

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 8 - THÁNG 4/2022



8 934602 001078

Website: <http://tapchicongthuong.vn>



HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. Trần Thọ Đạt

GS.TS. Trần Văn Địch

GS.TS. Nguyễn Bách Khoa

GS.TSKH. Đỗ Ngọc Khuê

GS.TSKH. Bành Tiến Long

GS.TSKH. Nguyễn Xuân Quỳnh

GS.TS. Đinh Văn Sơn

GS.TSKH. Trần Văn Sung

GS.TS. Lê Văn Tán

GS. TS. Phạm Minh Tuấn

GS.TSKH. Đào Trí Úc

GS.TSKH. Đặng Ứng Vận

GS.TS. Võ Khánh Vinh

TỔNG BIÊN TẬP

ThS. Đặng Thị Ngọc Thu

ĐT: 0968939668

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

Ngô Thị Diệu Thúy

ĐT: 024.22218228 - 0903223096

Phạm Thị Lệ Nhung

ĐT: 0912093191

TÒA SOẠN

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

Ban Trị sự - ĐT: 024.22218238

Fax: 024.22218237

Ban Thư ký - Xuất bản

ĐT: 024.6269 4445

Ban Truyền thông - ĐT: 024.22218239

Ban Chuyên đề - ĐT: 024.22218229

Ban Phóng viên - ĐT: 024.22218232

Trung tâm Thông tin Đa phương tiện

ĐT: 024.2221 8236

Email: tapchicongthuong.moit@gmail.com

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PHÍA NAM

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

Q. 1, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: (028) 38213488

Fax: (028) 38213478

Giấy phép hoạt động báo chí số:

60/GP-BTTTT

Cấp ngày 05/3/2013

Trình bày: Tại Tòa soạn

In tại Công ty CP Đầu tư và

Hợp tác quốc tế

Giá 250.000 đồng

Website: www.tapchicongthuong.vn

MỤC LỤC

CONTENTS

ISSN: 0866-7756 Số 8 - Tháng 4/2022

LUẬT

NGUYỄN THỊ NGỌC TÚ

Giải quyết tranh chấp hợp đồng thương mại theo pháp luật Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19
Settlement of commercial contract disputes according to Vietnamese law in the context of the COVID-19 pandemic8

NGUYỄN THỊ VINH HƯƠNG

Hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự trong tố tụng dân sự
The handover of evidence of involved parties in the litigation process14

PHẠM MINH QUỐC

Một số nhận định và kiến nghị về triển vọng thực hiện quy chế mua sắm chính phủ của RCEP trong mối tương quan với CPTPP đối với Việt Nam
Some assessments and recommendations to the Government of Vietnam about the implementation of the RCEP's commitments on government procurement in relation to the CPTPP20

TRẦN THỊ NGUYỆT

Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến tình hình tranh chấp và giải quyết tranh chấp lao động ở Việt Nam
Impacts of the COVID-19 pandemic on the labour disputes and the labour dispute settlement in Vietnam27

HỒ THỊ HẢI - HỒ THỊ DUYÊN - LÊ TRUNG HUY

Cơ chế bảo đảm quyền lợi của người lao động làm việc theo hợp đồng lao động tại doanh nghiệp trong bối cảnh Covid-19 ở Việt Nam
The mechanism to ensure the rights of contract employees working for enterprises in Vietnam in the context of the COVID-19 pandemic33

NGUYỄN TỔNG BẢO MINH

Loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng - Một số bất cập và kiến nghị hoàn thiện
Exemption from liability for breach of contract - Inadequacies and recommendations for improvement.....40

LÊ THỊ KIM LINH TUYẾN

Bảo vệ khách hàng trước hành vi nhắc nợ trước hạn của công ty tài chính trong hợp đồng vay tín chấp
Protecting borrowers against early debt reminders of financial companies about unsecured loan contracts.....46

KINH TẾ

NGUYỄN THỊ LỆ

Tăng cường xúc tiến thương mại Nhà nước đối với thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU đến năm 2025
Enhancing trade promotion activities of Vietnamese state agencies for exporting seafood in the EU to 202552

ĐỖ THỊ THANH HUYỀN

Thách thức đối với xuất khẩu của Việt Nam trong bối cảnh mới của năm 2022
Challenges facing Vietnam's exports in the new context 58

LƯƠNG NGUYỆT ÁNH

Biến động của dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19: Toàn cảnh thế giới và Việt Nam
The fluctuations in FDI flows under the COVID-19 pandemic's impacts: An overview of the world and Vietnam64

NGUYỄN THỊ HƯƠNG - NGUYỄN THANH MINH

Cơ sở khoa học và kinh nghiệm thực tiễn để phát triển chuỗi giá trị sản phẩm rau an toàn của tỉnh Thái Nguyên
Scientific basis and practical experience to develop the full value of safe vegetable products of Thai Nguyen province70

VŨ DIỆP ANH

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới giá quặng sắt thế giới
A study of factors affecting the global iron ore price78

VŨ THỊ HỒNG PHƯỢNG

Chương trình "mỗi xã một sản phẩm" (OCOP) ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp
The One Commune One Product (OCOP) program in Vietnam: Current implementation and solutions84

NGÔ THỊ HẢI AN

Thực trạng và một số giải pháp phát triển ngành Công nghiệp điện tử Việt Nam
The current situation and solutions for developing the electronics industry in Vietnam90

LÊ THỊ THU GIANG - NGUYỄN THỊ QUỲNH TRÂM

Lợi thế so sánh của các ngành hàng xuất khẩu Việt Nam giai đoạn 2015 - 2020
The export comparative advantages of Vietnamese industries in the period from 2015 to 2020.....94

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG DUNG

Vai trò của dữ liệu trong chuyển đổi kỹ thuật số
The role of data in the digital transformation process101

ĐOÀN THỊ NHIỆM - TRẦN THỊ DIỆU

Phát triển bền vững nuôi tôm nước lợ trên khía cạnh kinh tế: Nghiên cứu trường hợp tỉnh Phú Yên
The sustainable development of brackish shrimp in terms of economic benefits: A case study in Phu Yen province.....106

NGUYỄN THỊ HƯƠNG

Tác động của việc giảm thuế suất thuế giá trị gia tăng đến nền kinh tế Việt Nam
Impacts of the reduction in the VAT rate on Vietnam's economy112

QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ**NGUYỄN THỊ TÚ QUYÊN**

Mô hình nghiên cứu tác động của quản trị nhân lực xanh tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam
The research model for the impact of green human resource management on the business performance
of Vietnamese enterprises.....117

NGUYỄN THỊ THU THANH

Tổng quan về thực hiện dạy học tích hợp trong chương trình giáo dục phổ thông mới ở trường trung học cơ sở
An overview of the integrated teaching approach in the new general education curriculum for junior high schools124

VŨ THỊ THU HUYỀN

Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng hướng dẫn viên du lịch của doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội
Factors affecting the quality of tour guides working for travel agencies in Hanoi129

NGUYỄN TRƯỜNG GIANG - HOÀNG ANH TUẤN - ĐẶNG HƯƠNG GIANG

Mô hình đào tạo kết hợp Blended Learning tại Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp
The implementation of Blended Learning in the University of Economic and Technical Industries (UNETI).....134

LƯƠNG THANH HÀ

Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng xin việc làm của sinh viên sau khi ra trường
Factors affecting the employability of fresh graduates139

LƯU THANH TÂM

Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart
The impact of quality service on the satisfaction of customers with Emart supermarket144

NGUYỄN THỊ BÌNH

Giải pháp thúc đẩy áp dụng giá trị hợp lý trong công bố thông tin đối với các doanh nghiệp Việt Nam
Solutions to support the application of the fair value principle in the disclosure of financial statements in Vietnam149

LƯƠNG VÂN HÀ - PHẠM THANH HẢI - NGUYỄN THU HÀ

Ứng dụng công nghệ thông tin đối với hoạt động cung cấp dịch vụ hành chính công trực tuyến tại Việt Nam
Applying information technology in the provision of online public administrative services in Vietnam154

LÝ THỊ THU HIỀN - LÊ THỦY TIÊN

Các nhân tố ảnh hưởng đến việc áp dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam
Factors affecting the e-commerce implementation of small and medium-sized enterprises in Vietnam160

NGUYỄN HỒNG HÀ - DƯƠNG NHỰT TRƯỜNG

Quản lý nhà nước về giảm nghèo đối với đồng bào dân tộc Khmer trên địa bàn huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh
The state management of poverty reduction for Khmer people living in Chau Thanh district, Tra Vinh province168

PHẠM ÁNH TUYẾT - NGUYỄN THỊ BÍCH THUẬN

Một số giải pháp thu hút và nâng cao chất lượng nguồn lực giảng viên tại Trường Đại học Đồng Tháp
Some solutions to attract new faculty members and improve the teaching quality
of Dong Thap University174

DƯƠNG TRUNG KIÊN - ĐOÀN NGỌC DƯƠNG

Các yếu tố ảnh hưởng đến quy mô nguồn điện năng lượng tái tạo trong quy hoạch hệ thống điện Việt Nam
Factors affecting the scale of renewable energy sources in the national power
system development planning of Vietnam180

NGUYỄN TIẾN DŨNG

Nghiên cứu năng lực cạnh tranh marketing động của các siêu thị điện máy trên thị trường
thành phố Hà Nội và một số khuyến nghị
A study on the dynamic marketing competitiveness of electronics supermarkets
in Hanoi and some recommendations186

DƯƠNG THÁI TRUNG

Quản lý nhà nước trong kinh doanh rượu nhập khẩu trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam
The state management of imported wine businesses in some countries and lessons learnt for Vietnam192

NGUYỄN QUYẾT THẮNG - LẠI THỊ THANH NGA

Hoàn thiện công tác quản trị nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa
Improving the human resource management of Tan Hoa Water Supply Joint Stock Company.....202

PHAN THỊ THÙY

Một số nhân tố tác động đến động lực học tập của sinh viên Trường Đại học Đại Nam
Factors affecting the learning motivation of Dai Nam University's students.....211

NGUYỄN LONG - VÕ KHẮC THƯỜNG - ĐINH HOÀNG ANH TUẤN

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ MyTV của VNPT
trên địa bàn huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận
Factors affecting the satisfaction of customers with MyTV services provided by VNPT
in Tuy Phong district, Binh Thuan province216

ĐÀO THỊ BÍCH NGUYỆT

Văn hóa doanh nghiệp - Chìa khóa để doanh nghiệp kinh doanh du lịch vượt qua đại dịch Covid-19
Corporate culture - The key for tourism enterprises to overcome challenges of the COVID-19 pandemic.....222

NGUYỄN THỊ CHI

Vấn đề quản lý dịch vụ công trong nền kinh tế thị trường
Public service management in the market economy228

NINH THỊ HOÀNG LAN

Giải pháp phát triển nguồn nhân lực trong bối cảnh nền kinh tế số tại Việt Nam
Solutions to develop human resources for the digital economic development in Vietnam232

TRẦN MINH PHƯƠNG

Internet kết nối vạn vật tạo đà cho sự đổi mới, sáng tạo trong phát triển du lịch Việt Nam
The Internet of Things promotes the innovation and creativity of the tourism development in Vietnam239

NGUYỄN THỊ PHƯỢNG

Phân tích ảnh hưởng của các yếu tố giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện, giáo dục đạo đức
đến nhận thức trách nhiệm xã hội của sinh viên Khoa Kinh tế Trường Đại học An Giang
Analyzing the impacts of the gender, major, volunteerism, and business ethics education factors on the perceptions
of students studying at Faculty of Economics, An Giang University towards the corporate social responsibility246

LƯU THỊ HOAN

Giải pháp thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang doanh nghiệp của các hộ kinh doanh
Solutions to encourage business households in Vietnam change their business model into the company model252

TRỊNH THỊ LAN PHƯƠNG - ĐỖ HỒNG THẮNG

Nâng cao chất lượng dịch vụ ký túc xá tại Trường Đại học Công đoàn
Improving the quality of dormitory services at the Trade Union University256

THẠCH MINH QUÂN - LÊ HẢI LINH

Xây dựng cơ chế kiểm soát nội bộ trong các doanh nghiệp trước nhu cầu thực tiễn
The internal control mechanism development of enterprises to meet practical needs262

**NGUYỄN THƯỜNG LẠNG - NGUYỄN THỊ HƯƠNG GIANG - NGUYỄN DUY HOÀNG
- ĐỖ YẾN NHI - HOÀNG NGỌC VÂN - ĐÌNH HOÀNG THANH TRẠNG**

Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gap year của học sinh THPT trên địa bàn thành phố Hà Nội
Factors affecting the intention of high school students in Hanoi city to take a gap year.....268

MAI HẢI AN

Mô hình nghiên cứu sự hài lòng của du khách đối với các điểm đến du lịch biển Quảng Ninh
A study on the satisfaction of tourists with marine tourism destinations in Quang Ninh province274

KINH DOANH

HỒ THỊ MAI SƯƠNG

Chuyển đổi số trong hoạt động thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay
The current digital transformation of Vietnamese retailers280

NGUYỄN XUÂN MINH - NGUYỄN THỊ HỒNG HUỆ

Đánh giá sự hài lòng của nhân viên làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến
Assessing the job satisfaction of employees working for Thuan Tien Garment Co., Ltd286

TRỊNH PHƯỚC NGUYỄN - NGUYỄN THỊ DIỄM HẰNG

Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng Mobile Money của nông dân tỉnh An Giang
Factors affecting the intention of farmers in An Giang province to use Mobile Money services292

NGUYỄN KỲ DUYÊN - VÕ KHẮC THƯỜNG - ĐÌNH HOÀNG ANH TUẤN - MAI NGỌC KHÁNH

Những yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú, huyện Hàm Thuận Nam, tỉnh Bình Thuận
Factors affecting the satisfaction of tourists with the quality of services in Ta Cu - a tourist destination in Ham Thuan Nam district, Binh Thuan province298

DAO CAO SON

Developing the brand of Vietnamese handicraft villages in the context of the on-going COVID-19 pandemic
Phát triển thương hiệu làng nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19305

PHẠM THỊ THÚY - VÕ KHẮC THƯỜNG - ĐÌNH HOÀNG ANH TUẤN

Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS của Công ty Dịch vụ Viễn thông Vinaphone tại tỉnh Bình Thuận
A study on the satisfaction of customers with the VNPT-VSS fishing vessel monitoring service of Vinaphone Telecommunications Service Company in Binh Thuan province313

TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG - BẢO HIỂM

LÊ QUANG HIẾU - NGUYỄN THỊ THANH HOÀI

Nâng cao chất lượng cho vay doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thành Vinh
Improving the quality of small and medium-sized enterprises loans at the Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam - Thanh Vinh Branch.....320

NGÔ THỊ NGUYỄN

Thực trạng và giải pháp nâng cao khả năng độc lập tài chính tại một số ngân hàng thương mại cổ phần giai đoạn hiện nay
The current situation and solutions to improve the financial independence of some joint stock commercial banks326

NGUYỄN THỊ THÀNH VINH

Hoàn thiện chính sách phát triển tài chính toàn diện ở Việt Nam hiện nay
Improving financial inclusion development policies in Vietnam332

BÙI TUẤN MINH

Phát triển hệ thống tài chính xanh - Kinh nghiệm quốc tế và hàm ý chính sách với Việt Nam
Developing a green financial system - International experiences and policy implications for Vietnam338

LÊ QUANG CHƯƠNG - VÕ KHẮC THƯỜNG - ĐÌNH HOÀNG ANH TUẤN

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận
Factors affecting the satisfaction of customer with consumer loan services provided by Vietcombank - Binh Thuan Province Branch344

PHÙNG VIỆT HÀ - NGÔ THỊ HỒNG NGỌC - VŨ THỂ VĂN - HỒ DIỄM QUỲNH

Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam

A study on the factors affecting the decisions of individual investors in Vietnam's stock market.....351

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

NGUYỄN NGÂN GIANG - NGUYỄN THỊ HUỲNH

Bài học kinh nghiệm và phương hướng hoàn thiện các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán trong kiểm toán báo cáo tài chính tại Công ty AASC

Lessons learnt and orientations for AASC to better implement evidence-gathering techniques

for auditing financial statements.....357

TRẦN NGỌC HÙNG - NGUYỄN MINH TRƯỜNG

Xây dựng hệ thống kế toán quản trị tại các trung tâm y tế

- Nghiên cứu thực nghiệm tại Trung tâm y tế Nguyễn Văn Thủ, huyện Vũng Liêm, tỉnh Vĩnh Long

Building the managerial accounting system at medical centers

- An empirical study at Nguyen Van Thu Medical Center, Vung Liem district, Vinh Long Province362

VŨ THỊ DIỆP

Chuẩn mực kế toán công quốc tế và sự cần thiết áp dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế tại Việt Nam

International public accounting standards and the important of using these accounting standards in Vietnam368

ĐẶNG ANH TUẤN

Phương pháp thu thập và đánh giá bằng chứng kiểm toán báo cáo quyết toán dự án đầu tư

The audit technique of collecting and evaluating audit evidence for the audit process of final accounts

of public investment projects.....372

VŨ THỊ THU HUỲNH

Tiếp cận rủi ro trong các giai đoạn kiểm toán khi kiểm toán báo cáo tài chính

The use of risk-based audit approach in stages of a financial statement audit.....378

NGUYỄN TRỌNG NGUYÊN - NGUYỄN THỊ THẢO HỒNG - DUY GIA HU

Ảnh hưởng của hệ thống kiểm soát nội bộ đến tính trung thực của báo cáo tài chính

The influence of the internal control system on the truthfulness of financial statements385

TRẦN THỊ THANH HUỲNH - HOÀNG BẮC AN

Tích hợp kế toán môi trường trong vai trò công cụ quản lý môi trường ở các công ty xây dựng tại Việt Nam

The integration of environmental accounting into the Environmental Management System (EMS)

in Vietnamese construction companies390

TRẦN THỂ NỮ - HOÀNG THỊ THU QUYÊN - NGUYỄN THỊ NGỌC HUỲNH - KIỀU THỊ THU HƯƠNG

Các nhân tố ảnh hưởng tới việc áp dụng kế toán quản trị chi phí cho ngành Dịch vụ đồ uống:

Nghiên cứu tại địa bàn Hà Nội

Factor affecting the use of cost management accounting in the beverage service industry:

A study on beverage service companies in Hanoi396

NGUYỄN THANH HUỲNH

Nghiên cứu về mối quan hệ của hệ thống thuế và kế toán

Analyzing the relationship between the accounting and tax systems.....402

HÓA HỌC - CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM

PHAN THỊ KIỀU LINH

Ảnh hưởng của tỷ lệ phối trộn đến chất lượng của nước dưa hấu - dưa tằm lên men

Effect of mixing ratio on the quality of fermented mulberry - watermelon juice406

NGUYỄN THỊ LINH DIỄM - PHẠM VŨ NHẬT UYÊN - NGUYỄN THỊ THUỖ DUYÊN

- TRẦN NGỌC THẮNG - NGUYỄN VĂN CƯỜNG

Tổng hợp và xác định cấu trúc vật liệu ZIF-8 sử dụng kẽm từ bụi lò thép và hấp phụ chất màu

Preparation and characterization of ZIF-8 based on zinc waste from electric arc furnace dust

for textile dyes adsorption.....412

PHAN VĨNH HƯNG

Nghiên cứu quy trình sản xuất đồ uống lên men từ gạo đen hữu cơ

A study on the production process of fermented beverage from organic black rice418

HA CAM ANH

Optimizing the extract conditions for α -glucosidase inhibitory activities from *Polygonum barbatum* L.

Tối ưu hóa khả năng ức chế enzyme α -glucosidase trong dịch chiết của *Polygonum barbatum* L.....424

GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP HỢP ĐỒNG THƯƠNG MẠI THEO PHÁP LUẬT VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

● NGUYỄN THỊ NGỌC TÚ

TÓM TẮT:

Bài viết đặt ra những vấn đề lý luận cơ bản về tranh chấp hợp đồng thương mại, chỉ ra các phương thức giải quyết tranh chấp hợp đồng thương mại theo luật định và đánh giá ưu, nhược điểm của từng phương thức. Trên cơ sở đó cũng như căn cứ tình hình thực tế dịch bệnh Covid-19 thời gian qua, tác giả đã phân tích dưới góc độ pháp lý vấn đề cách tính thời hạn thực hiện nghĩa vụ hợp đồng và thời hiệu giải quyết tranh chấp thương mại trong bối cảnh đại dịch Covid-19. Đồng thời, tác giả cũng đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả giải quyết tranh chấp hợp đồng thương mại, trong đó có nhóm giải pháp về việc lựa chọn phương thức phù hợp và nhóm các lưu ý cần thiết đối với các bên trong quá trình thỏa thuận và áp dụng từng phương thức giải quyết tranh chấp thương mại.

Từ khóa: Covid-19, giải quyết tranh chấp, hợp đồng thương mại, thời hạn, thời hiệu.

1. Những vấn đề lý luận về giải quyết tranh chấp hợp đồng thương mại

1.1. Khái niệm và đặc điểm của tranh chấp hợp đồng

Pháp luật hiện hành không quy định khái niệm tranh chấp hợp đồng, tuy nhiên, từ các tranh chấp xảy ra trên thực tế, có thể hiểu tranh chấp hợp đồng là sự mâu thuẫn, bất đồng ý kiến của các bên trong quan hệ hợp đồng với nhau liên quan đến việc thực hiện hay không thực hiện các quyền và nghĩa vụ theo hợp đồng.

Tranh chấp hợp đồng thương mại có những đặc điểm cơ bản như: Phát sinh trực tiếp từ quan hệ hợp đồng thương mại, vì thế các bên tranh chấp

hay các bên trong hợp đồng luôn có quyền tự định đoạt việc giải quyết tranh chấp; Tranh chấp hợp đồng thương mại mang yếu tố tài sản và gắn liền với lợi ích của các bên trong tranh chấp; Nguyên tắc giải quyết các tranh chấp hợp đồng thương mại cũng tương tự nguyên tắc giải quyết tranh chấp hợp đồng dân sự, đó là bình đẳng và dựa trên sự thỏa thuận của các bên.

1.2. Các hình thức giải quyết tranh chấp phát sinh từ hợp đồng thương mại

Theo quy định tại Điều 317 Luật Thương mại năm 2005, có 4 phương thức giải quyết tranh chấp thương mại, gồm: Thương lượng giữa các bên; Hòa giải giữa các bên do một cơ quan, tổ chức hoặc cá

nhân được các bên thỏa thuận chọn làm trung gian hòa giải; Giải quyết tại Trọng tài hoặc Tòa án.

1.2.1. Giải quyết tranh chấp thương mại bằng thương lượng

Theo Từ điển Luật học, thương lượng là “hình thức giải quyết tranh chấp kinh tế, theo đó các bên tự bàn bạc để thống nhất cách thức loại trừ tranh chấp mà không cần tới sự tác động hay giúp đỡ của người thứ ba”. Thương lượng là hình thức giải quyết tranh chấp không có sự can thiệp của bất kỳ bên thứ ba nào, đây là hình thức giải quyết tranh chấp thể hiện quyền tự do thỏa thuận của các bên theo nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự cũng như thương mại.

Thực tế cho thấy, hiện nay phần lớn các bên trong hợp đồng đều lựa chọn giải quyết tranh chấp bằng con đường thương lượng do những ưu điểm nổi trội của hình thức này như: Đơn giản, nhanh chóng, tiết kiệm chi phí, thủ tục tiến hành linh hoạt; Có thể duy trì mối quan hệ và khả năng hợp tác các bên; Giữ được uy tín và bí mật kinh doanh các bên, đảm bảo thông tin của các bên, các bên vẫn có thể thực hiện giao dịch mà không lộ thông tin kinh doanh ra ngoài, làm ảnh hưởng đến uy tín của công ty.

Bên cạnh đó, hình thức này có một số nhược điểm, đó là: Nếu các bên không hợp tác, thiếu sự thiện chí, trung thực trong quá trình thương lượng thì khả năng giải quyết thành công là rất ít, kết quả thương lượng thường bế tắc, sự thỏa thuận không mang tính chất chuyên nghiệp vì các bên thường không có hiểu biết chuyên sâu về pháp lý cũng như nghiệp vụ giải quyết tranh chấp. Thêm vào đó, kết quả thương lượng không được đảm bảo bằng cơ chế pháp lý mang tính bắt buộc. Do vậy, dù các bên có đạt được thỏa thuận để giải quyết tranh chấp thì việc thực thi kết quả thương lượng cũng vẫn phụ thuộc vào sự tự nguyện của bên phải thi hành.

1.2.2. Giải quyết tranh chấp thương mại bằng hòa giải

Hòa giải là phương thức giải quyết tranh chấp với sự tham gia của bên thứ ba làm trung gian hòa giải để hỗ trợ, thuyết phục các bên tranh chấp tìm kiếm các giải pháp nhằm giải quyết tranh chấp đã phát sinh.

Phương thức hòa giải có khá nhiều ưu điểm như: đơn giản, nhanh chóng, ít tốn kém; Duy trì được quan hệ hợp tác vốn có giữa các bên; Giữ được bí quyết kinh doanh và uy tín của các bên; Hòa giải xuất phát từ sự tự nguyện có điều kiện của các bên, vì vậy các bên thường nghiêm túc thực hiện phương án hòa giải.

Phương thức này cũng có những nhược điểm, đó là: Hòa giải có thể không được tiến hành nếu như không có sự đồng ý của các bên; Thỏa thuận hòa giải không có tính bắt buộc thi hành như phán quyết của trọng tài hay tòa án; Một bên có thể lợi dụng thủ tục hòa giải để trì hoãn việc thực hiện nghĩa vụ của mình và có thể đưa đến hậu quả là bên có quyền lợi bị vi phạm mất quyền khởi kiện tại tòa án hoặc trọng tài vì hết thời hạn khởi kiện.

1.2.3. Giải quyết tranh chấp bằng trọng tài thương mại

Giải quyết tranh chấp thương mại bằng trọng tài là hình thức giải quyết tranh chấp thông qua hoạt động của Hội đồng trọng tài hoặc Trọng tài viên, với tư cách là bên thứ ba độc lập nhằm giải quyết mâu thuẫn, tranh chấp bằng việc đưa ra phán quyết có giá trị bắt buộc các bên phải thi hành. Giải quyết tranh chấp thương mại bằng trọng tài được thực hiện theo quy định của Luật Trọng tài thương mại năm 2010. Pháp luật hiện hành ghi nhận 2 hình thức trọng tài, đó là trọng tài vụ việc và trọng tài thường trực.

Ưu điểm của phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài thương mại là chỉ có một cấp xét xử, do đó quyết định của trọng tài là chung thẩm và có giá trị bắt buộc thi hành đối với các bên; Các bên được tự do thỏa thuận xét xử theo phương thức trọng tài và lựa chọn một trọng tài dựa trên trình độ, năng lực. Vì vậy, trọng tài có thể theo dõi toàn bộ quá trình tranh chấp để đưa ra cách giải quyết tốt nhất và có hiểu biết sâu về các lĩnh vực chuyên biệt; Hoạt động trọng tài xét xử liên tục nên tiết kiệm được thời gian, tiền bạc; Đây là hình thức xét xử kín, đảm bảo được bí mật cao, hạn chế ảnh hưởng tiêu cực đến các mối quan hệ hợp tác làm ăn vốn có.

Bên cạnh những ưu điểm, phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài thương mại cũng

có những khó khăn, trở ngại, khiến cho phần lớn các doanh nghiệp hiện nay ít lựa chọn Trọng tài để giải quyết các tranh chấp phát sinh từ việc thực hiện hợp đồng, đó là: Kết quả của cuộc giải quyết phụ thuộc vào thái độ, thiện chí của các bên tranh chấp; Việc thực thi quyết định trọng tài phụ thuộc vào thiện chí và sự hợp tác của các bên vì tính cưỡng chế không cao, không có bộ máy cưỡng chế như Tòa án; Hơn nữa, phán quyết trọng tài có thể bị hủy hoặc yêu cầu tòa án xem xét lại khi có đơn yêu cầu của một bên; Trọng tài không có cơ quan thi hành, giúp việc như tòa án nên có thể gặp khó khăn trong quá trình xác minh, thu thập chứng cứ, triệu tập nhân chứng, lấy thông tin cá nhân nếu như bên đó không hợp tác.

1.2.4. Giải quyết tranh chấp thương mại tại tòa án

Tòa án là cơ quan nhân danh quyền lực nhà nước thực hiện việc xét xử theo một trình tự, thủ tục nghiêm ngặt, chặt chẽ. Việc giải quyết tranh chấp thương mại tại Tòa án được thực hiện theo quy định của Bộ luật Tố tụng dân sự.

Việc giải quyết tranh chấp tại Tòa án có những thuận lợi, như: Quyết định của tòa được đảm bảo thi hành bằng sức mạnh cưỡng chế nhà nước, có cơ quan thi hành án chuyên trách và có đầy đủ phương tiện để thi hành; Giải quyết tại tòa án có thể qua nhiều cấp xét xử, vì thế đảm bảo bản án, quyết định đó được chính xác, công bằng, khách quan, đúng pháp luật.

Song song với đó là một số khó khăn, bất cập còn tồn tại, cụ thể là: Các bên tranh chấp phải chấp nhận thủ tục tố tụng chung được quy định trong pháp luật quốc gia, không có bất kỳ sự lựa chọn nào khác nên thiếu đi tính linh hoạt. Thủ tục tố tụng tòa án thường kéo dài, phức tạp và khó dự đoán kết quả giải quyết. Trong thủ tục xét xử ở tòa án, các bên không có cơ hội để lựa chọn cho mình một người xét xử mà do tòa án chỉ định. Nguyên tắc xét xử tại tòa án là công khai, dẫn đến việc không đảm bảo giữ kín những thông tin, bí mật kinh doanh của các bên tham gia hợp đồng thương mại. Quy trình, thủ tục tố tụng kéo dài, mất thời gian của các bên tranh chấp, chưa kể đến việc trên thực tế, phán quyết của tòa án thường bị kháng cáo, điều này khiến cho quá

trình tố tụng có thể bị trì hoãn, có thể phải qua nhiều cấp xét xử, ảnh hưởng đến quá trình sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp.

2. Cách tính thời hạn thực hiện nghĩa vụ hợp đồng, thời hiệu giải quyết tranh chấp thương mại trong bối cảnh đại dịch Covid-19

2.1. Thời hạn thực hiện nghĩa vụ hợp đồng

Thời điểm bắt đầu thời hạn được quy định tại Điều 147 Bộ luật Dân sự năm 2015:

“1. Khi thời hạn được xác định bằng phút, giờ thì thời hạn được bắt đầu từ thời điểm đã xác định;

2. Khi thời hạn được xác định bằng ngày, tuần, tháng, năm thì ngày đầu tiên của thời hạn không được tính mà tính từ ngày tiếp theo liền kề ngày được xác định;

3. Khi thời hạn bắt đầu bằng một sự kiện thì ngày xảy ra sự kiện không được tính mà tính từ ngày tiếp theo liền kề của ngày xảy ra sự kiện đó”.

Như vậy, đối với những trường hợp thời hạn thực hiện nghĩa vụ không được xác định cụ thể bằng phút, giờ trong hợp đồng thì thời điểm bắt đầu tính thời hạn sẽ là ngày liền kề tiếp theo ngày hoặc sự kiện mà các bên thỏa thuận.

Bên cạnh đó, pháp luật còn quy định một số trường hợp loại trừ trách nhiệm hợp đồng do sự kiện bất khả kháng và trở ngại khách quan. Căn cứ khoản 2, Điều 351 Bộ luật Dân sự năm 2015: “Nếu chậm thực hiện nghĩa vụ do bất khả kháng thì không phải chịu trách nhiệm”; Điều 296 Luật Thương mại cũng quy định về kéo dài thời hạn do bất khả kháng theo thỏa thuận hoặc theo luật định; Theo Điều 294 Luật Thương mại: “Loại trừ trách nhiệm do sự kiện bất khả kháng, thực hiện quyết định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền” cũng là những trường hợp loại trừ trách nhiệm và không tính thời hạn thực hiện nghĩa vụ cho một bên.

2.2. Thời hiệu khởi kiện

Khoản 1 Điều 156 Bộ luật Dân sự năm 2015 quy định: “Thời gian không tính vào thời hiệu khởi kiện là sự kiện bất khả kháng và trở ngại khách quan. Sự kiện bất khả kháng và trở ngại khách quan khiến cho bên có quyền khởi kiện, quyền yêu cầu không thể khởi kiện, yêu cầu trong phạm vi thời hiệu”.

Sự kiện bất khả kháng được hiểu là sự kiện xảy ra một cách khách quan, không thể lường

trước được và không thể khắc phục được mặc dù đã áp dụng mọi biện pháp cần thiết và khả năng cho phép.

Trở ngại khách quan là những trở ngại do hoàn cảnh tác động, làm cho người có quyền, nghĩa vụ không thể biết về việc quyền, lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm hoặc làm cho người có quyền, nghĩa vụ không thể thực hiện được quyền, nghĩa vụ dân sự của mình. Trở ngại khách quan sẽ không tính vào thời hiệu khởi kiện vụ án dân sự, thời hiệu yêu cầu giải quyết vụ việc dân sự.

Trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, để xác định chính xác thời hạn, thời hiệu trong thực hiện hợp đồng, giải quyết tranh chấp, khởi kiện, các bên cần phải căn cứ vào những yếu tố sau đây:

Thứ nhất, sự kiện bất khả kháng do một bên phải thực hiện quyết định cách ly của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, ví dụ: Do một bên phải thực hiện quyết định cách ly tập trung của UBND xã nên không thể thực hiện nghĩa vụ theo đúng thời hạn hợp đồng. Khi đó, thời gian cách ly trong quyết định cách ly tập trung đó sẽ không tính vào thời hạn thực hiện nghĩa vụ trong hợp đồng mà các bên đã thỏa thuận.

Thứ hai, những trở ngại khách quan do giãn cách xã hội, khiến cho một bên không thể thực hiện được quyền, nghĩa vụ của mình, ví dụ: Một bên không thể nộp đơn kiện vì Tòa án tạm ngừng hoạt động do giãn cách thì thời hiệu khởi kiện sẽ được cộng thêm khoảng thời gian thực hiện Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ về giãn cách xã hội.

3. Một số giải pháp nhằm giải quyết tranh chấp hợp đồng thương mại một cách hiệu quả

3.1. Lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp thương mại phù hợp

Khi xảy ra tranh chấp, các bên liên quan cần hiểu rõ bản chất của mỗi phương thức để có thể so sánh ưu, nhược điểm và lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp phù hợp nhất với điều kiện, hoàn cảnh cụ thể của mình. Tuy nhiên, nhận định một vấn đề là thuận lợi hay khó khăn, coi đặc điểm của một phương thức giải quyết tranh chấp là ưu hay nhược điểm còn tùy thuộc vào góc độ so sánh. Ví dụ: Phán quyết của Trọng tài thương mại là chung thẩm. Điều này có thể được đánh giá là ưu điểm do

tiết kiệm được thời gian, tiền bạc, công sức nhưng cũng có thể là nhược điểm do không có cơ chế để sửa sai trong trường hợp phán quyết trọng tài có sai lầm nghiêm trọng, không công bằng hoặc xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của người thứ ba, xâm phạm trật tự công, ... Các bên tranh chấp cần cân nhắc dựa trên hàng loạt các yếu tố riêng của mỗi doanh nghiệp, như: Mục tiêu cần đạt được, mối quan hệ làm ăn giữa các bên, thời gian và chi phí dành cho việc giải quyết tranh chấp, ... để quyết định phương thức hợp lý.

Các bên tranh chấp có quyền tự định đoạt đối với việc lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp, tuy nhiên, việc lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp cũng có giới hạn, không phải lúc nào mỗi bên cũng có quyền đơn phương lựa chọn theo ý chí của mình. Ví dụ: Mỗi bên đều hoàn toàn có quyền thỏa thuận với bên kia lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài hoặc quyết định không lựa chọn phương thức này, tuy nhiên, khi đã có văn bản thỏa thuận lựa chọn trọng tài thì không được đơn phương thay đổi ý kiến để lựa chọn phương thức khác nếu bên kia không đồng ý thay đổi.

Trường hợp các bên không có thỏa thuận về phương thức giải quyết tranh chấp và cũng không tự giải quyết, hòa giải được với nhau thì vụ tranh chấp đó phải được giải quyết tại Tòa án có thẩm quyền. Vì lợi ích chung của các bên tranh chấp, dù luật không có quy định bắt buộc, nói chung, các bên cũng nên tự thương lượng giải quyết với nhau trước khi lựa chọn các phương thức giải quyết tranh chấp khác vì các ưu điểm của phương thức tự thương lượng, đồng thời nó không làm mất đi cơ hội lựa chọn các phương thức giải quyết tranh chấp khác.

3.2. Lưu ý đối với các bên trong quá trình áp dụng phương thức giải quyết tranh chấp hợp đồng thương mại

3.2.1. Đối với giải quyết tranh chấp bằng thương lượng và hòa giải

Trong quá trình thương lượng và hòa giải, để rút ngắn thời gian giải quyết tranh chấp, tiết kiệm tiền bạc, tránh tranh chấp kéo dài dẫn đến việc phải tiếp tục thực hiện những phương thức khác, các bên cần có sự thiện chí và hợp tác, thống nhất với nhau hoặc

với hòa giải viên về tiến trình, thời gian, phương thức thương lượng, hòa giải. Nên có sự tham gia của luật sư vào quá trình thương lượng, hòa giải để giúp các bên đi đúng hướng hòa giải, đưa ra ý kiến tư vấn pháp lý cần thiết để các bên cân nhắc, xem xét, hỗ trợ soạn thảo văn bản về kết quả thương lượng, biên bản hòa giải thành,...

Ngay khi thiết lập hợp đồng hay trong quá trình thực hiện hợp đồng, các bên có thể đưa ra điều khoản hòa giải, trong đó cần phải chỉ rõ hòa giải viên hay trung tâm hòa giải cụ thể nào sẽ giải quyết tranh chấp. Khi lựa chọn hòa giải viên và trung tâm hòa giải, cần lưu ý hòa giải viên phải có kỹ năng, kinh nghiệm hòa giải, có uy tín; lựa chọn trung tâm hòa giải chuyên nghiệp.

3.2.2. Đối với giải quyết tranh chấp bằng trọng tài thương mại

Tương tự như phương thức hòa giải, thỏa thuận trọng tài có thể được lập trước hoặc sau khi xảy ra tranh chấp. Trước khi ký kết thỏa thuận trọng tài, các bên nên tìm hiểu và xác định rõ điều kiện để thỏa thuận trọng tài có hiệu lực, xác định chính xác tên gọi của Trung tâm trọng tài, địa điểm giải quyết tranh chấp bằng trọng tài. Để lựa chọn được trọng tài viên uy tín, có kinh nghiệm trong lĩnh vực tranh chấp hay Trung tâm trọng tài đã giải quyết nhiều vụ việc, các bên có thể tìm hiểu, tra cứu thông tin

hoặc nhờ tư vấn. Ngoài ra cũng cần lưu ý về thời hiệu trong giải quyết tranh chấp thương mại, khả năng hòa giải thành trong tố tụng trọng tài và nên có luật sư tham gia trong quá trình giải quyết tranh chấp bằng trọng tài.

3.2.3. Đối với giải quyết tranh chấp tại tòa án

Trước khi nộp đơn khởi kiện, chủ thể khởi kiện phải xác định đúng thẩm quyền của Tòa án thụ lý đơn, tránh trường hợp Tòa không tiếp nhận đơn và trả lại đơn; chuẩn bị bằng chứng để chứng minh yêu cầu khởi kiện là phù hợp, củng cố hồ sơ khởi kiện một cách chặt chẽ, phân loại vấn đề một cách rõ ràng, chẳng hạn: Bên khởi kiện cần chuẩn bị thư từ, văn bản thể hiện sự trao đổi qua lại giữa các bên về hợp đồng, chia rõ ràng theo từng giai đoạn của hợp đồng, chứng cứ về việc một bên vi phạm hợp đồng; Nguyên đơn chuẩn bị hồ sơ pháp lý về thông tin cá nhân, thông tin doanh nghiệp; bị đơn cung cấp hồ sơ pháp lý của bị đơn khi cần thiết;... Các bên cần lưu ý về thời hiệu giải quyết tranh chấp hợp đồng, trong trường hợp quá thời hạn mà tòa án chưa có công văn trả lời, đương sự cần có văn bản hối thúc để tòa án xem xét vụ việc một cách nhanh chóng. Bên cạnh đó cũng nên có sự tham gia của luật sư và lưu ý về khả năng hòa giải thành để rút ngắn thời gian giải quyết tranh chấp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Sơn (2022). Nâng cao năng lực giải quyết tranh chấp thương mại và đầu tư ngoài tòa án tại Việt Nam, truy cập tại <<https://baohinhphu.vn/nang-cao-nang-luc-giai-quyet-tranh-chap-thuong-mai-va-dau-tu-ngoai-toa-an-tai-viet-nam-102220308165555156.htm>>.
2. Nguyễn Văn Chương (2017). *Thực tiễn giải quyết tranh chấp giữa công ty với thành viên công ty tại Tòa kinh tế - Tòa án Nhân dân thành phố Hà Nội*, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội.
3. Nguyễn Bích Như, Lý Văn Toán (2021). Giải quyết tranh chấp giữa công ty với thành viên công ty tại tòa án và một số kiến nghị, truy cập tại <<https://tapchitoaan.vn/tapchi/public/bai-viet/phap-luat/giai-quyet-tranh-chap-giua-cong-ty-voi-thanh-vien-cong-ty-tai-toa-an-va-mot-so-kien-nghi>>.
4. Viện Khoa học pháp lý (2006). *Từ điển Luật học*, Nhà xuất bản Tư pháp - Bộ Tư pháp phối hợp với Nhà xuất bản Từ điển bách khoa, Hà Nội.
5. Quốc hội (2015), *Bộ luật Dân sự năm 2015*.
6. Quốc hội (2005), *Luật Thương mại 2005*.

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ NGỌC TÚ

Khoa Kinh tế - Luật

Trường Đại học Thương mại

SETTLEMENT OF COMMERCIAL CONTRACT DISPUTES ACCORDING TO VIETNAMESE LAW IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC

● Master. **NGUYEN THI NGOC TU**

Faculty of Economics - Law

Thuongmai University

ABSTRACT:

This paper presents the basic theoretical issues relating to commercial contract disputes, points out the legal methods of settling commercial contract disputes and evaluates the advantages and disadvantages of each method. Based on theoretical basic and the actual situation of the on-going COVID-19 pandemic, this paper analyzes the way to calculate the term of performing the contractual obligations and the statute of limitations for settling commercial disputes in the context of the COVID-19 pandemic from the legal perspective. This paper also proposes a number of solutions to improve the efficiency of commercial contract dispute resolution, including a group of solutions for choosing the appropriate contract dispute resolution methods and a group of necessary notes in the process of negotiating and applying each commercial dispute resolution method for parties.

Keywords: COVID-19, contract dispute resolution, commercial contract, term, statute of limitations.

HOẠT ĐỘNG CUNG CẤP CHỨNG CỨ CỦA ĐƯƠNG SỰ TRONG TỔ TỤNG DÂN SỰ

● NGUYỄN THỊ VINH HƯƠNG

TÓM TẮT:

Hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự có ý nghĩa quan trọng trong việc tìm ra sự thật khách quan của vụ việc dân sự (VVDS), bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của đương sự. Việc hoàn thiện các quy định pháp luật về cung cấp chứng cứ của đương sự là nội dung quan trọng trong việc hoàn thiện hành lang pháp lý về tố tụng dân sự (TTDS) nhằm hỗ trợ có hiệu quả quá trình xem xét, giải quyết các VVDS tại tòa án hiện nay. Bài viết tập trung phân tích thực trạng pháp luật về hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự, chỉ ra những kết quả đạt được cũng như một số điểm còn hạn chế, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật trong thời gian tới.

Từ khóa: tố tụng dân sự, đương sự, chứng cứ, cung cấp chứng cứ của đương sự.

1. Khái quát về hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự trong tố tụng dân sự

Đương sự là một khái niệm cơ bản khi tiếp cận ngành Luật TTDS. Không có đương sự thì cũng không thể có VVDS tại tòa án. Họ là người tham gia tố tụng để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình hoặc bảo vệ lợi ích công cộng, lợi ích của Nhà nước thuộc lĩnh vực mình phụ trách do có quyền, nghĩa vụ liên quan đến VVDS. Hoạt động tố tụng của đương sự có ảnh hưởng lớn đến quá trình giải quyết VVDS, có thể dẫn đến việc phát sinh, thay đổi hoặc đình chỉ tố tụng.

Trong thực tiễn, một VVDS thường có rất nhiều tình tiết, sự kiện mà quan hệ pháp luật giữa các bên đương sự phụ thuộc vào nó. Khi giải quyết VVDS, tòa án phải xem xét, đánh giá tất cả các tình tiết, sự kiện của vụ việc thông qua các tài liệu, bằng chứng

phản ánh sự thật khách quan do các bên đương sự cung cấp và tòa án thu thập được. Hiểu một cách đơn giản chúng được gọi là chứng cứ, tức là những gì có thật được thu thập theo trình tự do pháp luật TTDS quy định và được tòa án dùng làm cơ sở để giải quyết VVDS. Không có chứng cứ, các đương sự không thể chứng minh cho yêu cầu, quan điểm của mình là có căn cứ và hợp pháp, tòa án cũng không thể giải quyết vụ việc một cách chính xác và khách quan theo đúng bản chất sự việc.

Hiện nay, việc cung cấp chứng cứ và chứng minh được ghi nhận là một trong những nguyên tắc cơ bản của TTDS (Điều 6, Bộ luật Tố tụng dân sự 2015 - BLTTDS 2015). Theo đó, cung cấp chứng cứ trước hết là quyền và nghĩa vụ của đương sự, đương sự đưa ra yêu cầu tòa án bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình phải chủ động thu thập và giao

nộp tài liệu, chứng cứ cho tòa án. Sở dĩ quy định như vậy bởi đương sự là người trong cuộc, người tham gia trực tiếp vào các quan hệ, giao dịch đang xảy ra tranh chấp, việc giải quyết tranh chấp hoặc yêu cầu, khiếu nại có liên quan trực tiếp đến lợi ích của họ, hơn ai hết họ hiểu rõ nguyên nhân, nội dung vụ việc và có điều kiện cung cấp các tài liệu, chứng cứ cần thiết. Trường hợp cá nhân, cơ quan, tổ chức khởi kiện yêu cầu tòa án bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của người khác thì họ cũng có quyền và nghĩa vụ cung cấp chứng cứ và chứng minh như đương sự. Như vậy, định nghĩa: “cung cấp chứng cứ của đương sự trong TTDS là hoạt động đương sự chuyển cho tòa án, viện kiểm sát các tài liệu, chứng cứ để chứng minh cho yêu cầu của mình là có căn cứ và hợp pháp”.

2. Thực trạng quy định pháp luật về hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự trong tố tụng dân sự

Hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự trong TTDS đã được quy định trong BLTTDS 2004 và tiếp tục được kế thừa, phát triển trong BLTTDS 2015. Tuy đã có những sửa đổi, bổ sung khá mới mẻ so với các quy định trước đây, nhưng qua thực tiễn áp dụng, một số quy định của BLTTDS 2015 về cung cấp chứng cứ của đương sự vẫn bộc lộ những tồn tại, hạn chế cần được khắc phục.

Một là, chủ thể cung cấp chứng cứ

Điều 91 BLTTDS 2015 quy định nghĩa vụ chứng minh thuộc về các đương sự, điều này hoàn toàn phù hợp với nguyên tắc “Cung cấp chứng cứ và chứng minh trong TTDS” được ghi nhận tại Điều 6 BLTTDS 2015.

Theo đó, đương sự có yêu cầu tòa án bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình, kể cả trường hợp cơ quan, tổ chức, cá nhân khởi kiện để bảo vệ lợi ích công cộng, lợi ích của Nhà nước hoặc yêu cầu tòa án bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người khác thì phải thu thập, cung cấp, giao nộp tài liệu, chứng cứ cho tòa án để chứng minh việc yêu cầu, khởi kiện của mình là có căn cứ và hợp pháp. Ngoài ra, đương sự phản đối yêu cầu của người khác đối với mình phải thể hiện bằng văn bản và phải thu thập, cung cấp, giao nộp cho tòa án tài liệu, chứng cứ để chứng minh cho sự phản đối đó. Về

nguyên tắc, bên nào đưa ra yêu cầu trước thì bên đó phải có nghĩa vụ chứng minh, như vậy nguyên đơn là người phải chứng minh trước, sau đó đến bị đơn, người có quyền, nghĩa vụ liên quan. Tất nhiên kèm theo đó là những tài liệu, bằng chứng mà đương sự phải cung cấp, giao nộp cho tòa án. Điều này cho thấy sự bình đẳng về nghĩa vụ chứng minh.

Như mục 1 đã lý giải, sở dĩ pháp luật TTDS quy định nghĩa vụ cung cấp chứng cứ và chứng minh thuộc về đương sự bởi họ là người trong cuộc - là chủ thể của quan hệ pháp luật tranh chấp hoặc người đưa ra yêu cầu, khiếu nại, vì lẽ đó họ hiểu rõ vụ việc, có sẵn tài liệu, chứng cứ hoặc biết rõ cần có chứng cứ gì để thu thập và giao nộp, nhằm giúp tòa án có thể ra phán quyết đúng pháp luật và phù hợp thực tế khách quan. Mặt khác, việc xác định trách nhiệm cung cấp chứng cứ thuộc về các đương sự nhằm mục đích để các đương sự cân nhắc, tính toán kỹ bởi nếu đưa ra yêu cầu mà không đưa ra được chứng cứ để chứng minh cho yêu cầu đó thì họ rất dễ gánh chịu “thiệt thòi”, thậm chí còn phải chịu án phí cho phần yêu cầu không được tòa án chấp nhận.

Tuy nhiên, để phù hợp luật khác và phù hợp thực tế, BLTTDS 2015 đã bổ sung một số trường hợp mà đương sự đưa ra yêu cầu nhưng không phải chứng minh, chẳng hạn như khi đưa ra yêu cầu khởi kiện người tiêu dùng không có nghĩa vụ chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; người lao động khởi kiện vụ án lao động không cung cấp được tài liệu, chứng cứ vì lý do tài liệu, chứng cứ đó đang do người sử dụng lao động quản lý, lưu giữ thì người sử dụng lao động có trách nhiệm cung cấp, giao nộp tài liệu, chứng cứ cho tòa án,...

Hai là, trình tự, thủ tục, cách thức cung cấp, giao nộp chứng cứ

Điều 96 BLTTDS 2015 quy định về giao nộp tài liệu, chứng cứ. Trong đó, Khoản 2 Điều 96 hướng dẫn về cách thức giao nộp tài liệu, chứng cứ và điều kiện về tính hợp pháp của chứng cứ, đó là phải được thu thập, giao nộp theo trình tự và thủ tục do BLTTDS quy định nhằm đảm bảo tính chính xác, trung thực, khách quan. Đây cũng là căn cứ pháp lý giúp xác định trách nhiệm của các bên trong việc

giao nhận, bảo quản chứng cứ. Cụ thể, việc đương sự giao nộp tài liệu, chứng cứ cho tòa án phải được lập thành biên bản. Trong biên bản giao nhận chứng cứ phải ghi rõ tên gọi, hình thức, nội dung, đặc điểm của tài liệu, chứng cứ; số bản, số trang của chứng cứ và thời gian nhận; chữ ký hoặc điểm chỉ của người giao nộp, chữ ký của người nhận và dấu của tòa án. Biên bản phải lập thành 2 bản, 1 bản lưu vào hồ sơ VVDS và 1 bản giao cho đương sự nộp chứng cứ. Thực chất quy định này không có gì khác so với BLTTDS 2004 sửa đổi bổ sung năm 2011. Phần lớn các trường hợp đương sự giao nộp tài liệu, chứng cứ tại tòa án và việc giao nộp này được tiến hành theo cách thức nêu trên. Tuy nhiên, có những trường hợp họ không nộp trực tiếp tại tòa án mà gửi qua đường bưu điện hoặc gửi tài liệu, chứng cứ bằng phương tiện điện tử đến tòa án qua Cổng thông tin điện tử của tòa án. Trong những trường hợp đó, tuy Điều 96 BLTTDS 2015 không quy định nhưng vẫn được cho là cách thức giao nộp chứng cứ hợp pháp.

Ngoài ra, nếu đương sự cung cấp, giao nộp cho tòa án chứng cứ, tài liệu bằng tiếng dân tộc thiểu số, tiếng nước ngoài thì phải kèm theo bản dịch sang tiếng Việt được công chứng, chứng thực hợp pháp. Trong một số trường hợp tài liệu, chứng cứ phải được công chứng của nước nơi đương sự cư trú hoặc pháp nhân có trụ sở và phải được hợp pháp hóa lãnh sự theo quy định.

Mặt khác, lần đầu tiên một thủ tục được đặt ra tại Khoản 5 Điều 96 BLTTDS 2015 là: “Khi đương sự giao nộp tài liệu, chứng cứ cho Tòa án thì họ phải sao gửi tài liệu, chứng cứ đó cho đương sự khác hoặc người đại diện hợp pháp của đương sự khác. Đối với những tài liệu, chứng cứ không thể sao gửi được thì phải thông báo bằng văn bản cho đương sự khác hoặc người đại diện hợp pháp của đương sự khác”. Đây là quy định mới thể hiện sự tiến bộ trong tư tưởng lập pháp của Việt Nam bởi nó đảm bảo tính minh bạch, công khai trong TTDS, ngoài ra còn bảo đảm thực hiện tranh tụng trong xét xử, bởi để tranh tụng thì các bên đương sự cần phải biết được các yêu cầu và chứng cứ chống lại mình, họ có cơ hội tốt hơn để chuẩn bị cho việc cung cấp, giao nộp chứng cứ của mình. Đồng thời, tạo điều

kiện cho các đương sự có cơ hội ngang nhau khi tiếp cận tất cả các tài liệu, chứng cứ do các bên và những người tham gia tố tụng khác nhau cung cấp. Tuy nhiên, quy định này được cho là chưa thật sự kín kẽ do: (1) không quy định thời hạn phải sao gửi tài liệu, chứng cứ cho đương sự khác nên đương sự có thể thực hiện nghĩa vụ này ở bất kỳ thời điểm nào, điều này có thể gây bất lợi cho đương sự khác; (2) không quy định về việc các đương sự nộp bổ sung tài liệu, chứng cứ thì liệu có phải sao gửi các tài liệu, chứng cứ bổ sung này cho các đương sự khác hay không?; (3) không quy định chế tài trong trường hợp đương sự không thực hiện nghĩa vụ sao gửi tài liệu, chứng cứ cho đương sự khác; (4) không quy định rõ phương thức sao gửi tài liệu, chứng cứ giữa các đương sự. Tất cả những vấn đề vừa đặt ra ở trên đang dẫn tới các vướng mắc trong quá trình giải quyết VVDS.

Ba là, thời hạn cung cấp, giao nộp chứng cứ

Thời hạn cung cấp, giao nộp chứng cứ là một nội dung rất quan trọng của pháp luật TTDS, góp phần xác định việc giải quyết VVDS của tòa án có đúng thời hạn tố tụng hay không và việc bảo vệ quyền, lợi ích cho đương sự đã kịp thời hay chưa?

BLTTDS 2004 sửa đổi bổ sung năm 2011 không ghi nhận về thời hạn cung cấp, giao nộp chứng cứ. Điều đó vô tình tạo lỗ hổng pháp luật, bởi các đương sự thường trì hoãn việc giao nộp chứng cứ, thậm chí chọn thời điểm có lợi cho mình mới giao nộp chứng cứ, dẫn đến thời gian giải quyết vụ án dân sự bị kéo dài, tăng chi phí tố tụng, không bảo đảm điều kiện để các đương sự thực hiện tranh tụng công khai tại phiên tòa... Khắc phục hạn chế này, Khoản 4 Điều 96 BLTTDS 2015 quy định: “Thời hạn giao nộp tài liệu, chứng cứ do Thẩm phán được phân công giải quyết vụ việc ấn định nhưng không được vượt quá thời hạn chuẩn bị xét xử theo thủ tục sơ thẩm, thời hạn chuẩn bị giải quyết việc dân sự theo quy định của Bộ luật này”. Như vậy, việc cung cấp, giao nộp chứng cứ của đương sự có thể được thực hiện trong một thời hạn khá dài, suốt quá trình từ khi tòa án nhận đơn, thụ lý đến trước khi tòa án ra Quyết định đưa vụ án ra xét xử, tối đa là 2 tháng hoặc 4 tháng tùy theo từng loại án được quy định tại Điều

203 BLTTDS 2015 về “Thời hạn chuẩn bị xét xử”, còn đối với việc dân sự, thời hạn là 1 tháng kể từ ngày tòa án thụ lý đơn yêu cầu.

Thậm chí, theo quy định tại đoạn 2, khoản 4, Điều 96 BLTTDS 2015 thì trường hợp sau khi có quyết định đưa vụ án ra xét xử theo thủ tục sơ thẩm, quyết định mở phiên họp giải quyết việc dân sự đương sự mới cung cấp, giao nộp những tài liệu, chứng cứ mà trước đó tòa án yêu cầu cung cấp, giao nộp nhưng đương sự chưa cung cấp, giao nộp được vì có lý do chính đáng thì đương sự phải chứng minh lý do của việc cung cấp, giao nộp chậm đó. Với chứng cứ, tài liệu mà trước đó tòa án không yêu cầu cung cấp, giao nộp hoặc đương sự không thể biết được trong quá trình giải quyết vụ việc theo thủ tục sơ thẩm thì đương sự có quyền giao nộp, trình bày tại phiên tòa, phiên họp giải quyết việc dân sự hoặc các giai đoạn tố tụng tiếp theo của việc giải quyết VVDS.

Việc quy định thời hạn giao nộp chứng cứ do thẩm phán được phân công giải quyết vụ việc ấn định là điểm tiến bộ của pháp luật TTDS Việt Nam. Bởi việc giới hạn thời hạn cung cấp chứng cứ của đương sự sẽ buộc đương sự phải có trách nhiệm hơn nữa trong việc thu thập, cung cấp chứng cứ và chứng minh cho yêu cầu của mình; đồng thời, tránh trường hợp đương sự lợi dụng quy định có quyền cung cấp chứng cứ ở bất kỳ giai đoạn nào của quá trình tố tụng để kéo dài vụ kiện, tòa cấp sơ thẩm phải hoãn phiên tòa để thu thập chứng cứ, tòa án cấp trên hủy án của tòa án cấp dưới do đương sự xuất trình chứng cứ mới.

Bốn là, hậu quả pháp lý của việc đương sự có nghĩa vụ cung cấp chứng cứ không thực hiện hoặc thực hiện không đúng nghĩa vụ

So với BLTTDS 2004 sửa đổi bổ sung năm 2011, quy định về giao nộp tài liệu, chứng cứ tại khoản 1, Điều 96 BLTTDS 2015 đã có những thay đổi nhất định nhằm làm sáng tỏ quyền và nghĩa vụ cung cấp, giao nộp chứng cứ của đương sự, đồng thời mở rộng phạm vi nghĩa vụ cũng như hậu quả pháp lý của việc không thực hiện nghĩa vụ.

Việc cung cấp chứng cứ được tiến hành ngay từ khi khởi kiện. Theo quy định tại khoản 1, Điều 96 BLTTDS 2015 nếu “tài liệu, chứng cứ đã được

giao nộp chưa bảo đảm đủ cơ sở để giải quyết VVDS thì thẩm phán yêu cầu đương sự giao nộp bổ sung tài liệu, chứng cứ”. Quy định này giúp đương sự có cơ hội để giao nộp bổ sung chứng cứ sau khi tòa án đã kiểm tra nhưng phát hiện chứng cứ giao nộp chưa đầy đủ hoặc đã giao nộp nhưng chưa bảo đảm đủ cơ sở để đưa ra kết luận và giải quyết vụ việc. Trong thực tế, một số trường hợp đương sự “lúng túng” không biết nên giao nộp chứng cứ nào hoặc họ không muốn giao nộp chứng cứ, khi đó việc thực hiện quy định này giúp cho đương sự sau khi được yêu cầu sẽ chủ động bổ sung, hoàn thiện việc giao nộp chứng cứ, nhờ đó tòa án có cơ hội thu thập đầy đủ các tài liệu, chứng cứ của đương sự để xem xét và giải quyết đúng đắn VVDS.

Một điểm mới đáng lưu ý tại khoản 1, Điều 96 BLTTDS 2015 là: “Nếu đương sự không giao nộp hoặc giao nộp không đầy đủ tài liệu, chứng cứ do tòa án yêu cầu mà không có lý do chính đáng thì tòa án căn cứ vào tài liệu, chứng cứ mà đương sự đã giao nộp và tòa án đã thu thập theo quy định tại Điều 97 của Bộ luật này để giải quyết VVDS”. Quy định này không những thể hiện yêu cầu về mức độ tài liệu, chứng cứ mà đương sự phải cung cấp, giao nộp mà còn chỉ ra hậu quả pháp lý của việc đương sự không cung cấp đủ chứng cứ, tài liệu cho tòa án. Nghĩa vụ chứng minh của đương sự có ý nghĩa quyết định trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của họ.

Trường hợp đương sự có nghĩa vụ đưa ra chứng cứ để chứng minh mà không đưa ra được chứng cứ hoặc không đưa ra đủ chứng cứ thì tòa án tiến hành giải quyết vụ án theo thủ tục chung, “hậu quả” ở đây được hiểu là kết quả giải quyết VVDS bất lợi cho đương sự không chứng minh được hoặc chứng minh không đầy đủ. Mặt khác như thế nào được coi là có lý do chính đáng? Hiện chưa có điều luật nào trong BLTTDS ghi nhận. Chính vì thế, trong thực tiễn giải quyết VVDS, việc không giao nộp, giao nộp không đầy đủ hoặc nộp chậm tài liệu, chứng cứ có được xác định là lý do chính đáng hay không hoàn toàn phụ thuộc vào ý chí chủ quan của tòa án, điều này gây không ít khó khăn cho các tòa án trong quá trình giải quyết VVDS.

3. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện các quy định pháp luật về hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự trong tố tụng dân sự

Xuất phát từ những bất cập của quy định pháp luật ở mục 2, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện các quy định pháp luật về hoạt động cung cấp chứng cứ của đương sự trong TTDS như sau:

Một là, bổ sung thêm cách thức giao nộp tài liệu, chứng cứ trong trường hợp đương sự không nộp trực tiếp tại tòa án.

Có những trường hợp họ không nộp trực tiếp tại tòa án mà gửi qua đường dịch vụ bưu chính hoặc gửi tài liệu, chứng cứ bằng hình thức điện tử qua Cổng thông tin điện tử của tòa án, tuy nhiên khoản 2, Điều 96 BLTTDS 2015 chưa ghi nhận cụ thể về cách thức giao nộp tài liệu, chứng cứ trong các trường hợp này. Nên chăng đặt ra những quy định về trình tự, thủ tục giao nộp tài liệu, chứng cứ qua đường bưu điện hoặc bằng phương tiện điện tử, từ đó có căn cứ pháp lý rõ ràng, đầy đủ hơn khi xác định trách nhiệm của các bên trong việc giao nhận chứng cứ, tránh những tranh cãi không đáng có.

Hai là, về nghĩa vụ sao gửi tài liệu, chứng cứ cho đương sự khác.

- Cần quy định cụ thể thời hạn phải thực hiện nghĩa vụ sao gửi tài liệu chứng cứ cho đương sự khác nhằm đảm bảo quyền, lợi ích của các đương sự có liên quan, giúp họ có đủ thời gian thu thập chứng cứ tự bảo vệ mình.

- Cần bổ sung thêm quy định sao gửi tất cả tài liệu, chứng cứ cho đương sự khác bao gồm cả

những tài liệu, chứng cứ gửi ban đầu và gửi bổ sung, điều mà hiện tại pháp luật chưa ghi nhận.

- Cần quy định chế tài trong trường hợp đương sự thực sự không thực hiện nghĩa vụ sao gửi tài liệu, chứng cứ cho đương sự khác và trường hợp không gửi được tài liệu, chứng cứ cho đương sự khác nhưng cũng không yêu cầu tòa án hỗ trợ.

- Cần quy định rõ phương thức gửi tài liệu, chứng cứ giữa các đương sự. Chẳng hạn như: Việc sao gửi thông qua các bản sao photo hay phải là các tài liệu, chứng cứ có công chứng, chứng thực? Việc gửi tài liệu chứng cứ phải được tiến hành trực tiếp hay thông qua đường bưu chính? Đương sự có thể gửi thông qua các dữ liệu thông điệp điện tử có được không? Trong trường hợp phía bên từ chối nhận thì sẽ xử lý như thế nào?

Ba là, cần làm rõ như thế nào được coi là có “lý do chính đáng” theo quy định tại Điều 96 BLTTDS 2015.

Trong đời sống hàng ngày, lý do chính đáng thường được hiểu là các sự kiện xảy ra một cách khách quan, không lường trước được, thường bao gồm sự kiện bất khả kháng và trở ngại khách quan. Cần quy định cụ thể về các trường hợp được coi là có lý do chính đáng, chẳng hạn như thiên tai, hỏa hoạn, hoạt động khám, chữa bệnh có xác nhận của cơ sở y tế và các trường hợp khác. Đương sự được giao nộp muộn tài liệu, chứng cứ, có như vậy tòa án mới có đầy đủ căn cứ giải quyết VVDS, tránh tình trạng để đương sự lợi dụng kẽ hở từ quy định này trục lợi cho bản thân, bên cạnh đó còn giảm được sự lúng túng cho tòa án khi phải xác định việc có lý do chính đáng hay không ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Minh Hằng, Bùi Xuân Trường (2016), Thời điểm cung cấp chứng cứ trong Bộ luật Dân sự năm 2015, *Tạp chí Nghề luật*, số 2, tr.9- 14,29.
2. Hoàng Thị Thảo (2020), *Thu thập chứng cứ của đương sự trong tố tụng dân sự và thực tiễn thực hiện tại các tòa án nhân dân tỉnh Lạng Sơn*, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội.
3. Quàng Hồng Nết (2015), “*Cung cấp chứng cứ trong tố tụng dân sự và thực tiễn thực hiện tại tòa án nhân dân tỉnh Sơn La*”, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội.

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ VINH HƯƠNG

Khoa Kinh tế - Luật

Trường Đại học Thương mại

THE HANDOVER OF EVIDENCE OF INVOLVED PARTIES IN THE LITIGATION PROCESS

● Master. **NGUYEN THI VINH HUONG**

Faculty of Economics - Law

Thuongmai University

ABSTRACT:

The handover of evidence by involved parties in the litigation process plays a key role in finding out the objective truth of the civil cases, protecting the legitimate rights and interests of involved parties. It is essential to improve the effectiveness of provisions on the handover of evidence of involved parties to complete the legal corridor on civil procedure in order to effectively support the process of considering and settling civil cases. This paper analyzes the current provisions on the handover of evidence of involved parties, and points out achieved results as well as some shortcomings. Based on the paper's finding, some solutions are proposed to improve provisions on the handover of evidence of involved parties in the coming time.

Keywords: civil proceeding, involved party, evidence, involved party provides evidence.

MỘT SỐ NHẬN ĐỊNH VÀ KIẾN NGHỊ VỀ TRIỂN VỌNG THỰC HIỆN QUY CHẾ MUA SẮM CHÍNH PHỦ CỦA RCEP TRONG MỐI TƯƠNG QUAN VỚI CPTPP ĐỐI VỚI VIỆT NAM

● PHẠM MINH QUỐC

TÓM TẮT:

Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) được ký kết vào ngày 15/11/2020 và bắt đầu có hiệu lực kể từ ngày 01/01/2022. Đối với Việt Nam, RCEP là hiệp định thương mại toàn diện khu vực thứ hai được ký kết sau Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) (ký kết vào tháng 3/2018 - có hiệu lực vào ngày 30/12/2018).

Trên cơ sở phân tích và so sánh các quy định cụ thể về mua sắm chính phủ trong RCEP và CPTPP, tác giả tìm hiểu những nội dung pháp lý và những điểm khác biệt đáng lưu ý, theo đó nêu ra một số đánh giá về triển vọng thực hiện và những kiến nghị trong việc tiếp cận và thực thi các cam kết về mua sắm chính phủ trong Hiệp định RCEP tại Việt Nam.

Từ khóa: RCEP, CPTPP, mua sắm chính phủ, đấu thầu.

1. Một số điểm khác biệt cơ bản trong các điều khoản về mua sắm chính phủ của 2 Hiệp định CPTPP và RCEP

Trước hết, nhìn nhận lại lịch sử hình thành của RCEP, không giống với CPTPP, khi mới bắt đầu từ năm 2013, các cuộc đàm phán của RCEP đã không bao gồm hoạt động mua sắm chính phủ. Nội dung này đã được bổ sung vào năm 2017. Tuy nhiên, so với CPTPP, nội dung chương mua sắm chính phủ của RCEP có mức độ cam kết còn khiêm tốn được thể hiện trong 8 Điều. Hiệp định CPTPP, bao gồm những cam kết về mở cửa thị trường mạnh mẽ hơn với những nghĩa vụ của các nước thành viên được thể hiện khá chi tiết trong

24 Điều và trong các Bản Chào chi tiết của 11 nước thành viên¹. Với mục đích nhằm “tăng cường tính minh bạch của pháp luật, quy định và quy trình về mua sắm chính phủ, thúc đẩy hợp tác giữa các Bên trong lĩnh vực mua sắm chính phủ”- Chương 16, Điều 16.1², Chương 16 của RCEP tập trung vào những cam kết đảm bảo tính minh bạch của luật, quy định và thủ tục đối với các cơ quan chính phủ trung ương và phát triển sự hợp tác giữa các bên về mua sắm. Nghĩa vụ minh bạch đòi hỏi các bên phải công bố công khai các luật và quy định về đấu thầu nhưng chỉ cố gắng làm như vậy đối với các thủ tục mua sắm. Phù hợp với các thông lệ mua sắm hiện đại, các bên sẽ nỗ lực thực

hiện nghĩa vụ cung cấp thông tin đấu thầu bằng phương tiện điện tử và bằng tiếng Anh; hợp tác trao đổi, chia sẻ thông tin về đấu thầu, về pháp luật, quy trình, thủ tục và các quyết định về đấu thầu³. Theo điều khoản hợp tác, các bên có thể trao đổi thông tin về các biện pháp mua sắm, cung cấp đào tạo, hỗ trợ kỹ thuật và nâng cao năng lực, chia sẻ thông tin về các thực tiễn tốt nhất, bao gồm cả liên quan đến doanh nghiệp vừa và nhỏ và về hệ thống mua sắm điện tử⁴.

Cùng bàn đến nghĩa vụ đảm bảo sự minh bạch trong quy chế mua sắm chính phủ, Chương 15 của CPTPP về mua sắm Chính phủ gồm những quy định chi tiết hơn, thể hiện mức độ yêu cầu cao hơn so với những quy định cùng loại trong Chương 16 của RCEP Procurement in Paris, France, October 26, 2018⁵. Chẳng hạn, Chương 15 của CPTPP có những quy định khá chi tiết về sự minh bạch hóa trong việc thực hiện các bước quy trình đấu thầu và các khoảng thời gian triển khai trong đấu thầu. Không chỉ đề ra một số các nguyên tắc chung cho đấu thầu mua sắm chính phủ⁶, CPTPP đã xây dựng chi tiết yêu cầu cụ thể mà mỗi quốc gia thành viên phải tuân thủ trong các bước của quy trình đấu thầu, trong đó có nghĩa vụ về thông tin và thông báo ở từng bước của thủ tục đấu thầu. Trên cơ sở đó, Chương 15 sẽ tiếp tục đưa ra một số yêu cầu cụ thể khác đối với từng loại gói thầu - Chương 15, Điều 15.6; 15.7; 15.10; 15.14.⁷ Cụ thể: Đối với trường hợp đấu thầu rộng rãi, một số yêu cầu chi tiết mà các Bên cần tuân thủ là: i) công bố thông tin về việc đấu thầu (gồm cả thông báo mời thầu và hồ sơ thầu) trên báo hoặc trên phương tiện điện tử, nếu trên phương tiện điện tử thì phải miễn phí; ii) Công bố sớm kế hoạch mời thầu hàng năm; iii) quy định cụ thể thời hạn nộp hồ sơ thầu tối thiểu. Còn đối với trường hợp đấu thầu hạn chế, cơ quan mua sắm có nghĩa vụ đăng tải thông báo trong một thời gian đủ để nhà thầu chuẩn bị và nộp hồ sơ quan tâm hoặc hồ sơ dự sơ tuyển; cung cấp đầy đủ thông tin theo yêu cầu cho các nhà thầu có tên trong danh sách ngắn; thông báo kịp thời đến các nhà thầu đã nộp hồ sơ quan tâm hoặc hồ sơ dự sơ tuyển về quyết định liên quan đến việc tham dự thầu...

So sánh về phạm vi điều chỉnh và các nghĩa vụ đảm bảo sự minh bạch và hợp tác trong quy chế Mua sắm Chính phủ của RCEP với CPTPP, có thể thấy các cam kết về mở cửa thị trường mua sắm chính phủ của RCEP còn khiêm tốn, mức độ cam kết thấp hơn. RCEP thậm chí còn cho phép một Bên là Quốc gia kém phát triển của Hiệp định (như Lào, Campuchia, Myanmar) không phải tuân thủ bất kỳ nghĩa vụ nào liên quan đến minh bạch và hợp tác. Hơn nữa, thành viên là Quốc gia kém phát triển còn có thể được hưởng lợi từ sự hợp tác giữa các Bên - Chương 16, Điều 16.2⁸. Tuy nhiên, nếu như so sánh sự tồn tại của những quy định loại này trong Hiệp định RCEP với việc không tồn tại bất kỳ một cam kết nào về mua sắm chính phủ trong những Hiệp định tự do hóa thương mại (FTA) đã được ký kết song phương giữa ASEAN với từng nước ký kết RCEP còn lại khác (5 nước không thuộc ASEAN)⁹, các cam kết mặc dù còn khiêm tốn của RCEP trong lĩnh vực này lại là một bước tiến quan trọng trong việc tạo ra những ràng buộc pháp lý phù hợp với trình độ phát triển của nhiều nước kém phát triển trong khu vực ASEAN. Điều này cũng thể hiện rõ các mục tiêu của RCEP đã có tính đến trình độ phát triển khác nhau giữa các nước thành viên, tạo thuận lợi cho sự tham gia nhiều hơn của các quốc gia kém phát triển trong Hiệp định (chẳng hạn như: Lào, Campuchia, Myanmar, Việt Nam) để các quốc gia này có thể thực hiện hiệu quả hơn các nghĩa vụ của mình và tận dụng các lợi ích từ Hiệp định RCEP(a)¹⁰.

