoạt động của mình ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tài liệu tiếng Việt:

1. Lê Hữu Phước (2017), *Tác động cấu trúc sở hữu đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp niêm yết*, Tạp chí nghiên cứu.
2. Ngô Thị Mỹ Trân và Lê Thị Trang (2018), *Mức độ tập trung vốn và hiệu quả hoạt động của các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh*, Tập 54, Số 7D (2018): 138-145
3. Phan Bùi Gia Thủy, Trần Đức Tài (2017), *Ảnh hưởng của đặc điểm tổng giám đốc điều hành đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp*, Tạp chí khoa học - Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh, Số 55 (4) 2017, trang 51-63.

Tài liệu tiếng Anh:

4. Al-Najjar, B., & Taylor, P. (2008). *The relationship between capital structure and ownership structure: New evidence from Jordanian panel data*.
5. Berle, A.A. and Means, G.C. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. The Macmillan Company, New York, NY.
6. Demsetz, H., Lehn, K. (1985), *The structure of corporate ownership: Causes and consequences*. *The Journal of Political Economy*, 93(6), 1155-1177.
7. Douma, George & Kabir (2003). *Underperformance and profit redistribution in business groups*. Paper presented at the Business Economics Seminar, Antwerp, February.
8. Earle, J. S., Kucsera, C. & Telegdy, Á. (2005). *Ownership concentration and corporate performance on the Budapest stock exchange: Do too many cooks spoil the goulash*. *Corporate Governance*, 13, 2, 254-264.
9. Elliot, B. and Elliot, J (2002). *Financial Accounting and Reporting*. 12th ed. London: Prentice Hall/Financial Times
10. Jensen & Meckling (1976). *The theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure*. *J. Financ. Econ.* 3, 305-360. 40, 2, 36-52.
11. Modigliani, F. and Miller, M. (1958). *The cost of capital, corporation finance, and the theory of investment*. *American economic Review* 48, June, 261-197.
12. Modigliani, F. and Miller, M. (1963). *Corporate income taxes and the cost of capital: A correction*. *American economic Review*, June, 433-443.
13. Morck, R., Shleifer, A., Vishny, R., (1988). *Management ownership and market valuation: an empirical analysis*. *J. Financ. Econ.* 20, 293-315.

14. #nder, Z. (2003). *Ownership concentration and firm performance: Evidence from Turkish firms. METU studies in development*, 30(2), 181.
15. Perrini, F., Rossi, G. and Rovetta, B. (2008). *Does Ownership Structure Affect Performance? Evidence from the Italian Market. Corporate Governance*, 16 (4): 312-325.
16. Pirzada, K., Mustapha, M. Z. B., Wickramasinghe., D., (2015). *Firm performance, Institutional Ownership and Capital Structure: A case of Malaysia. Procedia - Social and Behavioural Sciences* 311, 170-176.
17. Qi, D., Wu, W., Zhang, H., 2000. *Ownership structure and corporate performance of partially privatized Chinese SOE firms. Pacific-basin Financ. J.* 8, 587-610.

Ngày nhận bài: 10/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 1/2/2020

Thông tin tác giả:

1. HOÀNG THỊ PHƯƠNG ANH

Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

2. ĐINH THỊ THU HÀ

Đại học Thái Bình Dương

3. ĐINH THỊ THU HIỀN

Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh

THE RELATIONSHIP BETWEEN OWNERSHIP STRUCTURE ON FIRM PERFORMANCE: EMPIRICAL STUDY IN VIETNAMESE STOCK EXCHANGE

● **HOANG THI PHUONG ANH**

University of Economics Ho Chi Minh City

● **DINH THI THU HA**

Pacific Ocean University

● **DINH THI THU HIEN**

Ho Chi Minh City Open University

ABSTRACT:

This study aims to examine the relationship between ownership structure in terms of institutional and managerial ownership and firm performance. This study was conducted by using the Fixed Effect model and the data-set of companies listed in the VN30 Index of Vietnamese stock exchange in the period of 2012 - 2017. The study's results show that there is a statistically significant negative relationship between institutional ownership and firm performance while there is a positive relationship between managerial ownership and firm performance at significant level.

Keywords: Ownership structure, managerial ownership, institutional ownership, agency cost.

TÍN DỤNG NGÂN HÀNG ĐỐI VỚI NÔNG NGHIỆP ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ CAO: NGHIÊN CỨU TẠI TỈNH LÂM ĐỒNG

● NGUYỄN THỊ LOAN - ĐÀO DỪNG TRÍ
- NGUYỄN VIỆT HỒNG ANH - LÊ THỊ TUYẾT HOA

TÓM TẮT:

Bằng phương pháp thống kê so sánh, bài viết thực hiện đánh giá các chỉ tiêu liên quan đến hoạt động cho vay của các ngân hàng thương mại (NHTM) đối với lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao (CNC) tại tỉnh Lâm Đồng trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2018. Kết quả nghiên cứu cho thấy những thành tựu cũng như hạn chế trong hoạt động cho vay của NHTM đối với lĩnh vực nông nghiệp CNC tại Lâm Đồng. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp đối với các NHTM, các cơ quan chức năng và Ủy ban Nhân dân tỉnh Lâm Đồng nhằm góp phần phát triển hoạt động cho vay của NHTM trong lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC của tỉnh.

Từ khóa: Nông nghiệp công nghệ cao, tín dụng ngân hàng, hoạt động cho vay, tỉnh Lâm Đồng.

1. Giới thiệu

Lâm Đồng là tỉnh có nhiều tiềm năng, lợi thế về tài nguyên đất đai, nguồn nhân lực và điều kiện sinh thái phù hợp để phát triển ngành Nông nghiệp, đặc biệt là lĩnh vực sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC như các loại rau, hoa màu có nguồn gốc ôn đới và nhiệt đới. Điều này đã góp phần thay đổi tập quán canh tác và nâng cao giá trị sản xuất của các doanh nghiệp ngành Nông nghiệp tại tỉnh Lâm Đồng trong thời kỳ hội nhập quốc tế. Từ năm 2004, chương trình nông nghiệp CNC đã được Đảng bộ tỉnh Lâm Đồng xác định là một trong các chương trình trọng tâm để chỉ đạo thực hiện. Sau đó, từ năm 2016 hàng loạt các chính sách khuyến khích phát triển ngành Nông nghiệp ứng dụng CNC ra đời. Trong đó, các chủ trương chính sách nêu rõ phương hướng xây dựng các cơ chế để thúc đẩy phát triển nông nghiệp CNC và triển khai Kế

hoạch phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC giai đoạn 2017-2020. Theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Lâm Đồng (2016), mặc dù sở hữu những lợi thế phát triển ngành Nông nghiệp nhưng các DN, HTX và hộ gia đình sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC vẫn gặp không ít khó khăn khi vốn đầu tư vào lĩnh vực này khá lớn, đòi hỏi các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp CNC phải tìm kiếm vốn đầu tư từ các NHTM.

Nghiên cứu về lĩnh vực vay vốn ngân hàng đối với sản xuất nông nghiệp nông thôn là đề tài được nhiều nhà nghiên cứu thực hiện như: Diagne, A., Zeller, M., & Sharma M. (2000), Boucher và cộng sự (2006), Gounder, N., & Sharma, P. (2012), Guo và Stepanyan (2011), Nguyễn Văn Tuấn (2015). Các tác giả trước đây đã đi vào nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định cho vay của các ngân hàng trong lĩnh vực nông nghiệp nông thôn.

Lê Đăng Lăng và Lê Tấn Bửu (2014) đã nghiên cứu về vấn đề phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC và đề ra những giải pháp chiến lược phát triển hiệu quả. Bài viết “Tín dụng ngân hàng đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao: Nghiên cứu tại tỉnh Lâm Đồng” nhằm phản ánh thực trạng hoạt động cho vay nông nghiệp CNC của các NHTM tại tỉnh Lâm Đồng - một trong những địa phương được chú trọng phát triển ngành Nông nghiệp CNC.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm về nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao

Theo Vụ Khoa học Công nghệ - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2016), nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao là nền nông nghiệp được áp dụng những công nghệ mới vào sản xuất, bao gồm: Công nghiệp hóa nông nghiệp (cơ giới hóa các khâu của quá trình sản xuất), tự động hóa, công nghệ thông tin, công nghệ vật liệu mới, công nghệ sinh học và các giống cây trồng, giống vật nuôi có năng suất và chất lượng cao, đạt hiệu quả kinh tế cao trên một đơn vị diện tích và phát triển bền vững trên cơ sở canh tác hữu cơ.

Cơ sở hạ tầng trong sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC cần phải có đủ hạ tầng cơ sở nên các DN, hộ nông dân phải cần một nguồn vốn đầu tư khá lớn để đầu tư đồng bộ từ điện, nước, nhà kính, hệ thống kho lạnh bảo quản,... để sản phẩm đạt được yêu cầu chất lượng cao. Bên cạnh đó, việc áp dụng các kỹ thuật mới trong nhân giống, canh tác, mua lại công nghệ hiện đại từ nước ngoài, thuê chuyên gia hướng dẫn, tư vấn, đào tạo... cũng tốn kém rất nhiều chi phí. Với số vốn đầu tư lớn, ngoài việc phải dựa vào nội lực của mình thì những người làm nông nghiệp ứng dụng CNC rất cần sự hỗ trợ của nguồn vốn từ NHTM.

2.2. Đặc điểm hoạt động cho vay của NHTM đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC

Theo Thông tư số 39/2016/TT-NHNN ngày 30/12/2016 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định về hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng, cho vay là một hình thức cấp tín dụng, theo đó tổ chức tín dụng giao cho khách hàng sử dụng một khoản tiền để sử dụng vào mục đích và thời gian nhất định theo thỏa thuận với nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi. Như vậy, cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC được hiểu là cho vay các

đối tượng ứng dụng CNC trong sản xuất nông nghiệp, cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC thuộc cho vay đối tượng nông nghiệp nông thôn.

Cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC cơ bản giữ được những đặc điểm của tín dụng nói chung và tín dụng nông nghiệp nông thôn nói riêng. Tuy nhiên, cũng có một số đặc điểm khác biệt như:

+ Tính chất thời vụ gắn với chu kỳ sinh trưởng và công nghệ nuôi trồng, lai tạo cấy ghép trên động thực vật có ảnh hưởng đến yếu tố quyết định để tính toán thời hạn cho vay.

+ Môi trường tự nhiên không còn là vấn đề ảnh hưởng đến thu nhập và khả năng trả nợ của khách hàng, bởi vì khi ứng dụng CNC vào sản xuất nông nghiệp, người vay không còn phải chịu nhiều những rủi ro khách quan từ tự nhiên và môi trường.

+ Chi phí tổ chức cho vay không cao so với cho vay nông nghiệp thông thường vì sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC hầu hết đều có quy mô lớn, vốn đầu tư nhiều dẫn đến số tiền cho vay từng món vay cũng lớn hơn, dư nợ bình quân trên mỗi khách hàng cũng cao hơn.

+ Cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC, rủi ro từ môi trường hầu như không còn đáng lo ngại, nhưng lại xuất hiện rủi ro về công nghệ và rủi ro mất vốn. Việc ứng dụng CNC trong nông nghiệp, nếu nghiên cứu không chuyên sâu, bài bản, kỹ thuật áp dụng không đảm bảo có thể dẫn tới tình huống thất bại trong sản xuất. Bên cạnh đó, việc đầu tư CNC đòi hỏi vốn nhiều nhưng nếu khi bỏ vốn đầu tư nhiều mà lại thất bại sẽ rất khó khăn để chuyển sang mô hình khác so với hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp thông thường.

2.3. Các tiêu chí đánh giá hoạt động cho vay của NHTM đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC

Bài viết trình bày một số tiêu chí đánh giá hoạt động cho vay của NHTM để ứng dụng đánh giá hoạt động cho vay lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại tỉnh Lâm Đồng. Theo Bùi Diệu Anh (2010), hoạt động cho vay của NHTM được đánh giá qua một số tiêu chí như: chỉ tiêu tăng trưởng về dư nợ cho vay, cơ cấu dư nợ cho vay, số lượng khách hàng vay, chất lượng hoạt động cho vay,...

**Chỉ tiêu tăng trưởng về số lượng khách hàng vay và cơ cấu dư nợ cho vay*

Phát triển tín dụng ngân hàng về nông nghiệp ứng dụng CNC cũng như các hoạt động tín dụng ở những lĩnh vực khác được phản ánh thông qua sự

gia tăng về số lượng khách hàng vay, quy mô và tốc độ dư nợ cho vay. Dư nợ cho vay có thể đánh giá được quy mô cho vay, dư nợ càng cao thì quy mô cho vay càng lớn.

Chỉ tiêu về cơ cấu dư nợ tín dụng ngân hàng đối với nông nghiệp ứng dụng CNC có thể được đánh giá qua cơ cấu tín dụng như sau: Tỷ trọng dư nợ cho vay có tài sản đảm bảo trên tổng dư nợ cho vay; Tỷ trọng dư nợ cho vay theo thời hạn vay trên tổng dư nợ; Tỷ trọng dư nợ cho vay theo mục đích sản xuất nông sản công nghệ cao trên tổng dư nợ.

** Chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động cho vay*

Chỉ tiêu này chủ yếu thể hiện qua tỷ lệ nợ quá hạn, nợ xấu và cơ cấu nợ quá hạn và nợ xấu từ hoạt động tín dụng về nông nghiệp CNC.

2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển hoạt động cho vay của NHTM đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao

Theo Hồ Diệu (2002), có 2 nhóm nhân tố chính ảnh hưởng đến phát triển tín dụng của NHTM nói chung. Đó là nhóm nhân tố chủ quan từ phía ngân hàng và nhóm nhân tố khách quan.

a) Nhóm nhân tố chủ quan từ phía NHTM

** Chính sách tín dụng và hệ thống kiểm soát nội bộ*

Để có thể phát triển tín dụng đối với nông nghiệp ứng dụng CNC, NHTM phải có chính sách tín dụng rõ ràng, phù hợp với điều kiện của ngân hàng mình nhưng phải đảm bảo đúng quy chế, các điều kiện về an toàn tín dụng, tuân thủ pháp luật và đường lối, chính sách của nhà nước. Hệ thống kiểm soát nội bộ của NHTM bao gồm các hệ thống các quy định nội bộ về ma trận kiểm soát dọc (cơ cấu tổ chức phân quyền kiểm soát) và ma trận kiểm soát ngang (quy trình kiểm soát) trong đó lãnh đạo và nhân viên ngân hàng đều tham gia vào hoạt động kiểm soát để ngăn ngừa, phát hiện nhằm giảm thiểu rủi ro cho ngân hàng.

** Hệ thống công nghệ thông tin ngân hàng*

Hệ thống thông tin ngân hàng phải được xây dựng đầy đủ, linh hoạt, cung cấp thông tin một cách chính xác, kịp thời phục vụ yêu cầu của khách hàng về tất cả các mặt dịch vụ, giúp cho NHTM nhanh chóng nắm bắt tình hình hoạt động tín dụng để điều chỉnh kịp thời cho phù hợp với thực trạng nhằm thỏa mãn ngày càng cao nhu cầu của khách hàng, cũng như tăng cường khả năng bảo mật, phòng ngừa rủi ro, phát triển tín dụng ngân hàng đối với lĩnh vực này.

** Hoạt động marketing*

Để có thể phát triển hoạt động cho vay ngân hàng đối với nông nghiệp ứng dụng CNC đòi hỏi NHTM phải có kế hoạch rõ ràng cụ thể về chi phí để tiếp thị, quảng cáo, tăng một lượng nhân sự làm công tác tiếp thị, tư vấn nhằm thu hút khách hàng.

** Tổ chức hoạt động và chất lượng nguồn nhân lực*

Chất lượng nhân sự bao giờ cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển hoạt động tín dụng ngân hàng. Tổ chức về hoạt động cho vay và nguồn nhân lực tham gia trong quy trình cấp tín dụng về nông nghiệp ứng dụng CNC nếu được sắp xếp khoa học và có sự phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng giữa các phòng ban trong mỗi ngân hàng, trong hệ thống ngân hàng, sự liên kết giữa các cơ quan chức năng,... sẽ tạo điều kiện giúp cho hoạt động này phát triển và hiệu quả.

b) Nhóm nhân tố khách quan

** Môi trường pháp lý*

Chính sách cho vay đối với nông nghiệp ứng dụng CNC của ngân hàng chịu ảnh hưởng bởi các chủ trương, chính sách của quốc gia và địa phương. Cụ thể, khi Nhà nước và địa phương có chính sách khuyến khích phát triển một ngành, một lĩnh vực nào đó thì những hành lang pháp lý thuận lợi hơn cho ngành đó được ban hành để tạo điều kiện khuyến khích phát triển. Vì vậy, khách hàng sẽ có cơ hội tiếp cận nguồn vốn vay từ NHTM nhiều hơn do hoạt động cho vay bổ sung vốn hoạt động ở các ngành nghề được khuyến khích cũng được Nhà nước đặt chủ trương phát triển.

** Môi trường kinh tế - xã hội*

Khi nền kinh tế có tăng trưởng cao và ổn định, các khu vực trong nền kinh tế đều có nhu cầu mở rộng hoạt động sản xuất - kinh doanh ở nhiều lĩnh vực khác nhau trong đó có lĩnh vực sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC. Do đó, nhu cầu vay vốn tăng, làm cho các NHTM dễ dàng mở rộng hoạt động cho vay hơn, giảm tỷ lệ nợ xấu, chất lượng hoạt động cho vay cũng được nâng cao.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng kết hợp các phương pháp khác nhau để thực hiện mục tiêu nghiên cứu. Phương pháp thống kê được sử dụng để tổng hợp, phân loại các số liệu thứ cấp về hoạt động cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại NHTM tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2012 - 2018. Số liệu được thu thập từ Ngân hàng Nhà nước chi nhánh tỉnh Lâm Đồng về việc báo cáo kết quả hoạt động cho

vay về nông nghiệp, nông thôn và cho vay lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC để nhóm tác giả phân tích và xử lý thông tin.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng hoạt động cho vay của các NHTM đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao tại tỉnh Lâm Đồng

** Tỷ trọng dư nợ cho vay lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC*

Theo số liệu thống kê ở Bảng 1, tỷ trọng dư nợ cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC trong dư nợ cho vay nông nghiệp nông thôn luôn là một con số rất nhỏ thấp hơn 0,5%, riêng năm 2017 đạt 1,267%.

** Cơ cấu dư nợ cho vay lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC*

Dư nợ cho vay ngắn hạn trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn tại các NHTM tỉnh Lâm Đồng có sự tăng trưởng hơn những năm trước đó. Cụ thể, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 30/NQ-CP, Ngân hàng Nhà nước ban hành quyết định số 813/QĐ-NHNN về một số chính sách cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC vào năm 2017. Đây là giai đoạn các NHTM tỉnh Lâm Đồng triển khai các gói cho vay ưu đãi trong lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC với mức lãi suất thấp hơn từ 0,5 - 1,5% so với lãi suất cho vay tại ngân hàng. (Bảng 2)

** Số lượng khách hàng vay lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC*

Theo số liệu thống kê ở Bảng 3, khách hàng vay nông nghiệp ứng dụng CNC chủ yếu là các cá nhân, hộ gia đình, số lượng DN, HTX vay ở lĩnh vực này khá ít. (Bảng 3)

** Tỷ lệ nợ xấu trong cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC tại Lâm Đồng*

Báo cáo tổng kết của NHTM trên địa bàn Lâm Đồng cho thấy, tuy hoạt động cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC đã bắt đầu phát triển từ năm 2015 với tổng dư nợ tăng mạnh ở năm 2017 nhưng số nợ xấu chỉ xuất hiện ở năm 2018 với tỷ lệ 1,47%.

4.2. Đánh giá hoạt động cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại Lâm Đồng

** Những điểm mạnh cũng như thành tựu đã đạt được*

- Dư nợ cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại các NHTM tỉnh Lâm Đồng có sự tăng trưởng trong những năm gần đây, đặc biệt từ năm 2016 đến năm 2018.

- Hoạt động cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại các NHTM tỉnh Lâm Đồng chủ yếu là cho vay ngắn hạn.

- Tỷ lệ nợ xấu của hoạt động cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại Lâm Đồng chiếm tỷ trọng rất thấp trong tổng dư nợ và chỉ mới xuất hiện nợ xấu ở năm 2018.

Bảng 1. Tỷ trọng dư nợ cho vay NNCNC của NHTM tại Lâm Đồng

DVT: tỷ đồng

Năm	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Dư nợ cho vay NNNT	2.388	2.732	2.907	19.976	30.225	44.049	58.775
Dư nợ cho vay NNCNC	-	-	-	51	80	558	283
Tỷ lệ (%)	0,000%	0,000%	0,000%	0,255%	0,264%	1,267%	0,481%

Nguồn: Tổng hợp từ Ngân hàng Nhà nước chi nhánh tỉnh Lâm Đồng

Bảng 2. Cơ cấu dư nợ vay nông nghiệp ứng dụng CNC của NHTM tại Lâm Đồng

DVT: tỷ đồng

Năm	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tổng dư nợ	0	0	0	51	80	558	283
Dư nợ ngắn hạn	0	0	0	51	42	221	174
Dư nợ trung dài hạn	0	0	0	-	38	337	109
Tỷ lệ dư nợ ngắn hạn/Tổng dư nợ	0%	0%	0%	100%	53%	40%	62%
Tỷ lệ dư nợ trung dài hạn/Tổng dư nợ	0%	0%	0%	0%	47%	60%	38%

Nguồn: Tổng hợp từ Ngân hàng Nhà nước chi nhánh tỉnh Lâm Đồng

Bảng 3. Số lượng khách hàng vay có dư nợ vay nông nghiệp ứng dụng CNC tại Lâm Đồng

Năm	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Cộng
Số khách hàng vay nông nghiệp ứng dụng CNC là DN, HTX	0	0	0	2	2	8	9	21
Số khách hàng vay nông nghiệp ứng dụng CNC là cá nhân, hộ gia đình	0	0	0	0	0	768	9	777
Số khách hàng có dư nợ vay nông nghiệp ứng dụng CNC là DN, HTX	0	0	0	2	2	7	10	21
Số khách hàng có dư nợ vay nông nghiệp ứng dụng CNC là cá nhân, hộ gia đình	0	0	0	0	0	572	306	878

Nguồn: Tổng hợp từ Ngân hàng Nhà nước chi nhánh tỉnh Lâm Đồng

**Hạn chế trong cấp tín dụng đối với NN CNC tại chi nhánh NHTM Lâm Đồng*

- Thứ nhất, cơ cấu dư nợ cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại Lâm Đồng không đồng đều, chủ yếu là cho vay ngắn hạn, dư nợ cho vay trung dài hạn không đáng kể.

- Thứ hai, đối tượng khách hàng là cá nhân, hộ gia đình chỉ mới phát triển ở năm 2017, 2018, số lượng DN, HTX vay vốn sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC tại Lâm Đồng khá thấp.

- Thứ ba, tỷ trọng dư nợ cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại tỉnh Lâm Đồng chiếm tỷ trọng rất thấp trong tổng dư nợ.

** Nguyên nhân của những hạn chế trong hoạt động cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC tại tỉnh Lâm Đồng*

Thứ nhất, nhiều doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp chưa đáp ứng được điều kiện vay vốn do phương án sản xuất kinh doanh thiếu khả thi, vốn chủ sở hữu và năng lực tài chính còn hạn chế, tổ chức kế toán còn thiếu chuyên nghiệp, thông tin tài chính thiếu minh bạch, dẫn đến khả năng tiếp cận vốn vay NHTM còn hạn chế.

Thứ hai, quy định về xác định đối tượng thụ hưởng chính sách để cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC còn chung chung, chưa rõ ràng, chưa quy định cơ quan nào xác nhận các tiêu chí của dự án ứng dụng CNC nên ảnh

hưởng đến xem xét cấp tín dụng của ngân hàng. Việc thẩm định tài sản thế chấp cho vay tại ngân hàng cũng bị giới hạn do chưa có quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật và định mức dự toán xây dựng nhà lưới, nhà kính khi ứng dụng CNC để các NHTM làm cơ sở thẩm định tài sản thế chấp cho vay.

Thứ ba, các NHTM chưa có quy trình riêng đặc thù trong cho vay lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC, điều này ảnh hưởng đến việc xem xét tư vấn cho khách hàng có nhu cầu vay.

Thứ tư, ngân hàng chưa có nhiều hình thức bảo đảm tiền vay. Hiện tại, tài sản bảo đảm cho khoản vay lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC chủ yếu là đất nông nghiệp dùng để sản xuất và bất động sản của chủ đầu tư hoặc bên thứ ba.

Thứ năm, vốn đầu tư cho dự án thuộc lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC là rất lớn, đặc biệt là vốn đầu tư xây dựng nhà lưới, nhà kính, trang thiết bị cho sản xuất. Tuy nhiên, các đối tượng này chưa được cấp giấy chứng nhận các quyền về tài sản nên không đủ điều kiện để thế chấp ngân hàng. Mặc dù Nghị định số 55/2015/NĐ-CP đã có cơ chế vay tín chấp đến 80%/tổng mức đầu tư của dự án, phương án trong lĩnh vực lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC, tuy nhiên, cơ chế này khó thực hiện được vì không đảm bảo an toàn cho khoản vay tại các NHTM.

5. Gợi ý giải pháp

* Đối với ngân hàng thương mại

Thứ nhất, các NHTM cần có các chính sách phù hợp về việc thúc đẩy hoạt động cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC đối với nhân viên tín dụng. NHTM cần nghiên cứu bổ sung, chỉnh sửa, xây dựng quy chế, quy trình, thủ tục cho vay nông nghiệp ứng dụng CNC theo hướng đơn giản, rõ ràng, dễ thực hiện và tổ chức tập huấn, hướng dẫn các quy trình, thủ tục cấp tín dụng cho các nhân viên tín dụng. Hơn nữa, để đảm bảo hạn chế rủi ro khi cho vay không có tài sản bảo đảm trong lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng CNC, các NHTM cần phải xây dựng, hoàn thiện, hệ thống xếp hạng tín nhiệm khách hàng vay.

Thứ hai, các NHTM cần xem xét cơ chế định giá đất nông nghiệp cho phù hợp, phối hợp với các ban ngành của Tỉnh trong việc xây dựng cơ sở dữ liệu tài chính nông nghiệp, để trên cơ sở đó có dữ liệu phục vụ định giá tài sản đảm bảo, tăng cường khả năng khách hàng có thể tiếp cận được hạn mức tín dụng phù hợp với nhu cầu mà vẫn

đảm bảo quy trình cấp tín dụng của ngân hàng.

* Đối với UBND tỉnh Lâm Đồng và các sở, ban, ngành có liên quan

Thứ nhất, cần đẩy mạnh công tác quy hoạch, thẩm định, bồi thường giải phóng mặt bằng, đầu tư cơ sở hạ tầng, sớm công nhận các khu vực sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC để các doanh nghiệp đăng ký đầu tư.

Thứ hai, UBND tỉnh Lâm Đồng chỉ đạo các sở, ban, ngành có liên quan sớm xây dựng và ban hành quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật và định mức dự toán xây dựng nhà màng, nhà lưới, nhà kính ứng dụng công nghệ cao để các NHTM làm cơ sở thẩm định tài sản thế chấp cho vay. Đồng thời, cần chuẩn bị các điều kiện cần thiết để thực hiện việc công nhận quyền tài sản trên đất nông nghiệp vào giấy chứng nhận quyền sử dụng đất khi có quy định thực hiện.

Thứ ba, UBND tỉnh Lâm Đồng cần tăng cường công tác xúc tiến thương mại với các tỉnh bạn, đặc biệt là TP. Hồ Chí Minh, để có kế hoạch sản xuất - kinh doanh sản phẩm theo nhu cầu thị trường ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Akram, W., & Hussain, Z. (2008). *Agricultural credit constraints and borrowing behavior of farmers in rural Punjab*.
2. Boucher, A., Guirking, C., and Trivelli, C. (2006). *Direct Elicitation of Credit Constraints: Conceptual and Practical Issues with an Empirical Application to Peruvian agriculture*. Giannini Foundation of Agriculture Economics, Working Paper No.07-004.
3. Bùi Diệu Anh (2010). *Tín dụng Ngân hàng*, NXB Phương Đông
4. Diagne, A., Zeller, M. and Sharma, M. (2000). *Empirical measurements of Households' Access to Credit and Credit Constraints in Developing Countries: Methodological Issues and Evidence*. IFPRI, FCND Discussion Paper No. 90, Washington D.C., USA.
5. Gounder, N., & Sharma, P. (2012). *Determinants of bank net interest margins in Fiji, a small island developing state*. *Applied Financial Economics*, 22, 1647-1654.
6. Guo, K., & Stepanyan, V. (2011). *Determinants of Bank Credit in Emerging Market Economies*, IMF Working paper, No WP/11/51.
7. Hồ Diệu (2002), *Quản trị ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống kê, Thành phố Hồ Chí Minh.
8. Lê Đăng Lãng và Lê Tấn Bửu (2014). *Thái độ đối với phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao: Nghiên cứu trường hợp nông dân Đắk Nông*, *Tạp chí Phát triển và Hội nhập*, Số 18 - Tháng 9,10/2014, 81 - 85.
9. Nguyễn Văn Tuấn (2015), *Giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam*, *Luận án tiến sĩ*, Trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh.
10. *Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Lâm Đồng (2016)*, Báo cáo tổng kết năm 2015.
11. *Vụ Khoa học Công nghệ - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2016)*, Báo cáo tổng kết 2015.

Ngày nhận bài: 15/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/2/2020

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. NGUYỄN THỊ LOAN

Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

2. ThS. ĐÀO DŨNG TRÍ

Quỹ Đầu tư tỉnh Lâm Đồng

3. TS. NGUYỄN VIỆT HỒNG ANH

Chi cục Thuế quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh

4. PGS.TS. LÊ THỊ TUYẾT HOA

Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

LENDING ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS FOR THE HIGH-TECH AGRICULTURE SECTOR: RESEARCH IN LAM DONG PROVINCE

● Assoc.Prof. Ph.D **NGUYEN THI LOAN**

Banking University of Ho Chi Minh City

● Master. **DAO DUNG TRI**

Investment Fund of Lam Dong Province

● Ph.D **NGUYEN VIET HONG ANH**

Taxation Department of Binh Thanh District, Ho Chi Minh City

● Assoc.Prof. Ph.D **LE THI TUYET HOA**

Banking University of Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

By using the method of comparative statistics, this study calculates some indicators relating to lending activities of commercial banks in Lam Dong province for the high-tech agriculture during the period from 2012 to 2018. The study's results show several achievements and drawbacks of commercial banks' lending activities in the high-tech agriculture field in Lam Dong province. Based on these results, this study proposes a number of solutions for commercial banks for the authorities and the People's Committee of Lam Dong Province in order to enhance the lending activities of commercial banks for the high-tech agriculture field in Lam Dong province.

Keywords: High-tech agriculture, bank credit, lending activities, Lam Dong province.

ẢNH HƯỞNG CỦA DỊCH COVID-19 ĐẾN MỘT SỐ NGÀNH NGHỀ KINH TẾ CHỦ YẾU VÀ NGÀNH NGÂN HÀNG CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY

● PHẠM THỊ THÁI HÀ

TÓM TẮT:

Dịch viêm đường hô hấp cấp tại Vũ Hán đang gây thiệt hại nghiêm trọng tới nền kinh tế Trung Quốc, tác động đến chuỗi cung ứng toàn cầu và làm giảm tăng trưởng kinh tế thế giới. Trung Quốc là quốc gia có hoạt động xuất nhập khẩu lớn nhất với Việt Nam trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2019, kim ngạch giữa hai nước đạt trên 100 tỷ đô la Mỹ. Nền kinh tế Việt Nam chịu ảnh hưởng lớn từ nạn dịch này, ngành Ngân hàng cũng chịu tác động liên đới.

Từ khóa: Virus nCov-2019, virus corona, dịch covid-19, Trung Quốc, Vũ Hán, ngành ngân hàng, ảnh hưởng của dịch covid-19.

I. Đặt vấn đề

Virus Corona gây bệnh viêm phổi cấp bắt nguồn từ Vũ Hán - Trung Quốc, sau đó lây lan đến nhiều nước trên thế giới, số ca nhiễm bệnh và tử vong liên tục tăng hiện nay. Không chỉ ảnh hưởng đến sức khỏe của cộng đồng mà kéo theo các ngành kinh tế cũng chịu tác động vô cùng lớn. Tại Việt Nam, đối tác Trung Quốc chiếm ưu thế lớn trong hoạt động ngoại thương của Việt Nam, trong đó các ngành nghề liên quan đến du lịch, vận chuyển, nông nghiệp, xuất nhập khẩu... chịu ảnh hưởng tiêu cực của dịch bệnh. Ngành Ngân hàng được đánh giá không chịu tác động nhiều, nhưng với sự hỗ trợ của ngành Ngân hàng sẽ thúc đẩy sự phát triển kinh tế của các ngành nghề khác.

II. Ảnh hưởng của dịch covid-19 đến một số ngành nghề kinh tế và ngành Ngân hàng hiện nay

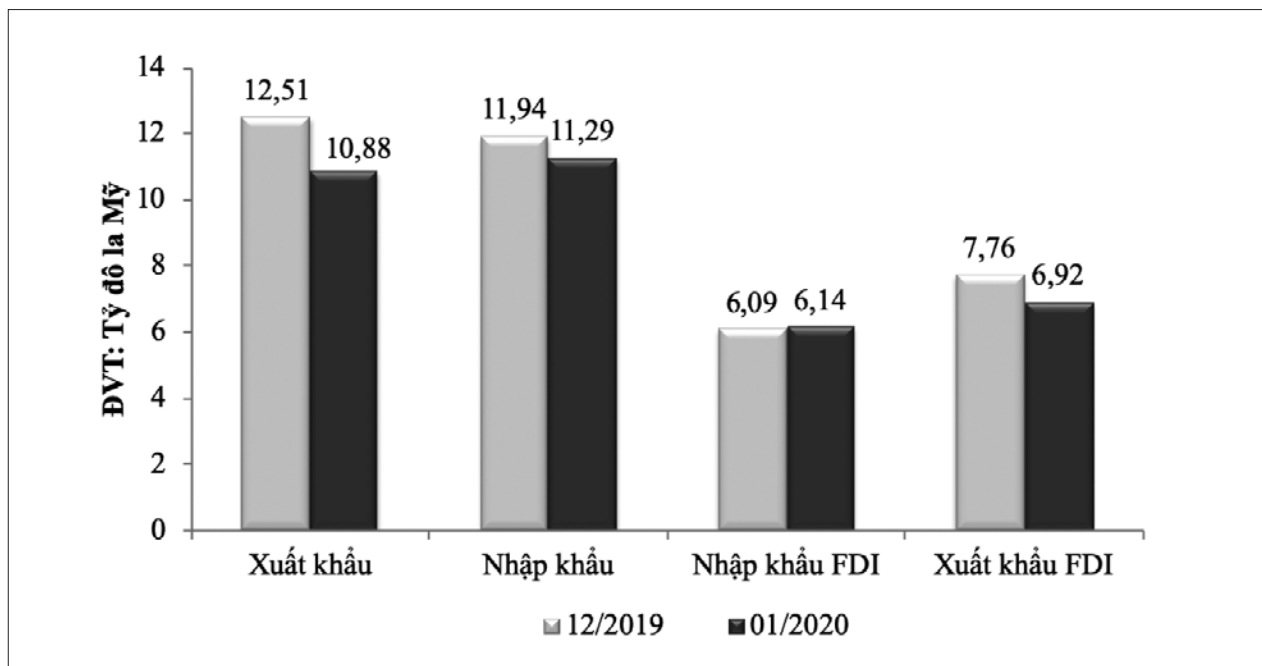
1. Ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến một số ngành/nghề kinh tế chủ yếu

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, trong tháng 1/2020, tổng trị giá xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc chỉ đạt khoảng 2,75 tỷ đôla, giảm đến hơn 35% so với tháng 12/2019. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam trong 15 ngày đầu năm 2020 (từ ngày 1/1 đến ngày 15/1/2020) đạt 22,17 tỷ USD, giảm 9,3% tương đương giảm 2,28 tỷ USD so với 15 ngày cuối tháng 12/2019. Trong đó, xuất nhập khẩu của khối doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI)

trong nửa đầu tháng 1/2020 đạt kim ngạch 13,06 tỷ USD, giảm 5,7% tương ứng giảm 784 triệu USD so với nửa cuối tháng 12/2019.

xuất nhập khẩu của Việt Nam trong những tháng đầu năm 2020. Cùng với việc ngưng trệ hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp FDI Trung Quốc,

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất, nhập khẩu 15 ngày đầu năm 2020 so với 15 ngày cuối năm 2019



Nguồn: Thống kê của Tổng cục Hải quan

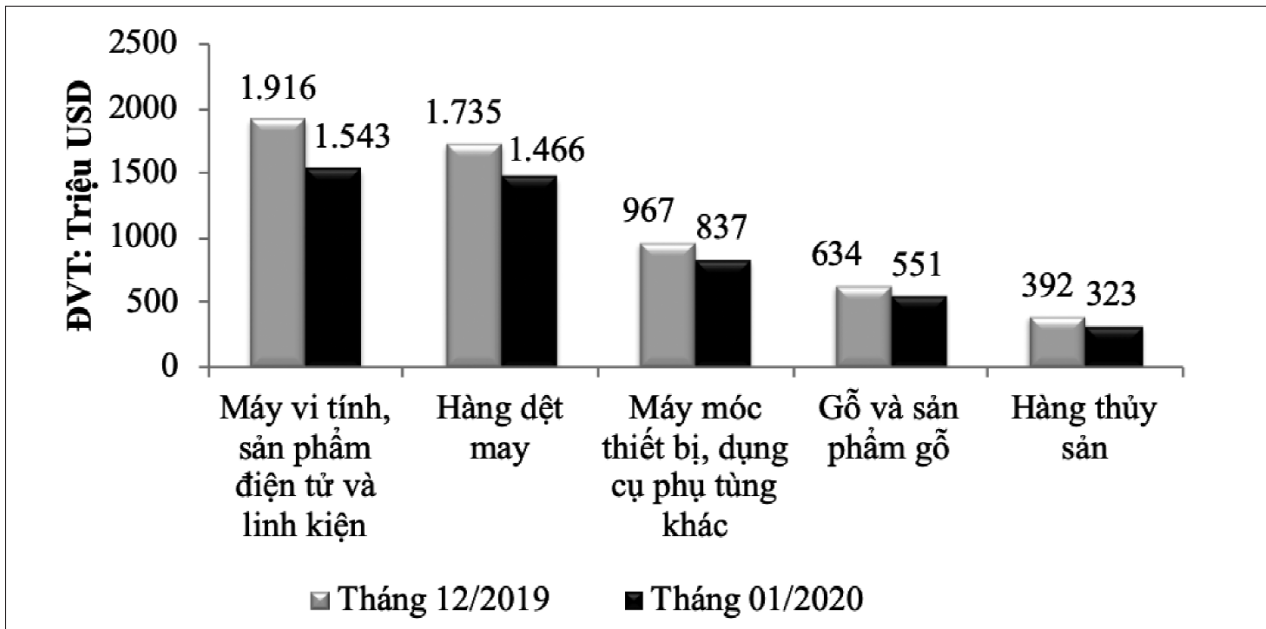
Biểu đồ 1 cho thấy tổng kim ngạch hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong kỳ 1 tháng 1/2020 đạt 10,88 tỷ USD, giảm 13% so với nửa cuối tháng 12/2019. Trong đó, xuất khẩu của khối doanh nghiệp FDI đạt 6,92 tỷ USD, giảm 10,8%, tương ứng giảm 836 triệu USD so với kỳ 2 tháng 12/2019. Trị giá hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam trong kỳ 1 tháng 1/2020 đạt 11,29 tỷ USD, giảm 5,4% (tương ứng giảm 650 triệu USD) so với 15 ngày cuối tháng 12/2019. Trong đó, nhập khẩu của khối doanh nghiệp FDI đạt 6,14 tỷ USD, tăng nhẹ 0,8%, tương ứng tăng 51 triệu USD.