Một trong những điểm khác biệt nổi bật so với CPTPP chính là việc RCEP vẫn còn thiếu các cam kết tiếp cận mở rộng thị trường mua sắm chính phủ của các nước thành viên. RCEP chỉ kêu gọi quốc gia thành viên “Trường hợp mua sắm chính phủ mở cửa rõ ràng cho cạnh tranh quốc tế, mỗi Bên, trong phạm vi có thể và thích hợp, có nghĩa vụ thực hiện việc mua sắm chính phủ của mình theo các nguyên tắc mua sắm chính phủ đã được chấp nhận chung mà Bên đó đã áp dụng” - Chương 16, Điều 16.3.¹¹ Hơn nữa, RCEP cũng cho phép các tranh chấp phát sinh liên quan đến quy chế mua sắm chính phủ được phép loại trừ khỏi cơ chế giải quyết tranh chấp của chính RCEP¹².

2. Triển vọng thực hiện quy chế mua sắm chính phủ của RCEP trong mối tương quan với CPTPP ở Việt Nam

Quốc hội Việt Nam đã thông qua CPTPP vào tháng 11/2018 (có hiệu lực đối với Việt Nam kể từ ngày 14/01/2019). Được xây dựng trên nền tảng Hiệp định Mua sắm Chính phủ (GPA) của WTO, Chương 15 về Mua sắm Chính phủ của CPTPP nhấn mạnh các nguyên tắc cơ bản về không phân biệt đối xử và minh bạch hóa, quy định cụ thể về hình thức lựa chọn nhà thầu, thời gian trong đấu thầu, thông tin đấu thầu... Mức độ ràng buộc của từng quy định là khác nhau do có một số điều khoản mang tính bắt buộc (tức là nghĩa vụ chung cho tất cả các bên), một số điều khoản khuyến khích áp dụng nhằm gia tăng lợi ích cho các hoạt động mua sắm chính phủ. Các điều khoản tùy nghi cho phép các nước thành viên được tự quyết định có áp dụng tùy theo tình hình thực tế. Ngoài ra, Quy chế mua sắm chính phủ của CPTPP còn bao gồm phần Phụ lục với các Bảng chào thể hiện mức độ mở cửa thị trường của 11 nước thành viên (bao gồm Danh mục cơ quan, hàng hóa, dịch vụ thuộc phạm vi điều chỉnh của Hiệp định, các trường hợp loại trừ và một số biện pháp ưu đãi trong nước, và các biện pháp trong thời kỳ chuyển đổi).

Để thực thi các quy định của CPTPP nói chung và quy chế mua sắm chính phủ nói riêng, Việt Nam đã và đang nội luật hóa các cam kết trong Hiệp định thành quy định trong các văn bản quy phạm pháp luật trong nước, nhằm hướng dẫn các cơ quan mua sắm công, cộng đồng doanh nghiệp, các nhà thầu và các chủ thể khác có liên quan thực hiện các cam kết đó một cách nghiêm túc.

Cụ thể, kể từ sau khi CPTPP có hiệu lực đối với Việt Nam, cho đến nay Việt Nam đã xây dựng một hệ thống văn bản quy phạm pháp luật áp dụng riêng đối với các gói thầu thuộc phạm vi điều chỉnh của CPTPP, bao gồm Nghị định số 95/2020/NĐ-CP hướng dẫn thực hiện về đấu thầu mua sắm đối với gói thầu thuộc phạm vi điều chỉnh của CPTPP; Thông tư 09/2020/TT-BKHĐT quy định chi tiết lập hồ sơ mời thầu mua sắm hàng

hóa đối với gói thầu thuộc phạm vi điều chỉnh của CPTPP. Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng đang trong quá trình soạn thảo các thông tư hướng dẫn khác (ví dụ: quy định chi tiết lập hồ sơ mời thầu dịch vụ tư vấn, phi tư vấn, dịch vụ xây dựng).

Nội dung các văn bản này một mặt vừa nội luật hóa các cam kết CPTPP, vừa kế thừa các quy định hiện hành của Luật Đấu thầu 2013 đối với các nội dung mà Chương 15 của CPTPP không quy định chi tiết (ví dụ: phương thức và quy trình lựa chọn nhà thầu, lập kế hoạch lựa chọn nhà thầu...). Sự pha trộn này trong thời gian đầu có thể gây ít nhiều ngỡ ngờ cho chủ đầu tư, bên mời thầu và các nhà thầu vì những nội dung riêng biệt nhằm đáp ứng những đòi hỏi cao về tính minh bạch, tính cạnh tranh và sự tuân thủ nghiêm chỉnh các nguyên tắc bình đẳng và không phân biệt đối xử của các Hiệp định FTA.

Ngoài ra, để tiếp tục hoàn thiện khung pháp luật trong lĩnh vực đầu tư và mua sắm công, trong năm 2020 một loạt các văn bản pháp lý khác có liên quan đến việc thực thi pháp luật đấu thầu đã được thông qua và ban hành gồm: Luật Đầu tư theo hình thức đối tác công tư (Luật PPP) năm 2020 ; Nghị định số 25/2020/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Đấu thầu về lựa chọn nhà thầu; Nghị định số 35/2021/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật PPP; Thông tư số 05/2020/TT-BKHĐT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 04/2017/TT-BKHĐT về lựa chọn nhà thầu qua Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia; Thông tư số 06/2020/TT-BKHĐT hướng dẫn thi hành Nghị định số 25/2020/NĐ-CP...

Những nỗ lực trong công tác xây dựng và ban hành các văn bản pháp luật trên đây, một mặt giúp Việt Nam không vi phạm các cam kết quốc tế, mặt khác giúp cho việc hoàn thiện khung pháp luật về mua sắm công ở Việt Nam theo hướng hài hòa hóa các quy chuẩn quốc tế trong lĩnh vực này.

Chương 16 về Mua sắm Chính phủ của RCEP được xây dựng theo hướng đáp ứng sự phù hợp với trình độ phát triển của tất cả các nước tham gia (trong đó có một số thành viên là nước kém phát triển trong ASEAN), do đó những cam kết trong

RCEP về thị trường này có mức độ đòi hỏi thấp hơn so với các quy chế tương ứng trong CPTPP. Ngoài ra, trong số 15 quốc gia thành viên của RCEP và 11 quốc gia thành viên của CPTPP đã có tới 7 quốc gia là thành viên của cả hai Hiệp định: Australia, Brunei, Nhật Bản, Malaysia, New Zealand, Singapore và Việt Nam. Chính vì vậy, có thể khẳng định: Việt Nam hoàn toàn có triển vọng thực hiện tốt Quy chế Mua sắm Chính phủ trong RCEP khi pháp luật về đấu thầu ở Việt Nam có sự rà soát cẩn thận, có những sửa đổi bổ sung thích hợp với những cam kết ở mức độ khá cao trong Quy chế Mua sắm Chính phủ của CPTPP. Việc ban hành đầy đủ và thực hiện tốt các văn bản pháp luật nhằm hướng dẫn và chi tiết hóa các quy định và cam kết về mua sắm chính phủ trong CPTPP sẽ tạo tiền đề thuận lợi cho Việt Nam đáp ứng tốt các cam kết tương ứng trong RCEP. Điều này là hoàn toàn phù hợp với nguyên tắc pháp lý cơ bản đã được đề ra trong Chương 16 của RCEP: “Các Bên thừa nhận vai trò của mua sắm chính phủ trong việc tăng cường hội nhập kinh tế của khu vực nhằm thúc đẩy tăng trưởng và việc làm. Trường hợp mua sắm chính phủ mở cửa rõ ràng cho cạnh tranh quốc tế, mỗi Bên, trong phạm vi có thể và thích hợp, có nghĩa vụ thực hiện việc mua sắm chính phủ của mình theo các nguyên tắc mua sắm chính phủ đã được chấp nhận chung mà Bên đó đã áp dụng”³.

3. Kết luận và kiến nghị - Tăng cường rà soát, hoàn thiện các thể chế pháp lý đảm bảo sự tương thích với các cam kết quốc tế; đẩy mạnh nghiên cứu tuyên truyền nội dung pháp lý các quy chế trong CPTPP và RCEP

Cho đến nay, Việt Nam vẫn đang tiếp tục nỗ lực cải cách thể chế pháp lý trên các lĩnh vực khác nhau nhằm thực hiện nghiêm chỉnh các cam kết đã được thể hiện trong các Bản chào và các nghĩa vụ phát sinh từ các quy chế trong CPTPP¹⁴. Điều này vừa là tiền đề, vừa là động lực thúc đẩy Việt Nam có thể phát huy sự chủ động trong việc tiếp cận và triển khai thực thi các cam kết vốn ở mức độ thấp và có tính linh hoạt trong RCEP. Việc tiếp cận và thực thi những cam kết về đấu thầu cũng

như mở cửa thị trường mua sắm chính phủ cho các nhà thầu nước ngoài trong CPTPP và RCEP đòi hỏi Việt Nam phải ban hành được hệ thống các văn bản pháp luật nội hóa về mua sắm chính phủ đầy đủ, dễ hiểu, dễ thực hiện. Vì vậy, trong thời gian tới, Việt Nam cần đẩy mạnh công tác rà soát tính tương thích của hệ thống pháp luật hiện tại, chuẩn bị tốt việc xây dựng các quy định pháp luật phù hợp với các cam kết và thể chế trong CPTPP và RCEP. Đây là công việc đòi hỏi sự tích cực tham gia của các bộ, ngành và các địa phương nhằm triển khai có hiệu quả công tác xây dựng các dự thảo văn bản pháp quy nội hóa các cam kết trong 2 Hiệp định.

Mặt khác, Việt Nam cũng cần tăng cường công tác phổ biến tuyên truyền về các FTA thế hệ mới mà mình đã ký kết và có nghĩa vụ thực thi. Hoạt động phổ biến tuyên truyền về CPTPP và RCEP trong thời gian tới cần đi vào chi tiết, với các nội dung được thiết kế theo hướng thực tiễn, ngắn gọn, phù hợp với mối quan tâm của từng nhóm đối tượng áp dụng. Trong công tác phổ biến, tuyên truyền pháp luật việc công bố và cập nhật kịp thời các chính sách pháp luật nói chung và quy chế đấu thầu nói riêng cũng là một nghĩa vụ cần thực hiện nhằm đảm bảo tính minh bạch của mua sắm công trong các Hiệp định này.

- Tiếp tục tăng cường khả năng nhận thức các quy chế pháp lý trong RCEP và các FTA thế hệ mới, đồng thời chủ động nâng cao năng lực cạnh tranh của các nhà thầu trong nước.

Nhiều nghiên cứu phân tích cho thấy cơ hội lớn nhất mà các Hiệp định tự do hóa thương mại (FTA) mang lại cho các nước thành viên là mở rộng thị trường xuất khẩu nhờ các cam kết về cắt giảm thuế quan và dỡ bỏ rào cản thương mại, tạo thuận lợi để doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu¹⁵. Tuy nhiên, để tận dụng được những cơ hội này, trước tiên các doanh nghiệp Việt Nam phải đủ khả năng vượt qua được sự gia tăng áp lực cạnh tranh đối với hàng hóa, dịch vụ trên chính thị trường “sân nhà”, đặc biệt trong lĩnh vực mua sắm chính phủ, một thị trường mà trước đây các doanh nghiệp nước ngoài

chưa có nhiều cơ hội tham gia cạnh tranh. Thực tế cho thấy, kể từ khi CPTPP bắt đầu có hiệu lực đến nay, số lượng các nhà thầu nước ngoài đăng ký tham gia đấu thầu trên Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia tại Việt Nam ngày một gia tăng (với hơn 1400 nhà thầu quốc tế)¹⁶. Điều này tạo ra một áp lực cạnh tranh không nhỏ đối với các nhà thầu trong nước khi triển khai các gói thầu thuộc phạm vi có hiệu lực của CPTPP và RCEP.

Mặc dù những yêu cầu trong các quy chế pháp lý của RCEP nói chung và trong quy chế về mua sắm chính phủ của RCEP nói riêng không quá cao, thậm chí một số quy định trong RCEP còn cho phép Việt Nam được quyền vận dụng những quy chế đối xử đặc biệt mà RCEP mang lại cho các nước kém phát triển, song không vì thế mà các doanh nghiệp Việt Nam được phép tự bằng lòng với những tiêu chuẩn không quá khắt khe trong RCEP. Việc chú trọng nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam cần phải được thực hiện ngay từ khi bắt đầu thực hiện RCEP bởi những lý do sau:

Thứ nhất: Những đối tác lớn của RCEP chẳng hạn như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Australia,... đều là những đối tác mà Việt Nam đang nhập siêu rất lớn, đồng thời có cơ cấu sản phẩm tương tự có tính cạnh tranh cao, nên thách thức của việc nhập siêu từ các đối tác thương mại này có thể ngày một rõ rệt trong tương lai đối với thị trường mua sắm công.

Thứ hai: Trong số 14 đối tác thương mại của Việt Nam trong RCEP có tới 6 đối tác cũng đang là thành viên của những cam kết tự do hóa thương mại và mở cửa thị trường trong CPTPP. Trong khi Điều 20.2 của RCEP đã khẳng định sự tồn tại của Hiệp định không phủ nhận "... ý định của các Bên để Hiệp định này cùng tồn tại với các thỏa thuận quốc tế hiện có của mình...", bản thân Quy chế Mua sắm Chính phủ trong RCEP cũng đặt ra yêu cầu về việc rà soát nhằm nâng cấp (sau 5 năm kể từ ngày có hiệu lực và sau đó cứ 5 năm một lần) ngày một cao hơn các cam kết đã có trên nguyên tắc "có tính đến các tiến triển liên quan trên các diễn đàn quốc tế"¹⁷. Điều này

cho thấy: (i) Việc thực thi RCEP trong tương lai phải đặt trong mối quan hệ tổng thể với các FTA có những cam kết nghĩa vụ cao hơn (chẳng hạn như: CPTPP, các Hiệp định trong khuôn khổ WTO, các FTA song phương mà Việt Nam là một bên); (ii) Trong khi thực thi RCEP Việt Nam cũng phải thực thi cùng lúc nhiều FTA thế hệ mới khác, theo đó, Việt Nam cũng đã phải đáp ứng các yêu cầu cao hơn so với các cam kết trong RCEP từ các hiệp định này.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong các hoạt động kinh doanh nói chung và trong các hoạt động mua sắm chính phủ nói riêng, bản thân các doanh nghiệp trong nước cần chủ động tìm hiểu rõ các quy chế pháp lý mà Việt Nam đã cam kết trong các FTA thế hệ mới mà Việt Nam đã ký kết (trong đó có CPTPP và RCEP). Điều đó giúp các doanh nghiệp Việt Nam có thể hiểu và vận dụng đúng các quy chế trong các hiệp định này, qua đó chủ động chuẩn bị khả năng ứng phó đối với các tác động bất lợi mà các CPTPP, RCEP và các hiệp định thương mại tự do khác gây ra.

Song hành cùng với quá trình nhận thức và vận dụng tốt các quy chế pháp lý trong CPTPP, RCEP và các Hiệp định FTA khác, để nâng cao năng lực cạnh tranh, một mặt các doanh nghiệp Việt Nam cần củng cố thị trường trong nước, nâng cao chất lượng hàng hóa dịch vụ, tăng cường tính chuẩn xác trong nhận diện thương hiệu; nâng cao trình độ nguồn nhân lực trong doanh nghiệp, mặt khác các doanh nghiệp trong nước cũng cần chủ động xây dựng kế hoạch mở cửa thị trường theo hướng thâm nhập vào thị trường nước ngoài để tăng cường xuất khẩu đối với những hàng hóa, dịch vụ có lợi thế. Việc đáp ứng được các yêu cầu của việc nâng cao năng lực cạnh tranh trên đây, có thể giúp các doanh nghiệp Việt Nam không những củng cố cơ hội thắng thầu trước các gói thầu có tính cạnh tranh quốc tế tại Việt Nam, mà còn thúc đẩy các doanh nghiệp này tận dụng những lợi thế cạnh tranh khi tham gia các gói thầu quốc tế được thực hiện tại các quốc gia thành viên của các Hiệp định nêu trên ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Xem: RCEP - Chương 16; CPTPP - Chương 15.

²Xem: RCEP- Chương 16, Điều 16.1.

³Xem: RCEP - Chương 16, Điều 16.4.

⁴Xem: RCEP - Chương 16, Điều 16.5.

⁵Xem: Jean Heilman Grier, *Growing Significance of Regional Trade Agreements in Opening Public Procurement Markets*, 4th Interdisciplinary Symposium on Public Procurement in Paris, France, October 26, 2018.

⁶Xem: CPTPP - Chương 15, Điều 15.4.

⁷Xem: CPTPP - Chương 15, Điều 15.6; 15.7; 15.10; 15.14.

⁸Xem: RCEP - Chương 16, Điều 16.2.

⁹Xem: Trần Thị Hồng Minh và nhóm tác giả, Báo cáo nghiên cứu “Thực hiện hiệu quả Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP): Một số yêu cầu hoàn thiện thể chế thương mại và đầu tư ở Việt Nam”, Nhà xuất bản Dân trí, 2021.

¹⁰Xem: RCEP - Lời Mở đầu; RCEPT - Chương 1, Điều 1.3 (a).

¹¹Xem: RCEP - Chương 16, Điều 16.3.

¹²Xem: RCEP - Chương 16, Điều 16.8.

¹³Xem: RCEP - Chương 16, Điều 16.3.

¹⁴Xem: Kế hoạch thực hiện Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) kèm theo Quyết định số 121/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 24/01/2019.

¹⁵Xem:

- Claudio Dordi và nhóm tác giả, Báo cáo Đánh giá tác động của Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) đối với nền kinh tế Việt Nam, MUTRAP, 2014

- Trần Thị Hồng Minh và nhóm tác giả, Báo cáo nghiên cứu “Thực hiện hiệu quả Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP): Một số yêu cầu hoàn thiện thể chế thương mại và đầu tư ở Việt Nam”, Nhà xuất bản Dân trí, 2021.

- Trần Thị Hồng Minh và nhóm tác giả, Báo cáo nghiên cứu “Thực hiện hiệu quả Hiệp định CPTPP trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế: Yêu cầu hoàn thiện thể chế và nâng cao năng lực cho doanh nghiệp Việt Nam”, Nhà xuất bản Dân trí, 2020

¹⁶Xem: Sổ tay Tìm hiểu thị trường mua sắm công Việt Nam qua lăng kính CPTPP (soạn thảo bởi các Chuyên gia tư vấn của Bộ Ngoại giao New Zealand và Đại sứ quán New Zealand tại Việt Nam).

¹⁷Xem: RCEP - Chương 16, Điều 16.6 và Chương 20, Điều 20.2, Điều 20.8.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Claudio Dordi và nhóm tác giả, (2014), *Báo cáo Đánh giá tác động của Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) đối với nền kinh tế Việt Nam*, MUTRAP.

2. Jean Heilman Grier, (2018), *Growing Significance of Regional Trade Agreements in Opening Public Procurement Markets*, 4th Interdisciplinary Symposium on Public Procurement in Paris, France, October 26.

3. Trần Thị Hồng Minh và nhóm tác giả, (2021), *Báo cáo nghiên cứu “Thực hiện hiệu quả Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP): Một số yêu cầu hoàn thiện thể chế thương mại và đầu tư ở Việt Nam”*, Nhà xuất bản Dân trí.

4. Trần Thị Hồng Minh và nhóm tác giả, (2020), *Báo cáo nghiên cứu “Thực hiện hiệu quả Hiệp định CPTPP trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế: Yêu cầu hoàn thiện thể chế và nâng cao năng lực cho doanh nghiệp Việt Nam”*, Nhà xuất bản Dân trí.

5. Thủ tướng Chính phủ, (2019), *Kế hoạch thực hiện Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) kèm theo Quyết định số 121/QĐ-TTg.*

6. Bộ Ngoại giao New Zealand và Đại sứ quán New Zealand tại Việt Nam, (2021), *Sổ tay Tìm hiểu thị trường mua sắm công Việt Nam qua lăng kính CPTPP.*

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM MINH QUỐC

Khoa Kinh tế - Luật

Trường Đại học Thương mại

**SOME ASSESSMENTS AND RECOMMENDATIONS TO THE
GOVERNMENT OF VIETNAM ABOUT THE IMPLEMENTATION
OF THE RCEP'S COMMITMENTS ON GOVERNMENT
PROCUREMENT IN RELATION TO THE CPTPP**

● Master. **PHAM MINH QUOC**

Faculty of Economics - Law

Thuongmai University

ABSTRACT:

The Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) was signed on November 15, 2020 and came into force from January 1, 2022. After the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) (signed in March, 2018 and came into force on December 30, 2018), the RCEP is the second regional comprehensive trade agreement that Vietnam signed.

By analyzing and comparing specific regulations on government procurement between the RCEP and the CPTPP, this paper explores legal contents and notable differences between the RCEP and the CPTPP's regulations on government procurement. This paper also assesses the prospects of implementing the regulations on government procurement of these two free trade agreements and makes some recommendations to Vietnam about the approach and implementation of the RCEP's commitments on government procurement.

Keywords: the RCEP, the CPTPP, government procurement, bidding.

ẢNH HƯỞNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐẾN TÌNH HÌNH TRANH CHẤP VÀ GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP LAO ĐỘNG Ở VIỆT NAM

● TRẦN THỊ NGUYỆT

TÓM TẮT:

Thời gian qua, nhiều cuộc tranh chấp lao động đã xảy ra, nguyên nhân chủ yếu do người sử dụng lao động gặp khó khăn do dịch bệnh Covid-19 gây ra. Họ buộc phải cắt giảm việc làm, thu nhập cũng như một số chế độ phúc lợi và điều kiện lao động khác của người lao động. Nội dung bài viết tập trung phân tích ảnh hưởng của đại dịch này đến tình hình tranh chấp và giải quyết tranh chấp lao động ở Việt Nam, chỉ ra một số bất cập và hướng khắc phục trong quá trình áp dụng Bộ luật Lao động năm 2019 để giải quyết các tranh chấp lao động trong bối cảnh đại dịch.

Từ khóa: tranh chấp lao động, Bộ luật Lao động 2019, đại dịch Covid-19.

1. Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến tranh chấp lao động tại Việt Nam

Đại dịch Covid-19 đã gây nên những ảnh hưởng nghiêm trọng cho toàn thế giới trên tất cả các lĩnh vực đời sống kinh tế - xã hội. Cũng như nhiều quốc gia khác trên thế giới, Việt Nam đang phải đối mặt với những tác động tiêu cực từ đại dịch này, trong đó quan hệ lao động chịu sự ảnh hưởng không nhỏ từ những tác động tiêu cực đó. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2021, cả nước có gần 55 nghìn doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn (tăng 18% so với năm trước); 48,1 nghìn doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể (tăng 27,8% so với năm

trước); 16,7 nghìn doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể (giảm 4,1% so với năm trước), bình quân một tháng có gần 10 nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường. Hệ quả để lại là số việc làm mới bị giảm, số lượng người lao động rơi vào tình cảnh thất nghiệp tăng lên.

Trong thực tế, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, nhiều doanh nghiệp phải hoạt động cầm chừng hoặc thu hẹp sản xuất, doanh nghiệp buộc phải cắt, giảm lương hoặc giãn giờ làm, người lao động làm việc luân phiên hoặc cho người lao động thôi việc làm ảnh hưởng đến quyền và lợi ích của người lao động, tạo nên sự bức xúc từ phía người lao động từ đó nảy sinh

tranh chấp, bao gồm cả tranh chấp lao động cá nhân và tranh chấp lao động tập thể. Cụ thể, vào dịp Tết Nguyên đán năm 2022, tại 11 tỉnh, thành phố xảy ra 28 cuộc tranh chấp lao động, ngừng việc tập thể, giảm 7 cuộc so với dịp Tết năm 2021. Tính chất, quy mô các cuộc ngừng việc tập thể không phức tạp so với các năm trước. Nguyên nhân chủ yếu là do người lao động chưa đồng tình với doanh nghiệp trong việc thay đổi hình thức trả lương, nâng lương định kỳ và việc trả tiền thưởng thấp hơn so với Tết năm 2021, điều kiện trả thưởng không công bằng,...

Điển hình như cuộc ngừng việc tập thể Công ty TNHH Pouchen Việt Nam (Đài Loan), có trụ sở tại tỉnh Đồng Nai. Hơn 16 nghìn người lao động của công ty đã tiến hành ngừng việc kéo dài suốt 4 ngày, với lý do người lao động không đồng ý với thông báo giảm 30% tiền thưởng cuối năm so với năm trước. Hay như cuộc ngừng việc tập thể tại Công ty TNHH Viet Glory (Đài Loan) tại Nghệ An, khoảng 5 nghìn lao động đã tham gia ngừng việc để yêu cầu doanh nghiệp: tăng lương, tăng chế độ độc hại; chế độ hỗ trợ cho người lao động mắc Covid-19; thay đổi thái độ không đúng mực của một số quản lý người nước ngoài với người lao động;...

Bên cạnh những nguyên nhân trực tiếp như trên, thì nguyên nhân sâu xa dẫn đến các tranh chấp lao động bắt nguồn từ việc thiếu chia sẻ thông tin, thiếu sự đồng cảm và gắn bó giữa người lao động và đơn vị sử dụng lao động. Nhiều doanh nghiệp khi gặp khó khăn do đại dịch đã không kịp thời chia sẻ thông tin về tình hình sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp, không xử lý công khai, minh bạch về các chế độ liên quan đến quyền lợi người lao động trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn ra, nên phía người lao động không nắm rõ, không hiểu được các khó khăn của người sử dụng lao động; phía người sử dụng lao động cũng không nắm bắt, hiểu được tâm tư, nguyện vọng của người lao động; vì vậy đã dẫn đến các mâu thuẫn, bất đồng giữa các bên, làm nảy sinh các tranh chấp lao động, tình trạng ngừng việc,

làm đình trệ hoạt động sản xuất - kinh doanh tại đơn vị sử dụng lao động.

Theo số liệu của Tòa án Nhân dân Tối cao, năm 2020, các tòa án đã thụ lý 4.067 vụ việc về tranh chấp lao động; đã giải quyết 3.789 vụ việc; đạt tỷ lệ 93,2%. Năm 2021, các tòa án đã thụ lý 3.142 vụ việc về tranh chấp lao động; đã giải quyết, xét xử được 2.152 vụ việc, đạt tỷ lệ 68,5% (số vụ việc được thụ lý giảm 925 vụ; giải quyết, xét xử giảm 1.637 vụ so với năm 2020). Các vụ việc về tranh chấp lao động mà tòa án phải thụ lý, giải quyết chủ yếu là tranh chấp về xử lý kỷ luật, sa thải, đơn phương chấm dứt hợp đồng lao động (796 vụ), tranh chấp về quyền, lợi ích liên quan đến việc làm, tiền lương (521 vụ), tranh chấp về bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp, bảo hiểm tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp (859 vụ). Không có vụ việc công đoàn, người lao động khởi kiện doanh nghiệp do nợ bảo hiểm xã hội của người lao động. Các tranh chấp lao động trong năm 2020, 2021 chủ yếu là các tranh chấp lao động cá nhân.

Từ số liệu trên cho thấy, số vụ tranh chấp lao động trong năm 2021 thấp hơn năm 2020, nguyên nhân do nửa cuối năm 2021, tình hình dịch bệnh Covid-19 tái bùng phát trở lại với diễn biến phức tạp, khó lường hơn, dẫn tới nhiều địa phương phải thực hiện cách ly, giãn cách xã hội, từ đó đã gây rất nhiều khó khăn cho các cơ quan giải quyết tranh chấp khi thực hiện nhiệm vụ. Nhiều phiên họp, phiên tòa giải quyết tranh chấp đã phải tạm hoãn, tạm dừng trong thời gian dài để thực hiện phòng, chống dịch, nhiều cán bộ của các cơ quan giải quyết tranh chấp phải nghỉ việc để thực hiện cách ly hoặc điều trị bệnh dịch. Lực lượng cán bộ tại các cơ quan giải quyết tranh chấp vốn đã mỏng, nay lại do tình hình dịch bệnh nên số lượng bị giảm, gây áp lực rất lớn cho các cơ quan giải quyết tranh chấp lao động. Tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp cũng gây ảnh hưởng đến sự tham gia của các bên đương sự trong vụ tranh chấp. Đồng thời cũng ảnh hưởng đến sự phối hợp giữa các cơ quan hữu quan để thu thập tài liệu,

chứng cứ liên quan đến vụ tranh chấp vì lý do phòng, chống dịch bệnh mà không thể tham gia các phiên họp giải quyết tranh chấp. Rõ ràng, tình hình dịch bệnh đã ảnh hưởng rất lớn đến việc giải quyết tranh chấp lao động.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp vẫn đang phải xoay sở với những vấn đề phát sinh do dịch Covid-19 gây ra, các vấn đề liên quan đến người lao động cũng vì thế bị ảnh hưởng. Rất nhiều người lao động sống phụ thuộc vào lương, khi việc làm bị ảnh hưởng, thu nhập bị giảm sút khiến họ gặp khó khăn trong việc duy trì cuộc sống từng ngày cho bản thân và gia đình. Khi tình hình dịch bệnh bớt căng thẳng, hoạt động sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp dần phục hồi thì các doanh nghiệp cần xây dựng phương án để phục hồi, tăng thu nhập và các chế độ khác nhằm giảm bớt gánh nặng cho người lao động.

Nếu doanh nghiệp chỉ chú trọng phục hồi hoạt động, tìm kiếm lợi nhuận để bù đắp thiệt hại do dịch bệnh gây nên cho mình thì dễ tạo tâm lý bất mãn từ phía người lao động, từ đó dẫn đến nguy cơ bùng nổ các tranh chấp lao động. Thực tế thời gian qua cho thấy, trong quá trình phục hồi nền kinh tế, các tranh chấp lao động tập thể có xu hướng gia tăng, gây ảnh hưởng đến thị trường lao động nói riêng và sự bất ổn cho nền kinh tế nói chung. Chỉ khi quyền lợi và nghĩa vụ của các bên trong quan hệ lao động được cân đối, hài hòa thì quan hệ lao động mới trở nên ổn định, bền chặt.

2. Những bất cập về giải quyết tranh chấp lao động tại Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19 và hướng khắc phục

Bộ luật Lao động năm 2019 được Quốc hội thông qua vào ngày 20/11/2019 và chính thức có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/01/2021 đã có những thay đổi rất lớn, góp phần khắc phục các tồn tại, bất cập trong Bộ luật Lao động năm 2012, tận dụng, phát huy nguồn lực, nâng cao hiệu quả giải quyết tranh chấp lao động. Bộ luật đã sửa đổi khái niệm về tranh chấp lao động theo hướng mở rộng hơn phạm vi được xác định là tranh chấp lao động, quy định cụ thể hơn về các

loại tranh chấp lao động, giúp việc vận dụng quy định được dễ dàng hơn. Bộ luật cũng đã bỏ quy định về giải quyết tranh chấp về quyền của Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp huyện; mở rộng thẩm quyền của trọng tài lao động; thay đổi thời hiệu giải quyết tranh chấp lao động theo phương thức giải quyết tranh chấp;... Những sự thay đổi này về cơ bản là phù hợp với tính chất của các tranh chấp lao động và phù hợp với tình hình thực tiễn của Việt Nam. Tuy nhiên, quy định về giải quyết tranh chấp lao động vẫn bộc lộ một số tồn tại; bên cạnh đó đại dịch Covid-19 đặt ra một số tình huống chưa từng có tiền lệ với cả người sử dụng lao động và các nhà hoạch định chính sách làm nảy sinh các bất cập cần phải được khắc phục. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, theo quy định của Bộ luật Lao động năm 2019, chủ thể có thẩm quyền để giải quyết tranh chấp thuộc về hòa giải viên lao động, hội đồng trọng tài lao động và tòa án nhân dân. Tuy nhiên, trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp lao động tại các cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền lại đang được quy định ở 2 văn bản luật khác nhau là Bộ luật Lao động năm 2019 và Bộ luật Tố tụng Dân sự năm 2015. Việc quy định như vậy gây khó theo dõi, thực hiện cho các chủ thể có liên quan, đồng thời cũng chưa phù hợp về mặt lý luận. Các quy định về giải quyết tranh chấp lao động là các quy định thuộc luật hình thức, cần được tách khỏi luật nội dung, chuyển sang các văn bản riêng biệt về luật hình thức, đồng thời rà soát những quy định mâu thuẫn, chồng chéo trong Bộ luật Lao động năm 2019 và Bộ luật Tố tụng Dân sự năm 2015.

Thứ hai, theo quy định tại Khoản 5, Điều 185 Bộ luật Lao động năm 2019 và điểm c, khoản 4, Điều 102 Nghị định 145/2020/NĐ-CP của Chính phủ thì Ban Trọng tài có trách nhiệm ra quyết định giải quyết tranh chấp lao động và gửi cho các bên tranh chấp. Đây là một điểm mới trong Bộ luật Lao động năm 2019 nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giải quyết tranh chấp của trọng tài lao động. Trong trường hợp Ban Trọng tài lao

động đã ra phán quyết mà một trong các bên không thực hiện thì sẽ xử lý như thế nào? Đối với tranh chấp lao động tập thể về lợi ích, nếu người sử dụng lao động là một bên tranh chấp mà không thực hiện quyết định giải quyết tranh chấp của Ban Trọng tài lao động thì tổ chức đại diện người lao động là một bên của tranh chấp có quyền tiến hành thủ tục để đình công. Đối với tranh chấp lao động cá nhân và tranh chấp lao động tập thể về quyền, khi một trong các bên tranh chấp không thi hành quyết định giải quyết tranh chấp của Ban Trọng tài lao động thì các bên có quyền yêu cầu Tòa án giải quyết (theo Điều 189 và Điều 193 Bộ luật Lao động năm 2019). Quy định như vậy vô hình chung đã làm giảm giá trị phán quyết của Ban trọng tài lao động. Vì vậy, để tăng hiệu quả giải quyết tranh chấp của trọng tài lao động, đồng thời giảm áp lực cho hệ thống Tòa án, cần có quy định về cơ chế bảo đảm thực hiện phán quyết của Ban Trọng tài lao động đối với các tranh chấp lao động cá nhân và tranh chấp lao động tập thể về quyền.

Thứ ba, Điều 186, Bộ luật Lao động năm 2019 quy định khi tranh chấp lao động đang được cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền giải quyết trong thời hạn theo quy định của Bộ luật này thì không bên nào được hành động đơn phương chống lại bên kia. Quy định này là hết sức cần thiết nhằm đảm bảo quá trình giải quyết tranh chấp lao động của các cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền, ổn định quan hệ lao động, tránh trường hợp hành động đơn phương của một bên gây thiệt hại cho phía bên kia, làm ảnh hưởng đến quá trình giải quyết tranh chấp lao động đang diễn ra. Tuy nhiên, cần có cơ sở rõ hơn làm tiêu chí xác định các hành vi được coi là hành động đơn phương chống lại bên kia. Đặc biệt trong bối cảnh chịu ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, khi cả người sử dụng lao động và người lao động đang tìm cách khắc phục những khó khăn của bản thân, khi các bên vẫn đang cố gắng tìm tiếng nói chung để xây dựng quan hệ lao động ổn định, giải quyết những vướng mắc do đại dịch gây nên thì việc xác

định các hành vi “chống lại bên kia” sẽ là một trong những định hướng điều chỉnh hành vi của các bên trong quan hệ lao động.

Thứ tư, trong bối cảnh đại dịch Covid-19 ảnh hưởng mạnh mẽ đến quan hệ lao động ở nước ta thì vai trò của các tổ chức đại diện người lao động cần được thúc đẩy góp phần ổn định quan hệ lao động. Bộ luật Lao động năm 2019 đã thừa nhận vấn đề đa công đoàn ở Việt Nam. Các tổ chức đại diện người lao động ra đời sẽ thúc đẩy hoạt động bảo vệ người lao động, thương lượng tập thể, hạn chế tranh chấp lao động. Mặc dù, Bộ luật Lao động đã có hiệu lực thi hành hơn 1 năm, nhưng đến nay vẫn chưa có văn bản hướng dẫn cụ thể để các tổ chức của người lao động ngoài Công đoàn thuộc Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam ra đời và tham gia vào quan hệ lao động. Chính vì vậy, cần sớm ban hành văn bản hướng dẫn về việc thành lập, gia nhập, hoạt động... của tổ chức của người lao động theo tinh thần Bộ luật Lao động mới.

Thứ năm, một trong những nguyên nhân dẫn đến các tranh chấp lao động trong bối cảnh đại dịch Covid-19 là do các bên thiếu sự chia sẻ thông tin với nhau nên đã dẫn đến các mâu thuẫn, bất đồng. Để hạn chế các mâu thuẫn, bất đồng này cần phát huy quy chế dân chủ, đối thoại tại nơi làm việc và thương lượng tập thể hiệu quả. Khi các bên còn đang gặp nhiều khó khăn trong việc khắc phục ảnh hưởng của dịch bệnh, cần thường xuyên tổ chức các buổi đối thoại tại nơi làm việc để các bên trong quan hệ lao động có thể thảo luận, trao đổi thông tin, giúp các bên hiểu nhau hơn, cùng thống nhất triển khai thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch Covid-19 tại nơi làm việc và thực hiện các chế độ liên quan đến người lao động

Trong giai đoạn tới, khi đại dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp, thì việc duy trì mối quan hệ lao động hài hòa và ổn định tại doanh nghiệp là cần thiết, góp phần giúp các doanh nghiệp sớm ổn định sản xuất.

Thứ sáu, Bộ luật Lao động năm 2019 vừa được

ban hành không lâu thì dịch Covid-19 bùng phát trên thế giới và ở Việt Nam, đã làm ảnh hưởng đến hoạt động tuyên truyền, phổ biến Bộ luật Lao động nói chung và các quy định về giải quyết tranh chấp lao động nói riêng. Các hoạt động này đã bị đình trệ do thực hiện lệnh giãn cách xã hội, phòng, chống dịch bệnh, làm cho quá trình tiếp cận, tìm hiểu quy định về giải quyết tranh chấp bị hạn chế. Nhiều người lao động trong thực tế chưa được biết đến các điểm mới của Bộ luật để thực hiện và bảo vệ quyền lợi cho mình. Cần đa dạng hóa các hoạt động tuyên truyền, phổ biến pháp luật lao động, tăng cường sự hiểu biết của người lao động và người sử dụng lao động, giúp các bên có thể thực hiện quy định và tự bảo vệ quyền, lợi ích của mình đúng pháp luật, giảm thiểu tình trạng phát sinh tranh chấp lao động.

Thứ bảy, đội ngũ hòa giải viên lao động là yếu tố quan trọng của hoạt động hòa giải các tranh chấp lao động. Tuy nhiên, hiện nay vẫn còn có một số hòa giải viên thiếu kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ nên hiệu quả hoạt động hòa giải tranh chấp lao động chưa cao. Cần nâng cao chất lượng đội ngũ hòa giải viên ngay từ khi xác định tiêu chuẩn hòa giải viên, lựa chọn, bổ nhiệm hòa giải

viên lao động. Thường xuyên bồi dưỡng chuyên môn, kỹ năng hòa giải để nâng cao năng lực giải quyết tranh chấp lao động. Bên cạnh đó, trong bối cảnh dịch Covid-19, nhiều hòa giải viên lao động không thể thực hiện nhiệm vụ hòa giải do phải cách ly hoặc điều trị bệnh Covid-19. Vì vậy, cần có cơ chế bảo vệ đội hòa giải viên lao động trước, trong và sau dịch bệnh, đảm bảo điều kiện hoạt động cần thiết để các hòa giải viên có thể phát huy năng lực của mình, góp phần ổn định quan hệ lao động.

Thứ tám, trong bối cảnh đại dịch Covid-19, hoạt động giải quyết tranh chấp lao động tại Tòa án gặp nhiều khó khăn do tình hình dịch bệnh căng thẳng, các quy định về phòng, chống dịch đã làm ảnh hưởng tiến độ giải quyết các tranh chấp lao động tại Tòa án. Vì vậy, khi bước sang giai đoạn khắc phục và phục hồi kinh tế sau đại dịch, ngành Tòa án cần nghiên cứu bổ sung nhân sự, tập trung giải quyết các vụ việc lao động còn tồn đọng. Đồng thời, tăng cường tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp cho cán bộ Tòa án để nâng cao hiệu quả hoạt động, giải quyết tranh chấp lao động để khắc phục khó khăn như đã nêu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2019), *Bộ luật Lao động số 45/2019/QH14*, ngày 20/11/2019.
2. Chính phủ (2020), *Nghị định số 145/2020/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Bộ luật Lao động về điều kiện lao động và quan hệ lao động*, ngày 14/12/2020.
3. Tổng cục Thống kê (2022), Thông cáo báo chí về tình hình kinh tế xã hội quý I/2022, truy cập tại <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2022/03/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-i-nam-2022/>
4. Hà Phong (2022), tranh chấp lao động trong và sau tết năm 2022 giảm, truy cập tại <https://hanoimoi.com.vn/tin-tuc/Xa-hoi/1025280/tranh-chap-lao-dong-trong-va-sau-tet-nam-2022-giam>
5. Tòa án nhân dân tối cao (2021), “Báo cáo tổng kết công tác năm 2020 và nhiệm kỳ 2016-2020; phương hướng nhiệm vụ trọng tâm công tác năm 2021 của Tòa án”, truy cập tại <https://www.toaan.gov.vn/webcenter/portal/tatc/chi-tiet-chi-dao-dieu-hanh?dDocName=TAND199131>

6. Tòa án Nhân dân tối cao, “Báo cáo tổng kết công tác năm 2021 và phương hướng nhiệm vụ trọng tâm công tác năm 2022 của Tòa án” truy cập tại <https://www.toaan.gov.vn/webcenter/portal/tatc/chi-tiet-chi-dao-dieu-hanh?dDocName=TAND155594>

Ngày nhận bài: 01/4/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN THỊ NGUYỆT

Bộ môn Luật Thương mại Quốc tế

Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học Thương mại

IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE LABOUR DISPUTES AND THE LABOUR DISPUTE SETTLEMENT IN VIETNAM

● Master. **TRAN THI NGUYET**

Department of International Commercial Law
Faculty of Economics - Law, Thuongmai University

ABSTRACT:

The COVID-19 pandemic has caused unprecedented damage to labor relationship and has fueled labor disputes in Vietnam and in the world. The number of individual and collective labor disputes have increased due to difficulties that the employers had been faced with during the COVID-19 pandemic. Many employers were forced to cut jobs, reduce income and benefits of employees. This paper analyzes the COVID-19 pandemic's impacts on the labour disputes and the labour dispute settlement in Vietnam. The paper also points out several inadequacies and methods to overcome these inadequacies in the process of applying the Labour Code 2019 to solve labor disputes in the context of the COVID-19 pandemic.

Keywords: labor dispute, the Labor Code 2019, COVID-19 pandemic.

CƠ CHẾ BẢO ĐẢM QUYỀN LỢI CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG LÀM VIỆC THEO HỢP ĐỒNG LAO ĐỘNG TẠI DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH COVID-19 Ở VIỆT NAM

● HỒ THỊ HẢI - HỒ THỊ DUYÊN - LÊ TRUNG HUY

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu về cơ chế bảo đảm quyền lợi của người lao động làm việc theo hợp đồng tại doanh nghiệp và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả bảo đảm quyền lợi cho người lao động làm việc theo hợp đồng lao động tại doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: quyền lợi của người lao động hợp đồng lao động, Covid-19.

1. Khái niệm bảo đảm quyền lợi của người lao động làm việc theo hợp đồng lao động tại doanh nghiệp

Quyền của người lao động (NLĐ) là vấn đề có ý nghĩa rất lớn về cả lý luận và thực tiễn không chỉ đối với cá nhân con người, tập thể NLĐ, mà còn có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của đất nước. Quyền của NLĐ là một bộ phận quan trọng của hệ thống quyền con người, thuộc phạm trù các quyền kinh tế, xã hội và văn hóa, được cộng đồng quốc tế thừa nhận và đảm bảo thực hiện trong các điều ước đa phương. Trong các văn kiện pháp lý quan trọng của Liên hiệp quốc (UN) và công ước, khuyến nghị của Tổ chức lao động quốc tế (ILO) về nhân

quyền đã quy định về các quyền của NLĐ, như: quyền tự do không bị lao động cưỡng bức, quyền tự do quyết định chấp nhận và lựa chọn công việc, quyền được hưởng mức lương công bằng, quyền có thời giờ nghỉ ngơi và giới hạn hợp lý thời giờ làm việc, quyền được đảm bảo điều kiện làm việc an toàn và vệ sinh,...¹.

NLĐ nói chung và NLĐ làm việc theo hợp đồng DN tại các DN có quyền được hưởng những lợi ích về chính trị, xã hội, vật chất, phúc lợi từ Nhà nước hoặc từ DN nơi NLĐ đang làm việc.

Song song với quy định các quyền của NLĐ thì cũng có quy định về việc bảo vệ, bảo đảm các quyền đó được thực hiện trên thực tế. Ở Việt Nam, có nhiều quan điểm nghiên cứu về quyền

của NLĐ và vấn đề đảm bảo quyền của NLĐ, tuy nhiên vẫn chưa có sự thống nhất để đưa ra khái niệm chung về bảo đảm quyền trong lĩnh vực lao động làm cơ sở cho việc nghiên cứu và sử dụng trên thực tế. Trong phạm vi pháp luật lao động, việc đảm bảo quyền lợi NLĐ chủ yếu được thể hiện trong mối quan hệ với NSDLĐ, để chống lại nguy cơ bị bóc lột, bị đối xử bất công hay phải lao động trong những điều kiện lao động không đảm bảo cũng như thái độ thiếu tôn trọng của họ.

Theo Từ điển Tiếng Việt, “bảo đảm” là “1. Tạo điều kiện để chắc chắn giữ gìn được, hoặc thực hiện được, hoặc có được những gì cần thiết (thu nhập cao, đời sống được đảm bảo); 2. Cam đoan chịu trách nhiệm (thư gửi bảo đảm); 3. Nhận chịu trách nhiệm làm tốt (Đảm bảo hoàn thành tốt nhiệm vụ). Trách nhiệm của một chủ thể (cá nhân, tổ chức) phải làm cho quyền, lợi ích của chủ thể bên kia chắc chắn được thực hiện, được giữ gìn, nếu xảy ra thiệt hại thì phải bồi thường”².

Như vậy, bảo đảm quyền lợi của NLĐ làm việc theo HĐLĐ là hình thức, biện pháp tạo điều kiện để cơ quan, tổ chức, DN kết hợp lại với nhau để thực hiện hiệu quả các mục tiêu và đảm bảo NLĐ được hưởng đầy đủ các quyền của mình. Do tính đa dạng của quyền con người trong lĩnh vực lao động mà nội dung bảo vệ quyền của NLĐ ở các quốc gia có phạm vi và mức độ khác nhau.

Từ những phân tích nêu trên rút ra khái niệm, “Bảo đảm quyền lợi của NLĐ làm việc theo HĐLĐ tại DN là việc Nhà nước tạo ra các điều kiện cần thiết, đặc biệt là về mặt pháp luật và cơ chế thực thi pháp luật, để bảo vệ NLĐ khỏi những hành vi vi phạm các quyền của họ”.

2. Cơ chế bảo đảm quyền lợi của người lao động và bảo đảm quyền lợi của người lao động làm việc theo hợp đồng lao động trong bối cảnh Covid-19

Cơ chế bảo đảm quyền lợi NLĐ làm việc theo HĐLĐ bao gồm tổng thể các biện pháp mang tính đồng bộ từ xây dựng các quy định pháp luật về bảo đảm quyền lợi cho NLĐ đến quá trình tổ chức thực thi pháp luật, vận hành bộ máy, cơ quan

chuyên trách có liên quan,... nhằm tạo ra các điều kiện thuận lợi để quyền lợi NLĐ luôn được thực thi trên thực tế. Cơ chế bảo đảm bao gồm chủ thể bảo đảm, nội dung bảo đảm và các phương thức bảo đảm quyền lợi của NLĐ làm việc theo HĐLĐ tại DN.

2.1. Chủ thể bảo đảm

Chủ thể bảo đảm là những chủ thể có nghĩa vụ bảo đảm quyền lợi NLĐ làm việc theo HĐLĐ bao gồm Nhà nước, NSDLĐ, các các tổ chức xã hội, đoàn thể. Trong phạm vi đề tài, nhóm tác giả tập trung nghiên cứu 3 nhóm chủ thể có vai trò cơ bản, đó là cơ quan quản lý nhà nước về lao động, NSDLĐ và tổ chức đại diện NLĐ.

- Cơ quan quản lý nhà nước về lao động bao gồm chính phủ, cơ quan chuyên môn về lĩnh vực lao động và chính quyền địa phương.

Chính phủ là cơ quan hành chính cao nhất, có thẩm quyền quản lý tất cả các mặt, lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có lĩnh vực quản lý nhà nước về lao động.

Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội là cơ quan chuyên môn của Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về các lĩnh vực: Lao động, tiền lương; việc làm, giáo dục nghề nghiệp; bảo hiểm xã hội;... Cơ quan này có trách nhiệm hướng dẫn và tổ chức thực hiện các quy định của pháp luật lao động nói chung về HĐLĐ nói riêng.

Ở địa phương, thẩm quyền quản lý nhà nước về lao động thuộc về UBND và cơ quan chuyên môn trực thuộc UBND. Việc bảo đảm quyền lợi của NLĐ của chính quyền các cấp được thể hiện thông qua việc ban hành và tổ chức thực hiện những chính sách, quyết định,... nhằm bảo đảm quyền lợi của NLĐ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn, theo lĩnh vực, theo địa bàn quản lý.

- Người sử dụng lao động là chủ thể giao kết HĐLĐ với NLĐ và trực tiếp quản lý NLĐ, do đó NSDLĐ có trách nhiệm bảo đảm quyền lợi của NLĐ. Việc bảo đảm này thông qua việc NSDLĐ tuân thủ HĐLĐ, tuân thủ thỏa ước lao động tập thể tại DN và tuân thủ pháp luật về lĩnh vực này.

- Tổ chức đại diện NLĐ là thiết chế được lập ra

với chức năng, nhiệm vụ đại diện và bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của NLD trong quan hệ lao động. Nhiệm vụ trọng tâm của tổ chức đại diện NLD là đại diện và bảo vệ quyền và lợi ích của NLD, tập thể lao động. Trong quan hệ lao động, tổ chức đại diện NLD là đối tác, độc lập, bình đẳng, không chịu sự quản lý, điều phối của giới chủ, chỉ cần tuân thủ pháp luật, không bị can thiệp hành chính.

2.2. Nội dung bảo đảm

Trong quan hệ lao động, quyền lợi của NLD bao gồm quyền liên quan đến điều kiện lao động và điều kiện sử dụng lao động như việc làm, thu nhập, bảo hộ lao động và quyền liên kết, hội họp, cụ thể:

- Quyền làm việc của NLD: biểu hiện bằng có quyền tự do lựa chọn việc làm, nơi làm việc, nghề nghiệp, học nghề, nâng cao trình độ nghề nghiệp và sẽ không bị phân biệt đối xử tại nơi làm việc. Để thỏa mãn nhu cầu việc làm, NLD có quyền trực tiếp liên hệ để tìm việc hoặc đăng ký lại các tổ chức dịch vụ việc làm để tìm kiếm công việc; giao kết HĐLĐ với nhiều NSDLĐ, làm bất cứ công việc mà pháp luật không cấm cũng như có quyền lựa chọn nơi làm việc phù hợp với khả năng, nguyện vọng, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, sức khỏe và học nghề. Trong trường hợp điều kiện lao động không đảm bảo hoặc khi có cơ hội tốt hơn, NLD có thể chấm dứt quan hệ lao động này để tham gia vào quan hệ lao động khác trên cơ sở pháp luật.

- Quyền hưởng thu nhập và an sinh xã hội: tổng thu nhập của NLD từ công việc được hình thành từ tiền lương (theo HĐLĐ), phụ cấp và phúc lợi khác. Như vậy, bên cạnh tiền lương, NLD còn có các khoản thu nhập khác như tiền thưởng, tiền phụ cấp, bảo hiểm xã hội, tiền trợ cấp, phúc lợi xã hội. Trong đời sống xã hội, NLD phải đối mặt với những rủi ro từ cơ chế thị trường và các rủi ro khác như thiên tai, mất mùa, dịch bệnh,... Để phòng ngừa, khắc phục các rủi ro này, NLD phải được đáp ứng về mặt an sinh xã hội. Quyền được hưởng an sinh xã hội biểu hiện ở quyền được tham gia

bảo hiểm xã hội, an toàn việc làm và tiền lương đủ sống; quyền tiếp cận các dịch vụ xã hội cơ bản, quyền được cứu trợ đột xuất như đau ốm, mất mùa, thiên tai, dịch bệnh,...

- Quyền nghỉ ngơi của NLD là một trong những quyền rất cơ bản của NLD, được pháp luật can thiệp, bảo vệ. Hầu hết pháp luật các quốc gia đều quy định về thời giờ làm việc và thời giờ nghỉ ngơi, tạo hành lang pháp lý nhằm bảo vệ sức khỏe NLD trong quan hệ lao động để làm việc được lâu dài, đảm bảo tỷ số hợp lý giữa hai loại thời giờ này, vừa không thiệt hại cho sản xuất - kinh doanh, vừa không làm giảm sút khả năng lao động. Theo đặc điểm tình hình của DN và các ngành nghề khác nhau sẽ quy định những chính sách về thời gian nghỉ ngơi khác nhau, hay những quy định về thời gian nghỉ ngơi bắt buộc trong năm cho NLD và vẫn được hưởng lương, để tạo niềm tin cho NLD, xây dựng sự gắn kết hài hòa giữa NLD và NSDLĐ

- Quyền được bảo đảm ATLĐ, VSLĐ: ATLĐ và VSLĐ là những chế định của Luật Lao động bao gồm những quy phạm pháp luật quy định việc đảm bảo ATLĐ, VSLĐ nhằm bảo vệ tính mạng, sức khỏe của NLD, đồng thời duy trì tốt khả năng làm việc lâu dài của NLD. Trong bất kỳ môi trường làm việc nào, NLD cũng sẽ chịu tác động của các yếu tố điều kiện lao động, trong đó có những yếu tố nguy hiểm, yếu tố có hại gây bất lợi cho bản thân NLD, có thể gây ra tai nạn lao động, ảnh hưởng xấu đến sức khỏe NLD. Chính vì vậy, việc bảo đảm về ATLĐ, VSLĐ có ý nghĩa rất to lớn và quan trọng đối với NLD.

2.3. Phương thức bảo đảm

Phương thức bảo đảm quyền lợi của NLD được hiểu là những biện pháp mà các chủ thể bảo đảm sử dụng, kết hợp để thực hiện hiệu quả các mục tiêu và đảm bảo NLD được hưởng đầy đủ các quyền của mình theo quy định pháp luật. Trong điều kiện bình thường nói chung và bối cảnh Covid-19 nói riêng, các phương thức bảo đảm quyền lợi của NLD làm việc theo HĐLĐ bao gồm:

- Bảo đảm bằng quy định pháp luật về quyền lợi của NLD

Việc ban hành các quy định pháp luật rất cần thiết và quan trọng nhằm tạo ra cơ sở pháp lý điều chỉnh và bảo đảm quyền lợi của NLD. Các nhóm quyền lợi cơ bản của NLD được luật hóa bao gồm: Quyền làm việc; Quyền được hưởng lương phù hợp với trình độ kỹ năng nghề trên cơ sở thỏa thuận với NSDLĐ; Quyền được bảo hộ lao động, làm việc trong điều kiện bảo đảm về ATLĐ, VSLĐ; Quyền được nghỉ ngơi; Quyền thành lập, gia nhập, hoạt động công đoàn, tổ chức nghề nghiệp và tổ chức khác theo quy định của pháp luật,... Như vậy, việc ghi nhận quyền lợi của NLD bằng hệ thống pháp luật hoàn chỉnh, thống nhất là cơ sở pháp lý quan trọng để thực hiện các bảo đảm về quyền lợi của NLD làm việc theo HĐLĐ tại các DN, đặc biệt là trong bối cảnh Covid-19 như hiện nay.

- Bảo đảm bằng tổ chức, hoạt động của cơ quan quản lý nhà nước về lao động

Chủ thể cơ bản có trách nhiệm thúc đẩy và làm cho các quy định về quyền lợi của NLD được hiện thực hóa trong cuộc sống là Nhà nước thông qua các cơ quan được giao quyền lực là hệ thống cơ quan quản lý nhà nước về lao động. Hoạt động của hệ thống này có liên quan trực tiếp đến việc thực hiện quyền, lợi ích hợp pháp của NLD. Pháp luật cần quy định rõ ràng nhiệm vụ, quyền hạn của các cơ quan quản lý nhà nước về lao động trong việc bảo đảm các quyền lợi của NLD, bởi việc thực hiện quyền làm phát sinh trách nhiệm của chính các cơ quan đó.

Bên cạnh đó, sự phối hợp hoạt động giữa các cơ quan quản lý nhà nước cũng là một trong những yếu tố quan trọng trong việc bảo đảm quyền của NLD làm việc theo HĐLĐ. Vì thế, cần có một cơ chế phối hợp chặt chẽ, thông suốt hoạt động giữa các cơ quan này với nhau nhằm đảm bảo hiệu quả thực hiện pháp luật.

- Bảo đảm bằng tổ chức đại diện NLD

Chức năng cơ bản và quan trọng nhất của tổ chức đại diện NLD là đại diện và bảo vệ quyền

lợi của NLD. Tổ chức đại diện NLD tại cơ sở tham gia trực tiếp bảo vệ quyền của NLD trong một số lĩnh vực, như: kiểm tra điều kiện lao động, chấm dứt HĐLĐ, kỷ luật lao động,... Ở các nước Nga, Trung Quốc ghi nhận sự tham gia của công đoàn vào các trường hợp chấm dứt HĐLĐ, kỷ luật lao động,... nhưng Cộng đồng châu Âu lại quy định, công đoàn muốn tham gia thì phải đưa nội dung này vào thỏa ước ngành...³

Bên cạnh đó, nhiều quốc gia quy định tổ chức đại diện NLD tham gia vào cơ chế 3 bên để phối hợp với đại diện NSDLĐ, Nhà nước nhằm tìm ra các giải pháp bảo vệ lợi ích của mỗi bên và lợi ích chung trong vấn đề về lao động, xã hội mà cả 3 bên cùng quan tâm. Khác với biện pháp thương lượng tập thể (chủ yếu là 2 bên), cơ chế 3 bên hoạt động chủ yếu ở cấp quốc gia. Cùng với thương lượng tập thể, tổ chức đại diện NLD còn tham gia trong cơ chế 3 bên để phối hợp với các đối tác quyết định các vấn đề về lao động, giải quyết tranh chấp lao động, nhằm bảo vệ các quyền và lợi ích của tập thể lao động hiệu quả hơn.

- Bảo đảm bằng trách nhiệm, nghĩa vụ của NSDLĐ

NSDLĐ có trách nhiệm, nghĩa vụ bảo đảm quyền lợi của NLD như sau:

Bảo đảm việc làm phù hợp với khả năng, nguyện vọng, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, sức khỏe của NLD, từ đó phân bố công việc hợp lý sẽ làm năng suất lao động tăng cao, hiệu quả, nhanh chóng.

Bảo đảm thời giờ làm việc và thời giờ nghỉ ngơi hợp lý cho NLD. Việc áp dụng các quy định pháp luật lao động và các văn bản pháp luật hiện hành khác vào các DN giúp đảm bảo được thời gian lao động hợp lý, giảm thiểu tình trạng chèn ép, bóc lột sức lao động của NLD, đảm bảo sức khỏe để NLD có thể làm việc bình thường.

Bảo đảm các thu nhập cho NLD. NSDLĐ cần có trách nhiệm thỏa thuận mức lương, bậc lương hợp lý cho NLD; trách nhiệm tổ chức bồi dưỡng kiến thức, nâng cao tay nghề; tổ chức thi nâng

bậc, nâng lương thường xuyên cho NLĐ đủ điều kiện về thời gian giữ bậc, đủ điều kiện về trình độ, kiến thức, kinh nghiệm, tay nghề; xét nâng bậc, nâng lương trước thời hạn cho NLĐ có thành tích xuất sắc trong lao động sản xuất, có sáng kiến cải tiến kỹ thuật công nghệ, tăng năng suất lao động,...

Bảo đảm các chính sách về ATLĐ, VSLĐ. Đây là một trong những trách nhiệm quan trọng mà NSDLĐ phải đảm bảo cho NLĐ trong quá trình làm việc, giảm thiểu tối đa những nguy cơ gây tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp. DN cần thực hiện nghiêm ngặt theo tiêu chuẩn về ATLĐ, VSLĐ, phải đăng ký và kiểm định theo quy định của Chính phủ khi hoạt động tại Việt Nam.

- Bảo đảm bằng thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm

Công tác thanh tra luôn được coi là một trong chức năng cơ bản, thường xuyên trong hoạt động quản lý nhà nước của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Thanh tra để phát hiện vi phạm pháp luật trong lĩnh vực lao động và xử lý kịp thời các vi phạm đó có ý nghĩa quan trọng không chỉ trong việc bảo vệ quyền của NLĐ, mà còn nhằm đảm bảo tính khả thi của các quy định pháp luật bảo vệ quyền của NLĐ nói riêng và của hệ thống pháp luật quốc gia nói chung.

3. Giải pháp bảo đảm quyền lợi của người lao động làm việc theo hợp đồng lao động tại doanh nghiệp trong bối cảnh Covid-19

Tác động của đại dịch Covid-19 đã làm cho việc bảo đảm thu nhập, việc làm, sức khỏe và thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi của NLĐ bị ảnh hưởng, do đó cũng gặp nhiều khó khăn trong việc tham gia thị trường lao động và đóng góp trong chuỗi sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Vì vậy, nhằm để bảo đảm quyền lợi của NLĐ làm việc theo HĐLĐ tại DN trong bối cảnh Covid-19 ở Việt Nam, hiện nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp như sau:

Một là, tiếp tục thực hiện đồng bộ, hiệu quả các cơ chế, chính sách phù hợp, nhất là về tài chính, tiền tệ, an sinh xã hội để DN, NLĐ vượt

qua khó khăn của đại dịch Covid-19, nhanh chóng khôi phục và phát triển kinh tế - xã hội. Thực hiện chính sách miễn, giảm một số nghĩa vụ thuế đối với một số lĩnh vực, đối tượng chịu thiệt hại nặng nề do đại dịch Covid-19.

Hai là, đẩy nhanh việc thực hiện hiệu quả các chính sách hỗ trợ DN, cơ sở sản xuất kinh doanh để phục hồi hoạt động kinh tế của tất cả các ngành, đặc biệt là các ngành chịu ảnh hưởng lớn của dịch Covid-19 như ngành công nghiệp chế biến, chế tạo,.... Bảo đảm an sinh xã hội, giải quyết việc làm, đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với xu thế mới. Thực hiện có hiệu quả các chính sách hỗ trợ an sinh xã hội, giải quyết việc làm, tạo điều kiện cho NLĐ sớm quay trở lại thị trường, bảo đảm đủ lực lượng lao động khi bước vào giai đoạn tăng cường sản xuất, kinh doanh sau dịch.

Ba là, Nhà nước cần đưa ra các biện pháp đảm bảo thu nhập cho NLĐ và hộ gia đình, hạn chế tình trạng mất việc làm trong tình hình nhiều DN phải đóng cửa hoặc giảm quy mô sản xuất, kinh doanh. Bên cạnh đó, cần có chính sách hỗ trợ tiền lương cho các DN để khuyến khích duy trì và tuyển dụng lao động thuộc các nhóm dễ bị tổn thương như lao động nghèo, tay nghề thấp hoặc lao động phi chính thức, lao động di cư, phụ nữ, người khuyết tật,...

Bốn là, cần tập trung kết nối việc làm và thúc đẩy tạo việc làm trong các lĩnh vực có tiềm năng phục hồi việc làm bằng cách cải thiện các luồng thông tin và cơ chế việc làm linh hoạt, hỗ trợ kết nối NLĐ tìm việc làm và trợ cấp tìm việc làm. Để làm được điều này, cần nâng cao chất lượng của các trung tâm dịch vụ việc làm, hỗ trợ tìm việc. Tăng cường hợp tác giữa DN với các nhà cung cấp dịch vụ việc làm tư nhân kèm theo bảo đảm sự linh hoạt trong khung pháp lý. Cần có các chính sách hỗ trợ tính thanh khoản cho DN trong các lĩnh vực bị ảnh hưởng nhiều do Covid-19 nhằm đảm bảo các DN vừa và nhỏ có cơ hội duy trì hoạt động.

Sáu là, tổ chức đại diện NLĐ cần tích cực hơn trong việc hỗ trợ, bảo vệ NLĐ bị NSDLĐ đối xử

không công bằng. Việc đảm bảo thỏa ước lao động tập thể cũng phải bao gồm những lý do liên quan đến dịch bệnh hoặc hoặc các lý do hạ bậc lương và sa thải và rõ ràng, cụ thể. Trong thời kỳ khủng hoảng này, đối thoại xã hội đóng vai trò quan trọng với cả DN và NLĐ để có được giải pháp phù hợp cho cả hai bên và phòng ngừa tranh chấp lao động.

Bây là, DN cần mở rộng cơ chế cho phép NLĐ nghỉ bệnh được trả lương, trợ cấp ốm đau, nghỉ thai

sản, nghỉ chăm sóc con nhỏ hoặc gia đình do nguồn tài chính tập thể chi trả để đảm bảo thu nhập cho những người bị bệnh, bị cách ly hoặc chăm sóc trẻ em, người già hoặc các thành viên khác trong gia đình NLĐ. Một đề xuất khác là DN nên bổ sung các chế độ bảo đảm việc làm và giữ chân lao động, như giảm thời gian làm việc hay tăng trợ cấp thất nghiệp và các hình thức hỗ trợ có thời hạn khác như trợ cấp lương khi cho nghỉ tạm thời trong dịch, quyền lợi cho công nhân nghỉ để đào tạo,... ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Trần Nguyên Cường (2016). Bảo vệ quyền lợi của người lao động làm việc tại doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài theo pháp luật Việt Nam hiện hành. Luận án Tiến sĩ Luật học, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

²Viện Ngôn ngữ học (1996). Từ điển Tiếng Việt. Nxb Hồng Đức.

³Trần Nguyên Cường (2016). Bảo vệ quyền lợi của người lao động làm việc tại doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài theo pháp luật Việt Nam hiện hành. Luận án Tiến sĩ Luật học, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội (2017). *Báo cáo quan hệ lao động*, tr.22.

2. CIEM. (2009). *Cải cách chế độ tiền lương*. Thông tin chuyên đề, Hà Nội.

3. Lê Thị Thanh Bình (2021). Tác động của đại dịch Covid-19 tới lao động, việc làm ở một số nhóm dễ tổn thương. <https://vass.gov.vn/nghien-cuu-khoa-hoc-xa-hoi-va-nhan-van/Tac-dong-cua-dai-dich-Covid-19-125>

4. Cục Quan hệ lao động và Tiền lương (2020). *Tăng cường đối thoại xã hội ứng phó hiệu quả đại dịch COVID-19*. Thông tin chuyên đề.

5. Trần Nguyên Cường (2016). *Bảo vệ quyền lợi của người lao động làm việc tại doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài theo pháp luật Việt Nam hiện hành*. Luận án Tiến sĩ Luật học, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

6. Nguyễn Đức Kha (2021). Phúc lợi đối với người lao động trong các doanh nghiệp Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. *Tạp chí Công sản*, số tháng 4/2021.

7. Huỳnh Thị Kim Lan (2021). *Tác động của dịch Covid-19 đến người lao động - Dưới góc nhìn pháp lý*. Kỷ yếu Hội thảo, Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh.

8. NEU - JICA (2020). *Kiểm nghị, đánh giá các chính sách ứng phó với Covid-19 và các khuyến nghị*. Báo cáo Dự án nghiên cứu, Hà Nội.

9. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2017). *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh 2017*. Báo cáo Dự án nghiên cứu, Hà Nội.

10. Viện Ngôn ngữ học (1996). *Từ điển Tiếng Việt*. Nxb Hồng Đức.

Ngày nhận bài: 9/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/3/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. HỒ THỊ HẢI¹

2. TS. HỒ THỊ DUYÊN¹

3. LÊ TRUNG HUY¹

¹Trường Khoa học Xã hội và Nhân văn - Trường Đại học Vinh

**THE MECHANISM TO ENSURE THE RIGHTS
OF CONTRACT EMPLOYEES WORKING
FOR ENTERPRISES IN VIETNAM IN THE CONTEXT
OF THE COVID-19 PANDEMIC**

- Ph.D HO THI HAI¹
- Ph.D HO THI DUYEN¹
- LE TRUNG HUY¹

¹School of Humanities and Social Sciences,
Vinh University

ABSTRACT:

This paper studies the mechanism to ensure the rights of contract employees working for enterprises. This paper also proposes some solutions to improve the efficiency of ensuring the rights of contract employees working for enterprises in Vietnam.

Keywords: employment benefits, labour contract, COVID-19.

LOẠI TRỪ TRÁCH NHIỆM DO VI PHẠM HỢP ĐỒNG - MỘT SỐ BẤT CẬP VÀ KIẾN NGHỊ HOÀN THIỆN

● NGUYỄN TỐNG BẢO MINH

TÓM TẮT:

Thời gian qua, pháp luật về loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng (VPHĐ) ngày càng khẳng định được vị trí quan trọng đối với việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp cho các bên trong quan hệ hợp đồng. Tuy nhiên, qua những nghiên cứu về pháp luật hiện hành và việc thực hiện trong thực tiễn, các quy định trên đã bộc lộ những điểm hạn chế nhất định. Bài viết tập trung phân tích và làm rõ những bất cập còn tồn tại trong quy định của pháp luật về loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng, từ đó đưa ra một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về vấn đề này.

Từ khóa: trách nhiệm dân sự, trách nhiệm do vi phạm hợp đồng, loại trừ trách nhiệm pháp lý, vi phạm hợp đồng.

1. Đặt vấn đề

Loại trừ trách nhiệm do VPHĐ là một trong những chế định có vai trò quan trọng của pháp luật hợp đồng, giúp bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các bên trong hợp đồng trong những trường hợp VPHĐ xảy ra với tính chất đặc thù. Cũng vì điều này, việc thực hiện các quy định của pháp luật về loại trừ trách nhiệm do VPHĐ đã trở nên phổ biến trong thời gian qua, đặc biệt là trong giai đoạn bùng phát đại dịch Covid-19 với những tác động mạnh mẽ tới các quan hệ hợp đồng trong xã hội.

Cho dù pháp luật đã có sự ghi nhận tương đối đầy đủ về các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ phổ biến có thể xuất hiện trong thực tiễn, cũng như đã thể hiện được tính phù hợp với thông lệ quốc tế và các nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự. Tuy nhiên, qua thực tiễn thực hiện pháp

luật để giải quyết các VPHĐ và tranh chấp phát sinh, bên cạnh những ưu điểm trên, các quy định của pháp luật về loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng cũng đã bộc lộ những hạn chế cần nghiên cứu và khắc phục kịp thời.

2. Một số bất cập trong quy định của pháp luật về loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng

Qua nghiên cứu các quy định của pháp luật về loại trừ trách nhiệm do VPHĐ và thực tiễn thực hiện pháp luật trong vấn đề này, có thể đưa ra một số bất cập như sau:

Thứ nhất, các quy định về loại trừ trách nhiệm do VPHĐ còn thiếu thống nhất trong sử dụng thuật ngữ.

Loại trừ trách nhiệm do VPHĐ là một vấn đề pháp lý quan trọng, không chỉ được quy định trong Bộ luật Dân sự (BLDS) năm 2015, mà còn được

quy định tại nhiều văn bản pháp luật khác của lĩnh vực luật tư. Tuy nhiên, cho dù cùng quy định về một vấn đề, nhưng giữa các văn bản pháp luật trong lĩnh vực luật tư vẫn chưa đạt được sự thống nhất trong việc sử dụng thuật ngữ khi quy định về vấn đề này.

Nếu như BLDS năm 2015 dùng cụm từ “không phải chịu trách nhiệm”¹ trong các quy định về căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ thì Luật Thương mại năm 2005 lại sử dụng thuật ngữ “miễn trách nhiệm”² để thay thế cho thuật ngữ “loại trừ trách nhiệm”. Trong đó, cụm “không phải chịu trách nhiệm” được BLDS năm 2015 sử dụng đã phần nào thể hiện được bản chất không phát sinh trách nhiệm của thuật ngữ gốc, nhưng ngược lại, thuật ngữ “miễn trách nhiệm” trong Luật Thương mại năm 2005 lại chưa thực sự phù hợp với bản chất này³. Đây là một hạn chế cần sớm được khắc phục để đảm bảo tính đồng bộ của pháp luật cũng như để hạn chế sự nhầm lẫn giữa 2 khái niệm loại trừ trách nhiệm và miễn trừ trách nhiệm trong thực tiễn.

Thứ hai, các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ còn được quy định chưa thực sự toàn diện và thiếu tính tập trung.

Cho dù các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ theo pháp luật hiện hành đã tương đối đầy đủ và phù hợp, tuy nhiên trên thực tiễn vẫn tồn tại những trường hợp cần thiết phải bổ sung để bảo vệ quyền và lợi ích của các bên trong quan hệ hợp đồng. Có thể kể tới một số trường hợp bao gồm VPHĐ xảy ra do bên có quyền không áp dụng biện pháp ngăn chặn, hạn chế thiệt hại hay các VPHĐ xảy ra do bên thứ ba như trường hợp VPHĐ do bên thứ ba gây sự kiện bất khả kháng. Bên cạnh đó, các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ hiện nay được quy định còn chưa thực sự tập trung, mà còn tản mát tại nhiều chế định của BLDS. Việc quy định như vậy có thể tạo ra một số khó khăn nhất định trong nhận thức và thực hiện pháp luật trong thực tiễn.