Các doanh nghiệp FDI đến từ Trung Quốc thường sử dụng lượng lớn lao động và chuyên gia là người Trung Quốc. Việc hạn chế xuất nhập cảnh giữa 2 nước ở ngay thời điểm sau kỳ nghỉ tết Nguyên đán đã, đang và sẽ dẫn tới tình trạng thiếu nhân công để vận hành hoạt động của các nhà máy. Như vậy, dịch Covid-19 sẽ ảnh hưởng lớn tới guồng sản xuất của các doanh nghiệp Trung Quốc tại Việt Nam, gián tiếp tới hoạt động

các doanh nghiệp sản xuất phụ trợ trong nước cũng sẽ bị ảnh hưởng do phụ thuộc vào sự phát triển của doanh nghiệp FDI. Không những vậy, mặc dù các doanh nghiệp đã chủ động nhập nguyên vật liệu trước Tết Nguyên đán, nhưng với tình trạng hạn chế xuất nhập khẩu với Trung Quốc như hiện nay, sẽ có tình trạng các doanh nghiệp trong nước và FDI ở một số ngành như May mặc, Điện tử... thiếu nguyên vật liệu đầu vào vì phụ thuộc lớn vào nguồn nguyên nhiên vật liệu nhập từ thị trường Trung Quốc.

Biểu đồ 2 cho thấy kim ngạch xuất khẩu 15 ngày đầu tháng 1/2020 giảm so với 15 ngày cuối tháng 12 chủ yếu do giảm ở một số nhóm hàng sau: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện giảm 373 triệu USD, giảm 19,5%; hàng dệt may giảm 269 triệu USD, tương ứng giảm 15,5%; máy móc thiết bị dụng cụ và phụ tùng giảm 130 triệu USD, tương ứng giảm 13,4%; gỗ và sản phẩm gỗ giảm 83 triệu USD, tương ứng giảm 13,1%; hàng thủy sản giảm 69 triệu USD, tương ứng giảm 17,5%.

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng 15 ngày đầu năm 2020 so với 15 ngày cuối năm 2019



Nguồn: Thống kê của Tổng cục Hải quan

Ảnh hưởng của dịch bệnh tới sản xuất nông nghiệp, chủ yếu tập trung ở các mặt hàng nông sản xuất khẩu. Trung Quốc là thị trường tiêu thụ chính các mặt hàng nông sản của Việt Nam, năm 2019, xuất khẩu nông sản sang thị trường này đạt 5,92 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 35%. Những sản phẩm nông sản đóng góp một phần quan trọng, đáng kể trong tăng trưởng giá trị gia tăng ở khu vực nông lâm thủy sản. Do đó, nếu tình trạng dịch bệnh kéo dài trong nhiều tháng thì tốc độ gia tăng giá trị tăng thêm của khu vực này hẳn sẽ chậm hơn so với cùng kỳ năm trước. Hoạt động xuất nhập khẩu tại biên giới đều dừng lại, đồng nghĩa với việc mặt hàng rau củ quả, đồ tươi sống sẽ chịu ảnh hưởng thiệt hại nặng nề nhất do không bảo quản được lâu.

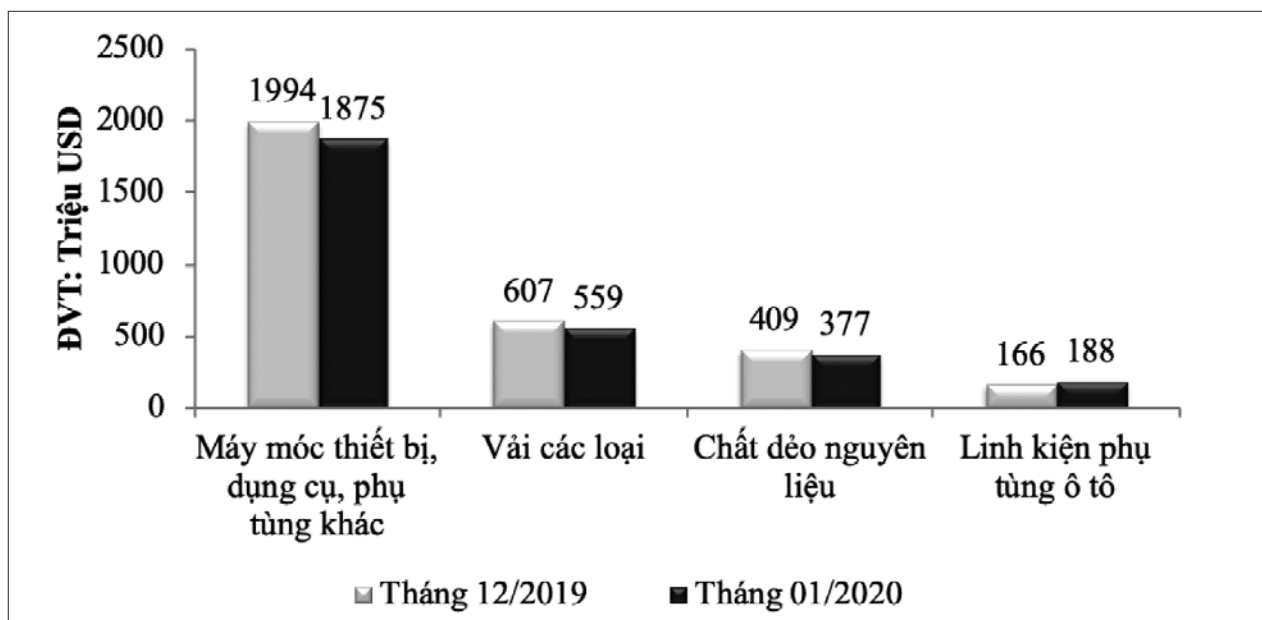
Biểu đồ 3 cho thấy kim ngạch nhập khẩu hàng hóa trong 15 ngày đầu tháng 01/2020 giảm so với nửa cuối tháng 12/2019 chủ yếu do giảm ở một số nhóm hàng: máy móc thiết bị dụng cụ và phụ tùng giảm 119 triệu USD, tương ứng giảm 6%; vải các loại giảm 48 triệu USD, tương ứng giảm 7,9%; chất dẻo nguyên liệu giảm 32 triệu USD, tương ứng giảm 7,9%... Bên cạnh đó, có linh kiện, phụ tùng ô tô tăng 22 triệu USD, tương ứng tăng 13,4%.

Bên cạnh nông nghiệp, công nghiệp chịu ảnh hưởng của dịch Covid-2019, ngành Du lịch chịu tác

động mạnh nhất. Lượng khách Trung Quốc vào Việt Nam thường tăng cao trong mùa lễ hội đầu năm nhưng trước tình hình dịch cúm đang diễn biến như hiện nay, lượng khách Trung Quốc sẽ giảm mạnh vào những tháng đầu năm 2020. Tổng cục Thống kê cho thấy năm 2019 Việt Nam đón 18 triệu lượt khách quốc tế thì du khách Trung Quốc hơn 5,8 triệu, chiếm 32%. Trong đó, Nha Trang - Khánh Hòa chịu ảnh hưởng nghiêm trọng nhất do tỷ trọng khách Trung Quốc lớn nhất, chiếm 70% tổng số khách quốc tế năm 2019. Và không chỉ lượng khách Trung Quốc tới Việt Nam giảm mà với tâm lý e ngại khi tới du lịch tại các vùng có dịch cúm, lượng khách ở các quốc gia khác tới Việt Nam cũng giảm.

Ngành Hàng không cũng được xem là ngành chịu tác động mạnh mẽ nhất với việc số lượng khách du lịch sụt giảm và việc bị cắt giảm chuyến bay tới vùng có dịch. Theo số liệu thống kê của Cục Hàng không Việt Nam, trước khi có dịch Covid-19, thị trường hàng không Việt Nam - Trung Quốc có 14 hãng của cả hai nước tham gia khai thác. Trước khi dịch xảy ra, 14 hãng hàng không Trung Quốc và 3 hãng hàng không của Việt Nam hàng ngày thực hiện gần 100 chuyến bay giữa hai nước. Để phòng chống dịch Covid-19, theo

Biểu đồ 3: Kim ngạch nhập khẩu một số mặt hàng 15 ngày đầu năm 2020 so với 15 ngày cuối năm 2019



Nguồn: Thống kê của Tổng cục Hải quan

chỉ đạo của Chính phủ, chúng ta đã thực hiện dừng các chuyến bay chở khách giữa hai quốc gia, với số lượng khách rất lớn.

Bên cạnh các ngành nghề chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ dịch bệnh phải kể đến một số ngành nghề đang hưởng lợi từ dịch bệnh như:

Ngành Dược, Vật tư y tế và bán lẻ dược. Tình trạng dịch bệnh kéo dài, các công ty cung cấp thiết bị y tế như khẩu trang, bao tay, xà phòng, nước muối vô trùng... nhận nhiều đơn hàng. Nhu cầu phòng tránh dịch bệnh của cộng đồng, dân cư và xã hội tăng cao.

Đồng thời, dịch vụ trò chơi trực tuyến được cho là hưởng lợi nhiều nhất từ dịch Covid-19 trong bối cảnh nhóm người chơi chiếm đa số là học sinh, sinh viên đang được cho nghỉ học dài ngày. Bên cạnh đó là cơ hội kinh doanh thương mại điện tử đợt dịch Covid-19 lần này, với tâm lý lo sợ ngại tiếp xúc đám đông để tránh dịch nên người tiêu dùng thường chọn cách an toàn là ở nhà mua hàng online thay vì trực tiếp đến cửa hàng khiến dễ bị lây bệnh. Chính vì thế, các công ty giao hàng được hưởng lợi từ các đơn hàng mua sắm trực tuyến, thương mại điện tử.

2. Ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến ngành Ngân hàng

Trước diễn biến của tình hình dịch bệnh Covid-

19, ngành Ngân hàng khó tránh khỏi những ảnh hưởng khi các doanh nghiệp đình trệ hoạt động sản xuất - kinh doanh, xuất khẩu do những tác động bởi dịch bệnh nói trên. Lợi nhuận và chất lượng tài sản của các ngân hàng tại châu Á - Thái Bình Dương sẽ bị ảnh hưởng thông qua các ngành du lịch, tiêu dùng cá nhân, chuỗi cung ứng, hàng hóa, bất động sản và thị trường tài chính khi tín dụng chậm lại. Dịch Covid-19 tác động đến ngành Ngân hàng như sau:

Thứ nhất, cầu tín dụng giảm do nhu cầu tín dụng của các doanh nghiệp, hộ gia đình thấp hơn. Tình hình kinh tế trong nước, khu vực và thế giới đang diễn biến khá phức tạp, Trung Quốc và Việt Nam sẽ chịu tác động tiêu cực nên tổng cầu giảm, nhu cầu tín dụng giảm so với năm ngoái, điều này ảnh hưởng đến tăng trưởng tín dụng và ảnh hưởng đến lợi nhuận ngân hàng.

Thứ hai, tiềm ẩn nợ xấu tăng, khi các doanh nghiệp, hộ gia đình chịu tác động tiêu cực từ dịch bệnh, dẫn đến hoạt động sản xuất - kinh doanh gặp khó khăn. Những khách hàng chịu ảnh hưởng nặng nề nhất là các doanh nghiệp trong các lĩnh vực vận tải, kho bãi; lưu trữ; du lịch, nhà hàng - ăn uống. Cùng với đó, các doanh nghiệp có thị trường xuất khẩu chủ yếu là Trung Quốc điển hình là doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản, thủy sản; các

khách hàng có nguồn nguyên liệu nhập khẩu chính từ Trung Quốc... Những doanh nghiệp trong các lĩnh vực này chiếm lượng khá lớn trong số các khách hàng của các ngân hàng, do đó nguy cơ gia tăng nợ xấu là khó tránh khỏi.

Thứ ba, nhu cầu giao dịch qua ngân hàng số, thanh toán không dùng tiền mặt tăng do một số khách hàng ngại tiếp xúc, hạn chế đến giao dịch tại các ngân hàng.

3. Ngành Ngân hàng hỗ trợ khắc phục thiệt hại của dịch Covid-19

3.1. Ngân hàng Nhà nước chỉ đạo khắc phục thiệt hại

Các tổ chức tín dụng cần cân đối nguồn vốn để đáp ứng đầy đủ nhu cầu vốn phục vụ sản xuất, kinh doanh theo chỉ đạo của Chính phủ tại Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 01/1/2020 về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, dự toán ngân sách Nhà nước năm 2020 và chỉ đạo của Thống đốc NHNN tại Chỉ thị số 01/CT-NHNN về tổ chức triển khai thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm của ngành Ngân hàng trong năm 2020.

Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành văn bản số 541/NHNN-TD ngày 04/2/2020 về việc triển khai các giải pháp hỗ trợ khắc phục thiệt hại do ảnh hưởng của dịch Covid-19 cụ thể là:

Các tổ chức tín dụng cũng chỉ đạo chi nhánh, phòng giao dịch, chủ động nắm bắt tình hình sản xuất - kinh doanh, mức độ thiệt hại của khách hàng đang vay vốn do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhất là những ngành, lĩnh vực có thể bị ảnh hưởng nhiều như du lịch, nông nghiệp, xuất khẩu... để kịp thời áp dụng các biện pháp hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho khách hàng như cơ cấu lại thời hạn trả nợ, xem xét miễn giảm lãi vay... theo quy định pháp luật hiện hành.

Đồng thời, các tổ chức tín dụng chủ động hướng dẫn, hỗ trợ người dân trong quá trình xử lý tháo gỡ khó khăn về hoạt động vay vốn.

Tại chi nhánh các tỉnh, thành phố, Ngân hàng Nhà nước yêu cầu cần nắm bắt tình hình sản xuất - kinh doanh và theo dõi diễn biến dịch Covid-19, ảnh hưởng của dịch bệnh trên địa bàn để chỉ đạo các tổ chức tín dụng rà soát, thống kê dư nợ vay bị thiệt hại, kịp thời thực hiện các biện pháp hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, người dân phù hợp với các quy định của pháp luật hiện hành.

Các cơ quan này phải phối hợp với các sở, ban,

ngành, kịp thời tham mưu cho UBND tỉnh/thành phố các giải pháp xử lý rủi ro, hỗ trợ tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, người dân vay vốn bị thiệt hại theo quy định. Trong trường hợp phát sinh khó khăn, vướng mắc vượt thẩm quyền, Ngân hàng Nhà nước chi nhánh các tỉnh, thành phố báo cáo UBND tỉnh, thành phố và Ngân hàng Nhà nước để được xem xét, xử lý.

3.2. Các giải pháp cụ thể của một số ngân hàng thương mại

(1) *Ngân hàng TMCP Nam Á (NamABank)*: Nam A Bank đã triển khai chương trình “Chung sức khắc phục thiệt hại do ảnh hưởng từ dịch Covid-19”, áp dụng từ ngày 10/2/2020 cho tới khi Chính phủ có thông báo chính thức về việc dịch bệnh kết thúc. Theo đó, khách hàng được giảm đến 0,5%/năm so với biểu lãi suất cho vay hiện hành đối với loại tiền VND và USD. Ngân hàng mong muốn hỗ trợ cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực như du lịch, lưu trú, hàng không, nông nghiệp, nhà hàng, quán ăn, xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với các nước thuộc vùng dịch. Đồng thời, Ngân hàng sẽ chủ động tư vấn khách hàng để nắm bắt nhu cầu, tìm hiểu tình hình sản xuất và hỗ trợ kịp thời. Số tiền hỗ trợ sẽ được giảm trực tiếp trên tổng số tiền phải thanh toán hàng tháng trong thời gian hỗ trợ trên nguyên tắc mức khai thác càng nhiều, tỷ lệ giảm càng lớn.

(2) *Ngân hàng TMCP Tiên Phong (TPBank)*: Từ ngày 12/2 - 30/6/2020, TPBank triển khai các gói cho vay ưu đãi bằng VND và ngoại tệ với tổng giá trị gần 3.000 tỷ đồng và lãi suất giảm từ 1 - 1,5% so với biểu lãi suất hiện hành của TPBank nhằm hỗ trợ doanh nghiệp bị ảnh hưởng. Đối tượng được hưởng ưu đãi là các khách hàng có hoạt động sản xuất - kinh doanh, xuất nhập khẩu hàng hóa, nguyên vật liệu... bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19. Bên cạnh đó, TPBank sẽ rà soát để đưa ra các biện pháp hỗ trợ các doanh nghiệp bị ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp bởi dịch Covid-19 như du lịch, khách sạn, các công ty vận tải lữ hành, các doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc và các doanh nghiệp nhập khẩu nguyên vật liệu, vật tư, hàng hóa từ Đại lục. Ngân hàng sẽ xem xét gia hạn nợ, cơ cấu nợ mà không áp dụng lãi phạt, xem xét giảm lãi hoặc kiến nghị Ngân hàng Nhà nước cho phép không chuyển nhóm nợ với các khách hàng này.

(3) *Ngân hàng TMCP Ngoại Thương (Vietcombank)*: Từ nay đến hết ngày 30/4/2020, Vietcombank giảm lãi suất VND 1 - 1,5%/năm và ngoại tệ 0,5 - 0,75%/năm, tùy theo kỳ hạn. Với các khoản vay mới, Ngân hàng cũng giảm 1%/năm lãi suất với VND và 0,5%/năm với USD. Vietcombank ước tính, quy mô dư nợ của các khoản vay được giảm lãi suất khoảng 30.000 tỷ đồng, dư nợ tín dụng của khoảng 300 khách hàng là tổ chức kinh doanh lớn, số tiền giảm lãi suất mà Ngân hàng chia sẻ với doanh nghiệp ước 300 - 450 tỷ đồng.

(4) *Ngân hàng TMCP Xuất nhập khẩu Việt Nam (Eximbank)*: Eximbank dành 4.000 tỷ đồng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa vay ưu đãi với lãi suất từ 6,99%/năm; đồng thời, sẽ triển khai gói lãi suất cho vay ưu đãi khoảng 3.000 tỷ đồng với lãi suất chỉ từ 5,5%/năm các doanh nghiệp lớn.

(5) *Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank)*: Nhằm hỗ trợ bà con nông dân tiêu thụ nông sản, Sacombank phối hợp cùng Hội Doanh nghiệp trẻ Việt Nam mua 30 tấn dưa hấu tại các nhà vườn Gia Lai để tặng cho các trung tâm bảo trợ xã hội, trung tâm nuôi dưỡng người khuyết tật, làng thiếu nhi, bệnh viện tại TP. Hồ Chí Minh và một số tỉnh lân cận. Toàn bộ kinh phí gần 200 triệu đồng để thu mua và vận chuyển được Sacombank trích từ quỹ công đoàn của Ngân hàng.

(6) *Ngân hàng TMCP Phát triển TP. Hồ Chí Minh (HDBank)*: HDBank miễn 100% mức phí thanh toán quốc tế cho các khách hàng doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dược, thiết bị - vật tư y tế, góp phần đảm bảo việc cung ứng và bình ổn giá các mặt hàng phòng chống dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp do chủng mới của virus corona. Theo đó, từ ngày 4/2/2020, đối với các doanh nghiệp có hoạt động nhập khẩu dược, thiết bị - vật tư y tế, HDBank miễn 100% mức phí thanh toán quốc tế ngoại trừ mức phí do phía ngân hàng đối tác thu theo biểu phí chuyển tiền quốc tế và tài trợ thương mại để nhập khẩu các mặt hàng dược và vật tư y tế. Song song đó, HDBank cũng giảm 50% phí giao dịch tài khoản thanh toán nội địa so với quy định hiện hành và giảm 50% phí phát hành các loại bảo lãnh so với quy định hiện hành cho các doanh nghiệp cung cấp dược, thiết bị - vật tư y tế cho Bệnh viện/Sở y tế/Trung tâm y tế.

(7) *Trung tâm Thông tin tín dụng Quốc gia Việt Nam (CIC)*: Trung tâm Thông tin tín dụng Quốc gia Việt Nam đã giảm mức thu dịch vụ thông tin tín

dụng cho các tổ chức tín dụng. Mức giảm theo bậc thang từ 5% đến 20% tổng mức thu dịch vụ thông tin tín dụng theo từng tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài. Giải pháp của CIC lần này ngoài việc giúp các tổ chức tín dụng giảm chi phí, hạ lãi suất, còn gián tiếp nâng cao khả năng tiếp cận tín dụng của người dân và doanh nghiệp.

Các ngân hàng TMCP khác cũng có nhiều gói tín dụng ưu đãi để hỗ trợ người dân và các doanh nghiệp vượt qua khó khăn trong giai đoạn dịch bệnh.

4. Triển vọng ngành Ngân hàng trong năm 2020

Mặc dù cổ phiếu ngân hàng rớt mạnh theo đà giảm của toàn thị trường, nhưng triển vọng của ngành Ngân hàng trong năm nay vẫn được nhiều chuyên gia đánh giá tốt, tiềm năng tăng trưởng của ngành vẫn còn rất lớn nhờ sự chuyển dịch mạnh mẽ trong cơ cấu hoạt động của các ngân hàng, ngày càng bớt phụ thuộc vào tín dụng, nhất là tín dụng bán buôn, các ngân hàng đã chuyển dịch mạnh mẽ từ bán buôn sang bán lẻ, giảm phụ thuộc vào tín dụng, tăng thu ngoài lãi. Việc chuyển hướng này đã giúp ngành Ngân hàng đối phó tốt hơn với các biến động của nền kinh tế.

Năm 2020, nhiều yếu tố tích cực đang hỗ trợ tăng trưởng cho các ngân hàng, như: nhiều ngân hàng đã thực hiện tốt tiêu chuẩn Basel II hoặc hệ số an toàn theo Thông tư 22 và có khả năng tăng trưởng tín dụng tốt hơn, nhiều ngân hàng hoàn tất xử lý nợ xấu tại Công ty Quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam, bán lẻ và thu ngoài lãi tăng trưởng mạnh. Nhiều ngân hàng đã và đang duy trì chính sách trích lập dự phòng ở mức cao, đảm bảo phòng ngừa rủi ro trong trường hợp thị trường biến động. Vì vậy, chất lượng tài sản của các ngân hàng đã và đang được cải thiện.

Việc tăng trưởng thu nhập từ thu nhập ngoài lãi của ngân hàng đến từ kênh bancassurance - hợp tác bán bảo hiểm, thu phí dịch vụ ngân hàng và chiến lược đẩy mạnh ngân hàng bán lẻ, ngân hàng số. Các ngân hàng tăng cường áp dụng các dịch vụ gia tăng trong hệ thống ngân hàng, cũng như sự phát triển của các kênh thanh toán không dùng tiền mặt - fintech, như: ví điện tử, ngân hàng số, người gửi tiền sẽ sử dụng nhiều hơn các dịch vụ. Chính vì thế mà triển vọng phát triển của ngành Ngân hàng trong năm 2020 vẫn rất lạc quan ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. <https://tinnhanhchungkhoan.vn/>
2. <http://www.trungtamwto.vn/>
3. <http://cafe/vn>
4. <http://tapchitaichinh.vn/>
5. <https://www.customs.gov.vn/>
6. <https://www.gso.gov.vn/>

Ngày nhận bài: 16/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 6/2/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THỊ THÁI HÀ

Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

**THE IMPACT OF CORONAVIRUS OUTBREAK
ON SOME MAJOR ECONOMIC SECTORS
AND THE BANKING SECTOR OF VIETNAM**

● **MA. PHAM THI THAI HA**

Faculty of Finance and Accounting,
Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

The coronavirus outbreak in Wuhan is causing serious damage to the Chinese economy, affecting global supply chains and slowing the world economic growth. According to the export turnover of Vietnam in 2019, China is the largest trade partner of the country. The total import-export turnover between Vietnam and China reached US \$100 billion. The coronavirus outbreak in China has significantly affected Vietnam's economy and also the country's banking industry.

Keywords: 2019-nCoV, coronavirus, coronavirus disease, China, Wuhan, banking sector, adverse effects from the coronavirus.

ỨNG DỤNG MÔ HÌNH IPA NHẪM PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM CHO VAY MUA Ô TÔ TẠI NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH TRÀ VINH

● LÊ TRUNG HIẾU - LÊ THỊ THANH THÚY

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định lý do khách hàng chọn dịch vụ cho vay mua ô tô và đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ cho vay mua ô tô đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Trà Vinh (BIDV Trà Vinh). Kết quả cho thấy các chỉ tiêu: An toàn khi giao dịch; thông tin khách hàng luôn được bảo mật tuyệt đối; nhân viên thao tác nghiệp vụ nhanh chính xác; thông tin về sản phẩm, dịch vụ đầy đủ, dễ hiểu; ngân hàng thực hiện đúng thời gian giao dịch; nhân viên gần gũi với khách hàng (tần suất liên lạc thường xuyên); nhân viên biết lắng nghe và thấu hiểu khách hàng là những chỉ tiêu vừa có mức độ quan trọng cao và có mức độ thực hiện cao mà BIDV Trà Vinh cần tiếp tục duy trì và tập trung phát triển.

Từ khóa: Mô hình IPA, sản phẩm cho vay, mua ô tô, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, BIDV, tỉnh Trà Vinh.

1. Giới thiệu

Việc sở hữu ô tô làm phương tiện đi lại, kinh doanh ngày càng trở thành nhu cầu thiết yếu của nhiều người dân Việt Nam. Trong những năm trước đây, số ngân hàng có dịch vụ cho vay mua xe ô tô chỉ đếm trên đầu ngón tay thì bước qua năm 2019, gần như tất cả các ngân hàng tại Việt Nam đều có thêm dịch vụ cho vay mua xe với lãi suất đặc biệt ưu tiên người tiêu dùng. Để khách hàng dễ dàng hiện thực hóa nhu cầu này, các ngân hàng đã đưa ra rất nhiều chương trình hỗ trợ vay vốn và ưu đãi hấp dẫn. Qua đó cho thấy cuộc đua cho vay mua xe ô tô giữa các ngân hàng đang nóng lên từng ngày và không có hồi kết.

Đối với BIDV đã triển khai rất nhiều gói tín dụng vay mua ô tô và thời gian vay tối đa lên đến 84 tháng. Có thể vay tới 100% giá trị chiếc xe bạn muốn sở hữu. Với cách tính lãi và lãi suất vay mua xe BIDV được cho là khá tốt cho người tiêu dùng, với chất lượng dịch vụ hàng đầu, BIDV là sự lựa chọn thông minh của nhiều người tiêu dùng.

Trong nhiều năm qua, BIDV luôn chú trọng phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ và đã đạt được những thành công nhất định. Đó là động lực để BIDV Trà Vinh tiếp tục đẩy mạnh mục tiêu phát triển hoạt động cho vay đối với khách hàng cá nhân, hướng đến là Chi nhánh đầu tàu về bán lẻ tại Trà Vinh. Ban lãnh đạo Chi nhánh đã xác định

nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân là nhiệm vụ trọng tâm, có tính chiến lược lâu dài đảm bảo an toàn và hiệu quả trong thời điểm hiện nay. Trong đó, sản phẩm cho vay mua ô tô là một trong những sản phẩm được chú trọng. Chính vì lý do đó, nghiên cứu “Ứng dụng mô hình IPA nhằm phát triển sản phẩm cho vay mua ô tô BIDV Trà Vinh” được triển khai.

2. Cơ sở lý thuyết về Mô hình IPA (Importance - Performance Analysis)

Mô hình IPA do Martilla & James xây dựng vào năm 1977 về “Mức độ quan trọng và thực hiện dịch vụ”. Mô hình đo lường chất lượng dịch vụ dựa vào sự khác biệt giữa ý kiến khách hàng về mức độ quan trọng của các chỉ tiêu và mức độ thực hiện các chỉ tiêu của nhà cung ứng dịch vụ (I-P gaps).

Mô hình này phân loại những thuộc tính đo lường chất lượng dịch vụ, cung cấp cho nhà cung ứng dịch vụ những thông tin bổ ích về điểm mạnh, điểm yếu của những dịch vụ mà mình cung cấp cho khách hàng. Từ đó, nhà quản trị cung ứng dịch vụ sẽ có những quyết định chiến lược đúng đắn để nâng cao chất lượng dịch vụ.

Kết quả từ sự phân tích mức độ quan trọng và mức độ thực hiện được thể hiện lên sơ đồ IPA với trục tung (Y) thể hiện mức độ quan trọng và trục hoành (X) thể hiện mức độ thực hiện.

Hình 1: Mô hình phân tích mức độ quan trọng và thực hiện dịch vụ IPA

Mức độ quan trọng	Cao	PHẦN 1 Mức độ quan trọng cao Mức độ thực hiện thấp “Tập trung phát triển”	PHẦN 2 Mức độ quan trọng cao Mức độ thực hiện cao “Tiếp tục duy trì”
	Thấp	PHẦN 3 Mức độ quan trọng thấp Mức độ thực hiện thấp “Hạn chế phát triển”	PHẦN 4 Mức độ quan trọng thấp Mức độ thực hiện cao “Giảm sự đầu tư”
		Thấp	Cao

Phần tư thứ 1 (Tập trung phát triển): Những thuộc tính nằm ở phần tư này được xem là rất quan trọng đối với khách hàng, nhưng mức độ thực hiện của nhà cung ứng dịch vụ rất kém. Kết quả này giúp cho nhà quản trị dịch vụ cung ứng chú ý những thuộc tính này, tập trung phát triển mức độ cung ứng dịch vụ nhằm thỏa mãn khách hàng.

Phần tư thứ 2 (Tiếp tục duy trì): Những thuộc tính nằm ở phần tư này được xem là rất quan trọng đối với khách hàng và nhà cung ứng dịch vụ cũng đã có mức độ thể hiện rất tốt. Nhà quản trị cung ứng dịch vụ nên tiếp tục duy trì và phát huy thế mạnh này.

Phần tư thứ 3 (Hạn chế phát triển): Những thuộc tính nằm ở phần tư này được xem là có mức độ thể hiện thấp và không quan trọng đối với khách hàng. Nhà quản trị cung ứng dịch vụ nên hạn chế nguồn lực phát triển những thuộc tính này.

Phần tư thứ 4 (Giảm sự đầu tư): Những thuộc tính nằm ở phần tư này được xem là không quan trọng đối với khách hàng, nhưng mức độ thể hiện của nhà cung ứng rất tốt. Có thể xem sự đầu tư quá mức như hiện tại là vô ích. Nhà quản trị cung ứng dịch vụ nên sử dụng nguồn lực này tập trung phát triển những thuộc tính khác.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Phương pháp phỏng vấn trực tiếp dựa vào bảng câu hỏi được sử dụng trong nghiên cứu này nhằm ghi nhận ý kiến đánh giá của các khách hàng đang sử dụng sản phẩm cho vay mua ô tô của BIDV Trà Vinh.

Cơ sở xác định cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức $n = 50 + 8 * m$ (m: số biến độc lập) của Tabachnick và Fidell (1996), cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được là $n = 50 + 8 * 5 = 90$. Cỡ mẫu của nghiên cứu này gấp 1,5 lần cỡ mẫu tối thiểu là 135 mẫu. Số liệu được thu thập theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện, phỏng vấn trực tiếp khách hàng sử dụng sản phẩm cho vay mua ô tô tại BIDV Trà Vinh.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô kết hợp với phân tích IPA để xác định mức độ quan trọng - mức độ thực hiện và khoảng cách chất lượng dịch vụ của các nhân tố thuộc về khách hàng, từ đó đưa ra các giải pháp phát triển sản phẩm cho vay mua ô tô tại BIDV Trà Vinh.

4. Kết quả nghiên cứu

Theo kết quả khảo sát khách hàng vay mua ô tô tại BIDV Trà Vinh thì khách hàng lựa chọn sử dụng sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng do uy tín (40,4%), chất lượng dịch vụ tốt và phí giao dịch hợp lý (17,3%), thái độ nhân viên (12,5%), ngân hàng có nhiều chính sách chăm sóc khách hàng (10,6%) và lý do khác chiếm tỷ lệ rất nhỏ 1,9%. (Bảng 1)

Bảng 1. Lý do sử dụng sản phẩm dịch vụ cho vay mua ô tô của Ngân hàng

Lý do chọn sử dụng sản phẩm dịch vụ cho vay mua ô tô của Ngân hàng	Ngân hàng có uy tín	42	40,4
	Chất lượng dịch vụ tốt	18	17,3
	Nhân viên nhiệt tình, chu đáo	13	12,5
	Có nhiều chính sách chăm sóc khách hàng	11	10,6
	Phí giao dịch hợp lý, thủ tục nhanh chóng	18	17,3
	Khác	2	1,9

Nguồn: Số liệu phỏng vấn trực tiếp khách hàng 2018

Trong nghiên cứu này, sau khi thu thập số liệu được xử lý và phân tích bằng phương pháp thống kê mô tả, kiểm định Paired Sample T-test để so sánh theo từng tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ: Sự tin cậy, Khả năng đáp ứng, Đảm bảo, Sự cảm thông, và phương tiện hữu hình. Dựa trên kết

quả phân tích, tác giả đã loại bỏ các biến không có ý nghĩa thống kê. Các biến còn lại đưa vào mô hình IPA để phân tích đánh giá mức độ quan trọng và mức độ thực hiện. Kết quả mô hình IPA được tổng hợp ở Bảng 2.

Dựa trên kết quả Bảng 2 cho thấy các biến

Bảng 2. Trung bình mức độ quan trọng, thực hiện và khoảng cách chất lượng dịch vụ

Kí hiệu	Chỉ tiêu	Mức độ thực hiện	Mức độ quan trọng	Khoảng cách	Sig. (2-tailed)
X11	An toàn khi giao dịch.	4,11	4,52	0.41	0,000
X12	Thông tin KH luôn được bảo mật tuyệt đối.	4,14	4,45	0.31	0,000
X13	Nhân viên thao tác nghiệp vụ nhanh, chính xác.	4,09	4,33	0.24	0,008
X14	Thông tin về SP, DV đầy đủ, dễ hiểu.	4,01	4,44	0.43	0,000
X15	NH thực hiện đúng thời gian giao dịch.	4,11	4,47	0.37	0,000
X21	Khoản vay lớn hơn so với các NHTM khác.	3,37	4,38	1.01	0,000
X22	Thời hạn cho vay dài.	3,56	4,44	0.88	0,000
X23	KH có thể linh hoạt thời hạn vay	3,79	4,43	0.64	0,000
X24	Mức phí dịch vụ hợp lý.	3,84	4,37	0.53	0,000
X25	Lãi suất cho vay hấp dẫn, cạnh tranh.	3,67	4,72	1.05	0,000
X26	Phương thức tính lãi hợp lý.	3,81	4,71	0.90	0,000
X27	Nhiều ưu đãi.	3,55	4,60	1.05	0,000
X31	Quảng cáo về sản phẩm ấn tượng.	3,48	4,57	1.09	0,000
X32	KH thường xuyên nhận được thông tin chương trình khuyến mại về sản phẩm.	3,65	4,48	0.83	0,000
X33	Nhân viên có khả năng giải quyết các vấn đề nhanh chóng.	3,98	4,61	0.63	0,000
X34	Nhân viên có thái độ ứng xử rất tử tế, nhiệt tình.	4,18	4,58	0.39	0,000
X35	Hướng dẫn thủ tục cho KH đầy đủ, dễ hiểu.	4,17	4,58	0.40	0,000

Kí hiệu	Chỉ tiêu	Mức độ thực hiện	Mức độ quan trọng	Khoảng cách	Sig. (2-tailed)
X41	Thủ tục vay vốn đơn giản, nhanh chóng.	3,88	4,57	0.68	0,000
X42	Nội dung biểu mẫu rõ ràng, ngắn gọn dễ hiểu.	3,94	4,68	0.74	0,000
X43	Thời gian xử lý hồ sơ vay vốn nhanh.	3,89	4,60	0.70	0,000
X44	Tư vấn, giải đáp thông tin SP phù hợp với từng đối tượng KH.	4,01	4,60	0.59	0,000
X45	Nhân viên gần gũi với KH.	4,17	4,65	0.48	0,000
X46	Nhân viên lắng nghe và thấu hiểu KH.	4,11	4,63	0.53	0,000
X51	NH có mạng lưới giao dịch rộng khắp.	4,34	4,60	0.26	0,001
X52	Địa điểm giao dịch thuận tiện.	4,21	4,68	0.47	0,000
X53	Bãi đỗ xe rộng và an toàn.	3,93	4,62	0.68	0,000
X54	Không gian phòng giao dịch sạch sẽ, thoáng mát, đủ ánh sáng.	4,26	4,63	0.38	0,000
X55	Nơi KH chờ đợi có sách báo, nước uống, trái cây.	3,88	4,61	0.72	0,000
X56	Trang phục nhân viên lịch sự.	4,26	4,72	0.46	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

quan sát đều có ý nghĩa giải thích khoảng cách (Sig. < 0,5). Có 29 biến quan sát và hầu hết khách hàng sử dụng sản phẩm cho vay mua ô tô của ngân hàng đều cho là quan trọng và rất quan trọng. Điều này cho ta thấy khách hàng đánh giá cao mức độ quan trọng của các dịch vụ và có mong muốn ngân hàng sẽ mang lại những lợi ích, sự tiện lợi, sự cảm thông và đáp ứng tốt nhu cầu của họ.

Bên cạnh đó, mức độ thực hiện của 29 biến quan sát cũng được đánh giá tương đối cao, ở mức độ hài lòng và rất hài lòng. Cụ thể, mức độ thực hiện của các chỉ tiêu: An toàn khi giao dịch; thông tin khách hàng luôn được bảo mật tuyệt đối; nhân viên thao tác nghiệp vụ nhanh chính xác; thông tin về sản phẩm, dịch vụ đầy đủ, dễ hiểu; ngân hàng thực hiện đúng thời gian giao dịch; nhân viên gần gũi với khách hàng (tần suất liên lạc thường xuyên); nhân viên biết lắng nghe và thấu hiểu khách hàng là những chỉ tiêu vừa có mức độ quan trọng cao và có mức độ thực hiện cao (khoảng cách giữa mức độ quan trọng - mức độ thực hiện < 0,43).

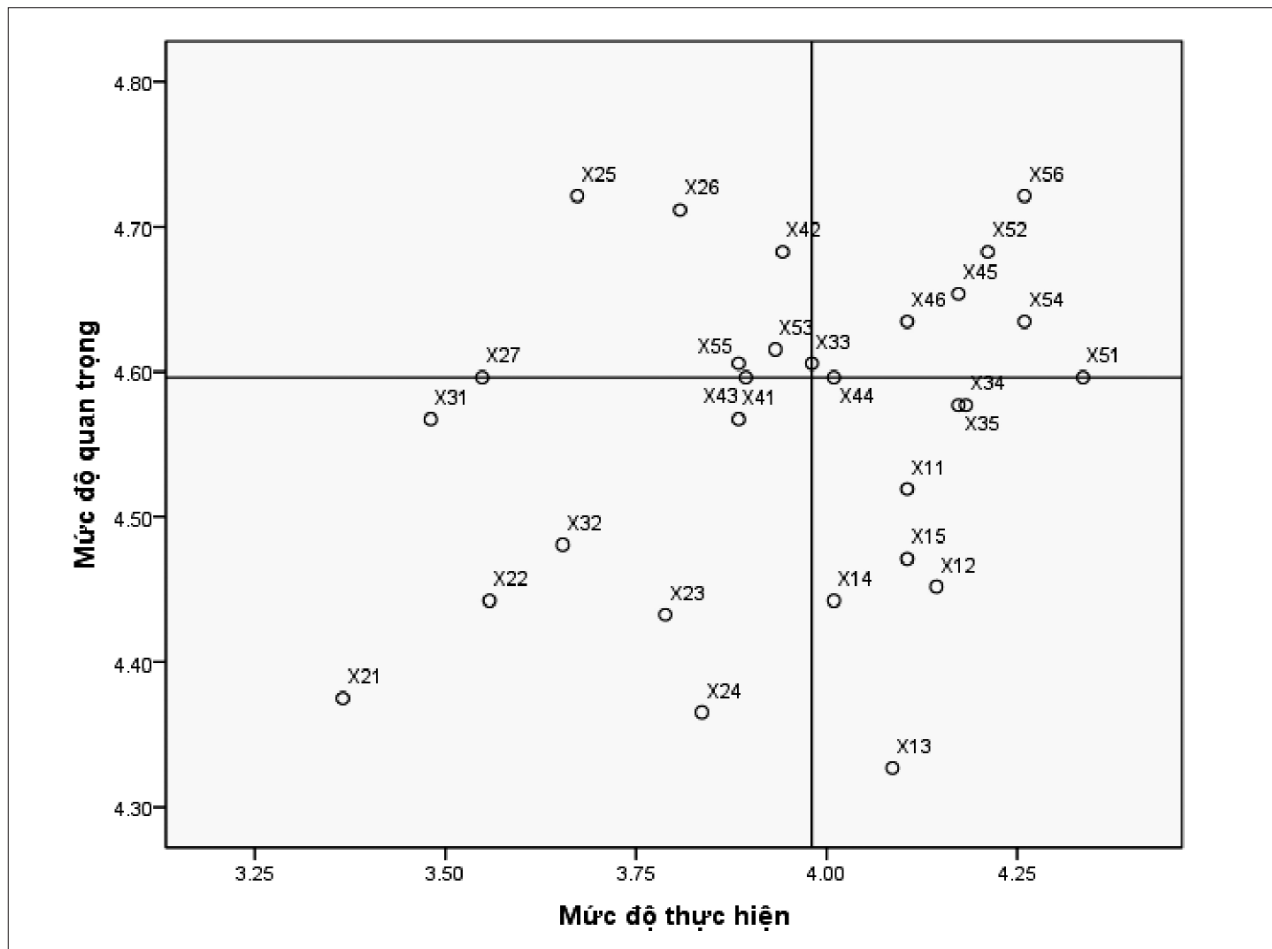
Mức độ thực hiện của các biến quan sát mà khách hàng đánh giá cho thấy rằng các dịch vụ mà ngân hàng đã được thực hiện tốt và đáp nhu cầu của khách hàng. Ngân hàng nên tiếp tục duy trì và phát huy thế mạnh của các chỉ tiêu này.

Ngoài ra, các chỉ tiêu: khoản vay lớn hơn so với các NHTM khác, lãi suất cho vay hấp dẫn mang tính cạnh tranh, nhiều ưu đãi, quảng cáo về sản phẩm ấn tượng là những chỉ tiêu có khoảng cách giữa mức độ quan trọng và mức độ thực hiện lớn nhất (> 1.01). Hình 2

Dựa vào kết quả nghiên cứu ở trên làm cơ sở để xây dựng mô hình IPA đối với sản phẩm cho vay mua ô tô tại BIDV Trà Vinh. Trong đó, đường thẳng cắt trục tung thể hiện điểm trung bình mức độ quan trọng có giá trị 4,59; đường thẳng cắt trục hoành thể hiện điểm trung bình mức độ thực hiện có giá trị 3,98. Mô hình IPA là cơ sở để đề ra một số giải pháp phát triển sản phẩm cho vay mua ô tô tại BIDV Trà Vinh được thể hiện qua từng giải pháp ở các góc phần tư khác nhau.

Đối với góc phần tư thứ I (Tập trung phát

Hình 2: Kết quả IPA đối với sản phẩm cho vay mua ô tô tại BIDV Trà Vinh



triển): là những điểm mà ngân hàng còn hạn chế. Kết quả cho thấy rằng, đây là những chỉ tiêu quan trọng mà nhà quản trị ngân hàng cần tập trung cải thiện để nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay ô tô của ngân hàng nhằm góp phần làm tăng mức độ hài lòng của khách hàng. Nhìn chung, các biến này liên quan đến vấn đề về lãi suất, những ưu đãi, hoạt động quảng cáo về sản phẩm cho vay mua ô tô đối với khách hàng tại ngân hàng.

Đối với góc phần tư thứ II (Tiếp tục duy trì): Tập trung nhiều yếu tố nhất bao gồm: Phương thức tính lãi hợp lý; nhân viên có khả năng giải quyết vấn đề nhanh chóng; nhân viên có thái độ ứng xử rất nhiệt tình; hướng dẫn thủ tục cho khách hàng đầy đủ, dễ hiểu; thủ tục vay vốn đơn giản, nhanh chóng; nội dung biểu mẫu rõ ràng ngắn gọn dễ hiểu; thời gian xử lý hồ sơ vay vốn nhanh; tư

vấn, giải đáp thông tin sản phẩm phù hợp với từng đối tượng khách hàng; nhân viên gần gũi với khách hàng; nhân viên biết lắng nghe và thấu hiểu khách hàng; ngân hàng có chi nhánh, phòng giao dịch rộng khắp; địa điểm giao dịch thuận tiện; bãi đỗ xe rộng và an toàn; không gian phòng giao dịch sạch sẽ, thoáng mát, đủ ánh sáng; nơi khách hàng chờ đợi có sách báo, nước uống, trái cây; trang phục nhân viên lịch sự.

Đối với góc phần tư thứ III (Hạn chế phát triển): gồm các biến X21, X22, X23, X32 mà khách hàng không chú trọng nhiều, mức độ thực hiện thấp và mức độ quan trọng thấp đối với khách hàng. Đây là những yếu tố ngân hàng nên hạn chế nguồn lực phát triển những thuộc tính này.

Đối với góc phần tư thứ IV (Giảm sự đầu tư):

Gồm các biến: an toàn khi giao dịch; thông tin khách hàng luôn được bảo mật; nhân viên thao tác nghiệp vụ nhanh, chính xác; thông tin về sản phẩm, dịch vụ đầy đủ, dễ hiểu; ngân hàng thực hiện đúng thời gian giao dịch; mức phí dịch vụ hợp lý được khách hàng đánh giá thấp về mức độ quan trọng nhưng ngân hàng đang thực hiện rất tốt và nên giảm sự đầu tư thêm là điều cần thiết.

5. Giải pháp phát triển sản phẩm cho vay mua ô tô tại BIDV Trà Vinh

BIDV cần phải có bộ phận nghiên cứu và hợp tác với các đối tác, các hãng ô tô để đưa ra các chính sách, các sản phẩm nhằm đến gần hơn với mong muốn của khách hàng. Bên cạnh đó có thể tư vấn cho khách hàng về các dòng xe, chính sách khuyến mãi, bảo hành, bảo hiểm,...

BIDV Trà Vinh nên xem xét tăng mức độ vay tối đa với các khoản vay, giảm lãi suất cho vay đối với sản phẩm cho vay mua ô tô của khách hàng, bổ sung thêm nhiều ưu đãi cho sản phẩm hơn cũng như tăng cường công tác quảng cáo cho sản phẩm đặc biệt là đánh đúng vào nhu cầu an toàn của các đối tượng khách hàng mục tiêu trong điều kiện giao thông phức tạp của nước ta nói chung và của Trà Vinh nói riêng.

BIDV Trà Vinh cần tiếp tục duy trì và phát huy các lợi thế của mình trong các khâu tư vấn hướng dẫn thủ tục cũng như linh hoạt các phương thức tài trợ cho vay mua ô tô, linh hoạt về lãi suất, phương thức trả nợ gốc nợ lãi, chất lượng phục vụ khách hàng, chăm sóc khách hàng tại điểm giao dịch và thông qua điện thoại ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. 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 ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, 29, (1), tr.11-22.
2. Lê Công Hoa, Lê Chí Công (2012), “Ứng dụng phương pháp IPA để đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động tại Việt Nam”, *Phát triển kinh tế*, (265), tr. 3-11.
3. Nguyễn Hoàng Tuệ Quang (2014), “Về việc vận dụng các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ”, *Thông tin Khoa học xã hội*, (10).
4. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
5. Martilla, J.A. and James, J.C. (1977), “Importance-Performance Analysis”, *Journal of Marketing*, (41), pp.77-79.
6. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), “SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp.14-40.

Ngày nhận bài: 18/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/2/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. LÊ TRUNG HIẾU

Phó trưởng Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học Trà Vinh

2. ThS. LÊ THỊ THANH THÚY

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Trà Vinh

**IMPLEMENTING IPA MODEL
TO PROMOTE THE CAR LOAN PRODUCT OF BIDV
- TRA VINH BRANCH**

● Master. **LE TRUNG HIEU**

Assistant Dean, Faculty of Economics - Law,
Tra Vinh University

● Master. **LE THI THANH THUY**

Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development
of Vietnam - Tra Vinh Branch

ABSTRACT:

This study was conducted to determine the reasons why customers choose car loan service and propose some solutions to develop car loan service for individual customers at Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam (BIDV) – Tra Vinh Branch. The study's results show that there are some indicators that are important and highly doable for BIDV - Tra Vinh Branch to pay attention to. These indicators include Safe transactions; Client confidentiality; high-quality staff with quick and accurate operations; Full and understandable product and service information; On time transactions; Close relationship between staff and customers; and staff who understand and listen to customers.

Keywords: IPA model, loan products, automobile purchases, Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam, BIDV, Tra Vinh province.

HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TỔ CHỨC TÀI CHÍNH VI MÔ GÓP PHẦN GIẢM NGHÈO BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

VÕ ĐỨC TOÀN

TÓM TẮT:

Bài viết bàn về thực trạng hoạt động của các tổ chức tài chính vi mô (TCVM) ở Việt Nam trong thời gian qua, và nêu lên những vấn đề tồn tại trong hoạt động của các tổ chức TCVM, làm cơ sở cho những khuyến nghị thiết thực đối với các chủ thể tham gia. Đồng thời, bài viết cũng đề xuất các cơ quan chức năng cần có những giải pháp lâu dài và đồng bộ nhằm phát triển các tổ chức TCVM, từ đó tác động đến an sinh xã hội, tạo việc làm cho người nghèo, người thu nhập thấp, góp phần giúp Việt Nam thực hiện tốt công tác xóa đói giảm nghèo bền vững.

Từ khóa: Tổ chức tài chính vi mô, giảm nghèo bền vững, an sinh xã hội, người nghèo, thu nhập thấp.

1. Đặt vấn đề

Các tổ chức TCVM cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản đáp ứng nhu cầu chủ yếu của những người thu nhập thấp, người nghèo, với những khoản cho vay nhỏ nhưng góp phần quan trọng trong việc cải thiện đời sống, tạo công ăn việc làm cho xã hội, giúp giảm nghèo bền vững ở Việt Nam. Hiện nay, hoạt động của các tổ chức TCVM còn nhiều tồn tại, đặc biệt là các tổ chức TCVM thành lập theo Luật Các tổ chức tín dụng năm 2010, qui mô và địa bàn hoạt động còn nhỏ so với thị trường TCVM ở Việt Nam, nên chưa phát huy được chức năng và vai trò của mình. Chính vì vậy, tác giả đã chọn chủ đề “Hoạt động của các tổ chức TCVM góp phần giảm nghèo bền vững ở Việt Nam” nhằm nói lên tình hình hoạt động của một số tổ chức TCVM trong thời gian qua, từ đó, đề xuất những khuyến nghị nhằm phát huy vai trò

của các tổ chức này trong việc góp phần xóa đói giảm nghèo bền vững ở Việt Nam.

2. Hoạt động của một số tổ chức TCVM tại Việt Nam

Tại Việt Nam có nhiều đơn vị cung cấp dịch vụ TCVM, bao gồm các Quỹ Tín dụng nhân dân, Ngân hàng Chính sách Xã hội, Công ty TNHH TCVM... nhằm phục vụ chủ yếu cho các hộ gia đình nghèo, cận nghèo và thu nhập thấp. Trong phần này, tác giả chỉ tìm hiểu hoạt động của một số tổ chức TCVM được thành lập theo Luật Các Tổ chức tín dụng. (Bảng 1).

2.1. Tổ chức TCVM TNHH MTV Tỉnh Thương (TYM)

TYM là Tổ chức TCVM chính thức đầu tiên tại Việt Nam do Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam thành lập với sứ mệnh cải thiện chất lượng cuộc sống của các cá nhân, hộ gia đình có thu nhập

Bảng 1. Các tổ chức TCVM thành lập đến ngày 31/12/2019

STT	Tên tổ chức TCVM	Ngày cấp phép	Vốn ĐL (tỷ đồng)
1	Tổ chức TCVM TNHH MTV Tình Thương	17/8/2010	135,8
2	Tổ chức TCVM TNHH M7	13/1/2012	15,5
3	Tổ chức TCVM TNHH Thanh Hóa	22/8/2014	6,1
4	Tổ chức TCVM TNHH MTV cho người lao động nghèo tự tạo việc làm	28/10/2016	500
Tổng			657,4

Nguồn: <https://www.sbv.gov.vn/>

thấp, đặc biệt ưu tiên phụ nữ nghèo, yếu thế thông qua các dịch vụ tài chính và phi tài chính, tạo cơ hội cho phụ nữ tham gia vào các hoạt động kinh tế và xã hội, góp phần nâng cao vị thế của người phụ nữ. TYM được thành lập năm 1992, trải qua gần 28 năm phát triển, với thành tích giúp đỡ hàng nghìn phụ nữ thoát nghèo bền vững, vươn lên làm giàu, xây dựng mô hình vay vốn dễ dàng và phù hợp với các hộ gia đình tại các địa bàn nông thôn, góp phần tích cực vào công cuộc xóa đói giảm nghèo của Việt Nam. Đối tượng tham gia vay vốn là các cá nhân, có tuổi từ 18 đến 65 thuộc các nhóm đối tượng: Hộ nghèo; cá nhân, hộ gia đình có thu nhập thấp; các cá nhân và tổ chức khác có nhu cầu tham gia vào các hoạt

động khác của TYM không bao gồm hoạt động vay vốn, tương trợ gia đình.

Lĩnh vực hoạt động: Tín dụng, tiết kiệm, tương trợ gia đình, đào tạo - tư vấn và hỗ trợ cộng đồng.

Mạng lưới hoạt động: Hà Nội, Vĩnh Phúc, Phú Thọ, Bắc Ninh, Thái Nguyên, Hải Dương, Hưng Yên, Nam Định, Thanh Hóa, Nghệ An. (Bảng 2).

2.2. Tổ chức TCVM M7

M7 được thành lập trên cơ sở góp vốn của 3 Quỹ xã hội (Quỹ Hỗ trợ phụ nữ miền núi Mai Sơn, Quỹ Khuyến khích phụ nữ TX Ưông Bí và Quỹ Hỗ trợ phụ nữ Đông Triều) hoạt động tại địa bàn 2 tỉnh là Sơn La và Quảng Ninh, cung cấp dịch vụ TCVM chất lượng, bền vững cho nhóm gặp thách thức về kinh tế và xã hội, đặc biệt là

Bảng 2. Số liệu hoạt động của TYM

STT	Chỉ tiêu	2014	2015	2016	2017	2018
1	Số huyện	52	55	61	66	71
2	Số xã	431	466	514	569	636
3	Số chi nhánh, phòng giao dịch	57	59	62	66	69
4	Tổng cán bộ	398	421	455	498	518
5	Số cán bộ kỹ thuật	233	256	251	274	274
6	Tổng số khách hàng	107.507	117.735	127.274	144.390	157.109
7	Số khách hàng vay vốn	93.812	101.611	98.623	100.275	104.357
8	Số dư nợ vốn vay (tỷ đồng)	758	862,87	1.054,66	1.221,27	1.479,16
9	Số dư tiết kiệm (tỷ đồng)	402	561	686,15	813,48	1.265,59
10	Tỉ lệ nợ quá hạn (%)	0,0112	0,004	0,01	0,005	0,01

Nguồn: <http://tymfund.org.vn/>

nhóm dân tộc thiểu số. Hỗ trợ người gặp thách thức về kinh tế và xã hội, đặc biệt là phụ nữ và nhóm dân tộc thiểu số thông qua việc cung cấp dịch vụ TCVM, góp phần đạt được mục tiêu xóa đói giảm nghèo, bình đẳng và phát triển trên cơ sở đảm bảo sự bền vững về tổ chức và tài chính. M7 hoạt động trên các lĩnh vực: Huy động vốn; cho vay và hoạt động khác (Ủy thác; tư vấn tài chính; thu chi hộ và chuyển tiền; đại lý bảo hiểm).

Thành viên hiện tại của M7: Quỹ hỗ trợ phụ nữ miền núi Mai Sơn; Quỹ hỗ trợ phụ nữ Đông Triều; Quỹ khuyến khích phụ nữ Uông Bí; Quỹ phụ nữ TP. Điện Biên Phủ; Quỹ ủy thác hội phụ nữ huyện Điện Biên; TT phát triển vì người nghèo; Quỹ hỗ trợ phụ nữ Ninh Phước; Dự án tăng cường năng lực và giảm nghèo bền vững. (Bảng 3).

vay để trả, hết chu kỳ vay lại có một khoản tiết kiệm nho nhỏ, phù hợp với các hộ nghèo, hộ thu nhập thấp. [5]

Đến cuối năm 2018, Thanh Hóa MFI cho vay vốn cải tạo vệ sinh môi trường đạt 3.375 khách hàng, dư nợ 52,6 tỷ đồng; vốn giáo dục là 1.128 khách hàng, dư nợ 12,4 tỷ đồng; vốn cho các hộ gia đình có công với cách mạng 46 khách hàng, dư nợ 322,8 triệu đồng. Khu vực miền núi: Thạch Thành, Cẩm Thủy, Ngọc Lặc có khoảng 2.677 khách hàng, dư nợ 34,5 tỷ đồng cho phát triển sản xuất, chăn nuôi, buôn bán nhỏ lẻ... [6]

Tính đến ngày 31/12/2019, dư nợ cho vay đạt 359,6 tỷ đồng, tăng 29,4 tỷ đồng, bằng 109% so với cùng kỳ và hoàn thành kế hoạch năm. Tổng số khách hàng hiện đang vay vốn đạt 20.329 khách hàng. Trong đó có 91% khách hàng là phụ nữ; 72,6% khách hàng có thu nhập thấp, khách

Bảng 3. Số liệu hoạt động của M7

STT	Chỉ tiêu	2014	2015	2016	2017	2018
1	Số thành viên	2.319	2.968	3.255	3.485	3.565
-	Số thành viên là dân tộc thiểu số	2.031	2.325	2.411	2.513	2.692
-	Tỷ trọng	87,58%	78,34%	74,07%	72,11%	75,51%
2	Tổng tài sản (triệu đồng)	12.148	20.223	27.385	31.745	32.071
3	Tổng dư nợ (triệu đồng)	12.091	19.569	26.807	30.715	30.680
4	Du tiết kiệm (triệu đồng)	2.711	4.872	5.490	7.327	10.673

Nguồn: <http://www.cfrc.vn/>

2.3. Tổ chức TCVM TNHH Thanh Hóa (Thanh Hóa MFI)

TCVM bắt đầu đến Thanh Hóa vào những năm cuối của thế kỷ 20, khởi đầu chỉ là một chương trình được tổ chức Cứu trợ trẻ em Việt Nam xây dựng ở huyện Nông Cống. Cho đến nay, Thanh Hóa MFI đã trở thành người bạn đồng hành của nhiều hộ gia đình trên địa bàn, bằng việc cung cấp các sản phẩm tín dụng nhỏ, cho phép thành viên được vay vốn theo từng nhóm đoàn kết, không thể chấp bằng tài sản, mà bằng uy tín của từng thành viên. Bằng cách vay một lần trả dần trong nhiều tháng, không những để

hàng là người dân tộc thiểu số hơn 8%, tỷ lệ trả vốn đúng thời hạn đạt 96,5%. Kết quả trên khẳng định Thanh Hóa MFI đã và đang thực hiện tốt vai trò của một tổ chức TCVM. Thực hiện mục tiêu thúc đẩy tăng trưởng tập trung vào các hộ có thu nhập thấp, trọng tâm ở vùng sâu, vùng xa, vùng chịu ảnh hưởng của biến đổi khí hậu. Trong năm 2019, tổ chức đã mở rộng thêm 1 huyện mới là Nga Sơn và các xã mới thuộc 2 huyện Cẩm Thủy và Ngọc Lặc, nâng tổng số địa bàn hoạt động của Thanh Hóa MFI lên 238 xã ở 19 huyện/thị xã, tăng 12 xã, tương đương 5,3% so với năm 2018. Trong đó, địa bàn miền núi có 47 xã tại 4 huyện:

Thạch Thành, Cẩm Thủy, Như Thanh và Ngọc Lặc, với số khách hàng tham gia vay vốn là 2.887 khách hàng; khách hàng thuộc người dân tộc thiểu số là 1.818 khách hàng. [6]

2.4. Tổ chức TCVM TNHH MTV cho người lao động nghèo tự tạo việc làm (CEP)

Với sứ mệnh cải thiện cuộc sống cho các hộ gia đình nghèo, nâng cao chất lượng cuộc sống cho người có thu nhập thấp. Với mục tiêu:

(1) Cung cấp các dịch vụ TCVM cho người nghèo nhằm giúp họ bắt đầu và phát triển công việc làm ăn, sản xuất nhỏ;

(2) Giảm nghèo thông qua các hoạt động tạo thu nhập của người nghèo;

(3) Giảm tỉ lệ thất nghiệp đối với người nghèo;

(4) Tham gia giúp người nghèo xây dựng cộng đồng, chia sẻ trách nhiệm, và ý thức cộng đồng trong việc bảo vệ môi trường xã hội lành mạnh;

(5) Mở rộng cung cấp các dịch vụ TCVM cho số lượng nghèo và duy trì sự bền vững tài chính của tổ chức. (Bảng 4).

3. Một số vấn đề tồn tại

- Địa bàn và quy mô hoạt động của các tổ chức TCVM còn khiêm tốn: Hiện tại chỉ có 4 tổ chức TCVM được thành lập, địa bàn hoạt động chủ

yếu Miền Bắc và Đông Nam Bộ, số lượng khách hàng chỉ vài trăm ngàn người. Tổng vốn điều lệ chỉ 657,4 tỷ đồng và có 71 chi nhánh, cho thấy quy mô còn quá nhỏ so với một ngân hàng thương mại thuộc loại nhỏ ở Việt Nam.

- Thông tin của các tổ chức TCVM chưa thật sự minh bạch: Các tổ chức TCVM chưa thực hiện việc minh bạch hóa thông tin bằng cách công bố các thông tin, báo cáo tài chính thường xuyên.

- Sản phẩm dịch vụ chưa đa dạng, nguồn vốn hoạt động hạn chế: Các sản phẩm dịch vụ hầu như tập trung vào cho vay, mục đích sử dụng chủ yếu cho sản xuất kinh doanh, chưa thật sự quan tâm nhiều đến phát triển sản phẩm cho vay tiêu dùng. Cách thức và lãi suất huy động của tổ chức TCVM chưa hấp dẫn như các ngân hàng thương mại. Các tổ chức TCVM huy động tiền gửi tiết kiệm bắt buộc là chủ yếu, quy mô tương đối nhỏ.

- Môi trường kinh tế, xã hội gây ra nhiều tác động tiêu cực đến tổ chức và khách hàng TCVM: Việt Nam thường phải đối mặt với tỷ lệ lạm phát cao, điều này làm tăng chi phí vốn của các tổ chức TCVM, tác động trực tiếp tới thu nhập và đời sống đối với khách hàng thu nhập thấp của các tổ chức TCVM. Các vấn đề về dịch bệnh,

Bảng 4. Số liệu hoạt động của CEP

STT	Chỉ tiêu	2014	2015	2016	2017	2018
1	Số quận/huyện (tỉnh/thành)	71 (9)	73 (9)	76 (9)	81 (9)	89 (9)
2	Số chi nhánh	32	33	34	34	34
3	Số nhân viên	492	519	557	576	583
4	Tổng số khách hàng	276.774	305.835	329.619	341.804	353.216
5	Khách hàng tiết kiệm	247.909	262.268	278.717	285.384	294.731
6	Khách hàng đang vay	260.810	288.490	309.949	320.901	330.330
7	Doanh số phát vay (triệu đồng)	3.832.467	4.993.261	5.686.859	6.364.049	7.395.289
8	Dư nợ cho vay (triệu đồng)	1.823.674	2.398.294	2.761.692	3.036.567	3.731.705
9	Số du tiết kiệm (triệu đồng)	699.868	862.248	1.016.753	1.554.550	2.007.895
10	Nợ đi vay (triệu đồng)	515.251	835.998	901.040	585.788	707.196

Nguồn: <http://www.cep.org.vn/>

thiên tai, ô nhiễm môi trường, sự phát triển dân số... ảnh hưởng nhiều và trực tiếp nhất tới khách hàng TCVM.

- Thiếu sự kết nối giữa các tổ chức hoạt động TCVM: Do nhiều lý do khác nhau, như thiếu và yếu nguồn tài chính, nguồn nhân lực chưa có kỹ năng điều hành mạng lưới, chưa có cơ chế và năng lực tạo nguồn tốt, chưa sẵn sàng tham gia liên kết của các tổ chức TCVM... nên hoạt động chỉ mang tính địa phương.

- Vấn đề tuyên truyền cho khách hàng và cộng đồng chưa được thực hiện tốt: Chỉ những ai đã là khách hàng mới cảm nhận được các điểm mạnh của loại hình này, do phạm vi hoạt động của các tổ chức TCVM hạn chế, nguồn lực và nhân sự giới hạn, cộng đồng xã hội nói chung chưa thực sự hiểu rõ về lợi ích và đặc trưng của TCVM.

4. Các khuyến nghị

4.1. Đối với các tổ chức TCVM

- Cần mở rộng thêm địa bàn kinh doanh: Các tổ chức TCVM nên mở rộng khu vực miền Trung, đặc biệt chú trọng Tây Nguyên, vì đây là địa bàn tập trung nhiều hộ nghèo, cận nghèo và người dân tộc thiểu số.

- Tăng cường công tác quản trị, điều hành và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: Các tổ chức cần tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức, quản trị, điều hành; xây dựng cơ chế kiểm soát, vận hành tổ chức hiệu quả nhằm đảm bảo hoạt động an toàn, lành mạnh. Các tổ chức TCVM cần chú ý đến chính sách phát triển nguồn nhân lực thông qua việc hoàn thiện về tuyển dụng, đào tạo, sử dụng và lựa chọn nhân lực, có chế độ khen thưởng với mục tiêu nâng cao tầm và kỹ năng của cán bộ lãnh đạo, xây dựng đội ngũ nhân viên vừa có chuyên môn tốt vừa có phẩm chất đạo đức và yêu nghề.

- Tăng cường minh bạch hóa thông tin và bảo vệ quyền lợi khách hàng: Để bảo vệ quyền lợi khách hàng và tăng uy tín của tổ chức, cần minh bạch hóa các thông tin cơ bản của tổ chức TCVM như: lãi suất, các điều khoản hợp đồng, báo cáo tài chính... Đảm bảo tất cả các điều khoản cho vay khách hàng đều được biết và được giải thích rõ ràng. Các quyền lợi và nghĩa vụ của khách hàng

trong gửi tiền và vay vốn được thể hiện rõ ràng trong các quy định và được niêm yết công khai.

- Đa dạng hóa và tăng chất lượng sản phẩm dịch vụ: Tổ chức TCVM cần tăng cường huy động tiết kiệm trong dân cư với các cách thức huy động khác nhau, đa dạng hóa các hình thức huy động vốn với các mức lãi suất khác nhau. Bên cạnh đó, các tổ chức TCVM cần tăng cường công tác nghiên cứu thị trường, cải tiến và áp dụng sản phẩm dịch vụ mới; phát triển một số dịch vụ như chuyển tiền qua internet, đại lý bảo hiểm, đại lý thu chi hộ... nhằm đáp ứng nhu cầu của hộ nghèo, hộ có thu nhập thấp.

- Nâng cao năng lực tài chính: Các tổ chức TCVM nên tăng cường các nguồn huy động vốn rẻ trên thị trường một cách tương đối như: vốn từ các nhà tài trợ, các nhà đầu tư cho phát triển, vốn ủy thác của các tổ chức tín dụng. Có chính sách vận động đầu tư cho phát triển xã hội từ các doanh nghiệp, các nhà hảo tâm, các hội đồng hương hoặc từ những người đi xa về xây dựng quê hương.

- Tăng cường tuyên truyền: Tuyên truyền nên tập trung vào các vấn đề chủ chốt trong TCVM đối với cả khách hàng và các đơn vị thực hiện, giám sát. Làm rõ sự khác biệt giữa TCVM với tài chính truyền thống, cung cấp các thông tin rõ ràng minh bạch về vấn đề lãi suất và phí giao dịch. Tăng cường tuyên truyền về lợi ích cho khách hàng và cộng đồng, xây dựng các chương trình về nâng cao kiến thức tài chính cho dân cư. Tận dụng sức mạnh của chính quyền địa phương, các đoàn thể để tối ưu hóa hoạt động.

4.2. Đối với đối tượng sử dụng dịch vụ TCVM

Người nghèo có tâm lý ỷ lại sự hỗ trợ của chính quyền, chưa tự tin vươn lên thoát nghèo và linh hoạt tìm kiếm cơ hội mở rộng các hoạt động kinh tế nhằm ổn định cuộc sống gia đình. Người nghèo, cận nghèo cần xác định rõ mục tiêu của việc vay vốn, nắm được các kiến thức và thông tin về quy trình vay vốn. Có kế hoạch sử dụng nguồn vốn vay hiệu quả, kế hoạch trả nợ đúng thời hạn góp phần cải thiện mức sống gia đình, ổn định cuộc sống. Chủ động và tích cực tham gia các cuộc họp tại các hiệp hội, các buổi họp tập

huấn tại địa phương để nắm bắt kịp thời các thông tin về kinh tế xã hội, các kinh nghiệm từ các thành viên trong nhóm giúp trao đổi thông tin kinh nghiệm sản xuất góp phần cải thiện thu nhập cho gia đình, vươn tới mục tiêu giảm nghèo và thoát nghèo bền vững.

4.3. Đối với chính quyền địa phương

Cần quan tâm tạo điều kiện cho các đơn vị hoạt động TCVM phát triển, hỗ trợ mặt bằng cho các đơn vị hoạt động; đối với các tổ dân phố trên từng địa bàn cần kết hợp với các tổ chức TCVM thực hiện quy trình giám sát và xét duyệt vốn vay có hiệu quả, rà soát và tạo điều kiện cho các hộ gia đình thuộc diện chính sách được tiếp cận các nguồn vốn để giúp họ thực hiện kế hoạch cải thiện mức sống, vươn lên thoát nghèo. Nắm bắt và đánh giá thực trạng của từng hộ gia đình nghèo để cung cấp cho các tổ chức TCVM các thông tin kịp thời và thiết thực để thực hiện tốt hoạt động nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn tín dụng đến các hộ nghèo.