Thứ ba, các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ chưa được quy định một cách rõ ràng.

(1) Về khái niệm sự kiện bất khả kháng: Có thể thấy BLDS năm 2015 hiện còn đang quy định tương đối sơ sài về vấn đề này khi chưa có một điều luật riêng biệt về sự kiện bất khả kháng, mà chỉ định nghĩa khái niệm này tại Điều 156 về thời gian

không tính vào thời hiệu khởi kiện vụ án dân sự, thời hiệu yêu cầu giải quyết việc dân sự. Việc quy định khái niệm sự kiện bất khả kháng như vậy trong BLDS năm 2015 còn tồn tại một số điểm chưa thực sự hợp lý khi khái niệm này được sử dụng trong rất nhiều quy định ở các chế định khác nhau của BLDS, không chỉ riêng các quy định về thời hiệu. Đồng thời, khái niệm sự kiện bất khả kháng được quy định tại Điều 156 BLDS năm 2015 còn tương đối mờ nhạt, chưa thực sự rõ ràng. Pháp luật cũng chưa làm rõ các tiêu chuẩn để đánh giá các tiêu chí như không thể lường trước được, không thể khắc phục được, mặc dù đã áp dụng mọi biện pháp cần thiết và khả năng cho phép. Do đó, việc nhận diện sự kiện bất khả kháng trên thực tế gặp phải rất nhiều khó khăn và phụ thuộc rất lớn vào sự đánh giá và ý chí của cơ quan giải quyết tranh chấp, cũng như các chủ thể khác có thẩm quyền.

(2) Về căn cứ loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ hoàn toàn do lỗi của bên có quyền: Quy định của pháp luật vẫn chưa làm rõ cách hiểu về cụm “nghĩa vụ không thực hiện được hoàn toàn do lỗi của bên có quyền” tại Điều 351 BLDS năm 2015. Điều này tạo ra trở ngại rất lớn trong việc áp dụng căn cứ loại trừ trách nhiệm này trên thực tế khi khái niệm trên mang tính cốt lõi, ảnh hưởng trực tiếp tới phạm vi bao quát của trường hợp này. Sự thiếu rõ ràng này có thể gây ra những lúng túng nhất định trong những trường hợp bên có nghĩa vụ hay bên thứ ba cũng có một phần lỗi trong vi phạm hợp đồng, mà việc giải thích căn cứ loại trừ này cũng phụ thuộc rất lớn vào nhận thức chủ quan của mỗi người.

(3) Về loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra trong tình thế cấp thiết: Quy định tại Điều 171 còn tương đối chung chung khi chỉ xác định VPHĐ trong trường hợp này không phải là hành vi xâm phạm quyền sở hữu, quyền khác đối với tài sản. Trong đó, vấn đề loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra trong tình thế cấp thiết vẫn chưa được điều luật đề cập tới một cách trực tiếp. Điều này có thể dẫn tới những quan điểm khác nhau về căn cứ loại trừ này cũng như có thể ảnh hưởng tới quyền và lợi ích hợp pháp của chủ thể gây thiệt hại trong tình thế cấp thiết cũng đồng thời là bên vi phạm hợp đồng.

Thứ tư, pháp luật vẫn chưa có quy định về điều kiện đối với thỏa thuận loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng.

Với việc quy định về căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ theo thỏa thuận của các bên, pháp luật đã thể hiện được nguyên tắc tự do, tự nguyện cam kết, thỏa thuận trong pháp luật dân sự. Tuy nhiên, BLDS năm 2015 cũng chưa đưa ra bất cứ điều kiện riêng nào đối với thỏa thuận loại trừ trách nhiệm trong hợp đồng. Do đó, hiện nay, các thỏa thuận này chỉ bị giới hạn bởi điều cấm của pháp luật và đạo đức xã hội. Từ đó có thể dẫn tới trường hợp một bên trong quan hệ hợp đồng sẽ lợi dụng thỏa thuận loại trừ trách nhiệm để trốn tránh việc thực hiện nghĩa vụ, hoặc thậm chí là cố ý gây thiệt hại cho bên kia mà không phải chịu bất cứ trách nhiệm gì⁴. Điều này có thể ảnh hưởng rất lớn tới quyền lợi của một bên cũng như tạo ra sự bất bình đẳng trong quan hệ hợp đồng.

3. Kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật về loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng

3.1. Kiến nghị chung

Thứ nhất, cần thống nhất cách sử dụng thuật ngữ pháp lý trong các quy định hiện hành về loại trừ trách nhiệm do VPHĐ trong các văn bản pháp luật thuộc hệ thống luật tư để đảm bảo tính đồng bộ của pháp luật. Đặc biệt đối với loại trừ trách nhiệm do VPHĐ khi đây là một khái niệm pháp lý tương đối phức tạp, việc đồng bộ về mặt thuật ngữ trong các quy định pháp luật càng trở nên cần thiết.

Thứ hai, cần sửa đổi cách quy định về các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ theo hướng tập trung hóa các quy định này. Việc quy định các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ một cách tản mát là một tồn tại cần thiết phải khắc phục. Trong đó, pháp luật cần quy định tập trung các căn cứ loại trừ trách nhiệm do vi phạm nghĩa vụ nói chung hay loại trừ trách nhiệm do VPHĐ nói riêng thành một nhóm các quy định trong phần nghĩa vụ và hợp đồng. Cách quy định như vậy có thể giúp nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật và giải thích pháp luật khi các căn cứ loại trừ trách nhiệm được thể hiện rõ ràng và mang tính hệ thống hơn.

Thứ ba, pháp luật cần có sự bổ sung các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ có thể xuất hiện trên

thực tế để nâng cao tính dự liệu của pháp luật, hạn chế được tình trạng lúng túng trong thực hiện quy định pháp luật khi thiếu quy chế pháp luật. Một ví dụ cho những căn cứ như vậy là trường hợp bên có quyền không áp dụng biện pháp ngăn chặn, hạn chế thiệt hại. Trong BLDS năm 2015, pháp luật đã có quy định về nghĩa vụ ngăn chặn, hạn chế thiệt hại của bên có quyền tại Điều 362, tuy nhiên vấn đề loại trừ trách nhiệm do VPHĐ trong trường hợp này vẫn chưa được quy định rõ ràng.

Vì vậy, có thể xem xét bổ sung quy định trên theo hướng khi vi phạm nghĩa vụ xảy ra, bên có quyền phải áp dụng biện pháp cần thiết, hợp lý để thiệt hại không xảy ra hoặc hạn chế thiệt hại cho mình; Trong trường hợp thiệt hại xảy ra là do bên có quyền đã không áp dụng biện pháp hợp lý để ngăn chặn hoặc hạn chế thiệt hại thì bên vi phạm nghĩa vụ không phải chịu trách nhiệm. Bên cạnh đó, cũng cần xem xét bổ sung các căn cứ loại trừ trách nhiệm có liên quan tới bên thứ ba như bên thứ ba gặp sự kiện bất khả kháng hay bên thứ ba không thực hiện được nghĩa vụ do thực hiện quyết định của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền. Những căn cứ này sẽ được phân tích kỹ hơn trong phần các kiến nghị về các căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ cụ thể.

3.2. Kiến nghị về loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra do sự kiện bất khả kháng

Thứ nhất, pháp luật cần tiếp tục hoàn thiện khái niệm sự kiện bất khả kháng theo hướng rõ ràng và hợp lý hơn, đảm bảo phù hợp với thực tiễn.

Một trong những điểm cần làm rõ trong khái niệm sự kiện bất khả kháng chính là yếu tố chủ thể của các tiêu chí nhận diện sự kiện bất khả kháng. Hiện nay, khái niệm sự kiện bất khả kháng tại Điều 156 BLDS năm 2015 đã khuyết về mặt chủ thể để xem xét các tiêu chí nhận diện sự kiện bất khả kháng. Theo đó, chủ thể ở đây có lẽ sẽ phù hợp hơn nếu được xác định là các bên trong quan hệ pháp luật mà không phải một bên thứ ba khác. Đồng thời, pháp luật cũng cần nhanh chóng khắc phục những điểm chưa thực sự phù hợp trong cấu trúc khi quy định khái niệm sự kiện bất khả kháng trong một điều luật về thời gian không tính vào thời hiệu khởi kiện vụ án dân sự, thời hiệu yêu cầu giải quyết

việc dân sự. Sự kiện bất khả kháng là một khái niệm pháp lý được viện dẫn bởi rất nhiều quy định trong các chế định khác nhau của pháp luật dân sự, do đó cần thiết phải có một quy định riêng về khái niệm này để nâng cao tính khoa học và logic trong thiết kế các quy định của pháp luật, tạo tiền đề thuận lợi hơn cho hoạt động nghiên cứu và thực hiện pháp luật.

Tuy nhiên, sửa đổi bổ sung các quy định của pháp luật không phải là một quá trình có thể diễn ra trong thời gian ngắn, mà đòi hỏi phải có sự nghiên cứu chuyên sâu và có sự đầu tư lớn về nguồn lực. Do đó, trong giai đoạn ngắn hạn, cơ quan nhà nước có thẩm quyền có thể xem xét đưa ra những văn bản hướng dẫn áp dụng quy định về sự kiện bất khả kháng để có thể đảm bảo tính thống nhất và chính xác trong giải quyết những tranh chấp còn tồn tại trong thời gian qua. Từ đó đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp cho các bên trong quan hệ hợp đồng cũng như để tạo cơ sở cho việc xây dựng án lệ. Đây là một kinh nghiệm đã được rất nhiều quốc gia trên thế giới áp dụng trong thời gian qua mà tiêu biểu là Trung Quốc với 3 văn bản hướng dẫn áp dụng quy định về sự kiện bất khả kháng do Tối cao Nhân dân Pháp viện Trung Quốc ban hành, góp phần đáng kể trong việc định hướng giải quyết các tranh chấp về sự kiện bất khả kháng một cách kịp thời⁵.

Thứ hai, cần bổ sung nghĩa vụ thông báo để được loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra do sự kiện bất khả kháng.

Hiện nay, nghĩa vụ thông báo của bên có nghĩa vụ trước bên có quyền khi họ không thể thực hiện đúng nghĩa vụ do sự kiện bất khả kháng đang dần được chấp nhận bởi nhiều quốc gia trên thế giới cũng như trong thực tiễn giao kết, thực hiện hợp đồng. Nghĩa vụ thông báo khi sự kiện bất khả kháng xảy ra đóng vai trò quan trọng trong việc giúp bên có quyền có thể hạn chế tối đa thiệt hại xảy ra do VPHĐ và đồng thời cũng là sự thể hiện của nguyên tắc thiện chí trong pháp luật dân sự. Theo đó, có thể bổ sung nghĩa vụ thông báo trong quy định về vấn đề này theo hướng bên có nghĩa vụ không thực hiện đúng nghĩa vụ do sự kiện bất khả kháng phải kịp thời thông báo trong một thời

hạn hợp lý cho bên có quyền để ngăn chặn hoặc hạn chế thiệt hại có thể xảy ra.

Thứ ba, cần bổ sung căn cứ loại trừ trách nhiệm do người thứ ba gặp sự kiện bất khả kháng.

VPHĐ do bên thứ ba gặp sự kiện bất khả kháng mà bên thứ ba này có mối quan hệ hợp đồng đối với bên có nghĩa vụ là một thực trạng phổ biến trong thời gian qua và bên có nghĩa vụ chưa thể tìm được quy chế pháp lý phù hợp để có thể bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình trong trường hợp này⁶. Đây cũng là một căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ đã được ghi nhận từ rất sớm trong Công ước Viên năm 1980 về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế Điều 79 Công ước Viên năm 1980 về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế⁷. Theo đó, có thể quy định loại trừ trách nhiệm do VPHĐ cho bên có nghĩa vụ nếu việc bên thứ ba gặp sự kiện bất khả kháng thỏa mãn các điều kiện sau: (i) Giữa bên có nghĩa vụ và bên thứ ba phải tồn tại quan hệ hợp đồng từ trước khi VPHĐ xảy ra; (ii) Việc bên thứ ba không thực hiện được đúng nghĩa vụ do sự kiện bất khả kháng phải là nguyên nhân trực tiếp dẫn tới VPHĐ của bên có nghĩa vụ; (iii) Bên thứ ba phải được loại trừ trách nhiệm trước bên có nghĩa vụ do việc không thực hiện đúng nghĩa vụ xảy ra do sự kiện bất khả kháng. Do đó, cần thiết phải khắc phục thực trạng trên thông qua việc bổ sung trường hợp này là một căn cứ loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng.

3.3. Kiến nghị về loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra hoàn toàn do lỗi của bên có quyền

Loại trừ trách nhiệm đối với các VPHĐ xảy ra do lỗi của bên có quyền là rất quan trọng để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp cho bên có nghĩa vụ cũng như để hạn chế sự lạm dụng các quy định về trách nhiệm dân sự do vi phạm nghĩa vụ. Tuy nhiên, cách quy định còn thiếu rõ ràng “nghĩa vụ không thực hiện được là hoàn toàn do lỗi của bên có quyền” đã tạo ra nhiều quan điểm khác nhau về phạm vi các trường hợp loại trừ của căn cứ này. Do vậy, cần thiết phải làm rõ nội dung này để thống nhất cách hiểu trong nghiên cứu và thực hiện pháp luật. Trên thực tiễn, hoàn toàn có thể xuất hiện trường hợp một nghĩa vụ không thể thực hiện được là do lỗi cả của từ phía bên có nghĩa vụ lẫn bên có quyền. Nếu như đối

với trách nhiệm bồi thường thiệt hại do VPHĐ, Điều 363 BLDS năm 2015 đã quy định về loại trừ trách nhiệm bồi thường thiệt hại tương ứng với mức độ lỗi của bên có quyền cho bên có nghĩa vụ thì đối với những trách nhiệm khác do VPHĐ mà đặc biệt là trách nhiệm chịu phạt vì phạm lại chưa có quy định nào điều chỉnh về vấn đề loại trừ trách nhiệm trong trường hợp như trên. Vì vậy, để đảm bảo tính dự liệu của pháp luật cũng như để phù hợp với những quy định khác của BLDS, pháp luật nên làm rõ căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ này theo hướng bao quát được cả trường hợp VPHĐ xảy ra do lỗi của cả bên có quyền lẫn bên có nghĩa vụ, cũng như bao quát cả các trách nhiệm dân sự khác do VPHĐ ngoài trách nhiệm bồi thường thiệt hại.

Bên cạnh đó, trường hợp hỗn hợp lỗi với lỗi của bên thứ ba cũng cần thiết được pháp luật dự liệu. Tuy nhiên, hiện nay, các quan điểm loại trừ trách nhiệm do VPHĐ trong những trường hợp này cũng chưa thực sự thống nhất và rõ ràng. Do vậy, cần thiết phải bổ sung quy định để làm rõ quan điểm về trách nhiệm trong trường hợp VPHĐ xảy ra có lỗi của bên thứ ba để tránh xảy ra những lúng túng trong thực tiễn áp dụng pháp luật.

3.4. Kiến nghị về loại trừ trách nhiệm do VPHĐ theo thỏa thuận của các bên

Đối với loại trừ trách nhiệm do VPHĐ theo thỏa thuận của các bên, cần bổ sung các điều kiện để

các thỏa thuận loại trừ trách nhiệm được công nhận hoặc được áp dụng. Với việc pháp luật chưa đưa ra bất cứ điều kiện nào cho các thỏa thuận về vấn đề này, trên thực tiễn có thể xuất hiện những trường hợp một bên lợi dụng điều này để trốn tránh trách nhiệm, gây ra sự bất bình đẳng trong quan hệ hợp đồng. Do đó, để có thể bảo vệ tốt hơn quyền và lợi ích của các bên trong hợp đồng cũng như bên thứ ba và để thể hiện rõ hơn nguyên tắc thiện chí, pháp luật có thể bổ sung những điều kiện như thỏa thuận chỉ được áp dụng đối với những vi phạm xảy ra do lỗi vô ý hoặc các bên không được thỏa thuận loại trừ trách nhiệm do vi phạm điều kiện cơ bản của hợp đồng.

3.5. Kiến nghị về loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra trong tình thế cấp thiết

Đối với loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra trong tình thế cấp thiết, cần quy định một cách rõ ràng, cụ thể hơn về căn cứ này. Hiện nay, quy định về tình thế cấp thiết cũng đã thể hiện được những nội dung về loại trừ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng. Tuy nhiên, quy định trên vẫn còn rất chung chung, gây ra những cách hiểu không thống nhất, dẫn tới những khó khăn trong thực tiễn áp dụng. Do đó, pháp luật cần bổ sung quy định cụ thể về loại trừ trách nhiệm khi VPHĐ xảy ra trong tình thế cấp thiết, để tạo cơ sở pháp lý vững chắc cho căn cứ loại trừ trách nhiệm do VPHĐ trên ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Điều 351 Bộ luật Dân sự năm 2015.

² Điều 294 Luật Thương mại năm 2005.

³ Nguyễn Mạnh Linh (2018). Loại trừ trách nhiệm bồi thường thiệt hại do vi phạm nghĩa vụ trong hợp đồng theo pháp luật Việt Nam, Luận văn thạc sĩ luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, tr.15.

⁴ Đinh Hồng Ngân (2006). Trách nhiệm dân sự trong hợp đồng, Luận văn thạc sĩ luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, tr.33-35.

⁵ Qiao Liu (2020). Covid-19 in Civil or Commercial Dispute: First Responses from Chinese Courts, <<https://academic.oup.com/cjcl/article/8/2/485/5899311>>.

⁶ Vũ Long (2021). Doanh nghiệp “đau đầu” vì thiếu nguyên liệu trả đơn hàng xuất khẩu, <<https://laodong.vn/kinh-te/doanh-nghiep-dau-dau-vi-thieu-nguyen-lieu-tra-don-hang-xuat-khau-955848.laod>>.

⁷ Điều 79 Công ước Viên năm 1980 về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2015), *Bộ luật Dân sự*.
2. Quốc hội (2005), *Luật Thương mại*.
3. Công ước Viên năm 1980 về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế.
4. Nguyễn Mạnh Linh (2018). *Loại trừ trách nhiệm bồi thường thiệt hại do vi phạm nghĩa vụ trong hợp đồng theo pháp luật Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, tr.15.
5. Đinh Hồng Ngân (2006). *Trách nhiệm dân sự trong hợp đồng*, Luận văn thạc sĩ luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, tr.33-35.
6. Qiao Liu. (2020). Covid-19 in Civil or Commercial Dispute: First Responses from Chinese Courts, <<https://academic.oup.com/cjcl/article/8/2/485/5899311>>.
7. Vũ Long (2021). Doanh nghiệp “đau đầu” vì thiếu nguyên liệu trả đơn hàng xuất khẩu, truy cập tại: <<https://laodong.vn/kinh-te/doanh-nghiep-dau-dau-vi-thieu-nguyen-lieu-tra-don-hang-xuat-khau-955848.lido>>.

Ngày nhận bài: 11/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 29/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

NGUYỄN TỔNG BẢO MINH

Sinh viên Trường Đại học Luật Hà Nội

**EXEMPTION FROM LIABILITY FOR BREACH OF CONTRACT
- INADEQUACIES AND RECOMMENDATIONS
FOR IMPROVEMENT**

● **NGUYEN TONG BAO MINH**

Student, Hanoi Law University

ABSTRACT:

In recent years, the role of regulations on the exemption from liability for breach of contract has been increasingly affirmed in protecting the legitimate rights and interests of the parties in the contractual relationship. However, researches and practical implementation show that current regulations have revealed certain limitations. This paper analyzes shortcomings in current regulations on the exemption from liability for breach of contract. Based on the paper's findings, some recommendations are made to improve these regulations.

Keywords: civil liability, liability for breach of contract, exemption from liability, breach of contract.

BẢO VỆ KHÁCH HÀNG TRƯỚC HÀNH VI NHẮC NỢ TRƯỚC HẠN CỦA CÔNG TY TÀI CHÍNH TRONG HỢP ĐỒNG VAY TÍN CHẤP

● LÊ THỊ KIM LINH TUYỀN

TÓM TẮT:

Hiện nay, một số công ty tài chính đã lợi dụng kẽ hở của pháp luật về quy định nhắc nợ trước hạn để gây áp lực tâm lý, quấy nhiễu, đe dọa bằng cách nhiều lần gọi điện, gửi tin nhắn trong nhiều ngày liên tục, buộc khách hàng phải trả nợ trước hạn so với thời hạn trả nợ được hai bên thỏa thuận và cam kết trong hợp đồng. Bài viết tập trung phân tích các quy định của pháp luật, chỉ rõ nguyên nhân và thực trạng tồn tại, qua đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện quy định của pháp luật, góp phần mang lại quyền lợi cho khách hàng, đồng thời củng cố niềm tin, uy tín, thương hiệu của công ty tài chính đối với khách hàng trong thời gian tới.

Từ khóa: công ty tài chính, nhắc nợ trước hạn, hợp đồng vay tín chấp, gọi điện nhắc nợ.

1. Quy định của pháp luật về hợp đồng vay tiền theo hình thức tín chấp và hành vi nhắc nợ trước hạn của công ty tài chính

Nhắc nợ trước hạn là một biện pháp của các công ty tài chính (CTTC) nhằm thu hồi đúng, đủ số tiền gốc và lãi đã được giải ngân trong hợp đồng vay tiêu dùng theo hình thức tín chấp. Biện pháp đôn đốc, nhắc nợ trước hạn của CTTC được pháp luật quy định và cho phép thực hiện. Tuy nhiên, từ thực tiễn áp dụng pháp luật cho thấy, vẫn còn nhiều bất cập từ các quy định này. Từ đó, một số CTTC đã lợi dụng vào các kẽ hở, thiếu sót này để nhắc nợ trước hạn đối với khách hàng bằng những hành vi như gây áp lực về tâm lý, quấy

nhiều, đe dọa với phương thức gọi điện nhiều lần trong một ngày và thực hiện nhiều ngày liên tục vào những khung giờ nhạy cảm. Chính điều này làm cho khách hàng cảm thấy bất an nên phải trả nợ trước hạn so với thời hạn thanh toán được hai bên thỏa thuận trong hợp đồng. Để nhận diện đúng những bất cập và bản chất pháp lý từ quy định của pháp luật về vấn đề này, cần hiểu rõ một số vấn đề sau:

1.1. Hợp đồng vay tiêu dùng theo hình thức tín chấp

Theo quy định tại Điều 463 Bộ luật Dân sự năm 2015 (BLDS), hợp đồng vay tài sản là sự thỏa thuận giữa các bên, theo đó bên cho vay giao tài

sản cho bên vay; khi đến hạn trả, bên vay phải hoàn trả cho bên cho vay tài sản cùng loại theo đúng số lượng, chất lượng và chỉ phải trả lãi nếu có thỏa thuận hoặc pháp luật có quy định.

Khoản 1 Điều 3 Thông tư số 43/2016/TT-NHNN ngày 30/12/2016 của Ngân hàng Nhà nước, quy định cho vay tiêu dùng của công ty tài chính (Thông tư 43/2016/TT-NHNN) nêu rõ: “Cho vay tiêu dùng là việc công ty tài chính cho vay bằng đồng Việt Nam đối với khách hàng là cá nhân nhằm đáp ứng nhu cầu vốn mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng của khách hàng, gia đình của khách hàng đó với tổng dư nợ cho vay tiêu dùng đối với một khách hàng tại công ty tài chính đó không vượt quá 100.000.000 đồng (một trăm triệu đồng)...”.

Như vậy, trường hợp bên cho vay là CTTC, khách hàng là cá nhân, mục đích vay là vay chi cho tiêu dùng và hình thức vay là tín chấp thì phải chịu sự điều chỉnh trực tiếp của Thông tư số 43/2016/TT-NHNN và Thông tư số 18/2019/TT-NHNN ngày 04/11/2019 của Ngân hàng Nhà nước về sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 43/2016/TT-NHNN (Thông tư số 18/2019/TT-NHNN). Đối với lãi suất cho vay của CTTC cũng không áp dụng lãi suất theo quy định của BLDS mà áp dụng theo quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều 9 Thông tư số 43/2016/TT-NHNN và khoản 12 Điều 1 Thông tư số 18/2019/TT-NHNN, vì hoạt động của CTTC là đối tượng điều chỉnh của Luật Các tổ chức tín dụng.

Vay tiền theo hình thức tín chấp được hiểu là hình thức cho vay tiền không có tài sản đảm bảo. Theo đó, bên cho vay là các CTTC chỉ căn cứ và đánh giá khả năng trả nợ của bên vay dựa trên uy tín của khách hàng để xem xét và quyết định cho vay hay không, nếu cho vay thì hạn mức cho vay là bao nhiêu. Tiêu chí để đánh giá uy tín của khách hàng, CTTC chỉ có thể dựa vào thông tin cá nhân, mối quan hệ nhân thân, như: Nơi ở, tuổi tác, nghề nghiệp, trình độ học vấn, quan hệ ruột thịt, bạn bè.... Ngoài ra, CTTC còn căn cứ vào các loại giấy tờ mà bên vay đang sở hữu như giấy phép lái

xe, căn cước công dân, hóa đơn điện, nước... Từ đó xem xét, đánh giá khả năng trả nợ của bên vay để đi đến quyết định có xác lập và giao kết hợp đồng cho vay hay không. Như vậy, vay tín chấp thực chất là thế chấp bằng uy tín của người vay để thay cho tài sản đảm bảo nghĩa vụ trả nợ của họ.

Rõ ràng loại hình cho vay này cũng có nhiều ưu điểm, như: thủ tục đơn giản, nhanh chóng, bên vay không cần phải có tài sản đảm bảo, hạn mức vay phù hợp với hoạt động tiêu dùng và khả năng trả nợ của khách hàng là cá nhân, nhất là trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 tác động tiêu cực đến sức khỏe và kinh tế của nhiều gia đình như thời gian qua. Tuy nhiên, loại hình cho vay này cũng tiềm ẩn không ít rủi ro, bất lợi cho cả bên vay và bên cho vay. Khi cho vay không có tài sản đảm bảo, khả năng thu hồi vốn của CTTC với những khách hàng không có khả năng trả nợ hoặc cố tình không trả nợ là rất khó khăn. Từ những băn khoăn trên cùng với tâm lý và mục tiêu đề ra là đạt tỷ lệ thu hồi nợ càng cao càng tốt, một số CTTC đã có những hành vi nhắc nợ trước hạn mang tính chất đe dọa, ép buộc hoặc quấy rối khách hàng làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động bình thường của họ, bất chấp quy định của pháp luật.

1.2. Quy định pháp luật về nhắc nợ trước hạn của các CTTC

Khoản 7 Điều 1 Thông tư 18/2019/TT-NHNN quy định: “Biện pháp đôn đốc, thu hồi nợ phù hợp với đặc thù của khách hàng, quy định của pháp luật và không bao gồm các biện pháp đe dọa đối với khách hàng, trong đó số lần nhắc nợ tối đa 5 (năm) lần/1 (một) ngày, hình thức nhắc nợ, thời gian nhắc nợ do các bên thỏa thuận trong hợp đồng vay tiêu dùng nhưng phải trong khoảng thời gian từ 7 (bảy) giờ đến 21 (hai mươi một) giờ; không nhắc nợ, đòi nợ, gửi thông tin về việc thu hồi nợ của khách hàng đối với tổ chức, cá nhân không có nghĩa vụ trả nợ cho công ty tài chính, trừ trường hợp có yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền theo quy định của pháp luật; bảo mật thông tin của khách hàng theo quy định của pháp luật”.

Theo quy định trên thì biện pháp đôn đốc, thu hồi nợ, nhắc nợ của CTTC phải thỏa mãn đồng thời các đặc điểm và điều kiện sau:

Một là, việc đôn đốc, thu hồi nợ do các bên thỏa thuận, nhưng sự thỏa thuận đó phải nằm trong khuôn khổ quy định của pháp luật. Mọi hành vi đôn đốc, thu hồi nợ, nhắc nợ của CTTC đối với khách hàng vượt ra ngoài phạm vi quy định của pháp luật là hành vi trái pháp luật và sẽ bị xử lý theo tính chất mức độ cụ thể.

Hai là, việc đôn đốc, thu hồi nợ của CTTC phải phù hợp với đặc thù của khách hàng và không sử dụng hành vi đe dọa, cưỡng bức đối với khách hàng. Pháp luật không quy định một cách cụ thể và rõ ràng như thế nào là đặc thù của khách hàng. Tuy nhiên, theo quan điểm của tác giả thì đặc thù của khách hàng ở đây có nghĩa là đặc thù về công việc của khách hàng và đặc thù về lịch sử trả nợ của khách hàng.

Theo đó, từ những thông tin trong hợp đồng, CTTC sẽ nắm rõ những khách hàng đặc thù như lao động trong môi trường mà công việc không thể nghe điện thoại trong khi làm việc như công nhân, giáo viên hoặc những người thường xuyên di chuyển trên đường thì CTTC không được nhắc nợ và làm ảnh hưởng đến công việc của khách hàng trong khoảng thời gian đó. Một loại đặc thù khác cần bàn đến, đó là lịch sử trả nợ của khách hàng. Nếu khách hàng trả nợ đúng thời hạn và đủ số lượng theo cam kết trong hợp đồng thì CTTC không được nhắc nợ trước hạn đối với khách hàng đó vào các kỳ tiếp theo nữa.

Ba là, số lần nhắc nợ nhiều nhất của CTTC đối với khách hàng trong 1 ngày là 5 lần và phải được thực hiện trong khoảng thời gian từ 7 giờ đến 21 giờ cùng ngày hôm đó.

Bốn là, không được nhắc nợ, đòi nợ, gửi thông tin về việc thu hồi nợ đối với tổ chức, cá nhân không có nghĩa vụ trả nợ cho CTTC trừ các trường hợp luật định. Như vậy, pháp luật quy định rõ, chủ thể nào xác lập và giao kết hợp đồng với CTTC thì chủ thể đó có nghĩa vụ trả nợ. Những chủ thể còn lại tuy có tên trong hợp đồng chỉ có giá trị cho

CTTC tham chiếu về thông tin cá nhân cũng như quan hệ nhân thân của khách hàng; loại chủ thể này chỉ làm tăng thêm mức tín nhiệm của CTTC đối với khách hàng mong muốn giao kết hợp đồng, để từ đó CTTC quyết định có cho khách hàng vay hay không và nếu có thì định mức cho vay là bao nhiêu mà thôi. Điều đó cũng có nghĩa là những cá nhân, tổ chức tuy có tên trong hợp đồng vay, nhưng không trực tiếp ký hợp đồng thì họ không có nghĩa vụ trả nợ và tất nhiên CTTC không được gọi điện, nhắn tin để đôn đốc, nhắc nợ, thu hồi nợ đối với loại chủ thể này.

Năm là, trong quá trình đàm phán, xác lập, thực hiện hợp đồng, cũng như sau khi kết thúc hợp đồng, CTTC phải bảo mật thông tin của khách hàng; không được mua, bán, chia sẻ thông tin khách hàng của mình cho các tổ chức, cá nhân khác với bất kỳ lý do gì.

2. Thực trạng áp dụng và một số bất cập từ quy định pháp luật trong việc bảo vệ khách hàng trước hành vi nhắc nợ trước hạn từ các công ty tài chính

2.1. Thực trạng áp dụng quy định pháp luật

Thực tế thời gian qua cho thấy, đã có những khách hàng tuy có lịch sử trả nợ tốt, đúng thời hạn, đủ số lượng, nhưng vẫn bị CTTC đôn đốc, nhắc trả nợ trước hạn so với thỏa thuận trong hợp đồng vay từ 5 đến 7 ngày. Rõ ràng đây là một bất tiện không nhỏ dành cho khách hàng; nhất là các khách hàng làm việc trong môi trường đặc thù, thì việc gọi điện theo kiểu “cưỡng bức” tâm lý đã gây nhiều ức chế, cũng như ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng công việc và hoạt động bình thường của họ.

Văn hóa ứng xử, lời lẽ, ngôn từ diễn đạt của một số nhân viên nhắc nợ của một số CTTC vẫn còn hạn chế, thậm chí có nhân viên còn có hành vi áp đặt, thách thức, răn đe tâm lý, hù dọa đánh nợ xấu, khởi kiện ra tòa án khi nhắc nợ trước hạn, buộc khách hàng phải trả tiền lãi và gốc trước hạn so với thời hạn trả nợ được cam kết trong hợp đồng.

Thậm chí, một số CTTC vẫn còn gọi điện nhắc nợ người thân của khách hàng bằng cách sử dụng

số điện thoại tham chiếu người thân của khách hàng, được khai trong hồ sơ từ khi xác lập hợp đồng. Rõ ràng đây là hành vi trái pháp luật cần phải được xử lý. Tinh vi hơn, có CTTC cài đặt phần mềm nhắc nợ bằng cách sử dụng robot ghi âm và phát tự động khi gọi đến khách hàng. Điều này làm cho khách hàng rất ức chế, vì chỉ biết nghe robot nhắc nợ trước hạn, mà không thể phản hồi thông tin trở lại một cách trực tiếp khi có nội dung chưa hợp lý.

2.2. Một số bất cập từ quy định của pháp luật

Từ những quy định của pháp luật và thực tiễn nêu trên, tác giả cho rằng, quy định của pháp luật hiện hành điều chỉnh hành vi nhắc nợ trước hạn của CTTC đối với khách hàng vẫn còn bất cập, chưa thực sự hướng đến bảo vệ quyền lợi tối đa cho khách hàng là những người yếu thế trong hợp đồng vay tiêu dùng. Cụ thể:

Một là, quy định về hành vi nhắc nợ của CTTC đối với khách hàng chưa thực sự tường minh. Bởi vì, khi hai bên đã cam kết trong hợp đồng về thời hạn trả nợ thì phải thực hiện theo cam kết của hợp đồng theo nguyên tắc của giao dịch dân sự. Chưa đến thời hạn trả theo cam kết thì không xem đó là nợ và khi không xem đó là nợ thì không được nhắc nợ vì chưa bên nào của chủ thể hợp đồng vi phạm nghĩa vụ theo hợp đồng. Do đó, hành vi nhắc nợ nhiều lần trong một ngày hoặc thậm chí có thể được CTTC thực hiện nhiều lần trong nhiều ngày liên tục như vậy về bản chất là hành vi quấy nhiễu khách hàng. Mặt khác, nếu khách hàng không trả nợ, hoặc chậm trả nợ thì đã có nhiều chế tài khác để xử lý, như: Phạt lãi chậm trả, đưa vào nhóm nợ xấu hoặc khởi kiện ra tòa án có thẩm quyền theo quy định của BLDS và Bộ luật Tố tụng dân sự.

Hai là, quy định về số lần tối đa được nhắc nợ trong 1 ngày 5 lần và được thực hiện trong khoảng từ từ 7 giờ đến 21 giờ cùng ngày hôm đó là không có cơ sở. Bởi vì, trên thực tế, đã có những khách hàng mặc dù chưa chậm trả theo cam kết trong hợp đồng bất kỳ một kỳ trả nợ nào, tuy chưa đến hạn, nhưng họ phải nghe 5 cuộc điện thoại nhắc nợ trong 1 ngày từ nhân viên của CTTC thì rõ ràng

đây là điều bất tiện. Mặt khác, theo quy định của Bộ luật Lao động hiện hành, trong 1 ngày làm việc, người lao động được nghỉ giữa ca, nghỉ ăn trưa... Tuy nhiên, trong khoảng thời gian này họ vẫn bị nhân viên của CTTC gọi điện làm phiền. Do đó, nếu giữ nguyên quy định này, CTTC sẽ lợi dụng “kẽ hở” để quấy nhiễu khách hàng, gây áp lực tâm lý buộc khách hàng trả nợ trước hạn mà không hề bị xử lý là một vấn đề bất cập cần được tháo gỡ.

Ba là, Thông tư 18/2019/TT-NHNN cũng chưa quy định cụ thể thời gian nhắc nợ trước hạn mà CTTC được thực hiện trước thời hạn cam kết trả nợ trong hợp đồng là bao nhiêu ngày. Nếu bỏ sót điều này, CTTC có thể nhắc nợ trong suốt 30 ngày của kỳ trả nợ mà không vi phạm và không thể xử lý CTTC cho hành vi quấy nhiễu đó được; lúc đó khách hàng là người chịu thiệt từ quy định của pháp luật.

3. Một số kiến nghị hoàn thiện

Từ những cơ sở nêu trên, tác giả kiến nghị sửa đổi quy định của pháp luật về hành vi nhắc nợ của CTTC đối với khách hàng theo 1 trong 2 hướng sau:

Hướng thứ nhất: Bỏ quy định hiện hành về hành vi nhắc nợ trước hạn của CTTC đối với khách hàng, đồng thời bổ sung quy định cấm gọi điện nhắc nợ trước hạn mà chỉ gửi 1 tin nhắn thông báo số tiền lãi và gốc sắp đến hạn mà khách hàng phải trả trước 15 giờ vào 3 ngày sau kể từ ngày nhận được tin nhắn.

Lý do: Theo quan điểm của tác giả, hợp đồng vay tiêu dùng theo hình thức tính chấp về bản chất cũng là một hợp đồng dân sự. Do vậy, khi khách hàng là 1 bên của chủ thể hợp đồng chưa vi phạm nghĩa vụ trả nợ theo thời hạn đã được 2 bên cam kết trong hợp đồng thì không có lý do gì để chủ thể còn lại (CTTC) can thiệp, tác động bằng những hành vi quấy nhiễu nhiều lần trong nhiều ngày ảnh hưởng đến đời sống tinh thần và xâm phạm đến quyền riêng tư của khách hàng.

Mặt khác, khi pháp luật cấm CTTC nhắc nợ trước hạn thì không còn cơ hội cho 2 bên chủ thể của hợp đồng vay tín chấp thỏa thuận điều khoản

nhắc nợ trong hợp đồng vì vi phạm điều cấm của Luật. Trên thực tế, bên đi vay luôn là bên yếu thế, vì cần vốn để kinh doanh, cần tiền để chi cho hoạt động tiêu dùng của cá nhân và gia đình. Nắm được yếu điểm này của khách hàng, CTTC thường ràng buộc điều khoản chấp nhận sự đôn đốc, nhắc nợ trước hạn của CTTC đối với khách hàng thì mới chấp nhận giải ngân cho khoản vay. Cũng cần phải thấy rõ, hiện nay không phải tất cả các CTTC đều có hành vi nhắc nợ trước hạn theo kiểu gây áp lực, quấy nhiễu khách hàng. Hành vi này đối với các ngân hàng hầu như không diễn ra, mặc dù cùng thực hiện hợp đồng cho vay tiêu dùng theo hình thức tín chấp, thế nhưng tỷ lệ thu hồi nợ của họ cũng không hề thấp.

Do vậy, những luận cứ trên cần được nhìn nhận thấu đáo và toàn diện để sửa đổi, bổ sung các quy định của pháp luật, nhằm bảo vệ tối đa quyền lợi của khách hàng, đồng thời làm minh bạch, khách quan và công bằng thị trường tín dụng trong thời kỳ hội nhập.

Hướng thứ hai: Cho phép CTTC nhắc nợ khách hàng của mình khi chưa đến hạn thanh toán. Tuy nhiên, bổ sung quy định hiện hành thế nào là đặc thù của khách hàng; sửa đổi số lần nhắc nợ chỉ được 2 lần (bao gồm cả việc gửi tin nhắn và gọi điện thoại cho khách hàng) trong vòng 3 (ba) ngày trước ngày đến hạn thanh toán. Thời gian gọi điện, gửi tin nhắn trong khoảng 8 giờ sáng đến 19 giờ tối cùng ngày và không được sử dụng công nghệ gọi thoại tự động từ robot. Không được phép nhắc nợ đối với khách hàng không chậm trả của kỳ thanh toán liền kề trước đó bằng bất kỳ hình thức gì.

Hoặc, sửa đổi chế tài xử phạt đối với hành vi sử dụng thông tin số để đe dọa, quấy nhiễu người khác quy định tại điểm g khoản 3 Điều 102 Nghị định 15/NĐ-CP theo hướng tăng mức xử phạt. Cụ thể: Quy định mức xử phạt hiện hành đối với hành vi này cho tổ chức là từ 10.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng. Rõ ràng, mức xử phạt này còn chưa đủ sức răn đe đối với các CTTC và cũng chưa tương xứng với những thiệt hại về vật chất, tinh thần mà CTTC đã gây ra đối với khách hàng; chưa kể đến hoạt động thu thập chứng cứ chứng minh hành vi vi phạm và chi phí đi lại nộp đơn khiếu tố của khách hàng đối với CTTC có hành vi vi phạm. Do vậy, quan điểm của tác giả là tăng mức xử phạt lên gấp 5 lần so với quy định hiện hành. Tức là xử phạt từ 50.000.000 đồng đến 100.000.000 đồng đối với hành vi sử dụng thông tin số để đe dọa, quấy nhiễu người khác.

4. Kết luận

Để hoạt động cho vay tiêu dùng theo hình thức tín chấp của CTTC mang lại hiệu quả cao và có tính chiều sâu, tạo động lực phát triển kinh tế cá thể và tạo điều kiện cho người dân có điều kiện khắc phục khó khăn do tác động của dịch bệnh Covid-19 như hiện nay, chính sách pháp luật về cho vay tiêu dùng theo hình thức tín chấp của các CTTC cần được các cơ quan hữu quan cân nhắc và xem xét kỹ lưỡng. Từ đó, cần nhìn nhận, tiếp thu và thay đổi để phù hợp với thực tiễn của hoạt động này, tạo điều kiện tốt nhất để bảo vệ khách hàng, đồng thời nâng cao uy tín, hiệu quả trong hoạt động cho vay của CTTC, cũng như niềm tin vào hiệu lực, hiệu quả quản lý, điều hành của Nhà nước trong lĩnh vực này ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2015), *Bộ luật Dân sự năm 2015*.
2. Quốc hội (2015), *Bộ luật Tố tụng dân sự năm 2015*.
3. Chính phủ (2020), *Nghị định 15/2020/NĐ-CP ngày 03/02/2020 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử*.

4. Ngân hàng Nhà nước (2016), *Thông tư 43/2016/TT-NHNN* ngày 30/12/2016, quy định cho vay tiêu dùng của công ty tài chính.

5. Ngân hàng Nhà nước (2019), *Thông tư 18/2019/TT-NHNN* ngày 04/11/2019 sửa đổi, bổ sung một số điều của *Thông tư số 43/2016/TT-NHNN* ngày 30/12/2016 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định cho vay tiêu dùng của công ty tài chính.

Ngày nhận bài: 8/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 01/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/4/2022

Thông tin tác giả:

LÊ THỊ KIM LINH TUYỀN

Công ty Luật Nghiêm và Chính

PROTECTING BORROWERS AGAINST EARLY DEBT REMINDERS OF FINANCIAL COMPANIES ABOUT UNSECURED LOAN CONTRACTS

● **LE THI KIM LINH TUYEN**

Nghiem & Chinh Law Firm

ABSTRACT:

Some financial companies have taken advantage of the loophole in the law to send many early debt reminders including texting and calls which put psychological pressure on borrowers and force them to pay their debts before the due date. This paper analyzes current provisions, and points out the causes and the current situation of this issue. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to improve the effectiveness of provisions to better protect the rights and legitimate interests of borrowers, and also strengthen the trust, reputation and brand of financial companies in the coming time.

Keywords: financial companies, early debt reminders, unsecured loan contracts, debt reminder calls.

TĂNG CƯỜNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỦY SẢN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU ĐẾN NĂM 2025

● NGUYỄN THỊ LỆ

TÓM TẮT:

Việt Nam đã có đề án phát triển ngành Thủy sản và xuất khẩu thủy sản đến năm 2025. Tuy nhiên thời gian qua, việc xuất khẩu mặt hàng này sang các thị trường lớn, trong đó có EU gặp không ít khó khăn, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, thông tin thị trường ít, điều kiện nuôi trồng thủy sản của Việt Nam còn hạn chế, còn tình trạng dư lượng kháng sinh trong sản phẩm vượt ngưỡng cho phép,... Thực tế đó cho thấy việc phát huy tốt vai trò của xúc tiến thương mại (XTTM) nhà nước là rất cần thiết. Qua bài viết, tác giả sẽ làm rõ những vấn đề liên quan đến XTTM nhà nước đối với sản phẩm thủy sản Việt Nam ở EU. Đồng thời, tác giả đề xuất một số giải pháp về XTTM nhà nước đối với sản phẩm này ở thị trường EU đến năm 2025.

Từ khóa: xúc tiến thương mại nhà nước, thủy sản xuất khẩu, Việt Nam, EU.

1. Đặt vấn đề

XTTM nói chung và XTTM nhà nước nói riêng có tác động tích cực đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa thông qua định hướng sản xuất; tìm kiếm, cung cấp thông tin về thị trường xuất khẩu; quảng bá hình ảnh sản phẩm ở nước ngoài; tổ chức hội chợ, triển lãm; hỗ trợ đào tạo, phát triển nguồn nhân lực,... Thời gian qua, Nhà nước luôn quan tâm định hướng và đưa ra những giải pháp về XTTM để có thể đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm này sang các thị trường lớn như EU. Đặc biệt, việc ký kết Hiệp định EVFTA giữa Việt Nam và EU có hiệu lực từ ngày 01/8/2021 đã đem lại nhiều thuận lợi cho thủy sản Việt Nam. Thực tế cho thấy, mặc dù đã đạt được một số thành công nhưng công tác XTTM nhà

nước đối với sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường EU vẫn còn chưa xứng với tiềm năng. Vì vậy, nghiên cứu thực trạng và đưa ra một số giải pháp để phát triển XTTM nhà nước đối với sản phẩm thủy sản ở thị trường EU là cần thiết.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Tổng quan xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường EU

Theo thống kê của Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), đến tháng 01/2021, khối EU có 447 triệu người. Nhu cầu nhập khẩu thủy sản của EU rất lớn, khoảng trên 50 tỷ USD/năm. Xu hướng tiêu dùng và diễn biến kiểm soát chất lượng của EU có tác động trực tiếp đến xu hướng và sản xuất thủy sản của các nước thứ 3 - đặc biệt các nước cung cấp thủy sản cho

EU. Theo đài quan sát Thị trường châu Âu đối với Khai thác và nuôi trồng thủy sản (EUMOFA), mức tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người ở EU năm 2020 đạt khoảng 24,3 kg/người/năm, giảm so với mức tiêu thụ bình quân 24,9 kg trong năm 2016. Tổng lượng tiêu thụ thủy sản ở EU lên tới 12,77 triệu tấn/năm. Nguồn cung thủy sản từ ngoài khối EU chủ yếu đến từ các quốc gia đang phát triển, chiếm 73% tổng giá trị nhập khẩu từ bên ngoài EU là các nước Trung Quốc, Ecuador, Việt Nam, Maroc và Ấn Độ. Đa phần người dân EU đều ăn cá hoặc thủy sản ít nhất 1 lần/tuần. Các quốc gia xuất khẩu thủy sản vào EU có thị phần không cao, không quốc gia nào chiếm thị phần hơn 15%. Điều đáng chú ý đối với thị trường thủy sản EU là nhu cầu tiêu thụ vẫn có nhưng xu hướng bảo hộ ngành sản xuất ngày rõ rệt. Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vào thị trường EU cần chú ý tới một số đặc điểm chung như:

- Người tiêu dùng luôn cố gắng thích ứng với các loại sản phẩm có lợi cho sức khỏe. Xu hướng tiện lợi có thể thấy hiện diện khắp nơi ở EU, tuy nhiên những sản phẩm ăn liền được phổ biến hơn ở Bắc Âu. Đa số ưu tiên lựa chọn những sản phẩm thủy sản có xuất xứ ở châu Âu, sau đó đến những sản phẩm thủy sản đảm bảo rõ thông tin về nguồn gốc của sản phẩm, thân thiện với môi trường, dễ sử dụng, giá của sản phẩm thủy sản đó so với những sản phẩm có tính chất tương đồng trong bữa ăn và địa điểm sử dụng.

- Người tiêu dùng EU rất nhạy giá. Sự hiểu biết về giá tăng lên đã làm cho doanh số bán các mặt hàng giá thấp cũng tăng. Trong điều kiện môi trường đầy cạnh tranh ở EU như hiện nay, nhu cầu về các sản phẩm đơn giản và giá thấp rất rõ ràng. Dẫn chứng cho xu hướng này được thể hiện thông qua sự thành công của Trung Quốc với sản phẩm cá thái miếng và phi lê đông lạnh do Trung Quốc sản xuất, hay cá rô sông Nile, cá rô phi, và cá tra, cá ba sa của Việt Nam.

- Ngoài ra những yếu tố liên quan tới văn hóa, mức thu nhập của người dân từng quốc gia, khu vực sẽ tác động mạnh tới xu hướng tiêu dùng và nhập khẩu thủy sản của EU. Xu hướng tiêu dùng thủy sản của EU khi có dịch Covid-19: Những sản phẩm thủy sản tươi sống, sản phẩm thủy sản có trị giá cao

có nhu cầu giảm mạnh khi phải thực hiện giãn cách xã hội... Những sản phẩm thủy sản có mức giá trung bình như thủy sản sơ chế đông lạnh, dễ chế biến tại nhà và thủy sản đóng hộp có nhu cầu tăng mạnh do tính tiện dụng trong bối cảnh phải giãn cách xã hội vì dịch Covid-19. Đây là những yếu tố nổi bật trong xu hướng tiêu dùng và nhập khẩu thủy sản của EU trong lúc dịch Covid-19 vẫn đang diễn biến phức tạp. (Hình 1)

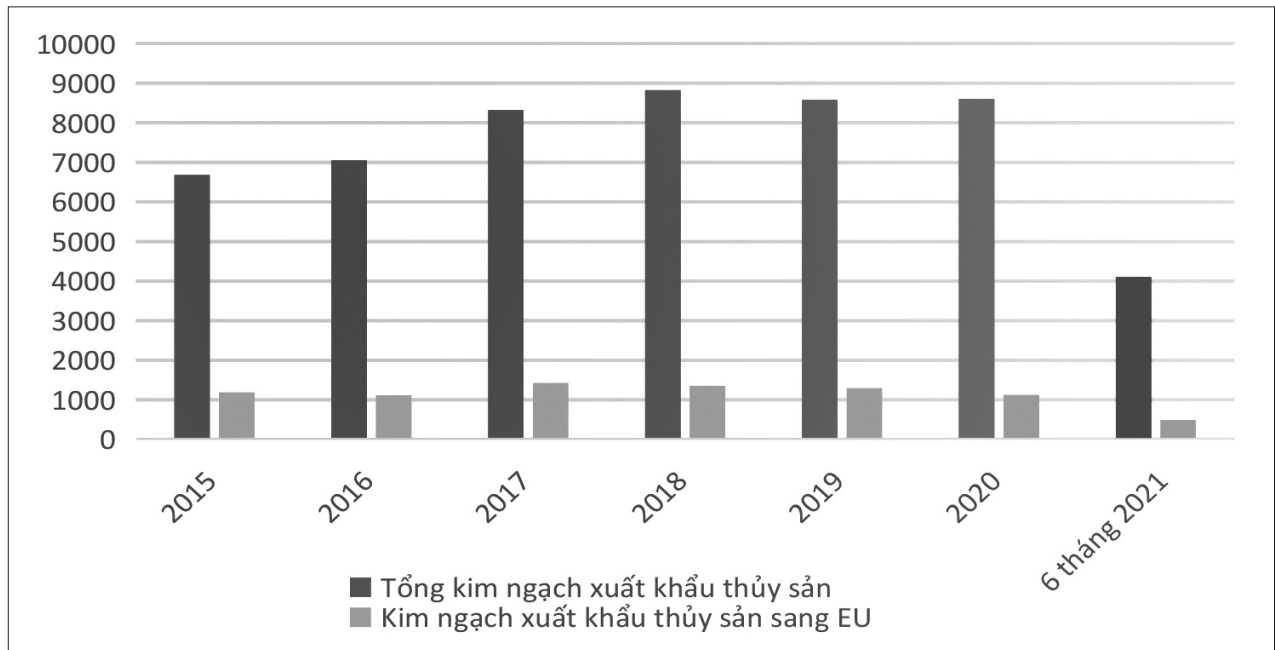
Trong giai đoạn từ năm 2015 đến hết 6 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tăng trưởng trung bình 5%, đạt 8,4 tỷ USD vào năm 2020. Trong đó, xuất khẩu tôm 3,7 tỷ USD, cá tra 1,5 tỷ USD, hải sản 3,2 tỷ USD. Hiện nay, thị trường này siết chặt quy định về hoạt động đánh bắt cá bất hợp pháp, không có báo cáo và không được quản lý (IUU) ở tất cả các thị trường cung cấp. Tuy nhiên, với hiệp định EVFTA được ký kết và có hiệu lực từ ngày 01/8/2021 đã mở ra những triển vọng mới cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào EU trong thời gian tới.

2.2. Thực trạng công tác XTTM nhà nước đối với sản phẩm thủy sản ở EU

Ở Việt Nam, Cục Xúc tiến thương mại (VIETRADE) trực thuộc Bộ Công Thương là cơ quan thực hiện chức năng quản lý nhà nước về xúc tiến thương mại, thương hiệu và đầu tư phát triển công nghiệp, thương mại theo quy định của pháp luật. Ngoài Cục Xúc tiến thương mại, hệ thống các tổ chức XTTM nhà nước còn bao gồm các tổ chức XTTM thuộc các bộ, ngành và các tổ chức hỗ trợ thương mại của Nhà nước, như: Bộ Kế hoạch - Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đều có các bộ phận chuyên trách giúp Nhà nước trong việc hoạch định các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu. Các bộ và các tổ chức hỗ trợ thương mại đều có các viện nghiên cứu, vụ chức năng, các trung tâm thông tin, báo chí chuyên ngành,... hỗ trợ công tác quản lý, phát triển sản xuất, kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp. Ngoài ra, ở cấp địa phương, hiện nay có 57 tỉnh/thành phố ở nước ta đã thành lập trung tâm XTTM và 6 địa phương còn lại đã có các phòng đảm nhiệm việc thực hiện công tác XTTM.

Hình 1: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam (Từ năm 2015 đến hết 6 tháng 2021)

Đơn vị: Triệu USD



Nguồn: VASEP

Hoạt động XTTM nhà nước sản phẩm thủy sản được điều chỉnh bởi các quy định của pháp luật và những văn bản pháp quy, như: Luật Thương mại 2005; Quyết định số 2471/QĐ-TTg; Nghị định số 81/2018/NĐ-CP; Quyết định số 7312/QĐ - BCT; Quyết định số 1320 /QĐ-TTg; Quyết định số 1118/QĐ - BTC; Quyết định số 72/2010/QĐ - TTg. Việt Nam đã xây dựng chiến lược XTTM giai đoạn 2011 - 2020, trong đó có các chương trình XTTM đối với thủy sản ở EU. Nhà nước đã tổ chức và hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia Hội chợ Thủy sản quốc tế ở EU như Hội chợ Thủy sản quốc tế châu Âu, Hội chợ Thủy sản quốc tế châu Âu ESE, Hội chợ Thủy sản quốc tế Ba Lan,....

Thực tế, mạng lưới XTTM nhà nước nói chung và sản phẩm thủy sản nói riêng cho thấy, sự phát triển của các tổ chức XTTM nhà nước mới chỉ phát triển theo bề rộng mà chưa theo chiều sâu. Cụ thể, hiện nay ở một số địa phương không chỉ nhận định hoạt động XTTM nhà nước thuộc lĩnh vực thương mại và còn thực hiện thêm cả chức năng xúc tiến đầu tư và du lịch. Điều này thể hiện ở tên phòng, trung tâm đảm nhận việc thực hiện XTTM nhà

nước sản phẩm thủy sản ở một vài địa phương, như: Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư An Giang - tỉnh An Giang, Trung tâm Xúc tiến thương mại Du lịch Bến Tre - tỉnh Bến Tre, Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư Cà Mau - tỉnh Cà Mau, Trung tâm Xúc tiến thương mại - Đầu tư - Du lịch Cần Thơ - thành phố Cần Thơ, Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư Đồng Tháp - tỉnh Đồng Tháp, Trung tâm Xúc tiến đầu tư, Thương mại và Du lịch Kiên Giang - tỉnh Kiên Giang,...

Bên cạnh sự phát triển theo bề rộng của các tổ chức XTTM nhà nước, hệ thống các thương vụ Việt Nam ở nước ngoài cũng có sự tăng lên nhanh chóng. Số liệu năm 2018 cho thấy, Việt Nam đang có 57 Thương vụ và 7 Chi nhánh thương vụ trên toàn thế giới. Trong đó, khu vực châu Á - Thái Bình Dương có 15 Thương vụ và 4 Chi nhánh; khu vực châu Phi - Tây Nam Á có 13 Thương vụ; khu vực châu Âu có 20 Thương vụ và 1 Chi nhánh; khu vực châu Mỹ có 9 Thương vụ và 2 Chi nhánh. Tuy nhiên, đội ngũ cán bộ công tác tại các thương vụ rất ít, thường mỗi thương vụ có từ 2 - 4 cán bộ, thậm chí có thương vụ khi mới đi vào hoạt động

chỉ có 1 cán bộ nên việc thực hiện các nhiệm vụ về XTTM gặp nhiều khó khăn về số lượng nhân viên hạn chế.

Thực trạng XTTM nhà nước còn được thể hiện ở sự hỗ trợ của Nhà nước trong việc xây dựng thương hiệu đối với sản phẩm thủy sản ở EU. Trong suốt giai đoạn 2011 - 2020, Việt Nam rất chú trọng phát triển thương hiệu cho các sản phẩm thủy sản xuất khẩu sang EU. Tuy nhiên, so với các nước khác, nguồn kinh phí dành cho hoạt động XTTM của nước ta còn rất khiêm tốn. Việt Nam đã thiết lập môi trường pháp lý thuận lợi cho hoạt động thông tin truyền thông, xây dựng cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện cho việc phủ sóng và phát triển thông tin viễn thông, triển khai ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động XTTM nhà nước đối với sản phẩm thủy sản. Nhà nước cần thực hiện hỗ trợ về kinh tế, kỹ thuật, xây dựng năng lực, tạo điều kiện cho việc hình thành và phát triển các đơn vị dịch vụ thông tin một cách chuyên nghiệp. Đồng thời, Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương cũng đã đẩy mạnh công tác thu thập, xử lý và cung cấp thông tin theo hướng phục vụ tốt hơn cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản sang EU.

Cùng với các đoàn công tác thương mại cấp Nhà nước, các tổ chức XTTM nhà nước của Việt Nam đã tổ chức các đoàn doanh nhân ra nước ngoài để khảo sát thị trường, đồng thời tiếp đón các đoàn doanh nhân nước ngoài vào Việt Nam khảo sát, tìm kiếm cơ hội kinh doanh. Cục Xúc tiến thương mại (VIETRADE) đã phối hợp với Trung tâm Thương mại quốc (ITC) giới thiệu công cụ nghiên cứu thị trường. Mặc dù vậy, hoạt động tổ chức và cung cấp thông tin thương mại cho mọi loại hình doanh nghiệp ở nước ta còn yếu. Điều này đã dẫn đến tình trạng thông tin vừa thừa vừa thiếu, không kiểm soát hết các thông tin đang được lưu hành. Tình trạng phổ biến là thông tin chung rất nhiều, nhưng thông tin cụ thể phục vụ cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu thì lại thiếu. Thông tin cung cấp còn nghèo nàn, giá trị thấp, chất lượng thấp và vẫn chưa bắt kịp với tình hình biến động của thị trường.

Hiện nay, Việt Nam cũng đã lên kế hoạch thành lập Trung tâm Giới thiệu sản phẩm thủy sản ở EU. Theo thông tin từ Cục Xúc tiến thương mại, trung

này sẽ giúp ích cho các doanh nghiệp trong việc gặp gỡ, trao đổi và tìm kiếm cơ hội hợp tác kinh doanh tại thị trường này. Với việc tổ chức các trung tâm giới thiệu sản phẩm đã có khá nhiều doanh nghiệp tham gia, trong đó có các doanh nghiệp nông lâm thủy sản thông qua gửi catalogue, sản phẩm trưng bày.

Các tổ chức XTTM nhà nước có thể cung cấp dịch vụ tư vấn kinh doanh miễn phí hoặc có thu phí cho doanh nghiệp theo yêu cầu. Nhưng dịch vụ này mới chỉ dừng lại ở việc tư vấn về việc lựa chọn mặt hàng và thị trường xuất khẩu, mà cụ thể là tư vấn sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Đối tượng tư vấn vẫn khá hẹp, nên sản phẩm tư vấn đó chưa đến được với số đông doanh nghiệp xuất khẩu có quy mô nhỏ và vừa. Hơn nữa, dịch vụ tư vấn cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vẫn chưa đi đến tư vấn cho doanh nghiệp về lựa chọn công nghệ, nguyên liệu đầu vào, lập kế hoạch, tổ chức sản xuất và xuất khẩu để từ đó, doanh nghiệp có thể nâng cao năng lực cạnh tranh và vị thế trên thị trường.

Trước tình hình nhu cầu ngày càng cao về lao động cho hoạt động ngoại thương, XTTM nhà nước nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa, Chính phủ Việt Nam và các tổ chức XTTM nhà nước đã cung cấp các dịch vụ đào tạo đa dạng. Bộ Công Thương, VIETRADE và các tổ chức XTTM nhà nước ở cấp địa phương đã tổ chức rất nhiều lớp huấn luyện, hội nghị, hội thảo khoa học với sự tham gia tích cực của giới quan chức và cộng đồng doanh nghiệp. Những hội thảo, hội nghị và những dự án này có tác dụng rất lớn đối với việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của Việt Nam khi tham gia vào công tác XTTM nhà nước nói chung và với sản phẩm thủy sản nói riêng. Tuy nhiên, đội ngũ nhân lực làm công tác XTTM nhà nước hiện còn thiếu.

2.3. Một số giải pháp tăng cường XTTM nhà nước đối với thủy sản Việt Nam ở EU đến năm 2025

Thứ nhất, nâng cao chất lượng dịch vụ XTTM Nhà nước đối với sản phẩm thủy sản xuất khẩu sang EU. Nhà nước cần mở rộng và phát huy hơn nữa vai trò của các đại diện thương mại và ngoại giao cũng như Thương vụ của Việt Nam ở EU, đào tạo nghiệp vụ nghiên cứu thị trường, thu thập và xử lý thông tin. Nhà nước cần có sự thiết lập mạng lưới

thông tin thương mại quốc gia hiệu quả và đảm bảo phủ sóng rộng khắp; cần có cơ chế quản lý và khuyến khích sự hoạt động tích cực của cổng thông tin thị trường nước ngoài, để cổng thông tin này thực sự là nguồn cung cấp thông tin quen thuộc và hữu ích cho doanh nghiệp. Bộ cũng cần liên kết, giới thiệu tới cộng đồng doanh nghiệp trang web hữu ích để phát huy tính chủ động, sáng tạo của các doanh nghiệp trong việc thu thập những thông tin phong phú, hữu ích và miễn phí từ EU. Đồng thời, Nhà nước cần phát huy vai trò của các Thương vụ Việt Nam ở EU trong hoạt động XTTM nhà nước nâng cao năng lực cạnh tranh của thủy sản trên thị trường này. Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài có vai trò rất quan trọng đối với XTTM nhà nước cũng như xúc tiến xuất khẩu trong việc quảng bá thông tin về thủy sản, thu thập thông tin về thị trường thủy sản EU, ...

Thứ hai, phát triển thương hiệu đối với sản phẩm thủy sản ở EU. Thương hiệu đóng vai trò quan trọng trong việc phân đoạn thị trường của tiêu thụ thủy sản. Sản phẩm mang thương hiệu khác nhau sẽ đưa ra những thông điệp khác nhau dựa trên những dấu hiệu nhất định nhằm đáp ứng những nhu cầu của người tiêu dùng và thu hút sự chú ý của những tập hợp khách hàng khác nhau. Khi đối tượng khách hàng đa dạng và sản phẩm ngày càng phong phú thì chức năng phân biệt càng trở nên quan trọng. Vì vậy, việc xây dựng thương hiệu quốc gia đối với sản phẩm thủy sản xuất khẩu sang thị trường EU cần có sự chú ý đến đặc điểm của từng thị trường, từng phân khúc thị trường đối với sản phẩm thủy sản. Nhà nước cần có sự phổ biến, nâng cao nhận thức đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cũng như các tổ chức XTTM nhà nước về nghĩa rộng của thương hiệu. Thương hiệu của sản phẩm thủy sản xuất khẩu mới có thể đi sâu vào tâm trí người tiêu dùng EU. Với vai trò Ban Thư ký của Hội đồng thương hiệu quốc gia, Cục Xúc tiến thương mại cần tăng cường phối hợp với các bộ, ngành, cơ quan liên quan và doanh nghiệp tiến hành các chương trình quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia, giúp các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản có điều kiện phát triển thương hiệu vững chắc tới EU. Hiện nay, việc xây dựng thương

hiệu quốc gia sẽ có nhiều thuận lợi hơn. Đối với thị trường EU, người tiêu dùng EU chỉ biết về Việt Nam, chứ không biết về các doanh nghiệp. Do đó, thương hiệu quốc gia sẽ mang lại hiệu quả nhanh hơn, bền vững hơn. Đây cũng là bước đầu tiên để tiếp cận các thị trường khó tính như EU.

Thứ ba, Nhà nước cần chú trọng tới chất lượng của sản phẩm thủy sản. Trong giai đoạn hiện nay, XTTM nhà nước cần được hiểu theo nghĩa rộng, hoạt động XTTM nhà nước không chỉ tập trung ở khâu tiêu thụ mà còn cần chú ý tới nâng cao năng lực sản xuất, chế biến thủy sản xuất khẩu, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm thủy sản trên thị trường EU. Bởi, thị trường EU nói riêng và các thị trường xuất khẩu thủy sản lớn của Việt Nam hiện nay đã giảm các biện pháp thuế quan (Hiệp định EVFTA) và thay vào đó là các biện pháp phi thuế quan như truy xuất nguồn gốc, quy trình nuôi trồng thủy sản đảm bảo thực hành nuôi tốt. Bên cạnh đó, Việt Nam cần xây dựng chiến lược xuất khẩu quốc gia hiệu quả. Xúc tiến nguồn cung hiệu quả cũng sẽ góp phần vào sự phát triển bền vững của chương trình thương hiệu quốc gia đối với sản phẩm thủy sản Việt Nam xuất sang thị trường EU.

Trên thực tế, đối với hoạt động nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu thủy sản của Việt Nam gặp phải hạn chế khá lớn đó là thiếu nguồn cung cho xuất khẩu. Điều này thể hiện khá rõ ở thực trạng các doanh nghiệp chế biến luôn thiếu nguyên liệu chế biến cả về mặt số lượng và chất lượng. Cùng với đó, công nghệ chế biến thủy sản ở Việt Nam chưa cao nên sản phẩm chưa có được sức cạnh tranh tốt trên thị trường EU. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cần chú ý hơn trong việc tính toán, xây dựng chiến lược, quy hoạch về nuôi trồng và chế biến thủy sản xuất khẩu. Các bộ, ngành có liên quan cần phổ biến tới các doanh nghiệp và các tổ chức XTTM nhà nước về Chiến lược phát triển thủy sản và quy hoạch phát triển chế biến thủy sản đến năm 2025 định hướng 2030. Để từ đó, các doanh nghiệp xuất khẩu và chế biến thủy sản có thể chủ động hơn trong hoạt động kinh doanh của mình, nâng cao công nghệ chế biến, giúp sản phẩm có chất lượng và khả năng cạnh tranh cao hơn ở thị trường EU ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2471/QĐ-TTg, phê duyệt chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011- 2020, định hướng đến năm 2030.*
2. Chính phủ (2018), *Nghị định số 81/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại.*
3. Thủ tướng Chính phủ (2019), *Quyết định số 1320/QĐ-TTg, phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030.*
4. Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu (2015 - 2020), *Báo cáo xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU (2015 - 2020), Hà Nội.*
- 5 Vụ Thị trường Châu Âu - Châu Mỹ - Bộ Công Thương (2020), *Thông tin xuất khẩu vào thị trường EU ngành thủy sản, Nhà xuất bản Công Thương, Hà Nội.*

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ LỆ

Bộ môn Kinh tế học - Trường Đại học Thương mại

**ENHANCING TRADE PROMOTION
ACTIVITIES OF VIETNAMESE STATE AGENCIES
FOR EXPORTING SEAFOOD IN THE EU TO 2025**

● Master. **NGUYEN THI LE**

Department of Economics, Thuongmai University

ABSTRACT:

Vietnam approved the project of seafood industry and seafood exports development to 2025. However, Vietnam's seafood exports to some key markets including the European Union have faced many difficulties due to the COVID-19 pandemic, the lack of market information, the issue of antibiotic residues above the maximum residue limit, etc. It shows that the trade promotion activities which are launched by state agencies play a key role in increasing the country's exports. This paper clarifies issues relating to the trade promotion activities of state agencies for exporting seafood in the EU. This paper also proposes some solutions for the trade promotion activities of state agencies for exporting seafood in the EU to 2025.

Keywords: trade promotion activities of the state, seafood export, Vietnam, the EU.

THÁCH THỨC ĐỐI VỚI XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH MỚI CỦA NĂM 2022

● ĐỖ THỊ THANH HUYỀN

TÓM TẮT:

Thời gian qua, xuất khẩu của Việt Nam liên tục duy trì tốc độ tăng trưởng ở mức 2 con số và được xem là một trong những động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên đầu năm 2022, thế giới chứng kiến những diễn biến khó lường của cuộc xung đột giữa Nga và Ukraine, tác động của biến thể Omicron,... và những phản ứng chính sách của chính phủ các quốc gia. Những vấn đề này khiến kinh tế thế giới tăng trưởng chậm lại, đồng thời ảnh hưởng tới mục tiêu xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2022 và những năm tới. Trên cơ sở những vấn đề nội tại của hoạt động xuất khẩu trong giai đoạn 2016 - 2021 và một số sự kiện trong nước và thế giới năm 2022, bài viết tập trung phân tích thách thức đối với xuất khẩu Việt Nam, từ đó đề xuất một số biện pháp để đưa xuất khẩu vượt qua những thách thức này.

Từ khóa: xuất khẩu, thách thức, bối cảnh mới, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Giai đoạn 2016 - 2021, xuất khẩu của nước ta trải qua nhiều khó khăn từ xung đột thương mại giữa các cường quốc kinh tế, châu Âu tăng cường các quy định về môi trường, sinh thái đối với các hàng hóa;... và 2 năm đại dịch Covid-19 đã tác động nặng nề tới kinh tế toàn cầu. Trong bối cảnh đó xuất khẩu đã đạt nhiều thành tựu nhưng cũng có nhiều vấn đề tồn tại. Bước sang năm 2022, bối cảnh trong nước và quốc tế có những diễn biến phức tạp khó đoán định, sẽ tác động tới hoạt động xuất khẩu của Việt Nam theo cả 2 hướng tích cực và tiêu cực, bao gồm: (1) xung đột quân sự ngày càng căng thẳng giữa Nga và Ukraine làm gián đoạn nguồn cung xăng dầu khí đốt, năng lượng, logistic và vật tư nông nghiệp gây lạm phát cao;

diễn biến khó dự đoán của đại dịch Covid-19; chính sách “Zero Covid” của Trung Quốc và phản ứng chính sách của chính phủ các nước để phục hồi hoặc kiểm chế lạm phát; (2) Chiến tranh thương mại Mỹ - Trung vẫn tiếp tục âm ỷ dễ bùng phát trở lại; (3) Ủy ban châu Âu (EC) ban hành thêm những quy định về tiêu chuẩn sinh thái đối với các sản phẩm điện tử và thời trang lưu hành trên thị trường các nước trong khối (vào tháng 3/2022) và sự kiện Việt Nam ký Hiệp ước khí hậu Glasgow tại Hội nghị thượng đỉnh Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu (COP26, tháng 11/2021); (4) Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) có hiệu lực vào 01/01/2022...

Trước những sự kiện diễn ra từ cuối năm 2021 và đầu năm 2022, cùng với những vấn đề nội tại

của xuất khẩu, bài viết chỉ ra những thách thức đối với xuất khẩu Việt Nam cũng như đưa ra một số khuyến nghị chính sách phát triển xuất khẩu trong bối cảnh mới đó.

2. Khái quát những thành tựu và hạn chế của xuất khẩu Việt Nam

Trong giai đoạn 2016 - 2021, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vẫn luôn đạt tốc độ tăng trưởng dương hàng năm, bình quân đạt 12,3%/năm. Năm 2021, mặc dù bối cảnh trong nước và quốc tế có nhiều bất lợi nhưng lại là năm hoạt động xuất khẩu có sức bật mạnh trở lại (tăng 19% so 2020) sau khoảng thời gian giảm tốc trong những năm 2018 đến năm 2020 (Hình 1). Giá trị kim ngạch xuất khẩu cả nước năm 2021 đạt 336,3 tỷ USD, cao gấp 1,9 lần so với năm 2016.

Trong giai đoạn 2016 - 2021, khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 13,6% (so với 11,6% của khu vực doanh nghiệp trong nước) và tỷ trọng xuất khẩu thường xuyên duy trì ở mức trên 70% trong tổng giá trị xuất khẩu (Hình 2).

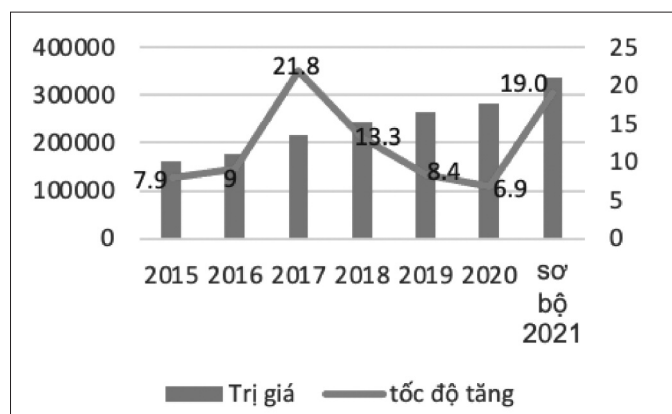
Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu cũng có sự dịch chuyển đáng kể sang các mặt hàng có giá trị cao hơn so với giai đoạn trước. Tỷ trọng hàng hóa thuộc nhóm hàng thô, mơi sơ chế, khoáng sản giảm từ 34,8% (2010) xuống 17,2% (2016) còn 12,46% (2020) và ước còn 10,9% (2021), nhóm hàng công nghiệp chế biến chế tạo tăng từ 65,1%

(2010) lên 82,7% (2016), đạt 87,53% (2020) và tiếp tục tăng lên 89,1% (2021). Tuy nhiên, xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp điện tử, máy tính, điện thoại và linh kiện của Việt Nam lại phụ thuộc nhiều vào khối FDI và đầu vào nguyên phụ liệu, vật tư nhập khẩu... nên đóng góp của Việt Nam vào chuỗi giá trị chưa cao. Điển hình năm 2021, trị giá xuất khẩu điện thoại, linh kiện và nhóm hàng máy tính và linh kiện điện tử của khối doanh nghiệp FDI chiếm đến 98,96% và 97,8% tổng kim ngạch xuất khẩu những mặt hàng này của cả nước (Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại, 2022).