4.4. Đối với Ngân hàng Nhà nước

Tính đến cuối năm 2019, cả nước chỉ có 4 tổ chức TCVM được thành lập theo Luật Các tổ chức tín dụng, các tổ chức TCVM này chủ yếu hoạt động ở miền Bắc và miền Nam, miền Trung chỉ có một tổ chức TCVM nhưng chủ yếu hoạt động ở Thanh Hóa. Vì vậy, cần có cơ chế mở hơn để tạo điều kiện cho các tổ chức TCVM thành lập và phát triển trên phạm vi cả nước, góp phần giảm và thoát nghèo bền vững cho Việt Nam trong thời gian tới.

4.5. Đối với Chính phủ

Cần xem xét lại chuẩn nghèo để những người

nghèo thật sự nhận được những hỗ trợ từ Nhà nước, qui định chuẩn nghèo theo Quyết định số 59/2015/QĐ-TTg ngày 19/11/2015 theo tác giả là chưa phù hợp, mức thu nhập quá thấp so với mức sống hiện tại ở Việt Nam. Vì vậy, Chính phủ nên lấy mức lương tối thiểu chung từng năm để làm căn cứ xác định hộ nghèo, cận nghèo. Năm 2020, thu nhập bình quân đầu người nhỏ hơn 1.490.000 đồng/tháng có thể xếp vào hộ nghèo, để tính thu nhập cho các vùng nên dùng hệ số từng vùng (dựa vào mức sống) nhân với mức lương tối thiểu chung và việc phân vùng nên theo 8 vùng (Miền núi Đông, Bắc Miền núi Tây Bắc, đồng bằng sông Hồng, Bắc Trung bộ, duyên hải Miền Trung, Tây Nguyên, Đông Nam Bộ và đồng bằng sông Cửu Long) chứ không chỉ phân khu vực thành thị và nông thôn.

Tóm lại, tổ chức TCVM chuyên cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản đáp ứng nhu cầu chủ yếu của những người thu nhập thấp, người nghèo và cận nghèo, với những khoản cho vay nhỏ nhưng góp phần quan trọng trong việc cải thiện đời sống, tạo công ăn việc làm và phát triển kinh tế ở Việt Nam. Bài viết đã cho thấy được thực trạng hoạt động của các tổ chức TCVM ở Việt Nam, đã nêu lên những vấn đề tồn tại làm cơ sở cho những khuyến nghị thiết thực đối với các tổ chức TCVM và các chủ thể có liên quan trong quan hệ TCVM, đặc biệt là đối với các cơ quan chức năng trung ương và địa phương để có cái nhìn tổng thể từ đó có những giải pháp đồng bộ nhằm giúp phát triển các tổ chức TCVM góp phần xóa đói và giảm nghèo bền vững ở Việt Nam trong thời gian tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Võ Đức Toàn, “Phát triển tổ chức TCVM ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay”, *Tạp chí Ngân hàng* số 24 tháng 12/2017.
2. Tổ chức TCVM TNHH một thành viên Tinh Thương, <http://tymfund.org.vn/>.
3. Tổ chức TCVM TNHH M7, <http://www.cfrv.vn/>; <https://www.m7mfi.vn/>.
4. CEP, <http://www.cep.org.vn/>.

5. Tổ chức TCVM TNHH Thanh Hóa, <http://www.thmicrofinance.org/>.

6. Báo Thanh Hóa điện tử, <http://baothanhhoa.vn/>.

Ngày nhận bài: 18/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/2/2020

Thông tin tác giả:

TS. VÕ ĐỨC TOÀN

Khoa Tài chính Kế toán, Đại học Sài Gòn

ACTIVITIES OF MICROFINANCE FINANCIAL INSTITUTIONS CONTRIBUTING TO THE SUSTAINABLE POVERTY REDUCTION IN VIETNAM

● Ph.D **VO DUC TOAN**

Faculty of Finance and Accounting,
Sai Gon University

ABSTRACT:

This article presents the status of the operation of microfinance institutions in Vietnam in recent years. This article also highlights the problems existing in the operation of microfinance institutions and proposes practical recommendations for parties related to these problems. In addition, this article raises the need for long-term and synchronized solutions to develop microfinance institutions in order to ensure the social security, create jobs for the poor and low-income earners, contributing to Vietnam's hunger eradication and poverty reduction progresses.

Keywords: Microfinance institution, sustainable poverty reduction, social security, the poor, low-income.

HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN LÝ THU THUẾ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KHÁNH HÒA

● VĨNH THÔNG - VÕ VĂN CẦN - LÊ QUỐC THÀNH

TÓM TẮT:

Mục đích của bài báo này là đánh giá thực trạng quản lý thu thuế tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn 2011-2018, chỉ ra được những thành công và hạn chế trong công tác quản lý thu thuế trong thời gian qua, đồng thời đề xuất các giải pháp hữu hiệu trong việc nâng cao hiệu quả thu thuế và tăng cường nuôi dưỡng nguồn thu cho ngân sách địa phương (NSDP). Phương pháp phân tích thống kê được áp dụng trong nghiên cứu này dựa trên số liệu thu thuế giai đoạn 2011-2018 và 2 cuộc khảo sát từ 80 đơn vị hành chính và 46 doanh nghiệp (DN) trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa. Kết quả phân tích cho thấy, tỉnh Khánh Hòa cần tiếp tục hoàn thiện quản lý thu thuế trên cả 3 khâu: dự toán, chấp hành và quyết toán thuế, đặc biệt cần chú trọng đến giải pháp nuôi dưỡng nguồn thu NSDP.

Từ khóa: Quản lý, thu thuế, quyết toán thuế, tỉnh Khánh Hòa.

1. Giới thiệu

Thuế là nguồn thu chủ yếu của ngân sách nhà nước, là công cụ quan trọng điều tiết vĩ mô nền kinh tế, đảm bảo công bằng xã hội và góp phần quan trọng cho sự phát triển kinh tế - xã hội (KT-XH) của đất nước. Với vai trò quan trọng của thuế, mọi quốc gia trên thế giới cũng như Việt Nam đều rất coi trọng chính sách thuế cũng như các biện pháp quản lý thu thuế. Công tác quản lý thuế hiện hành ở nước ta đã và đang dần được hoàn thiện theo hướng hiện đại hóa qua từng giai đoạn, đặc biệt từ khi có sự ra đời của Luật Quản lý thuế 2006. Trong đó, dưới sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo trực tiếp, thường xuyên của Tổng

cục Thuế, của Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân tỉnh và Ủy ban nhân dân tỉnh, ngành Thuế và Hải quan tỉnh Khánh Hòa đã đạt được nhiều thành công trong công tác quản lý thu thuế. Bên cạnh đó, đại đa số người nộp thuế ở tỉnh Khánh Hòa luôn phấn đấu vượt qua khó khăn, thách thức để duy trì, phát triển sản xuất kinh doanh và chấp hành tốt pháp luật thuế, đồng thời sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chuyên môn như cơ quan Thuế, Hải quan và Kho bạc Nhà nước tại địa phương trong việc triển khai đồng bộ các giải pháp thu thuế đã mang lại số thu NSDP giai đoạn 2011-2018 hoàn thành tương đối tốt so với dự toán được giao.

Cũng trong giai đoạn trên, lượng khách du lịch đến Việt Nam nói chung và đến tỉnh Khánh Hòa nói riêng tăng trưởng nhanh cả về lượng lẫn về chất. Đặc biệt trong những năm gần đây, sự tăng trưởng đột phá của khách du lịch quốc tế đến với tỉnh Khánh Hòa đã đưa du lịch địa phương phát triển lên một tầm cao mới. Du lịch thật sự đã trở thành nền kinh tế mũi nhọn của Tỉnh, đem lại nguồn thu mạnh cho NSDP, rất nhiều công ăn việc làm được tạo ra cho cộng đồng, tạo được sự lan tỏa tích cực cho nhiều hoạt động kinh tế khác liên quan đến du lịch. Tuy nhiên, bên cạnh những tín hiệu tích cực đó là những thách thức lớn phát sinh trong công tác quản lý kinh tế-xã hội-môi trường nói chung và công tác quản lý thu thuế nói riêng. Hoạt động kinh doanh của các DN du lịch lữ hành có yếu tố nước ngoài trên địa bàn tỉnh diễn biến phức tạp, khó lường, khó quản lý và đặc biệt là công tác thu thuế hiện nay không tương xứng với những gì mà thực tế phản ánh, trong đó tình trạng gian lận, nợ đọng, thất thoát về thuế còn khá phổ biến ở một số khoản thu, sắc thuế nhưng chưa được phát hiện, truy thu kịp thời. Thực trạng này dẫn đến NSDP ngày càng thất thu, tính nghiêm minh về pháp luật thuế chưa thật sự đảm bảo và cũng không đảm bảo tính bền vững của nguồn thu cho NSDP. Từ thực trạng này đòi hỏi tỉnh Khánh Hòa cần phải có sự nghiên cứu, phân tích, đánh giá sâu sắc thực trạng quản lý thu thuế trong thời gian qua như thế nào, để có thể đề xuất được các giải pháp mạnh mẽ, mang tính đột phá hơn nữa trong quản lý thu thuế, chống thất thu thuế nhưng vẫn đảm bảo nuôi dưỡng nguồn thu, đảm bảo được tính bền vững trong thu NSDP.

Từ thực tế trên đưa đến mục đích nghiên cứu của bài báo này là đánh giá thực trạng quản lý thu thuế tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn 2011-2018, chỉ ra được những thành công và hạn chế trong công tác quản lý thu thuế trong thời gian qua, đồng thời đề xuất các giải pháp hữu hiệu trong việc nâng cao hiệu quả thu thuế và tăng cường nuôi dưỡng nguồn thu cho NSDP. Để đạt mục tiêu trên, nghiên cứu sử dụng phương pháp

thống kê mô tả thông qua đánh giá kết quả công tác quản lý thu thuế trong giai đoạn 2011-2018, kết hợp với kết quả phân tích khảo sát đánh giá công tác quản lý thu thuế từ 80 đơn vị hành chính có giao nhiệm vụ thu thuế và 46 DN đóng trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa.

2. Cơ sở lý thuyết về công tác quản lý thu thuế

Công tác quản lý thu thuế được hiểu là hoạt động quản lý của Nhà nước trong việc tổ chức hướng dẫn, điều hành, giám sát việc thực thi pháp luật về thuế đối với các đối tượng nộp thuế nhằm động viên nguồn thu thuế vào ngân sách nhà nước (NSNN) đầy đủ, kịp thời, đúng quy định của pháp luật.

Trong nghiên cứu này sẽ tiếp cận đánh giá công tác quản lý thu thuế trên 3 khâu của chu trình ngân sách, đó là quản lý khâu xây dựng dự toán thu thuế, khâu chấp hành thu thuế và khâu quyết toán thuế. Trong đó, xây dựng dự toán thu thuế hiện đang được thực hiện hàng năm, kết hợp phương pháp phân bổ từ trên xuống và tổng hợp từ dưới lên có gắn kết với kế hoạch tài chính 5 năm và kế hoạch tài chính trung hạn - Ngân sách Nhà nước 3 năm. Đối với khâu chấp hành dự toán thu thuế địa phương, các cơ quan được phân công hoặc được ủy quyền thu thuế (cơ quan thuế, hải quan, ủy ban nhân dân (UBND) có ủy quyền thu thuế địa phương) phối hợp với Kho bạc Nhà nước địa phương tổ chức quản lý, tập trung đầy đủ và kịp thời các khoản thu thuế vào NSDP. Đối với khâu quyết toán thu thuế, sẽ đánh giá cả quá trình thực hiện nhiệm vụ thu thuế trong một năm tài chính, trong đó các khoản thu thuế phải được quyết toán đầy đủ, kịp thời, đúng chế độ theo quy định.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Cơ sở dữ liệu

Bài viết này sử dụng cả dữ liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo tình hình thu thuế của tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2011-2018 từ Sở Tài chính Khánh Hòa và dữ liệu sơ cấp thông qua phỏng vấn trực tiếp từ 2 nhóm đối tượng khảo sát, đó là nhóm gồm 80 đơn vị hành chính là UBND các

cấp phân bố đồng đều trên 8 thành phố/huyện thị của tỉnh (ngoại trừ huyện đảo Trường Sa) và nhóm gồm 46 DN được phân bố dựa theo hình thức sở hữu và giữa các ngành nghề kinh doanh khác nhau trên địa bàn bằng 2 mẫu bảng khảo sát khác nhau.

3.2. Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu

Bài viết sử dụng phương pháp thống kê mô tả để hệ thống đầy đủ, chính xác tình hình thu thuế của tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn 2011-2018, đồng thời sử dụng số tuyệt đối, số tương đối để phân tích hiện trạng thu thuế qua các năm, so sánh giữa thực hiện với dự toán thu thuế, so sánh dữ liệu thu thuế giữa các năm với nhau và so sánh với giá trị thu thuế trung bình... để rút ra xu hướng biến động các khoản thu thuế. Ngoài ra, đề án còn phân tích dữ liệu dựa vào cơ cấu thu thuế, tốc độ tăng trưởng thu thuế hàng năm và tốc độ tăng trưởng thu thuế bình quân để thấy được tính hợp lý/phù hợp của cơ cấu thuế, tính bền vững của nguồn thu...

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Về công tác lập dự toán thu thuế tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2011-2018

Trên cơ sở Nghị quyết của Chính phủ và Hội đồng nhân dân (HĐND) tỉnh qua các năm về giao nhiệm vụ thu NSNN nói chung và thu thuế nói riêng, cũng như sự chỉ đạo sát sao của UBND các cấp, cùng với sự phối hợp và hỗ trợ của các cơ quan quản lý tài chính nhà nước liên quan, việc lập dự toán thu thuế tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn 2011-2018 đã đạt được những thành công nhất định. Kết quả thực hiện lập dự toán thu thuế trong giai đoạn này được thể hiện qua số liệu ở Bảng 1.

Từ số liệu phân tích trong Bảng 1 cho thấy, dự toán thu thuế trên địa bàn được xây dựng trên cơ sở luôn bám sát định hướng của Trung ương với mục tiêu ổn định kinh tế vĩ mô, đảm bảo tốc độ tăng trưởng hợp lý. Vì thế, dự toán thu thuế do HĐND tỉnh tổng hợp và thông qua luôn đảm bảo hoàn thành 100% hoặc hoàn thành vượt mức dự toán Trung ương giao. Tuy nhiên, khi xét về tốc độ tăng trưởng dự toán thu thuế qua các năm cho thấy sự tăng trưởng của khoản thu này thật

sự không ổn định và thậm chí biến động khá lớn qua các năm, thể hiện tính chất bị động trong lập dự toán hơn là có kế hoạch tạo nguồn thu thuế ổn định trong dài hạn. Mặc dầu việc lập dự toán thu thuế của các đơn vị vẫn chi tiết, đầy đủ theo mục lục NSNN được hướng dẫn, tuy nhiên công việc này trong các năm qua vẫn mang tính hình thức, ước lượng đại khái mỗi năm tăng thêm 5-10% so với năm trước, thậm chí một số đơn vị, đặc biệt đối với cấp xã việc lập dự toán thu thuế vẫn còn nhiều khó khăn và không khỏi lúng túng, do đó ảnh hưởng đến chất lượng lập dự toán thu NSNN nói chung và dự toán thu thuế nói riêng.

Xét góc độ cơ cấu dự toán các nguồn thu thuế tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2011-2018 cho thấy xu hướng giao dự toán thu có sự chuyển hóa rõ rệt giữa hoạt động xuất nhập khẩu (XNK) và hoạt động nội địa, trong đó dự toán thu thuế giao trọng trách nhiều hơn cho các hoạt động nội địa, đảm bảo là nguồn thu mang tính quyết định đến tính ổn định trong việc tạo nguồn thu cho NSDP.

Xét dự toán thu thuế dựa vào sắc thuế, dựa vào số liệu phân tích ở Bảng 2 cho thấy dự toán khoản thuế XNK, thuế tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) hàng hóa nhập khẩu và trong nước đều có xu hướng giảm mạnh qua các năm. Ngược lại, có một xu hướng tăng dự toán thu thuế rất tích cực đối với các loại thuế giá trị gia tăng (GTGT), thu nhập doanh nghiệp (TNDN), thu nhập cá nhân (TNCN) và bảo vệ môi trường, trong đó dự toán thu thuế TNCN có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất (tăng bình quân 24,8%/năm), tiếp đến là dự toán thu thuế bảo vệ môi trường (23,1%), thuế TNDN (18,9%) và sau cùng là thuế GTGT. Mặc dù thuế TNCN và thuế bảo vệ môi trường có tốc độ tăng cao và là xu hướng tăng thu hợp lý, tuy nhiên xét về mặt giá trị đóng góp trong NSNN nói chung vẫn còn thấp (chiếm dưới 10%). Trong khi đó, dự toán thu thuế GTGT và thuế TNDN có tốc độ tăng chậm hơn, nhưng giá trị các khoản thu thuế này thường chiếm tỷ trọng lớn (năm 2018, thuế GTGT chiếm đến 50,2% và thuế TNDN chiếm 18,5%) trong tổng thu NSNN nói chung và tổng thu thuế nói riêng.

Bảng 1. Tổng hợp dự toán thu thuế tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2011-2018

ĐVT: Triệu đồng, %

Nội dung dự toán thu thuế	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. Dự toán thu NSNN TW giao	8.504.000	8.635.000	10.032.000	12.367.700	14.850.000	13.403.000	17.260.000	14.665.000
2. Dự toán thu thuế TW giao	7.614.120	7.833.240	9.107.190	11.516.990	13.805.490	11.020.780	11.569.600	8.670.000
3. Dự toán thu thuế HEND tỉnh	7.724.120	7.958.820	9.417.410	11.706.990	13.998.020	11.489.780	11.569.600	8.670.000
Trong đó,								
3.1. Từ hoạt động XNK	3.400.000	2.365.000	3.060.000	4.834.000	6.995.000	3.175.000	4.773.000	505.000
3.2. Từ hoạt động nội địa	4.324.120	5.593.820	6.357.410	6.872.990	7.003.020	8.314.780	6.796.600	8.165.000
a. Thu từ các DNNN	2.685.220	3.436.850	4.004.190	4.386.990	4.242.770	4.636.050	1.862.600	1.505.000
b. Thu từ DN có vốn đầu tư nước ngoài	209.400	374.590	254.700	262.000	236.120	257.730	390.200	439.000
c. Thu từ DN ngoài quốc doanh	933.700	1.185.000	1.372.895	1.565.500	1.810.530	2.184.000	2.972.300	4.387.000
d. Các đơn vị hành chính	385.800	472.380	525.625	468.500	521.600	1.045.000	1.364.500	1.614.000
đ. Thu xổ số kiến thiết	110.000	125.000	200.000	190.000	192.000	192.000	207.000	220.000
4. Tỷ trọng dự toán thuế/dự toán NSNN	90,8	92,2	93,9	94,7	94,3	85,7	67,0	59,1
5. Tỷ lệ dự toán HEND tỉnh /dự toán TW	101,4	101,6	103,4	101,6	101,4	104,3	100,0	100,0
6. Tốc độ tăng trưởng dự toán thu thuế		3,0	18,3	24,3	19,6	-17,9	0,7	-25,1

Nguồn: Tổng hợp và tính toán số liệu từ Sở Tài chính Khánh Hòa

Bảng 2. Cơ cấu dự toán các khoản thu thuế theo từng sắc thuế của tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2011-2018

ĐVT: %

Tên các loại thuế	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. Thuế XNK, TTĐB HH nhập khẩu	20,5	5,0	9,8	14,9	29,3	17,6	23,4	3,4
2. Thuế Giá trị gia tăng	41,3	45,1	44,7	46,4	38,6	36,3	49,5	50,2
3. Thuế Thu nhập DN	6,2	10,6	33,9	7,3	6,3	8,6	12,0	18,5
4. Thuế TTĐB HH, dịch vụ trong nước	25,9	31,5	4,1	26,3	21,1	27,1	1,3	7,2
5. Thuế Tài nguyên	0,6	1,1	1,0	0,5	0,4	0,7	1,0	1,4
6. Thuế Môn bài	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,0	0,0
7. Thuế Sử dụng đất nông nghiệp	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
8. Thuế Sử dụng đất phi NN	0,4	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
9. Thuế Thu nhập cá nhân	2,3	3,3	3,6	2,5	2,5	4,4	6,1	9,8
10. Thuế Bảo vệ môi trường	2,3	2,2	1,8	1,4	1,1	4,6	6,2	8,7
11. Thuế Thu nhập sau thuế	0,3	0,3	0,5	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6

Nguồn: Tổng hợp và tính toán số liệu từ Sở Tài chính Khánh Hòa

4.2. Về công tác chấp hành thu thuế giai đoạn 2011-2018

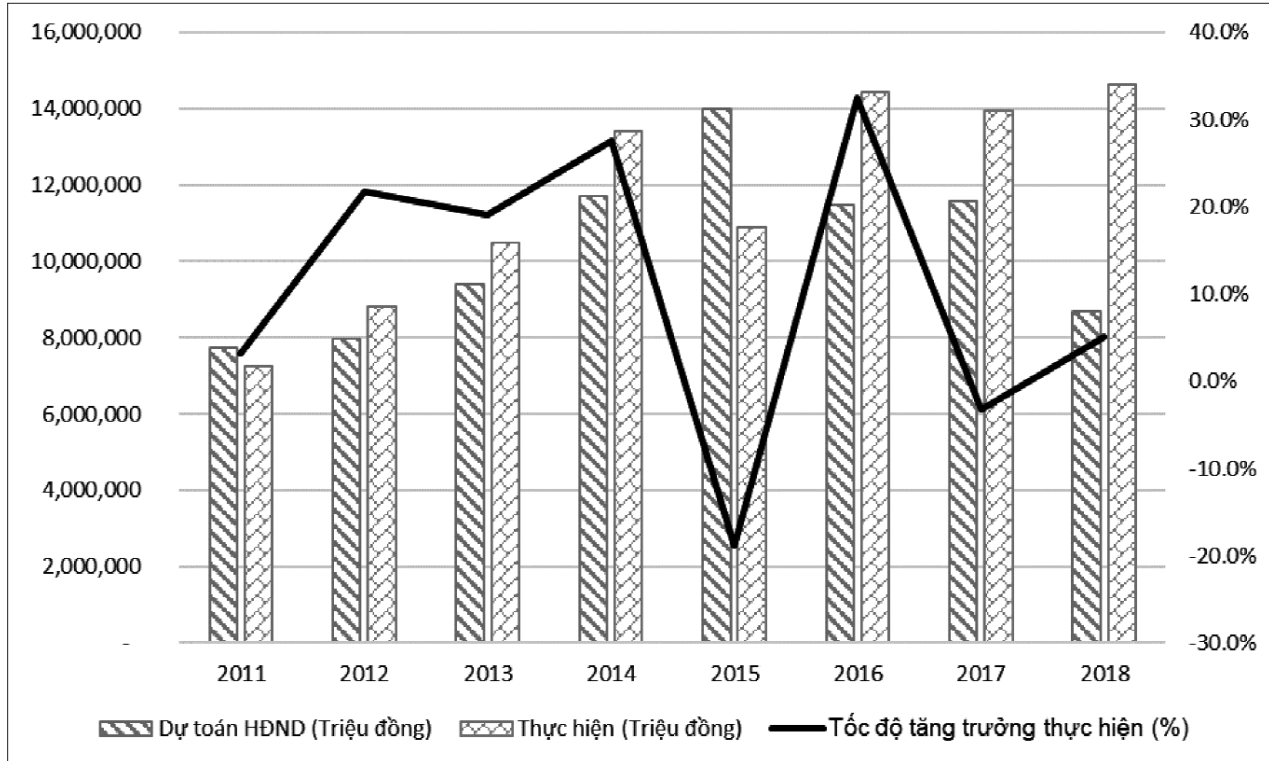
Trên cơ sở Nghị quyết của Chính phủ và HĐND tỉnh về giao nhiệm vụ thu NSNN nói chung và thu thuế nói riêng, cũng như sự chỉ đạo sát sao của UBND các cấp, cùng với sự phối hợp và hỗ trợ của các cơ quan quản lý tài chính nhà nước trên địa bàn tỉnh, việc thực hiện nhiệm vụ thu thuế tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn 2011-2018 đã đạt được những thành công nhất định. Kết quả thực hiện nhiệm vụ thu thuế trong giai đoạn này được thể hiện qua số liệu ở Đồ thị 1.

Từ Đồ thị 1 cho thấy trong giai đoạn 2011-2018, tình hình thu thuế thực tế tại tỉnh Khánh Hòa có xu hướng tăng đều qua các năm ngoại trừ năm 2015 và năm 2017. Nếu như năm 2011 tổng

số thu thuế đạt hơn 7.247.499 triệu đồng thì đến năm 2018 con số này đạt được khoảng 14.646.383 triệu đồng, tức là sau 8 năm mức thu thuế tỉnh Khánh Hòa đạt hơn gấp 2 lần so với năm 2011. Mặc dầu số thu thuế có tăng trưởng qua các năm, nhưng tốc độ tăng trưởng không đều và không ổn định mà nguyên nhân chủ yếu bắt nguồn từ sự biến động số thu thuế từ hoạt động XNK.

Xét mức độ hoàn thành dự toán thu thuế của Tỉnh giai đoạn 2011-2018 cho thấy tỷ lệ hoàn thành nhiệm vụ thu thuế của Tỉnh không ổn định qua các năm, có những năm không hoàn thành dự toán thu thuế (2011 và 2015), trong khi đó các năm còn lại kết quả thực hiện nhiệm vụ thu thuế đều vượt dự toán được giao, thậm chí có năm vượt rất cao.

Đồ thị 1: Đồ thị biểu diễn dự toán, thực tế thu thuế và tốc độ tăng trưởng thu thuế giai đoạn 2011-2018



Nguồn: Tổng hợp và tính toán số liệu từ Sở Tài chính Khánh Hòa

Xét về tỷ trọng đóng góp của thu thuế vào NSNN tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn 2011-2018 cho thấy tỷ lệ đóng góp của khoản thu này biến động khá lớn qua các năm, với tỷ lệ đóng góp dao động từ 67% đến 87% trong tổng số thu NSNN tỉnh hàng năm. Tính trung bình tỷ lệ đóng góp của thu thuế vào tổng thu NSNN tỉnh chiếm gần 80% và vẫn là nguồn đóng góp chính vào NSNN của Tỉnh.

Xét theo hoạt động tạo nguồn thu thuế, nguồn thu thuế của tỉnh Khánh Hòa trong giai đoạn 2011-2018 xuất phát từ 2 hoạt động: hoạt động XNK và hoạt động nội địa, trong đó khoản thu từ các hoạt động nội địa tạo ra nguồn thu cao hơn so với hoạt động XNK. Bình quân trong giai đoạn 2011-2018, khoản thu thuế từ hoạt động XNK chiếm xấp xỉ 42% và từ hoạt động nội địa chiếm hơn 58%. Trong các khoản thuế thu từ hoạt động nội địa, nguồn thu thuế từ hoạt động của các DN ngoài quốc doanh tăng trưởng khá ấn tượng,

chiếm tỷ lệ đóng góp cao nhất và có xu hướng ngày càng tăng lên, vượt xa tỷ lệ đóng góp vào NSNN của các doanh nghiệp nhà nước (DNNN). Kết quả này khẳng định được vị trí, vai trò của kinh tế tư nhân trong sự phát triển kinh tế địa phương. Tuy nhiên, qua giám sát công tác quản lý thu thuế đối với khu vực ngoài quốc doanh trên địa bàn cũng đã chỉ ra những hạn chế trong quản lý kê khai, nộp thuế của các DN, vẫn tồn tại hiện tượng trốn thuế, gian lận thuế, giấu doanh thu, giảm chi phí, không phản ánh đúng thực tiễn hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, gây thất thu cho NSDP và không đảm bảo công bằng xã hội. Ngược lại, khoản đóng góp thuế từ hoạt động của DNNN, DN có vốn đầu tư nước ngoài và cả hoạt động xổ số kiến thiết có xu hướng giảm qua các năm, đặc biệt khoản thu thuế từ các DNNN giảm rất mạnh và đóng góp chính vào NSDP chủ yếu từ Tổng công ty Khánh Việt và Công ty Yến Sào Khánh Hòa. Việc tạo nguồn thu cho NSNN chủ

yếu chỉ phụ thuộc vào số ít DN thì rất không ổn và có thể ảnh hưởng sự tăng nguồn thu bền vững cho NSNN của Tỉnh.

Xét đóng góp ngân sách theo sắc thuế, từ Bảng 3 cho thấy có 4 loại thuế chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng số thu thuế hàng năm là thuế GTGT, thuế XNK và TTĐB hàng hóa NK, thuế TTĐB đối với hàng hóa, dịch vụ tiêu thụ trong nước và thuế TNDN. Trong đó, thuế GTGT chiếm tỷ trọng cao nhất và khá ổn định qua các năm (chiếm khoảng 41%/năm); tiếp đến là khoản thu thuế XNK và thuế TTĐB hàng hóa nhập khẩu (chiếm khoảng 22%/năm), tuy nhiên

khoản thu này biến động khá lớn. Đối với thuế TNDN, khoản đóng góp của thuế này tương đối ổn định qua các năm, dao động từ 6,7% đến 11%; tính trung bình trong giai đoạn 2011-2018, tỷ lệ đóng góp của thuế TNDN chiếm khoảng 9%/năm so với tổng số thu thuế. Trong khi đó, khoản thu thuế TTĐB hàng hóa, dịch vụ trong nước có xu hướng giảm đều đặn và mạnh qua các năm. Ngược lại, nguồn thu từ các loại thuế như thuế TNCN và thuế bảo vệ môi trường tăng khá ổn định qua các năm và xu hướng này hoàn toàn hợp lý và phù hợp với xu hướng tăng nguồn thu cho NSNN.

Bảng 3. Phân tích cơ cấu thu thuế thông qua từng sắc thuế của tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2011-2018

Đơn vị tính: %

Các loại thuế	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. Thuế XNK, TTĐB hàng hóa nhập khẩu	7,7	13,9	21,4	31,7	19,4	23,7	26,7	22,5
2. Thuế Giá trị gia tăng	44,1	42,2	39,2	36,3	35,3	36,3	46,3	47,2
3. Thuế Thu nhập DN	9,0	8,8	6,7	6,8	9,1	9,5	11,0	9,8
4. Thuế TTĐB hàng hóa, dịch vụ trong nước	31,0	28,5	26,7	20,3	25,9	19,8	4,4	5,2
5. Thuế Tài nguyên	1,7	0,7	0,7	0,6	0,9	0,8	1,1	0,9
6. Thuế Môn bài	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,0	0,0
7. Thuế Sử dụng đất nông nghiệp	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
8. Thuế Sử dụng đất phi nông nghiệp	0,6	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
9. Thuế Thu nhập cá nhân	3,3	3,2	3,1	2,5	3,8	3,8	5,2	6,9
10. Thuế Bảo vệ môi trường	2,0	1,7	1,4	1,1	4,7	5,5	5,0	7,1
11. Thuế Chuyển quyền sử dụng đất	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
12. Thuế Thu nhập sau thuế (xổ số)	0,3	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3
Tổng số	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nguồn: Tổng hợp và tính toán số liệu từ Sở Tài chính Khánh Hòa

4.3. Về công tác quyết toán thu thuế

Công tác quyết toán thu thuế được các cấp, các ngành trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa thời gian qua được thực hiện đúng theo quy trình của luật định (quyết toán từ cấp dưới đến cấp trên sau đó tổng hợp quyết toán là Sở Tài chính). Số liệu quyết toán thu thuế sau khi được tổng hợp báo cáo UBND Tỉnh để trình HĐND Tỉnh phê duyệt. Về cơ bản, báo cáo quyết toán thu thuế nói riêng và thu NSNN của Tỉnh nói chung đảm bảo được các yêu cầu cơ bản của công tác quản lý NSNN. Hoạt động thu thuế nhìn chung bám sát dự toán, đúng chế độ chính sách của Nhà nước, đảm bảo tính công khai, minh bạch và đúng quy định của Luật NSNN.

Tuy nhiên, kết quả khảo sát về công tác quyết toán thu thuế tỉnh Khánh Hòa cho thấy bên cạnh nhiều đơn vị chấp hành tốt công tác quyết toán thu thuế theo đúng quy định của pháp luật vẫn tồn tại nhiều đơn vị gặp khó khăn trong thực hiện quyết toán thu thuế bởi nhiều nguyên nhân như do sự thay đổi của chính sách thu thuế nói riêng và các chính sách liên quan thay đổi (34,5%), tiếp đến do sai sót thống kê như thống kê số thu không chính xác, không đúng chế độ, thiếu các khoản thu thuế... (21,8%), do năng lực của nhân viên tổng hợp số liệu thu thuế còn hạn chế (14,5%) và các nguyên nhân khác như sự hỗ trợ, giải đáp vướng mắc của cơ quan thuế trong quyết toán thuế còn hạn chế hay hồ sơ quyết toán chưa đảm bảo (29,2%). Tuy nhiên, nhìn chung các đơn vị khá hài lòng (85% các đơn vị đánh giá là hài lòng và rất hài lòng) về công tác quyết toán thu của các đơn vị quản lý thuế.

5. Những kết luận được rút ra và đề xuất giải pháp**5.1. Những thành công trong công tác quản lý thuế**

Về công tác quản lý xây dựng dự toán thu thuế: Lập dự toán thu thuế đã dần được chú trọng, góp phần nâng cao hiệu suất và tính chính xác trong dự toán thuế; Xu hướng giao nhiệm vụ thu thuế từ hoạt động nội địa là chủ yếu, trong đó giao nhiệm vụ thu thuế từ khu vực tư nhân.

Về công tác quản lý chấp hành thu thuế: Sự lãnh đạo, chỉ đạo kịp thời của cơ quan quản lý

thuế trong chấp hành thu thuế; Nguồn thu thuế địa phương đa dạng, xuất phát từ hoạt động nội địa và cả hoạt động XNK; Có sự chuyển biến tích cực trong tạo nguồn thu thuế tỉnh Khánh Hòa, đó là nguồn thu thuế tỉnh Khánh Hòa xuất phát chính từ các DN ngoài quốc doanh.

Về công tác quyết toán, thanh tra, kiểm tra thu thuế: Công tác quyết toán, thanh tra, kiểm tra thu thuế đã được các cơ quan quản lý thuế chú trọng và thực hiện đúng quy định. Vì thế, kết quả khảo sát cho thấy các đơn vị khá hài lòng (85% các đơn vị đánh giá là hài lòng và rất hài lòng) về công tác quyết toán thu của các đơn vị quản lý thuế.

5.2. Những hạn chế và nguyên nhân trong công tác quản lý thu thuế

Về lập dự toán thu thuế: Việc xây dựng dự toán thu thuế chưa sát thực tế, tính chính xác trong lập dự toán thu thuế không cao, mà nguyên nhân là do ở một số địa phương, đơn vị xây dựng dự toán còn mang tính hình thức, ước lượng đại khái mỗi năm tăng thêm 5-10% so với năm trước, thiếu cơ sở khoa học trong việc lập dự toán và thậm chí một số đơn vị, đặc biệt đối với cấp xã việc lập dự toán thuế vẫn còn nhiều khó khăn và lúng túng, dẫn đến tình trạng điều chỉnh, bổ sung hay hủy dự toán vẫn còn.

Về chấp hành dự toán thu thuế: Vẫn nhiều đơn vị không đạt tiến độ thu thuế đúng hạn hoặc không đạt dự toán thu thuế được giao; Đóng góp của các khoản thu từ thuế XNK, thuế TTĐB không ổn định và có xu hướng giảm qua các năm; Cơ cấu thu thuế tỉnh Khánh Hòa trong thời gian qua vẫn thể hiện yếu tố thiếu tính bền vững bởi vì tính biến động lớn trong khoản thu từ thuế XNK, trong khi đó nguồn thu thuế nội địa quá phụ thuộc vào nguồn thu thuế từ vài DN địa phương và từ hoạt động chuyển nhượng bất động sản; Vẫn còn tình trạng thất thu nguồn thuế lớn khiến số thu nội địa trên địa bàn Tỉnh chưa được khai thác tối đa; Nợ đọng thuế ngày một tăng cao, chưa giải quyết rốt ráo các khoản nợ đọng thuế không có khả năng thu hồi, làm cho các khoản nợ thuế này dây dưa, kéo dài từ năm này sang năm khác.

Về quyết toán thu thuế: Số liệu thu thuế thực tế khác khá xa với số liệu quyết toán, nhiều

trường hợp thực hiện quyết toán kéo dài, một mặt do những thay đổi trong chính sách quản lý và điều hành NSNN, đặc biệt là sự đổi của chính sách thuế cũng như việc nắm bắt các thủ tục quyết toán thuế còn nhiều hạn chế nên người nộp thuế (NNT) gặp khó để thực hiện quyết toán thuế đúng thời gian quy định. Ngoài ra, năng lực của nhân viên tổng hợp còn nhiều hạn chế cũng như công tác hỗ trợ và tổ chức giải quyết các vướng mắc của các tổ chức, cá nhân trong việc chuẩn bị hồ sơ, những minh chứng cho thực hiện quyết toán thuế chưa được đầy mạnh.