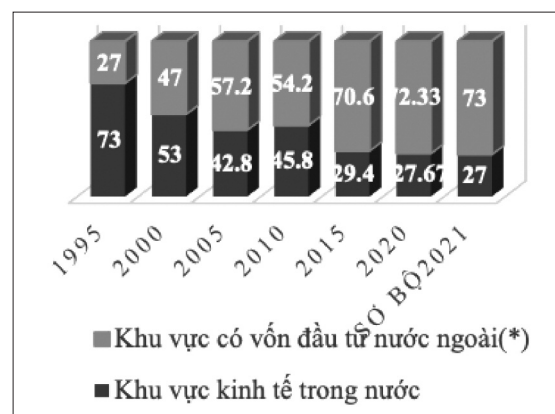
Về đối tác xuất khẩu tính theo khu vực, châu Á đang là thị trường xuất khẩu lớn nhất với tỷ trọng 48,2% (2021), tiếp theo là châu Mỹ (33,9% năm 2021) và châu Âu (15,2%). Nhưng tăng trưởng xuất khẩu mạnh nhất thuộc về thị trường châu Mỹ với tốc độ 26,6% (2021), tiếp theo là châu Đại Dương (23,9%) và châu Á (15,5%). Đối với châu Âu, sau hai năm 2019 - 2020 liên tiếp tăng trưởng âm, kim ngạch xuất khẩu năm 2021 mới phục hồi gần mức xuất khẩu năm 2018 (nhờ lực đẩy từ Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU có hiệu lực từ tháng 8/2020).

Về thị trường xuất khẩu song phương, số liệu thống kê cho thấy, Mỹ và Trung Quốc là 2 thị trường lớn của Việt Nam, năm 2021 đóng góp của 2 thị trường này lên tới 45,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (tăng 2,5 lần về trị giá xuất khẩu và tăng 27,4 điểm phần trăm so với cùng kỳ

Hình 1: Trị giá, tốc độ tăng xuất khẩu hàng hóa 2016-2021 (triệu USD)



Hình 2: Cơ cấu xuất khẩu theo khu vực kinh tế (%)



Nguồn: Tổng hợp, tính toán dựa trên dữ liệu của Tổng cục Thống kê

năm 2016). Với 15 hiệp định thương mại tính đến cuối năm 2021 đã tạo thuận lợi cho xuất khẩu nước ta vươn tới một số thị trường trước đây còn khiêm tốn như Canada, Mexico, Peru, New Zealand... với tốc độ tăng trưởng trên 2 con số.

3. Thách thức đối với xuất khẩu của Việt Nam trong bối cảnh mới

Thứ nhất, với đặc điểm độ mở nền kinh tế lớn, xuất khẩu phụ thuộc nhiều vào một số thị trường trọng điểm truyền thống và khu vực doanh nghiệp nước ngoài, hàng hóa xuất khẩu phụ thuộc đầu vào nhập khẩu đang đẩy xuất khẩu của Việt Nam đứng trước nhiều rủi ro thị trường xuất khẩu và đầu vào cho sản xuất phục vụ xuất khẩu. Năm 2022, thế giới có thể tiếp tục trải qua những làn sóng dịch bệnh trên diện rộng do những biến thể mới của Sars-CoV-2, mức độ nguy hiểm của virut là yếu tố bất định khó đoán trước vì độ bao phủ vac-xin chưa đủ rộng (đặc biệt là khu vực châu Phi) làm chậm lại tiến trình phục hồi kinh tế nhiều nước dẫn đến giảm nhu cầu nhập khẩu hàng hóa trên thế giới.

Trung Quốc vẫn kiên định chính sách “Zero Covid” làm gián đoạn cung ứng đầu vào cho sản xuất của Việt Nam, đồng thời làm giảm khả năng xuất khẩu, thông quan hàng hóa sang Trung Quốc (trong khi nước này đang là thị trường lớn thứ hai sau Mỹ của Việt Nam). Cùng với đó là xung đột quân sự giữa Nga và Ukraine từ tháng 02/2022 chưa có dấu hiệu hạ nhiệt không chỉ ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam sang 2 thị trường này. Cuộc xung đột này còn kéo theo những lệnh trừng phạt tạo ra nhiều rủi ro cho nền kinh tế toàn cầu, làm rối loạn thị trường tài chính, năng lượng... Giá năng lượng tăng cao gây áp lực tăng lạm phát có thể dẫn đến suy thoái toàn cầu.

Người dân châu Âu sẽ thận trọng hơn trong chi tiêu, làm giảm nhu cầu nhập khẩu hàng hóa. Ngoài ra, giá xăng dầu tăng cao do thiếu hụt nguồn cung, chi phí logistic tăng cao (giá cước vận chuyển đang ở mức cao nhất trong lịch sử. Từ cuối tháng 10 đến tuần đầu tiên của tháng 12/2021, chi phí vận chuyển hàng hóa từ cảng Ninh Ba - Chu Sơn đến Thái Lan và Việt Nam tăng 137%. Trong khi đó, chi phí vận chuyển hàng hóa từ cảng này đến Singapore và Malaysia cũng tăng 49%) và sự gián đoạn cung ứng nguyên liệu, vật tư sản xuất

(máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng; lúa mì; phân bón, than đá từ Nga và Ukraine) ảnh hưởng đến chi phí sản xuất, giá thành sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ hai, xu hướng gia tăng chủ nghĩa dân tộc, bảo hộ thương mại, chiến tranh thương mại, chống toàn cầu hóa, đặc biệt là cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung Quốc được dự báo sẽ tiếp tục trong thời gian tới. Mối quan hệ giữa 2 siêu cường quốc Hoa Kỳ và Trung Quốc ngày càng phức tạp, khó đoán định. Chiến tranh thương mại giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc năm 2018 - 2019 được tạm thời hạ nhiệt kể từ khi hai nước ký “thỏa thuận thương mại lịch sử” vào đầu năm 2020. Chính quyền Tổng thống Joe Biden có thể tái khởi động quan hệ với Trung Quốc nhưng trong trung và dài hạn sẽ vẫn tiếp tục gây sức ép với Trung Quốc. Trong khi Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất và Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất hiện nay của Việt Nam, nên thương mại của nước ta sẽ khó tránh khỏi liên lụy, nhiều ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Hoa Kỳ đối mặt với nguy cơ bị “vạ lây” do gian lận nguồn gốc xuất xứ (C/O) và lẩn tránh thuế (Anh Hoa, 2019).

Thứ ba, nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tiếp tục gặp khó trên thị trường nước ngoài. Ngoài những rào cản về thể chế, pháp lý trong các lĩnh vực môi trường, lao động, sở hữu trí tuệ, mua sắm chính phủ... của các FTA thế hệ mới Việt Nam ký kết thì những quy định mới về tiêu chuẩn sinh thái của Liên minh Châu Âu (EU) tiến tới chấm dứt mô hình kinh doanh công nghệ và thời trang với các sản phẩm có “vòng đời ngắn” ở châu Âu và xu hướng sử dụng thực phẩm hữu cơ đang mở rộng sẽ là thách thức lớn đối với những ngành hàng nông nghiệp, thời trang và thậm chí là điện tử từ Việt Nam sang thị trường EU.

Quy định mới của Ủy ban Châu Âu (EC) yêu cầu hàng công nghệ, hàng thời trang vào thị trường châu Âu phải có tuổi thọ cao, có thể tái sử dụng và sửa chữa được. Đối với ngành hàng dệt may, để đạt được tiêu chuẩn này, nhà sản xuất phải sử dụng sợi tái chế, không chứa chất độc hại, thân thiện với môi trường. Khi hàng dệt may không còn sử dụng được, nhà sản xuất phải chịu trách nhiệm thu hồi và tái chế, hạn chế tối đa việc đốt và chôn lấp các sản phẩm. Tất cả những thông

tin trên phải được nhà sản xuất cung cấp cho người tiêu dùng thông qua việc gắn hộ chiếu kỹ thuật số cho từng sản phẩm. Nhưng với những hạn chế trong công nghệ, quy trình sản xuất, tiêu chuẩn lao động, tiêu chuẩn môi trường hệ sinh thái... khiến doanh nghiệp Việt Nam vẫn đang khó tận dụng cơ hội từ Hiệp định Thương mại tự do EVFTA thì việc quy định thêm những tiêu chuẩn sinh thái mới của EC sẽ là thách thức không nhỏ đối với các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam trong ngắn hạn.

Cùng với đó, mới đây, Việt Nam và nhiều đối tác thương mại của Việt Nam (Mỹ, EU,...) có những cam kết hành động mạnh mẽ hơn để thích ứng với biến đổi khí hậu sau hội nghị thượng đỉnh của Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu vào tháng 11 năm 2021 (COP26). Tại đây, Việt Nam cam kết nâng tỷ lệ năng lượng sạch trong tổng nguồn cung năng lượng sơ cấp lên ít nhất 20% vào năm 2030 và 30% vào năm 2045, đồng thời cam kết từng bước loại bỏ sản xuất điện bằng than và cam kết khí thải ròng bằng 0 vào năm 2050. Cũng tại hội nghị này, nhiều quốc gia EU và Mỹ, là những đối tác thương mại lớn của nước ta, cũng đưa ra những cam kết tương tự.

Các nguồn tài trợ quốc tế cho các hoạt động kinh tế có phát thải cao sẽ giảm mạnh, các thị trường sẽ ngày càng yêu cầu cao hơn về sản xuất và sản phẩm có trách nhiệm với môi trường. Trong khi đó, nhiều ngành kinh tế của Việt Nam hiện nay vẫn đang phụ thuộc vào các nguồn năng lượng không tái tạo - như năng lượng từ nhiên liệu hóa thạch (Nguyễn Đăng Anh Thi, n.d.) - và phát thải lớn - như sản xuất điện năng từ than, sản xuất công nghiệp chế biến, phương thức canh tác nông nghiệp sử dụng nhiều phân bón hóa học, thuốc trừ sâu,...). Nên cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam có mức độ thâm dụng tài nguyên cao và để lại các ảnh hưởng tới môi trường nước, không khí, đất, rừng. Do đó, nếu không nhanh chóng chuyển dịch công nghệ sản xuất tiết kiệm năng lượng, tài nguyên, sử dụng năng lượng tái tạo, sản phẩm thân thiện môi trường... các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sẽ ngày càng khó đứng vững trên nhiều thị trường tiên tiến.

Thứ tư, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) có hiệu lực vào ngày 01/01/2022

cũng đặt xuất khẩu Việt Nam vào thế cạnh tranh cao hơn trên thị trường các nước thành viên, đặc biệt là với thị trường xuất khẩu mà trước đây Trung Quốc chưa có hiệp định thương mại như thị trường Nhật Bản, trong khi Nhật Bản là thị trường truyền thống lớn thứ ba của Việt Nam ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Sau khi RCEP có hiệu lực, hàng hóa Trung Quốc cũng được hưởng ưu đãi thuế quan ở Nhật Bản, nên hàng xuất khẩu của nước ta sẽ phải cạnh tranh gay gắt hơn. Đồng thời, quy định hài hòa hóa quy tắc xuất xứ và nguồn cung đầu vào giá rẻ ngay tại nội khối sẽ kích thích doanh nghiệp trong nước nhập khẩu nguyên liệu đầu vào thay cho việc sản xuất trong nước. Điều này làm gia tăng mức độ phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu của hàng hóa xuất khẩu nước ta, và là rào cản lớn cho phát triển ngành công nghiệp phụ trợ trong nước.

4. Khuyến nghị chính sách

Trước những tồn tại, hạn chế của xuất khẩu và bối cảnh mới trong năm 2022, tác giả đề xuất một số khuyến nghị sau:

+ Trong ngắn hạn, năm 2022, vẫn cần chủ động thực hiện đồng bộ các biện pháp phòng chống dịch Covid-19 trong nước để đảm bảo an ninh y tế, sức khỏe của dân cư, lực lượng lao động và lên các phương án dự phòng cho những biến thể mới. Thực hiện chiến lược vacxin, phát triển y tế dự phòng, đặc biệt là ở các khu cụm công nghiệp đông đúc để tránh thiếu hụt lao động phục vụ sản xuất - kinh doanh không bị gián đoạn như năm 2020, 2021.

+ Trong trung và dài hạn, Việt Nam cần đa dạng hóa thị trường xuất khẩu (và cả thị trường nhập khẩu) kết hợp đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu theo hướng một thị trường có nhiều sản phẩm xuất khẩu và một sản phẩm có nhiều thị trường tiêu thụ để giảm mức độ phụ thuộc vào những thị trường truyền thống, san sẻ rủi ro khi có một hay một vài thị trường lớn có thay đổi về nhu cầu:

- Khai thác triệt để các hiệp định thương mại tự do đã ký: Các cơ quan nhà nước có trách nhiệm phối hợp các hiệp hội ngành hàng phổ biến hướng dẫn các doanh nghiệp về các điều khoản, cam kết trong các FTA theo ngôn ngữ đại chúng; Các cơ quan ngoại giao của Việt Nam thường xuyên theo dõi, thông báo những thay đổi về quy định, chính

sách pháp luật và xu hướng tiêu dùng, phương thức và tập quán thương mại ở các thị trường xuất khẩu; các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng xuất khẩu chủ động theo dõi các thông tin, tìm hiểu điều kiện tiêu chuẩn đối với hàng hóa xuất khẩu sang thị trường đích để có các kế hoạch thay đổi chính sách và phương thức sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm cho phù hợp.

- Đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp xuất khẩu (bao gồm cả doanh nghiệp sản xuất, nông hộ và doanh nghiệp xuất khẩu trực tiếp và các doanh nghiệp vận tải) để giúp doanh nghiệp tìm đối tác, xúc tiến thương mại qua các nền tảng số, tham gia các sàn thương mại điện tử quốc tế để tăng thêm các kênh tiêu thụ sản phẩm, đánh giá biến động nhu cầu và thời điểm... để có những kế hoạch kinh doanh phù hợp; đồng thời giúp khách hàng nước ngoài có thể truy xuất nguồn gốc, quy trình sản xuất, chất lượng sản phẩm và những tiêu chuẩn, chứng nhận có đảm bảo, dịch chuyển lưu thông hàng hóa... Phát triển đồng bộ hạ tầng mạng internet và trang thiết bị, phần mềm phù hợp với từng khu vực sản xuất công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ. Điều này cần các chính sách hỗ trợ về hạ tầng công nghệ của Nhà nước đối với các doanh nghiệp viễn thông, công nghệ thông tin để tăng năng lực cung ứng sản phẩm dịch vụ cho các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh khác. Giảm thuế đối với các sản phẩm - dịch vụ công nghệ trong khoảng thời gian chuyển đổi. rà soát, bổ sung các văn bản pháp luật về các giao dịch kinh tế số và tập huấn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa về phần mềm công nghệ trong quản lý kinh doanh, xúc tiến thương mại số,...

- Việt Nam nên đẩy nhanh hơn quá trình sản xuất các sản phẩm xanh để đáp ứng thị trường trong nước và quốc tế để không lỡ nhịp phát triển xuất khẩu trong xu hướng “xanh hóa” hiện nay. Xanh hóa sản phẩm xuất khẩu bao gồm: (1) Thực hiện chuyển đổi phương thức, công nghệ sản xuất sạch hơn, sử dụng nguyên liệu hữu cơ, nguyên liệu có khả năng thu hồi và tái sử dụng và tái chế... ở những ngành hàng truyền thống hiện nay như dệt may, thời trang, nông sản, thủy sản, sản phẩm công nghệ, điện tử, hóa chất, sắt thép... để những ngành hàng truyền thống này tiếp tục tham gia

vào chuỗi giá trị toàn cầu, duy trì năng lực cạnh tranh trên thị trường thế giới hướng các-bon thấp trong tương lai. (2) Đẩy mạnh hợp tác nghiên cứu, sản xuất cung ứng các hàng hóa - dịch vụ môi trường mới và năng lượng tái tạo cho thị trường thế giới trước nhu cầu sản xuất, tiêu dùng bền vững ngày càng tăng, lan rộng sang các nước đang phát triển. Đồng thời, cần đồng bộ các quy định pháp luật về môi trường và xây dựng ban hành các luật mới phù hợp với các cam kết về môi trường trong các hiệp định Việt Nam mới kí kết và cam kết tại COP26. Những quy định kiểm soát ô nhiễm và bảo vệ môi trường sẽ giúp cơ cấu lại FDI vào Việt Nam trong thời gian tới (trong ngắn hạn FDI vào Việt Nam có thể chững lại nhưng trong trung và dài hạn Việt Nam có cơ hội thu hút dòng FDI thế hệ mới từ các nước phát triển vì đáp ứng tiêu chí môi trường của các tập đoàn lớn sản xuất xuất khẩu về nước họ).

+ Tích cực huy động nguồn lực quốc tế cho quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế bao gồm cả sản xuất để xuất khẩu. Ví dụ, Việt Nam có cơ hội nhận được sự hỗ trợ từ các Quỹ Khí hậu xanh, Hội đồng chuyển dịch năng lượng, Sáng kiến xanh - sạch thuộc COP26 trong các nỗ lực ứng phó với biến đổi khí hậu, đặc biệt là trong lĩnh vực thích ứng và năng lượng tái tạo. Do đó, Chính phủ cần nhanh chóng rà soát chiến lược, kế hoạch phát triển năng lượng quốc gia để điều chỉnh phù hợp với mục tiêu mà Việt Nam đã cam kết, tận dụng hỗ trợ của quốc tế dành cho các dự án phát triển năng lượng sạch, tái tạo (tăng các dự án điện gió gần bờ, điện gió ngoài khơi, điện mặt trời mái nhà, điện khí hydro, bỏ hoàn toàn các dự án điện than mới ra khỏi quy hoạch kể từ 2022). Điều này sẽ góp phần tăng năng lực cung cấp điện và giảm “dấu chân các-bon” ngay từ quá trình sản xuất điện năng phục vụ sản xuất sản phẩm xuất khẩu.

+ Song hành các biện pháp trên, cần tiếp tục triển khai các chính sách giải phóng và phát triển kinh tế tư nhân trong nước ở các lĩnh vực xuất khẩu và công nghiệp hỗ trợ để tăng dần tỷ trọng hàng hóa xuất khẩu từ các doanh nghiệp trong nước và tăng tỷ lệ nội địa hóa, giá trị gia tăng của người Việt trong chuỗi giá trị toàn cầu, giảm dần phụ thuộc khối doanh nghiệp FDI ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Đăng Anh Thi (n.d). COP26 và tương lai năng lượng của Việt Nam. Truy cập tại: <https://thesaigontimes.vn/cop26-va-tuong-lai-nang-luong-cua-viet-nam/>
2. Tổng cục Thống kê (2022). Hoạt động xuất nhập khẩu 2021 - Những kết quả tích cực. Truy cập tại: <http://consosukien.vn/hoat-dong-xuat-nhap-khau-nam-2021-nhung-ket-qua-tich-cuc.html>
3. Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại (2022). Hoạt động xuất nhập khẩu điện thoại và linh kiện chiếm tỷ trọng cao. Truy cập tại: <https://moit.gov.vn/tin-tuc/phat-trien-cong-nghiep/hoat-dong-xuat-nhap-khau-dien-thoai-va-linh-kien-chiem-ty-trong-cao.html>
4. World Bank (2022). Không còn thời gian để lãng phí: Những thách thức và cơ hội với phát triển thương mại xanh tại Việt Nam. Truy cập tại: <http://www.worldbank.org>
5. Website của Tổng cục Thống kê: <http://www.gso.gov.vn>

Ngày nhận bài: 19/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. ĐỖ THỊ THANH HUYỀN

Trường Đại học Thương mại

CHALLENGES FACING VIETNAM'S EXPORTS IN THE NEW CONTEXT

● Master. **DO THI THANH HUYEN**
Thuongmai University

ABSTRACT:

Over the past time, Vietnam's exports have continuously experienced a double-digit growth rate and exports play a key role in Vietnam's economic development. Since the beginning of 2022, the world has witnessed unpredictable developments of the COVID-19 pandemic with Omicron variant, the conflict between Russia and Ukraine, and the policy responses of governments. The global economy has been slowed down by these problems. Vietnam's export targets in 2022 and in the coming years will be also affected by these issues. By analyzing the internal problems of Vietnam's exports in the period from 2016 to 2021, and some domestic as well as international events in 2022, this paper points out the challenges facing Vietnam's exports. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to help Vietnam's exports overcome these challenges.

Keywords: exports, challenges, new context, Vietnam.

BIẾN ĐỘNG CỦA DÒNG VỐN ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI TRONG BỐI CẢNH ẢNH HƯỞNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19: TOÀN CẢNH THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM

● LƯƠNG NGUYỆT ÁNH

TÓM TẮT:

Đầu tư nước ngoài (FDI) có vai trò quan trọng đối với tất cả các quốc gia trên thế giới. Đây là ngoại lực bổ sung vốn, công nghệ, năng lực quản lý, khả năng kinh doanh và tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, thúc đẩy tăng trưởng và hội nhập kinh tế quốc tế. Đại dịch Covid -19 là nguyên nhân dẫn tới cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới trong hơn 2 năm qua và cũng là nguyên nhân chính khiến dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài gặp nhiều biến động. Tuy nhiên, trong bối cảnh suy giảm chung của FDI toàn cầu thì vẫn có những quốc gia và vùng lãnh thổ duy trì được tăng trưởng bất chấp những ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch Covid-19. Tại Việt Nam, vốn FDI giảm do ảnh hưởng bởi đại dịch nhưng cũng có nhiều tín hiệu khởi sắc. Việc đánh giá sự sụt giảm và sự tăng trưởng của dòng vốn FDI trên thế giới và tại Việt Nam trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 là cần thiết nhằm rút ra được những bài học kinh nghiệm thu hút FDI vào Việt Nam trong giai đoạn tới.

Từ khóa: dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, Việt Nam.

1. Những tác động của đại dịch Covid-19 tới dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài trên toàn cầu

Đại dịch Covid-19 trên toàn cầu khiến nền kinh tế thế giới rơi vào khủng hoảng từ năm 2020 đến nay do các chuỗi cung ứng bị đứt gãy, dòng vốn bị ngưng trệ, việc tiếp cận khách hàng trở nên khó khăn hơn bởi lệnh giãn cách xã hội hay tâm lý lo sợ dịch bệnh khi đi mua sắm,... Điều này cũng khiến dòng vốn FDI toàn cầu bị suy giảm mạnh mẽ. Tuy nhiên, vẫn có nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ duy trì được tăng trưởng dương của dòng vốn này.

1.1. Sự suy giảm dòng vốn FDI toàn cầu trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19

Theo báo cáo “Investment Trends Monitor” của Hội nghị Liên Hiệp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD) công bố ngày 24/01/2021, năm 2020, tổng vốn FDI trên toàn cầu đạt mức thấp nhất kể từ những năm 1990 và thấp hơn 30% so với cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2009, ước đạt 859 tỷ USD, giảm 42% so với năm 2019. Mức suy giảm của dòng vốn FDI là khác nhau giữa các khu vực và nền kinh tế nhưng giảm sâu nhất đối với khối các nước phát triển với tổng FDI năm 2020 ước tính

229 tỷ USD, giảm 69% so với cùng kỳ năm trước và là mức thấp nhất trong vòng 25 năm qua. Trong đó, khu vực đồng EURO rơi vào tình trạng trầm trọng nhất với mức âm 4 tỷ USD vốn FDI - giảm 101,2% so với năm 2019 với nhiều quốc gia có vốn FDI thấp kỷ lục như Hà Lan (-150 tỷ USD), Thụy Sĩ (-88 tỷ USD). Khu vực có mức giảm vốn FDI lớn thứ hai trong khối các nước phát triển chính là EU27 với sự sụt giảm vốn FDI diễn ra trong tất cả các nước thành viên, ước đạt 110 tỷ USD, giảm 70,5% so với năm 2019. Tại khu vực Bắc Mỹ, FDI năm 2020 giảm 46% so với năm 2019, ước đạt 166 tỷ USD. Trong số đó, FDI vào Mỹ chỉ đạt 134 tỷ USD, giảm 49% so với năm 2019 do ảnh hưởng bởi chiến tranh thương mại với Trung Quốc bên cạnh nguyên nhân chính là sự bất ổn của nền kinh tế toàn cầu khiến dòng vốn đầu tư suy giảm chung. Các nước đang phát triển có mức sụt giảm FDI thấp hơn nhiều so các nước phát triển với mức giảm 12% so với năm 2019, ước đạt 616 tỷ USD năm 2020. Các nước đang phát triển tại châu Á có mức sụt giảm FDI thấp nhất là 4% so với 2019, ước đạt 476 tỷ USD. Trong khi đó hầu hết các khu vực khác trong khối các nước đang phát triển đều có mức giảm hai con số so với năm 2019 như khu vực Mỹ la tinh và vùng biển Ca-ri-bê (giảm 37%), khu vực châu Phi (giảm 18%),... Khu vực Đông Nam Á có vốn FDI giảm 31% so với năm 2019, ước đạt 107 tỷ USD với mức giảm mạnh nhất là ở Malaysia (68%), đứng thứ hai là Singapore (37%),... trong sự suy giảm của vốn FDI trên toàn cầu năm 2020, đáng chú ý là dòng vốn vào châu Phi. Đây là châu lục có mức vốn đầu tư FDI thấp nhất toàn cầu, do đó mặc dù mức giảm chỉ khoảng 18% của năm 2020 so với năm

2019 nhưng lại cho thấy số lượng FDI của châu lục này đang ở mức rất thấp. Điều này khiến nhiều quốc gia tại châu Phi phải đối mặt với cuộc khủng hoảng thiếu vốn cho phát triển kinh tế ngày càng trầm trọng, ảnh hưởng nghiêm trọng tới kinh tế, xã hội. (Bảng 1)

Năm 2021, dịch Covid-19 tiếp tục bùng phát mạnh trên thế giới, tỷ lệ tử vong cao khiến nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ rơi vào cuộc khủng hoảng kinh tế - xã hội trầm trọng hơn so với năm 2020, dòng vốn FDI theo đó cũng tiếp tục bị giảm. Theo UNCTAD, các nước Bắc Phi vẫn duy trì trạng thái sụt giảm của dòng vốn FDI, thậm chí năm 2021 có mức FDI còn thấp hơn 2020 (đạt 9 tỷ USD so với mức 10 tỷ USD của năm 2020 và 14 tỷ USD năm 2019). Tại Nam Á, dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài giảm mạnh năm 2021, chỉ đạt 76% so với

Bảng 1. Dòng vốn FDI theo khu vực giai đoạn 2019 - 2021

Đơn vị tính: tỷ USD

Region / economy	FDI			2020-2021 Growth rate (%)
	2019	2020	2021*	
World	1 473	929	1 647	77
Africa	45	39	97	147
North Africa	14	10	9	-13
Sub-Saharan Africa	32	29	88	200
Americas	431	259	531	105
Latin America and the Caribbean	156	84	147	75
North America	275	174	383	120
Asia	559	588	696	18
Central Asia	8	6	10	59
East Asia	256	315	358	14
South-East Asia	181	136	184	35
South Asia	59	71	54	-24
West Asia	55	60	90	49
Oceania	45	23	18	-22
Europe	392	20	305	1 450
EU	451	153	165	8
Other Europe	- 59	- 133	140	..
<i>Memorandum</i>				
Developed economies	752	260	777	199
Developing economies	721	669	870	30
LDCs	24	24	28	19

Nguồn: UNCTAD, 2022

năm 2020, bằng 91,5% của năm 2019 - năm trước khi đại dịch Covid-19 toàn cầu bùng nổ. Cùng chung xu hướng đó là sự giảm xuống liên tục của dòng vốn FDI tại châu Đại Dương với mức giảm 22% giai đoạn 2020 - 2021.

Như vậy, thống kê số liệu về FDI toàn cầu năm giai đoạn 2019 - 2021 của UNCTAD cho thấy suy giảm của dòng vốn FDI trên toàn cầu là khác nhau giữa các khu vực, vùng lãnh thổ hay các quốc gia.

1.2. Sự tăng trưởng FDI tại một số quốc gia, khu vực trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19

Trái ngược với xu hướng giảm xuống của dòng vốn FDI toàn cầu, nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ vẫn đón nhận những tín hiệu tích cực từ việc tăng dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Tại châu Âu, theo báo cáo của UNCTAD, năm 2020, Thụy Điển có FDI tăng 141,7% so với năm 2019, ước đạt 29 tỷ USD; Tây Ban Nha ước tăng 52% so với năm trước. Nếu như tổng thể FDI của châu Á năm 2020 giảm so với cùng kỳ 2019 thì khu vực Đông Á và Nam Á có kết quả ngược lại. FDI vào khu vực Đông Á năm 2020 tăng 12% so với năm 2019, ước đạt 283 tỷ USD. Trong đó, FDI có mức tăng mạnh nhất của Đông Á là tại Hồng Kông (tăng 40%). Trung Quốc mặc dù là quốc gia đầu tiên trên thế giới bùng phát dịch Covid-19, chịu ảnh hưởng nặng nề từ cả đại dịch và cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung nhưng dòng vốn FDI vẫn duy trì mức tăng năm 2020 so với năm 2019 (tăng 4%, ước đạt 163 tỷ USD), lần đầu tiên vượt Mỹ trở thành quốc gia thu hút FDI lớn nhất thế giới. Khu vực Nam Á có FDI ước đạt 65 tỷ USD, tăng 10% so với năm 2019. Trong đó, Ấn Độ trở thành điển hình cho thu hút FDI của khu vực này với FDI tăng trưởng 13% năm 2020 so với cùng kỳ năm trước, ước đạt 57 tỷ USD. Theo báo cáo của UNCTAD, năm 2021, FDI toàn cầu tăng 77% so với năm 2020; từ mức 929 tỷ USD lên ước tính 1.647 tỷ USD năm 2021, vượt qua mức 1.473 tỷ USD trước đại dịch Covid-19. Trong đó, năm 2021, các nền kinh tế phát triển có mức tăng vốn FDI mạnh nhất từ trước đến nay, tăng 199% so với năm 2020, ước tính đạt 777 tỷ USD trong năm 2021. Châu Âu là khu vực có mức tăng FDI mạnh nhất so với năm 2020 với mức tăng 1.450%, nhưng vẫn thấp hơn mức

vốn FDI năm 2019. Tuy nhiên, tại châu Âu, hơn 80% vốn FDI gia tăng là nhờ sự thay đổi lớn trong các nền kinh tế chủ chốt trong khu vực. Trong khi đó, dòng vốn FDI vào Mỹ tăng hơn gấp 2 lần, do sự gia tăng các hoạt động mua bán và sáp nhập xuyên biên giới (M&A). Dòng vốn FDI đổ vào các nền kinh tế đang phát triển có mức tăng 30% so với năm 2020, ước đạt 870 tỷ USD, trong đó khu vực Đông và Đông Nam Á tăng 20%, khu vực Mỹ Latinh và Caribe ghi nhận sự phục hồi gần mức trước đại dịch. Năm 2021, các nước kém phát triển nhất (LDC) cũng ghi nhận sự tăng trưởng chung của dòng vốn FDI, nhưng nhìn chung mức tăng còn tương đối thấp (19%).

Có 3 nguyên nhân chính dẫn tới việc dòng vốn FDI tại nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ ở trên tiếp tục duy trì tăng trưởng trong bối cảnh toàn cầu chịu ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch Covid-19.

Thứ nhất, nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ vẫn duy trì được các chính sách thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài tốt, tạo ra lợi thế cạnh tranh cao. Điển hình, hai nước thuộc khối EU là Tây Ban Nha và Thụy Điển, đã có những chính sách thông thoáng trong thu hút FDI như áp dụng giảm hoặc miễn thuế, giảm lãi suất ngân hàng, hỗ trợ đào tạo nguồn,... Do cùng thuộc khối EU nên tại 2 quốc gia này cũng có hệ thống luật hầu hết đều theo tiêu chuẩn chung, tạo điều kiện cho các nhà đầu tư trong khối. Bên cạnh đó, năm 2020, quy định vốn cổ phần tối thiểu giảm xuống một nửa, chỉ còn 25.000 SEK trong Luật thành lập doanh nghiệp Thụy Điển có hiệu lực từ ngày 01/01/2020 được cho là cú hích lớn khiến vốn đầu tư tiếp tục gia tăng vào nước này bất chấp ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch Covid-19.

Thứ hai, hệ số triển vọng tín nhiệm quốc gia cao. Đây là chỉ số cơ bản được các nhà đầu tư xem xét như một yếu tố xác định mức độ rủi ro và khả năng sinh lời trước khi quyết định đầu tư vào một quốc gia nào đó. Hệ số này càng cao thì mức độ rủi ro khi đầu tư càng thấp. Đông Á là khu vực có số lượng các quốc gia được các tổ chức Moodys, Fitch và DBRS xếp hạng hệ số tín nhiệm quốc gia nằm ở mức cao trong bảng xếp hạng toàn thế giới. Điển hình có thể kể tới như Hồng Kông, Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc đều được đánh giá ở mức điểm trung bình đạt trên 80/100. Thụy Điển và Tây Ban

Nha là một trong số những quốc gia có hệ số tín nhiệm quốc gia nằm ở nhóm cao trên thế giới.

Thứ ba, nguồn lực lao động chất lượng cao với chi phí nhân công thấp. Theo thống kê của Tổ chức Lao động Quốc tế, Đông Á và Nam Á đều là khu vực có nguồn lao động dồi dào và có mức tăng năng suất lao động ở mức cao nhất trên thế giới trong nhiều năm trở lại đây với mức tăng lần lượt là 5,1% và 5% năm 2021. Các nước Đông Âu có mức tăng trưởng năng suất lao động cao thứ hai với 3,4%, sau đó là khu vực Trung tâm và Tây Á. Đây chính là sức hút lớn đối với những nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài vào khu vực này.

2. Thực trạng thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19

Tại Việt Nam, vốn FDI chiếm một tỷ trọng cao trong tổng vốn đầu tư thực hiện toàn xã hội. Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2020, các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam đã giải ngân và tổng vốn đăng ký cấp mới đều sụt giảm so với năm 2019. Trong đó, các dự án FDI đã giải ngân được 19,98 tỷ USD (bằng 98% so với cùng kỳ năm 2019), tổng vốn đăng ký cấp mới, điều chỉnh và góp vốn mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài đạt 28,53 tỷ USD (bằng 75% so với cùng kỳ năm 2019). Có 19 ngành lĩnh vực được đầu tư FDI trong năm 2020, trong đó đứng đầu là lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo với tổng vốn đầu tư đạt 13,6 tỷ USD, chiếm 47,7% tổng vốn đầu tư đăng ký.

Năm 2021, mặc dù dịch Covid-19 bùng phát mạnh và có nhiều diễn biến phức tạp nhưng dòng vốn FDI vào Việt Nam vẫn tăng 9,2% so với cùng kỳ năm 2020, đạt 31,15 tỷ USD. Vốn đầu tư đăng ký mới và điều chỉnh đều tăng so với năm 2020, đặc biệt vốn điều chỉnh tăng mạnh tới 40,5%. Xuất nhập khẩu của khu vực đầu tư nước ngoài năm 2021 tăng liên tục trong cả năm, xuất siêu gần 28,5 tỷ USD. Năm 2022, Việt Nam dự báo sẽ tăng trưởng về dòng vốn FDI khi Chính phủ đang thực hiện chính sách “bình thường mới” đưa các hoạt động xã hội và kinh tế quay trở lại quỹ đạo hoạt động “bình thường mới”. Trong 3 tháng đầu năm 2022, vốn FDI thực hiện vào Việt Nam tăng 7,8% so với cùng kỳ 2021.

Số dự án đăng ký mới tăng 37,8% với 322 dự án trong ba tháng đầu năm 2022. Đặc biệt, vốn điều chỉnh tăng cao tới 93,3% so với cùng kỳ năm 2021 với 228 lượt điều chỉnh vốn. Tổng giá trị góp vốn mua cổ phần là chỉ số có mức tăng trưởng cao nhất với mức tăng 102,6% với tổng giá trị vốn góp, mua cổ phần là 1,63 tỷ USD. Tuy nhiên, bên cạnh những chỉ số tăng trưởng trên, dòng vốn FDI vào Việt Nam trong 3 tháng đầu năm 2022 cũng đối mặt với sự sụt giảm của tổng vốn đầu tư và vốn đăng ký cấp mới. Theo đó, tổng vốn đầu tư FDI vào Việt Nam giảm 12,1% so với cùng kỳ, trong khi vốn đăng ký cấp mới giảm mạnh tới 55,5%. Sự sụt giảm của FDI vào Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2020 đến nay nguyên nhân lớn nhất là do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 khiến cho cả nước phải thực hiện giãn cách xã hội tại nhiều tỉnh, thành trong, hạn chế giao thương và đi lại với các quốc gia có dịch khiến việc tiếp cận thị trường Việt Nam trong giai đoạn qua của nhiều nhà đầu tư bị hạn chế, các nhà đầu tư đang có mặt tại Việt Nam cũng hạn chế mở rộng vốn. Cùng với đó là sự chuyển tiếp giữa Luật Đầu tư 2014 và Luật Đầu tư 2020 đã cộng hưởng khiến sụt giảm dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam trên cả số lượng vốn đăng ký, vốn cấp mới.

Dòng vốn FDI vào Việt Nam trong giai đoạn 2020 đến nay có sự sụt giảm so với giai đoạn trước khi dịch Covid-19 bùng phát nhưng vẫn ở ngưỡng thấp so với mức giảm trung bình trên thế giới. Điều này là do 4 nhóm nguyên nhân sau:

Thứ nhất, Việt Nam có những chính sách ưu đãi hấp dẫn liên quan tới thuế, thuê mặt bằng; năng suất lao động không ngừng tăng cao với chi phí thuê rẻ,... đã thu hút nhiều nhà đầu tư lựa chọn Việt Nam. Việt Nam hiện là quốc gia có tốc độ tăng năng suất lao động cao trong khu vực Asean. Theo Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, bình quân giai đoạn 2016 - 2018, năng suất lao động tại Việt Nam tăng 5,77%/năm, cao hơn so với mức tăng bình quân 4,35%/năm của giai đoạn 2011 - 2015.

Thứ hai, Chính phủ đã kiểm soát tốt dịch bệnh trong năm 2020 và những tháng đầu năm 2021. Nhờ khả năng khoanh vùng, kiểm soát dịch bệnh tốt song song với phát triển kinh tế, Việt Nam là một trong số ít những quốc gia có tốc độ tăng trưởng

kinh tế dương năm 2020. Cũng trong năm 2020, Việt Nam là quốc gia duy nhất trên thế giới được cả 3 tổ chức xếp hạng tín nhiệm quốc gia gồm Moodys, S&P và Fitch đồng loạt nâng triển vọng từ ổn định lên tích cực - đây là tín hiệu cho thấy sự ổn định và phát triển của nền kinh tế Việt Nam.

Thứ ba, việc Việt Nam đã ký Hiệp định Thương mại tự do (EVFTA) và Hiệp định bảo hộ đầu tư (EVIPA) với EU trong năm 2020 đã đánh dấu một mốc mới trong quan hệ thương mại và đầu tư giữa Việt Nam với EU, mở ra cánh cửa rộng hơn chào đón các quốc gia trong khối tới đầu tư tại Việt Nam.

Thứ tư, tình trạng “đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu” và cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung đã tạo nên xu hướng đa dạng hóa địa điểm đầu tư, tránh sự tình trạng đầu tư tập trung vào Trung Quốc. Điều này đã giúp Việt Nam trở thành một trong những lựa chọn ưu tiên hàng đầu khi chuyển hướng đầu tư của các doanh nghiệp FDI do địa thế nằm cạnh Trung Quốc. Vị trí địa lý nằm giáp biển Đông với 3.000 km bờ biển của Việt Nam cũng là điều kiện thuận lợi trong các giao dịch kinh tế quốc tế, tạo cơ hội cho nước ta trở thành trung tâm kết nối của khu vực châu Á - Thái Bình Dương và kết nối khu vực này với các nền kinh tế ở khu vực phía Tây bán đảo Đông Dương.

Như vậy, nhờ 4 ưu điểm chính như đã phân tích ở trên, mặc dù chịu nhiều ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch Covid-19 toàn cầu, Việt Nam vẫn tạo được tín nhiệm cao và sức hút lớn đối với các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài.

3. Kết luận và khuyến nghị nhằm tăng cường thu hút FDI vào Việt Nam trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19

Đại dịch Covid-19 lan rộng toàn cầu đã khiến nền kinh tế thế giới rơi vào khủng hoảng liên tiếp hơn 2 năm qua và dòng vốn FDI toàn cầu giảm mạnh nhất kể từ những năm 1990. Dịch bệnh khiến nhiều quốc gia phải thực hiện lệnh giãn cách xã hội, nhiều biên giới phải đóng cửa gây ra tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu - đây được coi là nguyên nhân chính khiến dòng vốn FDI toàn cầu suy giảm mạnh. Tuy nhiên, vẫn có những quốc gia và vùng lãnh thổ tận dụng được lợi thế của mình, duy trì được sự tăng trưởng của dòng vốn FDI.

Thông qua những phân tích về dòng vốn FDI toàn cầu và Việt Nam trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, nhằm tăng cường thu hút dòng vốn FDI vào Việt Nam trong giai đoạn tới, tác giả xin đưa ra một số kiến nghị sau:

Thứ nhất, duy trì và nâng cao các nhóm ưu thế đã giúp Việt Nam thu hút các dự án FDI có số lượng lớn các doanh nghiệp đầu tư và lượng vốn cao gồm: ưu đãi liên quan tới thuế, thuê mặt bằng đất; tận dụng lợi thế về nguồn lao động và nâng cao năng suất lao động; thực hiện tốt các biện pháp phòng, chống dịch bệnh Covid-19 song song với phát triển kinh tế; thực hiện tốt các cam kết trong EVFTA và EVIPA và mở rộng hoạt động xúc tiến thương mại với các nước trong khối nhằm mở cửa thu hút đầu tư; xây dựng và cải thiện hệ thống hạ tầng cơ sở nhằm thu hút các nhà đầu tư chuyển hướng từ Trung Quốc sang Việt Nam.

Thứ hai, tiếp tục hoàn thiện các thể chế, chính sách liên quan tới đầu tư nước ngoài. Cần hoàn thiện đồng bộ hệ thống pháp luật; sửa đổi, bổ sung các quy định về thủ tục, điều kiện đầu tư đồng thời tiếp tục cải cách thủ tục hành chính, tinh gọn bộ máy, quy định rõ ràng trách nhiệm của từng bộ phận, đặc biệt trong các lĩnh vực liên quan đến cấp giấy phép kinh doanh, giấy phép lao động, quản lý thị thực, thủ tục hải quan, thuế,...

Thứ ba, thực hiện chính sách thu hút đầu tư FDI có chọn lọc. Chiến lược thu hút FDI cần phải được đặt trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội chung của cả nước, phải quy định rõ những ngành, lĩnh vực nào cần ưu tiên thu hút FDI trên nguyên tắc ưu tiên những ngành và lĩnh vực mà doanh nghiệp trong nước còn đang yếu kém. Trên cơ sở đó, Chính phủ cần khuyến khích, tạo điều kiện cho các dự án FDI đầu tư và sản xuất tại Việt Nam theo hình thức liên doanh với doanh nghiệp trong nước hoạt động ở các lĩnh vực còn yếu để doanh nghiệp Việt Nam có điều kiện tiếp cận trực tiếp công nghệ, kỹ năng quản lý và kinh doanh hiện đại. Đồng thời, Chính phủ cần ưu tiên thu hút các nhà đầu tư lớn, dự án có công nghệ tiên tiến, công nghệ mới, công nghệ cao, công nghệ sạch, quản trị hiện đại, giá trị gia tăng cao, có tác động lan tỏa, kết nối chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. UNCTAD (2022), “*Investment Trends Monitor*”. ISSUE 40.
2. Cổng thông tin điện tử của Tổng cục Thống kê (2022), truy cập tại địa chỉ: <https://www.gso.gov.vn/>

Ngày nhận bài: 14/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

ThS. LƯƠNG NGUYỆT ÁNH

Trường Đại học Thương mại

**THE FLUCTUATIONS IN FDI FLOWS
UNDER THE COVID-19 PANDEMIC’S IMPACTS:
AN OVERVIEW OF THE WORLD AND VIETNAM**

● Master. **LUONG NGUYET ANH**

Thuongmai University

ABSTRACT:

Foreign direct investment (FDI) plays an important role for all countries in the world. This is an external force to supplement capital, technology, management capacity, business capacity to a country and it supports a country to take part in the global supply chain, promoting this country’s growth and international economic integration process. The COVID-19 pandemic had caused a global economic recession since 2020 and created fluctuations in global FDI flows. Although the COVID-19 pandemic caused the reduction in the global FDI, some countries and territories still record increases in FDI flows. Vietnam also experiences many positive signs about the FDI flow. It is necessary for Vietnam to assess the fluctuations in FDI flows in the world and in Vietnam under the COVID-19 pandemic’s impacts to draw lessons about attracting FDI into Vietnam in the coming time.

Keywords: the flow of foreign direct investment, the impact of the COVID-19 pandemic, Vietnam.

CƠ SỞ KHOA HỌC VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN ĐỂ PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM RAU AN TOÀN CỦA TỈNH THÁI NGUYÊN

● NGUYỄN THỊ HƯƠNG - NGUYỄN THANH MINH

TÓM TẮT:

Bài viết đã hệ thống những vấn đề lý luận về chuỗi giá trị, chuỗi giá trị nông sản, rau an toàn (RAT) và đặc trưng chuỗi giá trị sản phẩm RAT, trong đó có đề cập đến các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị sản phẩm RAT. Bài viết cũng tổng hợp kinh nghiệm phát triển chuỗi giá trị sản phẩm RAT của một số nước trên thế giới (Nhật Bản, Israel), một số địa phương trong nước (Lâm Đồng, TP. Hồ Chí Minh) và rút ra 5 bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thái Nguyên. Thông qua phân tích thực trạng để xác định những khó khăn của từng khâu, từ đó xây dựng chiến lược phát triển và xác định được các nút thắt cần hỗ trợ đối với các tác nhân trong các khâu của chuỗi giá trị RAT của tỉnh Thái Nguyên.

Từ khóa: rau an toàn, chuỗi giá trị, chuỗi giá trị nông sản, tỉnh Thái Nguyên.

1. Đặt vấn đề

Ngành Nông nghiệp Việt Nam đang hướng đến tham gia hiệu quả vào chuỗi giá trị nông sản toàn cầu để phát triển bền vững. Tuy nhiên, việc đáp ứng yêu cầu chất lượng nông sản sạch ở Việt Nam hiện còn rất khó khăn. Mặt khác do thói quen canh tác lạc hậu, thiếu sự liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp thu mua, phân phối,... đang đặt ra những thách thức không nhỏ cho việc tham gia vào chuỗi giá trị nông sản toàn cầu, trong đó có sản phẩm RAT.

Tỉnh Thái Nguyên là một trung tâm kinh tế - xã hội lớn của khu vực Đông Bắc, toàn tỉnh có khoảng 70 nghìn héc-ta đất trồng cây hàng năm.

Năm 2020 toàn tỉnh trồng được 15.017 héc-ta rau các loại, sản lượng đạt 257.876 tấn. Trên địa bàn tỉnh có nhiều vùng sản xuất rau chuyên canh, như: Túc Duyên, Đồng Bẩm (TP. Thái Nguyên), Linh Sơn (Đồng Hỷ), Nhã Lộng (Phú Bình), thị trấn Hùng Sơn (Đại Từ),...[1] Tuy nhiên, sản xuất RAT ở tỉnh Thái Nguyên đang còn tồn tại một số vấn đề như: sản lượng thấp, chưa có thị trường tiêu thụ ổn định. Hoạt động sản xuất RAT mang tính tự phát của các hộ nông dân và chưa thể tham gia tiêu thụ tại các hệ thống bán lẻ hiện đại và thường bị ép giá; các sản phẩm RAT chưa có chứng thực đầy đủ mức độ an toàn của sản phẩm.

Để góp phần thực hiện Đề án tái cơ cấu ngành

Nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững tỉnh Thái Nguyên thì cần phải đẩy mạnh phát triển kinh tế hợp tác, liên kết theo chuỗi giá trị sản phẩm RAT. Vì vậy, nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn về chuỗi giá trị và phân tích chuỗi giá trị sản phẩm RAT để rút ra bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thái Nguyên là có tính cấp thiết.

2. Cơ sở lý luận chuỗi và phân tích chuỗi giá trị sản phẩm RAT

2.1. Chuỗi giá trị và chuỗi giá trị nông sản

2.1.1. Chuỗi giá trị

Thuật ngữ “chuỗi giá trị” và “phương pháp phân tích chuỗi giá trị” được các học giả của Pháp đề cập lần đầu trong lý thuyết về phương pháp chuỗi (filière) vào những năm 50 của thế kỷ XX. Chuỗi giá trị là một hoạt động kinh doanh có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các đầu vào cho một sản phẩm, đến sơ chế, vận chuyển, tiếp thị, đến việc cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng [5]. (Hình 1)

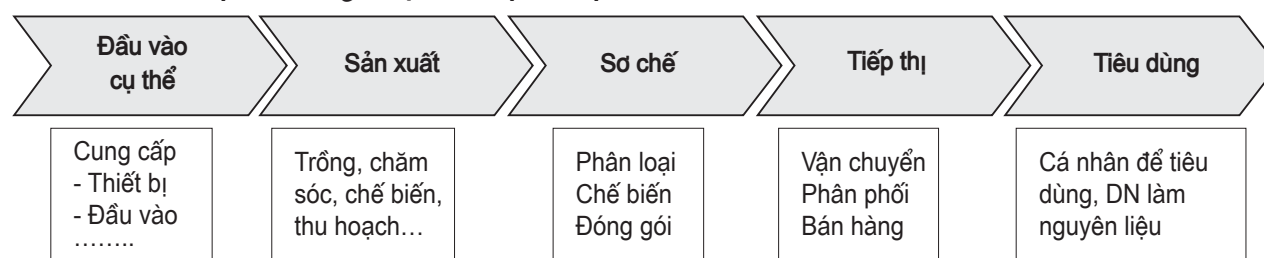
Tác dụng của phân tích chuỗi giá trị: Giúp xác định những khó khăn của từng khâu trong chuỗi,

từ đó đưa ra các giải pháp khắc phục để sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của thị trường và phát triển bền vững đồng thời xây dựng chiến lược phát triển chuỗi giá trị liên quan đến những gì mà tác nhân tham gia chuỗi giá trị phải làm để trở nên cạnh tranh hơn và để giá trị gia tăng lớn hơn trong tương lai. Phân tích chuỗi còn giúp các nhà hỗ trợ xác định được các nút thắt cần hỗ trợ đối với các tác nhân trong các khâu của chuỗi và có những tác động hỗ trợ phát triển chuỗi khi doanh nghiệp bắt đầu một quá trình thay đổi; nhằm cung cấp thông tin; thiết kế và chuẩn bị một chiến lược nâng cấp và xác định cơ sở cho hoạt động theo dõi [4].

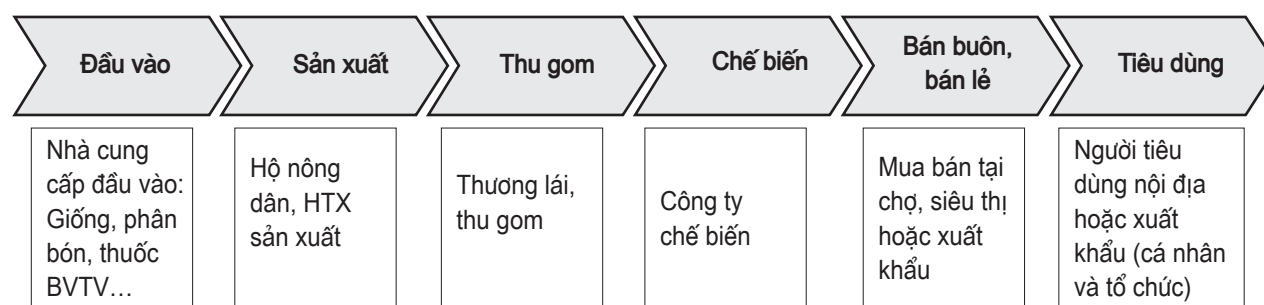
2.1.2. Chuỗi giá trị nông sản

Theo FAO (2010): “Chuỗi giá trị nông sản bao gồm tập hợp các tác nhân và hoạt động đưa một sản phẩm nông sản từ sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng, theo đó, giá trị của sản phẩm được gia tăng trong mỗi khâu trung gian. Một chuỗi giá trị có thể là một liên kết dọc hay một mạng lưới các tác nhân độc lập với nhau vào các khâu chế biến, đóng gói, bảo quản, vận chuyển và phân phối”. (Hình 2)

Hình 1: Phân đoạn chuỗi giá trị cho một sản phẩm



Hình 2: Sơ đồ chuỗi giá trị nông sản (9)



Các nhà hỗ trợ và thúc đẩy chuỗi Phòng Công thương, Phòng Nông nghiệp Huyện, Sở NN&PTNT, Liên minh HTX, Hội nông dân, ngân hàng ...

2.2. RAT và đặc trưng chuỗi giá trị sản phẩm RAT

2.2.1. Khái niệm rau an toàn

RAT là những sản phẩm rau tươi (bao gồm tất cả các loại rau ăn lá, thân, củ, hoa, quả, hạt, các loại nấm thực phẩm,...) được sản xuất, thu hoạch, sơ chế, bao gói, bảo quản theo quy định kỹ thuật bảo đảm tồn dư về vi sinh vật, hóa chất độc hại dưới mức giới hạn tối đa cho phép [7].

Theo Tổ chức Y tế thế giới, RAT là rau cần phải đạt được các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, phân bón, kim loại nặng, và vi sinh vật trong rau phải đạt dưới mức tiêu chuẩn cho phép. Nếu vi phạm một trong bốn tiêu chuẩn trên thì không được gọi là RAT. RAT của Việt Nam được nói tới chủ yếu để phân biệt với rau được canh tác bằng các kỹ thuật thông thường.

Do vậy, có thể hiểu chuỗi giá trị RAT là tập hợp hoạt động của các tác nhân tham gia vào các khâu của chuỗi giá trị gồm: đầu vào, sản xuất, thu gom, chế biến, thương mại, tiêu dùng và các hoạt động hỗ trợ của tổ chức thúc đẩy chuỗi (Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, liên minh hợp tác xã,...).

2.2.2. Các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị sản phẩm RAT

- Tác nhân cung cấp đầu vào: Các nhà cung cấp, đầu tư đầu vào cho trồng RAT là tác nhân cung cấp giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, lao động nghèo,...

- Tác nhân sản xuất: bao gồm hộ nông dân, tổ hợp tác và hợp tác xã trồng RAT thực hiện việc làm đất, gieo rau, chăm sóc, thu hoạch.

- Tác nhân thu gom: được thực hiện bởi hệ thống thương lái tại địa phương hay được gọi là các đại lý thu mua, đảm bảo chức năng thu mua RAT từ nông dân và cung cấp lại cho các cơ sở chế biến rau.

- Tác nhân sơ chế: được thực hiện bởi các cơ sở sơ chế tại địa phương, các cơ sở sơ chế này có chức năng thu mua RAT từ thương lái trung gian hoặc hộ nông dân, sau đó sẽ phân loại rau và thực hiện công đoạn làm sạch, đóng gói. Cơ sở sơ chế này sẽ bán lại cho người tiêu dùng, người bán buôn, bán lẻ hoặc các doanh nghiệp xuất khẩu.

- Khách hàng tiêu dùng sản phẩm RAT bao gồm 2 nhóm. Khách hàng cá nhân: là người tiêu dùng

mua sản phẩm phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng hàng ngày của gia đình; khách hàng tổ chức: là các bếp ăn tập thể, nhà trẻ, bệnh viện, trường học,... Nhóm khách hàng này đòi hỏi cao về chất lượng cũng như vệ sinh an toàn thực phẩm.

2.3. Nội dung nghiên cứu và phân tích chuỗi giá trị sản phẩm RAT

2.3.1. Lập sơ đồ chuỗi giá trị

Sơ đồ thể hiện các hoạt động, các khâu, các tác nhân chính trong chuỗi và những mối liên kết của họ. Lập sơ đồ chuỗi giá trị có nghĩa là vẽ một sơ đồ có thể quan sát trực tiếp về hệ thống kênh phân phối sản phẩm RAT. Sơ đồ này có nhiệm vụ xác định chức năng các hoạt động kinh doanh của mỗi tác nhân, các nhà vận hành chuỗi, dòng chảy và những mối liên kết của họ với các nhà hỗ trợ chuỗi. Thể hiện qua Hình 3 Sơ đồ chuỗi giá trị.

2.3.2. Phân tích hoạt động và mối liên kết các tác nhân tham gia chuỗi giá trị

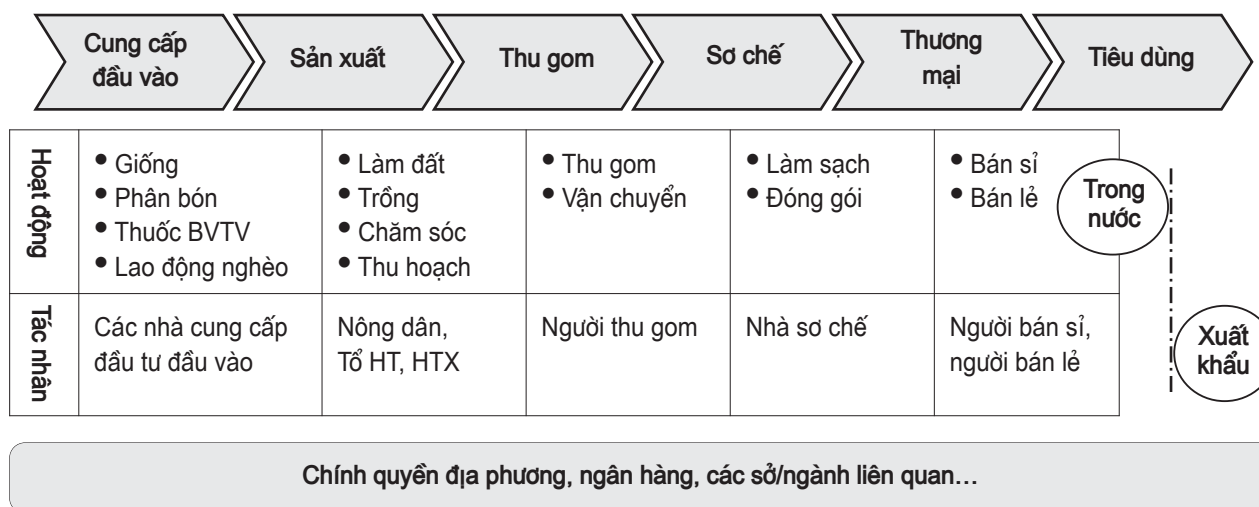
(1) Các hoạt động được thực hiện trong chuỗi giá trị RAT: Mô tả các hoạt động của các tác nhân trong chuỗi, hoạt động nào được thực hiện trước. Mỗi hoạt động sẽ tạo ra chi phí và xác định tỷ trọng (%) trong tổng chi phí, từ đó tìm ra hiệu quả của mỗi hoạt động.

(2) Xác định các bên tham gia chuỗi giá trị RAT hay còn gọi là các nhà vận hành chuỗi giá trị RAT: Xác định ai là người tham gia vào chuỗi, mô tả ai thực hiện các hoạt động này. Tuy nhiên, một hoạt động có thể được thực hiện bởi nhiều thành viên tham gia chuỗi và một thành viên của chuỗi có thể thực hiện nhiều hoạt động.

(3) Xác định những dòng chảy trong chuỗi giá trị RAT: Một chuỗi giá trị RAT có rất nhiều dòng chảy: dòng sản phẩm, hàng hóa, dòng tiền, thông tin, dịch vụ,... Mục tiêu phân tích chuỗi giá trị RAT là phân tích các dòng chảy đó để có thông tin tốt giúp các mắt xích trong chuỗi phối hợp đồng bộ hơn và từ đó giảm được lượng dự trữ/tồn kho không mong muốn trong chuỗi.

(4) Xác định mối liên kết trong chuỗi giá trị RAT: Mối liên kết phản ánh cách thức phối hợp các nhà vận hành chuỗi trong tất cả các giai đoạn của chuỗi. Phân tích mối liên kết bao gồm không chỉ việc xác định tổ chức và người tham gia nào liên kết với

Hình 3: Sơ đồ chuỗi giá trị



Nguồn: GTZ (2007)

nhau mà còn xác định nguyên nhân của những liên kết này và những liên kết này có mang lại lợi ích hay không. Việc củng cố các mối liên kết giữa những tác nhân tham gia sẽ tạo nên nền móng cho việc cải thiện chuỗi giá trị.

2.3.3. Phân tích kinh tế chuỗi giá trị

Phân tích kinh tế chuỗi giá trị là phân tích kết quả hoạt động của chuỗi giá trị được biểu hiện thông qua các chỉ tiêu doanh thu, chi phí, lợi nhuận của từng tác nhân và của toàn chuỗi bao gồm:

Một là, phân tích phải đánh giá được giá trị của toàn bộ chuỗi giá trị RAT hay chính là toàn bộ giá trị gia tăng được sản sinh ra bởi chuỗi và tỷ trọng của nó ở các giai đoạn khác nhau.

Hai là, đánh giá được chi phí sản xuất tại mỗi giai đoạn trong chuỗi, xác định cấu trúc của chi phí trong các giai đoạn của chuỗi giá trị RAT và xác định tiềm năng giảm chi phí của các tác nhân tham gia.

Ba là, xác định việc phân phối lợi ích của các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị RAT.

2.3.4. Phân tích hoạt động quản lý chuỗi giá trị

Quản lý chuỗi giá trị là quá trình tổ chức các hoạt động này để phân tích chúng một cách chính xác.

Kết quả hoạt động của chuỗi giá trị RAT còn thể hiện ở mức độ mà một chuỗi giá trị RAT đáp ứng được nhu cầu của người sử dụng cuối cùng bằng các chỉ tiêu về thời gian, sản phẩm. Để phân tích đánh

giá chuỗi giá trị RAT về mặt quản lý cần phân tích đánh giá được: i) Khả năng đáp ứng; ii) Tính linh hoạt; iii) Chất lượng sản phẩm.

3. Cơ sở thực tiễn về phát triển chuỗi giá trị sản phẩm RAT

3.1. Kinh nghiệm của một số nước trên thế giới

(1) Kinh nghiệm phát triển chuỗi giá trị RAT ở Nhật Bản [3]:

Hiện nay, chỉ có khoảng 3% dân số Nhật Bản làm nông nghiệp nhưng lại cung cấp lương thực, thực phẩm chất lượng cao dư thừa cho dân số hơn 127 triệu người và xuất khẩu nhờ nền nông nghiệp có hệ thống công nghệ cao với chuỗi giá trị hiệu quả.

Nông dân không sản xuất chạy theo phong trào, tất cả phải theo kế hoạch gắn với tiêu thụ trong vùng và liên vùng, được các cơ quan quản lý của ngành hướng dẫn và giám sát. Sản xuất được chuyên môn hóa sâu, vì vậy đã tạo được thương hiệu sản phẩm cho từng vùng, ví dụ như trồng và thu hoạch hành lá ở Ibaraki,... Sản phẩm khi thu hoạch đưa vào siêu thị phải đảm bảo độ đồng đều cao.

Chính sách điều tiết liên vùng của Nhật Bản rất tốt và khi vùng nào đó mất mùa do gặp thiên tai, Nhà nước sẽ điều tiết và huy động từ các vùng khác, nhập khẩu và từ nguồn dự trữ. Còn trường hợp dư thừa, Nhà nước trả tiền cho nông dân để có

thể tiêu hủy, cày vùi luôn một phần diện tích rau làm phân bón. Họ để đất nghỉ, bỏ hóa và có thể gieo trồng mạch, kê hay cây họ đậu rồi cày vùi cải tạo đất được làm luân phiên, vì vậy đất của họ rất tốt, tươi xốp và rất giàu mùn.

Để ổn định giá cả thị trường, nhất là với rau, quỹ ổn định giá nông sản được chính phủ thành lập và giao cho một đơn vị điều hành có tên “Agricultural and Livestock corporation” viết tắt là “ALIC” thực hiện.

Khâu bán và phân phối sản phẩm của Nhật Bản khá đa dạng. Hiện nay nhiều hợp tác xã tổ chức các cửa hàng bán sản phẩm nông sản cho xã viên, xã viên mang sản phẩm tới bày trên kệ hàng đã được hợp đồng, mỗi hộ có mã số, mã vạch riêng để truy nguyên nguồn gốc và cửa hàng thu tiền, giúp nông dân, giá tùy thuộc chất lượng, mẫu mã để người tiêu dùng có thể chấp nhận. Đây là hình thức bán hàng ủy thác hiện đang mở rộng.

Một kiểu bán trực tiếp cũng được áp dụng. Theo đó một nhóm người tiêu dùng đặt hàng trực tiếp với nông hộ, trang trại để lấy nông sản hàng tuần. Hình thức bán hàng này được đánh giá là có độ tin cậy vì quen biết và địa chỉ rõ ràng, giám sát được song lại đỡ công chứng nhận, bao gói.

(2) Kinh nghiệm phát triển chuỗi giá trị RAT ở Israel [10]:

Ở quốc gia này, nông nghiệp là lĩnh vực mà 95% nguyên nhân thành công là nhờ khoa học và chỉ có 5% nhờ sức lao động của con người. Họ sử dụng phương pháp khử mặn đất, phát minh ra công nghệ tưới nhỏ giọt hiệu quả và thậm chí trồng ngay trên sa mạc cằn cỗi để cải tạo đất và tăng năng suất nông sản.

Israel cũng là quốc gia duy nhất mà sa mạc đang được đẩy lùi. Quốc gia này đứng đầu thế giới về tái chế nước, với tỉ lệ đến 70% nước được tái chế. Nông nghiệp thông minh thực sự là thế mạnh, làm nên nét khởi sắc về kinh tế cho Israel.

Họ kiểm soát côn trùng theo phương pháp sinh học: lai tạo ra các giống côn trùng có ích nhằm giải quyết vấn đề kiểm soát sâu bệnh tuân theo các nguyên lý sinh thái học tự nhiên, lai tạo các giống côn trùng chuyên biệt thực hiện thụ phấn tự nhiên trong môi trường nhà kính.

Họ xây dựng hệ thống kiến thức nông nghiệp trực tuyến thuận lợi cho người nông dân truy cập nhằm học hỏi kiến thức, kinh nghiệm, tư vấn phương pháp, giải pháp nông nghiệp từ các chuyên gia hàng đầu, các nhà sản xuất nông nghiệp chuyên nghiệp. Ngoài ra, để hỗ trợ nông dân xuất khẩu nông sản ra thị trường thế giới, Chính phủ nước này cũng chủ trương đẩy mạnh quảng cáo, tiếp thị trực tiếp sản phẩm sang các thị trường tiềm năng thông qua mạng Internet.

Bảo quản sau thu hoạch là một trong những yếu tố quan trọng làm nên thành công của nền nông nghiệp thông minh Israel. Các nhà khoa học nước này đã nghiên cứu, phát minh nhiều công nghệ bảo quản giúp nông sản được tươi ngon lâu mà vẫn giữ giá trị dinh dưỡng cao.

Lĩnh vực nông nghiệp hiện nay của nước này hầu như gắn chặt với sự liên kết 4 nhà (Nhà nước, nhà khoa học, nông dân và các doanh nghiệp).

3.2. Kinh nghiệm phát triển RAT theo chuỗi giá trị của một số địa phương trong nước

(1) Kinh nghiệm phát triển chuỗi giá trị RAT ở Lâm Đồng [8]: Lâm Đồng là tỉnh miền núi phía Nam Tây Nguyên có độ cao trung bình từ 800 - 1.000 m so với mặt nước biển. Chất lượng đất đai của Lâm Đồng rất tốt, khá màu mỡ phù hợp cho việc trồng chè, cà phê, rau, hoa. Khí hậu nhiệt đới gió mùa biến thiên theo độ cao. Năm bắt được nhu cầu thị trường hướng tới ưu tiên sử dụng nguồn nông sản, thực phẩm sạch, an toàn và có nguồn gốc rõ ràng nên hiện nay nông dân thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng ý thức cùng nhau thành lập chuỗi sản xuất RAT rồi cung ứng trực tiếp cho các nhà tiêu thụ, thay vì sản xuất manh mún thiếu định hướng như trước. Hầu hết các mô hình liên kết sản xuất có tính ổn định cao, vì chủ động được đầu ra và giá cả không phụ thuộc thị trường như trước đây. Mô hình liên kết trồng và cung ứng rau sạch khá đa dạng gồm các doanh nghiệp, các hợp tác xã, tổ hợp tác,... đóng vai trò đầu tàu trong việc cung ứng cây giống, hướng dẫn kỹ thuật và ký kết hợp đồng tiêu thụ rau với chuỗi siêu thị, nhà hàng lớn tại các thành phố lớn như TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Nha Trang, Cần Thơ,...

(2) *Kinh nghiệm phát triển RAT ở TP. Hồ Chí Minh [2]*: Mục đề án tái cơ cấu ngành Nông nghiệp là theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững; xây dựng chuỗi thực phẩm an toàn, tạo mối liên kết hợp tác chặt chẽ giữa các thành phần tham gia chuỗi, từ đó nâng cao nhận thức, hành vi của người sản xuất, chế biến và tiêu dùng. UBND TP. Hồ Chí Minh đã phê duyệt Chương trình Mục tiêu phát triển RAT trên địa bàn thành phố giai đoạn 2016-2020. Nhờ định hướng trên, việc sản xuất rau trên địa bàn thành phố trong thời gian qua đã đi vào ổn định, nhiều hộ nông dân đã tham gia thực hành sản xuất tốt. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn TP. Hồ Chí Minh tiếp tục hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu phục vụ quản lý ở các vùng RAT. Cụ thể, xây dựng bản đồ số hóa các vùng sản xuất rau; các lớp cơ sở dữ liệu bổ sung một số thông tin như: vùng rau, vùng rau VietGAP, hộ sản xuất rau, điều kiện sản xuất (mẫu đất, nước), cửa hàng kinh doanh phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, giống cây trồng,... Đồng thời, xây dựng phần mềm phục vụ công tác quản lý và cập nhật dữ liệu các vùng sản xuất RAT. Mặt khác, để hỗ trợ tiêu thụ, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cũng đang phối hợp với các sở, ngành liên quan triển khai đề án truy xuất nguồn gốc tại các đơn vị sản xuất RAT. Đồng thời, định kỳ tổ chức một số chợ phiên nông sản an toàn nhằm giới thiệu, kết nối cung cầu sản phẩm an toàn cho đông đảo người dân được biết. Tuy nhiên hoạt động này vẫn còn hạn chế về cơ sở vật chất, công nghệ, sự hợp tác giữa các tác nhân còn lỏng lẻo.

3.3. Thực trạng phát triển chuỗi giá trị sản phẩm RAT của tỉnh Thái Nguyên

Xác định tầm quan trọng của việc phát triển chuỗi giá trị sản phẩm RAT, lãnh đạo tỉnh đã ban hành nhiều quyết định xây dựng và phát triển chuỗi giá trị sản phẩm RAT gắn với phát triển hợp tác xã nhằm thúc đẩy sản xuất và đảm bảo đầu ra cho tiêu thụ RAT trên địa bàn tỉnh.

Theo số liệu thống kê của của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Thái Nguyên, tính hết năm 2021 toàn tỉnh có trên 400 hợp tác xã nông nghiệp, trong đó có khoảng trên 20 hợp tác xã

chuyên về trồng, sản xuất rau, củ, quả an toàn. Toàn tỉnh hiện có 132 ha sản xuất an toàn theo tiêu chuẩn VietGAP được cấp chứng nhận, trong đó diện tích còn hiệu lực chứng nhận VietGAP là 63,3 ha; đăng ký chứng nhận rau vụ Đông 2021 là 20 ha cho 4 hợp tác xã.

Diện tích gieo trồng rau các loại trên địa bàn toàn tỉnh hàng năm đạt trên 14.700 ha, sản lượng 260.400 tấn, năng suất bình quân đạt 177 tạ/ha. Giá trị sản xuất rau ước đạt 1.600 tỷ đồng (giá hiện hành), chiếm 13% tổng giá trị sản xuất ngành trồng trọt. Sản lượng rau có xu hướng tăng qua các năm gần đây, và tăng chủ yếu trong vụ Đông - Xuân và sản lượng năm sau cao hơn năm trước bình quân khoảng 5%. Cơ cấu, chủng loại rau của tỉnh khá phong phú và đa dạng (nhóm rau ăn lá chiếm 70%; rau lấy quả chiếm 22,3%; rau lấy thân, củ, rễ chiếm 7,7 % so với tổng sản lượng). Nhằm kết nối chuỗi cung ứng nông sản thực phẩm an toàn, từng bước quảng bá, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm rau, đến nay cơ quan chức năng của ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã hướng dẫn, hỗ trợ cấp xác nhận cho 05 chuỗi cung ứng sản phẩm RAT chủ yếu cung cấp cho hệ thống quầy hàng bán lẻ và các bếp ăn tập thể, định kỳ giám sát các điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm và quản lý việc sử dụng tem xác nhận điện tử truy xuất nguồn gốc sử dụng mã QR code.

Dù đã ghi nhận nhiều kết quả tốt trong việc phát triển chuỗi giá trị sản xuất RAT, tuy nhiên việc phát triển còn tồn tại một số khó khăn như: Đất sản xuất nhỏ lẻ, phân tán chủ yếu quy mô nông hộ, thiếu quỹ đất để phát triển sản xuất rau tập trung chuyên canh, hệ thống tưới tiêu chưa đáp ứng được yêu cầu sản xuất; Thiếu lao động ở những vùng có khả năng chuyên canh rau do dịch chuyển lao động sang phi nông nghiệp cho thu nhập cao hơn, tốc độ đô thị hoá nhanh diện tích sản xuất thu hẹp, vùng rau chủ yếu xen kẽ với các khu đông dân cư gây khó khăn trong sản xuất RAT, GAP, hữu cơ;...

4. Bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thái Nguyên

Từ kinh nghiệm của các nước trên thế giới và các địa phương trong nước về phát triển bền vững vùng RAT, bài viết đưa ra bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thái Nguyên như sau:

1. Phát huy thế mạnh của mô hình liên kết 4 nhà (Nhà nước, nhà khoa học, nông dân và các doanh nghiệp), coi trọng ứng dụng công nghệ tiên tiến trong lĩnh vực nông nghiệp.

2. Cần có quy hoạch, kế hoạch gắn với tiêu thụ RAT ở trong vùng và liên vùng; thậm chí phê duyệt Chương trình mục tiêu phát triển RAT trên địa bàn và hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu phục vụ quản lý ở các vùng RAT.

3. Xây dựng thương hiệu, hình thành các mối liên kết đa chiều với sự tham gia hợp tác của nông dân sản xuất quy mô nhỏ, làm dịch vụ hỗ trợ cung ứng các dịch vụ đầu vào và đầu ra của sản phẩm cho hộ trồng RAT. Cho phép họ tham gia vào mối quan hệ trực tiếp với các nhà xuất RAT.

4. Tăng cường truy xuất nguồn gốc và giám sát vệ sinh an toàn thực phẩm, thông qua hệ thống kiểm tra nhằm đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng ở các thị trường nước ngoài.

5. Giải quyết tốt các lợi ích giữa các thành

viên tham gia trong chuỗi giá trị sản phẩm RAT, loại bỏ các trung gian không cần thiết nhằm tối thiểu hóa chi phí và tối đa hóa lợi ích cho người tiêu dùng.

5. Kết luận

Rau là sản phẩm tiêu dùng không thể thiếu của con người, rau cung cấp rất nhiều vitamin, dinh dưỡng cho sự phát triển của cơ thể con người, nhưng không đơn thuần đủ về số lượng mà cần đảm bảo cả về mặt chất lượng và an toàn thực phẩm tức là phải đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm gọi tắt là RAT. Từ lý luận cơ bản về RAT, chuỗi giá trị, chuỗi giá trị sản phẩm RAT, phân tích chuỗi giá trị sản phẩm RAT sẽ làm thay đổi nhận thức và hành động của người dân, đặc biệt là các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm RAT. Kết hợp giữa lý luận và kinh nghiệm phát triển RAT theo chuỗi giá trị của một số nước trên thế giới và của một số địa phương trong nước bài viết đã rút ra 5 bài học làm tài liệu tham khảo cho địa phương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Thái Nguyên (2019). *Báo cáo số 17/BC-SNN, ngày 06/01/2019 về kết quả thực hiện nhiệm vụ nông nghiệp và phát triển nông thôn năm 2019.*
2. H. Chung (2018). Chương trình mỗi xã một sản phẩm tại thành phố Hồ Chí Minh: Phát triển rau an toàn thành sản phẩm chủ lực. Truy cập tại <https://dantocmiennui.vn/chuong-trinh-moi-xa-mot-san-pham-tai-thanh-pho-ho-chi-minh-phat-trien-rau-an-toan-thanh-san-pham-chu-luc/182402.html>
3. Trần Xuân Định. Chuỗi rau an toàn, nhìn từ Nhật Bản. Truy cập tại <http://market.giavang.com.vn/article/6234/chuoi-rau-toan-nhin-tu-nhat-ban>
4. Cẩm nang ValueLinks (2007). *Phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị*, GTZ Eschborn.
5. Lambert, D.M. and Cooper, M.C. (2000). Issues in supply chain management. *Industrial Marketing Management*, 29, 65-83.
6. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2007). *Quyết định số 04/2007/QĐ-BNN, ngày 19 tháng 01 năm 2007 về "Quy định về quản trị sản xuất và chứng nhận RAT"*.
7. Lâm Viên (2016). Các nước ASEAN nghiên cứu chuỗi liên kết sản xuất rau an toàn tại Lâm Đồng. Truy cập tại <http://baolamdong.vn/kinhhte/201605/cac-nuoc-asean-nghien-cuu-chuoi-lien-ket-san-xuat-rau-an-toan-tai-lam-dong-2698571/>
8. VITIC (2017). Báo cáo: Chuỗi giá trị nông sản và những vấn đề về logistics trong ngành nông sản. Truy cập tại <https://logistics.gov.vn/nghien-cuudao-tao/bao-cao-chuoi-gia-tri-nong-san-va-nhung-van-de-ve-logistics-trong-nganh-nong-san>

9. Mô hình nông nghiệp thông minh ở Israel. Truy cập tại <http://www.vacvina.org.vn/xem-tin-tuc/mo-hinh-nong-nghiep-thong-minh-o-israel.html>

Ngày nhận bài: 12/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN THỊ HƯƠNG

2. TS. NGUYỄN THANH MINH

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên

SCIENTIFIC BASIS AND PRACTICAL EXPERIENCE TO DEVELOP THE FULL VALUE OF SAFE VEGETABLE PRODUCTS OF THAI NGUYEN PROVINCE

● Master. **NGUYEN THI HUONG**¹

● Ph.D **NGUYEN THANH MINH**¹

¹Thai Nguyen University of Economics and Business Administration

ABSTRACT:

This study presents an overview of theoretical issues relating to the value chain, the value chain of agricultural products, safe vegetables and characteristics of the value chain of safe vegetables. The study also points out the factors in the value chain of safe vegetables. The study identifies the difficulties at each stage of the value chain of safe vegetables, develops a development strategy and identifies bottlenecks that need to be solved in all stages of the value chain. This study presents experiences of some countries such as Japan and Israel and some localities in Vietnam such as Lam Dong province and Ho Chi Minh City in developing the value chain of safe vegetables.

Keywords: safe vegetables, value chain, value chain of agricultural products, Thai Nguyen province.

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI GIÁ QUẶNG SẮT THẾ GIỚI

● VŨ DIỆP ANH

TÓM TẮT:

Giá quặng sắt là một nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến chi phí sản xuất thép vì quặng sắt là nguyên liệu chính cho sản xuất thép. Trong khi đó, thép đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của bất kỳ nền kinh tế nào. Chính vì vậy, sự biến động của giá quặng sắt thế giới đã thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư, các doanh nghiệp mỏ, doanh nghiệp sản xuất thép, các doanh nghiệp có liên quan khác cũng như các nhà khoa học. Bài báo này sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất để nghiên cứu ảnh hưởng của 6 nhân tố (giá nhôm thế giới, chỉ số sản xuất thép, xuất khẩu quặng sắt của Úc, cước phí vận tải đường biển, tỷ giá của đồng đôla Úc và đại dịch Covid-19) tới giá quặng sắt thế giới. Với các số liệu được thu thập theo tháng từ tháng 3/1990 đến tháng 2/2022. Kết quả nghiên cứu cho thấy đại dịch Covid-19 không ảnh hưởng đến giá quặng sắt thế giới, trong khi 5 nhân tố còn lại đều có mối quan hệ tỷ lệ thuận với giá quặng sắt thế giới.

Từ khóa: quặng sắt, giá quặng sắt thế giới, các nhân tố ảnh hưởng tới giá quặng sắt thế giới.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, quặng sắt tạo nên thị trường hàng hóa lớn thứ hai thế giới sau dầu mỏ xét về mặt giá trị. Quặng sắt là các loại đá và khoáng vật mà từ đó có thể chiết ra sắt kim loại vốn là nguyên liệu chính dùng để sản xuất thép. Có tới 98% quặng sắt khai thác ra được sử dụng cho việc chế tạo thép. Trong khi đó, thép là kim loại được sử dụng rộng rãi nhất trên thế giới xét cả về khối lượng và mục đích sử dụng. Thép được sử dụng trong các kết cấu kỹ thuật trong xây dựng, cơ sở hạ tầng, chế tạo máy móc, phương tiện vận tải, ô tô, đường sắt, tàu biển, xe đạp, trang thiết bị quân sự, đồ gia dụng và rất nhiều sản phẩm khác. Nhìn chung, các chi phí liên quan đến quặng sắt chiếm từ 10-15% trong chi phí sản xuất thép. Chi phí này chiếm đến

hơn 40% trong chi phí sản xuất thép ở châu Âu và khoảng 50% trong chi phí sản xuất thép của Công ty Wuhan Iron and Steel (đứng thứ 11 thế giới về khối lượng thép sản xuất) [1]. Có thể thấy, giá quặng sắt là một nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến chi phí sản xuất thép, giá thành thép thương phẩm và các ngành công nghiệp khác có liên quan (xây dựng, dân dụng, sản xuất ô tô, chế tạo máy,...). Trong khi đó, giá quặng sắt trên thế giới có nhiều biến động trong những năm qua. Năm bắt được xu hướng biến động của giá quặng sắt thế giới giúp cho các doanh nghiệp mỏ có thể điều chỉnh kế hoạch sản xuất một cách hiệu quả, các doanh nghiệp sử dụng sắt thép có thể tính toán chính xác chi phí và lợi nhuận, các nhà đầu tư có cơ sở đưa ra quyết định đúng đắn trong các lĩnh

vực đầu tư có liên quan tới sắt thép. Chính vì vậy, việc theo dõi sát sự biến động của giá quặng sắt thế giới và tìm hiểu các nhân tố ảnh hưởng tới giá quặng sắt thế giới đã thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư, các doanh nghiệp mỏ, doanh nghiệp sản xuất thép, các doanh nghiệp có liên quan khác cũng như các nhà khoa học.

Tại Việt Nam, có rất ít các công trình nghiên cứu về quặng sắt và chưa có tác giả Việt Nam nào tiến hành nghiên cứu định lượng về các nhân tố ảnh hưởng tới giá quặng sắt. Các tài liệu liên quan đến quặng sắt ở Việt Nam chủ yếu là các báo cáo nghiên cứu thị trường ngành thép của các ngân hàng hoặc các công ty chứng khoán [2, 3, 4]. Nội dung chính của các báo cáo ngành là những phân tích diễn biến thị trường thép thế giới và Việt Nam. Mặc dù có đề cập đến giá quặng sắt thế giới như một nhân tố ảnh hưởng tới thị trường thép nhưng các dự báo về giá quặng sắt trong các nghiên cứu này đều tham khảo dữ liệu từ các tổ chức quốc tế như Thomson Reuters, Citybank, City Research,...

Hiện nay, có thể tìm thấy một số công trình nghiên cứu của các học giả nước ngoài về giá quặng sắt. Dựa trên hàm cung, hàm cầu, Zhu (2012) đã sử dụng phương pháp 3SLS để phân tích ảnh hưởng của giá quặng sắt, giá sắt phế liệu, cú sốc cung, cú sốc cầu và GDP thế giới trong giai đoạn 1960-2010 tới cung và cầu về quặng sắt [5]. Warell (2018) nghiên cứu ảnh hưởng của GDP của Trung Quốc, chi phí vận tải biển tới giá quặng sắt trong giai đoạn 1/2003-6/2017 [6]. Haque (2015) sử dụng mô hình VECM để phân tích và chỉ ra rằng tỷ giá hối đoái AUD/USD không tác động tới giá quặng sắt thế giới [7].

Tổng quan nghiên cứu cho thấy các nghiên cứu về giá quặng sắt thế giới hiện nay chưa xem xét đến ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 và các nhân tố liên quan đến cung, cầu quặng sắt, vốn là những thông tin quan trọng ảnh hưởng đến giá quặng sắt. Các dữ liệu nghiên cứu về các biến số ảnh hưởng tới giá quặng sắt chủ yếu là dữ liệu theo năm, chưa được cập nhật đến hiện tại. Để bổ sung cho các nghiên cứu về giá quặng sắt thế giới, bài báo này sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất để nghiên cứu ảnh hưởng của giá nhôm thế giới, chỉ số sản

xuất thép, xuất khẩu quặng sắt của Úc, cước phí vận tải đường biển, tỷ giá của đồng đôla Úc và đại dịch Covid-19 tới giá quặng sắt thế giới dựa trên các số liệu được thu thập theo tháng từ tháng 3/1990 đến tháng 2/2022.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Mô hình nghiên cứu

Theo quan điểm hiện đại, giá cả là sự biểu hiện bằng tiền của giá trị và giá trị sử dụng của hàng hóa, đồng thời cũng biểu thị một cách tổng hợp các mối quan hệ trong nền kinh tế quốc dân [12]. Có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng tới sự hình thành và vận động của giá cả, trong đó có thể kể đến giá trị của hàng hóa, giá trị sử dụng của hàng hóa, tiền tệ, các yếu tố tác động đến cầu, các yếu tố tác động đến cung, quan hệ cung cầu, tác động của các chính sách kinh tế [12]. Ngoài những nhân tố này, khi xét tới giá cả hàng hóa thế giới còn phải kể đến các nhân tố như tỷ giá hối đoái, cước phí vận tải quốc tế, sự thay đổi liên quan đến địa chính trị, thiên nhiên, dịch bệnh.

Dựa trên cơ sở lý luận về sự hình thành giá cả, các nhân tố ảnh hưởng tới giá cả, tổng quan nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới giá cả và căn cứ vào khả năng thu thập dữ liệu cần thiết phục vụ cho nghiên cứu định lượng, bài báo xây dựng mô hình kinh tế lượng để phân tích ảnh hưởng của giá nhôm thế giới, chỉ số sản xuất thép, xuất khẩu quặng sắt của Úc, cước phí vận tải đường biển, tỷ giá của đồng đôla Úc và đại dịch Covid-19 tới giá quặng sắt thế giới như sau:

$$IO_i = \beta_1 + \beta_2 * AI_i + \beta_3 * SPI_i + \beta_4 * Ex_i + \beta_5 * Fr_i + \beta_6 * Er_i + \beta_7 * Covid + u_i$$

Trong đó:

- Biến phụ thuộc là giá quặng sắt thế giới (IO).
Kết quả phân tích định lượng sẽ cho biết các biến độc lập tác động như thế nào tới biến này.

- Biến độc lập:

+ *Giá nhôm thế giới (AI)*: Biến này được lựa chọn vì nhôm được coi là hàng hóa thay thế cho quặng sắt. Do đó, sự thay đổi của giá nhôm sẽ ảnh hưởng tới cầu đối với quặng sắt, từ đó ảnh hưởng tới giá quặng sắt. Khi giá nhôm tăng lên, cầu đối với quặng sắt sẽ tăng lên, kéo theo sự gia tăng của giá quặng sắt và ngược lại.

+ *Chỉ số sản xuất thép (SPI)* được coi là nhân tố ảnh hưởng tới cầu về quặng sắt do quặng sắt là nguồn nguyên liệu đầu vào chính để sản xuất thép. Nếu chỉ số sản xuất thép tăng lên thì cầu đối với quặng sắt cũng tăng theo.

+ *Xuất khẩu quặng sắt của Úc (EX)* là biến đại diện cho cung quặng sắt thế giới. Hiện nay, Úc là nước xuất khẩu quặng sắt nhiều nhất trên thế giới (56%) nên sự thay đổi của biến này sẽ ảnh hưởng đến giá quặng sắt thế giới. Theo lý thuyết kinh tế, khi xuất khẩu quặng sắt của Úc tăng lên, giá quặng sắt thế giới sẽ giảm xuống.

+ *Cước phí vận tải đường biển (Fr)*: Vì quặng sắt là hàng hóa được mua bán với khối lượng lớn, được vận chuyển bằng đường biển nên cước phí đường biển sẽ ảnh hưởng tới giá quặng sắt. Cước phí vận tải gia tăng sẽ kéo theo sự tăng lên của giá quặng sắt.

+ *Tỷ giá của đồng đôla Úc (ER)*: Tỷ giá này được hiểu là 1 đồng đôla Úc tương đương với bao nhiêu đôla Mỹ. Trong nhiều năm qua, Úc là nước xuất khẩu quặng sắt nhiều nhất trên thế giới nên giá trị của đồng đôla Úc sẽ ảnh hưởng tới giá quặng sắt thế giới. Tỷ giá tăng lên đồng nghĩa với việc đồng đôla Úc mạnh lên, khi đó giá quặng sắt xuất khẩu của Úc cũng như giá quặng sắt thế giới sẽ trở nên đắt hơn và ngược lại.

+ *Covid*: Trong 2 năm qua, nền kinh tế thế giới đã phải đối mặt với suy thoái do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19. Lệnh phong tỏa được thực hiện ở khắp nơi trên thế giới nên nhiều nhà máy, mỏ quặng trên thế giới phải đóng cửa, ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất và khai thác, hoạt động vận tải quốc tế bị gián đoạn, thương mại quốc tế suy giảm. Như vậy, đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng đến cung, cầu đối với quặng sắt và do đó, có thể ảnh hưởng đến giá quặng sắt.

2.2. Dữ liệu nghiên cứu

Mục tiêu của bài báo là nghiên cứu ảnh hưởng của 6 nhân tố, bao gồm giá nhôm thế giới, chỉ số sản xuất thép, xuất khẩu quặng sắt của Úc, cước phí vận tải đường biển, tỷ giá của đồng đôla Úc và đại dịch Covid-19 tới giá quặng sắt thế giới. Các số liệu theo tháng về giá quặng sắt thế giới và 6 nhân tố này được thu thập cho giai đoạn từ tháng 3/1990

đến tháng 2/2022. Giá quặng sắt thế giới, giá nhôm thế giới được tham khảo từ Index Mundi [8], chỉ số sản xuất thép được lấy từ Fred Economic Data [9], xuất khẩu quặng sắt của Úc và cước phí vận tải đường biển được thu thập từ Trading Economics [10] và tỷ giá của đồng đôla Úc được tham khảo từ <https://fxtop.com/> [11]. Biến giả Covid-19 nhận giá trị bằng 0 đối với những tháng trước tháng 3/2020 và nhận giá trị bằng 1 đối với những tháng sau tháng 3/2020. Tổng số quan sát trong mẫu nghiên cứu này là 384.

3. Kết quả phân tích

Bài báo sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất để phân tích các số liệu thu thập được thông qua phần mềm EViews. Kết quả phân tích hồi quy bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất được thể hiện trong Bảng 1 và Bảng 2.

• Kiểm định đa cộng tuyến

Để kiểm định mô hình có khuyết tật đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình hay không, tác giả sử dụng đồng thời hai kiểm định thông qua ma trận hệ số tương quan ở Bảng 1 và hệ số nhân tử phóng đại (VIF) ở Bảng 2. Giữa các biến độc lập có mối quan hệ đa cộng tuyến nếu hệ số tương quan giữa các biến lớn hơn 0,7 và hệ số nhân tử phóng đại lớn hơn 10.

Số liệu trong Bảng 1 cho thấy hệ số tương quan giữa các biến độc lập đều nhỏ hơn 0,7. Hệ số nhân tử phóng đại (VIF) của các biến độc lập đều nằm trong khoảng 1,67-2,85. Các kết quả phân tích này chứng minh rằng giữa các biến độc lập trong mô hình không có mối quan hệ đa cộng tuyến.

• Độ phù hợp của hàm hồi quy

Độ phù hợp của hàm hồi quy được thể hiện thông qua hệ số xác định R^2 . Nếu $R^2 > 0,7$ thì có thể coi là hàm hồi quy xây dựng được là phù hợp.

Kết quả phân tích ở Bảng 2 cho thấy hệ số xác định của hàm hồi quy được đề xuất trong bài báo này là $R^2 = 0,8559$. Điều đó cho thấy các biến độc lập trong mô hình giúp giải thích 85,59% sự biến động của giá quặng sắt thế giới. Hàm hồi quy xây dựng được có độ phù hợp cao.

Để kiểm tra xem kết quả này có đáng tin cậy không, tác giả thực hiện kiểm định Fisher. Kết quả kiểm định Fisher được thể hiện qua thống kê $F =$

Bảng 1. Kết quả phân tích tương quan

	IO	AI	SPI	EX	Fr	ER	Covid
IO	1						
AI	0,73208	1					
SPI	0,221611	0,409312	1				
EX	0,702016	0,432137	-0,1919	1			
Fr	0,350395	0,508586	0,366053	-0,08535	1		
ER	0,692029	0,54607	0,341788	0,302724	0,172728	1	
Covid	0,361293	0,241833	-0,36188	0,67844	0,014283	-0,07069	1

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất

Biến phụ thuộc: IO					
Kích thước mẫu: 384					
Biến	Hệ số hồi quy	Sai số chuẩn	Thống kê t	p-value	VIF
C	-129,9082	11,45694	-11,33882	0.0000	NA
AI	0,014776	0,003608	4,095410	0.0001*	2,844364
SPI	0,221289	0,121075	1,827694	0.0684**	1,730974
EX	0,008431	0,000488	17,28581	0.0000*	2,818662
Fr	0,006602	0,000678	9,744822	0.0000*	1,673257
ER	151,2417	10,03877	15,06576	0.0000*	1,724701
Covid	-3,328393	6,255612	-0,532065	0.5950	2,417891
Hệ số xác định	0.855858				
Thống kê F	373.0789				
Prob(F-statistic)	0.000000*				

* mức ý nghĩa 0,001; ** mức ý nghĩa 0,1

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

373,0789. Prob(F-statistic) ở Bảng 2 cũng cho thấy thống kê F có ý nghĩa về mặt thống kê ở mức ý nghĩa 0,001. Hay nói cách khác, kiểm định Fisher cho thấy hàm hồi quy xây dựng được là phù hợp. Các biến độc lập trong mô hình có tác động tới biến phụ thuộc là giá quặng sắt thế giới.

• *Kết quả phân tích hồi quy*

Phân tích hồi quy cho thấy một biến có tác động

tới biến phụ thuộc nếu kiểm định t của biến đó có ý nghĩa về mặt thống kê nếu p-value < 0,1.

Kết quả phân tích hồi quy bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất cho thấy các biến giá nhôm thế giới, xuất khẩu quặng sắt của Úc, cước phí vận tải đường biển, tỷ giá của đồng đôla Úc đều có tác động tới giá quặng sắt thế giới ở mức ý nghĩa 0,001. Trong khi đó, chỉ số sản xuất thép cũng có tác động

giá quặng sắt thế giới ở mức ý nghĩa 0,1. Thật bất ngờ khi đại dịch Covid-19 không ảnh hưởng tới giá quặng sắt thế giới khi biến này có giá trị p-value = 0,595 > 0,1.

Mô hình hồi quy đa biến cho thấy có 5 nhân tố có mối quan hệ tỷ lệ thuận với biến phụ thuộc do hệ số hồi quy của các biến này đều dương. Điều đó cho thấy khi biến giá nhôm thế giới, xuất khẩu quặng sắt của Úc, cước phí vận tải đường biển và tỷ giá của đồng đôla Úc tăng lên thì giá quặng sắt thế giới cũng tăng theo. Với hệ số hồi quy lớn nhất (151,2417), tỷ giá của đồng đôla Úc có tác động mạnh nhất tới giá quặng sắt thế giới. Khi tỷ giá của đồng đôla Úc so với đồng đôla Mỹ tăng lên 1 đơn vị thì giá quặng sắt thế giới tăng lên 151,2471\$/MT. Ngoài trừ biến xuất khẩu quặng sắt của Úc, các biến giá nhôm thế giới, cước phí vận tải đường biển và tỷ giá của đồng đôla Úc tác động tới giá quặng sắt thế giới theo đúng phân tích của tác giả dựa trên lý thuyết kinh tế trong phần thảo luận về mô hình nghiên cứu.

Ngược với lý thuyết kinh tế, xuất khẩu quặng sắt của Úc tăng lên làm giá quặng sắt thế giới cũng tăng theo. Điều này có thể được giải thích dựa trên thực tế là hoạt động khai thác quặng sắt được thực hiện trong điều kiện chi phí sản xuất gia tăng do

việc khai thác ngày càng xuống sâu và cung độ vận tải ngày càng tăng lên. Do đó, sự gia tăng trong xuất khẩu quặng sắt của Úc sẽ đi kèm với mức giá quặng sắt cao hơn. Hay nói cách khác, để bù đắp chi phí sản xuất cho việc khai thác thêm quặng sắt, các nhà xuất khẩu quặng sắt của Úc sẽ phải bán quặng sắt với mức giá cao hơn, làm giá quặng sắt thế giới tăng lên.

4. Kết luận

Dựa trên cơ sở lý luận về sự hình thành giá cả, các nhân tố ảnh hưởng tới giá cả và khoảng trống nghiên cứu trên cơ sở tổng quan nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới giá cả, tác giả đã đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của 6 nhân tố tới giá quặng sắt thế giới. Với mẫu nghiên cứu gồm 384 quan sát về các biến được thu thập theo tháng từ tháng 3/1990 đến tháng 2/2022, phân tích hồi quy theo phương pháp bình phương nhỏ nhất cho thấy mô hình được đề xuất trong nghiên cứu này có độ phù hợp cao. Sự gia tăng trong giá nhôm thế giới, chỉ số sản xuất thép, xuất khẩu quặng sắt của Úc, cước phí vận tải đường biển và tỷ giá của đồng đôla Úc làm giá quặng sắt thế giới tăng theo. Mặc dù đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng mạnh mẽ tới kinh tế toàn cầu trong 2 năm qua nhưng đại dịch này không ảnh hưởng tới giá quặng sắt thế giới ■

Lời cảm ơn:

Bài báo được hoàn thành với sự hỗ trợ từ đề tài nghiên cứu cấp cơ sở mã số T20-34 của Trường Đại học Mở - Địa chất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Crompton, P. and Lesourd, J.-B. (2004). *Economies of scale in the global iron-making industry*. Perth: Economics Program, School of Economics and Commerce, University of Western Australia.
2. Nguyễn Khánh Hoàng, (2018). *Báo cáo thị trường thép ngày 07/03/2018*. Ngân hàng Á Châu, Việt Nam.
3. Công ty cổ phần Chứng khoán KIS Việt Nam, (2019). *Báo cáo ngành Thép ngày 02/01/2019*. KIS Vietnam Securities Corporation.
4. Nguyễn Nhật Hoàng, (2019). *Báo cáo cập nhật định giá ngành Thép ngày 19/11/2019*. Công ty Chứng khoán FPT.
5. Zhu. (2012). *Identifying supply and demand elasticities of iron ore*. PhD Thesis, Duke University, Durham
6. Warell. (2018). An analysis of iron ore prices during the latest commodity boom. *Mineral Economics*, 31, 203-216.

7. Haque.(2015). Iron ore prices and the value of Australian Dollar. *Mining Technology*, 124.
8. Index Mundi. <https://www.indexmundi.com/>.
9. Fred Economic Data. <https://fred.stlouisfed.org/series/IPN3311A2RS>.
10. Trading Economics. <https://tradingeconomics.com/>
11. <https://fxtop.com/>
12. Nguyễn Văn Dân và Trần Xuân Hải. (2012). *Giáo trình Cơ sở hình thành giá cả*. Nhà xuất bản Tài chính.

Ngày nhận bài: 13/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

TS. VŨ DIỆP ANH

Khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh

Trường Đại học Mỏ - Địa chất

A STUDY OF FACTORS AFFECTING THE GLOBAL IRON ORE PRICE

● Ph.D **VU DIEP ANH**

Faculty of Economics and Business Administration
Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

The price of iron ore is an important factor that affects the steel production cost as iron ore is the main input for steel production. Meanwhile, steel plays a crucial role in the economic development of countries. The global iron ore price has attracted a lot of attention from investors, mining enterprises, steel manufacturers and other related enterprises, and also scholars. In this study, the ordinary least square regression method was used to analyze the impact of six factors including the global aluminum price, the steel production index, the Australia's iron ore export, the ocean freight rate, the exchange rate of Australian dollar, and the COVID-19 pandemic, on the global iron ore price. By analyzing monthly data collected from March 1990 to February 2022, this study finds out that the COVID-19 pandemic did not impact the global iron ore price while the other six remaining factors positively affected the global iron ore price.

Keywords: iron ore, global iron ore price, factors affecting the global iron ore price.

CHƯƠNG TRÌNH “MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM” (OCOP) Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● VŨ THỊ HỒNG PHƯỢNG

TÓM TẮT:

Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) chính là một trong những giải pháp, nhiệm vụ quan trọng trong thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia (MTQG) xây dựng nông thôn mới (NTM) ở nước ta. Bài viết tập trung vào việc khái quát về Chương trình OCOP; thực trạng triển khai, mục tiêu và một số giải pháp nhằm triển khai hiệu quả Chương trình này giai đoạn 2022 - 2025.

Từ khóa: chương trình OCOP, xếp hạng, nông thôn, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Được triển khai từ năm 2018, đến nay Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) đã đạt nhiều thành tựu đáng kể, có sức lan tỏa lớn, tác động mạnh mẽ đến phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng còn bộc lộ một số hạn chế nhất định khi một số địa phương triển khai còn chậm trễ, thiếu thực chất; giải pháp hỗ trợ phát triển sản phẩm và công tác xúc tiến thương mại chưa hiệu quả; chất lượng sản phẩm OCOP chưa tương xứng,... đã ảnh hưởng tiêu cực đến việc phát triển hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh các sản phẩm truyền thống, có lợi thế của các địa phương, đặc biệt là ở khu vực nông thôn. Trước thực trạng đó, việc đưa ra giải pháp phát huy thành tựu đã đạt được và khắc phục những hạn chế còn tồn tại nhằm hiện thực hóa mục tiêu của Chương trình OCOP ở nước ta trong giai đoạn tới đang là một yêu cầu cấp thiết.

2. Một số nét khái quát về Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP)

OCOP là từ viết tắt của “One commune one product” nghĩa là “mỗi xã (phường) một sản phẩm”, bắt nguồn từ Phong trào OVOP được triển khai ở Nhật Bản từ thập niên 70 của thế kỷ XX và được đánh giá là rất thành công, mang lại nhiều lợi ích cho người dân nên đến nay đã được trở thành mô hình mẫu của hơn 40 quốc gia, trong đó có Việt Nam.

Ở nước ta, ngày 7 tháng 5 năm 2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 490/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) nhằm phát huy thế mạnh, đặc thù ở mỗi địa phương để thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn bền vững, góp phần giảm nghèo, tăng thu nhập, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động ở nông thôn, đồng thời khắc phục những hạn chế của Chương trình nông thôn mới. Đây chính là một

bước đột phá của nước ta trong tiếp cận phát triển kinh tế nông thôn với 3 mục tiêu rõ ràng là góp phần: (1) Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh; (2) Chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân và thực hiện hiệu quả nhóm tiêu chí “kinh tế và tổ chức sản xuất” trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã NTM; (3) Thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn hợp lý, bảo vệ môi trường và bảo tồn những giá trị truyền thống tốt đẹp của nông thôn Việt Nam.

Ở nước ta, trách nhiệm thực hiện Chương trình OCOP thuộc về các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, các hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh và tập trung áp dụng đối với đối tượng là 6 ngành hàng dịch vụ thuộc các lĩnh vực cơ bản và phổ biến ở vùng nông thôn gồm: thực phẩm, đồ uống, thảo dược, vải - may mặc, thủ công mỹ nghệ, du lịch nông thôn kết hợp bán hàng.

Tính đến cuối năm 2020, Chương trình OCOP đã được triển khai ở tất cả các tỉnh thành trên cả nước và đến nay có tới 62/63 tỉnh, thành phố đã tổ chức đánh giá xếp hạng sản phẩm. Chương trình cũng đã trở thành giải pháp trọng tâm và phương thức phù hợp trong phát triển kinh tế - xã hội ở các khu vực nông thôn (đặc biệt trong thực hiện mục tiêu phát triển NTM) nói riêng và trong toàn xã hội nói chung.

3. Thực trạng triển khai Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP)

3.1. Kết quả đạt được

Từ năm 2018 đến nay, Ban Chỉ đạo Trung ương Chương trình MTQG xây dựng NTM đã ban hành và tổ chức triển khai sâu rộng chương trình “Mỗi xã một sản phẩm”. Nhờ sự vào cuộc của các Bộ, ngành và các cấp chính quyền cùng với sự tham gia tích cực của mọi tầng lớp nhân dân các tỉnh thành, quy mô, cơ cấu và chất lượng sản phẩm cũng như chủ thể thực hiện Chương trình này ở nước ta đã có sự thay đổi đáng kể.

3.1.1. Về quy mô

Kể từ khi triển khai chương trình đến nay, cả 4 chỉ tiêu: số lượng tỉnh thành tham gia, số lượng tỉnh thành đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP, số lượng chủ thể cung ứng sản phẩm OCOP và số lượng sản phẩm OCOP đều tăng nhanh qua các năm. (Bảng 1)

Ngay từ năm 2020, nước ta đã có 63/63 tỉnh, thành phố phê duyệt đề án, kế hoạch OCOP cấp tỉnh. Và theo bảng số liệu trên, từ chỗ chỉ có 20 tỉnh/thành phố tham gia tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP vào năm 2019, đến nay (tháng 2 năm 2022), con số này đã lên đến 62 tỉnh thành, trong đó địa phương đi đầu và đầu tư có chiều sâu cho chương trình OCOP là Quảng Ninh và Hà Nội. Bên cạnh đó, các tỉnh Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ cũng được đánh giá là những

Bảng 1. Kết quả triển khai Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2019 - 2021

Năm	2019	2020	2021	Tính đến 14/2/2022
Số lượng tỉnh thành tham gia	20	63	63	63
Số lượng tỉnh thành tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP	20	59	62	62
Số lượng chủ thể tham gia	619	1.573	-	2.944
Số lượng sản phẩm OCOP. Trong đó:	946	2.965	5.320	5.401
- Số lượng sản phẩm 3 sao	638	1821	-	3.381
- Số lượng sản phẩm 4 sao	292	1073	-	1.934
- Số lượng sản phẩm 5 sao	16	72	-	86

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

địa phương tích cực triển khai và triển khai hiệu quả Chương trình này. Đến nay, số lượng chủ thể và số sản phẩm OCOP cũng lần lượt tăng đến gần 4,8 lần và 5,7 lần so với thời điểm cuối năm 2019, số lượng sản phẩm OCOP xếp hạng 4 sao tăng với tốc độ mạnh nhất (6,62 lần) trong số sản phẩm xếp hạng 5 sao và 3 sao có mức độ tăng ngang nhau và ở mức thấp hơn (5,3 và 5,38 lần).

Một vài con số ấn tượng nữa là năm 2019 nước ta mới chỉ thực hiện được 39,4 % so với kế hoạch nhưng đến năm 2020 đã thực hiện vượt mức kế hoạch (đạt 125%). Số tiền huy động cho việc đầu tư triển khai Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” cũng không ngừng gia tăng, giai đoạn 2018 - 2020, cả nước đã huy động được 22.845 tỷ đồng cho mục tiêu này.

Năm 2021 do đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp và để lại nhiều hậu quả nghiêm trọng nên lượng hàng hóa (trong đó có sản phẩm OCOP) bán trực tiếp mặc dù có giảm sút nhưng bán qua không gian mạng, qua các sàn thương mại điện tử vẫn tăng mạnh. Sàn Vở sò của Viettel Shopee, Postmart lần lượt có tới 9.280, 550 và 420 sản phẩm tham gia OCOP. Nhờ đó, xét về tổng thể, sản phẩm OCOP đã được cung ứng rất tốt cho thị trường, có sự tăng trưởng về doanh thu và giá bán ngay cả vào những thời điểm khó khăn vì dịch bệnh. Chính điều này đã thể hiện rất rõ tiềm năng, hiệu quả của Chương trình OCOP.

3.1.2. Về cơ cấu

Cơ cấu sản phẩm OCOP ở các địa phương có sự khác nhau cơ bản, song nếu tính trên quy mô cả nước và cho cả giai đoạn thì chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng số sản phẩm OCOP luôn là sản phẩm xếp hạng 3 sao, tiếp đến là 4 sao và sản phẩm OCOP xếp hạng 5 sao có tỷ lệ khá khiêm tốn (hiện nay chỉ chiếm khoảng 1,6%).

Kết thúc giai đoạn đầu triển khai Chương trình OCOP (2018-2020) đã có 20 sản phẩm thuộc 11 tỉnh/thành phố được xếp hạng 5 sao cấp quốc gia. Đó là: Bộ bát đĩa hoa sen đỏ; Bộ bát đĩa chim én hoa sen; Bộ bát đĩa rồng phượng; Bộ ấm chén chim én hoa sen; Trà xanh hộp 100 g; Hồng trà 100 g; Cà phê bột nguyên chất Bích Thao; Miến dong Tài Hoan; Trà tằm non Hảo Đạt; Miến dong Việt Cường; Bộ ngọc trai Akoya; Bộ ngọc trai SouthSea; Bộ ngọc trai Tahiti; Mắm tôm Lê Gia;

Cà phê rang xay Darmark; Ladoactiso cao ống; Ladoactiso trà Nhất Diệp Nguyên Hương; Gạo đặc sản Thiên Vương; Gạo tiến vua Tiên Nữ; Gạo ST24.

Bên cạnh cơ cấu sản phẩm, điểm nổi bật về cơ cấu thành phần kinh tế của chủ thể (tác giả của các sản phẩm OCOP). Giai đoạn 2018-2020, số lượng chủ thể là 1.573, trong đó, có 578 hợp tác xã (chiếm 36,75%), 476 doanh nghiệp (chiếm 30,3%), 489 cơ sở sản xuất (chiếm 31,1%), sản phẩm OCOP của các tổ hợp tác chỉ chiếm 1,85%. Hiện nay, số hợp tác xã chiếm khoảng 38%, trong đó bao gồm cả kể cả các hợp tác xã quy mô nhỏ. Đây là cơ hội để lực lượng này có thể cạnh tranh bình đẳng với các thành phần kinh tế khác. Trước đó, vào cuối năm 2020, trong số 2.439 tổ chức kinh tế tham gia sản xuất sản phẩm OCOP được xếp hạng, kinh tế tư nhân chiếm 59%, còn lại là kinh tế tập thể, hợp tác xã chiếm 41%.

3.1.3. Về chất lượng

Các sản phẩm OCOP sau khi được công nhận đã gia tăng giá trị, góp phần giúp các chủ thể tăng quy mô sản xuất và doanh thu. Hiện nay đã có tới 60,7% chủ thể OCOP đạt từ 3 sao trở lên có doanh thu tăng bình quân 17,6%/năm; giá bán các sản phẩm sau khi được chính thức công nhận OCOP tăng bình quân 12,2%. Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” đã tạo phong trào khởi nghiệp mạnh mẽ, hình thành nhiều vùng sản xuất nông sản sạch, nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao gắn với các chuỗi giá trị sản phẩm. Không chỉ sản phẩm của các địa phương vùng thành thị mà ngay cả ở vùng nông thôn, thậm chí miền núi, vùng sâu vùng xa cũng có nhiều sản phẩm OCOP chất lượng rất tốt, mẫu mã đẹp, tinh xảo, bắt mắt, trong đó có nhiều sản phẩm độc đáo. Ngay cả những vùng có điều kiện khí hậu khắc nghiệt, sản xuất quy mô nhỏ cũng vẫn phát huy được lợi thế trong việc tạo ra các sản phẩm đặc sắc, riêng có,... Đặc biệt, các sản phẩm OCOP còn có sự kết hợp tài nguyên bản địa, văn hóa truyền thống với ứng dụng khoa học công nghệ tạo sản phẩm đa dạng, phong phú và truy xuất được nguồn gốc. Nhờ đó, sản phẩm OCOP đang được nhiều khách hàng tin dùng và đánh giá cao về chất lượng, từng bước khẳng định giá trị và uy tín trên thị trường.

Mặt khác, không chỉ sản phẩm OCOP được bán

trực tiếp mà cả sản phẩm OCOP bán qua các sàn thương mại điện tử cũng được đánh giá rất cao về chất lượng. Tất cả các sản phẩm OCOP bán qua sàn Lazada đều được khách hàng vote cho 5 sao là một ví dụ điển hình.

Chương trình OCOP đã góp phần chuyển đổi sản xuất theo hướng tăng quy mô gắn với chuỗi giá trị, từng bước chuyển đổi quy mô sản xuất nhỏ sang hướng liên kết chuỗi giá trị khép kín; nâng cao giá trị cho sản phẩm của các địa phương với mức tăng bình quân khoảng 17,6%/năm; nâng cao thu nhập cho người dân nông thôn, đặc biệt là ở các vùng sâu, vùng xa và đồng bào dân tộc thiểu số.

3.2. Một số hạn chế và nguyên nhân của hạn chế

Bên cạnh kết quả đạt được, Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” còn tồn tại một số điểm hạn chế sau:

- Một số địa phương chưa chủ động và vào cuộc còn chậm, thậm chí cá biệt vẫn có địa phương chỉ triển khai chương trình mang tính hình thức hoặc theo đuổi thành tích mà không đi vào thực chất. Việc lựa chọn và phát triển sản phẩm OCOP không dựa trên những đặc trưng, lợi thế của địa phương; nhiều sản phẩm mới chú ý đến mẫu mã, bao bì, chưa chú ý đến chất lượng.

- Giai đoạn đầu, tiến độ triển khai trong cả nước còn chậm so với kế hoạch đề ra, đến hết năm 2018 chưa được 30% số tỉnh tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

- Công tác xúc tiến thương mại còn manh mún, thiếu đồng bộ, chưa phản ánh rõ nét những ưu điểm nổi trội và nét độc đáo, đặc sắc của sản phẩm OCOP để tạo hình ảnh, thương hiệu mới, gây ấn tượng đối với người mua.

- Tồn tại tình trạng nhiều địa phương chưa chú trọng đến phát triển các sản phẩm có tiềm năng, lợi thế của địa phương để nâng cao chất lượng mà vẫn chủ yếu tập trung lựa chọn các sản phẩm sẵn có tham gia Chương trình OCOP.

Nguyên nhân dẫn chính đến tình trạng trên bao gồm:

- Do đây là giai đoạn đầu triển khai chương trình nên nhiều địa phương không tránh khỏi sự lúng túng. Thêm vào đó, một số địa phương chưa nhận thức rõ ý nghĩa của chương trình nên còn thờ ơ hoặc triển khai chiếu lệ, chưa quan tâm phát triển sản

phẩm mới gắn với vùng nguyên liệu, thiếu đầu tư về mọi mặt.

- Diễn biến phức tạp của đại dịch Covid - 19 với số ca mắc tương đối lớn khiến nhiều địa phương phải áp dụng Chỉ thị 16 của Thủ tướng Chính phủ, dẫn đến việc tiêu thụ hàng hóa nói chung và các sản phẩm OCOP nói riêng gặp khó khăn, trở ngại.

- Trong bối cảnh hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng như hiện nay, mô hình liên kết 4 nhà chưa thực sự phát huy được sức mạnh, vai trò hỗ trợ số đông người nông dân (với tư cách là nhà sản xuất) tham gia thị trường một cách chủ động còn mờ nhạt.

- Nhiều địa phương, chủ thể chưa am hiểu về hồ sơ, thủ tục tham gia chương trình OCOP, thiếu kinh nghiệm quản lý và kinh doanh, phương thức kinh doanh lạc hậu, chưa tạo được sự liên kết lại giữa các chủ thể để tạo dựng một cộng đồng OCOP cùng có tiếng nói chung trong việc đề xuất, kiến nghị với các cấp lãnh đạo trong phát triển kinh tế địa phương.

- Chương trình OCOP liên quan đến nhiều ngành nghề, lĩnh vực (xúc tiến thương mại, sở hữu trí tuệ, khoa học công nghệ, chuyển đổi số, thông tin truyền thông,...) nhưng hiện nay nước ta còn thiếu đội ngũ chuyên gia tư vấn giỏi (chủ yếu mới chỉ tập trung vào chuyên gia Bộ/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) và thiếu sự phối hợp giữa các bộ, ban, ngành nên không hỗ trợ được nhiều cho các địa phương và chủ thể cung ứng sản phẩm OCOP.

4. Mục tiêu và một số giải pháp nhằm triển khai hiệu quả Chương trình OCOP giai đoạn 2022 - 2025.

4.1. Mục tiêu

Theo Bộ Công Thương, nước ta phấn đấu đến năm 2025:

+ Có ít nhất 10.000 sản phẩm OCOP được công nhận đạt chuẩn từ 3 sao trở lên, trong đó có ít nhất 3% sản phẩm OCOP đạt 5 sao;

+ Có ít nhất 30% các chủ thể OCOP xây dựng được chuỗi giá trị khép kín, gắn với vùng nguyên liệu ổn định;

+ Có ít nhất 50% số làng nghề nông thôn có sản phẩm OCOP, góp phần bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống của các địa phương;

+ Tỷ lệ lao động được đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ làm việc tại các chủ thể OCOP đạt tối thiểu 20%.

4.2. Giải pháp

Để phát huy những thành tựu đã đạt được cũng như khắc phục hạn chế còn tồn tại trong thời gian qua; hiện thực hóa các mục tiêu trên; xây dựng nông thôn mới theo hướng gắn với đô thị hóa, thực chất, đi vào chiều sâu, hiệu quả, bền vững, lấy cư dân nông thôn làm chủ thể, đem lại sự chuyển biến tích cực rõ nét hơn về đời sống của cư dân nông thôn, giai đoạn tới (2022-2025), nước ta cần tập trung vào một số giải pháp cơ bản sau:

- Các địa phương cần xác định rõ: (1) Việc thực hiện Chương trình OCOP là một nhiệm vụ trọng tâm cần được quan tâm và triển khai (đặc biệt đối với các địa phương không có điều kiện thuận lợi về sản xuất hàng hóa tập trung nhưng có lợi thế về sản vật, ngành nghề truyền thống và dịch vụ du lịch); (2) Nhận dạng chính xác và phát huy tối các lợi thế, tiềm năng để áp dụng một cách hợp lý và linh hoạt các cơ sở lý luận và bài học kinh nghiệm của phong trào OVOP tại Nhật Bản và Chương trình OCOP tại Việt Nam.

- Phát triển Chương trình OCOP phải trên cơ sở cung - cầu, gắn với điều kiện, tiềm năng, lợi thế của mỗi vùng miền; dựa vào giá trị đặc sắc bản địa, đồng thời hướng đến thị trường toàn cầu, tuyệt đối không chỉ làm theo phong trào hoặc lối mòn; tăng cường công tác giám sát sau công nhận OCOP để kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm, vệ sinh an toàn thực phẩm, giữ gìn và nâng cao uy tín cũng như xây dựng thương hiệu của sản phẩm OCOP trong lòng người tiêu dùng. Thậm chí trong quá trình đưa sản phẩm OCOP ra thị trường vẫn cần tiếp tục kiểm tra, nếu sản phẩm không đảm bảo, kiên quyết loại ra khỏi chương trình.

- Chú trọng các loại hình kinh tế tham gia OCOP, trong đó hợp tác xã và doanh nghiệp phải là "đầu tàu" trong liên kết nông dân sản xuất, chế biến, bảo quản, tiêu thụ sản phẩm.

- Hoàn thiện sơ sở pháp lý, rà soát, đánh giá và hoàn thiện lại Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP đảm bảo phù hợp hơn với yêu cầu thực tiễn.

- Tổ chức tập huấn nhằm nâng cao năng lực, sự hiểu biết của cán bộ các cấp và cộng đồng, người

sản xuất, tổ chức kết nối giao thương cho các chủ thể cung ứng sản phẩm OCOP, tích cực tôn vinh và bảo hộ cho sản phẩm OCOP, bảo vệ môi trường, an sinh xã hội,...

- Chính phủ và các địa phương sớm xây dựng cơ chế, chính sách, hỗ trợ về vốn, đất đai, thuế, khoa học công nghệ; mở rộng các kênh phân phối sản phẩm; đẩy mạnh quảng bá và các hoạt động truyền thông, thông tin tuyên truyền, đào tạo, tập huấn, tổ chức các hội chợ,... nhằm tạo mọi điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, hợp tác xã, các tổ chức, cá nhân phát triển sản phẩm OCOP. Đặc biệt, do đây là Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" nên cần phát huy vai trò quan trọng của chính quyền xã trong việc tham gia tích cực nhất vào xây dựng phẩm OCOP tại địa phương.

- Các bộ, ngành, địa phương hướng dẫn đánh giá phân hạng sản phẩm tại địa phương, đảm bảo thực chất, tránh tình trạng chạy theo thành tích về số lượng sản phẩm đạt chuẩn.

5. Kết luận

Chương trình OCOP là chương trình lớn, có tầm quan trọng đã được Thủ tướng Chính phủ quyết định ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm. Đây cũng là chương trình trọng tâm phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực và gia tăng giá trị, là giải pháp và nhiệm vụ trọng tâm triển khai thực hiện Chương trình MTQG xây dựng NTM gắn với xây dựng NTM bền vững. Theo Văn kiện Đại hội XIII của Đảng, việc đẩy mạnh thực hiện Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" gắn với xây dựng thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ sản phẩm (đã được xác định rất rõ trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nước ta giai đoạn 2021 - 2030). Hy vọng với các giải pháp nói trên, thời gian tới, các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP sẽ phát huy được vai trò, tương xứng với tiềm năng của địa phương, phát huy sức sáng tạo và niềm tự hào của người dân các địa phương, thúc đẩy tổ chức và đảm bảo giá trị của cộng đồng trong phát triển sản phẩm OCOP gắn với mục tiêu nâng cao đời sống vật chất, tinh thần và môi trường sống của người dân nông thôn, xây dựng NTM phát triển bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (2018), *Tài liệu tập huấn những kiến thức cơ bản về chương trình mỗi xã một sản phẩm (Chương trình OCOP)*.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (2021), *Dự thảo Đề án Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021 - 2025*.
3. Chính phủ (2020), *Nghị quyết số 01/NQ-CP của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và Dự toán ngân sách nhà nước năm 2021*.
4. Thu Oanh, Tiến Dũng (2020), *Chương trình Mục tiêu Quốc gia - Xây dựng nông thôn mới; Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP)*, Nxb Tài chính.
5. Cổng thông tin điện tử về Chương trình OCOP <http://ocop.gov.vn>.

Ngày nhận bài: 14/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/3/2022

Thông tin tác giả:

TS. VŨ THỊ HỒNG PHƯƠNG

Trường Đại học Thương mại

**THE ONE COMMUNE ONE PRODUCT (OCOP)
PROGRAM IN VIETNAM:
CURRENT IMPLEMENTATION AND SOLUTIONS**

● **Ph.D VU THI HONG PHUONG**

Thuongmai University

ABSTRACT:

The One Commune One Product (OCOP) program is one of the solutions and important tasks in the implementation of the National target program on building new-style rural areas in Vietnam. This paper presents an overview of the OCOP program, the program's current implementation and goals. This paper also proposes some solutions to effectively implement the OCOP program in the period from 2022 to 2025.

Keywords: OCOP program, ranking, rural area, Vietnam.

THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

● NGÔ THỊ HẢI AN

TÓM TẮT:

Công nghiệp điện tử (CNĐT) là ngành sản xuất vật chất mang tính cơ bản của nền kinh tế quốc dân, có vị trí then chốt trong nền kinh tế và có tác động lan tỏa mạnh mẽ đến các ngành công nghiệp khác. Ngành CNĐT Việt Nam hiện chiếm tỷ trọng 17,8% toàn ngành công nghiệp, chủ yếu sản xuất các sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn đầu trong chuỗi sản xuất sản phẩm điện tử và phụ thuộc phần lớn vào các doanh nghiệp (DN) có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Bài viết phân tích thực trạng đồng thời đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển ngành CNĐT Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: ngành Công nghiệp điện tử, xuất khẩu, thị trường, FDI.

1. Thực trạng phát triển ngành công nghiệp điện tử Việt Nam hiện nay

- Lên vị trí 12 trên thế giới và đứng thứ 3 trong khu vực ASEAN về xuất khẩu điện tử

Trong giai đoạn 2016 - 2020, ngành Điện tử Việt Nam có sự phát triển mạnh mẽ: các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài vào lĩnh vực điện tử ngày càng tăng, nhiều hãng điện tử lớn trên thế giới đã đầu tư xây dựng cơ sở sản xuất sản phẩm điện tử công nghệ cao ở Việt Nam như Samsung, LG, Foxconn. Bình quân năm trong giai đoạn này, chỉ số sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học tăng 13,94%, trong đó năm 2017 đạt mức tăng cao nhất 35,2%. Sản phẩm của ngành Điện tử đã theo hướng đa dạng hóa sản phẩm theo nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu (XK). Năm 2020, sản phẩm điện thoại di động đạt 253,2 triệu cái, gấp 1,3 lần năm 2016; ti vi lắp ráp đạt 18.190 nghìn cái, gấp 1,7 lần. Kết quả này đã đưa Việt Nam từ vị trí 47 năm 2001 lên

vị trí 12 trên thế giới và đứng thứ 3 trong khu vực ASEAN về XK điện tử với kim ngạch 44,6 tỷ USD trong năm 2020, tăng 24,1% (tương đương 8,7 tỷ USD) so với 2019.

- Giữ tốc độ tăng trưởng khả quan trong bối cảnh đại dịch Covid-19

Bước sang năm 2021, đại dịch Covid-19 với biến thể mới diễn biến nhanh và phức tạp xuất hiện trở lại trong cộng đồng đã gây nhiều khó khăn cho ngành sản xuất điện tử. Dù vậy, ngành công nghiệp máy tính, điện tử của Việt Nam vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng khả quan, chiếm tỷ trọng 17,8% toàn ngành Công nghiệp, chứng tỏ tiềm năng phục hồi và phát triển rất lớn.

Theo tổng hợp của Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại (Bộ Công Thương), chỉ số sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học của Việt Nam năm 2021 tăng 15% so với năm 2020. Trong đó, chỉ số sản xuất linh kiện điện tử tăng 12,4%; sản xuất thiết bị

truyền thông tăng 10,8%; sản xuất sản phẩm điện tử dân dụng giảm 14,9%. Sản lượng điện thoại di động năm 2021 đạt 233,7 triệu chiếc, tăng 7,6%; sản lượng ti vi đạt 11,17 triệu chiếc, giảm 38,6%; sản lượng linh kiện điện thoại ước đạt 480,8 nghìn tỷ đồng, tăng 29,5% so với năm 2020.

Về sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ (CNHT) ngành Điện tử, một số sản phẩm có sản lượng tăng so với năm 2020 là: loa đã hoặc chưa lắp vào hộp loa tăng 17,17%; dây dẫn điện khác dùng cho hiệu điện thế $\leq 1000V$ tăng 11,39%; bộ phận của máy tính, máy tính tiền, máy đóng dấu miễn cước bưu phí, máy bán vé và các máy tương tự, có gắn với bộ phận tính toán tăng 5,89%; bộ phận của các linh kiện điện tử khác tăng 5,7%; dây cách điện đơn dạng cuộn bằng đồng tăng 3,3%. Ngược lại, nhiều sản phẩm công nghiệp hỗ trợ điện tử có sản lượng giảm, như: tai nghe không nối với micro giảm mạnh 51,4%; thiết bị bảo vệ mạch điện khác dùng cho điện áp $\leq 1000 V$ giảm 33,86%; cáp đồng trục và dây dẫn điện đồng trục khác giảm 11,7%; bộ phận của máy in sử dụng các bộ phận in giảm 9,81%; ống camera truyền hình; bộ chuyển đổi hình ảnh và bộ tăng cường hình ảnh; ống đèn âm cực quang điện khác giảm 3,95%; mạch điện tử tích hợp giảm 2,79%...

- Mở rộng giá trị XK và thị trường XK

Không chỉ giữ vững giá trị tăng trưởng XK, cơ cấu XK máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện trong giai đoạn 2016 - 2020 cũng đã có sự thay đổi lớn. Cơ cấu XK sản phẩm điện tử có sự chuyển biến tích cực, tăng tỷ trọng của nhóm hàng nguyên chiếc và bán thành phẩm. Trong năm 2020, kim ngạch XK các sản phẩm nguyên chiếc và bán thành phẩm, chiếm tới 52% tổng kim ngạch XK của nhóm hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện và 70% đối với nhóm điện thoại các loại. Trong đó, tỷ trọng các sản phẩm máy tính bảng, linh kiện máy tính, tivi, thiết bị máy văn phòng, điện thoại nguyên chiếc... ngày càng tăng.

Đến nay, Việt Nam đã XK sản phẩm máy tính, linh kiện điện tử đến hơn 100 thị trường trên thế giới.

XK nhóm hàng sản phẩm máy tính, linh kiện điện tử chủ yếu sang các thị trường Trung Quốc, Mỹ, ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc và đang XK mạnh sang thị trường EU, gồm Hà Lan, Đức, Cộng hòa Séc, Ba Lan, Phần Lan,...

Đáng chú ý, XK tăng mạnh sang các nước thành viên khác của EU, như: Hungary, Ba Lan, Cộng hòa Séc và Slovakia. Đặc biệt, tập trung và tạo bước đột phá mở rộng thị trường XK mới, có tiềm năng tại các khu vực châu Phi, Mỹ La-tinh, Trung Đông và Ấn Độ. Nhìn chung, mức độ phân bố XK là tương đối tốt, với 9 thị trường XK hàng đầu, gồm: Trung Quốc, Mỹ, EU, ASEAN, Nhật Bản và Hàn Quốc, Hồng Kông, Đài Loan, Ấn Độ chiếm 86,7% kim ngạch XK máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện năm 2016. Năm 2020 chiếm 88,6%, giảm 0,4 điểm phần trăm so với năm 2019 do tác động của dịch bệnh Covid-19.

- Thu hút vốn đầu tư nước ngoài (FDI) vào ngành công nghiệp điện tử có xu hướng tăng sau khi đại dịch được khống chế

Dù chịu ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19, Việt Nam vẫn không ngừng thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành Công nghiệp điện tử, từ đó thúc đẩy dự địa tăng trưởng mạnh mẽ hơn, bởi nhiều DN có kế hoạch mở rộng sản xuất. Trong thời gian qua, Việt Nam cũng liên tục cấp phép các dự án mới và dự án điều chỉnh tăng vốn trong lĩnh vực này. Trong đó, điển hình là Dự án LG Display Hải Phòng (Hàn Quốc) vừa được cấp điều chỉnh tăng vốn đầu tư thêm 1,4 tỷ USD, nâng tổng vốn đầu tư tại Hải Phòng lên 4,65 tỷ USD. Samsung tiếp tục đẩy nhanh quá trình xây dựng Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển (R&D) lớn nhất của tập đoàn tại khu vực Đông Nam Á trị giá 220 triệu USD tại Hà Nội. Trước đó, đầu năm 2021, Tập đoàn Hon Hai Precision Industry của Đài Loan (gọi tắt là Foxconn) đầu tư Dự án Sản xuất máy tính bảng và máy tính xách tay với vốn đăng ký 270 triệu USD tại Bắc Giang. Tỉnh Quảng Ninh cũng cấp phép cho Dự án Công nghệ tế bào quang điện Jinko Solar PV Việt Nam của nhà đầu tư Hồng Kông (Trung Quốc), với tổng vốn đầu tư đăng ký 498 triệu USD.

Tuy nhiên, ngành Công nghiệp điện tử nước ta hiện còn những hạn chế, thách thức, như:

Thứ nhất, hầu hết các sản phẩm trên thị trường điện tử đều là hàng nhập khẩu nguyên chiếc hoặc lắp ráp bằng các linh kiện nhập khẩu. Các DN trong nước chỉ mới tham gia khâu hoàn thiện các sản phẩm bao bì, sách hướng dẫn, linh kiện nhựa mà chưa làm được các sản phẩm có giá trị gia tăng cao. Số DN sản xuất linh kiện chỉ chiếm khoảng 52,28%.

Thứ hai, mặc dù Việt Nam nằm trong số các quốc gia XK điện tử lớn thứ 12 thế giới và thứ 3 trong khối ASEAN, nhưng có đến khoảng 95% giá trị thuộc khối DN có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Các tập đoàn đa quốc gia đóng vai trò chủ đạo, trong đó, đặc biệt là các tập đoàn của Hàn Quốc, Nhật Bản... ở các lĩnh vực sản phẩm cuối cùng và sản xuất linh kiện điện tử. Với khách hàng Hàn Quốc như Samsung hay LG, các DN Việt chỉ có thể ký hợp đồng với nhà thầu phụ nên thường không có được kế hoạch làm việc dài hạn mà chỉ theo từng đơn hàng. Vì thế, Việt Nam đang là điểm đến hấp dẫn của dòng vốn FDI trong ngành Công nghiệp điện tử, song Việt Nam cũng đang gặp phải không ít thách thức như công nghiệp điện tử mới dừng ở mức độ gia công, DN điện tử trong nước chưa tham gia nhiều trong chuỗi cung ứng hàng điện tử. Việt Nam có thể mất đi cơ hội vàng để tham gia vào chuỗi giá trị của ngành hàng tiềm năng này, hoặc chấp nhận ở mức ít lợi nhuận nhất trong chuỗi giá trị khi có đến 95% kim ngạch XK hàng điện tử có nguồn gốc từ các công ty nước ngoài tại Việt Nam.

Như vậy, Việt Nam vẫn đang dừng ở giai đoạn đầu trong chuỗi sản xuất sản phẩm điện tử và phụ thuộc phần lớn vào các DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Trong khi, doanh thu ngành công nghiệp phần cứng và điện tử hiện chiếm khoảng 90% toàn ngành công nghệ thông tin, nhưng giá trị được nắm giữ chủ yếu bởi các DN FDI, các DN trong nước chỉ tập trung vào lắp ráp và thực hiện những dịch vụ thương mại.

Bên cạnh đó, năng lực các DN trong nước vẫn hạn chế; chất lượng, mẫu mã sản phẩm chưa đáp ứng được yêu cầu cao của thị trường. Nhiều DN điện tử nội địa có tiếng trước đây đang có xu hướng phát triển chậm lại, hoặc mất dần thương hiệu và chiếm thị phần nhỏ. Thị trường điện - điện tử dân dụng trong nước chủ yếu vẫn do các thương hiệu của nước ngoài chiếm lĩnh.

2. Một số giải pháp phát triển ngành công nghiệp điện tử Việt Nam trong thời gian tới

Một là, cần khắc phục sự chậm trễ trong thực thi chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ. Giải quyết bài toán thiếu hụt lớn về nguồn nhân lực chất lượng cao, cũng như nguồn vốn đầu tư vào lĩnh vực sản xuất ngành Điện tử, đặc biệt là lĩnh vực sản xuất công nghiệp hỗ trợ ngành Điện tử. Cần tập trung nghiên cứu, xây dựng các dự án cấp

quốc gia nhằm xác định rõ chiến lược phát triển của ngành, trong đó, chú trọng tới việc xác định sản phẩm cốt lõi, có sức đột phá để thúc đẩy ngành Điện tử phát triển nhanh và hiệu quả hơn. Mỗi DN cũng cần xác định phân khúc sản phẩm và khách hàng phù hợp cũng như tính đến khả năng đón đầu xu hướng tiêu dùng và phát triển công nghệ chung của thế giới.

Hai là, tích hợp tri thức vi điện tử vào hoạt động sản xuất những linh kiện, giải pháp dùng trong các nhiệm vụ kiểm soát, điều hành nhằm cải thiện năng suất và chất lượng nông nghiệp hay làm tăng hiệu quả giám sát môi trường, như vậy có thể sẽ giúp ngành điện tử chiếm giữ được thị trường trong nước. Có một vài hướng để phát triển, như: nghiên cứu, chế tạo những con chip, vi mạch, các bộ cảm biến (sensor), dùng để đo độ ẩm, nồng độ, pH; Arsenic mete đo độ ô nhiễm arsenic trong đất và nước; TDS (total dissolved solids) đo lượng ions, khoáng chất, muối và kim loại trong nước; chip vi sinh dùng trong việc phát hiện các bệnh lý thực vật; sensor dùng trong các thiết bị cơ khí, năng lượng xanh và lưu trữ năng lượng (energy storage); hệ thống GPS dùng tia laser để đo lượng phân bón trong đất; bộ phận phân tích các thành phần trong hạt lúa; bộ phận dùng trong máy quét siêu âm; bộ cảm biến NIR (NIR sensors) để xác định phẩm chất của gạo, trái cây và rau quả; mũi, lưỡi và mắt điện tử đo mùi vị, nhận dạng màu sắc và phát hiện các bệnh lý của thực vật.

Ba là, Chính phủ cần tài trợ cho những nghiên cứu bám nông nghiệp, môi trường như cung cấp ưu đãi về thuế, đất đai, tài chính để giúp ngành công nghệ điện tử vi mạch “trụ được trong khoảng thời gian đầu. Ngoài ra, để khuyến khích hoạt động bảo hộ, xin cấp bằng sáng chế. Nhà nước cũng cần phải áp đặt chính sách thưởng phạt phân minh liên quan đến sở hữu trí tuệ.

Bốn là, thành lập những trung tâm công nghệ theo kiểu công viên (industrial park) nằm ngay sát các khuôn viên đại học để giáo sư, sinh viên và nhân lực kỹ nghệ có thể kết nối với nhau. Chỉ có cộng tác chặt chẽ như vậy, trường đại học mới thấy rõ hơn nhu cầu thực tiễn để điều chỉnh nội dung giảng dạy, đào tạo cho phù hợp, giúp sinh viên có nhiều cơ hội cọ xát thực tế, nâng cao kiến thức và khuyến khích đam mê khởi nghiệp từ chính thành quả nghiên cứu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương - CIEM (2017), *Liên kết trong phát triển ngành công nghiệp điện tử ở Việt Nam*, Báo cáo hội thảo.
2. Huỳnh Thế Nguyễn (2017), *Động lực phát triển ngành Công nghiệp điện tử Thành phố Hồ Chí Minh trong hội nhập quốc tế*. Luận án tiến sĩ. Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Trần Trí Năng (2015), Silicon Valley và định hướng phát triển công nghiệp vi mạch ở Việt Nam, truy cập tại: <http://erct.com/2-ThoVan/TTriNang/Part-18-Silicon-Valley.htm>.
4. Tổng cục Thống kê (2020), *Báo cáo kết quả hoạt động kinh tế - xã hội năm 2020*.
5. Tổng cục Thống kê (2021), *Báo cáo kết quả hoạt động kinh tế - xã hội năm 2021*.

Ngày nhận bài: 9/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGÔ THỊ HẢI AN

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội

THE CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS FOR DEVELOPING THE ELECTRONICS INDUSTRY IN VIETNAM

● Master. **NGO THI HAI AN**

University of Economics and Business

Vietnam National University - Hanoi

ABSTRACT:

Electronics industry, which produces basic materials, plays a key role in the economy and has a strong spillover effect on other industries. In Vietnam, the electronics industry accounts for 17.8% of the total national industrial production and the main products of this industry are electronic products, computers and optical products. However, Vietnam is still at the first stages of the value chain in the electronics industry. In addition, Vietnam's electronics industry heavily depends on foreign direct investment enterprises. This paper analyzes the current situation of Vietnam's electronics industry and proposes some solutions to help Vietnam develop the electronics industry in the coming time.

Keywords: electronics industry, export, market, FDI.

LỢI THẾ SO SÁNH CỦA CÁC NGÀNH HÀNG XUẤT KHẨU VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2015 - 2020

● LÊ THỊ THU GIANG - NGUYỄN THỊ QUỲNH TRÂM

TÓM TẮT:

Bài viết xác định một số ngành sản xuất của Việt Nam có lợi thế xuất khẩu (cụ thể là lợi thế so sánh) dựa vào việc tính toán các chỉ số đo lường lợi thế so sánh RCA (Revealed comparative advantage) và RSCA (Revealed symmetric comparative advantage) trong giai đoạn 2015 - 2020, theo mã hệ số trong hệ thống hài hòa thuế quan 2020 (gồm các mã 2 chữ số) dựa trên cơ sở dữ liệu của UN Comtrade.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các ngành có lợi thế xuất khẩu không chỉ có các nhóm ngành mang thế mạnh truyền thống về may mặc, giày dép và thực phẩm mà còn có sự tham gia của nhóm ngành máy điện và các thiết bị điện tử. Nghiên cứu cũng cho thấy mặc dù các chỉ số có xu hướng giảm vào năm 2020 ở đa số các ngành, vẫn có những ngành có lợi thế so sánh tăng lên rõ rệt từ mức trung bình lên mức cao, như ngành HS 11 và HS 61. Điều này có thể lý giải do đại dịch Covid-19 làm thay đổi khá lớn lợi thế so sánh của nền kinh tế trong ngắn hạn. Nhóm tác giả cũng đưa ra một số khuyến nghị về sự dịch chuyển, thay đổi và các kế hoạch sản xuất phù hợp trong giai đoạn đại dịch và sau đại dịch cho các ngành khác nhau.

Từ khóa: lợi thế so sánh, chỉ số lợi thế so sánh RCA, chỉ số lợi thế so sánh đối xứng bộ lọc RSCA, RCA Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Ý tưởng đánh giá hàng hóa có lợi thế so sánh xuất khẩu của một quốc gia thông qua phân tích kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đã được Liesner (1958) đưa ra. Tiếp đó, Daivid Ricardor (1722-1823) đã hoàn thiện các đánh giá này dựa vào việc đưa ra lý thuyết lợi thế so sánh. Khái niệm lợi thế so sánh (Comparative Advantage) chỉ khả năng một quốc gia có thể sản xuất sản phẩm với

chi phí cơ hội thấp hơn so với quốc gia khác. Lý thuyết lợi thế so sánh cho rằng động lực thúc đẩy thương mại quốc tế không phải là lợi thế tuyệt đối mà là lợi thế so sánh. Ngay cả khi một quốc gia có lợi thế tuyệt đối trong tất cả các hàng hóa (nghĩa là nó có thể sản xuất tất cả hàng hóa hiệu quả hơn các quốc gia khác), thì vẫn có thể hưởng lợi từ thương mại quốc tế thông qua việc chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa có lợi thế so sánh. Chỉ số

RCA và RSCA được đưa ra để đánh giá lợi thế hoặc bất lợi tương đối với các ngành sản phẩm nào đó của một quốc gia thông qua việc so sánh tỷ trọng xuất khẩu của sản phẩm này trong tổng kim ngạch xuất khẩu của một quốc gia với tỷ trọng xuất khẩu của sản phẩm này trong tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới.

Hội nhập kinh tế quốc tế và công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế là xu hướng và nhiệm vụ tất yếu của Việt Nam để đưa kinh tế phát triển đặc biệt khi một loạt các hiệp định thương mại tự do được ký kết. Xuất khẩu của Việt Nam có tốc độ tăng trưởng cao trong giai đoạn 2015 - 2020 (Bảng 1) và cơ cấu hàng hóa cũng có sự thay đổi giữa các ngành sản phẩm công nghệ cao bên cạnh các sản phẩm xuất khẩu truyền thống (Bảng 2). Vì vậy, việc đánh giá lợi thế so sánh của các ngành hay hàng hóa của Việt Nam thực sự có ý nghĩa và cần

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu và tăng trưởng xuất khẩu Việt Nam giai đoạn 2015 - 2020

Năm	Kim ngạch xuất khẩu (Tỷ USD)	Tăng trưởng hàng năm (%)
2015	162,017	7,9
2016	176,581	9,0
2017	215,119	21,82
2018	243,699	13,29
2019	264,610	8,58
2020	281,441	6,36

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả từ dữ liệu của Comtrade

thiết cho định hướng chính sách thương mại của Chính phủ, cũng như chiến lược phát triển của các doanh nghiệp.

Bảng 2. Kim ngạch và tỷ trọng xuất khẩu một số ngành sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam giai đoạn 2015 - 2020

STT	Mã HS	Ngành sản phẩm	Kim ngạch xuất khẩu (Tỷ USD)	Tỷ trọng (%)
1	85	Máy điện và thiết bị điện tử và các bộ phận của chúng	79,128	35,34
2	64	Giày, dép, dệt và các sản phẩm tương tự, các bộ phận của sản phẩm trên	15,698	7,01
3	62	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	12,96	5,79
4	61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	12,68	5,61
5	84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí: các bộ phận của chúng	12,36	5,52
6	03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và thủy sinh không xương sống khác	5,76	2,57
7	09	Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị	5,68	2,54
8	90	Dụng cụ, thiết bị quang học, nhiếp ảnh, đo lường, y tế: các bộ phận và phụ kiện	5,31	2,37
9	11	Các sản phẩm xay xát: malt, tinh bột, inulin, gluten lúa mì	0,922	0,41
10	46	Sản phẩm làm từ các loại vật liệu tết bện, đan lát	0,236	0,11
		Tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam	223,911	100

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả từ dữ liệu của Comtrade

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Các chỉ số đo lường lợi thế so sánh

• *Chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ (RCA - Revealed comparative advantage)*

Chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ (RCA) được định nghĩa là tỉ lệ giữa tỷ trọng xuất khẩu của một quốc gia đối một loại hàng hóa cụ thể so với tỷ trọng của nó trong tổng xuất khẩu hàng hóa của thế giới (hoặc quốc gia khác):

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}/X_i}{X_{wj}/X_w}$$

Trong đó:

X_{ij} là kim ngạch xuất khẩu hàng hóa j của quốc gia i ; X_i là tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia i ; X_{wj} là kim ngạch xuất khẩu sản phẩm j toàn cầu; X_w là tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu.

RCA_{ij} là chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ của quốc gia i trong xuất khẩu sản phẩm j . Giá trị của chỉ số thay đổi trong khoảng $(0, +\infty)$. Giá trị của RCA gần với 0 cho thấy quốc gia không có xuất khẩu trong ngành được xem xét. Nếu $RCA_{ij} > 1$ thì nước i được coi là có lợi thế so sánh đối với sản phẩm j , hệ số này càng lớn chứng tỏ lợi thế so sánh càng cao, ngược lại nếu $RCA_{ij} < 1$ thì nước i không có lợi thế so sánh về xuất khẩu sản phẩm j .

• *Chỉ số lợi thế so sánh đối xứng bộc lộ (RSCA)*

Chỉ số RSCA được xác định theo công thức sau:

$$RCA = \frac{(RCA - 1)}{(RCA + 1)}$$

Giá trị của RSCA nằm trong đoạn $[-1; 1]$, chỉ số này lớn hơn 0 cho thấy nước đó có lợi thế so

sánh xuất khẩu, ngược lại, nếu chỉ số đó nhỏ hơn 0 thì nước không có lợi thế xuất khẩu.