5.3. Những giải pháp hoàn thiện công tác quản lý thu thuế và nuôi dưỡng nguồn thu thuế tỉnh Khánh Hòa đến năm 2020, định hướng đến 2025

5.3.1. Các giải pháp hoàn thiện công tác quản lý thu thuế

- Nâng cao chất lượng dự báo để nâng cao chất lượng dự toán thu thuế địa phương. Dự báo về tốc độ tăng trưởng kinh tế địa phương, dự báo về chính sách thu, dự báo tình hình phát triển KT-XH, tài chính thế giới và trong nước, đặc biệt là những nhân tố tác động đến việc điều chỉnh giá nguyên liệu đầu vào (xăng, dầu, điện,...) làm thay đổi tình hình sản xuất - kinh doanh, đầu tư, phát triển của DN và hoạt động thương mại, xuất nhập khẩu... để đưa ra được những số liệu điều chỉnh phù hợp, khắc phục tình trạng thiếu chuẩn xác, thiếu tin cậy của số liệu; phân tích, đánh giá những tác động tăng, giảm thu thuế theo từng địa bàn, từng khoản thu, sắc thuế phải được dự báo với phương pháp khoa học, khách quan và tương đối sát thực.

- Phân công cán bộ chuyên trách cũng như cung cấp các công cụ hỗ trợ (phần mềm chuyên dụng) cho việc lập dự toán thu thuế. Chất lượng dự toán thu thuế nói chung tốt hay không còn phụ thuộc phần lớn vào yếu tố con người, từ người lập cho đến người thẩm định, người có thẩm quyền phê chuẩn. Vì vậy, Tỉnh cần bố trí các cán bộ, công chức có trình độ chuyên môn để tham gia công tác lập, thẩm định và phê duyệt các dự toán thu thuế này. Thêm vào đó, các đơn vị lập dự toán thu cũng cần được hỗ trợ bởi một phần mềm

chuyên sử dụng cho lập dự toán thuế, vừa có thể giúp cho việc lập dự toán thu thuế hoàn thành nhanh chóng và giảm những sai sót trong lập dự toán thuế.

5.3.2. Nhóm giải pháp hoàn thiện chấp hành thu thuế

- Phát huy nội lực của tỉnh bằng nguồn thu nội địa, tăng thu từ khu vực sản xuất, kinh doanh để tạo nguồn thu mang tính ổn định, bền vững. Trong giai đoạn tiếp theo, Tỉnh cần điều hành ngân sách theo hướng tăng dần tỷ trọng thu nội địa, trong đó chú trọng các nguồn thu mang tính bền vững - đó là tăng thu từ khu vực sản xuất, kinh doanh, đặc biệt từ khu vực ngoài quốc doanh và có những giải pháp cho việc khai thác các nguồn thu mới phát sinh. Riêng về thu XNK, Tỉnh cần tiếp tục chỉ đạo sự phối hợp giữa các cơ quan chức năng như Sở Tài chính Khánh Hòa, Cục Hải quan Khánh Hòa, Kho bạc Nhà nước Khánh Hòa... quan tâm, tháo gỡ khó khăn cho các DN hoạt động trong lĩnh vực này. Song song với đó, đẩy mạnh cải cách hành chính, áp dụng tiến bộ về công nghệ thông tin tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thông quan hàng hóa; làm tốt công tác phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác kiểm tra sau thông quan, chống thất thu thuế xuất nhập khẩu; đồng thời tích cực vận động, thu hút doanh nghiệp làm thủ tục xuất nhập khẩu hàng hóa tại các cửa khẩu, bến cảng tại Khánh Hòa...

- Tăng cường các biện pháp nhằm tăng thu thuế, kiểm soát, hạn chế việc nợ thuế, trốn thuế. Đồng thời, đẩy mạnh các giải pháp chống thất thu thuế, hạn chế tối đa nợ đọng thuế mới, tiếp tục quan tâm xử lý nợ đọng, đảm bảo nợ đọng thuế không vượt quá 5% thu ngân sách theo Nghị quyết của Quốc hội. Trên cơ sở Nghị quyết 94 của Quốc hội, Nghị quyết 43 của HĐND tỉnh..., các cơ quan thuế và hải quan cần chủ động, phối hợp chặt chẽ, thường xuyên nắm tình hình chấp hành pháp luật về thuế của các tổ chức, cá nhân hoạt động sản xuất, kinh doanh thuộc mọi thành phần kinh tế để kịp thời đề ra các giải pháp quản lý phù hợp. Mặt khác, phải tranh thủ sự lãnh đạo của cấp ủy, chính quyền, các địa phương, đi đôi

với tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra thuế, xử lý nợ đọng thuế, bảo đảm thu đúng, đủ, kịp thời các khoản thuế..., Qua đó, kịp thời phát hiện và xử lý đúng quy định các hành vi vi phạm pháp luật thuế và xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm các quy định liên quan đến thu thuế, cũng như nâng cao trình độ cán bộ thực hiện quản lý thuế.

5.1.3. Nhóm giải pháp hoàn thiện quyết toán thu thuế

Cục/Chi cục Thuế tiếp tục rà soát và đưa ra kế hoạch thực hiện quyết toán thu thuế và thông báo đến các tổ chức, cộng đồng DN và cá nhân NNT kịp thời; thường xuyên đăng tải đầy đủ, dễ hiểu các nội dung phục vụ quyết toán các khoản thu nộp thuế để các tổ chức, DN, NNT và nhân dân quan tâm dễ dàng truy cập, chuẩn bị và thực hiện đúng quy định; Trước thời gian thực hiện quyết toán thu thuế, Cục Thuế cần tổ chức các lớp tập huấn miễn phí cho NNT có nhu cầu.

5.4. Các giải pháp nuôi dưỡng và phát triển nguồn thu thuế trên địa bàn tỉnh đến năm 2020, định hướng đến 2025.

- Tiếp tục hoàn thiện cải cách thủ tục hành chính trong quản lý thu thuế, đồng thời phối hợp với các cơ quan chức năng trên địa bàn trong việc đa dạng hóa các hình thức thu nộp thuế và địa điểm thu nộp thuế. Cục Thuế tiếp tục đẩy mạnh công tác cải cách hành chính như thực hiện có hiệu quả cơ chế “một cửa”, “một cửa liên thông” trong việc giải quyết các thủ tục hành chính về thuế; tăng cường sự công khai, minh bạch về các thủ tục, hồ sơ giấy tờ trong khâu giải quyết công việc đồng thời nêu cao trách nhiệm thực thi công vụ của công chức thuế trên địa bàn Tỉnh, từ đó tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho NNT, giảm tối đa chi phí tuân thủ pháp luật thuế cho NNT và cơ quan thuế. Ngoài ra, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác quản lý thuế như đẩy mạnh chương trình khai thuế qua mạng, dịch

vụ nộp thuế điện tử, hoàn thuế điện tử, hỗ trợ DN trong việc thực hiện kê khai thuế qua mạng và nộp thuế điện tử qua ngân hàng thương mại, triển khai việc sử dụng hoá đơn điện tử trong bán hàng và cung cấp dịch vụ cho các DN... giúp tăng tính chính xác và rút ngắn thời gian làm thủ tục thu, nộp thuế, giảm phiền hà cho người dân và DN.

- Xây dựng môi trường đầu tư hấp dẫn để thu hút đầu tư, thu hút các DN khởi nghiệp. Để khai thác hiệu quả và bền vững nguồn thu, Tỉnh cần tiếp tục tạo mọi điều kiện thuận lợi để phát triển các DN thuộc các thành phần kinh tế, nhất là DN tư nhân, DN có vốn đầu tư nước ngoài, kinh tế hợp tác, DN nhỏ và vừa, đảm bảo cạnh tranh bình đẳng. Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ DN, đặc biệt DN nhỏ và vừa khu vực tư nhân.

- Triển khai đề án “Đánh giá sự hài lòng của NNT trên địa bàn thành phố Khánh Hòa”. Hàng năm, Cục Thuế Khánh Hòa cần triển khai đề án “Đánh giá sự hài lòng của NNT trên địa bàn thành phố Khánh Hòa”, nhằm đánh giá được mức độ hài lòng của NNT đối với việc thực hiện thủ tục hành chính thuế; qua đó cũng đánh giá những khó khăn vướng mắc mà tổ chức, NNT gặp phải, từ đó có những biện pháp tháo gỡ khó khăn và hỗ trợ cho họ; luôn đồng hành và chủ động tiếp xúc và tăng cường đối thoại với DN...

- Cuối cùng, Tỉnh cần tiếp tục tích cực đẩy mạnh công tác tuyên truyền về việc triển khai các Luật liên quan đến thuế: Đặc biệt tuyên truyền các Luật liên quan đến thuế mới ban hành sửa đổi, bổ sung để giúp DN kịp thời nắm bắt và có những giải pháp thay đổi phù hợp. Công tác tuyên truyền, hỗ trợ NNT luôn được quan tâm thực hiện với nhiều hình thức phù hợp, như tư vấn trực tiếp tại cơ quan thuế, trả lời qua điện thoại hoặc bằng văn bản các quy định của Nhà nước về thuế; tổ chức các lớp bồi dưỡng kiến thức tài chính cho DN ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ (2016). Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 của Chính phủ về hỗ trợ phát triển doanh nghiệp đến năm 2020.

2. Chính phủ (2019). Nghị quyết số 02/NQ-CP ngày 01/01/2019 của Chính phủ về việc tiếp tục thực hiện những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2019 và định hướng đến năm 2021.
3. Hội đồng Nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2011-2018). Nghị quyết về giao nhiệm vụ NSNN qua các năm 2011-2018.
4. Hội đồng Nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2019). Nghị quyết số 43/NQ-HĐND ngày 10/12/2019 về kiến nghị với UBND tỉnh tiếp tục tăng cường hoạt động của Ban chỉ đạo thu hồi nợ thuế các cấp, chỉ đạo các ngành, các cấp cùng phối hợp chặt chẽ với cơ quan thuế trong công tác quản lý thu, đẩy mạnh các biện pháp chống thất thu ngân sách.
5. Quốc hội (2006). Luật số 78/2006/QH11 của Quốc hội: Luật Quản lý thuế.
6. Quốc hội (2015). Luật Ngân sách Nhà nước, số 83/2015/QH13 ban hành ngày 25/6/2015.
7. Quốc hội (2019). Nghị quyết số 94/2019/QH14 ngày 26/11/2019 của Quốc hội về khoanh nợ tiền thuế, xóa nợ tiền phạt nộp chậm, tiền chậm nộp đối với người nộp thuế không còn khả năng nộp NSNN.
8. Bộ Tài chính (2011-2018). Thông tư của Bộ Tài chính: Quy định về tổ chức thực hiện dự toán ngân sách nhà nước các năm 2011-2018.
9. Bộ Tài chính (2016-2018). Thông tư của Bộ Tài chính: Hướng dẫn xây dựng lập dự toán NSNN các năm 2016-2018.
10. Bộ Tài chính (2015-2018). Hướng dẫn xây dựng dự toán ngân sách nhà nước các năm 2015-2018, Kế hoạch tài chính - Ngân sách nhà nước 03 năm; kế hoạch tài chính 05 năm tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.
11. Sở Tài chính Khánh Hòa (2011-2018). Báo cáo quyết toán thu ngân sách nhà nước trên địa bàn, quyết toán chi ngân sách địa phương từ năm 2011 đến 2018.
12. Thủ tướng Chính phủ (2011-2018). Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ về việc xây dựng Kế hoạch phát triển KT-XH và dự toán NSNN qua các năm 2011-2018.
13. Thủ tướng Chính phủ (2011-2018). Quyết định của Thủ tướng Chính phủ về việc giao dự toán NSNN qua các năm 2011-2018.
14. Cục Thuế tỉnh Khánh Hòa (2011-2018). Báo cáo Tổng kết nhiệm vụ công tác thuế từ năm 2011 đến 2018.
15. Ủy ban Nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2011-2018). Báo cáo Đánh giá tình hình thực hiện nhiệm vụ ngân sách nhà nước qua các năm 2011-2018; Xây dựng dự toán ngân sách nhà nước năm 2019 và kế hoạch tài chính - ngân sách 03 năm 2019-2021.

Ngày nhận bài: 25/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/2/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/2/2020

Thông tin tác giả:

1. VĨNH THÔNG

Giám đốc Sở Tài chính Khánh Hòa

2. TS. VÕ VĂN CẦN

Trường Đại học Nha Trang

3. ThS. LÊ QUỐC THÀNH

Phó giám đốc Sở Tài chính Khánh Hòa

IMPROVING THE EFFICIENCY OF KHANH HOA PROVINCE'S TAX COLLECTION MANAGEMENT

● **VINH THONG**

Director, Department of Finance - Khanh Hoa Province

● Ph.D **VO VAN CAN**

Nha Trang Univeristy

● Master. **LE QUOC THANH**

Vice Director, Department of Finance - Khanh Hoa Province

ABSTRACT:

This study assesses the current situation, and highlights the achievements and limitations of Khanh Hoa province's tax collection management in the period of 2011-2018. The study also proposes practical measures to improve the efficiency of tax collection and enhance the nurturing of revenue sources for the provincial budget. The study was conducted by using the statistical analysis method with data of tax collection from 2011 to 2018 and data collected from two surveys over 80 administrative units and 46 enterprises located in Khanh Hoa province. The study's results show that Khanh Hoa province needs to improve the efficiency of tax collection management at all three management stages including estimation, execution and tax finalization stages. In addition, the province should pay great attention to solutions for nurturing revenue sources of the provincial budget.

Keywords: Management, tax collection, tax finalization, Khanh Hoa province.

XÁC ĐỊNH HÀM LƯỢNG AXIT BÉO CAO NO VÀ KHÔNG NO TRONG QUẢ BƠ TẠI TÂY NGUYÊN BẰNG PHƯƠNG PHÁP SẮC KÝ KHÍ GHÉP NỐI ION HÓA NGỌN LỬA (GC-FID)

● ĐẶNG THỊ VÂN - NGUYỄN NGỌC TUẤN - LÊ VĂN TÁN

TÓM TẮT:

Trong nghiên cứu này, chúng tôi tập trung vào việc phân tích hàm lượng axit béo cao no, không no, omega 3, 6, 9 của 4 giống bơ tại Tây Nguyên (Booth 7, TA 1, Reed và TA 40) trên cơ sở lựa chọn các phương pháp chiết tách, các phương pháp phân tích phù hợp cho mỗi chỉ tiêu. Kết quả nghiên cứu này bước đầu làm cơ sở cho việc chọn lựa giống có chất lượng cao cho ngành Nông nghiệp và ứng dụng trong bảo quản, chế biến các sản phẩm từ quả bơ trong ngành Công nghiệp thực phẩm.

Từ khóa: GC-FID, axit béo cao no, axit béo không no, Booth 7, TA 1, Reed và TA 40.

1. Giới thiệu chung

Bơ là loại trái cây nhiệt đới, có chứa rất nhiều chất dinh dưỡng có lợi cho sức khỏe con người, như nhiều loại vitamin, khoáng, chất xơ, protein, dầu khoáng, chất béo không chứa cholesterol,... Các kết quả nghiên cứu thịt quả bơ trên một số giống bơ thương mại đang được trồng tại Brazil cho thấy trong thịt quả bơ hàm lượng nước chiếm đa số, biến động từ 67 - 78%, các chất còn lại bao gồm lipit 13,5 - 24% tùy theo giống, carbohydrate 0,8 - 4,8%, protein 1,0 - 3,0%, chất khoáng 0,8 - 1,5%, chất xơ 1,4 - 3,0%, năng lượng chiếm rất lớn 140 - 228 kcal và có chứa tới 03 loại phytosterols gồm β -sitosterol chiếm 87,6%, campesterol 12,41%, và stigmasterol 0,04%. Điều này khẳng định thịt bơ chứa lượng dầu phong phú, được sử dụng rộng rãi trong ngành công nghiệp được phẩm, mỹ phẩm và được sản xuất dầu

thương mại tương tự như dầu ô liu. Trong thành phần béo của quả Bơ có những hợp chất như axit béo omega 3, 6, 9. Các nghiên cứu đã chứng minh công dụng của bơ với một chế độ ăn hợp lý giúp giảm lượng cholesterol và phòng chống các bệnh về tim mạch.

Theo một số nghiên cứu giống ở bơ Hass, các axit béo được hình thành chủ yếu trong quả bơ ở dạng C16 và C18. Hàm lượng các axit béo 18 cacbon trong quả trung bình khoảng 70 - 80%. Axit oleic không bão hòa đơn chiếm đến 50-60% tổng hàm lượng axit béo, axit palmitic (15-20%), axit palmitoleic (6-10%), axit linoleic (11-15%) và axit linolenic (1-2%). Nghiên cứu tại Mỹ bởi R. Ferreyra, năm 2016, cho thấy hàm lượng các axit béo chính trong bơ Hass bị ảnh hưởng bởi các yếu tố khí hậu và dinh dưỡng. Nhiệt độ trung bình là

yếu tố ảnh hưởng chính đến hàm lượng các loại axit béo. Quả bơ có lượng axit béo 18 cacbon giảm và nồng độ axit béo 16 cacbon tăng khi trồng ở điều kiện có nhiệt độ cao. Hàm lượng N và Mg của quả khi thu hoạch có liên quan đến hàm lượng axit palmitic và palmitoleic và tăng nồng độ N và Mg làm giảm hàm lượng axit béo 16 cacbon. Hàm lượng axit oleic được coi như một chỉ tiêu đánh dấu nơi xuất xứ của quả bơ, chẳng hạn bơ ở Chilê, Anh thì hàm lượng axit oleic 57 - 61%, Tây Ban Nha là 54 - 60% và Peru chỉ 40 - 47%.

Để phân tích hàm lượng axit béo cao no và không no (omega 3, 6, 9) có nhiều phương pháp nhưng trong nghiên cứu này chúng tôi tập trung vào phương pháp tách chiết axit béo là Soxhlet và phương pháp phân tích thành phần dầu béo chính là GC - FID. Hiện nay, chưa có một nghiên cứu nào so sánh về dinh dưỡng của nhiều loại giống bơ tại Việt Nam nói chung và Tây Nguyên nói riêng. Do đó, nghiên cứu này góp phần xây dựng hệ thống dữ liệu về thành phần dầu béo của 4 giống bơ tại Tây Nguyên (Booth 7, TA 1, Reed và TA 40), là nền tảng để lựa chọn giống bơ phù hợp với điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng và các nghiên cứu bảo quản, chế biến phù hợp.

2. Phương pháp thực nghiệm

2.1. Lấy mẫu

Mẫu được lấy theo phương pháp lấy mẫu một lần từ tổng thể thuần nhất. Thực hiện lấy mẫu trên vườn bơ làm thí nghiệm. Chọn 3 hoặc 5 cây bơ có cùng chủng loại, cùng chế độ chăm sóc, cùng thời điểm chín theo đường chéo góc hoặc theo đường zigzag. Chọn mỗi cây một trái ngẫu nhiên trên vườn với số lượng mỗi mẫu từ 3 - 5 trái, bảo quản mẫu trong bao xốp. Mẫu được chuyển về phòng thí nghiệm. Bảo quản mẫu và để mẫu quả chín ở điều kiện nhiệt độ bình thường.

2.2. Xử lý mẫu

Sau khi quả bơ chín được cắt ra thành 6 phần, mỗi quả lấy 2 phần, lột vỏ cho vào cối sứ, nghiền mịn, mang mẫu đi phân tích, phần còn lại được bảo quản ở nhiệt độ - 4°C. Mẫu được ghi đầy đủ thông tin và bảo quản không bị nhiễm bẩn.

2.3. Phương pháp phân tích

2.3.1. Phương pháp chiết Soxhlet

Cân 50 gam mẫu bơ đã nghiền mịn sau đó chiết bằng 200 ml n-hexan trong bộ chiết Soxhlet ở nhiệt

độ 50°C trong 3 giờ. Mẫu được làm lặp lại 3 lần. Dịch chiết thu được đem cất loại dung môi trên máy cất quay chân không ở 40°C và áp suất 25 tor. Hàm lượng dầu béo của mẫu bơ sau khi cân trên cân phân tích Sartorius analytic (10-4) và được tính toán theo phần trăm khối lượng so với mẫu khô ban đầu. Dầu béo được bảo quản ở nhiệt độ -4°C.

2.3.2. Phương pháp chiết hỗ trợ sóng siêu âm, gia nhiệt, hồi lưu

Cân 50 gam mẫu bơ đã nghiền mịn, sau đó dầu béo được tách ra bởi quá trình chiết với 200 mL dung môi n-hexan siêu âm ở nhiệt độ 50°C trong 2 giờ. Mẫu làm lặp lại 3 lần. Hỗn hợp được lọc và dịch chiết thu được đem cất loại dung môi trên máy cất quay chân không ở 40°C và áp suất 25 tor. Hàm lượng dầu béo được xác định dựa trên phần trăm khối lượng dầu béo thu được so với khối lượng mẫu khô ban đầu. Dầu béo được lưu giữ ở nhiệt độ -4°C.

2.3.3. Phương pháp chiết gia nhiệt, hồi lưu

Cân 50 g mẫu bơ được nghiền mịn, sau đó dầu béo được tách ra bởi quá trình chiết với 200 mL dung môi n-hexan ở nhiệt độ 50°C trong 2 giờ. Mẫu làm lặp lại 3 lần. Hỗn hợp được lọc và dịch chiết thu được đem cất loại dung môi trên máy cất quay chân không ở 40°C và áp suất 25 tor. Hàm lượng dầu béo được xác định dựa trên phần trăm khối lượng dầu béo thu được so với khối lượng mẫu khô ban đầu. Dầu béo được lưu giữ ở nhiệt độ -4°C.

2.3.4. Phương pháp chiết vi sóng

Cân 50 g mẫu bơ được nghiền mịn, sau đó dầu béo được tách ra bởi quá trình chiết hỗ trợ vi sóng với 200 mL dung môi n-hexan ở nhiệt độ 50°C trong 2 giờ. Mẫu làm lặp lại 3 lần. Hỗn hợp được lọc và dịch chiết thu được đem cất loại dung môi trên máy cất quay chân không ở 40°C và áp suất 25 tor. Hàm lượng dầu béo được xác định dựa trên phần trăm khối lượng dầu béo thu được so với khối lượng mẫu khô ban đầu. Dầu béo được lưu giữ ở nhiệt độ -4°C.

2.4. Xác định thành phần các axit béo bằng phương pháp GC/FID

Xác định thành phần axit béo cao no và không no (omega 3, 6, 9) bằng phương pháp GC với đầu dò FID (AOAC Official Method 996,06, ban hành lần đầu năm 1996, sửa đổi bổ sung năm 2001 SOP_Case,SK,0107). Các acid béo tự do sau khi thủy phân được chiết bằng n-hexane, sau đó cô quay và được methyl ester hóa (FAMES) bằng hỗn

hợp BF3 trong methanol. Các FAMES được phân tích bằng hệ sắc ký khí đầu dò FID, cột mao quản SP-2560. Kết quả được tính từ phần trăm diện tích của từng FAME trên tổng diện tích các peak FAMES.

2.4.1. Xử lý mẫu

Giai đoạn chiết béo: cân 50 gam mẫu bơ đã nghiền mịn sau đó chiết bằng 200 ml n-hexan trong bộ chiết Soxhlet ở nhiệt độ 50°C trong 3 giờ. Mẫu được làm lặp lại 3 lần. Dịch chiết thu được đem cất loại dung môi trên máy cất quay chân không ở 40°C và áp suất 25 tor. Hàm lượng dầu béo của mẫu bơ sau khi cân trên cân phân tích Sartorius analytic (10-4) và được tính toán theo phần trăm khối lượng so với mẫu khô ban đầu. Dầu béo thu được được bảo quản trong dung môi n-hexan tinh khiết và lưu giữ ở nhiệt độ -4°C.

Giai đoạn methyl ester hóa: chuyển dịch béo sau khi cô quay vào bình cầu 50,0 ml, thêm 4,0 ml dung dịch NaOH 0,5M/ MeOH, đun nóng trong 15 phút ở 100°C, thêm 4,0 ml dung dịch BF3 14%/MeOH, tiếp tục đun trong 30 phút. Thêm 4,0 ml n-hexane vào bình cầu, lắc kỹ trong 30 giây. Thêm 10,0 ml dung dịch NaCl bão hòa, 1 g Na₂CO₃, lắc đều đến khi hết bọt khí bay lên. Thêm nước muối bão hòa đến cổ bình cầu, rút lớp n-hexane vào một ống nghiệm có chứa sẵn muối Na₂SO₄, để làm khan. Chuyển phần dịch trong vào vial 1,5 ml và tiến hành phân tích trên hệ thống GC-FID.

Hỗn hợp chuẩn 37 chất FAMES được dùng để xác định thời gian lưu của các acid béo (đã được chuyển thành các hợp chất FAME sau quá trình tạo dẫn xuất).

2.4.2. Điều kiện phân tích:

Cột phân tích: SP-2560 (100 m x 0,25 mm x 0,2 μm); nhiệt độ injector: 250°; nhiệt độ detector: 260°C; tổng chương trình nhiệt: 60 phút; tỉ lệ chia dòng: 1:25; tốc độ dòng pha động (khí H₂): 40,0 ml/phút; tốc độ dòng khí mang: 400,0 ml/phút; tốc độ dòng khí hỗ trợ (N₂/không khí): 30,0 ml/phút

2.4.3. Tính kết quả:

- Thành phần acid béo:

$$C = S / \sum S_{\text{acid béo } i} * F$$

Với: C_{acid béo i} : hàm lượng acid béo i

S_{acid béo i} : Diện tích i acid béo i

∑S_{acid béo i} : Tổng diện tích các acid béo trên sắc kí đồ thu được

F : Hàm lượng béo tổng

- Tính hàm lượng một số chỉ tiêu liên quan:

$$C_{SFA/MUFA/FUFA} = \sum S_{SFA/MUFA/PUFA} / \sum S_{\text{acid béo}} * F$$

Với: C_{SFA/MUFA/FUFA} : lần lượt là hàm lượng của acid béo bão hòa/không bão hòa đơn/đa

∑S_{SFA/MUFA/PUFA}: Tổng diện tích peak các acid béo bão hòa/không bão hòa đơn/ đa.

- Hàm lượng omega 3 / omega 6 / omega 9:

$$C_{\text{Omega } 3} = \sum S_{ALA+DHA+EPA} / \sum S_{\text{acid béo}} * F$$

$$C_{\text{Omega } 6} = \sum S_{GLA+LA+ARA} / \sum S_{\text{acid béo}} * F$$

$$C_{\text{Omega } 9} = \sum S_{C18:1+C20:1+C22:1} / \sum S_{\text{acid béo}} * F$$

Với: C_{Omega 3,6,9} : lần lượt là hàm lượng omega 3,6,9

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Kết quả phân tích hàm lượng chất khô, xơ và lipit trong các giống bơ

3.1.1. Hàm lượng chất khô

Tiêu chuẩn xuất khẩu bơ gọi tắt là CODEX STAN 197-1995 đã đưa ra rất nhiều tiêu chí cụ thể về hình dạng, kích cỡ quả, yêu cầu về độ chín, phân hạng và chất lượng quả bơ, cụ thể có 2 chỉ tiêu chọn lọc đặc biệt quan trọng cần đạt là hàm lượng chất khô phải đạt tối thiểu từ 20 - 21% trở lên, hàm lượng lipit trên 12%. Các giống bơ được xác định làm chuẩn và xuất khẩu chính là Hass, Ettinger và Zutano.

Trong nghiên cứu này, các giống TA1, TA40 trong nước và 2 giống bơ thương mại nhập nội Booth 7, Reed đã được xác định hàm lượng các chất dinh dưỡng cụ thể như sau:

Hàm lượng chất khô được đánh giá bằng phương pháp sấy khô theo TCVN 4326:2007, các kết quả nghiên cứu được thể hiện, hàm lượng chất khô trong quả bơ của các giống có sự khác biệt; trong đó giống TA1 có hàm lượng chất khô cao nhất đạt đến 26,94%, giống TA40 (25,66%) và thấp nhất là giống Booth 7 (23,55%). Như vậy, dựa vào kết quả phân tích cho thấy tất cả các giống đều có hàm lượng chất khô cao và đặc biệt là giống TA40 có hàm lượng chất khô cao nhất.

3.1.2. Hàm lượng lipit

Hàm lượng lipit của các giống cũng cho thấy sự khác biệt, giống TA40 có hàm lượng lipit cao nhất (19,11%) và thấp nhất là giống TA1 (12,99%). Đối với mẫu bơ, chỉ tiêu lipit là chỉ tiêu quan trọng để đánh giá chất lượng và giá trị về mặt dinh

dưỡng. Hàm lượng lipid trong quả bơ cao thì thành phần axit béo cao no và không no, omega 3, 6, 9 sẽ cao.

3.1.3. Hàm lượng chất xơ

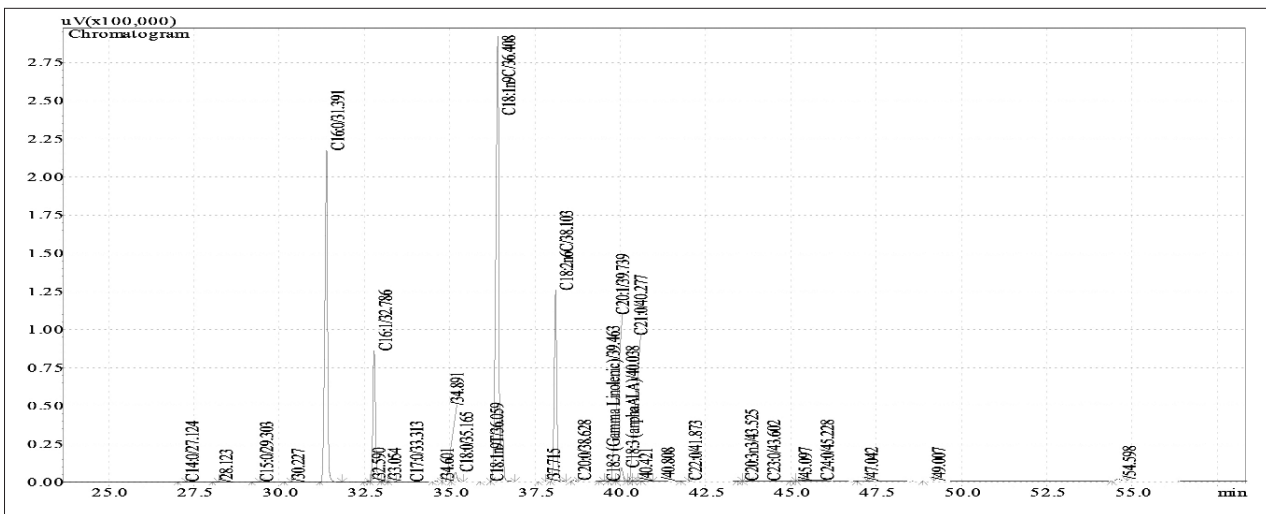
Hàm lượng chất xơ được phân tích bằng phương pháp hòa tan mẫu bằng axit và kiềm. Kết quả nghiên cứu phân tích hàm lượng chất xơ của các giống thể hiện rằng giống TA40, TA1 có nhiều xơ hơn giống Booth 7 và Reed. Đây là một hạn chế của giống TA1 và TA40. Hàm lượng chất xơ là chỉ tiêu đánh giá chất lượng quả bơ, nếu hàm lượng càng cao chất lượng quả bơ càng thấp. Nếu hàm lượng cao, quả bơ thường có những sợi xơ trong thịt hay gọi là "chạy chỉ" sẽ làm giảm giá trị sản phẩm.

3.2. Kết quả phân tích thành phần axit béo cao no và không no của các giống bơ

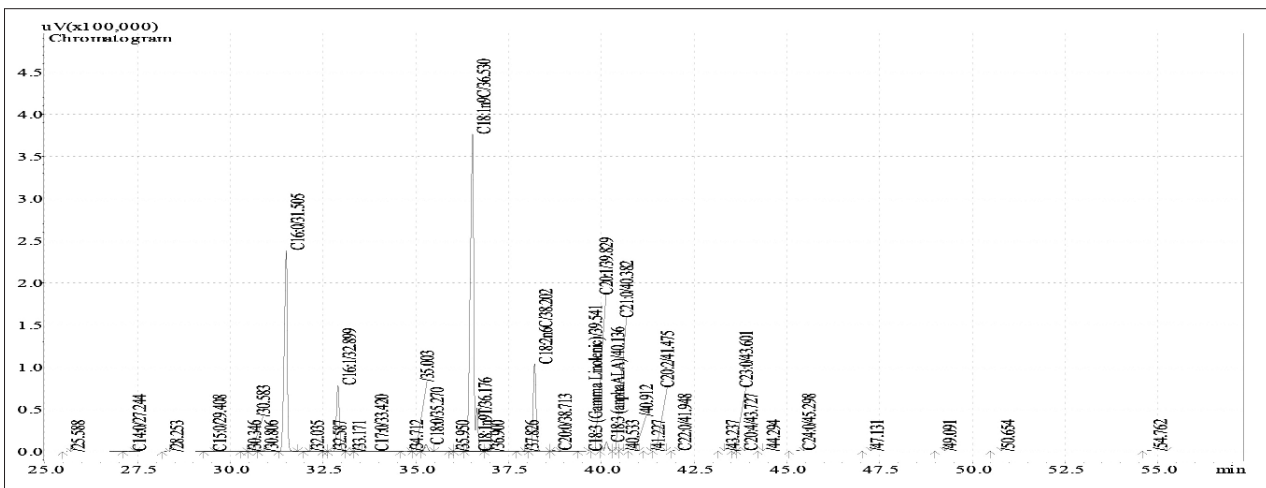
3.2.1. Thành phần các loại axit béo được phân tích ở các giống bơ trồng tại Tây Nguyên

Kết quả phân tích các thành phần chất béo cho thấy, hầu hết các loại axit béo đều có trong quả bơ trồng tại Tây Nguyên. Trong các mẫu phân tích định tính được 19 loại axit béo (Hình 1-4). Cụ thể, 10 axit béo bão hòa (Myristic, Pentadecanoic, Palmitic, Heptadecanoic, Stearic, Arachidic, Heneicosanoic, Behenic, Tricosanoic, Lignoceric); 5 loại axit béo không bão hòa đơn (Palmitoleic, Elaidic, Oleic, cis-11-Eicosenoic, Erucic); 4 loại axit béo không bão hòa đa (Linoleic, Linolenic, Eicosadienoic, Eicosatrienoic). Trong đó, các axit

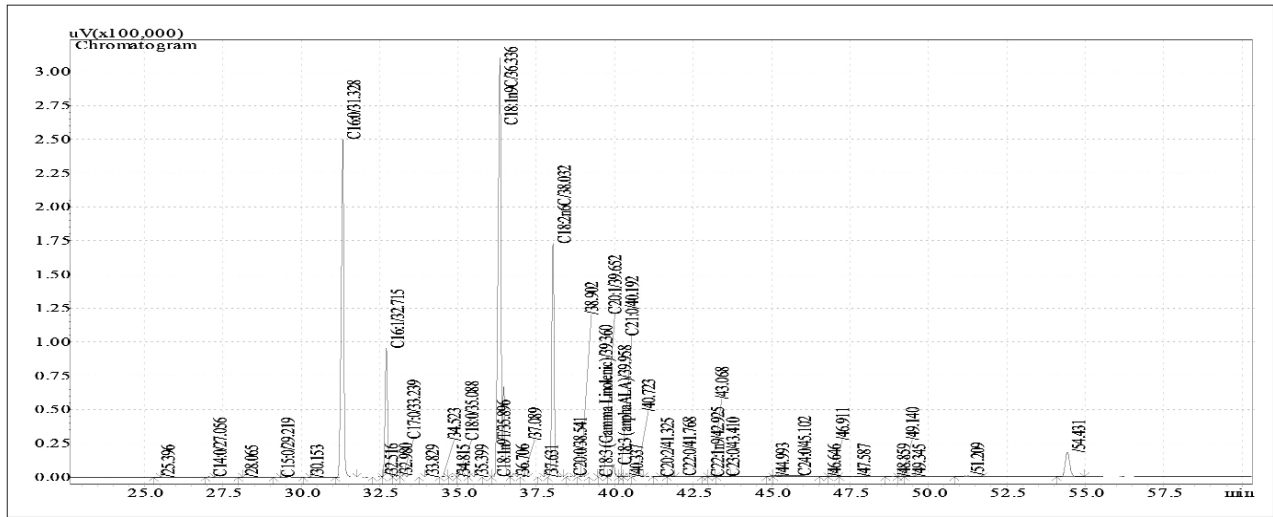
Hình 1: Sắc Kỳ đồ của giống Booth 7



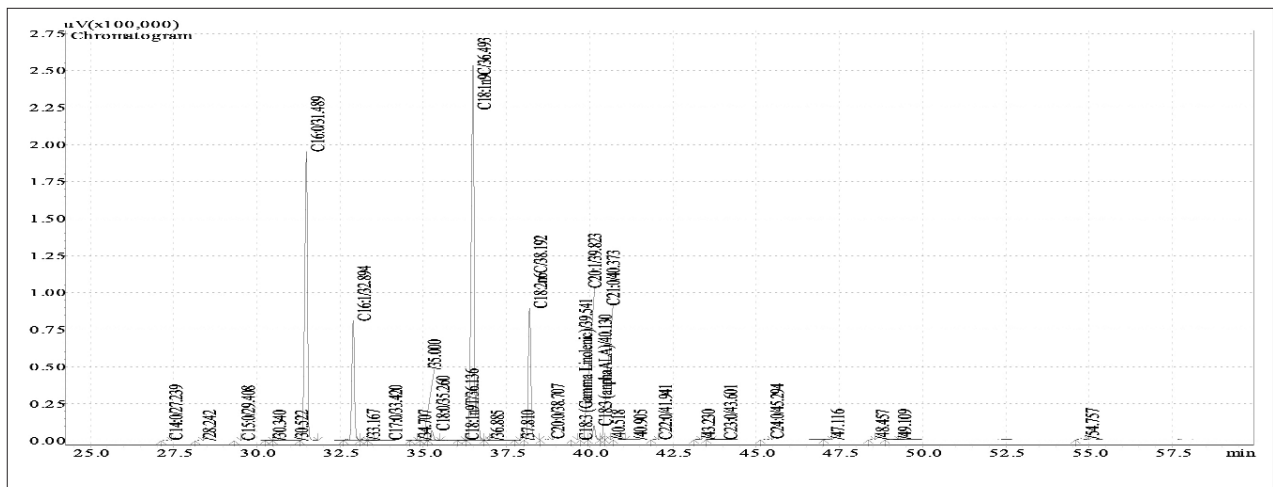
Hình 2: Sắc Kỳ đồ của giống TA1



Hình 3: Sắc Ký đồ của giống TA40



Hình 4: Sắc Ký đồ của giống Reed



béo có hàm lượng cao là axit oleic, axit palmitic, axit palmitoleic, axit linoleic, axit linolenic (Bảng 1). Xét trên yếu tố giống, các giống bơ tuyển chọn và nhập nội có nhiều loại axit béo hơn so với giống bơ địa phương. Đặc biệt hàm lượng các axit béo không bão hòa đa và axit béo không bão hòa đơn của các giống tuyển chọn là cao hơn rất nhiều, thậm chí là cao gấp đôi so với giống địa phương. So sánh với các loại axit béo trong giống bơ Hass trên thế giới, các loại axit béo có trong quả bơ trồng tại Tây Nguyên là tương đồng. (Hình 1, 2, 3, 4)

Ngoài ra, kết quả phân tích cho thấy, axit palmitic (C16:0) trong quả bơ các giống tại Tây Nguyên biến động từ 27,22 đến 27,57%. Trong đó,

giống TA1 là cao nhất và thấp nhất là giống Reed. So với giống bơ Hass trồng tại Mỹ, hàm lượng axit palmitic quả bơ ở Tây Nguyên là cao hơn 10 - 15%. Axit palmitoleic (C16:1) của quả bơ trong nghiên cứu biến động từ 8,87 - 10,98%, giống TA1 có hàm lượng axit Palmitoleic cao nhất và thấp nhất là giống Reed. Hai giống bơ nhập nội Reed (8,87%), Booth 7 (9,60%) có hàm lượng axit palmitoleic thấp hơn so với các giống bơ trong nước. Điều này phù hợp với các nghiên cứu giống bơ Hass khi hàm lượng axit palmitoleic chỉ 6 - 10%. Hàm lượng axit oleic (C18:1n9C) quả bơ ở Tây Nguyên trung bình là 44,18%, thấp hơn so với giống bơ Hass trên thế giới 10 - 15%, kết quả nghiên cứu này là tương tự

Bảng 1. Thành phần các loại axit béo được phân tích ở các giống bơ trồng tại Tây Nguyên

Loại axit béo	TA1	TA40	Booth 7	Reed	TA
Axit Myristic (C14 : 0)	0,004	0,012	0,008	0,011	0,004
Axit Pentadecanoic (C15 : 0)	0,002	0,000	0,002	0,005	0,001
Axit Palmitic (C16 : 0)	3,659	5,353	3,868	4,697	1,957
Axit Heptadecanoic (C17 : 0)	0,004	0,006	0,004	0,004	0,002
Axit Stearic (C18 : 0)	0,110	0,184	0,104	0,126	0,067
Axit Arachidic (C20 : 0)	0,014	0,020	0,012	0,014	0,008
Axit Heneicosanoic (C21 : 0)	0,005	0,003	0,003	0,004	0,002
Axit Behenic (C22 : 0)	0,006	0,009	0,009	0,009	0,003
Axit Tricosanoic (C23 : 0)	0,003	0,003	0,003	0,006	0,000
Axit Lignoceric (C24 : 0)	0,011	0,016	0,011	0,015	0,007
Axit Palmitoleic (C16 : 1)	1,148	2,097	1,360	1,529	0,722
Axit Elaidic (C18:1n9T)	0,004	0,007	0,004	0,005	0,002
Axit Oleic (C18:1n9C)	6,022	9,155	5,877	6,873	3,435
Axit cis-11-Eicosenoic (C20:1)	0,013	0,024	0,022	0,028	0,012
Axit Erucic (C22:1n9)	0,009	0,008	0,001	0,002	0,002
Axit Linoleic (C18:2n6)	1,555	2,545	2,230	2,876	0,829
Axit Linolenic (C18:3n3)	0,129	0,270	0,127	0,147	0,092
Axit Eicosadienoic (C20:2)	0,000	0,001	0,001	0,002	0,000
Axit Eicosatrienoic (C20:3n3)	0,001	0,002	0,001	0,000	0,002

với R. Ferreyra. Năm 2016, nhiệt độ vùng trồng bơ cao, hàm lượng axit oleic cao hơn vùng trồng bơ có nhiệt độ lạnh. Trong các giống, bơ địa phương TA có hàm lượng axit oleic là cao nhất (46,61%) có sự sai khác với giống Booth 7, Reed nhưng không sai khác so với các giống còn lại. Axit Linoleic (C18:2n6) ở các giống bơ trồng vùng Tây Nguyên biến động từ 11,56 - 16,65%, giống Booth 7 (15,72%) và Reed (16,65%) có hàm lượng axit Linoleic cao hơn các giống bơ trong nước (TA1, TA40, TA). Tương tự khi so với giống bơ Hass tỷ lệ này cũng thấp hơn. Axit linolenic (C18:3n3) là axit béo omega 3 quan trọng nhất, kết quả phân tích các giống bơ địa phương trong nước (TA1, TA40) có hàm lượng cao hơn với các giống nhập nội, trung bình axit linolenic trong quả bơ ở Tây Nguyên là 1,11%. Như vậy các giống bơ trong nước có chất

lượng rất tốt và không kém giống Hass về chỉ tiêu này. Axit stearic (C18:0) trung bình trong quả bơ ở Tây Nguyên là 0,83%, trong đó các giống bơ nhập nội có hàm lượng thấp hơn giống địa phương. So với giống Hass, hàm lượng này thấp hơn rất nhiều (-1,08%). Axit Eicosenoic (C20:1) trung bình trong quả bơ ở Tây Nguyên là 0,15 - 0,17%. Axit arachidic (C20:0) có trong quả bơ ở Tây Nguyên biến động 0,081 - 0,11%.

3.2.2. Thành phần axit béo cao no và không no trong quả bơ trồng tại Tây Nguyên

Hàm lượng axit béo không bão hòa đơn trong quả bơ của các giống trồng ở Tây Nguyên biến động từ 48,89 - 58,07%, giống bơ địa phương có hàm lượng axit béo không bão hòa đơn cao hơn các giống nhập nội. So sánh với giống bơ Hass thì bơ ở Tây Nguyên có hàm lượng axit béo không bão hòa

đơn thấp hơn 15 - 20%; nhưng giống bơ nhập nội lại có tỷ lệ này thấp hơn giống địa điểm cùng một vùng trồng. Tại Đắk Lắk, giống bơ Reed có hàm lượng axit béo bão hòa đơn thấp nhất (49,80%), kế đến là giống TA1, Booth 7 và cao nhất là giống bơ địa phương (52,40%). Tại Gia Lai hàm lượng axit béo không bão hòa đơn trung bình là 54,58%, giống bơ địa phương có hàm lượng cao hơn giống bơ nhập nội > 10%. Tại Đắk Nông hàm lượng axit béo không bão hòa đơn trung bình là 52,40%, tương tự các giống bơ địa phương có hàm lượng cao hơn giống bơ nhập nội 5 - 10%.

Hàm lượng axit béo không bão hòa đa trong quả bơ vùng Tây Nguyên có sự thay đổi theo giống và địa phương và có sự tương tác giữa 2 yếu tố. Hàm lượng axit béo không bão hòa đa giống bơ nhập nội Reed (17,53%), Booth 7 (16,63%) cao hơn các giống bơ trong nước và giống bơ địa phương chất lượng thấp nhất ở chỉ tiêu này (12,6). Như vậy, ở chỉ tiêu quan trọng như axit béo không bão hòa đa thì các giống nhập nội Reed, Booth 7 có chất lượng tốt hơn hẳn giống trong nước (TA1, TA40). So với giống bơ Hass thì hàm lượng axit béo bão hòa đa là bằng hoặc cao hơn. Tỉnh Gia Lai có hàm lượng axit béo không bão hòa đa cao nhất so với các tỉnh còn lại, trung bình là 15,67%. Giống bơ Reed, Booth 7 có hàm lượng cao nhất. Tỉnh Đắk Lắk hàm lượng axit béo không bão hòa đa trung bình 14,47%. Giống Reed và Booth 7 có hàm lượng axit bão hòa đa cao hơn giống địa phương. Tương tự giống bơ Reed và Booth 7 có hàm lượng axit béo không bão hòa cao hơn các giống bơ địa phương, trung bình là 13,34%, và khác.

Quả bơ trồng ở Gia Lai tỷ lệ axit béo no/ axit béo không no thấp hơn so với 2 tỉnh còn lại. Như vậy, bơ trồng ở Gia Lai có chất lượng tốt hơn Đắk Lắk và Đắk Nông ở chỉ tiêu này. Các giống bơ trồng ở Đắk Lắk và Gia Lai có tỷ lệ axit béo no/ axit béo không no là giống nhau, chia thành 3 nhóm sai khác, giống Reed cao nhất (0,015), kế đến là giống TA40, TA, Booth 7 và thấp nhất là giống TA1 (0,413).

Tỷ lệ axit béo no/ axit béo không no bơ ở Tây Nguyên là cao hơn so với bơ Hass trồng tại Mỹ, các giống bơ địa phương lại có tỷ lệ này tốt hơn với các giống nhập nội và có sự thay đổi lớn ở các địa điểm trồng.

3.3. Thành phần omega 3, 6, 9 trong quả bơ trồng tại Tây Nguyên

Phân tích các mẫu bơ ở Tây Nguyên cho thấy: omega 3 trong quả bơ gồm alpha-axit Linolenic (ALA) (C18:3n3), axit cis-8,11,14-Eicosatrienoic (C20:3n3) và không có axit docosaheptaenoic (DHA) (C22:6n3). Hàm lượng omega 3 trong quả bơ biến động từ 0,85 - 1,50%. Giống TA40 có hàm lượng omega 3 cao nhất và 2 giống nhập nội Reed và Booth 7 có hàm lượng omega 3 thấp nhất. Hàm lượng omega 3 trong quả bơ ở Gia Lai là cao hơn 2 tỉnh còn lại và biến động từ 0,88 - 1,38%. Quả bơ ở tỉnh Đắk Lắk có hàm lượng omega 3 trung bình 1,14% giữa các giống và TA1 là giống có hàm lượng omega 3 cao nhất (1,35%), thấp nhất là giống Reed (0,77%). Tương tự ở Đắk Nông, hàm lượng omega 3 giống trong nước TA1 là cao nhất (1,37%) và thấp nhất là giống Booth 7 và Reed, tuy nhiên giống TA40 có hàm lượng omega 3 là không ổn định ở các vị trí trồng. Như vậy, các giống bơ trong nước TA1, TA40 có hàm lượng omega rất tốt và cao hơn 2 giống bơ nhập nội Reed, Booth 7 trồng tại Tây Nguyên.

Phân tích các mẫu bơ ở Tây Nguyên cho thấy, omega 6 trong quả bơ gồm axit linoleic (C18:2n6), axit gamma-linolenic (GLA), axit arachidonic (ARA) (C20:4n6). Bơ khi trồng ở Đắk Nông có hàm lượng omega 6 trung bình là 14,70% khác biệt so với 2 tỉnh còn lại. Hai giống nhập nội Reed, Booth 7 có hàm lượng omega 6 cao hơn các giống địa phương từ 5 - 7%. Bơ trồng ở Đắk Lắk có hàm lượng omega 6 trung bình là 13,31%, giống Reed và Booth 7 hàm lượng omega 6 cao hơn so với các giống địa phương TA1, TA40. Ở Gia Lai thì 2 giống nhập nội Reed, Booth 7 vẫn cao hơn các giống còn lại, TA40 là giống địa phương có hàm lượng omega 6 cao nhất.

Phân tích các mẫu bơ ở Tây Nguyên cho thấy, omega 9 trong quả bơ gồm: axit elaidic (C18:1n9T), axit oleic (C18:1n9C), axit cis-11-eicosenoic (C20:1), axit erucic (C22:1n9), axit cis-13, 16-docosadienoic (C22:2). Hàm lượng omega 9 trong quả bơ trồng tại Tây Nguyên có khác biệt ở yếu tố giống. Cây bơ địa phương có hàm lượng omega 9 cao nhất (48,57%), kế đến là TA1, TA40 và thấp nhất là giống Reed và Booth 7. Ở Đắk Lắk, quả bơ có hàm lượng omega 9 trung

bình là 44,10%, cây bơ địa phương có hàm lượng omega 9 cao nhất (48,46%), khác biệt so với các giống còn lại. Ở Gia Lai, hàm lượng omega 9 trong quả bơ phân thành 4 nhóm sai khác, cây bơ địa phương omega 9 cao nhất, kế đến là giống TA1 và thấp nhất là giống Booth 7. Ở Đắk Nông, quả bơ có hàm lượng omega 9 phân rõ giữa 2 nhóm giống, giống nhập nội và các giống trong nước: giống nhập nội Booth 7, Reed có hàm lượng omega 9 thấp hơn nhóm còn lại.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu thành phần các chất dinh dưỡng ở 4 giống bơ trồng tại Tây Nguyên: chất khô 23,74% (17,13-27,23%), lipit 14,30% (7,19-19,87%), xơ 2,08% (1,59-2,505%). Trong 4 giống bơ, giống TA40 có hàm lượng lipit cao nhất và giống TA1 có hàm lượng chất khô cao nhất. Thành phần axit béo ở các giống có thành phần tương đồng với giống Hass trên thế giới.

Thành phần axit béo chủ yếu là: axit oleic (C18:1), axit palmitic (C16:0), axit palmitoleic (C16:1), axit linoleic (C18:2) axit linolenic (C18:3). Hàm lượng axit Palmitic (C16:0) trung bình là (27,33%), hàm lượng cao nhất là giống TA1 (27,53) và thấp nhất là giống Reed (27,22%), cao hơn 10 - 15% so với giống Hass trồng tại Mỹ. Hàm lượng axit oleic (C18:1) là loại axit béo có nhiều nhất trong quả bơ, trung bình là 44,18%, thấp hơn so với giống bơ Hass trên thế giới 10 -

15%, hàm lượng cao nhất là giống bơ địa phương TA (46,61%) và thấp nhất là giống Reed (39,84%).

Hàm lượng axit béo bão hòa, không bão hòa đơn và không bão hòa đa trong quả bơ ở Tây Nguyên lần lượt là: 31,55% (29,92-33,59%), 53,67% (48,89 - 58,07%), 14,83% (12,66-17,53%). Giống bơ Reed có hàm lượng axit béo bão hòa cao nhất và thấp nhất là giống bơ địa phương TA, chỉ tiêu này chất lượng kém hơn giống bơ Hass. Các giống nhập nội Reed, Booth 7 có hàm lượng axit béo không bão hòa đa tốt hơn giống trong nước TA1, TA40, chỉ tiêu này có chất lượng bằng hoặc cao hơn giống bơ Hass. Tỷ lệ axit béo no/axit béo không no cao hơn gấp 2 lần so với bơ Hass ở Mỹ, trung bình 0,443 (0,420 - 0,506). Giống bơ nhập nội Reed, Booth 7 có tỷ lệ cao hơn so với các giống trong nước TA1, TA40.

Thành phần omega 3, 6, 9 ở quả bơ trồng tại Tây Nguyên cho thấy hàm lượng omega 3 trung bình 1,12% (0,85 - 1,50%). Giống TA40 có hàm lượng cao nhất và giống Reed là thấp nhất. Hai giống nhập nội Reed, Booth 7 có hàm lượng omega 6 cao hơn các giống trong nước từ 5 - 7%. Cây bơ địa phương TA có hàm lượng omega 9 cao nhất (48,57%), kế đến là TA1, TA40 và thấp nhất là giống Reed và Booth 7. Tương tự giống nhập nội Booth 7, Reed có tỷ lệ omega 3/omega 6 thấp hơn các giống trong nước ■

Lời cảm ơn:

Các tác giả chân thành cảm ơn sự hỗ trợ của các phòng thí nghiệm: Khoa Hóa - Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh và Phòng Thí nghiệm trung tâm - Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. F. M. Duarte et al. "Avocado: Characteristics, health benefits and uses", *Ciencia Rula, Santa Maria*. Vol. 46, n. 4, pp. 747-754, 2016.
2. S. Gazit et al. *The Avocado, Botany, Production and Uses*. Wallingford, UK: CAB International, 2002.
3. A. Bruce Schaffer et al. *The avocado: Botany, Production and Uses*. Wallingford, UK: CAB International, 2013.

4. Hoàng Mạnh Cường và cộng sự. "Nghiên cứu chọn lọc giống và một số biện pháp kỹ thuật xử lý, bảo quản quả bơ sau thu hoạch tại Tây Nguyên," Báo cáo đề tài trọng điểm cấp Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn giai đoạn 2006 - 2010. Đắk Lắk, 2010.
5. Hoàng Mạnh Cường và Nguyễn Văn Minh. Cây bơ Việt Na. Nhà xuất bản Đại học Nông nghiệp. ISBN: 978 - 604 - 924 - 321 - 9, Pp. 121.
6. D. Berman and D. Flores. "Mexico Avocado annual, Production and exports forecast higher," GAIN. Vol. MX2084, pp.1-6, 2012.
7. Acworth et al. "Quantitation of Underivatized Omega 3 and Omega 6 Fatty Acids in Foods by HPLC and Charged Aerosol Detection," Thermo Fisher Scientific, 2013.
8. R. Ferreyra et al. "Identification of pre-harvest factors that affect fatty acid profiles of avocado fruit (*Persea americana* Mill) cv. 'Hass' at harvest," South African Journal of Botany, 2016.
9. J. Orsavova et al. "Fatty acids composition of vegetable oil and its contribution to dietary energy intake and dependence of cardiovascular mortality on dietary intake of fatty," Int J Mol Sci. Vol. 16, no. 6, pp. 12871-12890, 2015.
10. M. Kaur et al. "Omega-3 fatty acids: Nutritional aspects, sources, and encapsulation strategies for food fortification," Direct research journal of health and pharmacology (DRJHP). Vol. 3 (1), pp. 12-31, 2015.
11. Hoàng Mạnh Cường và cộng sự. "Điều tra, thu thập một số giống bơ năng suất cao, chất lượng tốt phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu tại Đắk Lắk," Báo cáo tổng kết Đề tài khoa học và công nghệ cấp tỉnh Đắk Lắk, Đắk Lắk, 2011.
12. J. Y. Talabi et al. "Nutritional and antinutritional compositions of processed Avocado (*Persea americana* Mill.,) seeds," Asian Journal of Plant Science and Resea, ISSN : 2249-7412 CODEN (USA): AJPSKY, 2016.
13. F. Pliego-Alfaro et al. "Biotechnology," In The Avocado, Botany, Production and Uses. Wallingford, UK: CAB International, 2002, pp. 213-230.
14. S. Carillo et al. "Network for a healthy California - Worksite Program," Champions for change. Pp. 15-18, 2013
15. Pavan et al. "Avocado: The Holistic source as a natural doctor," Journal of Pharmaceutical Research. Vol. 4, Issue 8, ISSN 2277-7105, pp. 748-761, 2015.
16. C. P. Carvalho and E. J. Bernal. "Fatty acid content of avocados (*Persea americana* Mill. cv. Hass) in relation to orchard altitude and fruit maturity stage," Agronomia Colombiana. Vol. 33, pp. 220-227, 2015.
17. J. S. Shepherd and G. S. Bender. "History of the Avocado industry in California," A cultural handbook for growers, 2 edition. Pp. 1-16, 2012.
18. P. M. Ruiz et al. "Avocado powder stability added with active components during storage," Biotecnologia en el sector agropecuario y agroindustrial, Ediccion especial. No 2, 2017.
19. Hoàng Mạnh Cường và cộng sự. "Nghiên cứu chọn tạo giống bơ cho các tỉnh phía Nam," Báo cáo tổng kết Kết quả nghiên cứu khoa học, đề tài trọng điểm cấp Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn giai đoạn 2011 - 2015, Đắk Lắk, 2016.
20. Hoàng Mạnh Cường và Nguyễn Văn Minh. Cây bơ Việt Nam. Nhà xuất bản Đại học Nông nghiệp. ISBN: 978 - 604 - 924 - 321 - 9, Pp. 121.
21. CODEX STAN. Codex standard for Avocado, 197-1995, 2013
22. Hoàng Mạnh Cường và cộng sự. "Nghiên cứu đặc tính nông sinh học của các giống, giống bơ (*Persea americana* Mills.,) phục vụ công tác chọn tạo giống tại Tây Nguyên", Luận văn Thạc sỹ Nông nghiệp, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội, 2010.

Ngày nhận bài: 1/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/1/2020

Thông tin tác giả:

1. KS. ĐẶNG THỊ VÂN

Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên

2. TS. NGUYỄN NGỌC TUẤN

Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

3. GS.TS. LÊ VĂN TẤN

Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

**DETERMINATION OF SATURATED
AND UNSATURATED FATTY ACIDS FROM AVOCADO
GROWN IN WESTERN HIGHLANDS BY GAS
CHROMATOGRAPHY - FLAME IONIZATION
DETECTOR (GC - FID)**

● BSc. **ĐANG THI VAN**

Western Highlands Agriculture & Forestry Science Institute

● Dr. **NGUYEN NGOC TUAN**

Industrial University of Ho Chi Minh City

● Prof. Dr. **LE VAN TAN**

Industrial University of Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study focuses on analyzing the nutrient, saturated fatty acids, unsaturated fatty acids from avocado grown in Western Highlands of Vietnam including Booth 7, TA 1, Reed and TA 40 avocado varieties by using appropriate analytical methods for each factor. This study is expected to help the agriculture industry choose the high-quality avocado varieties and improve the methods of preserving and processing avocado products.

Keywords: GC-FID, saturated fatty acids, unsaturated fatty acids, Booth 7, TA 1, Reed and TA40.

KHẢO SÁT HOẠT TÍNH KHÁNG OXI HÓA CỦA CAO CHIẾT METHANOL VỎ TRÁI THỐT NỐT (*BORASSUS FLABELLIFER L.*)

● NGUYỄN TRỌNG TUÂN

TÓM TẮT:

Thốt nốt (*Borassus flabellifer L.*) hay Thốt nốt được trồng nhiều ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đặc biệt là các tỉnh như An Giang, Kiên Giang và Đồng Tháp. Nghiên cứu này nhằm mục đích khảo sát hoạt tính kháng oxi hóa của vỏ trái Thốt nốt, một phụ phẩm được vứt bỏ từ hoạt động kinh doanh thị quả Thốt nốt thông qua sử dụng các phương pháp thử nghiệm hoạt tính kháng oxi hóa khác nhau như: DPPH, ATBS⁺, reducing power (RP), khử sắt (FRAP) và phosphomolybdeum. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, cao chiết methanol của vỏ trái Thốt nốt thể hiện hoạt tính kháng oxi hóa tốt trong phương pháp ATBS⁺, FRAP, Phosphomolybdeum với giá trị EC₅₀ (hoặc OD_{0,5}) thấp hơn hoặc bằng 100 µg/mL. Kết quả này cũng phù hợp với việc xác định hàm lượng tổng flavonoid trong cao chiết methanol của vỏ là khá cao. Kết quả này mở ra triển vọng trong việc sử dụng vỏ trái Thốt nốt như sản phẩm có hoạt tính kháng oxi hóa.

Từ khóa: *Borassus flabellifer L.* Flavonoid, kháng oxi hóa, phụ phẩm, polyphenol.

1. Mở đầu

Ngày nay, tình trạng stress oxi hóa đang là một trong những vấn đề được quan tâm nhiều của các nhà khoa học bởi vì tác hại nguy hiểm của nó. Tình trạng stress oxi hóa là sự mất cân bằng giữa việc sản xuất các gốc tự do và sự tham gia hoạt động của các chất chống oxi hóa. Stress oxi hóa cũng là nguyên nhân của các bệnh như tim mạch, ung thư, suy giảm thần kinh và gây lão hóa sớm [1]. Nhiều nghiên cứu hiện nay đang tập trung vào việc tìm kiếm các hợp chất chống oxi hóa tự nhiên từ các loài thực vật vì các hợp chất từ tự nhiên này được xem như an toàn cho con

người. Thốt nốt (*Borassus flabellifer L.*) hay Thốt nốt được trồng nhiều ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đặc biệt là các tỉnh như An Giang, Kiên Giang, và Đồng Tháp. Bộ phận thường sử dụng là cuống cụm hoa, rễ, dịch cây, thân cây và phần thị quả [2-4]. Thốt nốt được sử dụng trong y học dân gian như một chất kích thích, chống co thắt, lợi tiểu, chống viêm. Quả có tác dụng an thần, nhuận tràng, khó tiêu, đầy hơi, bệnh ngoài da, xuất huyết, sốt và suy nhược. Rễ và dịch quả có khả năng kháng viêm. Rễ non là thuốc lợi tiểu và chống giun, thuốc sắc của rễ được dùng cho một số bệnh về đường hô hấp. Tro của hoa có khả

năng điều trị trầm cảm, các bệnh về tim, lá lách và cảm sốt. Nhựa cây cũng có thể được sử dụng như thuốc nhuận tràng và điều trị loét và các vấn đề về gan [5, 6].

Các nghiên cứu về hoạt tính kháng oxi hóa của cây Thốt nốt đã được thực hiện trên các bộ phận khác nhau của cây. Theo Madhankumar *et al.* (2019), lá của cây Thốt nốt thể hiện hoạt tính kháng oxi hóa mạnh với hiệu quả gần tương đương với chất chuẩn ở các phương pháp SOD (Superoxide dismutase, $26,4 \pm 0,25$ units/mg protein), CAT (Catalase, $44,58 \pm 2,36$ $\mu\text{mol H}_2\text{O}_2$ tiêu thụ/phút/mg proteins), GPx (Glutathione peroxidase, $231,4 \pm 1,46$ μg glutathione bị oxi hóa/phút/mg protein) và GST (Glutathione-S-transferase, $153,1 \pm 1,43$ $\mu\text{mol CDNB-GSH}$ được hình thành/phút/mg protein) [7]. Nghiên cứu của Pramod *et al.* (2013) cho thấy hoạt tính kháng oxi hóa của thịt quả Thốt nốt trong phương pháp DPPH và ATBS⁺ có sự tương quan với hàm lượng polyphenol và flavonoid tổng có chứa trong cao chiết [8]. Cao chiết cồn của hoa Thốt nốt theo nghiên cứu của Kavatagimath *et al.* (2016) cũng có hoạt tính kháng oxi hóa tương đương chất chuẩn BHT ở phương pháp DPPH và còn có khả năng hạ đường huyết rất tốt [9]. Ngoài ra, với nguồn giá trị dinh dưỡng cao, Thốt nốt được người dân khai thác và kinh doanh nhiều, đặc biệt là phần thịt quả với hàm lượng chất dinh dưỡng đến 1398kJ/100g và chứa khá nhiều carbohydrate, protein, chất xơ và các chất khoáng như kali, canxi, ma-giê [10]. Tuy nhiên, khi khai thác sử dụng phần thịt quả, phần phụ phẩm tức là phần vỏ sẽ bị bỏ đi. Theo tìm hiểu của chúng tôi tại một số cơ sở kinh doanh Thốt nốt ở ĐBSCL, phần vỏ phụ phẩm này chưa có cách xử lý, chỉ phơi khô dùng làm nguyên liệu đốt. Chính vì thế, nghiên cứu này lựa chọn phần vỏ quả Thốt nốt làm đối tượng nghiên cứu hoạt tính kháng oxi hóa, nhằm mục đích tăng thêm giá trị sử dụng của phụ phẩm vỏ trái thốt nốt.

2. Thực nghiệm

2.1. Nguyên liệu

Trái Thốt nốt được thu mua tại các cơ sở kinh doanh các sản phẩm thốt nốt tại huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang vào tháng 5/2019. Mẫu trái được xác

nhận bởi ThS. Phùng Thị Hằng và được lưu trữ tại Phòng thí nghiệm Hóa sinh học, bộ môn Hóa học, khoa Khoa học Tự nhiên, Trường Đại học Cần Thơ, với mã số AG_Bo2019050002. Nguyên liệu sau khi mua về được gọt lấy phần vỏ trái phía ngoài, rửa sạch, loại bỏ tạp bẩn, cắt nhỏ. Mẫu được sấy ở 50°C và xay thành bột.

2.2. Xác định độ ẩm bột nguyên liệu

Độ ẩm bột nguyên liệu được xác định theo Dược điển Việt Nam V, theo phương pháp sấy [11].

2.3. Điều chế cao chiết

Bột khô vỏ trái Thốt nốt được chiết với dung môi methanol bằng phương pháp ngâm trong 24 giờ (3 lần). Tất cả dịch chiết được gom lại và lọc để loại bỏ cặn, bụi. Dịch chiết sau khi lọc đem cô quay đuổi dung môi ở nhiệt độ 40-45°C thu được cao chiết methanol vỏ trái Thốt nốt. Cao chiết được đem cân và tính hiệu suất chiết cao, sau đó cao được bảo quản trong tủ lạnh ở nhiệt độ 4°C cho đến khi thí nghiệm.

2.4. Khảo sát hoạt tính kháng oxi hóa của cao chiết

2.4.1. Khảo sát hiệu quả loại bỏ gốc tự do DPPH

Khả năng loại bỏ gốc tự do DPPH của cao chiết được thực hiện theo Sharma *et al.* (2009) có hiệu chỉnh [12]. Hỗn hợp phản ứng gồm 40 μL DPPH (1000 $\mu\text{g/mL}$) và 960 μL cao chiết có nồng độ khác nhau từ 30-150 $\mu\text{g/mL}$. Hỗn hợp được ủ trong tối ở nhiệt độ 30°C trong thời gian 30 phút, đo độ hấp thụ quang phổ ở bước sóng 517 nm. Chất chuẩn được sử dụng là vitamin C. Kết quả hoạt tính kháng oxy hóa của cao chiết được biểu diễn bằng giá trị EC₅₀ (Effective Concentration of 50%) được tính dựa trên phương trình tuyến tính của dịch chiết khảo sát. Phần trăm loại bỏ gốc tự do được tính theo công thức:

$$\% \text{ Loại bỏ gốc tự do} = \frac{A_C - A_S}{A_C} \times 100\%$$

Trong đó: A_C là giá trị hấp thụ của đối chứng, A_S hấp thụ của mẫu.

2.4.2. Khảo sát hiệu quả loại bỏ gốc tự do ABTS⁺

Hoạt động loại bỏ gốc tự do ABTS⁺ thực hiện theo Nenadis *et al.* (2004) có hiệu chỉnh [13]. Chuẩn bị dung dịch ABTS⁺: 2 mL dung dịch

ABTS 7 mM và 2 mL dung dịch $K_2S_2O_8$ 2,45 mM, ủ trong bóng tối 16 giờ, sau đó pha loãng bằng ethanol (khoảng 30 lần), điều chỉnh độ hấp thụ ở bước sóng 734 nm đạt $0,7 \pm 0,05$. Tiến hành cho 990 μ L ABTS + vào 10 μ L cao chiết ở các nồng độ khác nhau từ 20-100 μ g/mL. Hỗn hợp phản ứng được ủ trong thời gian 6 phút. Sau đó, đo độ hấp thụ quang phổ ở bước sóng 734 nm. Chất chuẩn được sử dụng là trolox. Kết quả hoạt tính kháng oxy hóa của cao chiết được biểu diễn bằng giá trị EC_{50} được tính dựa trên phương trình tuyến tính của dịch chiết khảo sát. Phần trăm làm sạch gốc tự do được tính theo công thức:

$$\% \text{Loại bỏ gốc tự do} = \frac{A_C - A_S}{A_C} \times 100\%$$

Trong đó: A_C là giá trị hấp thụ của đối chứng, A_S hấp thụ của mẫu.

2.4.3. Khảo sát năng lực khử (Reducing Power - RP)

Năng lực khử (RP) được thực hiện theo phương pháp Ferreira *et al.* (2007) có hiệu chỉnh [14]. Hỗn hợp phản ứng gồm 0,5 mL cao chiết ở nồng độ khác nhau từ 100-700 μ g/mL, 0,5 mL dung dịch đệm phosphate (0,2M, pH=6,6) và 0,5 mL $K_3Fe(CN)_6$ 1%. Sau đó hỗn hợp phản ứng được ủ ở 50°C trong 20 phút, thêm 0,5 mL CCl_3COOH 10% rồi ly tâm 3.000 vòng/phút trong 10 phút. Nhẹ nhàng rút 0,5 mL dịch phía trên cho vào 0,5 mL nước và 0,1 mL $FeCl_3$ 0,1%, lắc đều. Đo độ hấp thụ quang phổ của hỗn hợp phản ứng ở bước sóng 700 nm. Chất đối chứng dương sử dụng là trolox. Hiệu quả kháng oxy hóa của cao chiết ở các nồng độ khác nhau được so sánh với chất chuẩn bằng cách sử dụng nồng độ mà tại đó chất chuẩn hay cao chiết (μ g/mL) có giá trị $OD=0,5$ ($OD_{0,5}$) cũng như hàm lượng tương đương chất kháng oxy hóa μ g/mL chất chuẩn.

2.4.4. Khảo sát khả năng khử sắt (FRAP)

Khả năng khử sắt FRAP được thực hiện theo Benzie *et al.* (1996) có hiệu chỉnh [15]. Tiến hành cho 10 μ L cao chiết (có nồng độ từ 10-50 μ g/mL) vào 990 μ L dung dịch FRAP. Các hỗn hợp trên được ủ ở 37°C trong 10 phút, sau đó tiến hành đo giá trị độ hấp thụ quang phổ ở bước sóng 593 nm. Chất chuẩn sử dụng là trolox. Hiệu quả kháng oxy

hóa của cao chiết ở các nồng độ khác nhau được so sánh với chất chuẩn bằng cách sử dụng nồng độ mà tại đó chất chuẩn hay cao chiết (μ g/mL) có giá trị $OD=0,5$ ($OD_{0,5}$).

2.4.5. Khảo sát hoạt tính kháng oxy hóa tổng (Phương pháp phosphomolybdenum)

Phương pháp dựa trên sự khử của Mo(VI) về Mo(V) thể hiện qua sự tạo phức Mo(V)-Phosphate màu xanh lá ở pH acid theo Prieto *et al.* (1999) [16]. Tiến hành cho 100 μ L cao chiết nồng độ khác nhau từ 45-315 μ g/mL vào dung dịch phosphomolybdenum. Các hỗn hợp trên được ủ ở 95°C trong 90 phút, sau đó tiến hành đo giá trị độ hấp thụ quang phổ ở bước sóng 695 nm. Chất chuẩn sử dụng là vitamin C. Hiệu quả kháng oxy hóa của cao chiết ở các nồng độ khác nhau được so sánh với chất chuẩn bằng cách sử dụng nồng độ mà tại đó chất chuẩn hay cao chiết (μ g/mL) có giá trị $OD=0,5$ ($OD_{0,5}$).

2.5. Định lượng polyphenol tổng và flavonoid tổng trong cao chiết

Hàm lượng polyphenol tổng được xác định bằng thuốc thử Folin-Ciocalteu theo mô tả của Rebaya *et al.* (2014) có hiệu chỉnh [17]. Hàm lượng flavonoid tổng trong cao chiết được xác định theo phương pháp so màu $AlCl_3$ của Bag *et al.* (2015) [18].