2.2. Phân loại mức độ lợi thế so sánh dựa vào chỉ số RCA và RSCA

Dựa vào lý thuyết về lợi thế so sánh, một ngành sản phẩm được đánh giá là có lợi thế xuất khẩu hay không được cho dưới Bảng 3.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu xuất nhập khẩu của Việt Nam và Thế giới trong giai đoạn 2010 - 2020. Dữ liệu được thu thập từ trang điện tử của Cơ quan Thống kê Liên hiệp quốc <https://comtrade.un.org/data>. Các chỉ số được tính theo từng năm trong giai đoạn 2015 - 2020. Nhóm tác giả đã sử dụng các phần mềm EXCEL, EVIEW để tính các chỉ số RCA và RSCA.

3.2. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm

Do dịch Covid-19 tác động mạnh tới nền kinh tế Việt Nam vào năm 2020, nên các chỉ số được tính cho 2 giai đoạn: giá trị trung bình RCA và RSCA của các năm từ 2015 - 2019 và tính riêng các chỉ số này cho năm 2020. Từ các dữ liệu thu thập được qua trang Comtrade.un.org, các tác giả đã tính toán kết quả về lợi thế so sánh của từng nhóm ngành trong Bảng 4.

3.3. Một số phân tích đánh giá từ kết quả thực nghiệm

Từ các kết quả thu được ở trên, ta thấy trong số các mã ngành được nghiên cứu trong bài báo này, 4 mã ngành sản phẩm gồm cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị (HS09), giày, dép, dệt và các sản phẩm tương tự, các bộ phận của sản

Bảng 3. Phân loại mức độ lợi thế so sánh thông qua chỉ số RCA và RSCA

RCA	RSCA	Ngành sản phẩm	Ghi chú
(0,1]	(-1, 0]	Không có lợi thế so sánh	RCA hoặc RSCA
(1,2]	(0,0.33]	Lợi thế so sánh yếu	RCA hoặc RSCA
(2,4]	(0.33-0.6]	Lợi thế so sánh trung bình	RCA hoặc RSCA
(4, +∞)	(0,6-1]	Lợi thế so sánh cao	RCA hoặc RSCA

Nguồn: Saw Yan Naing, Masyhuri, Dwidjono (2021)

Bảng 4. Chỉ số RAC, RSCA, kim ngạch xuất khẩu Việt Nam trong giai đoạn 2015 - 2019 và năm 2020

Mã HS	2015 - 2019				2020			
	RCA	RSCA	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tỷ trọng (%)	RCA	RSCA	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tỷ trọng (%)
09	10,19	0,80	6,19	2,91	3,85	0,59	2,54	1,12
64	9,51	0,81	15,39	7,24	8,78	0,8	17,25	6,13
46	7,64	0,78	0,22	0,10	6,64	0,77	0,30	0,11
11	4,05	0,60	0,91	0,43	6,50	0,73	0,99	0,35
61	3,87	0,55	12,34	5,81	4,42	0,63	13,7	4,87
62	2,55	0,44	12,89	6,07	2,16	0,37	13,33	4,74
85	2,32	0,40	72,73	34,24	2,43	0,42	111,10	39,47
03	2,11	0,35	5,76	7,70	1,60	0,23	5,77	2,05
90	0,42	-0,45	5,55	2,66	0,18	-0,70	3,56	1,26
84	0,27	-0,59	11,15	5,25	0,26	-0,59	18,42	6,54

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả từ dữ liệu của Comtrade

phẩm trên (HS64), sản phẩm làm từ các loại vật liệu tết bện, đan lát (HS46), và Các sản phẩm xay xát: malt, tinh bột, inulin, gluten lúa mì (HS11) là các ngành sản phẩm có lợi thế so sánh cao với chỉ số lợi thế so sánh lớn hơn 4. Đây chủ yếu là các ngành nông sản và các ngành sản xuất sản phẩm liên quan tới may mặc, giày dép. Các ngành này ở Việt Nam luôn có ưu thế lớn do tận dụng được nguồn tài nguyên phong phú và nguồn lao động phổ thông, giá rẻ từ các khu vực nông thôn và ngoại thành.

Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS61), quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS62), máy điện và thiết bị điện tử và các bộ phận của chúng (HS85), cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và thủy sinh không xương sống khác (HS03) là các ngành có chỉ số lợi thế so sánh nằm ở mức trung bình, trong khoảng từ 2 đến 4. Ngoài các ngành cũng nằm trong nhóm nông sản và may

mặc, có thể thấy mã ngành máy điện và thiết bị điện tử và các bộ phận của chúng (HS85) có kim ngạch xuất khẩu cao nhất chiếm đến 34% tỷ trọng xuất khẩu.

Ngành HS85 là ngành còn rất nhiều tiềm năng để phát triển, đặc biệt trong giai đoạn cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ. Đây cũng có thể được coi là nhóm ngành mà Việt Nam ưu tiên đẩy mạnh hơn nữa trong tương lai để phát huy lợi thế sẵn có. Hai mã ngành sản phẩm là dụng cụ, thiết bị quang học, nhiếp ảnh, đo lường, y tế: các bộ phận và phụ kiện (HS90) và lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí: các bộ phận của chúng (HS84) không có lợi thế so sánh mặc dù kim ngạch xuất khẩu có tỷ trọng cao. Ngược lại, có một số ngành có tỷ trọng rất thấp chiếm chưa đến 1% (như HS46, HS11) nhưng lại có lợi thế so sánh cao.

Lợi thế so sánh của các mã ngành có xu hướng tăng giảm khác nhau giữa giai đoạn 2015 - 2019

và năm 2020 - năm bị ảnh hưởng nhiều bởi Đại dịch Covid-19. Các mã ngành có xu hướng tăng là HS11, HS61 và S85, trong đó tăng cao nhất là mã ngành sản phẩm HS11. Mã ngành HS61 cũng tăng từ mã có lợi thế so sánh trung bình lên mã ngành sản phẩm có lợi thế so sánh cao. Điều này cho thấy do thời điểm ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, người tiêu dùng có xu hướng chi tiêu tiết kiệm hơn. Các mặt hàng thiết yếu như lương thực (HS11) hoặc các thiết bị công nghệ phục vụ cho học tập và làm việc online là ưu tiên của người tiêu dùng trong giai đoạn từ cuối năm 2019 - 2020.

Mã ngành có chỉ số RCA giảm mạnh là HS09 (cà phê, chè, hè Paragoay và các loại gia vị) giảm từ 10,19 (lợi thế so sánh ở mức độ cao) xuống còn 3,85 (lợi thế so sánh ở mức trung bình). Các mã ngành HS64, HS46, HS62, HS03, HS90, HS84 có xu hướng giảm nhẹ. Điều này cho thấy, ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 làm thay đổi lợi thế so sánh của các ngành sản phẩm trong ngắn hạn. Tuy nhiên, điều này có thể thay đổi trong giai đoạn sắp tới, khi thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng đã kiểm soát và thích nghi tốt với dịch Covid 19 do tỷ lệ bao phủ vắc-xin cao, nền kinh tế dần phục hồi và đi vào quỹ đạo ổn định trước đó.

4. Khuyến nghị và giải pháp

Từ kết quả thu được, định hướng phát triển xuất khẩu của Việt Nam cần chú ý đến các ngành có lợi thế so sánh cao đã được xác định trong giai đoạn từ năm 2015 - 2020. Sự nổi trội của ngành lương thực, dệt may và sự tăng trưởng ấn tượng của ngành điện tử máy móc cho thấy, Việt Nam cần chú trọng phát triển hiệu quả các nhóm ngành này, tiến tới giảm nhập khẩu và mở rộng xuất khẩu, tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Đối với các nhóm ngành có thế mạnh truyền thống như sản xuất lương thực và dệt may, Việt Nam cần kiện toàn các văn bản pháp lý, quy định liên quan đến chính sách thuế, xuất nhập khẩu, hải quan, quyền sở hữu trí tuệ. Nhà nước và các doanh nghiệp cần dành ưu tiên cho việc nghiên cứu, chuyển giao khoa học công nghệ, tăng cường hợp tác với thế giới để đưa các công nghệ

mới, công nghệ sạch vào sản xuất, nâng cao chất lượng và năng suất sản phẩm, đồng thời đầu tư cho cơ sở hạ tầng như mạng lưới giao thông để việc vận chuyển, lưu hành được thuận lợi. Chính phủ cũng cần nâng cao năng lực cán bộ kỹ thuật, quản lý, mở các chương trình đào tạo nghề để người lao động có thể tiếp cận được các công nghệ mới đưa vào áp dụng trong hoạt động sản xuất. Bên cạnh đó, việc xây dựng và phát triển chuỗi cung ứng là vô cùng quan trọng để đảm bảo sự phát triển ổn định của sản phẩm. Các doanh nghiệp cần tích cực mở rộng hệ thống phân phối sản phẩm nội địa và nước ngoài bằng cách mở rộng các kênh phân phối sản phẩm, ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh, tăng cường tìm kiếm các đối tác trực tiếp, giảm bớt việc xuất khẩu qua trung gian.

RCA của ngành điện tử máy móc tăng (HS85) và chiếm tỷ trọng xuất khẩu cao nhất. Mặc dù nền kinh tế trong nước chịu ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch Covid-19, nhưng nhóm hàng này vẫn đạt tốc độ tăng trưởng vững chắc và trở thành một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Không những vậy, sự phát triển của ngành này còn có vai trò quan trọng trong việc ổn định kinh tế vĩ mô, tạo công ăn việc làm và nâng cao thu nhập cho nhiều người lao động, gián tiếp thúc đẩy phát triển nhiều ngành liên quan. Với vai trò ngành công nghiệp trọng yếu, là thước đo trình độ phát triển kinh tế, kỹ thuật của mỗi quốc gia, việc đầu tư phát triển công nghiệp điện tử luôn là một trong những ưu tiên hàng đầu của mọi nền kinh tế. Để phát huy hơn nữa thế mạnh trong ngành này, chính phủ Việt Nam cần đầu tư, xem xét ưu đãi hỗ trợ đối với các doanh nghiệp trong việc nghiên cứu, sản xuất thử nghiệm các sản phẩm; thực hiện các giải pháp nhằm mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu; tăng cường vai trò, hiệu quả của các cơ quan đại diện thương mại, của các hiệp hội ngành nghề trong xúc tiến thương mại. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng cần tận dụng các cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu và thu hút đầu tư, đẩy mạnh việc quảng bá sản phẩm qua các hội chợ, triển lãm kỹ thuật; chú trọng nâng cao công nghệ, ứng dụng các tiến bộ khoa

học trong sản xuất và năng lực chuyên môn của người lao động.

Với các nhóm ngành khác, như HS84, HS90 dù các kết quả về lợi thế chỉ ra chưa cho thấy thế mạnh so sánh trong xuất khẩu, nhưng nhìn vào kim ngạch và tỷ trọng xuất khẩu, số liệu từ Bảng 3 cho thấy, các ngành hàng này cũng có vai trò tương đối quan trọng với thị trường xuất khẩu Việt Nam. Hơn nữa, với sự vận động của thị trường hiện nay, đó vẫn là những mặt hàng có tiềm năng lớn, do đó, chính phủ và các doanh nghiệp cần có chiến lược đầu tư lâu dài để nâng cao lợi thế so sánh cho các nhóm ngành hàng này.

5. Kết luận

Nhìn chung, trong giai đoạn 2015 - 2020 các ngành chế biến sản phẩm nông nghiệp và các

ngành sản xuất các sản phẩm giày dép, dệt may vẫn là những ngành có thế mạnh truyền thống của Việt Nam. Mặc dù ở cuối giai đoạn này, trong năm 2020, ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đã làm thay đổi rất nhiều tới các chỉ số, nhưng so với mặt bằng chung, các ngành này vẫn thể hiện chỗ đứng quan trọng trong thị trường xuất khẩu của Việt Nam khi chỉ số lợi thế vẫn duy trì ở mức cao và trung bình. Đặc biệt, trong khi chỉ số lợi thế so sánh ở hầu hết các ngành sản phẩm đều có xu hướng giảm, con số này ở các ngành chế biến các sản phẩm xay xát (malt, tinh bột, inulin, gluten lúa mì) và quần áo, các ngành hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc dệt lại tăng lên rõ rệt. Đồng thời, các ngành về công nghệ như sản xuất máy điện, thiết bị điện tử và các bộ phận khác cũng có chỉ số lợi thế so sánh tăng lên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and “revealed” comparative advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99-123. DOI 10.1111/j.1467-9957.
- Hart, P. E. and Prais, S. J. (1956). The analysis of business concentration: a statistical approach. *Journal of the Royal Statistical Society*, 119(2), 150-191. DOI 10.2307/2342882.
- Hinloopen, J. (2001). On the empirical distribution of Balassa index. *Reviewed of World Economics*, 137(1), 1-49.
- Vũ Thị Thu Hương (2020). Phân tích lợi thế so sánh của nông sản Việt Nam sang thị trường EU. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, số 145.
- United Nations. Retrieved from: <https://comtrade.un.org/data>.
- Minh Anh (2021). Tiềm năng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam vẫn ở mức cao. Truy cập tại: <https://thuonghieucongluan.com.vn/tiem-nang-xuat-khau-hang-hoa-viet-nam-van-o-muc-cao-a142014.html>
- Nguyễn Trọng Khương - Trương Thị Thu Trang (2017). Thực trạng và giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu lập pháp*, số 14 (342) - tháng 7.
- Tổng cục Thống kê (2021). Xuất khẩu điện thoại và linh kiện: mặt hàng chủ lực của Việt Nam. Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/03/xuat-khau-dien-thoai-va-linh-kien-mat-hang-chu-luc-cua-viet-nam>.

Ngày nhận bài: 12/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

1. LÊ THỊ THU GIANG¹

2. NGUYỄN THỊ QUỲNH TRÂM¹

¹Trường Đại học Thương mại

**THE EXPORT COMPARATIVE
ADVANTAGES OF VIETNAMESE INDUSTRIES
IN THE PERIOD FROM 2015 TO 2020**

● **LE THI THU GIANG¹**

● **NGUYEN THI QUYNH TRAM¹**

¹Thuongmai University

ABSTRACT:

This study identifies some industries of Vietnam which have export comparative advantages by calculating the revealed comparative advantage (RCA) and revealed symmetric comparative advantage (RSCA) indicators from 2010 to 2020 according to the Harmonized System Codes 2020 of the UN Comtrade database.

The results show that Vietnamese industries with high export advantages are not only those with traditional strengths in apparel, footwear or food, but also the electrical machinery and electronics. The study also finds out that although most of Vietnamese industries experienced lower comparative advantage indicators in 2020, comparative advantage indicators of several industries, such as HS11 and HS61, still increased significantly from medium to high export potential level. The impacts of the Covid-19 pandemic may be the explanation for these changes. The pandemic has dramatically changed the economy's comparative advantage in the short term. The study presents some recommendations about displacement and changes for industries to adapt to the production situation during the pandemic and post-pandemic periods.

Keywords: comparative advantage, revealed comparative advantage (RCA), revealed symmetric comparative advantage (RSCA), RCA Vietnam.

VAI TRÒ CỦA DỮ LIỆU TRONG CHUYỂN ĐỔI KỸ THUẬT SỐ

● NGUYỄN THỊ PHƯƠNG DUNG

TÓM TẮT:

Bài viết tổng quan về chuyển đổi kỹ thuật số, dữ liệu trong chuyển đổi kỹ thuật số, để từ đó thấy được vai trò của dữ liệu trong chuyển đổi kỹ thuật số với doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: dữ liệu, chuyển đổi kỹ thuật số, ứng dụng di động, kỹ thuật số.

1. Đặt vấn đề

Thuật ngữ “chuyển đổi kỹ thuật số” có nghĩa khác nhau đối với các tổ chức khác nhau. Ở cấp độ cơ bản nhất, ta có thể coi chuyển đổi kỹ thuật số là sự chuyển đổi các quy trình, hoạt động và công cụ từ môi trường ngoại tuyến truyền thống sang môi trường kỹ thuật số. Tuy nhiên, chuyển đổi kỹ thuật số có thể là bất cứ điều gì từ việc thiết lập một ứng dụng di động, trang web hoặc các quy trình - để định dạng lại và cho phép kỹ thuật số hóa toàn bộ doanh nghiệp.

Chuyển đổi kỹ thuật số với dữ liệu cụ thể là sự hỗ trợ và nâng cao kỹ thuật số trong một doanh nghiệp, mang lại giá trị thông qua sự hiểu biết, liên kết và hoạt động tốt hơn đối với dữ liệu kỹ thuật số và dữ liệu ngoại tuyến.

Vì vậy, chuyển đổi dữ liệu kỹ thuật số không chỉ giới hạn ở các thương hiệu ngoại tuyến truyền thống. Trên thực tế, vì nó hoạt động để mang các điểm và nền tảng dữ liệu bị phân mảnh lại với nhau trong hệ sinh thái rộng lớn hơn của tổ chức - cả trên mạng và cả ngoại tuyến nên chuyển đổi

dữ liệu kỹ thuật số tạo ra một cái nhìn tổng quan rõ ràng về cách nâng cao và mở rộng cũng như thấy được giá trị lớn hơn ngay cả đối với các thương hiệu đã trực tuyến.

Do vậy, bài viết nghiên cứu về “Vai trò của dữ liệu trong chuyển đổi kỹ thuật số” để thấy được sự quan trọng của việc chuyển đổi kỹ thuật số và vai trò của dữ liệu trong chuyển đổi kỹ thuật số đối với doanh nghiệp.

2. Chuyển đổi kỹ thuật số

Theo Công ty Nghiên cứu và Tư vấn công nghệ thông tin Gartner: “Chuyển đổi kỹ thuật số là việc ứng dụng công nghệ trong quá trình thay đổi mô hình kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó tạo thêm nhiều cơ hội và giá trị mới, giúp doanh nghiệp gia tăng tốc độ tăng trưởng và đạt doanh số tốt hơn”.

Theo Microsoft, chuyển đổi số là việc tái cấu trúc tư duy trong phối hợp giữa dữ liệu, quy trình và con người nhằm tạo ra nhiều giá trị mới.

Tóm lại, chuyển đổi kỹ thuật số (Digital Transformation) là quá trình sử dụng các ứng dụng công nghệ kỹ thuật số để tạo ra/điều chỉnh

các quy trình kinh doanh, văn hóa và trải nghiệm khách hàng hiện có nhằm đáp ứng các thay đổi kinh doanh và nhu cầu của thị trường trong thời đại kỹ thuật số.

Chuyển đổi kỹ thuật số ưu việt hơn các hình thức truyền thống như bán hàng, tiếp thị và dịch vụ khách hàng, bởi doanh nghiệp áp dụng các ứng dụng thông minh để quản lý doanh nghiệp, từ đó nhìn lại cách kinh doanh - cách thu hút khách hàng trên nền tảng công nghệ kỹ thuật số.

Hiện nay, chuyển đổi kỹ thuật số mang lại nhiều lợi ích cho các chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng nhưng cũng tạo ra những mâu thuẫn, thay đổi cơ bản với mô hình kinh doanh truyền thống, bởi những thay đổi quan trọng trong chuỗi giá trị các ngành công nghiệp cũng như chuỗi cung ứng toàn cầu buộc các doanh nghiệp và mô hình kinh doanh truyền thống phải có sự thay đổi mạnh mẽ để tồn tại và phát triển.

3. Dữ liệu của chuyển đổi kỹ thuật số

Tại cửa hàng, trên thiết bị di động, phương tiện truyền thông xã hội - với tư cách là nhà tiếp thị, đã ngày càng mở rộng các tùy chọn để kết nối với người tiêu dùng và truy cập vào khối lượng lớn dữ liệu người tiêu dùng. Với việc lập kế hoạch, tích hợp nền tảng và chiến lược dữ liệu phù hợp, đó là những gì mà chuyển đổi kỹ thuật số với dữ liệu mang lại.

Một sự chuyển đổi kỹ thuật số thực sự với dữ liệu sẽ hoạt động để triển khai và tinh chỉnh các công cụ hợp nhất, phù hợp, chiến lược dữ liệu, quản lý dữ liệu, quy trình và phân tích để cho phép thông tin chi tiết về dữ liệu chính xác - căn chỉnh và tinh chỉnh dữ liệu ngoại tuyến để hỗ trợ việc ra quyết định một cách thông minh trên toàn bộ việc kinh doanh. Tất nhiên, vì mọi tổ chức sẽ có những mục tiêu, ưu tiên và tham vọng khác nhau, nên không có 2 quy trình nào giống nhau - vì mỗi tổ chức sẽ có những điểm xuất phát và công nghệ khác nhau để thực hiện chuyển đổi kỹ thuật số.

4. Dữ liệu sẽ tạo một kế hoạch nhất quán cho chuyển đổi kỹ thuật số

Trước khi lập kế hoạch chuyển đổi kỹ thuật số, điều quan trọng là phải xem xét các mục tiêu và

hiểu lý do tại sao chiến lược chuyển đổi là cách tiếp cận phù hợp. Về cốt lõi, chuyển đổi kỹ thuật số phụ thuộc vào công nghệ và dữ liệu để:

- Tạo thông tin chi tiết và điểm dữ liệu sẽ cải thiện đáng kể trải nghiệm của khách hàng với mục đích tăng doanh số bán hàng, lòng trung thành và sự ủng hộ thương hiệu.

- Kích hoạt và mở khóa trí thông minh trong một tổ chức để làm nổi bật cách thức và nơi có thể dành thời gian và chi phí cho quá trình này, với mục đích giảm lãng phí và giảm chi phí kinh doanh. Thực chất, chuyển đổi kỹ thuật số là một quá trình được thiết kế để kết hợp, làm rõ và tích hợp các quy trình, dữ liệu và công nghệ thành một lớp thông tin, có thể hành động trong toàn doanh nghiệp.

Mặc dù nhiều tổ chức đã có dữ liệu mà họ cần để cung cấp thông tin chiến lược, nhưng thật khó để thu được giá trị khi dữ liệu đó bị khóa trong các nền tảng công nghệ bị che khuất. Chuyển đổi kỹ thuật số hoạt động để tích hợp tất cả thông tin đó, cung cấp dữ liệu rõ ràng hơn và thông báo hành động thành công trên nhiều lĩnh vực kinh doanh.

- Số hóa môi trường dữ liệu: Cấp độ đầu chuyển đổi kỹ thuật số là số hóa môi trường dữ liệu của thương hiệu, như chuyển từ tại chỗ sang đám mây.

- Giải quyết sự phân mảnh để chuyển đổi trải nghiệm khách hàng: Người tiêu dùng kỹ thuật số ngày nay mong đợi trải nghiệm thương hiệu liền mạch, công nhận họ với tư cách cá nhân, tuy nhiên họ chọn tương tác. Nhưng với số lượng các cách tương tác với thương hiệu ngày càng tăng theo cấp số nhân, hành trình của khách hàng ngày càng bị phân mảnh. Chuyển đổi kỹ thuật số giúp giải quyết vấn đề này vì nó thúc đẩy sự thay đổi và cung cấp tiếp thị theo hướng dữ liệu, mang tính chuyển đổi, mở ra cái nhìn sâu sắc bằng cách hợp nhất dữ liệu khách hàng bị phân mảnh trên các điểm tiếp xúc, ứng dụng và nền tảng.

Chuyển đổi kỹ thuật số mang lại sự thay đổi và tác động cho tất cả các tổ chức. Từ các thương hiệu ngoại tuyến mới bắt đầu hành trình kỹ thuật số, đến các thương hiệu đã trực tuyến nhưng muốn tìm hiểu thêm về khách hàng trực tuyến, ẩn danh

của họ - và hiểu tiềm năng tìm kiếm khách hàng thông minh hơn thông qua dữ liệu.

Chuyển đổi kỹ thuật số diễn hình liên quan gì?

Về cơ bản, chuyển đổi kỹ thuật số là việc xem xét cách các thương hiệu tổ chức cơ cấu và đội ngũ nhân viên của họ để tận dụng lợi thế của công nghệ siêu nhanh, tinh vi có thể làm được nhiều việc hơn, tốt hơn.

Vì lý do này, một chuyển đổi kỹ thuật số thực sự hiệu quả phải là sự kết hợp của công nghệ tinh vi, tiếp đến là thu thập và sắp xếp dữ liệu; sử dụng dữ liệu đó một cách thông minh để thông báo cho tổ chức thu thập dữ liệu đó và thứ ba; kết hợp thông tin chi tiết về công nghệ và dữ liệu để mang đến trải nghiệm thương hiệu khách hàng dựa trên dữ liệu, vượt trội.

Do đó, các lĩnh vực chính cần xem xét để chuyển đổi kỹ thuật số thực sự bao gồm: Chiến lược dữ liệu; Quản lý dữ liệu, hợp nhất và tích hợp dữ liệu; Sự riêng tư; Kích hoạt, tích hợp và tối ưu hóa MarTech; Và tất nhiên - trải nghiệm của khách hàng.

Có nên xem xét hợp tác chuyển đổi kỹ thuật số không?

Để đạt được kết quả từ quá trình chuyển đổi kỹ thuật số, một cách tiếp cận toàn diện và chiến lược, đáp ứng từng yếu tố trên sẽ là yếu tố thúc đẩy thành công. Trên thực tế, một hệ sinh thái phân mảnh, không xem xét các điểm này cùng nhau có xu hướng dẫn đến chuyển đổi không hiệu quả hoặc không hiệu quả cho doanh nghiệp.

5. Các mục tiêu phù hợp cho dữ liệu tổ chức

Nếu xem xét trong 20 - 30 năm qua, đã có một lượng lớn sự thay đổi công nghệ đáng kinh ngạc ảnh hưởng đến cuộc sống hàng ngày của chúng ta. Từ sự ra đời của internet, điện thoại di động,... công nghệ biến đổi, phát triển không chỉ thay đổi cuộc sống của người tiêu dùng, mà còn thúc đẩy sự thay đổi từ các thương hiệu.

Kết quả cho thấy những người ưu tiên chuyển đổi kỹ thuật số là những người nổi bật; cho dù họ là một doanh nghiệp đã kinh doanh trực tuyến, người cần một sáng kiến chuyển đổi để thu hút các thị trường mà họ chưa nhắm mục tiêu trước

đây - hay một thương hiệu ngoại tuyến truyền thống nhận ra rằng trải nghiệm thương hiệu kỹ thuật số tiêu cực có thể gây tổn hại cho công ty, lòng trung thành, danh tiếng,...

Ở cấp độ cơ bản nhất, đó là sự công nhận về nhu cầu thay đổi - sự thay đổi về công nghệ, thay đổi trong tư duy kinh doanh và văn hóa, sẽ thúc đẩy sự chuyển đổi hiệu quả. Hiểu rõ các cơ hội mà việc tận dụng thông tin chi tiết về dữ liệu có thể mang lại - để hợp lý hóa, cung cấp thông tin và tích hợp hoạt động trên tất cả các lĩnh vực của doanh nghiệp - các động lực đằng sau chuyển đổi kỹ thuật số là rất rõ ràng.

5.1. Các thách thức mà doanh nghiệp phải đối mặt giải quyết trong quá trình chuyển đổi kỹ thuật số

Phạm vi chuyển đổi kỹ thuật số có thể rất rộng lớn. Tuy nhiên, những thách thức chung mà các tổ chức có thể tìm cách giải quyết bằng chuyển đổi kỹ thuật số là:

- Giải quyết sự phân mảnh dữ liệu và quản lý dữ liệu được lưu trữ.

Trải nghiệm khách hàng hiện đại, hiệu quả được trải rộng trên nhiều điểm tương tác, nền tảng và kênh. Ưu điểm của thương hiệu là công nhận khách hàng là cá nhân trên các điểm tiếp xúc đã chọn của họ bất kỳ lúc nào, với thông điệp phù hợp, cộng hưởng, mặc dù các đường dẫn đến mua hàng ngày càng bị phân mảnh - cùng một người có thể ghé thăm cửa hàng, trang web của bạn, tương tác qua các kênh xã hội hoặc bản tin, sau đó cuối cùng mua hàng thông qua quảng cáo trên trang web của bên thứ ba - và mong đợi trải nghiệm nhất quán xuyên suốt.

Chuyển đổi kỹ thuật số có thể giúp giải quyết tình trạng phân mảnh dữ liệu đó cho các thương hiệu và chuyển đổi trải nghiệm của khách hàng - bằng cách cung cấp cơ sở hạ tầng dữ liệu, chiến lược và công nghệ để giúp các thương hiệu thống nhất, tổ chức, sắp xếp và quản lý dữ liệu của họ.

- Liên kết với nhau giữa dữ liệu ngoại tuyến và ngoại tuyến, đồng thời số hóa.

Hầu hết các thương hiệu ngày nay - theo ngành dọc - đều nhận thức được sự cần thiết phải điều

chính dữ liệu ngoại tuyến và trực tuyến của họ cũng như số hóa môi trường dữ liệu mà họ có - để tận dụng các khả năng thời gian thực, giải quyết tình trạng phân mảnh và hơn thế nữa. Mục tiêu chuyển đổi kỹ thuật số ban đầu có thể chỉ đơn giản là cho phép cơ sở hạ tầng và quy trình dữ liệu phù hợp để di chuyển dữ liệu sang môi trường kỹ thuật số - ví dụ: chuyển từ tại chỗ sang đám mây.

Có nền tảng công nghệ tiếp thị phù hợp - và cung cấp năng lượng bằng dữ liệu thời gian thực, chính xác, không bị xáo trộn, để thúc đẩy hành động sáng suốt, là một thách thức quan trọng khác thúc đẩy chuyển đổi kỹ thuật số.

Số hóa ngày càng tăng đã tạo ra nhiều lựa chọn cho người tiêu dùng hơn bao giờ hết và tạo ra khối lượng, tốc độ, sự đa dạng và tính xác thực của dữ liệu ngày càng tăng. Để giải quyết luồng dữ liệu khổng lồ đó, trung bình một tổ chức làm việc để quản lý và tích hợp nhiều nền tảng và ứng dụng MarTech cùng một lúc. Thách thức ở đây là đảm bảo sử dụng đúng công nghệ, được tích hợp, tối ưu hóa và căn chỉnh để mở khóa giá trị và không tạo ra các silo. Xét cho cùng, ngay cả khi bạn có công nghệ phù hợp và dữ liệu phù hợp, thật khó để thu được giá trị nếu dữ liệu đó bị khóa trong các nền tảng bị che khuất!

Chuyển đổi kỹ thuật số có thể cung cấp hỗ trợ, chiến lược và sự thống nhất của MarTech giữa các ứng dụng để tích hợp dữ liệu, cho phép dữ liệu rõ ràng và cung cấp thông tin hành động trong toàn doanh nghiệp. Quản lý, kích hoạt và kích hoạt dữ liệu.

Quản lý dữ liệu và chiến lược cũng là những thách thức cốt lõi đối với nhiều thương hiệu đang muốn thực hiện chuyển đổi kỹ thuật số. Việc biết cách kích hoạt, kích hoạt và triển khai dữ liệu phù hợp, ở đúng vị trí, quy mô và thời gian thực là rất phức tạp. Để thúc đẩy giá trị tốt nhất từ khoản đầu tư của họ, nhiều thương hiệu chọn một đối tác chuyển đổi dữ liệu kỹ thuật số có thể phân tích và tư vấn về cách tốt nhất để tối ưu hóa hệ sinh thái dữ liệu của họ và cung cấp thông tin chi tiết có kinh nghiệm về các công cụ và nền tảng tốt nhất mà một thương hiệu cụ thể có thể cần.

5.2. Cách thức hỗ trợ chuyển đổi và xây dựng tình huống kinh doanh trong chuyển đổi kỹ thuật số

Thách thức lớn nhất với sự chuyển đổi là sự hiểu biết và kiến thức chuyên môn để biết hành động ở đâu và như thế nào. Chỉ triển khai một công nghệ mới và hy vọng vào điều tốt nhất là chưa đủ trong quá trình chuyển đổi kỹ thuật số, nên các thương hiệu cần nắm rõ dữ liệu, công cụ, kho chứa và hiểu cách thức, địa điểm và lý do áp dụng chuyển đổi kỹ thuật số.

Đồng thời, phải đảm bảo sự mua vào của tổ chức và giải quyết các rào cản đối với sự thay đổi của tổ chức. Bước sang thế giới kỹ thuật số là một thay đổi đáng kể đối với một doanh nghiệp, đặc biệt nếu họ chưa phải là kỹ thuật số. Con người và tổ chức là thách thức lớn nhất.

Một sáng kiến chuyển đổi kỹ thuật số được lập kế hoạch và thực hiện tốt sẽ thúc đẩy nỗ lực của thương hiệu nhằm làm cho trải nghiệm của khách hàng trở nên cá nhân, phù hợp, đo lường và tác động hơn. Một chiến lược dữ liệu vững chắc với dữ liệu của bên thứ nhất, thứ 2 và thứ 3 ở đúng vị trí cung cấp động lực để làm cho nó hoạt động, sự thông minh để làm cho nó đúng và đường mòn dữ liệu để đo lường tác động.

6. Kết luận

Ngay cả khi tổ chức của bạn đang trải qua một hoặc nhiều thách thức ở trên, rất khó để đánh giá liệu chuyển đổi kỹ thuật số hoàn toàn có phải là câu trả lời hay không.

Rốt cuộc, chuyển đổi kỹ thuật số có rất nhiều ý nghĩa. Đối với một thương hiệu, đó có thể là về việc khởi chạy thương mại điện tử hoặc ứng dụng dành cho thiết bị di động. Đối với một số người, nó có thể là về việc cải thiện trải nghiệm web. Đối với những người khác, nó sẽ là về hỗ trợ công nghệ hoặc số hóa các quy trình hoạt động và kinh doanh chính để giảm thời gian và chi phí. Bạn có thể đơn giản biết rằng bạn có nhu cầu xem xét và cải thiện hệ sinh thái dữ liệu của mình để thấy giá trị lớn hơn - thực tế là tất cả những điều này thực chất là chuyển đổi dữ liệu kỹ thuật số ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Reddy, S. and Werner Reinartz. (2017). Digital Transformation and Value Creation: Sea Change Ahead. *GfK Marketing Intelligence Review*, 9(1), 11-17.
2. Swen Nadkarni and Reinhard Prugl. (2021). Digital transformation: a review, synthesis and opportunities for future research. *Management Review Quarterly*, 71, 233-341.
3. Chuyển đổi số - digital transformation là gì? (2021). Truy cập tại <https://magenest.com/vi/chuyen-doi-so-digital-transformation-la-gi/>
4. Chuyển đổi số là gì? Tầm quan trọng của chuyển đổi số hiện nay. Truy cập tại <https://issi.vn/kien-thuc/chuyen-doi-so/chuyen-doi-so-la-gi-tam-quan-trong-cua-chuyen-doi-so-hien-nay/>

Ngày nhận bài: 12/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/3/2022

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG DUNG

Học viện Ngân hàng

THE ROLE OF DATA IN THE DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS

● **NGUYEN THI PHUONG DUNG**

Banking Academy

ABSTRACT:

This paper presents an overview on the digital transformation and data for the digital transformation process in order to highlight the role of data in the digital transformation process of businesses in the current period.

Keywords: data, digital transformation, mobile apps, digital.

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG NUÔI TÔM NƯỚC LỢ TRÊN KHÍA CẠNH KINH TẾ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TỈNH PHÚ YÊN

● ĐOÀN THỊ NHIỆM - TRẦN THỊ DIỆU

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích thực trạng phát triển bền vững (PTBV) nuôi tôm nước lợ về mặt kinh tế trên địa bàn tỉnh Phú Yên. Dựa trên hệ thống thang đo của Pablo Trujillo và Nguyễn Văn Quỳnh Bôi, từ đó đề xuất các giải pháp cho PTBV. Kết quả nghiên cứu cho thấy: nuôi tôm nước lợ đã mang lại lợi ích về mặt kinh tế cho người nuôi, giúp phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương, mang lại sinh kế cho cộng đồng.

Từ khóa: kinh tế, phát triển bền vững, Phú Yên, tôm nước lợ.

1. Đặt vấn đề

Nuôi trồng thủy sản (NTTS) là một ngành nông nghiệp gắn với lợi nhuận kinh tế, việc làm, an toàn thực phẩm, quá trình nuôi tương thích với môi trường, là ngành nông nghiệp trong tương lai nên cần được đi đầu trong PTBV. Có nhiều công trình nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm PTBV trong NTTS đã chỉ ra 3 trụ cột trong PTBV, đó là: kinh tế, xã hội và môi trường.

Phú Yên là tỉnh nằm ở khu vực Duyên hải Nam Trung Bộ, năm 2020, diện tích nuôi toàn tỉnh ở mức 2.630 ha, trong đó tôm nước lợ là 2.160 ha, chiếm 82,1%, sản lượng đạt 9.530 tấn, chiếm 73,3%. Tôm thẻ chân trắng và tôm sú là 2 loài nuôi chính của hình thức nước lợ tỉnh Phú Yên. Trong giai đoạn năm 2010 – 2020, sản lượng và diện tích nuôi tôm nước lợ còn chưa ổn định. Nghiên cứu của Đoàn Thị Nhiệm (2017) đã chỉ ra các khía cạnh chưa bền vững về môi trường và xã hội trong phát triển của nuôi tôm nước lợ của tỉnh. Bài báo được thực hiện nhằm giải quyết vấn

đề này. Mục tiêu của nghiên cứu là tìm ra mức độ bền vững về mặt kinh tế dựa vào các tiêu chí: hiệu quả kinh tế, thu nhập, thị trường.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm phát triển bền vững

Trong báo cáo của Oxford University (1987), Report “Our Common Future”, các nhà nghiên cứu đến từ Oxford đã đưa ra khái niệm về PTBV như sau: “PTBV là sự phát triển vừa đáp ứng nhu cầu của thế hệ hiện tại mà không làm tổn hại đến các thế hệ tương lai trong việc đáp ứng các nhu cầu của chúng ta”. Đây là khái niệm khá hoàn chỉnh, thể hiện được tính ổn định và khả năng kiểm soát đối với sự phát triển nhằm mục tiêu thỏa mãn nhu cầu cho xã hội cả trong hiện tại lẫn tương lai. Cùng với khái niệm, báo cáo cũng chỉ ra nội hàm của PTBV bao gồm 3 thành tố cơ bản đó là: Kinh tế, môi trường và xã hội. Ngoài ra, còn có quan điểm: PTBV dựa trên 4 trụ cột, ngoài 3 trụ cột trên còn có trụ cột thứ tư, đó là bền vững về thể chế. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả phân tích PTBV

ngành nuôi tôm nước lợ tại tỉnh Phú Yên trên khía cạnh kinh tế.

2.2. Khái niệm phát triển bền vững nuôi trồng thủy sản

NTTS là ngành liên quan đến tất cả các thành tố trong PTBV, nội dung 3 khía cạnh gồm:

Bền vững kinh tế: đó là đạt hiệu quả kinh tế cao, đảm bảo lợi ích lâu dài và một nghề cá có trách nhiệm cam kết với cộng đồng quốc tế. Tránh được sự suy thoái và đình trệ trong tương lai, tránh để lại gánh nặng nợ nần cho thế hệ mai sau (Lâm Văn Mẫn, 2006).

Bền vững môi trường: không gây tác động tiêu cực đến môi trường và nước thải cho các khu vực xung quanh (Greenpeace, 2008), bảo tồn được môi trường, tài nguyên tự nhiên và đa dạng sinh học. Dựa trên hệ sinh thái phong phú, đa dạng, có khả năng phát triển ổn định trong thời gian dài. Bên cạnh đó, PTBV nuôi trồng thủy sản là phần đầu theo hướng sử dụng thức ăn thực vật và áp dụng phương pháp canh tác bền vững, không sử dụng các con giống chưa trưởng thành bị bắt trong tự nhiên, không tác động tiêu cực đến động vật hoang dã địa phương hoặc nguy hại đối với quần thể hoang dã, tránh làm cạn kiệt nguồn tài nguyên địa phương, mật độ nuôi không làm phát sinh dịch bệnh (Greenpeace, 2008).

Bền vững xã hội: là chỉ các hoạt động nuôi trồng mang lại phúc lợi kinh tế cho con người, có tác động tốt về mặt xã hội và hiệu quả trong việc sử dụng nguồn lợi tự nhiên. Không đe dọa sức khỏe con người, góp phần xóa đói giảm nghèo cho nông, ngư dân, hỗ trợ lâu dài về kinh tế và phúc lợi xã hội của các cộng đồng địa phương. Đảm bảo quyền lợi của cộng đồng dân cư hưởng lợi của nguồn lợi thủy sản, cân bằng hưởng dụng nguồn lợi của các thế hệ (Lâm Văn Mẫn, 2006), (Greenpeace, 2008).

Vậy, PTBV nuôi trồng thủy sản là đảm bảo về lợi ích kinh tế, bảo vệ môi trường sinh thái và đảm bảo các phúc lợi về xã hội.

2.3. Tiêu chí đo lường PTBV nuôi trồng thủy sản về khía cạnh kinh tế

- Phân phối lợi ích: lợi ích xã hội được xác định thông qua chỉ tiêu: phân phối thu nhập, đó là việc chia sẻ lợi nhuận, các nỗ lực xóa đói giảm nghèo của địa phương (Trujillo Pablo, 2007).

- Thị trường tiêu thụ: đo lường mức độ bền vững

thông qua tính ổn định, góp phần tạo thu nhập và phát triển nghề (Nguyễn Văn Quỳnh Bôi và Đặng Thị Tem, 2013), (Trujillo Pablo, 2007).

- Đóng góp của NTTS vào sinh kế: mức độ đóng góp càng nhiều thì tính bền vững càng cao (Nguyễn Văn Quỳnh Bôi và Đặng Thị Tem, 2013).

Trên đây là các tiêu chí đo lường PTBV cho ngành NTTS, các tiêu chí này đồng thời phù hợp để đo lường tính bền vững trong nuôi tôm nước lợ.

3. Phương pháp nghiên cứu và dữ liệu nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Sử dụng phương pháp định lượng với số liệu được khảo sát các cơ sở nuôi để phân tích, đánh giá tính bền vững về mặt kinh tế. Tiêu chí dùng để đánh giá phát triển dựa vào thang đo của Pablo Trujillo và Nguyễn Văn Quỳnh Bôi. Các tiêu chí đo lường đó là: Hiệu quả sử dụng mặt nước; Thu nhập; Đóng góp vào sinh kế và Thị trường tiêu thụ. Đây là các tiêu chí có thể đo lường một cách dễ dàng dựa vào dữ liệu được thu thập.

Phân tích thống kê mô tả dựa trên dữ liệu thứ cấp để nhận diện vai trò của phát triển nuôi tôm nước lợ của tỉnh ở quá khứ và hiện tại, từ đó dự báo tương lai. Nghiên cứu định tính còn dùng để đưa ra các đánh giá về mức độ PTBV hiện nay qua các tiêu chí đo lường, trên cơ sở thực trạng phát triển tại địa phương.

3.2. Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp thu thập từ Thống kê Phú Yên, Niên giám thống kê Phú Yên, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Phú Yên từ năm 2010 đến năm 2020 các dữ liệu gồm: quy mô diện tích, sản lượng, doanh thu, tình hình phát triển.

Dữ liệu sơ cấp thu thập qua phỏng vấn trực tiếp 145 hộ nuôi với bản câu hỏi soạn sẵn. Thời gian tiến hành phỏng vấn tháng 12/2016 và tháng 12/2017 tại 3 vùng có diện tích nuôi tôm nước lợ lớn nhất của tỉnh là thị xã Đông Hòa, huyện Tuy An và thị xã Sông Cầu. Dữ liệu sau khi thu thập được kiểm tra, nhập và tính toán trên phần mềm excel.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tổng quan về phát triển nuôi tôm nước lợ tỉnh Phú Yên

Nghề nuôi tôm nước lợ ở Phú Yên bắt đầu hình thành từ năm 1986 ở xã Hòa Hiệp Nam, thị xã Đông Hòa dưới dạng nuôi quảng canh và quảng

canh cải tiến. Năm 2001, diện tích tôm nuôi là 2.896 ha, trong đó tôm sú chiếm 100% diện tích nuôi tôm. Từ cuối năm 2001 đến đầu năm 2002, bắt đầu nuôi tôm thẻ ở xã Hòa Hiệp Bắc, thị xã Đông Hòa, diện tích nuôi ban đầu chỉ 5 ha, chiếm 0,2% diện tích tôm nuôi. Đến năm 2020, diện tích tôm nuôi nước lợ chỉ còn 2.160 ha, trong đó, tôm sú: 291 ha, chiếm 13,5% diện tích; tôm chân trắng: 1.869 ha, chiếm 86,5% diện tích nuôi. Như vậy, trong nuôi tôm nước lợ thì tôm thẻ chân trắng thay thế phần lớn diện tích nuôi tôm sú vì tôm thẻ ít dịch bệnh, thời gian nuôi ngắn, ít rủi ro, giá cả ổn định, năng suất nuôi cao.

Trong 10 năm (2010 - 2020), diện tích nuôi tôm nước lợ tuy có sự biến động do dịch bệnh bùng phát và thời tiết bất thường nhưng diện tích nuôi tôm nước lợ vẫn chiếm trên 80% diện tích nuôi toàn tỉnh. (Bảng 1).

Trong 2 năm (2015 - 2016), nuôi tôm nước lợ gặp khó khăn khi dịch bệnh xảy ra trên phạm vi rộng, sản lượng thu hoạch các hộ nuôi bị sụt giảm, có nhiều hồ mất trắng. Do đó sản lượng tôm nước lợ trên toàn tỉnh cũng bị giảm so với 2 năm trước. Tỷ lệ sản lượng đóng góp cho ngành NTTS cũng giảm xuống thấp nhất trong 10 năm (dưới 75%). Tốc độ tăng trưởng bình quân nuôi tôm nước lợ đạt 0,2%/năm, cao hơn so với ngành NTTS, khi diện tích NTTS sau 10 năm đã giảm vì tốc độ tăng trưởng âm (-). Ngoài ra, nếu xét về sản lượng nuôi, trong khi tốc độ tăng trưởng sản lượng bình ngành NTTS tăng 4,31%/năm thì mức tăng của tôm nước

lợ chỉ đạt 3,02%/năm (Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn Phú Yên). Như vậy, nuôi tôm nước lợ là đối tượng nuôi quan trọng của tỉnh, nhưng thời gian qua còn gặp nhiều khó khăn.

4.2. Thực trạng phát triển bền vững về kinh tế nuôi tôm nước lợ tỉnh Phú Yên

4.2.1. Hiệu quả sử dụng mặt nước

Số liệu từ Bảng 2 cho thấy, sau 10 năm, năng suất và doanh thu đã được cải thiện đáng kể; năng suất tăng gấp 1,32 lần và từ năm 2019 đến nay năng suất đã vượt trên 4 tấn/ha/năm.

Nếu như năm 2010 giá bán tôm ở mức 70.000 đồng/kg thì đến năm 2020 giá bán là 105.000 đồng/kg. Doanh thu tăng đã làm cho ngành nuôi tôm nước lợ của Phú Yên phát triển, ổn định cuộc sống ngư dân. (Bảng 3)

Năng suất nuôi trong năm 2017 ở mức cao. Trong đó, nuôi thâm canh có năng suất gấp 3,3 lần so với bán thâm canh. Đó là nhờ vào mật độ thả nuôi cao, ứng dụng công nghệ đã kiểm soát được môi trường nên vật nuôi ít dịch bệnh. Nuôi thâm canh đạt 1.373 triệu đồng/ha; bán thâm canh cũng đạt đến 450 triệu đồng/ha. Như vậy, trong suốt thời gian qua, nuôi tôm nước lợ Phú Yên gặp những thuận lợi và khó khăn nhất định, nhưng hiệu quả mang lại rất đáng kể.

4.2.2. Thu nhập

Theo kết quả điều tra thể hiện tại Bảng 4 cho thấy, năm 2016, thu nhập hỗn hợp trung bình đạt 160 triệu đồng/hộ, tăng lên 230 triệu đồng/hộ vào năm 2017. Đồng thời thu nhập hỗn hợp bình quân

Bảng 1. Diện tích NTTS và tôm nước lợ tỉnh Phú Yên giai đoạn 2010 - 2020

Phân loại	ĐVT	2010	2015	2017	2018	2019	2020	Tăng BQ (%)
Diện tích nuôi toàn tỉnh	Ha	2.694	2.665	2.648	2.654	2.621	2.630	-0,24
Diện tích nuôi tôm nước lợ	Ha	2.118	1.983	2.113	2.165	2.167	2.160	0,20
Tỷ lệ nuôi tôm nước lợ	%	78,6	74,4	79,8	81,6	82,7	82,1	

Nguồn: Thống kê Phú Yên, Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn

Bảng 2. Kết quả sản xuất giai đoạn 2010 - 2020

Chỉ tiêu	ĐVT	2010	2015	2017	2018	2019	2020
Năng suất nuôi	(Tấn/ha/năm)	3,341	3,129	3,696	3,906	4,284	4,398
Doanh thu	(Triệu/ha/năm)	233,9	281,6	391,8	410,1	445,5	461,8

Nguồn: Thống kê Phú Yên và tính toán của nhóm tác giả

Bảng 3. So sánh nuôi tôm nước lợ thâm canh và bán thâm canh của tỉnh Phú Yên

Hình thức nuôi	Kết quả sản xuất	
	Năng suất nuôi	Doanh thu
	(Tấn/ha/năm)	(Tấn/ha/năm)
Nuôi thâm canh	14,53	1.373
Nuôi bán thâm canh	4,42	450

Nguồn: Tính toán từ điều tra của nhóm tác giả

Bảng 4. Thu nhập bình quân 1 vụ nuôi tôm nước lợ tỉnh Phú Yên

DVT: triệu đồng

Thu nhập hỗn hợp bình quân phân theo	2016	2017
Bình quân 1 hộ nuôi	160	230
Bình quân 1 lao động của gia đình/vụ nuôi	96	138
Bình quân 1 lao động của gia đình/năm	115	159

Nguồn: Tính toán từ điều tra của nhóm tác giả

của 1 lao động gia đình của vụ nuôi hay 1 năm tăng lên và ở mức cao đạt đến 159 triệu đồng/lao động gia đình/năm.

Năm 2016 và 2017, thu nhập bình quân 1 lao động của tỉnh Phú Yên là: 37,6 và 38,9 triệu đồng/lao động/năm (tính toán từ Thống kê Phú Yên). Khi so sánh lao động của tỉnh so với lao động NTTS chứng tỏ: NTTS mang đến nguồn thu nhập rất cao, gấp 3 đến 4 lần thu nhập bình quân 1 lao động của tỉnh.

4.2.3. Đóng góp vào sinh kế

Đối với vùng ven biển của Phú Yên, sinh kế người dân phụ thuộc phần lớn vào nghề NTTS nói chung và nuôi tôm nói riêng, vì các khu vực này không phát triển ngành trồng trọt. (Bảng 5).

Qua điều tra thấy rằng, 89% tỷ lệ hộ xuất hiện dịch bệnh trên vật nuôi xảy ra mức rất thường xuyên và thường xuyên kéo theo tần suất thua lỗ cũng rất cao, tỷ lệ thua lỗ thường xuyên và rất thường xuyên lên đến 55%. Thế nhưng ngư dân vẫn bám trụ để sản xuất, 49% người nuôi chưa bao giờ bỏ hồ hay ngừng hoạt động nuôi trồng và 26,5% rất hiếm khi bỏ hồ nuôi, điều này đã cho thấy nghề nuôi tôm là nghề tạo ra sinh kế quan trọng cho ngư dân vùng ven biển của tỉnh.

4.2.4. Thị trường tiêu thụ

Tôm thẻ và tôm sú của tỉnh Phú Yên được tiêu thụ qua 3 kênh phân phối sau:

Kênh 1: Cơ sở nuôi - thương lái - nhà máy chế biến.

Kênh 2: Cơ sở nuôi - thương lái - nhà hàng - người tiêu dùng.

Kênh 3: Cơ sở nuôi - bán buôn - bán lẻ (chợ) - người tiêu dùng.

Kênh 1 là kênh phân phối chính, chiếm đến 80% sản lượng tiêu thụ, phần lớn tôm thẻ được phân phối qua kênh này. Ngư dân bán cho thương lái, từ đó thương lái bán vào các nhà máy chế biến trong và ngoài tỉnh. Tại Phú Yên có 1 nhà máy chế biến tôm thẻ của Công ty Cổ phần Bá Hải, 100% sản phẩm sản xuất từ nhà máy được xuất khẩu sang hầu hết các thị trường trên thế giới như: châu Âu, Mỹ, Trung Quốc, Đài Loan.

Kênh 2 và kênh 3 có số lượng tiêu thụ nhỏ, sản phẩm có chất lượng trung bình, thị trường là các nhà

Bảng 5. Mức độ xảy ra các rủi ro trong quá trình nuôi

DVT: %

Sự kiện xảy ra	Xuất hiện dịch bệnh	Tần suất thua lỗ	Bỏ hồ, ngưng sản xuất
Không xảy ra	0	1,5	49
Hiếm khi	1	11,5	26,5
Thỉnh thoảng	10	32	22
Thường xuyên	47	44	2,5
Rất thường xuyên	42	11	0

Nguồn: Tính toán từ điều tra của nhóm tác giả

hàng thuộc các thành phố lớn như TP. Hồ Chí Minh, TP. Hà Nội và tiêu thụ trên địa bàn tỉnh, chủ yếu tiêu thụ khi các hộ thu hoạch sản lượng nhỏ.

Qua kênh tiêu thụ sản phẩm cho thấy, thương lái chiếm vai trò quan trọng trong hệ thống tiêu thụ nên giá cả thị trường do thương lái chi phối nhiều, người nuôi không biết nhiều thông tin về thị trường, đặc biệt là thị trường nước ngoài, ngư dân luôn là đối tượng bị áp đặt giá. Ngoài ra, chất lượng sản phẩm tôm nước lợ của Tỉnh chưa cao, không chứng minh nguồn gốc xuất xứ, không công bố dư lượng các chất bị cấm nên bị tư thương ép giá, rủi ro khi gặp khó khăn trong thủ tục xuất khẩu.

5. Kết luận và kiến nghị giải pháp

5.1. Kết luận

Nuôi tôm nước lợ của tỉnh Phú Yên đã mang lại nhiều lợi ích về mặt kinh tế cho người nuôi, góp phần phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương, sử dụng có ích vùng nước lợ, sử dụng hiệu quả vốn đầu tư, mang đến sinh kế cho cộng đồng, nuôi theo hình thức thâm canh mang đến hiệu quả kinh tế cao hơn 3,3 lần so với nuôi theo hình thức bán thâm canh.

Bên cạnh các lợi ích về kinh tế, việc phát triển nuôi tôm nước lợ trên địa bàn tỉnh Phú Yên còn gặp phải một số hạn chế như: diện tích nuôi chưa ổn định qua các năm do tình hình dịch bệnh, tần suất xảy ra dịch bệnh từ thường xuyên đến rất thường xuyên chiếm đến 89%; tần suất thua lỗ từ thường xuyên đến rất thường xuyên chiếm 55%; thị trường tiêu thụ chủ yếu qua thương lái nên họ chi phối nhiều đến giá cả, ngư dân chưa chứng minh được nguồn gốc sản phẩm nên giá bán không cao.

5.2. Kiến nghị giải pháp

Đầu tư vào hình thức nuôi thâm canh đối với tôm thẻ. Để chuyển từ nuôi bán thâm canh sang thâm canh cần nhiều vốn sản xuất nên ngư dân phải tích lũy vốn, tìm các nguồn vốn vay từ ngân hàng. Nhà nước cần hỗ trợ vốn cho hộ nuôi để họ có điều kiện chuyển sang hình thức nuôi có hiệu quả hơn.

Hạn chế dịch bệnh: để giảm rủi ro cho nuôi tôm cần phải cải thiện môi trường nước cho các vùng nuôi tập trung. Đầu tư hệ thống thủy lợi gồm: cống, đê bao, kè, kênh cấp, kênh tiêu nước, trạm bơm, khu xử lý nước thải. Nguồn nước thải cần được xử lý ngay từ các đầm nuôi trước khi thải ra kênh tiêu. Thả nuôi đúng thời vụ theo lịch chính quyền địa phương hướng dẫn.

Thị trường tiêu thụ: để tránh việc chi phối giá của các thương lái: Sở Tài chính Phú Yên cần cập nhật giá tôm thẻ và tôm sú mỗi ngày. Trung tâm Khuyến nông Phú Yên cần cung cấp cho người nuôi thông tin về thị trường, tạo ra các kênh thông tin mới về thị trường - giá cả, nhằm tránh được tình trạng áp đặt giá một chiều từ thương lái xuống cho ngư dân.

Để có giá bán tôm cao ngư dân phải chứng minh được nguồn gốc của vật nuôi, ngư dân cần hướng đến nuôi theo đúng tiêu chuẩn các BAP (Chứng nhận thực hành NTTS tốt - Best Aquaculture Practices) hoặc GlobalGAP. Trung tâm Khuyến nông phải hướng dẫn chi tiết tất cả các tiêu chuẩn để người nuôi thực hiện theo, đồng thời giám sát và hỗ trợ thường xuyên.

Bên cạnh các kết quả đạt được, nghiên cứu này chưa đo lường mức độ bền vững về kinh tế bằng thang đo chi tiết ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Văn Quỳnh Bôi và Đặng Thị Tem (2013), Tính bền vững của hoạt động nuôi trồng thủy sản - Trường hợp huyện đảo Phú Quý, tỉnh Bình Thuận. *Tạp chí khoa học - Công nghệ thủy sản, Đại học Nha Trang*, số 4-2013, tr3-9.
2. Lâm Văn Mẫn (2006). *Phát triển bền vững ngành Thủy sản Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2015*. Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
3. Đoàn Thị Nhiệm (2018). *Nghiên cứu về phát triển bền vững nuôi tôm nước lợ của tỉnh Phú Yên trên khía cạnh môi trường và xã hội*. Hội thảo Phát triển nhanh và bền vững: Kinh nghiệm quốc tế và các địa phương của Việt Nam, tr385-395.

4. Niên giám thống kê Phú Yên từ năm 2011 đến năm 2019.
5. Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn Phú Yên, (2014, 2015, 2019, 2020). *Tổng kết nuôi trồng thủy sản các năm 2014, 2015, 2019, 2020.*
6. Greenpeace (2008). Sustainable Aquaculture. Retrieved from: <http://www.greenpeace.org/international/en/campaigns/oceans/sustainable-aquaculture/>
7. Pablo Trujillo. (2007). *A global analysis of the sustainability of marine aquaculture. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of master of science*, In the faculty of graduate studies, the University of British Columbia.

Ngày nhận bài: 8/3/2022

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

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. ĐOÀN THỊ NHIỆM¹

2. ThS. TRẦN THỊ DIỆU²

¹Trường Đại học Xây dựng Miền Trung

²Trường Cao đẳng Công Thương miền Trung

THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BRACKISH SHRIMP IN TERMS OF ECONOMIC BENEFITS: A CASE STUDY IN PHU YEN PROVINCE

● Ph.D **DOAN THI NHIEM¹**

● Master. **TRAN THI DIEU²**

¹Mien Trung University of Civil Engineering

²Mien Trung Industry and Trade College

ABSTRACT:

This study analyses the sustainable development of brackish shrimp in terms of economic benefits in Phu Yen province. Based on the measuring system of Pablo Trujillo and Nguyen Van Quynh Boi, certain solutions are proposed to support the sustainable development of brackish shrimp in Phu Yen province. The study finds out that the brackish shrimp farming brings economic benefits to farmers in Phu Yen province, support the local socio-economic development, and improve the livelihood of local communities.

Keywords: economics, sustainable development, Phu Yen province, brackish shrimp.

TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC GIẢM THUẾ SUẤT THUẾ GIÁ TRỊ GIA TĂNG ĐẾN NỀN KINH TẾ VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ HƯƠNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này sử dụng mô hình cân bằng tổng thể dạng động (DCGE) để mô phỏng tác động của việc giảm thuế suất thuế giá trị gia tăng (GTGT) từ 10% xuống 8% theo Nghị định số 15/2022/NĐ-CP của Chính phủ đến sự thay đổi các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô. Kết quả cho thấy, việc giảm thuế GTGT không làm giảm thu ngân sách mà trái lại trong dài hạn ngân sách tăng, GDP tăng, thặng dư thương mại và quan trọng nhất là phúc lợi hộ gia đình tăng mạnh.

Từ khóa: thuế giá trị gia tăng, GDP, ngân sách, phúc lợi.

1. Đặt vấn đề

Trên thế giới, ngân sách nhà nước hình thành và tồn tại cùng với sự ra đời và phát triển của Nhà nước. Vai trò của ngân sách nhà nước đối với phát triển kinh tế được phân tích qua công trình nghiên cứu nổi tiếng của John M. Keynes và các cộng sự. Từ đó, hình thành khái niệm chính sách tài khóa, đó là sự tác động có chủ đích của Nhà nước thông qua công cụ thu - chi ngân sách nhà nước đến quá trình phát triển kinh tế - xã hội nhằm đạt được các mục tiêu kinh tế vĩ mô đề ra. Các nhà kinh tế theo trường phái kinh tế học Keynes cho rằng, việc giảm thuế suất trong giai đoạn suy thoái giúp hạn chế việc suy giảm sản lượng nhờ tăng đầu tư ngoài khu vực nhà nước, trong khi việc tăng thuế suất trong các giai đoạn tăng trưởng nóng giúp hạn chế tốc độ lạm phát nhờ cắt giảm tiêu dùng ngoài khu vực nhà nước (J.M. Keynes, 1973). David Begg (2005) cũng đã đề cập đến chính sách tài khóa và tác động của nó đến kinh tế vĩ mô, trong đó nhấn mạnh tác động của chính sách tài khóa đến sản lượng cân bằng.

Thuế GTGT tại Việt Nam được áp dụng thử nghiệm năm 1993 ở 11 đơn vị (các ngành đường, dệt, xi măng). Luật Thuế GTGT số 57/1997/L-CTN lần đầu tiên được ban hành vào ngày 10/05/1997 và chính thức đưa vào áp dụng từ ngày 01/01/1999 thay thế cho thuế doanh thu. Ngày 03/06/2008, Luật Thuế GTGT số 13/2008/QH ra đời đã đánh dấu sự phát triển mới về chính sách thuế GTGT của Việt Nam. Thuế GTGT là một sắc thuế tiên tiến góp phần làm cho hệ thống thuế của Việt Nam ngày càng được hoàn thiện, phù hợp với sự vận động và phát triển của nền kinh tế thị trường. Luật Thuế GTGT áp dụng 3 mức thuế suất: 0%, 5%, 10%. Mức thuế suất 10% có thể coi là mức thuế suất chuẩn, áp dụng cho các hàng hóa, dịch vụ thông thường. Mức thuế suất 5% áp dụng đối với các hàng hóa, dịch vụ ưu đãi, khuyến khích phát triển, đầu tư. Thuế suất 0% áp dụng đối với hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu. Ngày 11/01/2022, Quốc hội đã thông qua Nghị quyết số 43/2022/QH15 về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế -

xã hội. Theo đó, giảm 2% thuế suất thuế GTGT trong năm 2022, áp dụng đối với các nhóm hàng hóa, dịch vụ đang áp dụng mức thuế suất thuế giá trị gia tăng 10%. Chính phủ cũng đã ban hành Nghị định số 15/2022/NĐ-CP về giảm thuế suất thuế GTGT áp dụng từ ngày 01/02/2022.

Vấn đề đặt ra là, trong bối cảnh nền kinh tế chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19, chính sách giảm thuế suất thuế GTGT từ 10% xuống 8% của Chính phủ có ảnh hưởng như thế nào đến nền kinh tế Việt Nam?

Nghiên cứu này sử dụng mô hình cân bằng tổng thể dạng động (DCGE) phân tích tác động của việc giảm thuế suất thuế GTGT đến tăng trưởng kinh tế, xuất nhập khẩu, thu ngân sách nhà nước và phúc lợi của hộ gia đình cả trong ngắn hạn và dài hạn. Điểm cân bằng ban đầu theo kịch bản cơ sở được so sánh với điểm cân bằng sau “ cú shock thuế suất thuế GTGT” để đo lường tác động của việc giảm thuế suất thuế GTGT. Kết quả phân tích giúp cho nhà quản lý kinh tế vĩ mô có cái nhìn tổng thể về những tác động đa chiều của việc giảm thuế suất thuế GTGT đến nền kinh tế Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu tác động của thuế GTGT đến nền kinh tế

Có nhiều nghiên cứu thực nghiệm về tác động của thuế GTGT lên nền kinh tế của nhiều quốc gia (Emran & Stiglitz, 2005) (Sajadifar, Khiabani, & Arakelyan, 2012) (Miller, Webster, & Yanti, 2013) (Erero, 2015). Đến nay, có 2 nhóm phương pháp được sử dụng phổ biến để nghiên cứu vấn đề này: Nhóm phương pháp thứ nhất dựa trên cách tiếp cận hậu nghiệm, sử dụng các mô hình kinh tế lượng để kiểm chứng, đánh giá tác động (Tào Thị Hoàng Anh, 2007) (La Xuân Đào, 2012). Nhóm phương pháp thứ hai dựa trên cách tiếp cận tiên liệu, sử dụng các mô hình cân bằng tổng thể (CGE) để mô phỏng và dự báo (Nguyen & Tran, 2001) (Giesecke, & Trần, 2009) (Nguyễn Thị Hương, 2018). Cách tiếp cận dựa trên mô hình CGE có nhiều ưu việt hơn, vì cho phép xem xét tổng thể các mối liên kết trong nền kinh tế, giúp dự đoán xu hướng và lý giải các cơ chế phân bổ nguồn lực khi thuế suất thay đổi đến các biến số kinh tế vĩ mô.

2.2. Cơ chế tác động của giảm thuế suất thuế GTGT đến các biến số kinh tế vĩ mô

Khi giảm thuế suất thuế GTGT, giá hàng hóa sẽ giảm làm tăng nhu cầu về loại hàng hóa đó, nên nhà sản xuất tăng quy mô, lợi nhuận sẽ tăng. Bên cạnh đó, việc giảm thuế suất thuế GTGT ở thị trường hàng hóa sẽ ảnh hưởng đến tất cả các thị trường liên quan thông qua các mối liên kết rất đa dạng và phức tạp. Cụ thể, khi sản xuất của các ngành có sự thay đổi sẽ tác động đến việc làm, thu nhập của người lao động dẫn đến sự phân bổ lại nguồn lực trong toàn nền kinh tế. Cho nên, thông qua phân tích tác động đối với từng ngành, có thể ước tính tác động của giảm thuế suất đến giá cả, sản lượng, mức tiêu dùng và xuất khẩu, nhập khẩu của mỗi ngành. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp bán sản phẩm cho các doanh nghiệp khác với vai trò là hàng hóa trung gian nên giá cả giảm sẽ làm giảm chi phí cho các ngành sử dụng sản phẩm đó làm đầu vào. Về phía người tiêu dùng, nhờ giảm thuế sẽ tiết kiệm được chi tiêu. Việc giảm thuế GTGT sẽ giúp kiềm chế, kiểm soát việc tăng chỉ số giá tiêu dùng khi tiêu dùng trong nước có triển vọng tốt hơn và phục hồi. Như vậy, việc giảm thuế sẽ giúp đạt 2 mục tiêu là hỗ trợ tăng trưởng kinh tế từ phía sản xuất - kinh doanh, từ phía tiêu dùng và ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát.

2.3. Mô hình DCGE và dữ liệu

Mô hình CGE dựa trên lý thuyết cân bằng Walrasian. Theo đó, giá cả của hàng hóa, lao động và chi phí sử dụng vốn được quyết định thông qua quan hệ cung cầu trên các thị trường làm cho nền kinh tế luôn có khuynh hướng trở về trạng thái cân bằng. Trong tình huống nghiên cứu cú sốc thuế suất đến nền kinh tế, với thuế suất thuế GTGT và mức giá cả hiện tại, nền kinh tế được giả định đang ở trạng thái cân bằng mà tại đó, các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô được xác định. Dưới tác động của việc thay đổi thuế suất thuế GTGT, nền kinh tế sẽ dịch chuyển điểm cân bằng mới và các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô được tính toán lại. Từ đó, có thể so sánh các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô giữa các điểm cân bằng để ước lượng sự thay đổi của từng ngành nói riêng và toàn bộ nền kinh tế nói chung. Đối với mô hình DCGE, nền kinh tế không chỉ hướng đến cân bằng trong ngắn hạn, mà còn chỉ ra xu hướng dịch chuyển theo thời gian để

hướng đến cân bằng trong dài hạn (Nguyễn Mạnh Toàn, 2005).

Nghiên cứu này sử dụng mô hình CGE dạng động với bộ dữ liệu cho mô hình là Bảng SAM Việt Nam năm 2012 (VSAM2012) được Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) công bố năm 2016 (CIEM, 2016). Mô hình này cho phép: thay đổi thuế suất theo từng ngành sản phẩm, thay đổi thuế suất tại các mốc thời gian khác nhau và thay đổi thuế suất của các sắc thuế khác nhau.

2.4. Kịch bản mô phỏng

Để đánh giá tác động riêng của việc giảm thuế suất khi Chính phủ đã ban hành Nghị định số 15/2022/NĐ-CP về giảm thuế suất thuế GTGT, áp dụng từ ngày 01/02/2022, nghiên cứu này thực hiện kịch bản: giảm thuế suất thuế GTGT từ 10% xuống 8% cho tất cả hàng hóa, trừ một số nhóm hàng hóa, dịch vụ: viễn thông, công nghệ thông tin, hoạt động tài chính, ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm, kinh doanh bất động sản, kim loại, sản phẩm từ kim loại đúc sẵn, sản phẩm khai khoáng (không kể khai thác than), than cốc, dầu mỏ tinh chế, sản phẩm hóa chất. Thuế suất các sắc thuế khác giữ nguyên không đổi.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Tác động của giảm thuế suất thuế GTGT đến các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô

Theo số liệu tính toán từ quyết toán thu ngân sách nhà nước theo sắc thuế năm 2019 của Bộ Tài chính, thuế GTGT chiếm 34,4% trong tổng các khoản thu từ thuế và chiếm 24% trong tổng thu ngân sách nhà nước (Bộ Tài chính, 2019). Do vậy, việc giảm thuế suất thuế GTGT sẽ tác động rất lớn ngân sách nhà nước. Kết quả mô phỏng cho thấy, trong ngắn hạn, ngân sách giảm 6,9% (Bảng 1). Tuy nhiên, sự hỗ trợ này của Chính phủ sẽ kích thích tiêu dùng và gia tăng sản xuất, tạo điều kiện cho doanh nghiệp duy trì và phục hồi sản xuất và mở rộng kinh doanh. Điều này cũng sẽ tạo công ăn việc làm cho người lao động, góp phần hạ tỷ lệ thất nghiệp, khôi phục nền kinh tế sau ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19. Từ đó, kích cầu tiêu dùng, kích thích người dân mua sắm, chi tiêu nhiều hơn. Khi sức tiêu thụ hàng hóa tăng lên, hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp được đẩy mạnh. Nhờ vậy, sản lượng sản xuất

tăng, GDP tăng đáng kể (tăng 7%), xuất khẩu và nhập khẩu đều tăng mạnh trong dài hạn (tương ứng tăng 23,6% và 21,8%), xuất khẩu tăng mạnh hơn nhập khẩu nên cán cân thương mại sẽ thặng dư. Doanh nghiệp giảm được chi phí nhờ thuế GTGT đầu vào giảm, người tiêu dùng mua được hàng hóa rẻ hơn đồng thời tiết kiệm được 2% trong tiêu dùng nên sức tiêu thụ mạnh hơn, ngân sách nhà nước không giảm, mà trái lại tăng 4,3% trong dài hạn. (Bảng 1)

Bảng 1. Tốc độ tăng (%) các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô

	Ngắn hạn	Dài hạn
GDP	0,5	7,0
Tổng sản lượng	0,3	8,9
Nhập khẩu	2,5	21,8
Xuất khẩu	-2,4	23,6
Ngân sách nhà nước	-6,9	4,3

Nguồn: Tính toán từ kết quả mô phỏng

3.2. Tác động của giảm thuế suất thuế GTGT đến phúc lợi hộ gia đình

Việc giảm thuế suất thuế GTGT có nhiều khả năng gây ra bất bình đẳng về thu nhập và sự biến đổi trong phúc lợi hộ gia đình. Trong mô hình, các hộ gia đình được chia theo khu vực (thành thị/nông thôn), theo hoạt động (nông nghiệp/phi nông nghiệp) và theo nhóm thu nhập (theo thứ tự Nhóm1 (thu nhập thấp) đến nhóm 5 (thu nhập cao)). (Bảng 2)

Kết quả trong Bảng 2 chỉ ra rằng, giảm thuế suất thuế GTGT làm tăng phúc lợi hộ gia đình với mức độ tác động phân bố không đều giữa các nhóm hộ. Theo kịch bản giảm thuế suất, các nhóm hộ giàu (H5, H10, H15, H20) trong tất cả các khu vực (thành thị/nông thôn), lĩnh vực (nông nghiệp/phi nông nghiệp) mức tăng phúc lợi rất lớn, nên có thể làm gia tăng khoảng cách giàu nghèo. Quan trọng hơn, các nhóm hộ nông nghiệp có xu hướng nhận được lợi ích cao hơn các nhóm hộ phi nông nghiệp. Do đó, Chính phủ cần có cơ chế hỗ trợ hợp lý để tạo sự công bằng trong phân phối thu nhập giữa thành thị và nông thôn, cũng

Bảng 2. Ảnh hưởng của thay đổi thuế suất thuế GTGT đến phúc lợi hộ gia đình

			EV	%
Thành thị	Nông nghiệp	Nhóm 1 (H1)	2,388	2,5
		Nhóm 2 (H2)	5,316	2,2
		Nhóm 3 (H3)	13,357	2,6
		Nhóm 4 (H4)	19,166	2,6
		Nhóm 5 (H5)	25,672	3,3
	Phi nông nghiệp	Nhóm 1 (H6)	1,295	2,3
		Nhóm 2 (H7)	3,493	1,8
		Nhóm 3 (H8)	14,533	2,2
		Nhóm 4 (H9)	47,705	2,2
		Nhóm 5 (H10)	293,529	2,8
Nông thôn	Nông nghiệp	Nhóm 1 (H11)	23,179	1,4
		Nhóm 2 (H12)	61,297	2,2
		Nhóm 3 (H13)	74,360	2,3
		Nhóm 4 (H14)	91,716	2,7
		Nhóm 5 (H15)	102,187	4,3
	Phi nông nghiệp	Nhóm 1 (H16)	1,508	1,1
		Nhóm 2 (H17)	4,645	1,4
		Nhóm 3 (H18)	14,130	2,3
		Nhóm 4 (H19)	33,319	3,3
		Nhóm 5 (H20)	63,844	3,5
Tổng			896,637	2,7

Nguồn: Tính toán từ kết quả mô phỏng

như giữa các hoạt động nông nghiệp và phi nông nghiệp.