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Độ ẩm bột nguyên liệu và hiệu suất chiết cao

Độ ẩm bột nguyên liệu vỏ trái Thốt nốt đạt $4,918 \pm 0,028\%$, với giá trị độ ẩm này là khá thấp và phù hợp với tiêu chuẩn bột dược liệu của Dược điển Việt Nam (độ ẩm bột nguyên liệu <9%).

Hiệu suất chiết cao đạt 7,122%. Cao thu được ở dạng sánh đặc và có màu nâu đất.

3.2. Hoạt tính kháng oxy hóa

Hoạt tính kháng oxy hóa của cao chiết vỏ trái Thốt nốt được tính toán thành các giá trị EC_{50} hoặc $OD_{0,5}$ trình bày ở Bảng 1.

Kết quả ở Bảng 1 cho thấy vỏ trái Thốt nốt có tiềm năng kháng oxy hóa tốt ở phương pháp ATBS+, FRAP, Phosphomolybdenum với giá trị EC_{50} (hoặc $OD_{0,5}$) thấp hơn hoặc bằng 100 μ g/mL. Tuy nhiên, so với chất chuẩn sử dụng

Bảng 1. Kết quả khảo sát hoạt tính kháng oxi hóa của cao chiết vỏ trái Thốt nốt

TT	Phương pháp	Chất chuẩn ($\mu\text{g/mL}$)	Cao chiết ($\mu\text{g/mL}$)
1	DPPH (EC_{50})	3,905 \pm 0,025	120,174 \pm 2,182
2	ATBS ⁺ (EC_{50})	7,718 \pm 0,042	76,860 \pm 0,219
3	RP ($\text{OD}_{0,5}$)	34,740 \pm 0,118	479,250 \pm 1,887
4	FRAP ($\text{OD}_{0,5}$)	2,240 \pm 0,008	47,003 \pm 0,346
5	Phosphomolybdeum ($\text{OD}_{0,5}$)	13,319 \pm 0,359	101,057 \pm 0,574

Ghi chú: Chất chuẩn sử dụng 1, 5: vitamin C; 2,3,4: trolox

trong từng phương pháp thì hiệu quả chống oxi hóa của cao chiết thấp hơn chất chuẩn khá nhiều, cụ thể trong phương pháp DPPH với EC_{50} đạt 120,174 \pm 2,182 $\mu\text{g/mL}$ (cao hơn chất chuẩn hơn 30 lần), ATBS⁺ là 76,860 \pm 0,219 $\mu\text{g/mL}$ (cao hơn chất chuẩn gần 10 lần), với giá trị $\text{OD}_{0,5}$ là 47,003 \pm 0,346 $\mu\text{g/mL}$ (cao hơn chất chuẩn 21 lần) và 101,057 \pm 0,574 $\mu\text{g/mL}$ (cao hơn chất chuẩn 7,5 lần) ở cả 2 phương pháp FRAP và phosphomolybdeum.

Hàm lượng chất kháng oxi hóa tương đương chất chuẩn (mg chất chuẩn/g cao chiết) cũng đã được tiến hành tính toán ở mỗi phương pháp và kết quả được trình bày ở Bảng 2.

Bảng 2. Hàm lượng chất kháng oxi hóa tương đương chất chuẩn của cao vỏ trái Thốt nốt

TT	Phương pháp	Hàm lượng chất kháng oxi hóa tương đương chất chuẩn (mg chất chuẩn/g cao chiết)
1	DPPH	32,868 \pm 5,660
2	ATBS ⁺	109,046 \pm 13,375
3	RP	66,533 \pm 13,158
4	FRAP	47,105 \pm 1,813
5	Phosphomolybdeum	127,398 \pm 8,703

Ghi chú: Chất chuẩn sử dụng 1, 5: vitamin C; 2,3,4: trolox

Kết quả đạt được ở Bảng 2 cho thấy, hàm lượng chất kháng oxi hóa tương đương chất chuẩn của cao chiết vỏ trái Thốt nốt được xác định có hàm lượng khá cao trong phương pháp ATBS⁺ và phosphomolybdeum với giá trị lần lượt là 109,046 \pm 13,375 (tương đương mg vitamin C/g cao chiết) và 127,398 \pm 8,703 (tương đương mg trolox/g cao chiết). Ở các phương pháp thử nghiệm còn lại, hàm lượng này được xác định thấp hơn lần lượt là 66,533 \pm 13,158 và 47,105 \pm 1,813 (tương đương mg trolox/g cao chiết), 32,868 \pm 5,660 (tương đương mg vitamin C/g cao chiết) trong phương pháp RP và FRAP, DPPH tương ứng. Kết quả này chứng minh được hiệu quả kháng oxi hóa tốt ở phương pháp ATBS⁺ và phosphomolybdeum của cao chiết vỏ trái Thốt nốt.

Nghiên cứu của Pramod et al.(2013) tại Ấn Độ thì hoạt tính kháng oxi hóa của quả trái Thốt nốt kém hơn rất nhiều so với nghiên cứu của chúng tôi ở cả 2 phương pháp DPPH và ATBS⁺ khi giá trị EC_{50} của chúng là 471,492 $\mu\text{g/mL}$ (cao hơn 3,92 lần) và 567,905 $\mu\text{g/mL}$ (cao hơn 7,39 lần) [8]. Tuy nhiên, so với nghiên cứu trên lá cây Thốt nốt của Jamkhande *et al.* (2016) thì lá cho hiệu quả tốt hơn so với vỏ trái của chúng tôi trong phương pháp DPPH vì giá trị EC_{50} là 40,19 $\mu\text{g/mL}$ thấp hơn 3 lần so với giá trị EC_{50} của cao chiết methanol vỏ quả [19]. Nghiên cứu trên thịt quả Thốt nốt của Arunachalam et al. (2011) cho thấy giá trị EC_{50} ở phương pháp DPPH là 515,46 $\mu\text{g/mL}$ cao hơn 5 lần so với vỏ quả của chúng tôi [10]. Hàm lượng chất kháng oxi hóa tương đương vitamin C ở phương pháp DPPH theo nghiên cứu

của Kurian *et al.* (2017) ở Sri Lanka trên thịt trái Thốt nốt ở vùng Kilinochchi và Batticalo có hàm lượng tương đương với nghiên cứu phần vỏ quả của chúng tôi ($32,858 \pm 1,667$ và $31,134 \pm 0,470$ mg vitamin C/g cao chiết) [20]. Nghiên cứu của Sastry *et al.* (2012) khả năng kháng oxi hóa của màng vỏ bao phủ cơm Thốt nốt cho thấy các giá trị EC₅₀ thu được ở các phương pháp DPPH và ATBS⁺ rất tốt, với kết quả tương đương với chất chuẩn vitamin C, ở phương pháp DPPH giá trị EC₅₀ thu được là 7,90 µg/mL (cao hơn chất chuẩn chỉ 1,87 lần); ở phương pháp ATBS⁺ giá trị EC₅₀ đạt 2,58 µg/mL (thấp hơn chất chuẩn 1,02 lần), và cả 2 giá trị EC₅₀ này đều thấp hơn giá trị EC₅₀ trong thử nghiệm của chúng tôi lần lượt là 15,21 lần và 29,79 lần [21].

3.3. Định lượng polyphenol tổng và flavonoid tổng

Hàm lượng polyphenol tổng và flavonoid tổng được xác định theo hàm lượng tương đương acid gallic và quercetin được trình bày ở Bảng 3.

Polyphenol và flavonoid là những hoạt chất tự nhiên có nhiều tác dụng như chống oxi hóa, kháng viêm, kháng khuẩn, chống dị ứng, chống lão hóa và bệnh tật cho con người. Kết quả định lượng cho thấy hàm lượng của chúng có trong vỏ trái Thốt nốt khá cao, đặc biệt là hàm lượng flavonoid tổng với giá trị $115,522 \pm 2,985$ mg QE/g cao chiết, kết quả

Bảng 3. Hàm lượng polyphenol tổng và flavonoid tổng của cao chiết methanol vỏ trái Thốt nốt

	Hàm lượng polyphenol tổng TPC (mg GAE/g cao chiết)	Hàm lượng flavonoid tổng TFC (mg QE/g cao chiết)
Cao chiết vỏ trái	27,813±0,469	115,522±2,985

này góp phần chứng minh cho hoạt tính kháng oxi hóa mạnh của cao chiết trên.

Hàm lượng polyphenol tổng trên rễ Thốt nốt theo nghiên cứu của Sahni *et al.* (2014) cao hơn 3,57 lần so với vỏ trái Thốt nốt khi có giá trị là 99,34 mg GAE/g [5]. Trong nghiên cứu của Wijewardana *et al.* (2016), hàm lượng polyphenol tổng cũng có sự chênh lệch khi có giá trị là $86,72 \pm 0,02$ (cao hơn 3,11 lần) [22].

4. Kết luận

Khảo sát hoạt tính kháng oxi hóa cao chiết methanol của vỏ trái thốt nốt cho thấy cao vỏ trái cho hiệu quả kháng oxi hóa tốt trong các phương pháp ATBS⁺, FRAP, Phosphomolybdeum. Kết quả cũng khá phù hợp với hàm lượng flavonoid trong cao chiết đạt được khá cao ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lại Thị Ngọc Hà và Vũ Thị Anh Thu, 2009. Stress oxy hóa và các chất kháng oxy hóa tự nhiên, *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 667-677.
2. Đỗ Tất Lợi, 2004, *Những cây thuốc và vị thuốc Việt Nam. Y học.*
3. Đỗ Huy Bích, Đặng Quang Chung và Bùi Xuân Chương, 2006, *Cây thuốc và động vật làm thuốc ở Việt Nam. Tập 2 - Khoa học và Kỹ thuật.*
4. Phạm Hoàng Hộ, *Cây cỏ Việt Nam tập 3. 1999, Nxb Trẻ.*
5. Sahni, C., Shakil, N. A., Jha, V., and Gupta, R. K., 2014. Screening of nutritional, phytochemical, antioxidant and antibacterial activity of the roots of *Borassus flabellifer* (Asian Palmyra Palm), *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*. 3(4).
6. Alamelumangai, M., Dhanalakshmi, J., Mathumitha, M., Renganayaki, R. S., Muthukumaran, P., and Saraswathy, N., 2014. In vitro studies on phytochemical evaluation and antimicrobial activity of *Borassus flabellifer* Linn against some human pathogens, *Asian Pacific journal of tropical medicine*. 7, S182-S185.

7. Madhankumar, R. and Murugesan, S., 2019. Phytochemical, gas chromatography with mass spectrometry analysis of *andrographis serpyllifolia* methanol leaf extract and its antioxidant and antibacterial activities, *Asian J Pharm Clin Res.* 12(3),343-347.
8. Pramod, H., Yadav, A., Raje, V., Mohite, M., and Wadker, G., 2013. Antioxidant activity of *Borassus flabellifer* (Linn.) fruits, *Asian Journal of Pharmacy and Technology.* 3(1),16-19.
9. Kavatagimath, S. A., Jalalpure, S. S., and Hiremath, R. D., 2016. Screening of Ethanolic Extract of *Borassus flabellifer* Flowers for its Antidiabetic and Antioxidant Potential, *Journal of Natural Remedies.* 16(1),22-32.
10. Arunachalam, K., Saravanan, S., and Parimelazhagan, T., 2011. Nutritional analysis and antioxidant activity of *Palmyrah* (*Borassus flabellifer* L.) seed embryo for potential use as food source, *Food Science and Biotechnology.* 20(1),143-149.
11. Bộ Y tế, 2017, *Dược điển Việt Nam V.*
12. Sharma, O. P. and Bhat, T. K., 2009. DPPH antioxidant assay revisited, *Food chemistry.* 113(4),1202-1205.
13. Nenadis, N., Wang, L.-F., Tsimidou, M., and Zhang, H.-Y., 2004. Estimation of scavenging activity of phenolic compounds using the ABTS + assay, *Journal of agricultural and food chemistry.* 52(15),4669-4674.
14. Ferreira, I. C., Baptista, P., Vilas-Boas, M., and Barros, L., 2007. Free-radical scavenging capacity and reducing power of wild edible mushrooms from northeast Portugal: Individual cap and stipe activity, *Food chemistry.* 100(4),1511-1516.
15. Benzie, I. F. and Strain, J. J., 1996. The ferric reducing ability of plasma (FRAP) as a measure of "antioxidant power": the FRAP assay, *Analytical biochemistry.* 239(1),70-76.
16. Prieto, P., Pineda, M., and Aguilar, M., 1999. Spectrophotometric quantitation of antioxidant capacity through the formation of a phosphomolybdenum complex: specific application to the determination of vitamin E, *Analytical biochemistry.* 269(2),337-341.
17. Rebaya, A., Belghith, S. I., Baghdikian, B., Leddet, V. M., Mabrouki, F., Olivier, E., Cherif, J., and Ayadi, M. T., 2014. Total phenolic, total flavonoid, tannin content, and antioxidant capacity of *Halimium halimifolium* (Cistaceae), *Journal of applied pharmaceutical science.* 5(1),52-57.
18. Bag, G., Devi, P. G., and Bhaigyabati, T., 2015. Assessment of total flavonoid content and antioxidant activity of methanolic rhizome extract of three *Hedychium* species of Manipur valley, *International Journal of Pharmaceutical Sciences Review and Research.* 30(1),154-159.
19. Jamkhande, P. G., Suryawanshi, V. A., Kaylankar, T. M., and Patwekar, S. L., 2016. Biological activities of leaves of ethnomedicinal plant, *Borassus flabellifer* Linn. (*Palmyra palm*): An antibacterial, antifungal and antioxidant evaluation, *Bulletin of Faculty of Pharmacy, Cairo University.* 54(1),59-66.
20. Kurian, A., Thiripuranathar, G., and Paranagama, P., 2017. Determination of total phenolic content and antioxidant activity of *Borassus flabellifer* Linn. Fruit pulp collected from several parts of Sri Lanka, *International Journal of Pharmaceutical Sciences and Research.* 8(6),2701-2705.
21. Sastry, N., Padmaja, I., Rao, R., Kirani, K., and Kaladhar, D., 2012. In vitro dose dependent study on anti-human pathogenic bacterial and free radical scavenging activities of methanolic seed coat extract of *Borassus flabellifer* L., *Asian J Pharm Clin Res.* 5(2),83-6.
22. Wijewardana, R., Nawarathne, S., Wickramasinghe, I., Gunawardane, C., Wasala, W., and Thilakarathne, B., 2016. Retention of physicochemical and antioxidant properties of dehydrated bael (*Aegle marmelos*) and palmyra (*Borassus flabellifer*) fruit powders, *Procedia food science.* 6,170-175.

Ngày nhận bài: 3/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 23/1/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN TRỌNG TUÂN

Khoa Khoa học Tự nhiên, Trường Đại học Cần Thơ

**INVESTIGATION OF THE ANTIOXIDANT
ACTIVITY OF METHANOL EXTRACT
OF *BORASSUS FLABELLIFER L.* HUSK**

● **NGUYEN TRONG TUAN**

College of Natural Sciences,
Can Tho University

ABSTRACT:

Borassus flabellifer L. is grown in the Mekong Delta, especially in An Giang, Kien Giang, and Dong Thap provinces. This study is to investigate the antioxidant activity of *Borassus flabellifer L.* husk, a by-product that is thrown away from the palmyra fruit through the use of various antioxidant activity tests as DPPH, ABTS⁺, reducing power (RP), FRAP and phosphomolybdeum methods. The tested results show that the methanol extract of the palmyra fruit husk showed good antioxidant activity in ATBS⁺, FRAP, Phosphomolybdeum methods with EC₅₀ (or OD_{0,5}) lower or equal to 100 µg/mL. This result is also consistent with the determination of highly total flavonoid content in methanol extract of *Borassus flabellifer L.* husk. This study opens up prospects in the use of *Borassus flabellifer L.* husk as the antioxidant product.

Keywords: Antioxidant, *Borassus flabellifer L.*, by-product, flavonoid, polyphenol.

NGHIÊN CỨU QUY TRÌNH XỬ LÝ DẦU TRONG NƯỚC THẢI CỦA CƠ SỞ CHẾ BIẾN CƠM DỪA TẠI TỈNH TRÀ VINH BẰNG PHƯƠNG PHÁP VI SINH

● NGUYỄN XUÂN THỊ DIỄM TRINH - TRẦN THẾ NAM - HUỖNH THỊ HỒNG HOA

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện tại cơ sở sản xuất cơm dừa thuộc xã Ngãi Hùng, huyện Tiểu Cần, tỉnh Trà Vinh. Với công suất xả thải khoảng 10m³/ngày, thành phần nước thải bao gồm: Dầu, nước dừa, cơm dừa hư, clo... Do đó, hàm lượng dầu trong nước thải khá cao, dao động từ 600 - 900 mg/L. Hơn nữa, nước thải chưa qua xử lý được xả trực tiếp ra sông, dẫn đến tình trạng ô nhiễm cục bộ tại khu vực xả thải. Bằng phương pháp sử dụng vi sinh vật kết hợp sục khí đuổi clo, hàm lượng dầu trong mẫu nước thải đã giảm 80.80% sau 2 ngày xử lý với nồng độ vi sinh sử dụng là 3.000ppm. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khả năng ứng dụng vi sinh vật xử lý dầu trong nước thải thay thế cho các phương pháp xử lý hóa học khác tại các cơ sở chế biến có quy mô nhỏ, giúp tiết kiệm chi phí đầu tư xử lý nước thải, đồng thời góp phần giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường tại địa phương.

Từ khóa: Dầu dừa, xử lý nước thải, vi sinh vật.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm qua, ngành Chế biến cơm dừa ở đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nói chung cũng như ở Trà Vinh nói riêng đang phát triển mạnh mẽ, do nguồn lợi kinh tế từ cơm dừa tương đối ổn định, việc tiêu thụ các sản phẩm từ dừa trên nhiều thị trường trong và ngoài nước đã đẩy nhanh sự phát triển ngành Chế biến cơm dừa.

Song song với những lợi ích mang lại cho người dân thì nước thải phát sinh trong quá trình sản xuất cơm dừa chưa được xử lý trước khi thải ra môi trường mang theo một số thành phần gây ảnh hưởng tới môi trường, như: hàm lượng chất rắn lơ lửng cao, dầu dừa, clo, các chất hữu cơ có nguồn gốc từ thực vật dễ bị phân hủy (hợp chất của protit và các axit béo bão hòa), hàm lượng các chất khử trùng cao, các chất hữu cơ

(BOD/COD), các chất dinh dưỡng (N, P) và vi sinh vật. Các thành phần này khi thải trực tiếp ra môi trường sẽ gây ra ô nhiễm kênh rạch, sông ngòi, làm ảnh hưởng đến giá trị mỹ quan, gây ảnh hưởng tới động vật thủy sinh và sức khỏe người dân tại khu vực ô nhiễm [1].

Chính vì vậy, vấn đề nghiên cứu quy trình xử lý nước thải từ các cơ sở chế biến các sản phẩm từ dừa đang được chú trọng trong những năm gần đây. Năm 2009, nhóm tác giả Nguyễn Văn Phước thuộc Viện Tài nguyên và Môi trường, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh đã công bố kết quả nghiên cứu công nghệ xử lý nước thải chế biến kẹo dừa tại Công ty TNHH Đông Á, Bến Tre. Trong đó, lượng dầu mỡ tổng trong nước thải được tách cơ học bằng phương pháp lắng vách nghiêng trong thời gian 2 ngày, hiệu suất đạt 70% [2].

Năm 2017, Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Bến Tre đã nghiên cứu triển khai quy trình công nghệ xử lý nước thải cơm dừa nạo sấy. Trong quy trình này, lượng dầu dừa được tách nổi tự nhiên sau khi nước thải đi qua song chắn rác trong vòng 24 giờ và được vớt bỏ. Các thành phần khác như chất rắn lơ lửng, dầu dừa, clo, các chất hữu cơ có nguồn gốc từ thực vật dễ bị phân hủy (hợp chất của protit và các axit béo bão hòa) lần lượt được xử lý tại các bể điều hòa keo tụ, bể sinh học kỵ khí và sinh học hiếu khí. Cuối cùng, nước thải đạt tiêu chuẩn được thải ra môi trường [3].

Như vậy, lượng dầu dừa trong nước thải chủ yếu được tách loại bằng phương pháp cơ học thông thường, do đó, chỉ áp dụng được khi lượng dầu tồn tại trong nước thải tương đối lớn. Riêng đối với các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, công suất thấp sẽ khó áp dụng phương pháp này do lượng dầu dừa bị khuếch tán vào nước thải, rất khó tách lớp tự nhiên. Vì vậy, chúng tôi tiến hành nghiên cứu phương pháp xử lý dầu dừa thải bằng vi sinh vật, phù hợp với điều kiện thực tế tại cơ sở sản xuất.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp lấy mẫu

Mẫu nghiên cứu được lấy theo TCVN 6663-1:2011 và phân tích chất lượng nước đầu vào với các chỉ tiêu đã chọn lọc trong QCVN 40:2011/BTNMT tại hồ thu gom của Công ty TNHH MTV Sản xuất Thương mại Dương Phát thuộc ấp Ngã Tư 1, xã Ngãi Hùng, huyện Tiểu Cần.

Bố trí 4 bể thí nghiệm với mẫu nước thải được chứa trong thùng xốp có kích thước 40*60cm. (Hình 1)

Tiến hành hành sục khí khoảng 3 - 4 giờ, sau đó mới cho men vi sinh chuyên dụng vào 3 bể, bể còn lại chứa mẫu trắng (nước thải không cho men vi sinh) với lượng mẫu nước thải mỗi bể là 30 lít.

Lấy mẫu phân tích định kỳ 1 lần/ngày và liên tục trong 3 ngày, mỗi điều kiện khảo sát thực hiện lặp lại 3 lần.

2.2. Khảo sát thời gian xử lý dầu

Mục đích: chọn được thời gian xử lý tối ưu của vi sinh.

Tiến trình: cố định nồng độ vi sinh là 3.000ppm theo dõi nồng độ dầu trước và sau khi xử lý theo thời gian.

Thí nghiệm được bố trí như Bảng 1.

2.3. Khảo sát nồng độ men si vinvh

Mục đích: chọn được thời gian xử lý tối ưu của vi sinh.

Tiến trình: cố định thời gian xử lý (giá trị tối ưu ở thí nghiệm 1), theo dõi nồng độ dầu trước và sau khi xử lý.

Thí nghiệm được bố trí như Bảng 2:

2.4. Khảo sát ảnh hưởng quá trình sục khí đến khả năng xử lý dầu của vi sinh

Mục đích: đánh giá ảnh hưởng của việc sục đuổi khí clo đến khả năng xử lý dầu của vi sinh.

Tiến trình: cố định thời gian xử lý (giá trị tối ưu ở thí nghiệm 1) và nồng độ men vi sinh (giá trị tối ưu ở thí nghiệm 2), theo dõi nồng độ dầu trước và sau khi xử lý.

Thí nghiệm được bố trí như Bảng 3.

Hình 1: Mẫu nước thải trước khi xử lý



Bảng 1. Khảo sát thời gian xử lý tối ưu

STT	V _{mẫu} (lít)	Nồng độ dầu (mg/L)	Hàm lượng men (ppm)	Thời gian (ngày)
1	30	Nồng độ dầu của nước thải tại thời điểm khảo sát	3000	1
2				2
3				3

Bảng 2. Khảo sát nồng độ men vi sinh

STT	V _{mẫu} (lít)	Nồng độ dầu của nước thải xử lý (mg/L)	Nồng độ men (ppm)	Thời gian (ngày)
1	30	Nồng độ dầu của nước thải tại thời điểm khảo sát	1000	Thời gian xử lý tối ưu ở thí nghiệm 1
2			3000	
3			5000	

Bảng 3. Khảo sát ảnh hưởng của quá trình sục khí

STT	V _{mẫu} (lít)	Điều kiện	Nồng độ dầu (mg/L)	Nồng độ men (ppm)	Thời gian (ngày)
1	30	Không sục khí đuổi clo	Nồng độ dầu của nước thải tại thời điểm khảo sát	Nồng độ men vi sinh tối ưu thí nghiệm 2	Thời gian xử lý tối ưu ở thí nghiệm 1
2		Sục khí đuổi clo			

Bảng 4. Khảo sát mức độ xử lý dầu của các phương pháp xử lý khác nhau

STT	Loại mẫu	V _{mẫu} (lít)	Nồng độ dầu (mg/L)	Thời gian (ngày)
1	Không xử lý (mẫu trắng)	30	Nồng độ dầu của nước thải tại thời điểm khảo sát	Thời gian xử lý tối ưu ở thí nghiệm 1
2	Xử lý bằng vi sinh BIO-FG			
3	Xử lý bằng kỵ khí			
4	Xử lý bằng hiếu khí			

2.5. Khảo sát mức độ xử lý dầu của các phương pháp xử lý khác nhau

Mục đích: So sánh hiệu quả xử lý nước thải chứa dầu dừa bằng vi sinh chuyên dụng đối chiếu với phương pháp hiếu khí và kỵ khí.

Tiến trình: bố trí 4 nghiệm thức, tương ứng với 3 phương pháp xử lý: dùng vi sinh, hiếu khí, kỵ khí và 1 nghiệm thức không xử lý (mẫu trắng), theo dõi nồng độ dầu trước và sau khi xử lý.

Thí nghiệm được bố trí như Bảng 4.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Kết quả khảo sát thời gian xử lý dầu

Kết quả khảo sát thời gian xử lý dầu được thể hiện ở Biểu đồ 1.

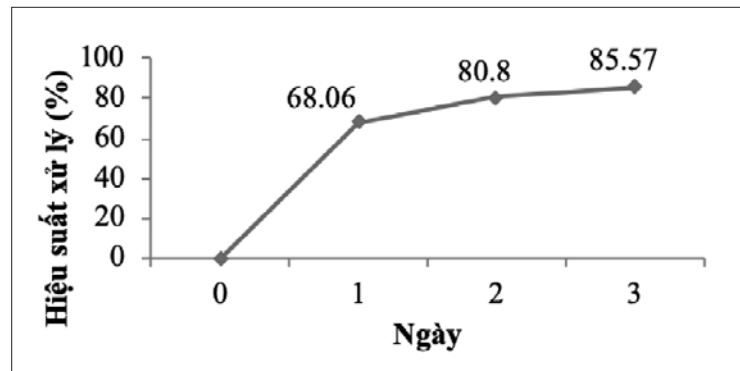
Từ kết quả cho thấy, lượng dầu giảm qua 3 ngày xử lý, lần lượt là 68.06%, 80.80% và 85.57%. Như vậy, vi sinh có khả năng xử lý dầu với hiệu suất cao nhất sau 3 ngày. Tuy nhiên, do chi phí hoạt động của cơ sở, cũng như diện tích trữ nước thải khá nhỏ nên chọn thời gian tối ưu là 2 ngày.

3.2. Kết quả khảo sát nồng độ men vi sinh

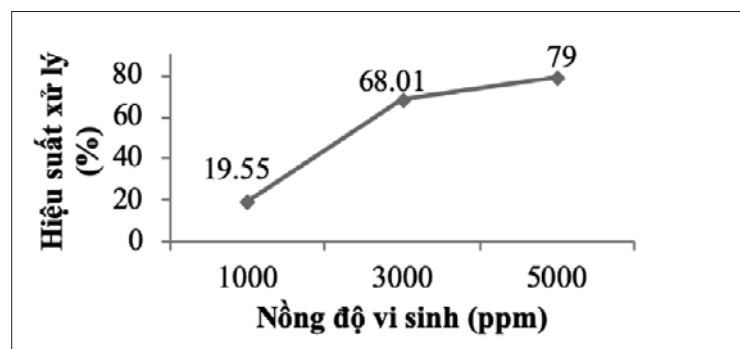
Kết quả khảo sát nồng độ men vi sinh được thể hiện ở Biểu đồ 2.

Từ kết quả trên cho thấy với nồng độ vi sinh 3.000 ppm và 5.000 ppm sau 2 ngày xử lý hiệu suất xử lý đạt xấp xỉ 70%. Với hiệu suất xử lý giữa việc sử dụng nồng độ vi sinh 3.000 ppm và 5.000ppm không quá khác biệt, nên việc chọn

Biểu đồ 1: Kết quả xử lý dầu theo thời gian



Biểu đồ 2: Kết quả khảo sát nồng độ men vi sinh

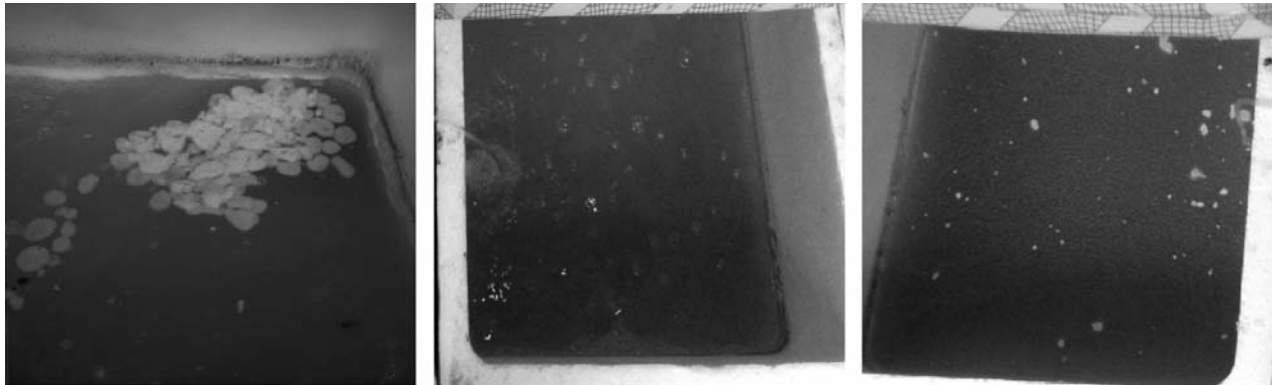


nồng độ vi sinh tối ưu là 3.000ppm sẽ phù hợp với lợi ích sử dụng là tiết kiệm được chi phí doanh nghiệp. (Hình 2)

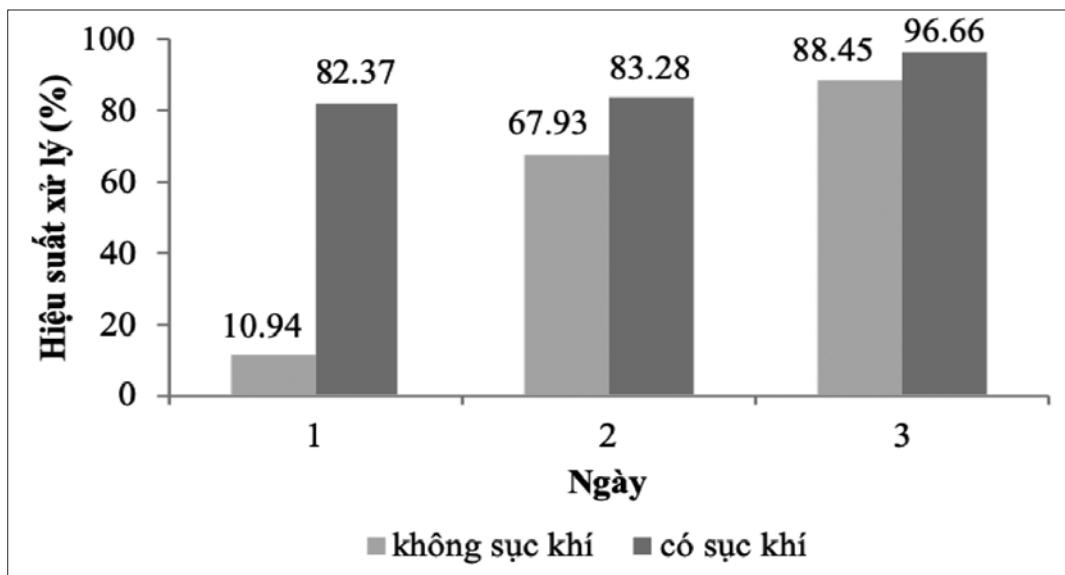
3.3. Kết quả khảo sát ảnh hưởng quá trình sục khí đến khả năng xử lý dầu của vi sinh

Kết quả khảo sát ảnh hưởng của quá trình sục khí đuổi clo đến khả năng xử lý dầu của vi sinh được thể hiện ở Biểu đồ 3.

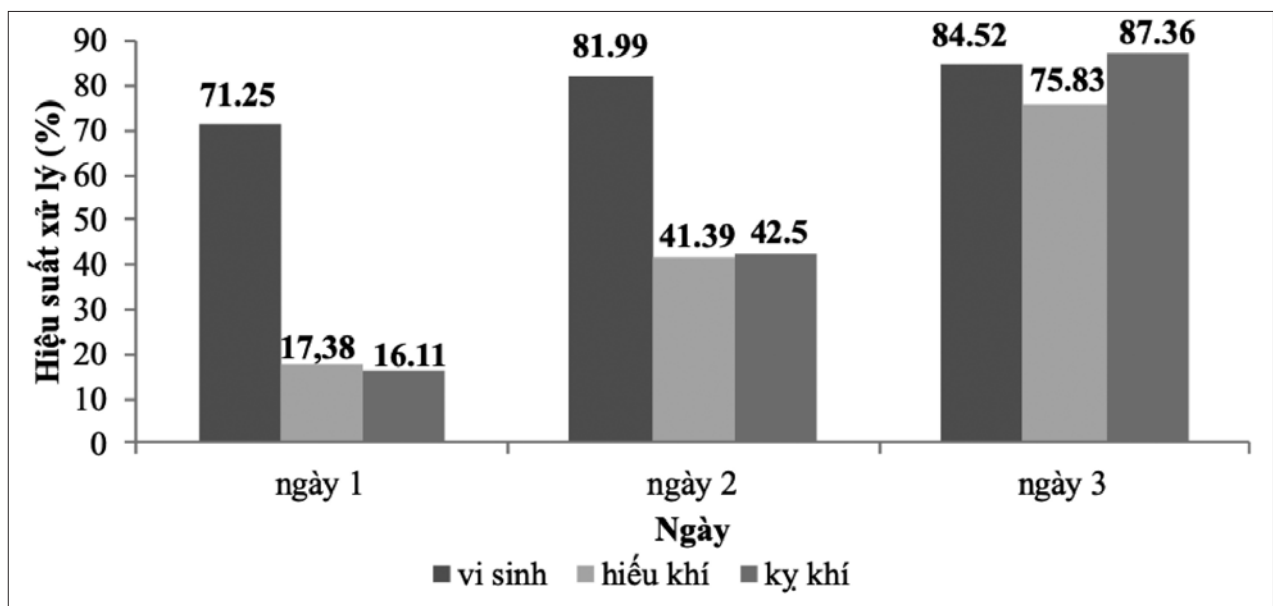
Hình 2: Kết quả khảo sát nồng độ men vi sinh



Biểu đồ 3:
Kết quả
khảo sát ảnh
hưởng quá
trình sục khí



Biểu đồ 4: Kết quả khảo sát khả năng xử lý dầu của các phương pháp khác nhau



độ dầu giảm đáng kể khi xử lý bằng vi sinh kết hợp với sục khí đuổi clo. Sau 3 ngày xử lý, lượng dầu giảm mạnh đến 96,66%. Điều này có thể giải thích do việc sục khí góp phần đuổi clo có trong nước thải vừa cung cấp không khí để vi sinh vật sinh trưởng, phát triển làm tăng khả năng xử lý dầu của vi sinh.

3.4. Kết quả khảo sát mức độ xử lý dầu của các phương pháp xử lý khác nhau

Kết quả khảo sát ảnh hưởng của quá trình sục khí đuổi clo đến khả năng xử lý dầu của vi sinh được thể hiện ở Biểu đồ 4.

Ta thấy, hiệu suất xử lý dầu của phương pháp vi sinh cho kết quả vượt trội hơn hẳn, cụ thể, giá trị hiệu suất đạt khá cao (khoảng 80%) trong 2 ngày xử lý đầu tiên. Sau 3 ngày, hiệu suất xử lý dầu của 3 phương pháp vi sinh, hiếu khí và kỵ khí lần lượt là 84.52%, 87.36% và 75.83%. Như vậy, về mặt hiệu suất, phương pháp hiếu khí đạt hiệu quả cao hơn, tuy nhiên việc sử dụng phương pháp hiếu khí tạo ra lượng bùn sau xử lý rất nhiều. Bên

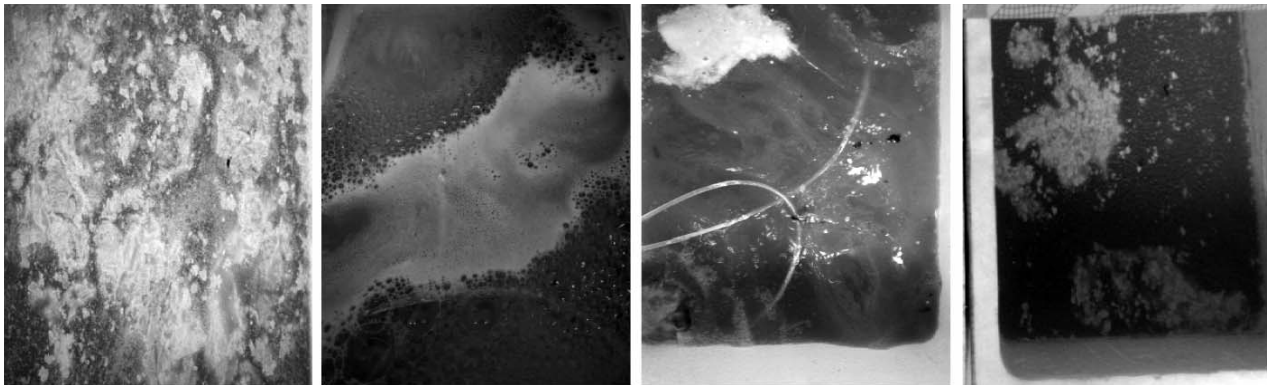
cạnh đó, độ đục của nước cũng tăng và đặc biệt gây ra mùi hôi khó chịu. Do đó, với hiệu suất xử lý chênh lệch không đáng kể thì nên sử dụng vi sinh là tối ưu. (Hình 3).

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy hiệu quả vượt trội khi sử dụng vi sinh vật để xử lý dầu trong nước thải của cơ sở chế biến cơm dừa có quy mô nhỏ trên địa bàn tỉnh Trà Vinh. Hiệu suất đạt tối ưu khi xử lý trong thời gian 2 ngày, nồng độ vi sinh 3.000ppm và kết hợp sục khí đuổi clo trong nước thải. Với những ưu điểm như tạo sinh khối ít, nước thải sau xử lý trong, quá trình xử lý ít tạo mùi so với các phương pháp khác. Ngoài ra, phương pháp này phù hợp với các cơ sở có diện tích hồ chứa thải nhỏ, lượng nước thải ít.

Với những kết quả khả quan như trên, nghiên cứu cần được mở rộng trên mô hình thử nghiệm tại cơ sở sản xuất thực tế để góp phần giảm thiểu tình trạng ô nhiễm nguồn nước ở những nơi có cơ sở sản xuất ■

Hình 3: Khả năng xử lý dầu của các phương pháp



Mẫu trắng (a);

Men vi sinh (b);

Hiếu khí (c);

Kỵ khí (d)

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Thị Thanh Trúc, T.V.T. (2016), Ảnh hưởng của phát triển ngành dừa đến môi trường tự nhiên ở tỉnh Bến Tre: Hiện trạng và giải pháp. Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh, 2016. 6(84).
2. Nguyễn Văn Phước, N.T.T.P. (2009), Nghiên cứu công nghệ xử lý nước thải chế biến kẹo dừa. Tạp chí Phát triển Khoa học & Công nghệ, 2009. 12(13).
3. Nguyễn Văn Vinh. Công nghệ xử lý nước thải chế biến cơm dừa. 2017 [cited 2019; Available from: <http://dost-bentre.gov.vn/tin-tuc/1889/cong-nghe-xu-ly-nuoc-thai-che-bien-com-dua>.

Ngày nhận bài: 10/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 1/2/2020

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN XUÂN THỊ DIỄM TRINH

2. KS. TRẦN THẾ NAM

3. ThS. HUỖNH THỊ HỒNG HOA

Trường Đại học Trà Vinh

**A STUDY ON USING MICROORGANISM TO PROCESS
OIL-CONTAMINATED WASTE WATER FROM COCONUT
PRODUCT COMPANIES AT TRA VINH PROVINCE**

● MA. NGUYEN XUAN THI DIEM TRINH

● TRAN THE NAM

● MA. HUYNH THI HONG HOA

Tra Vinh University

ABSTRACT:

The study was carried out at a copra manufacturer located at Ngai Hung ward, Tieu Can commune, Tra Vinh province. The sewage discharge capacity of this manufacturer is about 10m³/day. The sewage includes coconut oil, coconut milk, copra and chlorine. As a result, the sewage's fatty matter is very high, ranges from 600 to 900mg/L. Furthermore, the untreated sewage causes the water pollution in the river. By using microorganism combined aeration, the fatty mater in sewage is decreased over 80.80% after two days. The result confirms the ability of using microorganisms to process oil-contaminated waste water. In addition, this method could replace other chemical treatment methods which are being used at small-scale processing facilities. This method could help small-scale processing facilities to save waste water treatment cost while contributing to solve the environmental pollution in the locality.

Keywords: Coconut oil, sewage treatment, microorganism.

PHÂN LẬP VÀ XÁC ĐỊNH CẤU TRÚC ISOFLAVONE TỪ LOÀI SỪA (*DALBERGIA TONKINENSIS* PRAIN)

● NGŨ TRƯỜNG NHÂN - NGUYỄN MẠNH CƯỜNG

TÓM TẮT:

Từ cao chiết chlorofom gỗ cây Sữa đở (*Dalbergia tokinensis* Prain) thu hái tại tỉnh Dak Lak. Sử dụng các phương pháp sắc ký bản mỏng (TLC) kết hợp với sắc ký cột (CC). Hợp chất có khung isoflavone là calycosin được phân lập. Cấu trúc hóa học của hợp chất này được xác định bằng phổ cộng hưởng từ hạt nhân NMR (phổ $^1\text{H-NMR}$, $^{13}\text{C-NMR}$), đồng thời đối chiếu với các tài liệu tham khảo đã công bố.

Từ khóa: Sữa đở, chi Trắc, isoflavone, calycosin, phân lập.

1. Mở đầu

Chi Trắc (*Dalbergia L. f.*) thuộc cây họ Đậu (Fabaceae). Theo cơ sở dữ liệu The Plant List, tính đến thời điểm này thì chi Trắc (*Dalbergia*) có đến 647 loài, trong đó 304 loài đã được công nhận [1]. Ở Việt Nam hiện đã thống kê được khoảng 27 loài [2].

Một số loài thuộc chi này có giá trị cao về gỗ như: Sữa (*Dalbergia tonkinensis* Prain), Trắc (*Dalbergia cochinchinensis*) và Cẩm lai (*Dalbergia oliveri*) [3]. Trong đó, hai loài Trắc và Sữa đở bị khai thác quá mức, hiện có trong danh mục sách Đỏ Việt Nam (2007), phân hạng ở mức nguy cấp (EN) [4].

Các nghiên cứu cho thấy các loài thuộc chi này có thành phần hóa học thường gồm các lớp chất chính: flavonoid, isoflavonoid, xanthone, quinone, ester, chalcone, v/v, rất nhiều hợp chất sở hữu nhiều tác dụng sinh học quý, như: ho suyễn, tiểu đường, tim mạch, v/v [5].

Lõi gỗ của cây Sữa ở Việt Nam có giá trị kinh

tế cao và được cho là có được sử dụng làm thuốc hiệu dụng. Đã có một số nghiên cứu ở Trung Quốc cho thấy lõi gỗ của loài Sữa Hải Nam *Dalbergia odorifera* được sử dụng để điều trị các bệnh về tim mạch, như: suy tim, viêm cơ tim, nhồi máu cơ tim và xơ vữa động mạch [6-9].

Một số các nghiên cứu về cây Sữa đở đã được công bố [10-15]. Tuy nhiên, trong bài báo này thông báo kết quả phân lập và xác định cấu trúc hợp chất dạng khung isoflavone, lần đầu tiên được tìm thấy ở loài Sữa (*Dalbergia tonkinensis* Prain).

2. Nội dung và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Cây sữa đở (*Dalbergia tonkinensis* Prain) thu ở Dak Lak.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Sử dụng các phương pháp tiếp cận thường qui về hóa học thực vật.

2.3. Thực nghiệm

2.3.1. Thiết bị và dụng cụ

Phổ cộng hưởng từ hạt nhân được ghi trên máy

Bruker Avance 500 MHz tại Viện Hóa học, Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam và TMS được sử dụng làm chất nội chuẩn. Sắc ký lớp mỏng (TLC) được thực hiện trên bản mỏng Silica gel Merck 60 F₂₅₄, RP₁₈ F_{254s}. Sắc ký cột (CC) được thực hiện trên chất hấp phụ là Silica gel (Merck) cỡ hạt 0,040-0,063 mm (Merck) và cột sắc ký pha đảo RP-18 (Merck), đèn UV hai chùm tia ở các bước sóng 254 nm và 365 nm.

2.3.2. Hóa chất

Các hóa chất sử dụng trong thí nghiệm đều đảm bảo độ tinh khiết bao gồm các dung môi methanol, chloroform, aceton, ethyl acetate, nước cất.

Thuốc thử H₂SO₄ (10%), FeCl₃/HCl dùng để phát hiện các hợp chất phenol và dẫn xuất.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Kết quả dữ liệu phổ

Bột gỗ loài Sưa đỏ được chiết bằng dung môi methanol, cô cất loại bỏ dung môi thu được cao chiết tổng methanol.

Tiếp tục thêm nước cất (tỉ lệ 1:1) rồi chiết phân bố lần lượt với các dung môi n-hexane, chloroform, ethyl acetate, thu được lần lượt các cao chiết n-hexane, cao chiết chloroform, ethyl acetate và cao nước.

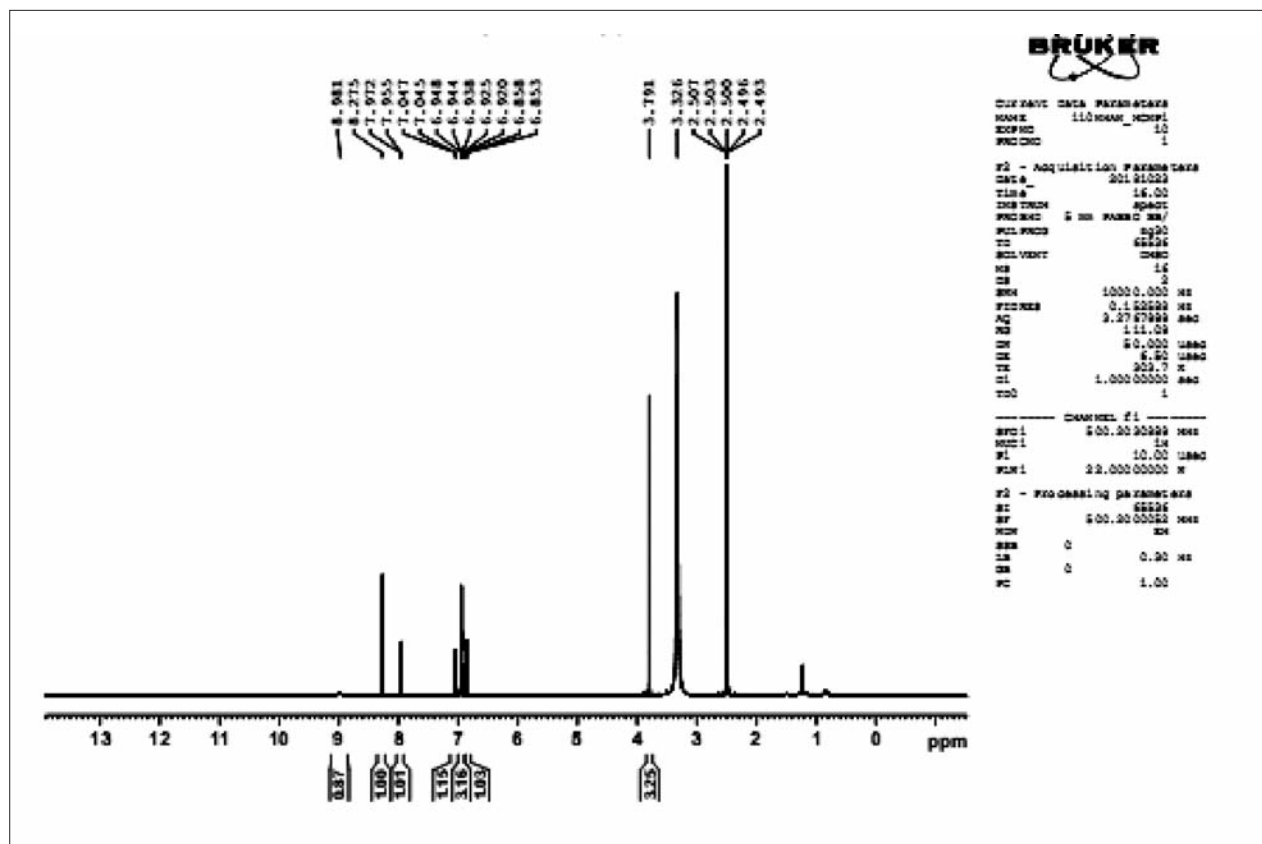
Từ cao chiết chloroform tiến hành sắc ký bản mỏng kết hợp sắc ký cột nhiều lần với các hệ dung môi khác nhau, thu được hợp chất (1) với các phổ chụp được dưới đây: (Hình 1, 2, 3)

Hợp chất (1) thu được dưới dạng tinh thể màu trắng, tan tốt trong DMSO. Sau khi qui kết và hệ thống lại thì các tín hiệu trên phổ ¹H-NMR và ¹³C-NMR của hợp chất (1): (Bảng 1)

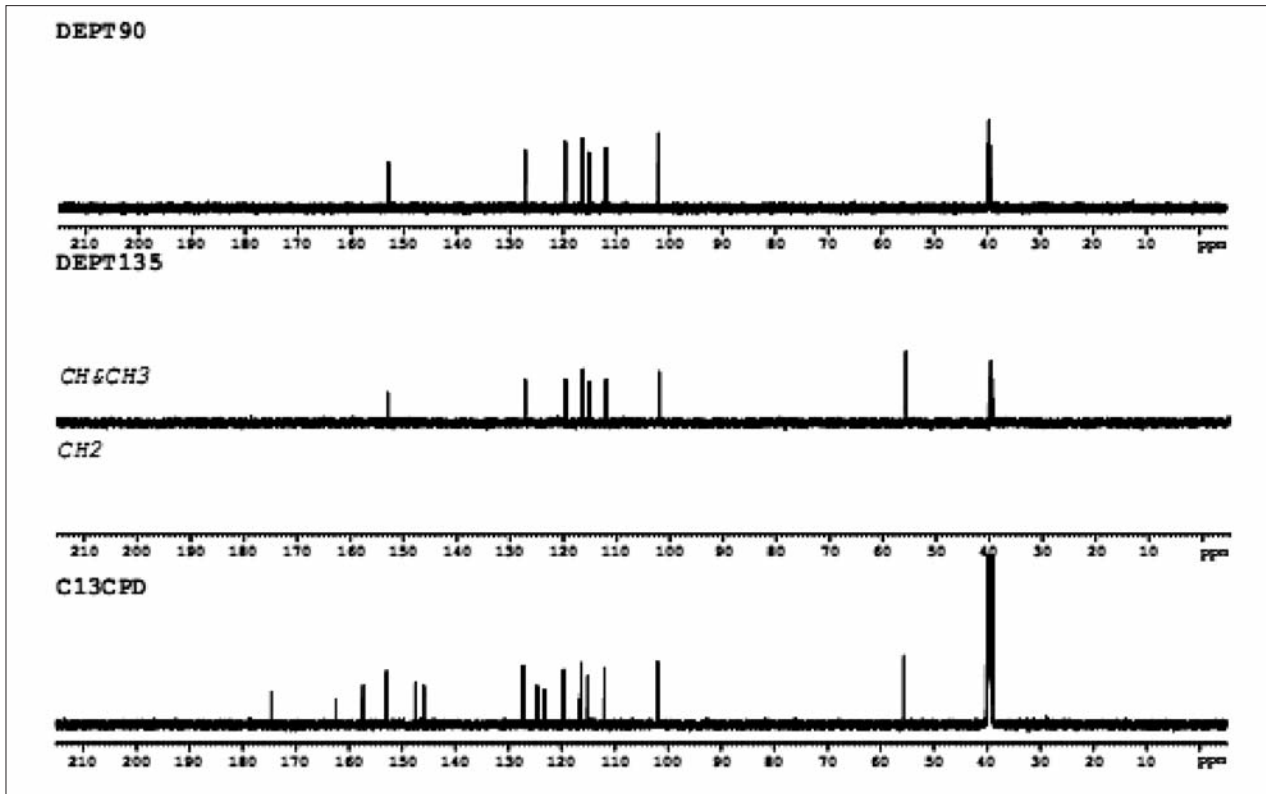
3.2. Biện luận xác định cấu trúc hóa học

Hợp chất (1) thu được dạng chất bột màu vàng. Phổ ¹H-NMR của hợp chất này cho thấy các tín hiệu đặc trưng của 6 proton vòng benzene. Trong đó, 3 tín hiệu proton đặc trưng bởi hệ tương tác spin ABX thuộc vòng A cộng hưởng tại δ_H [7,97 (1H, d, 8,5 Hz, H-5), 6,93 (dd, 9,0; 2,0 Hz, H-6) và δ_H 6,92 (1H, d, 2,5 Hz, H-8)] và các tín hiệu của 3

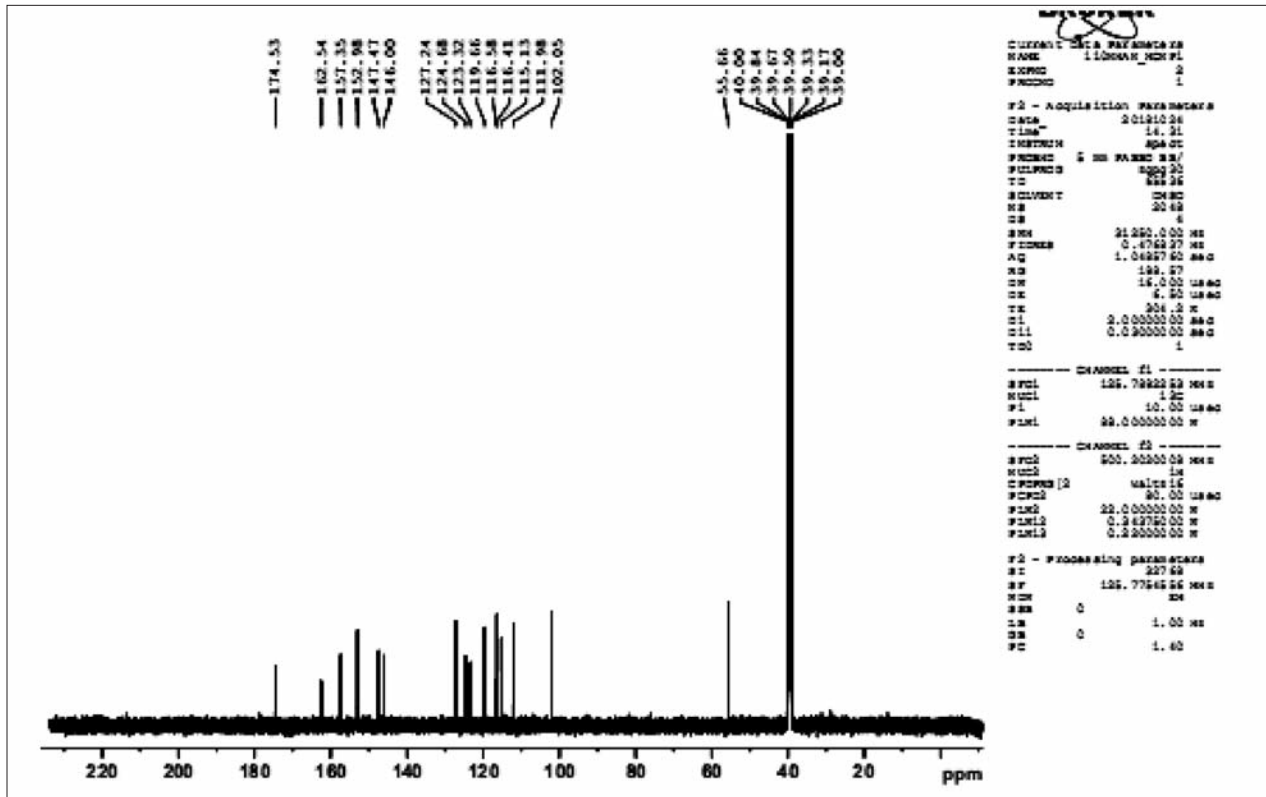
Hình 1: Phổ ¹H-NMR của hợp chất (1)



Hình 2: Phổ ^{13}C -NMR của hợp chất (1)



Hình 3: Phổ DEPT của hợp chất (1)



Bảng 1. Phổ hợp chất (1) sau khi qui kết

Vị trí	(1) (DMSO-d6)	
	δ_H (500 MHz), (J, Hz)	δ_C (125MHz)
1	-	-
2	8,28 (1H, s)	153,0
3	-	123,3
4	-	174,5
4a	-	116,6
5	7,97 (1H, d, 8,5)	127,3
6	6,93 (1H, dd, 9,0, 2,0)	115,1
7	-	162,5
8	6,92 (1H, d, 2,5)	102,5
8a	-	157,3
1'	-	124,7
2'	7,05 (1H, s)	116,4
3'	-	146,0
4'	-	147,5
4'-OCH ₃	3,79 (3H, s)	55,6
5'	6,94 (1H, d, 9,0)	112,0
6'	6,94 (2H, d, 9,0)	119,7

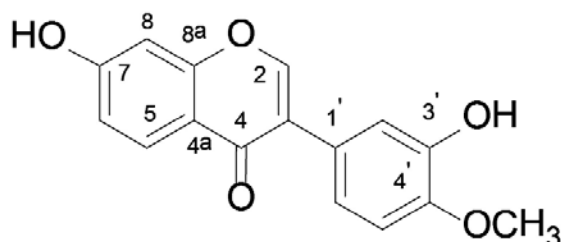
proton cộng hưởng tại δ_H [7,05 (1H, s, H-2'), 6,94 (1H, d, 9,0 Hz, H-6') và 6,94 (1H, d, 9,0 Hz, H-5')] thuộc vòng B. Ngoài ra, còn có 1 tín hiệu của proton oxymethine cầu nối tại δ_H 8,28 (1H, s, H-2) và tín hiệu của 3 proton của nhóm methoxy ở δ_H 3,79 (3H, s, 4'-OCH₃).

Quan sát và kết hợp phổ ¹³C-NMR và DEPT cho thấy hợp chất có 16 carbon bao gồm bao

gồm 1 nhóm carbonyl tại δ_C 174,5 (s, C-4), 6 nhóm methine thơm tại δ_C [127,3 (d, C-5), 115,1 (d, C-6), 102,5 (d, C-8), 116,4 (s, C-2'), 112,0 (d, C-5') và 119,7 (d, C-6')] cùng với tín hiệu 2 carbon thơm không liên kết hydro tại δ_C [124,7 (s, C-1' và 116,6 (s, C-4a)], 4 carbon thơm liên kết với oxi tại δ_C [162,5 (s, C-7), 157,3 (s, C-8a), 146,0 (d, C-3') và 147,5 (s, C-4')] cùng với 1 nhóm oxymethine tại δ_C 153,0 (s, C-2). Cuối cùng là tín hiệu 1 nhóm methoxy tại δ_C 55,6 (q, 4'-OCH₃).

Từ các dữ kiện phổ 1D, 2D đồng thời kết hợp so sánh với tài liệu tham khảo đã công bố trước đó, hợp chất (1) được xác định là calycosin đã được phân lập từ loài *D. parviflora* và loài *Astragalus Membranaceus* [16, 17] nhưng lần đầu được phân lập từ loài sưa (*Dalbergia tonkinensis* Prain). Cấu trúc hóa học được trình bày ở hình vẽ dưới đây. (Hình 4)

Hình 4: Cấu trúc hóa học hợp chất calycosin



4. Kết luận

Kết hợp các phương pháp sắc kí với hệ dung môi thích hợp, một hợp chất khung isoflavone (calycosin) đã được phân lập.

Cấu trúc hóa học của hợp chất này được xác định bằng phổ cộng hưởng từ hạt nhân một chiều và hai chiều, đồng thời kết hợp so sánh với các tài liệu nghiên cứu đã công bố trước đây ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. *The Plant List*. Available: <http://www.theplantlist.org/tpl1.1/search?q=dalbergia>, (Accessed, July 29, 2017).

2. Nguyễn Đăng Khôi (Nguyễn Tiến Bản- chủ biên), *Chi Dalbergia L. f. (họ Fabaceae). Danh mục các loài thực vật Việt Nam, Tập II, NXB Nông nghiệp, 2003, 779-786.*
3. Đỗ Xuân Cẩm (2013). *Cây Sưa ở Huế và các loài Sưa ở Việt Nam, Tạp chí Nghiên cứu và Phát triển, 1(99), Tr. 95-100.*
4. Trần Ngọc Hải, *Bảo tồn và phát triển loài quý hiếm Sưa (Dalbergia tonkinensis Prain). Hội nghị khoa học toàn quốc về sinh thái và tài nguyên sinh vật lần thứ hai, Hà Nội, 2010, 34-36.*
5. Ngũ Trường Nhân, Nguyễn Mạnh Cường, Đỗ Hữu Nghị, *Tổng quan về lớp chất flavonoid phân lập từ chi Dalbergia, họ Đậu (Fabaceae), Tạp chí Dược học, 2018, 505 (58), 16-21.*
6. A. Sugiyama, B.-M. Zhu, A. Takahara, Y. Satoh, K. Hashimoto, *Cardiac effects of Salvia miltiorrhiza/Dalbergiaodorifera mixture, an intravenously applicable Chinese medicine widely used for patients with ischemic heart disease in China, Circulation Journal, 2002, 66, 182-184.*
7. L. Wu, Y. Wang, Z. Li, B. Zhang, Y. Cheng, X. Fan, *Identifying roles of “Jun-Chen-Zuo-Shi” component herbs of QiShenYiQi formula in treating acute myocardial ischemia by network pharmacology, Chinese Medicine, 2014, 9, 24.*
8. S.-M. Yu, Z.-J. Cheng, S.-C. Kuo, *Endothelium-dependent relaxation of rat aorta by butein, a novel cyclic AMP-specific phosphodiesterase inhibitor, European Journal of Pharmacology, 1995, 280, 69-77.*
9. S.-M. Yu, S.-C. Kuo, *Vasorelaxant effect of isoliquiritigenin, a novel soluble guanylatecyclase activator, in rat aorta, British Journal of Pharmacology, 1995, 114, 1587-1594.*
10. Nguyen Manh Cuong, Ngu Truong Nhan, Ninh The Son, Do Huu Nghi, To Dao Cuong, *Daltonkins A and B, Two New Carboxyethylflavanones from the Heartwood of Dalbergia tonkinensis, Korean Chemical Society, 2017, 38 (12), 1511-1514 (SCI, IF: 0.76).*
11. Van Bon Nguyen, San-Lang Wang, Ngu Truong Nhan, Thi Hanh Nguyen, Nguyen Phuong Dai Nguyen, Do Huu Nghi, Nguyen Manh Cuong, *New Records of Potent In-Vitro Antidiabetic Properties of Dalbergia tonkinensis Heartwood and the Bioactivity-Guided Isolation of Active Compounds, Molecules, 2018, 23 (7), 1589-1600 (SCI-E, IF: 3.098).*
12. Ngu Truong Nhan, Ninh The Son, To Dao Cuong, Nguyen Phuong Dai Nguyen, Pham Ngoc Khanh, Tran Thu Huong, Nguyen Manh Cuong, *Further study on chemical constituents from the heartwood of Dalbergia tonkinensis, Vietnam Journal of Science and Technology, 2018, 56 (4A), 252-258 (ACI).*
13. Nguyễn Mạnh Cường, Ngũ Trường Nhân, Nguyễn Phương Đại Nguyên, Phạm Ngọc Khanh, Ninh Thế Sơn, Trần Thu Hương, Tô Đạo Cường, Nguyễn Thị Hồng Mai, Nguyễn Thị Phương Trang, *Số sánh khả năng phân loại loài sưa đỏ (Dalbergia tonkinensis) Việt Nam của một số vùng gen lục lạp, Hội nghị Khoa học Công nghệ Sinh học toàn Quốc, Hà Nội, NXB Khoa học Tự nhiên và Công nghệ, 2018, 100-106, ISBN: 978-604-913-759-4.*
14. Vũ Thị Thu Hiền, Lưu Đàm Cự, Đinh Thị Phòng (2009). *Xác định trình tự đoạn gen tRNA - LEU cho hai loài cây gỗ Sưa (Dalbergia Tonkinensis) và cây gỗ Trắc đỏ (Dalbergia Cochinchinensis) phục vụ việc phân loại mẫu vật tại bảo tàng thiên nhiên Việt Nam, Tạp chí Công nghệ Sinh học, 7(4), Tr. 471-477.*
15. Trần Anh Tuấn, Nguyễn Tiến Đạt, Nguyễn Hoài Nam, Nguyễn Quang Hưng, Trần Minh Hợi, Trần Huy Thái, Châu Văn Minh, Phan Văn Kiệt, *Các hợp chất isoflavan và dihydrophenanthren từ cây Sưa Bắc Bộ (Dalbergia tonkinensis), Tạp chí Hóa học, 2009, 47 (6), 716-719.*
16. K. Umehara, K. Nemoto, A. Matsushita, E. Terada, O. Monthakantirat, W. De-Eknamkul, T. Miyase, T. Warashina, M. Degawa, H. Noguchi, *Flavonoids from the heartwood of the Thai medicinal plant Dalbergia parviflora and their effects on estrogenic-responsive human breast cancer cells, Journal of Natural Products, 2009, 72, 2163-2168.*
17. C.-Q. Song, Z.-R. Zheng, L. Di, Z.-B. Hu, *Isoflavones from Astragalus Membranaceus, Acta Botanica Sinica, 1997, 39 (8), 764-768.*

Ngày nhận bài: 19/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/2/2020

Thông tin tác giả:

1. TS. NGŨ TRƯỜNG NHÂN

**Khoa Khoa học Tự nhiên và Công nghệ,
Trường Đại học Tây Nguyên**

2. PGS. TS. NGUYỄN MẠNH CƯỜNG

**Viện Hóa học các hợp chất thiên nhiên,
Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam**

**ISOLATING AND DETERMINING
THE STRUCTURE OF ISOFLAVONE
FROM *DALBERGIA TONKINENSIS* PRAIN**

● Ph.D **NGU TRUONG NHAN**

Faculty of Science and Technology,
Tay Nguyen University

● Assoc.Prof. **NGUYEN MANH CUONG**

Institute of Natural Products Chemistry,
Vietnam Academy of Science and Technology

ABSTRACT:

From the chloroform extract of the heartwood of *Dalbergia tonkinensis* Prain collected in Dak Lak province was isolated by several chromatography techniques. The chemical structures of this isolated compound were determined by the interpretation of NMR spectral data, as well as comparison with data from the literature. This compound was isolated from *Dalbergia tonkinensis* for the first time.

Keywords: *Dalbergia tonkinensis*, Fabaceae, isoflavone, heartwood, isolate.

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 lí luận của Bộ Công Thương, chỉ số ISSN 0866 - 7756, được Hội đồng chức danh Giáo sư Nhà nước công nhận tính điểm cho các bài báo khoa học thuộc các liên ngành: Kinh tế học 0 - 0,5 điểm; Luật học 0 - 0,5 điểm và Hóa học - Công nghệ thực phẩm 0 - 0,5 điểm.

Định kỳ hàng tháng, Tạp chí Công Thương dành 2 số công bố các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, các thông báo khoa học và trao đổi thông tin thuộc mọi lĩnh vực kinh tế - kỹ thuật. Tạp chí được xuất bản bằng tiếng Việt và tiếng Anh.

Tác giả phải bảo đảm tuân thủ các yêu cầu dưới đây:

I. YÊU CẦU CHUNG

- Bài nhận đăng là những bài báo khoa học chưa từng được công bố trên các báo, tạp chí khoa học trong nước và quốc tế.
- Bài viết bằng tiếng Việt (các thuật ngữ thống nhất theo từ điển Bách khoa Việt Nam) hoặc tiếng Anh.
- 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...).
- Nội dung bài dài không quá 7 trang A4 (khoảng 3.000 - 4.000 từ, kể cả bảng biểu, hình vẽ và tài liệu tham khảo). Các danh từ tiếng Việt nếu dịch từ tiếng nước ngoài phải viết kèm theo tiếng nước ngoài. Các chữ viết tắt phải có chú thích các từ gốc.
- Bài viết gửi về Tòa soạn dưới dạng file mềm và bản in, có thể gửi trực tiếp tại Tòa soạn hoặc gửi qua hộp thư điện tử.

II. YÊU CẦU VỀ TRÌNH BÀY

1. Hình thức

- Font: Times New Roman (bảng mã Unicode)
- Cỡ chữ: 14
- Khổ giấy A4; Căn lề: lề trên 2cm; lề dưới 2cm; lề trái 3cm; lề phải 2cm.

2. Trình tự nội dung (tuân thủ đúng quy định cấu trúc nội dung của một bài báo khoa học)

- Tên bài báo: Không quá 20 từ, bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh.
- Tên tác giả
- Tóm tắt: Khoảng 100 từ. Từ khóa 3 - 5 từ, bằng tiếng Việt và tiếng Anh.
- Đặt vấn đề: (bao gồm cả mục tiêu nghiên cứu).
- Đối tượng và phương pháp nghiên cứu
- Kết quả và diễn giải phân tích kết quả
- Kết luận
- Tài liệu tham khảo: Liệt kê tất cả tài liệu đã trích dẫn tham khảo trong bài viết nhưng không quá 10 tài liệu; tài liệu tiếng Việt ghi trước, sau đó là tài liệu bằng tiếng nước khác và được ghi trong dấu ngoặc vuông [...] theo thứ tự: Họ tên tác giả, tên cuốn sách/bài báo/tạp chí, trang số, tập/kỳ số xuất bản, năm xuất bản...
- Thông tin tác giả: Ghi rõ học hàm, học vị, chức danh, đơn vị công tác, địa chỉ liên hệ, số điện thoại, email. Với trường hợp là đồng tác giả, ghi địa chỉ liên hệ, số điện thoại, email của tác giả chính.



NỘI DUNG THÔNG TIN CHI TIẾT, ĐỀ NGHỊ LIÊN HỆ:

Tòa soạn: TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG

Địa chỉ: Tầng 8, Tòa nhà Bộ Công Thương, số 655 Phạm Văn Đồng, Q. Bắc Từ Liêm, TP. Hà Nội.

Điện thoại: (024) 22218238 * Fax: (024) 22218237

Website: <http://www.tapchicongthuong.vn>



BỘ CÔNG THƯƠNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP

GIỚI THIỆU CHUNG

Truyền thống:

Là trường Đại học công lập thuộc Bộ Công thương, với bề dày truyền thống 63 năm xây dựng và phát triển. Đến nay, Nhà trường đã đào tạo cho đất nước trên 175.000 cán bộ có trình độ đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp có chất lượng cao và trở thành một địa chỉ đào tạo có uy tín trong cả nước.

Các loại hình đào tạo:

- Đào tạo hệ chính quy ;
- Đào tạo hệ vừa làm vừa học ;
- Đào tạo hệ liên thông ;
- Đào tạo thường xuyên, bồi dưỡng ;
- Đào tạo nghề

Đội ngũ giảng viên:

- Cơ hữu: với 654 giảng viên cơ hữu, trong đó có 02 PGS; 54 TS; 53 NCS; 507 Thạc sỹ; 77 học viên cao học
- Thỉnh giảng: 109 giảng viên thỉnh giảng có trình độ từ Thạc sỹ trở lên, tại các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp tham gia giảng dạy.

Quy mô đào tạo:

- Hàng năm Nhà trường thường xuyên tuyển mới khoảng 4000 sinh viên/năm
- Mở lớp ngắn hạn khoảng 300 lượt người/năm
- Tổng số sinh viên: khoảng 15 000 SV

Cơ hội việc làm :

Sinh viên tốt nghiệp Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp là lựa chọn của nhiều cơ quan, doanh nghiệp trong và ngoài nước. Theo số liệu thống kê trung bình hàng năm, có đến khoảng 60% sinh viên có việc làm ngay, 90% sinh viên có việc làm sau 6 tháng.

Cơ sở đào tạo tại

353 Trần Hưng Đạo, TP Nam Định



Huân chương
Hồ Chí Minh (2016)



Huân chương
Độc lập hạng nhất (2005)



Huân chương
Độc lập hạng nhất (2011)

Trình độ, ngành nghề đào tạo:

- Đào tạo ngành Công nghệ Thực phẩm trình độ Thạc sỹ
- Đào tạo 15 ngành trình độ Đại học, Cao đẳng

- + Công nghệ Sợi, Dệt
- + Công nghệ May
- + Công nghệ Thực phẩm
- + Công nghệ Thông tin
- + Công nghệ kỹ thuật Điều khiển & Tự động hóa
- + Công nghệ kỹ thuật Điện, Điện tử
- + Công nghệ kỹ thuật Điện tử - Viễn thông
- + Công nghệ kỹ thuật Cơ khí
- + Kế toán
- + Tài chính - Ngân hàng
- + Quản trị kinh doanh
- + Kinh doanh thương mại
- + Mạng máy tính và truyền thông dữ liệu
- + Công nghệ kỹ thuật Cơ - Điện tử
- + Ngôn ngữ Anh

- Đào tạo 07 nghề trình độ Cao đẳng, Trung cấp