4. Kết luận

Nghiên cứu đã ứng dụng mô hình DCGE với nguồn dữ liệu VSAM2012. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc giảm thuế suất thuế GTGT từ 10% xuống 8% làm cho nguồn thu thuế vào ngân sách nhà nước giảm trong ngắn hạn, tuy nhiên trong dài hạn việc giảm thuế suất thuế GTGT ảnh hưởng đến hệ thống giá của hàng hóa, tác động tích cực đến sản xuất. Kết quả đạt được là trong dài hạn, tổng thu ngân sách từ thuế của Chính phủ được cải thiện nhiều, trong đó thu từ thuế GTGT giảm - nhưng % giảm thấp, thu từ thuế thu nhập doanh nghiệp tăng - do doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí sản xuất, tăng được lợi nhuận. Như vậy, với chính sách giảm thuế suất thuế VAT, không chỉ tăng phúc lợi cho người dân, kích cầu tiêu dùng, mà còn thúc đẩy đầu tư, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp. Chính phủ sẽ đạt được mục tiêu khôi phục nền kinh tế sau ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2019), Quyết toán thu ngân sách nhà nước theo sắc thuế năm 2019, <<https://ckns.mof.gov.vn/SitePages/home.aspx>>
2. CIEM (2016), *Ma trận hạch toán xã hội (SAM) Việt Nam năm 2012*, Nhà Xuất bản Tài chính, Hà Nội.
3. David Begg (2005), *Kinh tế học*, Nhà Xuất bản Thống kê, Hà Nội.
4. J.M. Keynes. (1973). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London: Macmillan, St. Martins Press.

5. La Xuân Đào (2012), *Chính sách thuế đối với phát triển kinh tế ở Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia, TP. Hồ Chí Minh.
6. Nguyen Chan & Tran Kim Dung. (2001). *Further Development of CGE Model To Evaluate Tariff Policy in Vietnam, Paper presented at the Conference on MIMAP Model*. Singapore.
7. Nguyen Manh Toan. (2005). *The Long-Term Effect of Trade Liberalization on Income Distribution in Vietnam: A Multi-Household Dynamic Computable General Equilibrium Approach*. Japan: Kobe University.
8. Nguyễn Thị Hương (2018), *Tác động của chính sách thuế đến cơ cấu ngành của nền kinh tế Việt Nam*, luận án tiến sĩ, Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng.
9. Sajadifar, S. H., Khiabani, N., & Arakelyan, A. (2012). A Computable General Equilibrium Model for Evaluating the Effects of Value-Added Tax Reform in Iran. *World Applied Sciences Journal*, 18 (7), 918-924.
10. Tào Thị Hoàng Anh (2007), *Đổi mới và hoàn thiện các chính sách thuế nhằm góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở Việt Nam theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, luận án tiến sĩ kinh tế, Học viện Tài chính, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 14/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN THỊ HƯƠNG

Giảng viên chính Khoa Thống kê - Tin học

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

IMPACTS OF THE REDUCTION IN THE VAT RATE ON VIETNAM'S ECONOMY

● Ph.D **NGUYEN THI HUONG**

Senior Lecturer, Faculty of Statistics - Informatics

School of Economics, Da Nang University

ABSTRACT:

This study uses a Dynamic General Equilibrium Model (DCGE) to simulate the impact of the reduction in the value added tax (VAT) rate from 10% to 8% according to the Government's Decree 15/2022/ND-CP on the changes in macroeconomic indicators. The study finds out that this VAT rate reduction does not reduce the state budget revenue but it positively impacts the state budget revenue, the country's GDP growth and trade surplus, and the household welfare in the long term.

Keywords: value added tax, gross domestic product, budget, welfare.

MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA QUẢN TRỊ NHÂN LỰC XANH TỚI KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ TÚ QUYÊN

TÓM TẮT:

Mối quan tâm ngày càng tăng đối với vấn đề về môi trường toàn cầu và sự phát triển của các tiêu chuẩn quốc tế về quản lý môi trường đã kích thích các tổ chức áp dụng chiến lược và chương trình về môi trường. Vì vậy, quản trị nhân lực xanh (Green human resource management - GHRM) là đề tài bắt đầu được đề cập tới vào cuối thế kỷ XX, nhưng đến những năm gần đây mới được các học giả, các nhà nghiên cứu và các nhà quản trị quan tâm. Đây là đề tài còn mới mẻ đối với các nghiên cứu ở Việt Nam. Trên cơ sở tổng hợp các nghiên cứu có liên quan, bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu tác động của GHRM tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam.

Từ khóa: quản trị nhân lực xanh, bảo vệ môi trường, tiêu chuẩn quốc tế.

1. Khái niệm và nội hàm của quản trị nhân lực xanh

1.1. Khái niệm

Thuật ngữ quản trị nhân lực xanh chủ yếu được sử dụng để chỉ sự đóng góp của các chính sách và thực tiễn quản trị nhân lực đối với chương trình về môi trường. Nó đề cập đến việc sử dụng mọi nhân viên để hỗ trợ các hoạt động bền vững và tăng cường nhận thức và cam kết của nhân viên về vấn đề bền vững. Ramachandran (2011) định nghĩa: Quản trị nhân lực xanh là sự tích hợp của quản lý môi trường vào quản trị nhân lực. Prasad (2013) xác định: Quản trị nhân lực xanh là sự đóng góp của các chính sách nhân sự để bảo vệ tài nguyên thiên

hiên. Cùng quan điểm đó, Mandip (2012) cho rằng: Quản trị nhân lực xanh là việc sử dụng các chính sách quản lý nguồn nhân lực để thúc đẩy việc sử dụng bền vững các nguồn lực trong các tổ chức kinh doanh và nói chung là thúc đẩy bền vững sự nghiệp về môi trường. Mampra (2013) nêu cụ thể hơn: Quản trị nhân lực xanh là việc sử dụng các chính sách quản trị nhân lực để khuyến khích sử dụng bền vững các nguồn lực trong các doanh nghiệp kinh doanh và thúc đẩy sự nghiệp bảo vệ môi trường, thúc đẩy hơn nữa tinh thần và sự hài lòng của nhân viên.

Có thể thấy, quản trị nhân lực xanh là tập hợp các hoạt động nhằm tạo dựng, kích thích và phát triển

hành vi xanh của nhân lực để tạo ra một nơi làm việc thân thiện với môi trường, góp phần nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

1.2. Nội hàm của quản trị nhân lực xanh

Mandip (2012) đã chi tiết quy trình nhân sự trên cơ sở tài liệu có sẵn về GHRM, vai trò của quy trình nhân sự trong việc chuyển đổi chính sách nhân lực xanh thành thực tiễn. Quy trình nhân sự được nhắc đến trong nghiên cứu là: Tuyển dụng nhân lực xanh, đào tạo và phát triển nhân lực xanh, đánh giá nhân lực xanh. Theo tác giả, giới thiệu về văn hóa môi trường doanh nghiệp cho nhân viên mới là điều quan trọng để họ hiểu và tiếp cận với doanh nghiệp một cách nghiêm túc. Do đó các vấn đề phát triển bền vững phải được tích hợp vào quá trình tuyển dụng. Sau đó, các nhân viên đã được tuyển dụng đối với tất cả các cấp bậc trong doanh nghiệp sẽ được định hướng xanh trong các chương trình đào tạo, phát triển và đánh giá nhân sự xanh được thể hiện qua các tiêu chuẩn thực hiện hiệu suất môi trường: xử lý chất thải, giảm lượng chất thải, truyền thông về mối quan tâm đến các chính sách môi trường.

Richa Chaudhary (2019) khi nghiên cứu tại các doanh nghiệp ngành Công nghiệp ô tô ở Ấn Độ đã chỉ ra các hoạt động GHRM bao gồm: tuyển mộ và lựa chọn nhân lực xanh, đào tạo và phát triển nhân lực xanh, quản lý hiệu suất xanh, đãi ngộ nhân lực xanh và đánh giá nhân lực xanh. Jie Shen, Jenny Dumont, Xin Deng (2019) xác định trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và đặc biệt là quản lý môi trường giờ đã trở thành một chuẩn mực xã hội toàn cầu. Tác giả xem xét cách các doanh nghiệp Trung Quốc, bao gồm cả công ty bản địa và các tổ chức nước ngoài hoạt động tại Trung Quốc, sử dụng quản trị nhân lực để thực hiện quản lý môi trường.

Đồng thời, nghiên cứu tìm hiểu về tuyển mộ và tuyển chọn nhân lực xanh, đào tạo nhân lực xanh, quản lý hiệu suất xanh và trả lương, thưởng nhân lực xanh được thực hành trong các doanh nghiệp Trung Quốc.

Từ việc tổng quan và phân tích các quan điểm và cách tiếp cận của các nghiên cứu trên thế giới, trên cơ sở kế thừa và phát triển, tác giả xác định nội hàm của GHRM bao gồm: Thiết kế công việc và tuyển dụng nhân lực xanh; Đào tạo nhân lực xanh; Đánh giá nhân lực xanh; Đãi ngộ nhân lực xanh. (Hình 1)

Hình 1: Nội hàm của quản trị nhân lực xanh trong doanh nghiệp



2. Tổng quan nghiên cứu tác động của quản trị nhân lực xanh tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Kelvin Mwita (2018) đã đề cập đến vai trò của tuyển mộ và lựa chọn nhân lực xanh đối với hiệu suất của các ngành công nghiệp chế biến ở Tanzania. Dữ liệu được thu thập bằng bảng câu hỏi và phỏng vấn. Cuộc phỏng vấn được sử dụng để thu thập dữ liệu từ Giám đốc nhân sự của công ty và bảng câu hỏi được sử dụng để thu thập dữ liệu từ nhân viên. Kỹ thuật lấy mẫu ngẫu nhiên và có chủ đích đã được sử dụng, tổng cộng có 72 người được hỏi và 212 nhân viên của công ty đã được lấy mẫu cho nghiên cứu. Nghiên cứu tìm thấy mối quan hệ

tuyến tính giữa tuyển dụng nhân lực xanh và hiệu suất xanh. Điều này đòi hỏi các tổ chức cần tạo ra môi trường thu hút nhân viên có thể đáp ứng yêu cầu của tổ chức và cho phép nhân viên của họ tiếp tục học hỏi theo nhiều cách khác nhau.

Phạm Nhất Tấn và các cộng sự (2018) chỉ rõ mối quan tâm về môi trường đã trở thành một chủ đề mới nổi trong chiến lược quản trị nhân lực của tổ chức, đặc biệt là trong việc cải thiện hành vi môi trường của nhân viên tại nơi làm việc. Nghiên cứu này nhằm mục đích xem xét tác động của hai thực tiễn xanh (đào tạo nhân lực xanh và văn hóa tổ chức xanh) đối với hành vi môi trường của nhân viên và vai trò điều tiết của văn hóa tổ chức xanh, đào tạo nhân lực xanh. Phương pháp tiếp cận định lượng được sử dụng và thực hiện tại các khách sạn 4 - 5 sao để kiểm tra các mối quan hệ này dựa trên kỹ thuật phân tích cụm PLS-SEM và K-means. Các phát hiện cho thấy, đào tạo xanh và văn hóa tổ chức ảnh hưởng tích cực đến hành vi môi trường của nhân viên.

Adnan Mousa Rawashdeh (2018) đã nghiên cứu khám phá mối quan hệ giữa thực tiễn quản trị nhân lực xanh, bao gồm tuyển mộ và tuyển chọn nhân lực xanh, đào tạo và phát triển nhân lực xanh, đãi ngộ nhân lực xanh và hoạt động môi trường trong tổ chức dịch vụ y tế Jordan. Các giả thuyết nghiên cứu được kiểm tra bằng phương pháp khảo sát câu hỏi, thực hiện giữa các tổ chức dịch vụ y tế ở Jordan từ tháng 4 đến tháng 5/2018. Kết quả cho thấy, việc triển khai quản trị nhân lực xanh phù hợp tại các bệnh viện ở Jordan, mối tương quan mạnh nhất là tuyển dụng và tuyển chọn, trong khi tương quan yếu nhất là đào tạo và phát triển.

Sumittra Jirawuttinunt, Kunnika Limsuwan (2019) đã kiểm tra thực nghiệm các mối quan hệ giữa GHRM, với các nội dung cụ thể: tuyển mộ và lựa chọn nhân lực xanh, đào tạo và phát triển nhân lực xanh, đãi ngộ nhân lực xanh và quản lý hiệu suất xanh với hiệu suất của tổ chức thông qua vốn trí tuệ và hiệu quả môi trường. Mẫu trong nghiên cứu này là các doanh nghiệp được nhận chứng nhận ISO14000 ở Thái Lan. Mô hình được kiểm tra thực nghiệm bằng cách sử dụng dữ liệu thu thập được từ cuộc khảo sát bằng bảng hỏi với 242 giám đốc nhân

sự của các doanh nghiệp được nhận chứng nhận ISO14000 ở Thái Lan. Kỹ thuật phân tích hồi quy OLS được sử dụng để kiểm tra các mối quan hệ được giả định. Kết quả cho thấy cả 4 nội dung của GHRM (tuyển mộ và lựa chọn nhân lực xanh, đào tạo và phát triển nhân lực xanh, đãi ngộ nhân lực xanh và quản lý hiệu suất xanh) có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của tổ chức cả trực tiếp và gián tiếp thông qua vốn tri thức xanh và hiệu quả môi trường.

Oyewale Oluwapelumi Oyedokun (2019) nhấn mạnh, mục đích cuối cùng của thực hành GHRM là để cải thiện hiệu suất bền vững của tổ chức. Trong nghiên cứu này, thực hành tuyển dụng nhân lực xanh, thực hành đào tạo và phát triển nhân lực xanh, cơ cấu lương thưởng xanh và mối quan hệ nhân viên xanh được sử dụng để khám phá ảnh hưởng của GHRM đến tính bền vững môi trường và lợi thế cạnh tranh của các công ty sản xuất trong môi trường kinh doanh tại Nigeria. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các hoạt động tuyển dụng nhân lực xanh, đào tạo và phát triển nhân lực xanh, đãi ngộ nhân lực xanh có tác động tích cực và đáng kể đến lợi thế cạnh tranh bền vững trong ngành sản xuất tại Nigeria; Mối quan hệ nhân viên xanh không có tác động tích cực và đáng kể đến lợi thế cạnh tranh bền vững trong ngành sản xuất tại Nigeria.

3. Kết luận từ tổng quan nghiên cứu

Thứ nhất, GHRM là hoạt động có vị trí quan trọng trong thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, nâng cao nhận thức và hành vi xanh của người lao động, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển bền vững. Các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách và nhà quản trị doanh nghiệp dành mối quan tâm đến GHRM khoảng hơn 10 năm trở lại đây và coi đó là sáng kiến khám phá những khía cạnh kinh tế xanh của kinh doanh. Hiện nay các sáng kiến nhân sự xanh đã được coi như chiến lược thúc đẩy hoạt động kinh doanh một cách bền vững. Quản trị nhân lực xanh thúc đẩy việc thực hiện các sáng kiến nhân sự thân thiện với môi trường dẫn đến hiệu quả cao hơn, chi phí thấp hơn và tăng sự gắn bó của nhân viên. Từ đó, giúp các doanh nghiệp giảm lượng khí thải carbon của nhân viên bằng cách nộp hồ sơ điện tử, chia sẻ xe, chia sẻ việc

làm, hội nghị từ xa và phỏng vấn ảo, tái chế, ngắt điện từ xa, đào tạo trực tuyến, không gian văn phòng tiết kiệm năng lượng... Thông qua GHRM, các doanh nghiệp không những cải thiện được mức độ bảo vệ môi trường về đầu ra của doanh nghiệp, như: tiết kiệm chi phí, giảm ô nhiễm, giảm thiểu tác hại và an ninh công việc, từ đó không những giúp cải thiện chỉ số hiệu quả môi trường của doanh nghiệp (Corporate environment performance index - EP), mà còn có ý nghĩa to lớn đối với môi trường tự nhiên (Sumittra Jirawuttinunt & Kunnika Limsuwan, 2019; Phạm và cộng sự, 2018).

Bên cạnh đó, GHRM sẽ tác động đến hành vi công dân tổ chức liên quan đến môi trường của nhân viên (Organizational citizenship behavior for the environment - OCEB), hình thành những giá trị nhất định và xây dựng nên văn hóa nội bộ của doanh nghiệp (Phạm và cộng sự, 2018). Quản trị nhân lực xanh góp phần lan tỏa ý thức sống xanh, sống có trách nhiệm đến với mỗi thành viên trong doanh nghiệp - những thành viên tích cực của xã hội để chung tay làm xanh Trái đất. Từ việc quan tâm về quản lý chất thải, ô nhiễm môi trường, hạn chế và khắc phục tác động tiêu cực của chúng, cộng đồng các doanh nghiệp góp phần lan tỏa đến xã hội nhận thức về việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên một cách có ý thức và bảo vệ hơn, khuyến khích sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường. Chính vì vậy, các doanh nghiệp theo đuổi quản trị nhân lực thân thiện với môi trường sẽ được lợi hơn vì tạo được sự hài lòng cho chính người lao động và người tiêu dùng.

Thứ hai, GHRM góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đóng góp vào kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Organization performance - OP), từ đó giúp phát triển hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp. Quản trị nhân lực xanh có tầm quan trọng hàng đầu trong việc đạt được các mục tiêu rộng lớn hơn như: (i) phát triển cách sống xanh và tạo ra môi trường mới thân thiện, tiết kiệm chi phí do hiệu quả hơn trong việc sử dụng năng lượng, nước và nguyên liệu thô; (ii) thu nhận và quản lý nhân tài, giúp giữ chân nhân viên và giảm sự luân chuyển lao động, kích thích sự đổi mới của nhân viên, giúp nhân viên đạt

được sự hài lòng nhằm nâng cao năng suất; (iii) xây dựng hình ảnh và uy tín thương hiệu, tạo các mối quan hệ công chúng tích cực, tăng doanh số bán hàng, giành được lợi thế trước các đối thủ cạnh tranh và mang lại lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp; (iv) tăng cơ hội kinh doanh của doanh nghiệp khi một số cơ quan chính phủ, doanh nghiệp thương mại và tổ chức phi lợi nhuận yêu cầu chỉ các doanh nghiệp đáp ứng các tiêu chuẩn xanh cụ thể mới có thể đấu thầu các hợp đồng của họ. Các nghiên cứu cũng đã chỉ ra hiệu suất môi trường sẽ dẫn đến hiệu quả hoạt động và duy trì sự ổn định của doanh nghiệp (Russo, 1997; Wong và cộng sự, 2013). Các tiêu chuẩn về môi trường được các doanh nghiệp quan tâm sẽ mang lại những lợi thế tương đối và nâng cao năng suất cho doanh nghiệp (Siyambalapitiya và cộng sự, 2018). Việc cải thiện môi trường trong các doanh nghiệp là quan trọng và được coi là một khía cạnh của hiệu quả vận hành vì giúp giảm thiểu các rắc rối về môi trường (Jabbour và Santos, 2008) và tăng hiệu quả tài chính (Ramanathan, 2018).

4. Xác định khoảng trống và mô hình nghiên cứu

Từ những phân tích trên cho thấy, GHRM đã bước đầu nhận được sự quan tâm đáng kể. Các nghiên cứu mang tính thực chứng ở các nhóm ngành nghề đặc thù, với các giá trị tương đồng phổ biến là:

Thứ nhất, GHRM là một sáng kiến thúc đẩy việc sử dụng bền vững các nguồn lực trong các doanh nghiệp, hơn nữa còn thúc đẩy sự nghiệp bền vững của doanh nghiệp, của môi trường.

Thứ hai, GHRM chứa nội hàm bao gồm các hoạt động chính như: thiết kế công việc xanh; tuyển mộ, lựa chọn nhân lực xanh; đào tạo nhân lực xanh; đánh giá nhân lực xanh; đãi ngộ nhân lực xanh, phần thưởng xanh;...

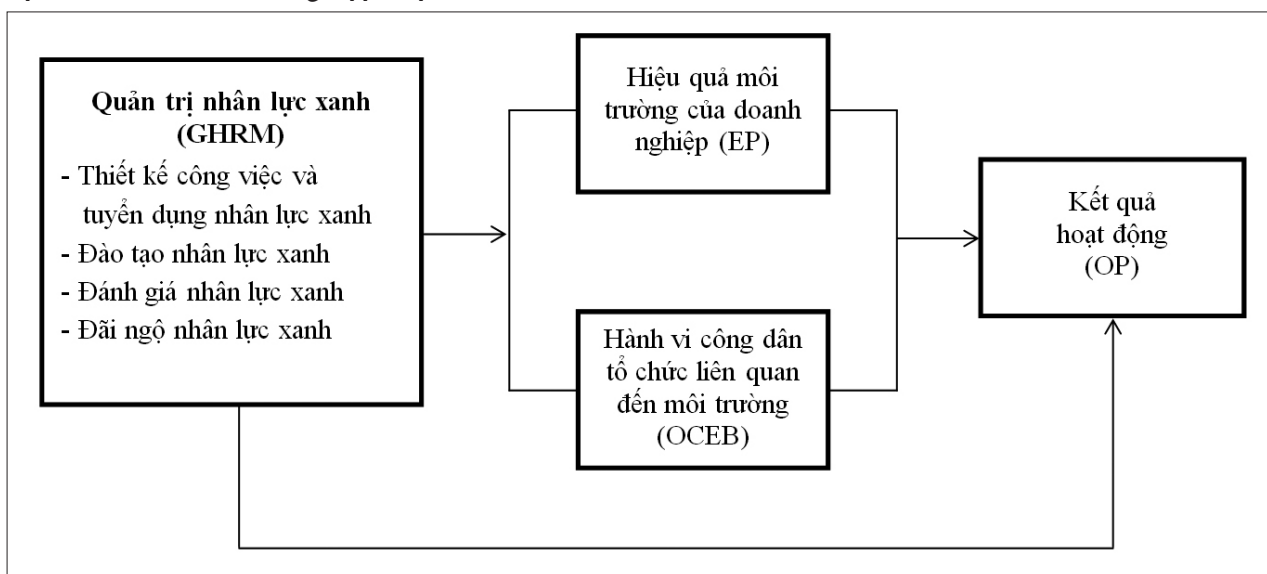
Thứ ba, nhiều nghiên cứu thực nghiệm, kiểm định các giả thuyết nghiên cứu cho thấy, GHRM với các yếu tố cấu thành có ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu suất làm việc của người lao động, hiệu suất môi trường, kết quả hoạt động của doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp... một cách trực tiếp hoặc thông qua biến điều tiết.

Để xem xét về tình hình GHRM tại các doanh nghiệp Việt Nam và xem xét có hay không mối quan hệ giữa GHRM với OCEB, EP và OP, đánh giá được mức độ ảnh hưởng của GHRM đến kết quả hoạt động của các doanh nghiệp ở Việt Nam như thế nào để có cơ sở đề xuất giải pháp thúc đẩy GHRM trong thời gian tới, các tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu cụ thể như sau: (Hình 2)

bậc (1 là hoàn toàn không đồng ý đến 5 là hoàn toàn đồng ý).

Về đối tượng khảo sát: Nhân lực làm việc trong các doanh nghiệp Việt Nam. Mỗi doanh nghiệp nghiên cứu gửi 5 - 10 phiếu đến cả 2 nhóm đối tượng là nhà quản lý và nhân viên doanh nghiệp. Với mỗi nhóm đối tượng đảm bảo có cả nam và nữ.

Hình 2: Đề xuất mô hình nghiên cứu tác động của quản trị nhân lực xanh tới kết quả vận hành của doanh nghiệp Việt Nam



(Nguồn: Tác giả đề xuất)

5. Định hướng triển khai nghiên cứu tiếp theo

Để triển khai nghiên cứu tiếp theo, cần xác định rõ thang đo của GHRM; Hiệu quả môi trường của doanh nghiệp; Hành vi công dân tổ chức liên quan đến môi trường; Kết quả vận hành của doanh nghiệp; Từ đó tiến hành thiết kế khảo sát, thu thập dữ liệu để tiến hành kiểm định mô hình.

Về nội dung khảo sát: Tìm hiểu thực trạng GHRM tại các doanh nghiệp Việt Nam và tác động của GHRM tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Bảng hỏi gồm các câu hỏi được thiết kế gồm 3 phần: Phần 1: Phần thông tin chung của người được khảo sát; Phần 2: Tổng quan về doanh nghiệp; Phần 3: Đánh giá thực trạng GHRM và tác động của GHRM đến kết quả hoạt động tại doanh nghiệp. Các câu hỏi ở phần 3 được thiết kế dưới dạng câu trần thuật, được đo bằng thang đo Likert 5

Các phiếu khảo sát sau khi làm sạch được phân tích bằng phần mềm SPSS 21 và AMOS 21 tạo ra những dữ liệu phục vụ cho phân tích, kiểm định, đánh giá bằng các kỹ thuật phù hợp, đó là:

- Kỹ thuật phân tích thống kê mô tả cho các thang đo định danh, tỷ lệ hay thứ bậc (như: giới tính, độ tuổi, thu nhập,...), ta tiếp tục mô tả các thang đo khoảng (như: Thang đo chất lượng thực hiện các hoạt động GHRM, các yếu tố ảnh hưởng...). Một trong những thông số thông dụng là Mean - trung bình cộng. Với thang đo Likert 5 bậc, giá trị khoảng cách = (Maximum – Minimum) / n = (5-1)/5 = 0.8. Ý nghĩa các mức như sau: 1.00 - 1.80: Rất không đồng ý; 1.81 - 2.60: Không đồng ý; 2.61 - 3.40: Không ý kiến; 3.41 - 4.20: Đồng ý; 4.21 - 5.00: Rất đồng ý.

- Kỹ thuật đo lường độ tin cậy thang đo bằng

hệ số Cronbach's Alpha: Hệ số Cronbach's Alpha là công cụ kiểm tra xem biến quan sát nào phù hợp, biến quan sát nào không phù hợp để đưa vào thang đo. Công cụ này sẽ phản ánh mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát trong cùng một nhân tố, đồng thời cho biết trong các biến của một nhân tố, biến nào đã đóng góp vào việc đo lường các nhân tố, biến nào không (Cronbach, 1951).

- *Kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá EFA* (Exploratory Factor Analysis) và nhân tố khẳng định CFA (Confirmatory Factor Analysis). Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA được dùng để kiểm định giá trị khái niệm của thang đo. Phương pháp phân tích nhân tố khẳng định CFA nhằm kiểm tra độ thích hợp của mô hình, độ tin cậy

tổng hợp, phương sai trích, tính đơn hướng, tính hội tụ giá trị phân biệt.

- *Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM* (Structural Equation Modeling) là sự mở rộng của mô hình tuyến tính tổng quát (GLM) cho phép nhà nghiên cứu kiểm định một tập hợp phương trình hồi quy cùng một lúc. Đặc biệt, SEM sử dụng để ước lượng các mô hình đo lường và mô hình cấu trúc của bài toán lý thuyết đa biến. Mô hình đo lường chỉ rõ mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn và các biến quan sát, cung cấp thông tin về thuộc tính đo lường của biến quan sát (độ tin cậy, độ giá trị). Mô hình cấu trúc chỉ rõ mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn với nhau, các mối quan hệ này có thể mô tả những dự báo mang tính lý thuyết mà các nhà nghiên cứu quan tâm ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Alima Aktar. (2019). Green Human Resource Management Practices and Employee Engagement: Empirical Evidence from RMG sector in Bangladesh. *Sustainability at Work eJournal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3363860>.
2. Berrone và Gomez-Mejia. (2009). Environmental performance and executive compensation: An integrated agency-institutional perspective. *The Academy of Management Journal*, 52(1), 103-126. <http://www.jstor.org/stable/40390278>.
3. Forman và Jorgensen. (2001). The social shaping of the participation of employees in environmental work within enterprises – experiences from a Danish context. *Technology Analysis and Strategic Management*, 13 (1),71-90,DOI:10.1080/09537320120040455.
4. Mampra. (2013). Green HRM: Does it help to build a competitive service sector? *In Proceedings of the tenth AIMS International Conference on Management*, Bangalore, India, 6-9/01/2013,1273-1281.
5. Mandip. (2012). Green HRM: People Management Commitment to Environmental Sustainability. *Research Journal of Recent Sciences*, 1, 244-252, ISSN 2277-2502.
6. Shoeb Ahmad. (2015). Green Human Resource Management: Policies and practices. *Cogent Business & Management*, 2(1), DOI:10.1080/23311975.2015.1030817.
7. Oyewale Oluwapelumi Oyedokun. (2019). Green Human Resource Management Practices and Its Effect on Sustainable Competitive Edge in the Nigerian Manufacturing Industry. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 5, 2970-3000.
8. Prasad. (2013). Green HRM-partner in sustainable competitive growth. *Journal of Management Sciences and Technology*, 8(IV), 31-34, ISSN: 2394-0298.
9. Ramachandran. (2011). Strategic corporate social responsibility: A 'Dynamic Capabilities' perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(5), 285-293. <https://doi.org/10.1002/csr.251>.

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ TÚ QUYÊN

Trường Đại học Thương mại

**THE RESEARCH MODEL FOR THE IMPACT
OF GREEN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT
ON THE BUSINESS PERFORMANCE
OF VIETNAMESE ENTERPRISES**

● Master. **NGUYEN THI TU QUYEN**

Thuongmai University

ABSTRACT:

The growing concern about global environmental issues and the development of environmental management international standards have increasingly stimulated organizations to adopt environmental strategies. Green human resource management has been studied since the end of the twentieth century. In recent years, it has attracted the attention of scholars, researchers, and business managers. It is also a new topic for researchers in Vietnam. By reviewing relevant studies, this study proposes a research model for the impact of green human resource management on the business performance of Vietnamese enterprises.

Keywords: green human resource management, environmental protection, international standards.

TỔNG QUAN VỀ THỰC HIỆN DẠY HỌC TÍCH HỢP TRONG CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC PHỔ THÔNG MỚI Ở TRƯỜNG TRUNG HỌC CƠ SỞ

● NGUYỄN THỊ THU THANH

TÓM TẮT:

Dạy học tích hợp là xu thế chung của giáo dục phổ thông các nước. Hiện nay, các môn tích hợp Khoa học tự nhiên, Lịch sử và Địa lý trong chương trình giáo dục phổ thông mới của Việt Nam đã bắt đầu dạy từ năm học 2021 - 2022. Thực hiện tích hợp trong dạy học sẽ góp phần hình thành và phát triển các năng lực hành động, năng lực giải quyết vấn đề cho học sinh. Bài viết nêu rõ tổng quan về dạy học tích hợp, đồng thời đưa ra một số ví dụ cụ thể về dạy học tích hợp trong chương trình giáo dục phổ thông mới lớp 6.

Từ khóa: giáo dục phổ thông, dạy học tích hợp, phát triển năng lực.

1. Đặt vấn đề

Để góp phần thực hiện chủ trương “Đổi mới căn bản và toàn diện giáo dục Việt Nam” trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa sâu rộng hiện nay, dạy học tích hợp chính là cơ sở cho sự phát triển năng lực học sinh.

Dạy học tích hợp đang dần trở thành một xu hướng tối ưu của lý luận dạy học ngày nay và đã được nhiều nước trên thế giới thực hiện. Hầu hết các nước trong khu vực Đông Nam Á đã thực hiện quan điểm tích hợp trong dạy học ở những mức độ nhất định. Một nghiên cứu gần đây của Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam về chương trình giáo dục phổ thông của 20 nước cho thấy, 100% các nước đều xây dựng chương trình theo hướng tích hợp.

Ở Việt Nam, từ năm học 2021 - 2022, bậc Trung học cơ sở có sự tăng cường tích hợp trong nội bộ môn học Toán, Ngữ văn, Ngoại ngữ, Công nghệ, Giáo dục công dân,... và lồng ghép các vấn đề như môi trường, biến đổi khí hậu, kỹ năng

sống, dân số, sức khỏe sinh sản,... vào các môn học và hoạt động giáo dục. Thực hiện 2 môn học mới: Môn Khoa học tự nhiên (trên cơ sở các môn Vật lý, Hóa học, Sinh học hiện hành) và môn Lịch sử, Địa lý (trên cơ sở các môn Lịch sử, Địa lý hiện hành). Hai môn học này được xây dựng cơ bản đảm bảo tính logic, nội dung các phân môn được sắp xếp có sự hỗ trợ lẫn nhau và tránh sự trùng lặp, đồng thời còn xây dựng thêm những chủ đề liên kết giữa các phân môn.

2. Nội dung

2.1. Khái niệm tích hợp

Theo từ điển Tiếng Việt: “Tích hợp là sự kết hợp những hoạt động, chương trình hoặc các thành phần khác nhau thành một khối chức năng; là sự thống nhất, sự hòa hợp, sự kết hợp”.

Theo từ điển Giáo dục học: “Tích hợp là hành động liên kết các đối tượng nghiên cứu, giảng dạy, học tập của cùng một lĩnh vực hoặc vài lĩnh vực khác nhau trong cùng một kế hoạch dạy học”.

Như vậy, tích hợp là một hoạt động mà ở đó cần phải kết hợp, liên hệ, huy động các yếu tố, nội dung gần và giống nhau, có liên quan với nhau của nhiều lĩnh vực để giải quyết, làm sáng tỏ vấn đề và cùng một lúc đạt được nhiều mục tiêu khác nhau.

2.2. *Dạy học tích hợp*

Dạy học tích hợp là một quan niệm dạy học nhằm hình thành ở học sinh những năng lực giải quyết hiệu quả các tình huống thực tiễn dựa trên sự huy động nội dung, kiến thức, kỹ năng thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau. Điều đó cũng có nghĩa là đảm bảo để mỗi học sinh biết cách vận dụng kiến thức học được trong nhà trường vào thực tiễn cuộc sống như các hoàn cảnh mới lạ, khó khăn, bất ngờ... qua đó trở thành một người công dân có trách nhiệm, một người lao động có năng lực.

Dạy học tích hợp là định hướng về nội dung và phương pháp dạy học, trong đó giáo viên tổ chức, hướng dẫn để học sinh biết huy động tổng hợp kiến thức, kỹ năng thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau nhằm giải quyết các nhiệm vụ học tập, thông qua đó hình thành những kiến thức, kỹ năng mới, phát triển được những năng lực cần thiết, nhất là năng lực giải quyết vấn đề trong học tập và trong thực tiễn cuộc sống.

Dạy học tích hợp phải được thể hiện ở cả nội dung chương trình, phương pháp dạy học, phương pháp kiểm tra đánh giá, hình thức tổ chức dạy học. Dạy học tích hợp đòi hỏi việc học tập trong nhà trường phải được gắn với các tình huống của cuộc sống mà sau này học sinh có thể gặp phải, vì thế nó trở nên có ý nghĩa đối với các em.

Như vậy, thực hiện dạy học tích hợp sẽ phát huy tối đa sự trưởng thành và phát triển cá nhân mỗi học sinh, giúp cho giờ học sẽ trở nên sinh động hơn, vì không chỉ có người dạy trình bày mà học sinh cũng tham gia vào quá trình tiếp nhận thảo luận kiến thức, từ đó học sinh hứng thú nghiên cứu bài học, thích vận dụng vào thực tế.

2.3. *Ý nghĩa của tích hợp trong dạy học*

Do hiện nay đang ngày càng xuất hiện các môn khoa học “liên ngành” để giúp nhận biết và giải quyết các sự vật, hiện tượng trong tự nhiên và xã hội, do đó cần huy động tổng hợp các kiến thức và kỹ năng từ nhiều lĩnh vực khác nhau.

Trong quá trình phát triển của khoa học và giáo dục, còn nhiều kiến thức, kỹ năng rất cần trang bị cho học sinh để các em có thể đối mặt với

những thách thức của cuộc sống. Do đó cần tích hợp giáo dục các kiến thức và kỹ năng thông qua các môn học.

Tích hợp các kiến thức gần nhau, liên quan với nhau nhập vào cùng một môn học sẽ giúp số môn học giảm bớt, tránh được sự trùng lặp không cần thiết về nội dung giữa các môn học và giảm tải cho học sinh.

Khi giáo viên kết hợp tốt phương pháp dạy học tích hợp, sử dụng các hiện tượng trong thực tiễn cuộc sống, bên cạnh việc giúp học sinh chủ động, tích cực học tập còn lồng ghép được các nội dung khác nhau, như: bảo vệ môi trường, chăm sóc và bảo vệ sức khỏe con người...

2.4. *Các mức độ tích hợp cơ bản trong dạy học*

- *Tích hợp trong nội bộ môn học:*

Trong môn học, tích hợp là tổng hợp trong một đơn vị học, thậm chí trong một tiết học hay trong một bài tập nhiều mảng kiến thức, kỹ năng liên quan đến nhau, nhằm tăng cường hiệu quả giáo dục và tiết kiệm thời gian cho người học. Có thể tích hợp theo chiều ngang hoặc theo chiều dọc.

Tích hợp theo chiều ngang là tích hợp các mảng kiến thức, kỹ năng trong môn học theo nguyên tắc đồng quy. Tích hợp các kiến thức, kỹ năng thuộc mạch, phân môn này với mạch, phân môn khác. Tích hợp theo chiều dọc là tích hợp một đơn vị kiến thức, kỹ năng mới với những kiến thức, kỹ năng trước đó theo nguyên tắc đồng tâm. Cụ thể là: Kiến thức của lớp trên, bậc học trên bao hàm kiến thức, kỹ năng của lớp dưới, cấp học dưới.

- *Tích hợp đa môn:*

Tích hợp đa môn được thực hiện theo cách tổ chức từ các môn học xoay quanh một chủ đề, đề tài, dự án, tạo điều kiện cho người học vận dụng tổng hợp kiến thức của các môn học có liên quan.

- *Tích hợp liên môn:*

Tích hợp liên môn trong đó nhiều môn học liên quan được kết lại thành một môn học mới với hệ thống những chủ đề nhất định xuyên suốt qua nhiều lớp. Ví dụ: Địa lý, Lịch sử, Giáo dục công dân được tích hợp thành môn Khoa học xã hội; Sinh học, Hóa học, Vật lý được tích hợp thành môn Khoa học tự nhiên;...

- *Tích hợp xuyên môn:*

Học sinh phát triển kỹ năng sống khi áp dụng các kỹ năng môn học và tích hợp vào bối cảnh thực tế. Có thể coi tích hợp xuyên môn là đỉnh cao

của tích hợp, khi mà ranh giới giữa các môn học bị xóa nhòa.

3. Một số ví dụ về dạy học tích hợp trong chương trình giáo dục phổ thông mới lớp 6

Mỗi chủ đề dạy học phải giải quyết trọn vẹn một vấn đề học tập. Vì vậy, việc xây dựng mỗi chủ đề dạy học cần phải:

- Xác định vấn đề cần giải quyết trong dạy học chủ đề sẽ xây dựng. Với nội dung kiến thức này, điều kiện thực tế của trường, đối tượng là học sinh lớp 6, có thể tổ chức theo hướng giáo viên đặt vấn đề, nêu cách giải quyết vấn đề. Học sinh thực hiện cách giải quyết vấn đề theo hướng dẫn của giáo viên.

- Xây dựng nội dung chủ đề. Xác định chuẩn kiến thức, kỹ năng, thái độ theo chương trình hiện hành và các hoạt động học dự kiến sẽ tổ chức cho học sinh theo phương pháp dạy học tích cực, từ đó xây dựng nội dung chủ đề và mô tả 4 mức độ yêu cầu: nhận biết, thông hiểu, vận dụng, vận dụng cao.

- Thiết kế tiến trình dạy học chủ đề thành các hoạt động học được tổ chức cho học sinh có thể thực hiện ở trên lớp - ở nhà, mỗi tiết học trên lớp có thể chỉ thực hiện một số hoạt động trong tiến trình của phương pháp và kỹ thuật dạy học được sử dụng. Trong chuỗi hoạt động học, thường có các tình huống xuất phát. Các tình huống xuất phát có các đặc điểm như:

+ Phải gắn gũi với đời sống mà học sinh dễ cảm nhận và đã có ít nhiều những quan niệm ban đầu về chúng.

+ Học sinh có thể huy động được kiến thức ban đầu để giải quyết, qua đó hình thành mâu thuẫn nhận thức, giúp học sinh phát hiện được vấn đề, đề xuất được các giải pháp nhằm giải quyết vấn đề.

+ Các hoạt động học cần thực hiện như: đề xuất giải pháp giải quyết vấn đề; thực hiện giải pháp để giải quyết vấn đề; báo cáo, thảo luận; kết luận.

3.1. Với môn Toán và môn Địa lý

Chương trình môn Toán học được khai thác, sử dụng tích hợp trong các môn học khác như Khoa học tự nhiên (Vật lý, Hóa học, Sinh học), Địa lý, Tin học, Công nghệ,...

Ví dụ, khi học về thống kê, học sinh lớp 6 có thể thực hiện thu thập nhiệt độ của địa phương tại mốc

thời gian nhất định trong một tuần lễ; tính trung bình cộng của nhiệt độ, từ đó đưa ra những nhận xét về biến đổi thời tiết của địa phương trong tuần. Như vậy, học sinh vừa được học về Toán, vừa biết cách đo nhiệt độ (môn Khoa học tự nhiên), vừa nắm được kiến thức Địa lý và có ý thức giải quyết vấn đề của thực tiễn. Thông qua tiết học, học sinh hiểu biết về biến đổi khí hậu, từ đó các em có ý thức hơn về việc bảo vệ môi trường sống của mình. Như vậy, một tiết học của môn Toán đã thực hiện được nhiều mục đích.

3.2. Với môn Lịch sử - Địa lý

Môn học tích hợp trong chương trình lớp 6 là môn Lịch sử và Địa lý, trong chương trình Lịch sử và Địa lý có tích hợp nội môn (trong từng nội dung môn Lịch sử và môn Địa lý), tích hợp liên môn (tích hợp nội dung Lịch sử trong những phần phù hợp của bài Địa lý và tích hợp nội dung Địa lý trong những phần phù hợp của bài Lịch sử) và tích hợp tạo thành chủ đề chung. Bên cạnh đó, nổi bật trong chương trình là ở mỗi giai đoạn lịch sử có sự tích hợp nội môn theo mô hình: thế giới - khu vực - Việt Nam - lịch sử địa phương.

3.3. Với môn Khoa học tự nhiên

Dạy học theo chủ đề tích hợp xuất phát từ yêu cầu của mục tiêu dạy học phát triển năng lực học sinh, đòi hỏi phải tăng cường yêu cầu học sinh vận dụng kiến thức vào giải quyết những vấn đề thực tiễn.

Ví dụ, chủ đề 8 Khoa học tự nhiên 6 có bài “Thực vật” có thể tích hợp nhiều môn (Vật lý - Hóa học - Sinh học) và vấn đề bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu. Giáo viên đưa ra chủ đề và cho học sinh về nhà tìm hiểu, chuẩn bị trước các nội dung kiến thức thuộc phạm vi bài học 29: Thực vật lớp 6 (SGK trang 131) là Chân trời sáng tạo (CTST), môn Khoa học tự nhiên 6; đồng thời phân nhóm, chọn nhóm trưởng và yêu cầu nhóm trưởng phân công các bạn trong nhóm thực hiện nhiệm vụ:

- Nhóm 1: Tìm hiểu về đa dạng thực vật

- Nhóm 2: Tìm hiểu vai trò của thực vật trong tự nhiên

- Nhóm 3: Tìm hiểu vai trò của thực vật với vấn đề bảo vệ môi trường Tìm hiểu về quang hợp có sự tham gia của CO₂ và H₂O đồng thời tạo ra O₂ (môn Hóa), tại sao cây xanh quang hợp cần ánh sáng (môn Lý) và diệp lục tố (môn Hóa).

- Nhóm 4: Tìm hiểu vai trò của thực vật trong thực tiễn đời sống (năng lượng và cuộc sống liên quan đến Hóa, Lý, Sinh).

Chủ đề dạy học tích hợp bài 29. Thực vật được chia làm 5 tiết:

Tiết 1: Dạy học nội dung: Đa dạng thực vật.

Tiết 2: Dạy học nội dung: Vai trò của thực vật trong tự nhiên.

Tiết 3,4: Dạy học nội dung: Vai trò của thực vật với vấn đề bảo vệ môi trường.

Tiết 5: Dạy học nội dung: Vai trò của thực vật trong thực tiễn đời sống.

Trong quá trình dạy học, nội dung những tiết trên do các nhóm học sinh chuẩn bị và chủ động thực hiện. Các em có thể phát huy tối đa năng lực của mình trong quá trình thực hiện để xây dựng nội dung của nhóm và chiếm lĩnh kiến thức.

Ngay sau khi dạy xong bài này, giáo viên cho các em làm bài kiểm tra kiến thức vừa học trong 5 phút để biết được kết quả của phương pháp dạy học theo hướng tiếp cận mới, hiện đại và tiên tiến này. Tuy hình thức tích hợp trong bài học không sâu vì đối tượng là học sinh lớp 6 nhưng đã hình thành được cho học sinh tư duy liên kết kiến thức khoa học. Đặc biệt, học tích hợp với sự khởi đầu từ lớp 6, tạo điều kiện cho các em làm quen với các phương pháp dạy học khác nhau và sự phối hợp giữa các phương pháp để các em có thể thu nhận được kiến thức sâu hơn, ghi nhớ chắc chắn hơn. Từ đó, tạo nền tảng giúp các em có kiến thức vững vàng khi học tiếp kiến thức sâu hơn ở các lớp sau.

Thông qua việc dạy học tích hợp chủ đề 8 bài “Thực vật”, học sinh hiểu được mối quan hệ chặt chẽ giữa các môn học, thuộc nhiều lĩnh vực. Từ đó xác định cần phải phân bố thời gian hợp lý cho việc tìm hiểu, học đều tất cả các môn không phân biệt môn chính, môn phụ để có sự hiểu biết đồng bộ tất cả các môn học và có cái nhìn tổng thể, sâu sắc, logic về vai trò của quang hợp. Học sinh có ý thức làm những việc có ý nghĩa cho bản thân, gia đình, môi trường và xã hội. Bản thân các em hiểu biết nhiều hơn, có ý thức rèn luyện kỹ năng sống, bảo vệ sức khỏe cộng đồng, giữ gìn môi trường và biết tuyên truyền với mọi người xung quanh để cùng thực hiện bảo vệ môi trường.

4. Kết luận

Như vậy, dạy học tích hợp sẽ giúp học sinh không phải học thuộc kiến thức một cách máy móc và khó khăn, mà sẽ ghi nhớ tốt hơn trong quá trình vận dụng vào các tình huống thực tiễn trong cuộc sống. Do đó, học sinh sẽ hứng thú hơn, yêu thích tiết học hơn. Khi nhiều môn học được tích hợp trong một chủ đề không chỉ giúp học sinh được học kiến thức sâu rộng, nhìn rõ vấn đề ở nhiều góc độ, mà còn giảm bớt thời gian, công sức học lại nhiều lần một nội dung kiến thức gây nhàm chán và quá tải, cũng như khó vận dụng vào thực tiễn với kiến thức đơn lẻ.

Việc áp dụng dạy học tích hợp vào một chủ đề nhất định đã giúp học sinh phát huy được tính tích cực, chủ động, hiểu bài và hứng thú hơn với môn học. Dạy học tích hợp góp phần phát triển tư duy liên hệ, liên tưởng ở học sinh. Tạo cho học sinh một thói quen tư duy, lập luận vấn đề và có thể nhận thức vấn đề một cách thấu đáo.

Cách dạy học lồng ghép các nội dung kiến thức có liên quan trong môn học với một chủ đề bài học cụ thể nào đó mà giáo viên xây dựng để hướng dẫn cho học sinh thật hiệu quả. Xây dựng môn học tích hợp từ các môn học truyền thống nhưng bài học với kiến thức phong phú hơn, có cái nhìn đa chiều từ nhiều góc độ. Các môn học hợp lại làm rõ nội dung giúp học sinh hiểu vấn đề tốt hơn cũng như học sinh có thể vận dụng được một số vấn đề vào thực tiễn cuộc sống và thực hiện.

Môn Khoa học tự nhiên hiện nay phần lớn các trường phân công 3 giáo viên phụ trách Lý, Hóa, Sinh. Trong tương lai, khi có chương trình đào tạo giáo viên mới và chỉ còn 1 giáo viên phụ trách, bước đầu thực hiện sẽ không tránh khỏi một vài khó khăn, vướng mắc, nhưng chắc chắn kết quả đạt được sẽ tích cực. Việc dạy học tích hợp còn được đánh giá là xu hướng của nền giáo dục hiện đại, là cơ hội để học sinh vận dụng kiến thức đã học giải quyết những vấn đề đặt ra trong thực tiễn rất hiệu quả. Tại khu vực Đông Nam Á, phần lớn các nước đã thực hiện quan điểm tích hợp trong dạy học ở những mức độ nhất định. Thực tế cho thấy, dạy học tích hợp là cần thiết, là xu hướng tối ưu của lý luận dạy học được nhiều nước trên thế giới thực hiện ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cục Nhà giáo và Cán bộ quản lý cơ sở giáo dục (2015). *Tài liệu tập huấn Dạy học tích hợp ở trường THCS-THPT (dùng cho cán bộ quản lý- giáo viên THCS - THPT)*. Hà Nội: NXB Đại học Sư phạm.
2. Đỗ Hương Trà (chủ biên), Nguyễn Văn Biên, Trần Khánh Ngọc và cộng sự (2015). *Dạy học tích hợp phát triển năng lực học sinh, Quyển 1 Khoa học tự nhiên*. Hà Nội: NXB Đại học Sư phạm.
3. Nguyễn Văn Biên (2015). Quy trình xây dựng chủ đề tích hợp về Khoa học tự nhiên. *Tạp chí Khoa học, Đại học Sư phạm Hà Nội*, 60(2), 61-66.
4. Nguyễn Văn Cường (2017). Dạy học tích hợp, tích hợp và phát triển chương trình dạy học. *Tạp chí Khoa học, Đại học Sư phạm Hà Nội*, 62(9), 20-26.
5. Sở Giáo dục và Đào tạo An Giang (2015). *Công văn số 40/HD-SGD&ĐT, ngày 15/9/2015 của Sở Giáo dục và Đào tạo tổ chức cuộc thi vận dụng kiến thức tích hợp để giải quyết các tình huống thực tiễn*.
6. Các website: <http://www.tusach.thuvienkhoahoc.com/> <https://hcm.edu.vn>

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ THU THANH

Khoa Sư phạm

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

**AN OVERVIEW OF THE INTEGRATED TEACHING APPROACH
IN THE NEW GENERAL EDUCATION CURRICULUM
FOR JUNIOR HIGH SCHOOLS**

● Master. **NGUYEN THI THU THANH**

Faculty of Pedagogy, An Giang University
Vietnam National University – Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

The integrated teaching approach is a common trend of general education in many countries. Currently, subjects that integrate natural sciences, historical and geographic knowledge in Vietnam's new general education curriculum have been taught since the 2021-2022 school year. The integration of teaching will help students develop their competencies and problem-solving skills. This paper presents an overview of the integrated teaching approach and introduces some specific examples of applying the integrated teaching approach in the new sixth grade general education curriculum.

Keywords: general education, integrated teaching, capacity development.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH CỦA DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

● VŨ THỊ THU HUYỀN

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng hướng dẫn viên (HDV) du lịch của các doanh nghiệp (DN) lữ hành trên địa bàn Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 nhân tố ảnh hưởng tích cực đến chất lượng HDV du lịch của các DN lữ hành bao gồm: Tuyển dụng HDV du lịch; Bố trí và sử dụng HDV du lịch; Đào tạo nghề nghiệp; Đánh giá kết quả thực hiện công việc; Môi trường và điều kiện làm việc; Thù lao và đãi ngộ. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một vài gợi ý để nâng cao chất lượng HDV du lịch của các DN lữ hành trên địa bàn Hà Nội trong thời gian tới.

Từ khoá: hướng dẫn viên du lịch, nâng cao chất lượng, DN lữ hành.

1. Cơ sở lý thuyết về hướng dẫn viên du lịch

Theo PGS.TS. Đinh Trung Kiên (2000), HDV du lịch là người thực hiện hướng dẫn khách du lịch trong các chuyến tham quan du lịch hay tại các điểm du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu được thỏa thuận của khách trong thời gian nhất định và thay mặt tổ chức kinh doanh du lịch giải quyết những phát sinh trong chuyến du lịch với phạm vi và khả năng của mình.

Theo Điều 3, Chương 1, Luật Du lịch 2017 quy định HDV du lịch là người được cấp thẻ để hành nghề hướng dẫn. “HDV du lịch là người thực hiện hướng dẫn khách du lịch trong các chuyến thăm quan du lịch hay tại các điểm du lịch nhằm đáp ứng những nhu cầu được thỏa thuận của khách trong thời gian nhất định và thay mặt tổ chức kinh doanh du lịch giải quyết những phát sinh trong chuyến du lịch với phạm vi và khả năng của mình, đồng thời được các cơ quan liên quan công nhận”.

Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng nhân lực trong các DN, chất lượng nhân lực du lịch bao gồm:

Phạm Thị Hiến (2018) đã chỉ ra 5 nhân tố có ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực trong các DN Dược phẩm Thanh Hóa, bao gồm: Công tác tuyển dụng; sử dụng lao động; tiền lương, tiền thưởng; chế độ, chính sách; đào tạo, bồi dưỡng.

Phạm Cao Tố (2017) chỉ ra 9 yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực du lịch thành phố Vũng Tàu bao gồm: Tuyển dụng lao động; Đào tạo nghề nghiệp; Vai trò của bộ phận nhân sự; Môi trường làm việc; Quyền lợi và chế độ của người lao động; Văn hóa DN; Thị trường lao động; Hội nhập quốc tế về lao động và Vai trò của các cơ sở đào tạo du lịch tại địa phương.

Nguyễn Thị Ngọc Nga, Lê Thị Phượng Liên (2020) đã chỉ ra 7 yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng nhân lực du lịch trên địa bàn Thành phố

Hồ Chí Minh, bao gồm: Chính sách của địa phương; Sự hợp tác của cơ sở đào tạo; Quyền lợi của người lao động; Môi trường làm việc; Đào tạo nghề; Đánh giá công việc; Tuyển dụng lao động.

Có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng HDV du lịch của DN lữ hành, gồm các yếu tố bên trong cũng như các yếu tố bên ngoài. Tuy nhiên, tùy theo bối cảnh và thời điểm cũng như đặc thù của mỗi đơn vị, tổ chức mà các nhân tố có thể thay đổi mức độ tác động. Trong phạm vi nghiên cứu này, tác giả chỉ đề cập đến những nhân tố nhân tố gắn với đặc thù của các DN lữ hành Hà Nội trong bối cảnh hiện nay.

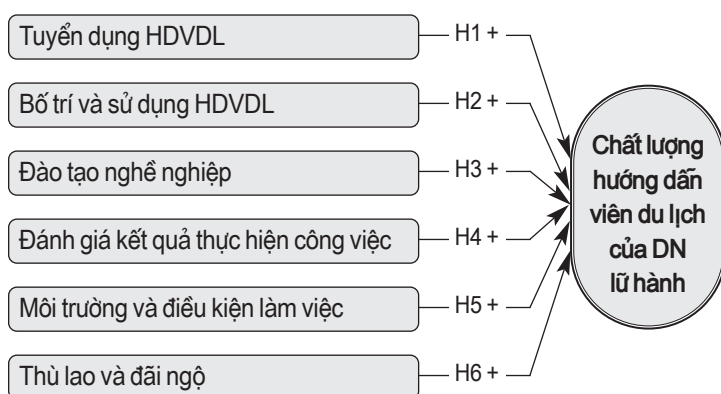
2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

- Giả thuyết H1: Tuyển dụng HDV du lịch có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng HDV du lịch.
- Giả thuyết H2: Bố trí và sử dụng HDV có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng HDV du lịch.
- Giả thuyết H3: Giả thuyết Đào tạo nghề nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng HDV du lịch.
- Giả thuyết H4: Đánh giá kết quả công việc có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng HDV du lịch.
- Giả thuyết H5: Môi trường và điều kiện làm việc có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng HDV du lịch.
- Giả thuyết H6: Thù lao và đãi ngộ cho HDV du lịch có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng HDV du lịch.

Với các giả thuyết trên đây, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Đề xuất của tác giả

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thu thập dữ liệu phục vụ cho nghiên cứu, tác giả đã lựa chọn mẫu điều tra là nhà quản trị của các DN lữ hành trên địa bàn Hà Nội. Về kích thước mẫu, số lượng phiếu khảo sát được phát ra là 220 phiếu khảo sát. Tác giả chọn thang đo Likert 5 mức độ: từ 1 điểm - thể hiện mức độ kém/rất không ảnh hưởng/rất không cần thiết cho đến 5 điểm - thể hiện mức độ rất tốt/rất ảnh hưởng/rất cần thiết.

Phương pháp xử lý dữ liệu: Nghiên cứu sử dụng phần mềm định lượng SPSS, sử dụng hệ số Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm định giả thuyết.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Kiểm định thang đo

Các thang đo có hệ số Cronbach's Alpha đều trên 0,6, hệ số tương quan biến tổng >0,5 cho thấy các thang đo đảm bảo tính tin cậy và phù hợp. (Bảng 1)

3.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Sau khi các thành phần thang đo của các nhân tố được đánh giá sơ bộ, độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha, các biến về cơ bản đều đạt yêu cầu. Tiếp theo, tác giả sử dụng phương pháp EFA với phép trích nhân tố Principal Component Factoring, phép quay Varimax đối với từng nhân tố và tập hợp các nhân tố đã được kiểm định thang đo.

Kết quả phân tích EFA từng nhân tố (6 nhân tố) cho thấy các hệ số KMO và giá trị kiểm định Bartlett đều có ý nghĩa.

Đối với phân tích EFA tập hợp các nhân tố, với hệ số KMO = 0,919 >0,5 khá cao cho thấy phân tích nhân tố là phù hợp với tập dữ liệu, giá trị kiểm định Bartlett có ý nghĩa (Sig = 0,000 < 0,05), các nhóm nhân tố được trích với tổng phương sai trích 75,017% > 50%.

3.3. Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Kết quả kiểm định cho thấy, các hệ số hồi quy chuẩn hóa đều >0 và p<0,05, như vậy tất cả các giả thuyết đều được

Bảng 1. Kết quả kiểm định sự tin cậy các thang đo

Biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
<i>Tuyển dụng HDV du lịch (Cronbach's Alpha = 0,904)</i>			TLDN4	,693	,862
TD1	,708	,904	TLDN5	,612	,882
TD2	,805	,868	<i>Đánh giá kết quả công việc (Cronbach's Alpha = 0,907)</i>		
TD3	,842	,856	DG1	,756	,892
TD4	,790	,874	DG2	,847	,860
<i>Đào tạo nghề nghiệp (Cronbach's Alpha = 0,884)</i>			DG3	,823	,868
DT1	,693	,865	DG4	,738	,899
DT2	,653	,874	<i>Môi trường và điều kiện làm việc (Cronbach's Alpha = 0,907)</i>		
DT3	,790	,842	MK1	,719	,896
DT4	,695	,865	MK2	,749	,890
DT5	,777	,845	MK3	,822	,874
<i>Bố trí, sử dụng HDV du lịch (Cronbach's Alpha = 0,774)</i>			MK4	,763	,887
BS1	,630	,674	MK5	,778	,883
BS2	,538	,774	<i>Chất lượng HDV du lịch (Cronbach's Alpha = 0,941)</i>		
BS3	,665	,632	CL1	,854	,925
<i>Thù lao và đãi ngộ (Cronbach's Alpha = 0,882)</i>			CL2	,842	,927
TLDN1	,767	,844	CL3	,817	,931
TLDN2	,744	,850	CL4	,863	,923
TLDN3	,778	,842	CL5	,825	,930

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

ủng hộ bởi kết quả nghiên cứu. (Bảng 2)

4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Qua tổng hợp điểm đánh giá của các nhân tố trong mô hình cho thấy, nhân tố Đào tạo nghề nghiệp cho HDV du lịch được đánh giá cao nhất chứng tỏ việc đào tạo nghề nghiệp được các DN lữ hành coi trọng. Yếu tố đánh giá thấp nhất là bố trí và sử dụng HDV. Nguyên do tính chất mùa vụ của du lịch, nhiều DN lữ hành sử dụng cả những HDV mới vào nghề và những HDV cộng tác mới, nên việc bố trí và sử dụng đôi khi chưa phản ánh đúng chất lượng của HDV du lịch (Bảng 3).

Bảng 2. Bảng tóm tắt kết quả kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng HDV du lịch của các DN lữ hành trên địa bàn Hà Nội

Giả thuyết	Hệ số beta chuẩn hóa	Kết quả kiểm định
H1	0,247	Chấp nhận
H2	0,083	Chấp nhận
H3	0,252	Chấp nhận
H4	0,161	Chấp nhận
H5	0,127	Chấp nhận
H6	0,261	Chấp nhận

Nguồn: Kiểm định của tác giả

Bảng 3. Điểm trung bình các thang đo

STT	Thang đo	Điểm trung bình
1	Tuyển dụng HDV du lịch	3,41
2	Bố trí và sử dụng HDV	2,73
3	Đánh giá kết quả công việc	3,42
4	Đào tạo nghề nghiệp	3,49
5	Môi trường và điều kiện làm việc	3,07
6	Thù lao và đãi ngộ cho HDV du lịch	3,46

Nguồn: Tác giả khảo sát

5. Một số giải pháp

Tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện tác động của các yếu tố đến chất lượng HDV du lịch của các DN lữ hành trên địa bàn Hà Nội như sau:

Thứ nhất, hoàn thiện chính sách trả thù lao, đãi ngộ, khen thưởng của DN lữ hành. Ngoài việc thưởng vào các ngày lễ, tết, DN có thể sử dụng hình thức mua bảo hiểm tai nạn trong và ngoài nước cho cộng tác viên suốt 1 năm. Có như vậy thì mới có thể thu hút họ về với DN.

Thứ hai, hoàn thiện công tác bố trí và sử dụng HDV du lịch. Bố trí và sử dụng HDV du lịch theo chuyên môn của từng cá nhân nhằm đảm bảo mỗi HDV du lịch thấy hứng thú khi thực hiện công việc đúng chuyên môn. Một HDV du lịch thường

có năng lực trên nhiều lĩnh vực khác nhau và có thể tham gia vào nhiều công việc khác nhau. Tuy nhiên, nhà quản trị cần sử dụng phương pháp phân tích đánh giá để xem xét lĩnh vực chuyên môn nào của HDV du lịch nổi trội và có ích nhất cho tổ chức. Từ đó bố trí, sử dụng HDV du lịch vào các công việc mà họ có chuyên môn giỏi nhất và có thể đem lại hiệu quả nhất cho DN. Bố trí và sử dụng HDV du lịch cần chuyên sâu chứ không cần số lượng nhiều. DN nên hạn chế việc kiêm chức, kiêm nhiệm.

Thứ ba, tạo môi trường và điều kiện làm việc tốt cho HDV du lịch. Cụ thể là:

- Đảm bảo sức khỏe cho HDV du lịch. Sức khỏe của HDV du lịch phải được đảm bảo trong quá trình làm việc, đây là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp và tác động rất lớn đến chất lượng làm việc. Hàng năm, DN cần tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho đội ngũ HDV du lịch, tổ chức các hoạt động thể dục, thể thao lành mạnh giúp HDV du lịch nâng cao thể lực.

- Cải thiện môi trường làm việc. Môi trường làm việc tốt cũng phải là nơi tạo được sự đoàn kết, gắn bó của HDV du lịch với DN. DN cần phải tạo ra môi trường làm việc lành mạnh, tôn trọng lẫn nhau. Khi làm việc cũng như khi kết thúc công việc, HDV du lịch phải luôn cảm thấy vui vẻ, thoải mái và có cảm giác bản thân mình là một phần của DN và luôn mong được cống hiến cho sự phát triển của DN ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Thị Hiến (2018). Nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp du lịch ở Thanh Hóa. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức*, 37, 45-55.
2. Trần Thị Việt Hương (2019). *Kinh nghiệm quản lý hướng dẫn viên tại Trung tâm Điều hành hướng dẫn viên Việt Nam*. Kỷ yếu, Hội thảo tăng cường quản lý hướng dẫn viên du lịch, tháng 8/2019. Đà Nẵng.
3. Nguyễn Thị Ngọc Nga, Lê Thị Phượng Liên (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương*, 10, 230-235.
4. Phạm Cao Tố (2020). *Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu*. Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Lạc Hồng.
5. Heung, V. C. S. (2008). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305-315.

6. Huang, S., Cathy, H. C. and Chan, A. (2010). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: A Study of The Package Tours In Shang Hai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34, 3-33.
7. Weiler, B., & Ham, S. H. (2002). Tour Guide Training: A Model for Sustainable Capacity Building in Developing Countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 52-69.

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2022

Thông tin tác giả:

TS. VŨ THỊ THU HUYỀN

Trường Đại học Thương mại

**FACTORS AFFECTING THE QUALITY
OF TOUR GUIDES WORKING FOR TRAVEL
AGENCIES IN HANOI**

● **Ph.D VU THI THU HUYEN**
Thuongmai University

ABSTRACT:

This study examines the factors affecting the quality of tour guides working for travel agencies in Hanoi. The study finds out that there are six factors positively affecting the quality of tour guides, including: the tour guide recruitment, the staffing arrangement, the professional training, the evaluation of work performance, the working environment and conditions, the salary and compensation. Based on the study's findings, some suggestions are made to improve the quality of tour guides working for travel agencies in Hanoi in the coming time.

Keywords: tour guide, quality improvement, travel agency.

MÔ HÌNH ĐÀO TẠO KẾT HỢP BLENDED LEARNING TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP

● NGUYỄN TRƯỜNG GIANG - HOÀNG ANH TUẤN - ĐẶNG HƯƠNG GIANG

TÓM TẮT:

Giáo dục đại học có nhiều đặc điểm phù hợp để triển khai hình thức đào tạo Blended Learning, như: trình độ công nghệ thông tin của người học, giảng viên ở mức độ cao và dễ dàng tiếp cận công nghệ. Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp đã có 2 năm triển khai hình thức đào tạo Blended Learning. Bài viết tìm hiểu tổng quan về đào tạo kết hợp, phân tích ưu điểm, nhược điểm, đồng thời đánh giá thực trạng, kết quả đào tạo Blended Learning tại Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả chất lượng giảng dạy của Nhà trường.

Từ khóa: đào tạo kết hợp, Blended Learning, E-Learning, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Một trong những mô hình giảng dạy được cho là giúp tăng sự chủ động, linh hoạt cho người học đã được triển khai ở rất nhiều nơi là E-learning - học trực tuyến qua mạng Internet. E-learning là phương pháp có nhiều ưu điểm so với phương pháp truyền thống. Tuy nhiên, E-learning khi triển khai ở Việt Nam thường chỉ dừng lại ở mức cung cấp thông tin, tài liệu cho người học là chủ yếu. Hơn nữa, để thực hiện những lớp trực tuyến cho tất cả các học phần trong chương trình đào tạo, các trường phải định hướng lại các nguồn lực và cả hoạt động thường xuyên của mình. Và đặc biệt, nếu hoàn toàn giảng dạy với E-Learning, sẽ rất khó để thực hiện đối thoại ngay, trực tiếp giữa người dạy và tất cả người học được, trong khi đây lại là một trong những yếu tố quan trọng của đào tạo tại Việt Nam.

2. Tổng quan về đào tạo kết hợp - Blended Learning

Blended Learning được hiểu là hình thức đào tạo kết hợp trong học tập bằng cách kết nối giữa hình thức đào tạo online sử dụng các nền tảng công nghệ và hình thức học tập truyền thống trên lớp.

Các mô hình học tập của Blended learning, gồm:

STT	Mô hình
1	Face-To-Face
2	Mô hình luân phiên
3	Mô hình Flex
4	Mô hình Lab School trực tuyến
5	Mô hình self-blend
6	Mô hình Online Driver

Những lợi ích mang lại từ phương pháp Blended Learning bao gồm:

- Lấy người học làm trung tâm, tối ưu hóa theo từng lộ trình học tập cá nhân của mỗi học viên.

- Tiếp cận với việc sử dụng thành thạo các công cụ kỹ thuật số trong học tập kích thích sự linh hoạt và sáng tạo của người học.

- Linh hoạt thời gian học tập, học tập chủ động giúp học viên có thể dành thời gian vào các hoạt động quan trọng khác như phát triển kỹ năng mềm, viết và tư duy phản biện.

- Dễ dàng nắm được kết quả và tình hình học tập của người học nhằm đưa ra những phản hồi, hỗ trợ học viên một cách nhanh chóng.

- Có nhiều cơ hội hơn để giúp đỡ học viên bất cứ lúc nào và ở đâu.

2. Mô hình đào tạo kết hợp tại Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

2.1. Kết quả hoạt động của hệ thống đào tạo kết hợp của một số ngành học tại Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Giai đoạn 2020 - 2022 với bối cảnh dịch bệnh Covid-19, Nhà trường đã triển khai mô hình để đánh giá sự hiệu quả của mô hình đào tạo kết hợp, tiến hành thử nghiệm cho quá trình triển khai và hoạt động giảng dạy tại một số đơn vị, với các lớp học phân cụ thể:

- Khoa Kế toán được lựa chọn đại diện cho khối ngành kinh tế một số học phần thực hành có thể học tập trực tuyến. Với số lượng lớp học trực tiếp và trực tuyến như sau: (Bảng 1)

- Khoa Cơ khí đại diện cho khối ngành kỹ thuật một phần học thực hành phải học trực tiếp và một số môn học đặc thù tiến hành học tập kết hợp trực tiếp - trực tuyến. Số lượng lớp học trực tiếp và trực tuyến như sau: (Bảng 2)

- Triển khai thực nghiệm đối với

Khoa Công nghệ thông tin (CNTT) là khoa đặc thù, chủ yếu là công cụ học trên phần mềm có số lượng lớp học trực tiếp và trực tuyến như sau: (Bảng 3)

Bảng 1. Số lượng lớp học phần Khoa Kế toán (bao gồm cả lớp học trực tuyến và trực tiếp)

STT	Năm học	Học kỳ	Số lượng lớp phần trực tiếp	Số lượng lớp phần trực tuyến
1	2019 - 2020	2	70	254
2	2020 - 2021	1	54	307
3	2020 - 2021	2	68	281
4	2021 - 2022	1	56	301

Nguồn: Báo cáo phòng Đào tạo, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Bảng 2. Số lượng lớp học phần Khoa Cơ khí (bao gồm cả lớp học trực tuyến và trực tiếp)

STT	Năm học	Học kỳ	Số lượng lớp phần trực tiếp	Số lượng lớp phần trực tuyến
1	2019 - 2020	2	88	46
2	2020 - 2021	1	90	43
3	2020 - 2021	2	102	40
4	2021 - 2022	1	110	35

Nguồn: Báo cáo phòng Đào tạo, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Bảng 3. Số lượng lớp học phần Khoa CNTT (bao gồm cả lớp học trực tuyến và trực tiếp)

STT	Năm học	Học kỳ	Số lượng lớp phần trực tiếp	Số lượng lớp phần trực tuyến
1	2019 - 2020	2	112	91
2	2020 - 2021	1	120	88
3	2020 - 2021	2	99	98
4	2021 - 2022	1	121	89

Nguồn: Báo cáo phòng Đào tạo, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

- Triển khai thực nghiệm đối với khoa Ngoại ngữ là khoa đặc thù có thể tiến hành trực tuyến là chính có số lượng lớp học trực tiếp và trực tuyến như sau: (Bảng 4)

Với những ưu và nhược điểm của hệ thống các công cụ hỗ trợ, Nhà trường đã áp dụng thử nghiệm cho các Khoa sử dụng các công cụ như sau: (Bảng 5)

2.2. Cấu trúc tổ chức lớp học và tổ chức nội dung học tập

2.2.1. Cấu trúc tổ chức lớp học

Các lớp học là đơn vị cơ bản nhất của hệ thống, ở đó diễn ra các hoạt động học tập. Mỗi lớp học bao gồm các vai trò, nội dung học tập và các hoạt động học tập diễn ra liên tục. Có hai vai trò tham gia vào trong một lớp học, bao gồm giảng viên và sinh viên. Giảng viên có nhiệm vụ khởi tạo lớp học, thiết kế và xây dựng khóa học, duy trì các hoạt động học tập và cung cấp các hỗ trợ cần thiết. Sinh viên tham gia lớp học có thể truy xuất các tài nguyên, tùy chỉnh nội dung học tập, tham gia vào các trao đổi, tự theo dõi tiến độ học tập và sử dụng các công cụ hỗ trợ trong suốt quá trình học tập.

2.2.2. Tổ chức nội dung học tập

Nội dung học tập trong từng lớp học được tổ chức hướng đến sự rõ ràng, đơn giản, dễ dàng truy xuất và theo dõi. Nội dung học tập trong một lớp được gọi là một lộ trình học tập (learning path) bao gồm nhiều hạng mục học tập (learning item). Mỗi hạng mục học tập có các mục tiêu, tài nguyên và các hoạt động tương ứng. Khi khởi tạo một lớp mới, giáo viên có thể sử dụng những lộ trình học tập sẵn có hoặc tạo ra một lộ trình học tập mới. Các lộ trình học tập này có thể được điều chỉnh liên tục dựa vào những quan sát và hiểu biết mới của giáo viên trong suốt quá trình diễn ra lớp học.

Bắt đầu mỗi lộ trình học tập, giáo viên làm rõ tổng quan về khóa học, các hướng dẫn cần thiết

Bảng 4. Số lượng lớp học phân Khoa Ngoại ngữ (bao gồm cả lớp học trực tuyến và trực tiếp)

STT	Năm học	Học kỳ	Số lượng lớp phân trực tiếp	Số lượng lớp phân trực tuyến
1	2019 - 2020	2	10	75
2	2020 - 2021	1	12	80
3	2020 - 2021	2	10	81
4	2021 - 2022	1	9	84

Nguồn: Báo cáo phòng Đào tạo, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Bảng 5. Số lớp học phân sử dụng công cụ giảng dạy trực tuyến

TT	Công cụ hỗ trợ	Khoa áp dụng	Số lượng lớp học phân
1	Google Meet	Khoa Kế toán	1143
2	Zoom Meeting	Khoa CNTT, Cơ Khí	530
3	BigBlueButton	Khoa Ngoại ngữ	320

Nguồn: Báo cáo phòng Đào tạo, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

và đặc biệt quan trọng là các mục tiêu của khóa học. Những thông tin này là rất quan trọng đối với sinh viên để giúp cho quá trình tự học được diễn ra thuận lợi hơn.

Mỗi hạng mục học tập có mô tả về mục tiêu của hạng mục đó, các hoạt động chính sẽ diễn ra. Các tài nguyên chính trong từng hạng mục bao gồm các video, bài quiz và tài liệu. Việc sắp xếp các nội dung này là tùy thuộc vào thiết kế của giáo viên, tuy nhiên một cách làm tốt là tổ chức theo trình tự: bắt đầu bằng video trình bày về các khái niệm; tiếp theo là bài quiz để củng cố kiến thức; tiếp theo là một bài hướng dẫn; cuối cùng có thể thêm các bài đọc thêm.

3. Các giải pháp nâng cao hiệu quả học tập kết hợp tại Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Trên cơ sở những kết quả đạt được khi triển khai thử nghiệm hệ thống, đề tài đề xuất bổ sung thêm một số những nội dung sau:

- Tiếp tục tìm hiểu, áp dụng các lý thuyết học

tập và đào tạo tiên tiến vào thực tiễn, đồng thời làm mịn và tích hợp thêm nhiều tính năng hỗ trợ hơn nữa cho hệ thống.

- Một số thuyết, mô hình và phương pháp học tập và đào tạo có thể đưa vào nghiên cứu và áp dụng bao gồm: thang các cấp độ tư duy Bloom, thang các cấp độ kỹ năng Dreyfus, học qua dự án (project-based learning), học qua vấn đề (problem-based learning), học qua trò chơi (gamification in learning)...

- Hoàn thiện một số tính năng tích hợp trên hệ thống:

+ Gợi ý các nội dung học tập: dựa trên cơ sở dữ liệu về quá trình học tập của học sinh, hệ thống có thể đưa ra các gợi ý về các nội dung học tập để hoàn thiện kiến thức cũng như kỹ năng của mình.

+ Thêm các module để tạo các bài học tương tác cho từng lĩnh vực khác nhau, ví dụ: bài học tương tác để hiểu về các khái niệm trong lập trình, bài học tương tác để làm các thí nghiệm vật lý, bài học tương tác để học lịch sử...

+ Hoàn thiện tính năng diễn đàn học tập, phản hồi quá trình học tập tới sinh viên, hệ thống giải đáp thắc mắc 24/7...

4. Kết luận

Tổ chức dạy học kết hợp cũng phát huy được tư duy và năng lực sáng tạo cho sinh viên (sinh viên được thoải mái, cởi mở trong giờ học, trong tiết học thay vì chỉ nghe giảng, đọc, chép thì các em được tự do sáng tạo thể hiện mình. Không chỉ vậy, dạy học kết hợp còn phát triển một số kỹ năng cần thiết cho cuộc sống như kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng khai thác thông tin từ nhiều nguồn khác nhau, kỹ năng giao tiếp và hợp tác, kỹ năng sử dụng ngôn ngữ,... góp phần đào tạo con người không chỉ có kiến thức mà còn có cả năng lực hành động.

Xét tổng quan, khi triển khai thử nghiệm hệ thống tại Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp đã đạt được kết quả quan trọng, đó là: (i) Xây dựng được một hệ thống và ứng dụng công cụ hỗ trợ có khả năng sử dụng ngay để hỗ trợ cho phương pháp học tập kết hợp; (ii) Xây dựng được cấu trúc lớp học, tổ chức nội dung học tập theo mô hình lộ trình học tập, hỗ trợ cá nhân hóa hoạt động học tập, cung cấp các kênh giao tiếp, theo dõi tiến độ học tập và các ứng dụng hỗ trợ sinh viên trong suốt quá trình học tập ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Al-Samarraie, H., & Saeed, N. (2018). A systematic review of cloud computing tools for collaborative learning: Opportunities and challenges to the blended-learning environment. *Computers & Education*, 124, 77-91.
2. Bonk, C. J., & Graham, C. R. (2012). *The handbook of blended learning: Global perspectives, local designs*. John Wiley & Sons.
3. Fadde, P. J., & Vu, P. (2014). Blended online learning: Benefits, challenges, and misconceptions. *Online learning: Common misconceptions, benefits and challenges*, 33-48.
4. Đặng Thái Thịnh, Võ Hà Quang Định (2018), Mô hình blended learning thích hợp như thế nào trong giáo dục đại học khối kinh tế? - Một tình huống triển khai tại Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, *Tạp chí Khoa học Giáo dục*, số 10, 90-99.
5. Phòng Đào tạo, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp (2022), *Báo cáo số lượng lớp học phần các năm học từ năm 2019 - 2022*.

Ngày nhận bài: 18/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/4/2022

Thông tin tác giả

1. ThS. NGUYỄN TRƯỜNG GIANG

2. TS. HOÀNG ANH TUẤN

3. TS. ĐẶNG HƯƠNG GIANG

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**THE IMPLEMENTATION
OF BLENDED LEARNING IN THE UNIVERSITY
OF ECONOMIC AND TECHNICAL INDUSTRIES (UNETI)**

● Master. **NGUYEN TRUONG GIANG**¹

● Ph.D **HOANG ANH TUAN**¹

● Ph.D **DANG HUONG GIANG**¹

¹University of Economic and Technical Industries

ABSTRACT:

The Blended Learning can be effectively implemented in the higher education as both learners and lecturers have a high degree of familiarity with technology and they can access to technology easily. The Blended Learning has been implemented for two years in the University of Economic and Technical Industries (UNETI). This paper provides an overview of the Blended Learning, analyzes the advantages and disadvantages of this training method, and assesses the current implementation of the Blended Learning in the UNETI. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to improve the university's training quality.

Keywords: blended learning, e-learning, University of Economic and Technical Industries.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG XIN VIỆC LÀM CỦA SINH VIÊN SAU KHI RA TRƯỜNG

● LƯƠNG THANH HÀ

TÓM TẮT:

Theo thống kê của Trung tâm Hỗ trợ đào tạo và cung ứng nhân lực (Bộ Giáo dục và Đào tạo) hàng năm có hơn 400.000 cử nhân ra trường. Tuy nhiên, con số thất nghiệp là gần 20%. Con số đáng báo động này cần phải có giải pháp thay đổi. Vì sao doanh nghiệp “khát” nhân lực mà sinh viên tốt nghiệp vẫn bị doanh nghiệp từ chối? Bài viết phân tích các lý do dẫn đến nguyên nhân này và xác định các nhân tố ảnh hưởng đến việc tìm được việc làm của sinh viên, từ đó giúp các sinh viên chủ động, có định hướng nghề nghiệp, chuẩn bị hành trang tốt để gia nhập thị trường lao động hiệu quả.

Từ khóa: kỹ năng mềm, việc làm, sinh viên, thất nghiệp, nhà tuyển dụng.

1. Đặt vấn đề

Theo kết quả khảo sát từ Báo cáo đánh giá việc làm sinh viên tốt nghiệp năm 2020 của Trung tâm Hỗ trợ đào tạo và cung ứng nhân lực, Bộ Giáo dục và Đào tạo, có khoảng 80 -90% sinh viên tùy từng cơ sở đào tạo sau khi tốt nghiệp từ 3 tháng đến 1 năm đã có việc làm. Kết quả khảo sát sinh viên tốt nghiệp đại học cho thấy tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp đã có việc làm chiếm 88,3% trong tổng số sinh viên trả lời phỏng vấn. Những sinh viên tốt nghiệp với thứ hạng càng cao chiếm tỷ lệ có việc làm càng cao. Số liệu cho thấy sinh viên tốt nghiệp thuộc nhóm ngành Y - Dược chiếm tỷ lệ có việc làm cao nhất, lên tới 96,3%. Tiếp theo là nhóm Khoa học xã hội, Kinh tế, Luật, Nông - Lâm - Ngư nghiệp với tỉ lệ 89,6%. Xếp cuối là nhóm ngành Khoa học tự nhiên, Kỹ thuật, Công nghệ, Thể dục thể thao, Nghệ thuật chỉ đạt tỷ lệ 84, %.

Như vậy, tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp đại học nhưng chưa có việc làm và đang tìm việc chiếm gần 20%. Con số này khá cao, nếu so với tỷ lệ thất nghiệp chung của nhóm thanh niên ở độ tuổi 20 - 24 trong cả nước năm 2019 là 6,1%.

Nhiều nghiên cứu đã cho thấy, có nhiều yếu tố khác nhau ảnh hưởng đến khả năng tìm được việc làm của sinh viên sau khi ra trường. Chất lượng của sinh viên phản ảnh hiệu quả công việc thông qua 3 trụ cột là: kiến thức, kỹ năng và thái độ. Kết quả học tập càng cao, cụ thể là điểm tốt nghiệp càng cao, xác suất có việc sau khi ra trường của sinh viên càng cao (theo Nguyễn Thị Khánh Trinh (2016). Nghiên cứu của Pandey và cộng sự (2014) cũng cho thấy việc thành thạo ngôn ngữ nước ngoài giúp ứng viên để lại ấn tượng ban đầu tốt, có cơ hội cao hơn để có được vị trí mà ứng viên đang ứng tuyển. Trình độ ngoại ngữ có tác động tích cực đến việc có việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp (Võ Văn Tài và Đào Thị Huyền, 2016). Yếu tố Kỹ năng cứng như kỹ năng chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ cũng tác động đến khả năng tìm được việc làm của sinh viên. Kantane và cộng sự (2015) đã chỉ ra rằng kỹ năng chuyên môn, kiến thức, khả năng lập kế hoạch cũng là các yếu tố quan trọng trong nhu cầu của nhà tuyển dụng đối với nhân viên. Theo Nguyễn Thị Thanh Vân (2016), yếu tố kỹ năng mềm là một trong những yếu tố tác động tích cực

đến khả năng có việc làm của sinh viên mới ra trường. Mặt khác, việc tham gia các khóa học kỹ năng mềm thì xác suất có việc làm sau khi tốt nghiệp sẽ cao hơn những sinh viên khác (Nguyễn Thị Khánh Trinh, 2016). Bên cạnh đó, sinh viên tốt nghiệp cần phải có các kỹ năng mềm khác, như: lãnh đạo, giao tiếp, tư duy phân tích,... để có thể đảm bảo tìm được việc làm (Hossain và cộng sự, 2018). Kết quả nghiên cứu Kantane và cộng sự (2015) cho thấy ý thức trong công việc, đặc biệt là yếu tố trung thực - một trong những yếu tố quan trọng trong nhu cầu của nhà tuyển dụng đối với nhân viên.

2. Những điều kiện của nhà tuyển dụng cần ở ứng viên

Trong những năm qua, nhằm đáp ứng nhân lực cho đất nước trong giai đoạn phát triển và hội nhập quốc tế, các trường đại học, cao đẳng trong cả nước đã nỗ lực thực hiện nhiều giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo. Mặc dù chất lượng đào tạo được doanh nghiệp và xã hội đánh giá cao nhờ khả năng ngoại ngữ và kiến thức chuyên môn tốt, khả năng thích ứng với các công việc thực tế cao, tuy nhiên vẫn có nhiều bất cập đối với các sinh viên ứng tuyển việc làm sau khi tốt nghiệp.

Theo khảo sát của Trung tâm Dự báo nhu cầu nhân lực và Thông tin thị trường lao động TP. Hồ Chí Minh, 11,2% doanh nghiệp cho rằng ngành học của sinh viên ít phù hợp với công việc và đây chính là một bất cập của nhân lực có trình độ đại học mới được tuyển dụng. Có đến 16% số doanh nghiệp tham gia khảo sát đánh giá chương trình đào tạo đại học hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế, sinh viên không có nhiều cơ hội đạt được các kỹ năng phù hợp để cạnh tranh trên thị trường lao động.

Đại diện nhà tuyển dụng cho rằng nhiều lý thuyết đang được giảng dạy ở các trường đại học không sử dụng được, không đúng với thực tế các doanh nghiệp đang sử dụng, vận hành. Hiện nay, các công ty tuyển dụng có khuynh hướng tiếp nhận những người làm được việc ngay. Ngoài chương trình đào tạo, 41,6% số doanh nghiệp đánh giá sinh viên tốt nghiệp đại học đang thiếu kỹ năng mềm. Đây chính là hạn chế lớn nhất của sinh viên, tác động đến cơ hội có được việc làm và việc làm chất lượng.

Bên cạnh đó, chương trình thực tập, thực tế ở

nhiều trường vẫn còn nặng về hình thức, thời gian thực tập ít, vì vậy hiệu quả, chất lượng của hoạt động thực tế, thực tập chưa cao. Vì vậy, đề xuất các trường đại học tăng thời gian thực tập của sinh viên để đảm bảo chất lượng của việc thực tập.

Đối với bản thân sinh viên tìm việc, 15,2% doanh nghiệp tham gia khảo sát đánh giá sinh viên tốt nghiệp đại học không có định hướng nghề nghiệp và do đó không có đam mê, yêu thích công việc.

Cuộc khảo sát trực tuyến của CareerBuilder (Mạng Việc làm và tuyển dụng hàng đầu thế giới) với hơn 1.000 nhà tuyển dụng ở các công ty khác nhau đã tổng kết được 5 điểm cần chú ý đối với những người mới tốt nghiệp và đang có nhu cầu tìm việc. Đó là:

Kinh nghiệm liên quan đến chuyên môn: 23% nhà tuyển dụng nói rằng khả năng và kinh nghiệm của các ứng viên có liên quan đến công việc là yếu tố quan trọng nhất đối với quyết định tuyển dụng của họ. 63% trong số họ xem những kinh nghiệm mà các sinh viên có được qua các hoạt động tình nguyện, các buổi thực hành ở trường và qua những việc làm part - time như là những kinh nghiệm liên quan rất có giá trị. Tuy nhiên, rất nhiều sinh viên mới ra trường lại không quan tâm đến điều đó.

Phù hợp với môi trường văn hóa của doanh nghiệp tuyển dụng: Theo nghiên cứu, 21% số nhà tuyển dụng cho rằng điểm mà họ muốn nhìn nhận nhiều nhất ở một ứng viên đó là khả năng phù hợp và thích nghi với môi trường văn hoá của công ty. Vì vậy, khi đi phỏng vấn, bạn thường gặp câu hỏi "Tại sao anh (chị) lại cảm thấy mình phù hợp với công việc này?" Nếu bạn nghĩ rằng câu hỏi đó thật ngớ ngẩn mà phớt lờ nó đi thì quả là sai lầm. Với các tuyển dụng nhân sự quan trọng, nhà tuyển dụng thường dò hỏi và đánh giá khả năng nổi trội của bạn qua một số câu hỏi tưởng như không quan trọng và không có gì liên quan đến công việc của bạn như kiểu "Quyển sách bạn đọc gần đây nhất tên là gì?", "10 năm trước tôi 10 tuổi, 10 năm sau tôi bao nhiêu tuổi" hay "Chỉ có 70.000 đồng, làm thế nào mời sếp ăn một bữa thật ngon".

Kiến thức nền: 19% các nhà tuyển dụng nhấn mạnh đến kiến thức nền tảng mà các sinh viên tích lũy được trong quá trình đào tạo ở trường đại học, từ các cơ quan, tổ chức họ đã từng tham gia, các chứng

chỉ, bằng cấp đã nhận,... và tất nhiên chúng phải liên quan đến vị trí mà ứng viên xin tuyển.

Tham vọng và lòng nhiệt tình:

Tham vọng tìm kiếm một công việc luôn là một trong những yếu tố hàng đầu mà nhà tuyển dụng mong muốn ở các ứng viên. Bởi theo họ, chính những tham vọng nghề nghiệp là lý do quan trọng để nhân viên của họ trở thành một người cống hiến hết mình cho công việc. Vì vậy, khi đi phỏng vấn, nếu được hỏi "Tại sao bạn lại muốn làm việc ở công ty chúng tôi?" thì trong câu trả lời, bạn nên chú trọng vào những điểm mạnh của công ty và những thách thức ở vị trí đó chứ không nên tỏ thái độ "được thì được mà không được thì thôi" đối với công việc này.

Sự chuẩn bị: 8% trong số 1.000 nhà tuyển dụng cho rằng họ sẽ đánh giá cao những người đặt ra các câu hỏi cho họ hoặc đem đến những thông tin, đưa ra những ý tưởng để đóng góp cho sự thành công của công ty. Vì thế, hãy tìm hiểu thật kỹ các thông tin và chuẩn bị chu đáo trước khi đi phỏng vấn.

3. Những nhân tố ảnh hưởng đến khả năng xin việc của sinh viên

Từ những tiêu chí tuyển dụng ứng viên của doanh nghiệp và năng lực hiện có cùng những điểm yếu, thiếu sót hiện tại của sinh viên để làm cơ sở đề ra các giải pháp phù hợp nhằm giúp sinh viên tốt nghiệp đại học tăng cao khả năng tìm được việc làm trong thị trường lao động cạnh tranh khốc liệt. Tác giả đề xuất các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm được việc làm của sinh viên sau khi ra trường, bao gồm:

(i). *Bằng cấp chuyên môn:* Dù bằng cấp không phải là yếu tố quan trọng, nhưng đó là tấm giấy thông hành đầu tiên giúp nhà tuyển dụng tìm thấy sự tương thích nơi ứng viên ứng tuyển. Những yêu cầu về bằng cấp nên được nêu rõ trong phần tin đăng tuyển dụng. Thực tế có nhiều nhân tài làm trái ngành được đào tạo, nhưng lại thể hiện năng lực rất tốt. Chính vì vậy, bằng cấp không cần phải đúng chuyên ngành, những ngành nghề tương tự cũng có thể được chấp nhận.

(ii). *Trình độ ngoại ngữ:* Ngoại ngữ là yêu cầu mang tính cần thiết khi ứng tuyển việc làm. Giữa xu thế "đa quốc gia hóa" của các công ty, biết ít nhất một ngoại ngữ sẽ giúp ứng viên nổi bật, dễ dàng nhận được công việc phù hợp với khả năng, trình độ

bản thân, việc tìm kiếm các thông tin tuyển dụng sẽ mở rộng nhiều vị trí hấp dẫn. Việc học ngoại ngữ cần đạt được mục đích đó là phục vụ học tập, làm việc, giao tiếp và giải trí lành mạnh.

(iii). *Kinh nghiệm làm việc thực tế:* Đây mới là điều mà nhà tuyển dụng mong muốn ứng viên sở hữu nhất. Những ứng viên giỏi sẽ biết cách dùng kinh nghiệm làm việc thực tế để khóa lấp những hạn chế về bằng cấp, giới tính. Những ngành mang tính đại trà cho phép ứng viên sở hữu kinh nghiệm ở vị trí tương đương, trong lĩnh vực tương tự. Những ngành mang tính đặc thù cao luôn đòi hỏi ứng viên phải làm đúng lĩnh vực mà nhà tuyển dụng đang hoạt động. Những ngành khó tuyển, nhà tuyển dụng chấp nhận những ứng viên có ít thiếu sót nhất để đào tạo, bổ sung thêm.

Do đó, các kỳ thực tập là một lợi thế rất lớn giúp sinh viên vượt qua các kỳ tuyển dụng gắt gao cũng như không bị ngỡ ngàng khi bắt tay vào việc. Bởi kỳ thực tập là thời điểm tốt nhất để sinh viên học hỏi được những kinh nghiệm trong lĩnh vực mà mình quan tâm. Về cơ bản, quá trình thực tập cũng gần giống như quá trình đào tạo cho một nhân viên mới trong công ty.

Ngoài ra, nếu muốn có thêm kinh nghiệm làm việc ngay trong khóa học, một công việc làm thêm phù hợp với ngành học hoặc sở thích sẽ giúp ứng viên học hỏi nhiều điều, bởi trong quá trình làm việc không tránh được những "va chạm", giúp ứng viên sẽ có thêm nhiều kinh nghiệm để xử lý những tình huống đó. Những kinh nghiệm này sẽ giúp ứng viên tạo ấn tượng tốt trước nhà tuyển dụng.

(iv). *Kỹ năng mềm - lợi thế hòa nhập với môi trường làm việc*

Thực tế cho thấy, các cơ sở đào tạo chỉ chú trọng đến đào tạo chuyên ngành, mà "quên mất" một số kỹ năng thiết yếu cần đưa vào giảng dạy cho tất cả các ngành nghề, như kỹ năng về: đổi mới sáng tạo, tư duy thiết kế, làm việc nhóm,... Bên cạnh đó, một số trường đang hướng đến xu hướng đào tạo đa ngành trong đơn ngành. Sinh viên học về kỹ thuật vẫn cần kiến thức về kinh tế, pháp luật, văn hóa. Một số nhà tuyển dụng của các công ty nước ngoài tại Việt Nam có phần nản về việc sinh viên rất yếu khi phỏng vấn về văn hóa dân tộc, khiến nhiều em bị loại ngay vì không hiểu về chính đất nước mình. Do đó, xu hướng hiện nay các trường đại học cần

hướng đến đó là đẩy mạnh trang bị kỹ năng mềm, đào tạo đa ngành trong đơn ngành cho sinh viên.

Kỹ năng mềm bao gồm:

- *Kỹ năng giao tiếp linh hoạt:* Nếu những ngành giao tiếp nhiều như sales, quan hệ công chúng,... bắt buộc sở hữu kỹ năng giao tiếp xuất sắc thì những ngành nghề khác cũng đòi hỏi ở ứng viên kỹ năng này ở mức độ không nhỏ. Bởi lẽ, kỹ năng giao tiếp không chỉ thể hiện trong lúc làm nhiệm vụ, mà cả khi: Đối thoại cùng đồng nghiệp; Thảo luận, đề xuất chiến lược phát triển cho phòng ban; Phối hợp triển khai kế hoạch cùng những bộ phận khác toàn doanh nghiệp; Ngay cả việc giải quyết những mâu thuẫn trong công việc cũng luôn đòi hỏi kỹ năng giao tiếp nơi nhân viên.

- *Làm việc nhóm:* Hiện nay, mô hình làm việc nhóm đang ngày càng phổ biến. Mỗi hoạt động sản xuất - kinh doanh là chuỗi kết nối nhiều yếu tố đóng góp từ các cá nhân, phòng ban khác nhau. Chính vì vậy, một ứng viên cần sở hữu khả năng làm việc nhóm hiệu quả. Để đánh giá tiêu chí này, kinh nghiệm cùng những thành tích mà ứng viên đạt được trong quá trình làm việc trước đó chính là cơ sở đánh giá đầu tiên.

- *Kỹ năng trình bày* (thể hiện và vận dụng trí tuệ, công nghệ, bản lĩnh), quản lý thời gian... Đặc biệt, kỹ năng quản lý thời gian giúp các bạn sinh viên không sa đà vào mạng xã hội, giải trí, do đó làm việc thiếu hiệu quả, giảm năng suất. Trong quá trình học tập, sinh viên cần tham gia các chương trình ngoại khóa sôi nổi, các câu lạc bộ, các lớp học,... để rèn luyện kỹ năng mềm.

- *Kỹ năng giải quyết vấn đề:* Bất cứ công việc nào cũng sẽ có những khó khăn, thách thức đến từ những sự cố bất ngờ, nằm ngoài kế hoạch. Những câu hỏi tình huống thực tế luôn được sử dụng trong các kỳ phỏng vấn cũng vì mục đích này. Tiêu chí đánh giá không nằm trọn ở sự hoàn hảo trong câu trả lời, mà nằm phần lớn ở khả năng tư duy, biết cách tìm hướng giải quyết của ứng viên.

(v). *Sử dụng thành thạo công nghệ thông tin:* Những phần mềm chuyên dụng trong công việc, một phần sẽ được truyền đạt nơi giảng đường, một phần tự học thêm, một phần sẽ do công ty đào tạo. Và cũng có nhiều kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin mà ứng viên tự tìm hiểu, dù không phải chuyên môn ngành nghề, nhưng lại là điều không

thể không biết, ví dụ như: nhắn tin zalo, skype, facebook, tạo tài khoản trao đổi trên diễn đàn,...

Nhà tuyển dụng kiểm tra ứng viên thông qua bài kiểm tra kỹ năng sử dụng phần mềm nếu cần thiết. Thông thường, ứng viên sẽ phải tự hoàn thiện trong quá trình công tác. Tuy nhiên, đây là một trong những thử thách đối với ứng viên tại nơi làm việc mới.

Từ thực trạng trên, sinh viên cần nâng cao kiến thức, kỹ năng, thái độ để phù hợp với nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp. Ngoài ra, để sinh viên gia tăng cơ hội thành công khi ứng tuyển, nhà trường cần hỗ trợ nâng cao kỹ năng thích ứng môi trường làm việc thực tế cho sinh viên, tổ chức các lớp huấn luyện chuyên đề, học tập trải nghiệm bổ sung kỹ năng thích ứng trong môi trường công việc dưới hình thức lớp học chuyên biệt, thông qua hoạt động ngoại khóa,... nhằm tạo cơ hội để sinh viên chủ động tìm hiểu nhà tuyển dụng, tự tin thể hiện năng lực, làm chủ cảm xúc, làm quen với các tình huống tế nhị trong môi trường thực tế.

Nền kinh tế Việt Nam hội nhập quốc tế sâu rộng đã và đang mở ra nhiều cơ hội nghề nghiệp mới cho người lao động, nhưng đồng thời cũng đòi hỏi nguồn nhân lực phải có nhiều kỹ năng khác ngoài năng lực chuyên môn, như: kỹ năng giao tiếp, kỹ năng vận dụng công nghệ thông tin, kỹ năng báo cáo, làm việc nhóm, kỹ năng tìm hiểu và xử lý thông tin. Muốn thành công trong môi trường cạnh tranh, sinh viên phải có ý thức mở rộng kiến thức nghề nghiệp, nâng cao năng lực tư duy, độc lập.

4. Kết luận

Nền kinh tế Việt Nam đã và đang thay đổi, kéo theo sự thay đổi của thị trường lao động. Dự báo thị trường lao động trong thời gian tới sẽ có chuyển biến và gia tăng rất nhiều cơ hội việc làm cho người lao động qua đào tạo. Những ngành nghề sử dụng nhiều lao động, kỹ năng thấp sẽ dần dần mất lợi thế cạnh tranh. Một phần lực lượng lao động kỹ năng thấp sẽ bị đào thải, được thay thế bởi người có kỹ năng và thái độ làm việc tốt. Vì vậy, để gia nhập vào thị trường lao động vô cùng khắc nghiệt, để vượt qua các kỳ thi tuyển, sinh viên cần chủ động trang bị cho mình kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, thái độ nghề nghiệp đúng đắn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Phương Lan, Chu Thị Mai Phương, Nguyễn Thị Khánh Trinh (2016), Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới khả năng có việc làm của sinh viên Đại học Ngoại thương sau khi tốt nghiệp, *Tạp chí Kinh tế đối ngoại - Đại học Ngoại thương*, số 84.
2. Võ Văn Tài và Đào Thị Huyền (2016), Phân tích thống kê tỷ lệ có việc làm của sinh viên Khoa Khoa học Tự nhiên, Trường Đại học Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 44.
3. Careerbuilder (2022). Nhà tuyển dụng cần gì ở sinh viên mới ra trường?, <https://careerbuilder.vn/vi/talentcommunity/nha-tuyen-dung-can-gi-o-sv-moi-ra-truong.35a5016c.html>

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/3/2022

Thông tin tác giả:

LƯƠNG THANH HÀ

Học viện Ngân hàng

FACTORS AFFECTING THE EMPLOYABILITY OF FRESH GRADUATES

● **LUONG THANH HA**

Banking Academy

ABSTRACT:

According to the Training Support and Human Resource Development Center under the Ministry of Education and Training, more than 400,000 bachelors graduate in Vietnam every year. However, the number of unemployed graduates accounts for nearly 20% of these recent graduates. This alarming issue raise a question of why cannot companies find enough employees. This paper analyzes reasons causing this issue and identifies the factors affecting the search of students for jobs. This paper is expected to help students become proactive job seekers and better prepare themselves for the labour market.

Keywords: soft skill, job, student, unemployment, employer.

ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI SIÊU THỊ EMART

● LƯU THANH TÂM

TÓM TẮT:

Nghiên cứu xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố về chất lượng dịch vụ tác động đến sự hài lòng của khách hàng. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính đã xác định được 7 yếu tố về chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại siêu thị Emart gồm: Sự tin cậy; Năng lực phục vụ; Khả năng đáp ứng; Sự cảm thông; Phương tiện hữu hình; Hàng hóa; Sự hài lòng. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng thông qua bảng câu hỏi khảo sát. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ để làm hài lòng và thu hút khách hàng khi mua sắm tại siêu thị Emart.

Từ khóa: ảnh hưởng, chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, Emart.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, mức sống và nhu cầu phục vụ đời sống của người dân càng được nâng cao, trong đó có nhu cầu mua sắm. Đó là động lực để các cửa hàng, các siêu thị xây dựng và hoàn thiện chất lượng dịch vụ để nâng cao năng lực cạnh tranh đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Các siêu thị trong nước ra đời và phát triển nhanh chóng, hơn nữa ngày nay với các chính sách mở cửa thị trường, Việt Nam sẽ mở cửa tự do hoàn toàn đối với thị trường dịch vụ bán lẻ thì số lượng các siêu thị nước ngoài ngày càng xuất hiện nhiều. Khách hàng đang dần mua sắm chuyên nghiệp, cân nhắc kỹ lưỡng trong quyết định mua và ngày càng trở nên “khó tính” hơn đối với chất lượng dịch vụ.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Theo Tổng cục Thống kê, số lượng siêu thị trong năm 2020 đã giảm 20%, từ 336 xuống 330 siêu thị. Trái ngược với siêu thị, số lượng cửa hàng tiện lợi đã đánh dấu mức tăng trưởng đáng kể, tăng tới 60%, từ 2.495 cửa hàng trong năm 2019 lên 5.228 cửa hàng trong năm 2020.

2.1. Cơ sở lý thuyết

Từ thập niên 1980, các nhà khoa học đã bắt đầu nghiên cứu cơ sở lý thuyết và đề xuất một số mô hình thực chứng (empirical model) về đánh giá chất lượng dịch vụ. Điển hình là chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1985) cho thấy, chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận

thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ. Thông qua các kiểm tra thực nghiệm, bộ thang đo SERVQUAL đã được nhiều nhà nghiên cứu đánh giá là khá toàn diện do khả năng bao quát hết các khía cạnh, được coi là công cụ đo lường chất lượng dịch vụ tin cậy và chính xác với tên gọi là chất lượng dịch vụ truyền thống (Traditional Service Quality). Theo quan điểm hướng về khách hàng, chất lượng dịch vụ đồng nghĩa với việc đáp ứng mong đợi của khách hàng, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Do vậy, chất lượng được xác định bởi khách hàng, như khách hàng mong muốn. Nhu cầu của khách hàng thì đa dạng, nên chất lượng cũng sẽ có nhiều cấp độ tùy theo đối tượng khách hàng. Chất lượng dịch vụ là do khách hàng quyết định.

Qua nhiều nghiên cứu cho thấy, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng là 2 khái niệm phân biệt. Theo Parasuraman và các cộng sự (1993), giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng tồn tại một số khác biệt, mà điểm khác biệt cơ bản là vấn đề “nhân quả”. Còn Zeithalm và Bitner (2000) cho thấy sự hài lòng của khách hàng bị tác động bởi nhiều yếu tố, như: chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ, giá cả, yếu tố tình huống, yếu tố cá nhân.

Tóm lại, chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều đến sự hài lòng của khách hàng. Nếu nhà cung cấp dịch vụ đem đến cho khách hàng những

sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của họ thì nhà mạng đó đã bước đầu làm cho khách hàng hài lòng. Do đó, muốn nâng cao sự hài lòng khách hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nâng cao chất lượng dịch vụ.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Thực tế có rất nhiều yếu tố tác động và làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, từ đó ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Điển hình như: thói quen, truyền thống, giá cả, các dịch vụ gia tăng cho khách hàng, khuyến mãi, quà tặng sinh nhật, cuối năm, Sau khi nghiên cứu, thảo luận và lựa chọn cùng các chuyên gia và đội ngũ nhân viên kinh nghiệm, tác giả đã lựa chọn được các yếu tố chính để nghiên cứu trong nghiên cứu này. (Hình 1)

2.3. Giả thuyết nghiên cứu

H1: Sự tin cậy tác động dương đến chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart.

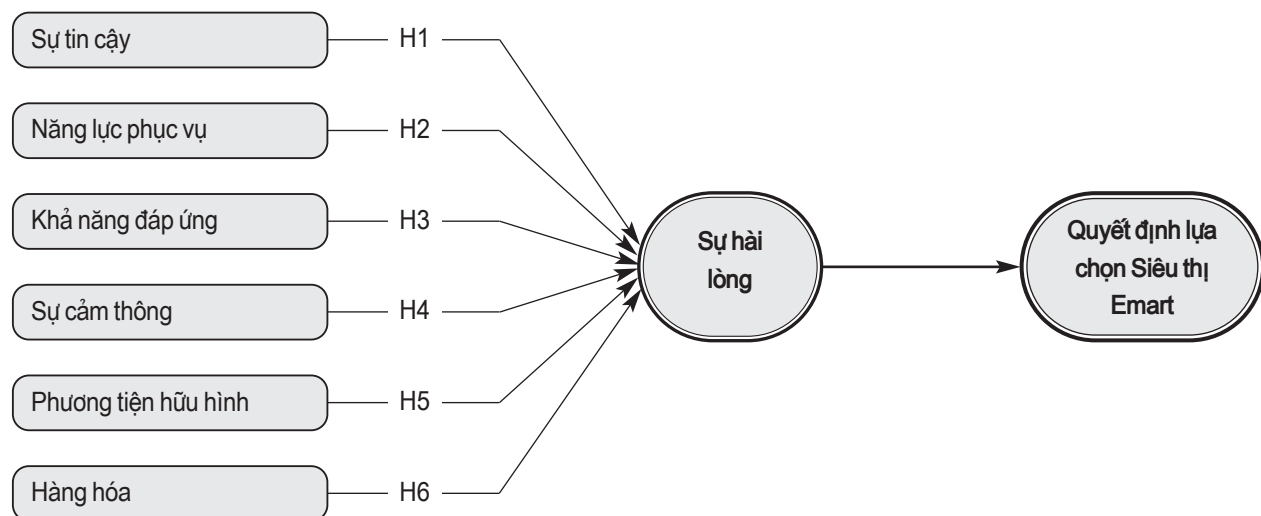
H2: Năng lực phục vụ tác động dương đến chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart.

H3: Khả năng đáp ứng tác động dương đến chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart.

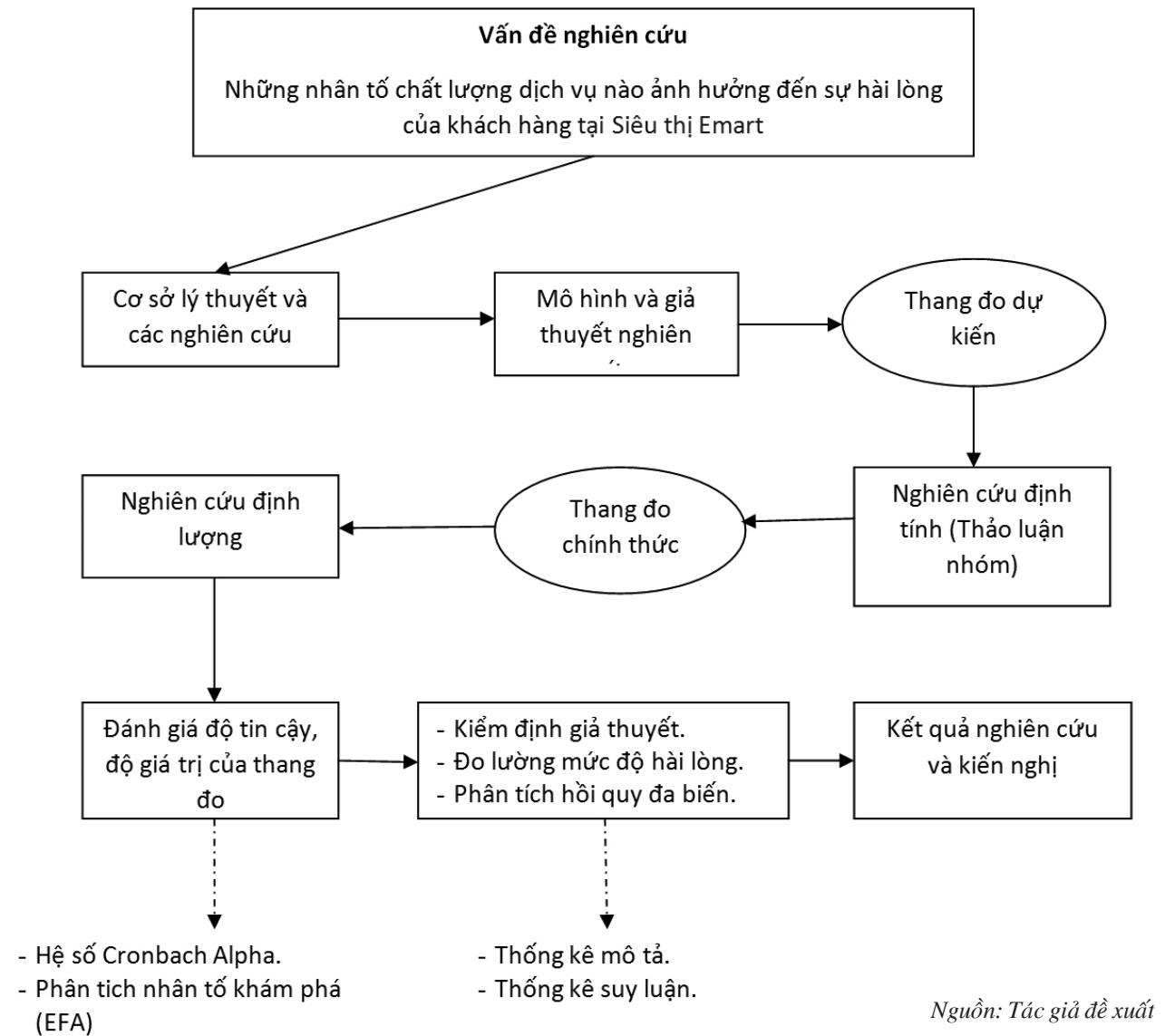
H4: Sự cảm thông tác động dương đến chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart.

H5: Phương tiện hữu hình tác động dương đến

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Hình 2. Quy trình nghiên cứu đề xuất



chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại siêu thị Emart.

H6: Hàng hóa tác động dương đến chất lượng dịch vụ từ đó ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại siêu thị Emart.

3. Kết quả nghiên cứu và hàm ý quản trị

Sau khi tham khảo ý kiến chuyên gia, thảo luận nhóm kết quả bảng câu được hình thành gồm 6 yếu tố thông qua 28 biến quan sát và 1 yếu tố cảm nhận với 5 biến quan sát về sự hài lòng. Kết quả phân tích cho thấy, phương trình hồi quy tuyến tính bội thể hiện các yếu tố tác động đến chất

lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart theo hệ số hồi qui chuẩn hóa (Beta) như sau:

$$HL = 0,262* DU + 0,208* CT + 0,200* HH + 0,149* SP + 0,142* NL + 0,101* TC \quad (1)$$

Như vậy, 6 biến độc lập đều có tác động có ý nghĩa lên biến phụ thuộc (sig < 0.05). Và 6 yếu tố này đưa vào phân tích hồi quy đều được giữ lại trong mô hình. Kiểm định Cronbachs Alpha được tiến hành và cho kết quả như sau: Tất cả các biến quan sát đều có độ tin cậy và được giữ nguyên khi tiến hành phân tích EFA. Sau khi phân tích nhân tố

EFA, tác giả tiếp tục tiến hành phân tích tương quan giữa các thành phần, kết quả cho thấy, tất cả các biến độc lập đều có tương quan với biến phụ thuộc và đều là tương quan cùng chiều. Để biết mức độ tác động của từng nhân tố độc lập ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, tác giả tiến hành phân tích hồi qui. Kết quả cho thấy, có 6 yếu tố độc lập (biến độc lập) và 1 biến phụ thuộc về chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart theo thứ tự quan trọng và mức độ ảnh hưởng như sau:

Quan trọng nhất: Khả năng đáp ứng (DU) ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng (HL) với hệ số Beta là 0,262.

Quan trọng thứ hai: Sự cảm thông (CT) ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng (HL) với hệ số Beta là 0,208.

Quan trọng thứ ba: Phương tiện hữu hình (HH) ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng (HL) với hệ số Beta là 0,200.

Quan trọng thứ tư: Hàng hóa (SP) ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng (HL) với hệ số Beta là 0,149.

Quan trọng thứ năm: Năng lực phục vụ (NL) ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, ảnh

hưởng đến sự hài lòng của khách hàng với hệ số Beta là 0,142.

Quan trọng thứ sáu: Sự tin cậy (TC) ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng (HL) với hệ số Beta là 0,101.

Ngoài ra, kiểm định Anova cũng cho thấy, 6 nhân tố này đều ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Emart. Sự tác động theo thứ tự mạnh đến yếu của các nhân tố: Khả năng đáp ứng, Sự cảm thông, Phương tiện hữu hình, Hàng hóa, Năng lực phục vụ và Sự tin cậy.

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm góp phần làm gia tăng sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm tại Siêu thị Emart như sau: Siêu thị cần quan tâm đến khả năng đáp ứng nhu cầu, cảm nhận của khách hàng; Định kỳ tổ chức buổi gặp gỡ khách hàng để cùng lắng nghe, chia sẻ từ phía khách hàng; Kịp thời sửa chữa, khắc phục các trang thiết bị hư hỏng làm ảnh hưởng đến mỹ quan siêu thị và tâm lý mua sắm của khách hàng; Thường xuyên đổi mới, đa dạng hàng hóa và giới thiệu sản phẩm mới đến khách hàng; Cải tiến, nâng cao kiến thức, trình độ chuyên môn có tính am hiểu về sản phẩm để tư vấn, giải đáp thắc mắc cho khách hàng một cách thuyết phục và ấn tượng; Tạo sự tin cậy tuyệt đối cho khách hàng về chất lượng sản phẩm và dịch vụ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hồ Bạch Nhật và cộng sự (2016). Đánh giá các yếu tố thuộc chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại Siêu thị Điện máy Xanh Long Xuyên. *Tạp chí Khoa học Xã hội*, Số 7 (12/2016), 86-98.
2. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức, Hà Nội.
3. Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.
4. Cronin J.& A. Taylor. (1992). Measuring Service Quality. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
5. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and Leonard.L Berry. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

Ngày nhận bài: 18/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

TS. LUU THANH TAM

Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

Email: lttam@hutech.edu.vn

**THE IMPACT OF QUALITY SERVICE
ON THE SATISFACTION OF CUSTOMERS WITH
EMART SUPERMARKET**

● **PhD. LUU THANH TAM**

Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

This study determined the impact of service quality factors on the satisfaction of customers with Emart supermarket. By using the qualitative research method, this study identified 7 service quality factors affecting the customer satisfaction, including reliability, assurance, responsiveness, empathy, tangibles, goods, and satisfaction. This study also used the quantitative research method with survey questionnaires. Based on the study's results, some managerial implications are proposed to help Emart supermarket improve the satisfaction of its customers.

Keywords: impact, service quality, satisfaction, Emart.

GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY ÁP DỤNG GIÁ TRỊ HỢP LÝ TRONG CÔNG BỐ THÔNG TIN ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ BÌNH

TÓM TẮT:

Từ ngày 23/3/2019, Bộ Tài chính đã đề xuất lộ trình áp dụng Chuẩn mực báo cáo tài chính (BCTC) quốc tế ở Việt Nam. Giá trị hợp lý (GTHL) vẫn là một yêu cầu và thách thức cần được giải quyết để đảm bảo quá trình hòa hợp với thông lệ quốc tế. Bài nghiên cứu giới thiệu về sự cần thiết và vai trò của GTHL trong công bố thông tin BCTC, khái quát về tình hình vận dụng GTHL, áp dụng GTHL trong kế toán và cuối cùng là đề ra giải pháp để áp dụng GTHL ở Việt Nam.

Từ khóa: giá trị hợp lý, chuẩn mực kế toán, áp dụng giá trị hợp lý.

1. Vai trò của giá trị hợp lý trong công bố báo cáo tài chính

GTHL vẫn được chấp nhận rộng rãi như cơ sở giá trị mang lại tính phù hợp và kịp thời cho thông tin báo cáo về công cụ tài chính (CCTC) và một số khoản mục được quy định trong các Chuẩn mực BCTC quốc tế (IFRS 09) và kế toán Mỹ (Chủ đề 820). Tuy nhiên, bài học từ khủng hoảng tài chính 2007 - 2008 và gần đây nhất là đại dịch Covid-19 bùng nổ ở hầu hết các quốc gia khiến cho thị trường toàn cầu lao dốc, tính thanh khoản của loạt công cụ chứng khoán bốc hơi đã bộc lộ điểm hạn chế trong mô hình kế toán này. Trên thực tế, vấn đề nổi trội liên quan đến trình bày công bố thông tin là sự bất cân xứng thông tin giữa những người có và không có thông tin tài chính hữu ích, nhà quản lý DN có xu hướng do dự khi trình bày những khoản thua lỗ trong khi luôn sẵn sàng với việc công bố có lợi nhuận.

Sự trình bày BCTC một cách hợp lý giúp giảm việc thao túng lợi nhuận cũng như sự bất cân xứng thông tin, kéo theo chất lượng cao hơn của việc công bố thông tin. Theo Ủy ban Chuẩn mực kế toán quốc tế (CMKTQT) (IASB), thông tin kế toán được

trình bày phải trung thực và hợp lý, có khả năng hỗ trợ người sử dụng BCTC xem xét và đánh giá được các sự kiện của DN trong quá khứ, hiện tại và tương lai. Lợi ích của việc công bố thông tin minh bạch và hiệu quả sẽ giúp cải thiện tình hình hoạt động kinh doanh, quản trị rủi ro, hệ thống kiểm soát nội bộ và khả năng giao dịch cổ phiếu của DN. Những DN với chất lượng công bố thông tin tốt thường sẽ công bố cho những đối tượng quan tâm thông tin về những khoản tổn thất tài chính và những sự kiện tài chính tiêu cực khác, những vấn đề xác minh được thông qua những trình bày ở các khoản mục của BCTC, hay những tin tức đang có tác động tới DN.

Cùng với sự phát triển của thị trường vốn, một trong những thay đổi quan trọng là áp đặt lợi ích của người dùng với mô hình kế toán theo GTHL. Giai đoạn này rơi vào cuối thế kỷ XX, khi mô hình kế toán GTHL cho các tài sản và nợ phải trả dần được hoàn thiện và thay thế cho mô hình giá gốc lâu đời.

Tại Úc và Anh, Cairns và cộng sự (2011) đã nghiên cứu tình hình áp dụng GTHL với mẫu là 228 công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán thuộc 22 ngành, bao gồm: 13 công ty thuộc ngành vật liệu; 9 công ty thuộc ngành dịch vụ khách hàng và

năng lượng; 8 công ty trong lĩnh vực ngân hàng, thị trường vốn, thiết bị chăm sóc sức khỏe; 6 công ty từ lĩnh vực thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, truyền thông và bất động sản; và các công ty còn lại thuộc một số ngành khác.

Báo cáo thường niên của các công ty được lấy trực tiếp từ website của họ trong 2 năm, bao gồm năm đầu tiên áp dụng IFRS và năm trước khi áp dụng IFRS (năm vẫn áp dụng theo Các nguyên tắc kế toán được chấp nhận rộng rãi của Úc và Anh). Nhóm nghiên cứu đã tìm ra tại Úc và Anh, với các khoản mục yêu cầu bắt buộc phải áp dụng GTHL như các CCTC (IAS 39) và thanh toán cổ tức (IFRS 2), mức độ áp dụng IFRS rất cao. Đối với các khoản được quyền lựa chọn giữa GTHL và giá gốc, các công ty trong lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm và bất động sản đầu tư đã áp dụng GTHL một cách phổ biến và đem lại nhiều hiệu quả kinh tế nhất. Đối với các khoản mục khác như máy móc, thiết bị, nhà xưởng, tỷ lệ công ty áp dụng phương pháp GTHL còn thấp.

Tại các quốc gia ở châu Á, Benjamin và cộng sự (2012) đã nghiên cứu bản chất của việc áp dụng GTHL trong đo lường bất động sản đầu tư trong suốt giai đoạn khủng hoảng tài chính ở Malaysia (2007 - 2008) của 11 công ty đầu tư bất động sản trên thị trường chứng khoán Malaysia. Kết quả, năm 2008, có 8/11 công ty ghi tăng GTHL khoản mục bất động sản đầu tư, 3 công ty không ghi nhận thay đổi. Trong năm 2009 (năm vẫn còn chịu ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng), có 9/11 công ty vẫn ghi tăng GTHL của bất động sản đầu tư, 2 công ty không báo cáo bất kỳ sự thay đổi nào. Điều này trái ngược với các công ty ở châu Âu, Mỹ và Singapore.

Tại Ấn Độ, Jain (2013) cũng đã nghiên cứu về mức độ áp dụng GTHL với phương pháp phân tích và tổng hợp các tài liệu thứ cấp. Tác giả đã trình bày trong nghiên cứu: GTHL được áp dụng phổ biến và với tốc độ cao ở ngành bất động sản, thị trường tương lai và quyền chọn, các CCTC, các công ty cho thuê tài chính; ở các lĩnh vực khác giá gốc vẫn được sử dụng phổ biến. Tác giả cũng phân tích để việc áp dụng GTHL mang lại nhiều lợi ích cho Ấn Độ và đề xuất một số biện pháp đáng chú ý, như: Điều chỉnh hệ thống môi trường pháp lý, bao gồm thay đổi hệ thống các văn bản pháp luật về

thuế đối với việc định giá tài sản và nợ phải trả, trang bị và đào tạo đội ngũ kế toán viên, kiểm toán viên các kiến thức về phương pháp kế toán GTHL, tăng cường nhận thức cho các công ty ở Ấn Độ về lợi ích của kế toán theo GTHL, hạn chế những nhận định tiêu cực trong kế toán GTHL.

2. Tính cấp thiết về áp dụng giá trị hợp lý tại Việt Nam

Theo Luật Kế toán Việt Nam số 88/2015/QH13 đã được Quốc hội thông qua ngày 20/11/2015, GTHL lần đầu tiên chính thức được xác định phù hợp với giá thị trường. Cụ thể, theo Điều 28 quy định, kế toán có thể áp dụng đánh giá và ghi nhận theo GTHL tại thời điểm cuối kỳ lập BCTC với công cụ tài chính theo yêu cầu của CMKT phải ghi nhận và đánh giá lại theo GTHL. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có hướng dẫn chính thức và thống nhất về phương pháp xác định GTHL trong kế toán cho các tổ chức tài chính, ngân hàng lẫn DN phi tài chính nêu trên. Chế độ kế toán cho DN như TT 200/2014/TT- BTC và quy định kế toán CCTC cho các tổ chức tài chính, tín dụng vẫn coi giá gốc hoặc giá trị phân bổ là cơ sở giá cho các CCTC. Thậm chí, các CCTC giữ vì mục đích kinh doanh như tài sản tài chính giữ trong ngắn hạn, công cụ phái sinh vẫn phản ánh theo giá gốc. GTHL được đề cập đến khi đánh giá giảm giá trị định kỳ, nhưng đáng nói vẫn quy định rõ là so sánh giá trị thị trường với giá trị ghi sổ của công cụ.

Do đó, Việt Nam đang chậm trong việc ban hành và cập nhật phương pháp kế toán GTHL, trong khi vẫn coi kế toán giá gốc là một nguyên tắc cơ bản. Quan điểm ủng hộ giá gốc vẫn rất mạnh mẽ ở Việt Nam do lo ngại những xáo trộn và bóp méo trên BCTC do áp dụng GTHL. Đặc biệt, do quan ngại trình độ của kế toán cũng như mức độ hoàn thiện của thị trường tài chính ở Việt Nam chưa đủ để có thể mang lại cơ sở xác định GTHL đáng tin cậy. Tuy nhiên, không thể phủ nhận GTHL là cơ sở tính giá phù hợp nhất với các CCTC và xu thế phát triển hội nhập mạnh mẽ về kinh tế, cũng như điều kiện thị trường vốn toàn cầu. Thêm vào đó, trong điều kiện cách mạng công nghệ và thông tin phát triển nhanh như vũ bão, các đối tượng sử dụng thông tin của thị trường - các nhà đầu tư cũng như DN đều có nhu cầu tiếp cận thông tin minh bạch và kịp thời nhất.

Thời gian tới, tiếp tục cần thiết có những công trình nghiên cứu, đánh giá thực trạng tồn tại trong vấn đề áp dụng GTHL để đưa ra giải pháp phù hợp, đảm bảo hành lang và cơ chế cho cơ sở giá trị này. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu trong nước về GTHL và tính phù hợp của thông tin trình bày theo GTHL tại Việt Nam còn hạn chế. Tác giả Trịnh Hồng Hạnh và các cộng sự (2018), thực hiện phân tích thực trạng áp dụng kế toán GTHL đối với các loại hình DN này, đồng thời đưa ra phương hướng để kế toán theo GTHL theo CMKTQT. Đáng chú ý, đề tài đưa ra kết quả khảo sát cho thấy, có 20% các ngân hàng ở Việt Nam đã và đang lập BCTC theo IFRS, thuộc nhóm 10 ngân hàng được Ngân hàng Nhà nước lựa chọn thực hiện thí điểm Basel 2, như: VCB, BIDV, Vietinbank, Sacombank, VIB, MB, Techcombank, VP Bank, Maritimebank, ACB... Tuy nhiên, mức độ áp dụng kế toán GTHL theo CMKTQT của các ngân hàng còn phân hóa, chưa đủ để có cơ sở đánh giá các thông tin so sánh được giữa các ngân hàng. Do đó, ngoài các giải pháp cụ thể về thể chế, về hoàn thiện tổ chức hiệp hội nghề nghiệp để làm nền tảng vận dụng GTHL, nhóm tác giả còn đưa ra các giải pháp hỗ trợ tự nguyện áp dụng IFRS cho một số ngân hàng và DN.

Tại Việt Nam, tất các DN đều lập và trình bày BCTC theo giá gốc với cơ sở là Luật Kế toán 2003 (cũ) và Chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS). Luật Kế toán của Việt Nam trước đây năm 2003 có nêu: “Giá trị của tài sản được tính theo giá gốc, bao gồm chi phí mua, bốc xếp, vận chuyển, lắp ráp, chế biến và các chi phí liên quan trực tiếp khác đến việc đưa tài sản vào trạng thái sẵn sàng sử dụng”. Tương tự, VAS 1 “Chuẩn mực chung” được coi như khuôn mẫu lý thuyết xây dựng và hoàn thiện chuẩn mực, chế độ kế toán Việt Nam cũng đã coi giá gốc là 1 trong 7 nguyên tắc kế toán cơ bản và yêu cầu: “Tài sản phải được ghi nhận theo giá gốc”. Do đó, đối với các DN đặc thù như các tổ chức tài chính, công ty chứng khoán với các tài sản và công nợ tài chính là chủ yếu, đặc biệt là khi nắm giữ các chứng khoán niêm yết trên TTCK với biến động hàng kỳ, nhưng BCTC vẫn dựa trên cơ sở giá gốc. Điều này khiến cho BCTC không phản ánh kịp thời theo giá thị trường hay giá hợp lý, người sử dụng BCTC chưa có thông tin

phù hợp và kịp thời về tình hình tài chính của các đơn vị này.

Tuy nhiên, theo lộ trình và định hướng phát triển chung do Bộ Tài chính ban hành cũng như xu thế phát triển kế toán trên thế giới đang đặt ra yêu cầu cấp thiết phải áp dụng GTHL trong công bố BCTC của các DN. Sau hơn 10 năm kể từ ngày ban hành TT số 210/2009/TT-BTC áp dụng CMKTQT về trình bày BCTC và thuyết minh đối với CCTC, Bộ Tài chính đã chính thức ban hành Quyết định số 345/QĐ-BTC phê duyệt Đề án áp dụng CMBCTC tại Việt Nam ngày 16/3/2020. Để áp dụng CMKTQT thành công, GTHL trở thành tiêu chuẩn bắt buộc để đảm bảo đồng hộ và hài hòa với hệ thống kế toán.

3. Một số giải pháp đề xuất áp dụng giá trị hợp lý trong công bố thông tin của các doanh nghiệp

Trong thời gian tới, cần gấp rút thực hiện định hướng chung, nhanh chóng xây dựng khung quy định hướng dẫn áp dụng GTHL, phù hợp với CM IFRS 13. Trong đó, cũng cần có một CM riêng để quy định nội dung thống nhất về khái niệm, phương pháp xác định và kế toán GTHL. Đây sẽ là cơ sở để tham chiếu cho các CM khác và quy định khác. Bên cạnh đó, cần thực hiện một số giải pháp để tháo gỡ khó khăn trong việc áp dụng GTHL trong kế toán tại các DN như sau:

Thứ nhất, nhóm giải pháp chính sách

Theo kết quả nghiên cứu của Trần Văn Tùng (2017), 1 trong 3 nhóm nhân tố tác động mạnh nhất đến việc vận dụng GTHL trong kế toán của các DN ở Việt Nam chính là môi trường pháp lý và môi trường kinh doanh. Tại Việt Nam, mô hình kinh tế quyết định các chính sách kinh tế áp dụng bao gồm các chính sách về CMKT nói chung và các quy định về cơ sở giá trị kế toán nói riêng. Do đó, Bộ Tài chính cần tạo hành lang pháp lý phù hợp cho sự phát triển của GTHL, hoặc nghiên cứu sớm tháo gỡ những khó khăn trong việc áp dụng GTHL trong công bố BCTC của các DN Việt Nam. Bước đầu, GTHL cần được thừa nhận chính thức như một cơ sở giá trị trong Luật và CM chung như một cách định giá riêng, thay vì đề cập một cách mờ nhạt và gắn với riêng đối tượng CCTC như hiện tại. Tiếp đó, cần hoàn thiện công tác biên dịch chuyển ngữ và ban hành chuẩn mực kế

toán về “Đo lường GTHL” nhằm thống nhất các khái niệm về GTHL, phương pháp đo lường GTHL tương tự như CMKTQT IFRS 13. Tháo gỡ được từ hành lang pháp lý sẽ mở đường cho việc áp dụng rộng rãi theo GTHL như cơ sở đo lường chính thức trong kế toán.

Thứ hai, nhóm giải pháp hướng dẫn nâng cao trình độ của kế toán

Theo Trần Văn Tùng (2017), trình độ nhân lực kế toán cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng GTHL trong kế toán. Điều này xuất phát từ những khó khăn trong việc xác định GTHL cũng như kế toán GTHL có những vấn đề tương đối phức tạp hơn mô hình kế toán giá gốc truyền thống. Do đó, cần chú trọng nâng cao trình độ nhận thức và kỹ thuật kế toán cho nhân lực cũng là vấn đề cần được quan tâm đúng mực trong thời gian tới. Trong đó, cần có sự đồng bộ khi thực hiện các giải pháp tích cực từ môi trường kế toán, các hiệp hội nghề nghiệp, cơ sở đào tạo và nâng cao chất lượng thẩm định giá của các đơn vị thẩm định giá ở Việt Nam.

Đối với nhân tố vai trò của các tổ chức, hiệp hội nghề nghiệp: Tăng cường vai trò quản lý, đào tạo bồi dưỡng chuyên môn cho người làm nghề kế toán, đặc biệt là bồi dưỡng kiến thức về các mô hình định giá trong kế toán; giao quyền tổ chức thi và cấp chứng chỉ hành nghề cho hội nghề nghiệp. Tiếp thu kinh nghiệm quốc tế, tác giả đề xuất việc tổ chức đào tạo, tổ chức thi và cấp chứng chỉ hành nghề cần được giao lại cho các tổ chức hội nghề nghiệp.

Các trường đại học, tổ chức đào tạo kế toán cần đi đầu trong việc bắt kịp xu hướng phát triển của GTHL để nghiên cứu đưa vào chương trình giảng dạy.

Bên cạnh đó, các DN cũng cần tích cực chủ động xây dựng được đội ngũ nghiệp vụ chuyên nghiệp tự xác định được GTHL trong kế toán một cách đáng tin cậy.

Thứ ba, nhóm giải pháp về phát triển thị trường

Đây được coi là điều kiện môi trường để có thể áp dụng GTHL. Với thực trạng thiếu thông tin của giá thị trường làm tham chiếu để xác định GTHL của tài sản và nợ phải trả, thị trường hoạt động cũng đủ mạnh, khiến cho các căn cứ phục vụ cho việc xác định GTHL của một số tài sản và nợ phải trả chưa thực sự đáng tin cậy. Trong bối cảnh tính tuân

thủ luật pháp của một bộ phận DN chưa cao, dẫn đến tình trạng cố tình làm sai lệch các thông tin được công bố theo ý định chủ quan của người quản lý, điều hành phát sinh từ việc thực hiện các ước tính kế toán một cách không trung thực.

Giải pháp cần thực hiện là cải thiện và phát triển thị trường hoạt động, từ đó giúp kế toán có thể xác định GTHL cho nhu cầu báo cáo. Cụ thể, TTCK Việt Nam là cơ sở xác định giá hợp lý của các cổ phiếu niêm yết trên thị trường. Đối với các tài sản và nợ phải trả chưa có giá tham chiếu trên thị trường thì sử dụng dịch vụ thẩm định giá. Phát triển thị trường dịch vụ thẩm định giá ở Việt Nam nhằm tăng cường chất lượng thẩm định giá phù hợp theo thông lệ quốc tế.

Do đó, cần phát triển đội ngũ cán bộ xác định giá trị tài sản và bản thân các doanh nghiệp cũng phải tích cực chủ động xây dựng đội ngũ cán bộ tự tiến hành thẩm định giá các tài sản. Điều này có thể thúc đẩy bằng cách đào tạo các cán bộ có đủ năng lực để thực hiện xác định GTHL của tài sản và nợ phải trả một cách đáng tin cậy. Bên cạnh đó, phải đẩy nhanh hoạt động cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước, góp phần tạo “sân chơi” bình đẳng cho các DN, đồng thời, phát triển thị trường chứng khoán, thị trường vốn thu hút đầu tư nước ngoài, tạo động lực phát triển cho nền kinh tế và nâng cao môi trường kinh doanh.

4. Kết luận

Trên thực tế, dù lợi ích của cơ sở GTHL không thể phủ nhận, nhưng chuẩn mực IFRS 13 về GTHL là một trong những chuẩn mực đồ sộ, yêu cầu một số kỹ thuật cao để ước tính kế toán, ví dụ các ước tính về GTHL, giá trị có thể thu hồi, tổn thất tài sản, xác định giá trị hiện tại của dòng tiền tương lai... đều là những vấn đề yêu cầu kiến thức và kỹ năng khó. Do đó, qua khảo sát các quốc gia áp dụng IAS/IFRS cho thấy việc áp dụng GTHL chỉ phù hợp với những DN có quy mô lớn, hoặc các đơn vị có lợi ích công chúng, được niêm yết với công tác kế toán được tổ chức cao. Đối với các DN khác, chủ yếu là DN quy mô vừa và nhỏ, việc áp dụng chuẩn mực này chỉ khuyến khích áp dụng. Do đó, tác giả đề xuất hướng áp dụng CMKTQT ở Việt Nam nói chung và yêu cầu bắt buộc áp dụng cơ sở GTHL cần được hướng dẫn có tính phân hóa cho các loại hình DN khác nhau ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Laux, C. & Leuz, C. (2010). Did financial accounting contribute to the financial crisis. *Journal of Economic Perspectives*
2. Ashford and C. C. (2011), Fair Value Accounting: Its Impacts on Financial Reporting and How It Can Be Enhanced to Provide More Clarity and Reliability of Information for Users of Financial Statements, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 20
3. Cairns, David, et al. "IFRS fair value measurement and accounting policy choice in the United Kingdom and Australia." *The British Accounting Review* 43.1 (2011): 1-21.
4. ThS. Ngô Thị Thùy Trang (2012), “Phương hướng và giải pháp vận dụng giá trị hợp lý trong kế toán doanh nghiệp Việt Nam”.
5. Pawan Jain, 2013. Fair Value Accounting: Adoptability in Indian Corporate Financial Reporting Scenario. *International Journal of Accounting, and Business Management (IJABM)*, Volume 1, Issue 1.
6. Trần Văn Tùng (2017), Vận dụng giá trị hợp lý trong kế toán tại các công ty niêm yết trên HOSE, truy cập tại https://mof.gov.vn/webcenter/portal/btcvn/pages_r/!tin-bo-tai-chinh?dDocName=MOFUCM109824
7. Trịnh Hồng Hạnh và các cộng sự (2018), “Định hướng áp dụng kế toán giá trị hợp lý tại các Ngân hàng thương mại Việt Nam theo chuẩn mực kế toán quốc tế”.

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ BÌNH

Học viện Ngân hàng

**SOLUTIONS TO SUPPORT THE APPLICATION
OF THE FAIR VALUE PRINCIPLE IN THE DISCLOSURE
OF FINANCIAL STATEMENTS IN VIETNAM**

● Master. **NGUYEN THI BINH**

Banking Academy

ABSTRACT:

On March 23, 2019, the Ministry of Finance proposed a roadmap to apply International Financial Reporting Standards (IFRS) in Vietnam. In Vietnam, the application of the fair value principle is still a requirement to ensure that the IFRS application process in Vietnam is in harmony with international practices. This study introduces the necessity and role of the fair value principle in the disclosure of financial statements, gives an overview of the application of the fair value principle, and proposes solutions to support the application of the fair value principle in Vietnam.

Keywords: fair value, accounting standards, disclosure, application of the fair value principle.

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG CUNG CẤP DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG TRỰC TUYẾN TẠI VIỆT NAM

● LƯƠNG VĂN HÀ - PHẠM THANH HẢI - NGUYỄN THU HÀ

TÓM TẮT:

Đối với hoạt động cung cấp dịch vụ hành chính công trực tuyến tại Việt Nam, công nghệ thông tin được xác định vừa là yêu cầu, vừa là giải pháp quan trọng nhất để thực hiện các mục tiêu, nội dung của tiến trình cải cách và hiện đại hóa hành chính trong công tác quản lý. Bài viết nêu thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong các dịch vụ hành chính công trực tuyến hiện nay, đồng thời đề xuất các giải pháp để tiếp tục có những đổi mới về công nghệ thông tin để nâng cao chất lượng và hiệu quả của dịch vụ này.

Từ khóa: công nghệ thông tin, hành chính công, thủ tục hành chính, trực tuyến.

1. Đặt vấn đề

Ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước đóng vai trò quan trọng trong lộ trình xây dựng Chính phủ điện tử (CPĐT) nhằm tăng hiệu quả minh bạch trong cung ứng dịch vụ hành chính công. Việc cung ứng dịch vụ hành chính công trực tuyến trong môi trường internet tạo thuận lợi cho người dân và doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và công sức trong quá trình sử dụng dịch vụ công, đồng thời giảm áp lực cho cơ quan nhà nước trong việc thực hiện các thủ tục hành chính. Trong giai đoạn vừa qua, nhiều văn bản quy phạm pháp luật đã được ban hành, tạo hành lang pháp lý cho việc thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động cải cách và nâng cao chất lượng và hiệu quả của dịch vụ hành chính công, như: Nghị quyết số 36a/NQ-CP ngày 14/10/2015 của Chính

phủ về Chính phủ điện tử; Quyết định số 1819/QĐ-TTg ngày 26/10/2015 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chương trình Quốc gia về ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước giai đoạn 2016-2020,... Trong đó, Nghị quyết số 36a/NQ-CP nêu rõ trong 3 năm 2015 - 2017 tập trung đẩy mạnh cải cách hành chính gắn với tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và cung cấp dịch vụ công trực tuyến, bảo đảm rút ngắn quy trình xử lý, giảm số lượng và đơn giản hóa, chuẩn hóa nội dung hồ sơ, giảm thời gian và chi phí thực hiện thủ tục hành chính, phấn đấu đến hết năm 2016 các bộ, ngành Trung ương có 100 các dịch vụ công được cung cấp trực tuyến ở mức độ cho phép người sử dụng điền và gửi trực tuyến các mẫu văn bản đến cơ quan, tổ chức cung cấp dịch vụ.

Thực hiện sự chỉ đạo của Chính phủ, thời gian qua, các bộ, ngành, địa phương đã chú trọng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) gắn kết chặt chẽ với việc triển khai các nhiệm vụ CCHC, giảm tối đa tỷ lệ văn bản giấy trong chỉ đạo, điều hành. Nhìn một cách tổng thể, đến nay, việc ứng dụng CNTT trong quản lý và cung cấp dịch vụ công trực tuyến nhằm cải cách hành chính, tiến tới hiện đại hóa nền hành chính đã đạt được nhiều kết quả đáng ghi nhận.

Hệ thống hạ tầng CNTT cơ bản hoàn thiện, kết nối liên thông giữa các cơ quan đơn vị được đảm bảo; việc gửi nhận văn bản điện tử đã thay thế hình thức gửi nhận văn bản truyền thống; nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ công trực tuyến (DVCTT), phát triển hạ tầng viễn thông và đảm bảo nguồn nhân lực CNTT. Năm 2017, có 17 bộ, cơ quan ngang bộ và 49 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương triển khai mạng diện rộng - mạng WAN, trong đó đã kết nối tới trên 80% số đơn vị thuộc, trực thuộc các bộ, ngành và trên 75% các sở, ngành, quận/huyện các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. Tỷ lệ cán bộ công chức (CBCC) được trang bị máy tính phục vụ công việc đạt 90,95% ở Trung ương; 97,14% ở các sở, ban, ngành cấp tỉnh và 90,87% ở ủy ban nhân dân cấp huyện.

Việc sử dụng chữ ký số trong gửi, nhận văn bản điện tử cũng được các bộ, ngành, địa phương quan tâm, thúc đẩy triển khai tại các đơn vị trực thuộc. Đã có 18 bộ và 53 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương triển khai sử dụng chữ ký số và cung cấp chữ ký số cho trên 75% số cơ quan, đơn vị trực thuộc. Nhiều nơi đã tích hợp việc sử dụng chữ ký số vào hệ thống thư điện tử, hệ thống quản lý văn bản và điều hành để trao đổi văn bản trên môi trường mạng giữa các cơ quan, đơn vị. Nhiều địa phương thực hiện tốt nội dung này, như: TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Quảng Ninh, An Giang, Bà Rịa - Vũng Tàu, Đà Nẵng, Đồng Nai, Quảng Ngãi, Nghệ An, Lâm Đồng,... Năm 2018, có 18 bộ, ngành và 54 địa phương đã xây dựng Trung tâm Dữ liệu, trang thiết bị bảo đảm an toàn thông tin ở các quy mô khác nhau, từng bước đáp ứng nhu cầu triển khai tập trung, quản trị, duy trì các hệ thống thông tin và phần mềm ứng dụng một cách hiệu quả. Trong 19

bộ và cơ quan ngang bộ được thống kê, có 16 bộ, cơ quan và 57 tỉnh, thành phố đã ban hành kiến trúc CPĐT để triển khai thực hiện, làm cơ sở nền tảng phát triển CPĐT.

Hệ thống thư điện tử được các bộ, ngành, địa phương triển khai, duy trì hoạt động ổn định và cấp hợp thư cho đa số CBCC để sử dụng trong công việc; đã có 98,8% CBCC ở các bộ, ngành và 82% CBCC ở các tỉnh, thành phố thường xuyên sử dụng hợp thư điện tử để trao đổi công việc.

Hệ thống phần mềm quản lý văn bản và điều hành được triển khai tại 100% các bộ, ngành và các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Theo thống kê, đến nay có 18 bộ, ngành và 46 tỉnh, thành phố đã triển khai hệ thống quản lý văn bản và điều hành dùng chung ở các quy mô khác nhau.

2. Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong dịch vụ hành chính công trực tuyến

Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong dịch vụ hành chính công trong thời gian qua với những bước đột phá về công nghệ đã và đang tạo cơ hội cho hàng triệu người dân được kết nối với các thiết bị di động, có sức mạnh tốc độ, dung lượng lớn chưa từng có, điều này tạo cơ hội cho người dân tham gia với chính quyền, theo hướng công khai, minh bạch. Theo thống kê của Cục Tin học hóa - Bộ Thông tin và Truyền thông, tính đến tháng 5/2020, tổng số DVCTT mức độ 3, mức độ 4 đang được các bộ, ngành, địa phương cung cấp cho người dân, doanh nghiệp là hơn 56.000 dịch vụ, trong đó số DVCTT mức độ 4 là gần 17.000. Tỷ lệ DVCTT mức độ 3, mức độ 4 có phát sinh hồ sơ trực tuyến là 25,62%. Trong thời gian qua, tỷ lệ DVCTT mức độ 4 được các bộ, ngành, địa phương cung cấp cho người dân, doanh nghiệp đã liên tục tăng, từ mức 4,55% năm 2018 lên 10,76% năm 2019; đạt gần 14% vào tháng 5/2020, tăng gấp đôi so với cùng kỳ năm trước (khoảng 7%). Tuy nhiên, con số này vẫn còn khoảng cách lớn so với mục tiêu mà Thủ tướng Chính phủ yêu cầu các bộ, ngành, địa phương cần đạt được trong năm 2020 là 30% dịch vụ công trực tuyến mức độ 4,... Như vậy, việc đẩy mạnh ứng dụng CNTT của các bộ, ngành, địa phương đã mang lại kết quả tích cực, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của cơ

quan hành chính nhà nước (HCNN), nâng cao chất lượng cung cấp DVC cho người dân, tổ chức. Tuy nhiên, quá trình triển khai ứng dụng công nghệ thông tin trong dịch vụ hành chính công trực tuyến cũng đặt ra nhiều khó khăn, thách thức với cơ quan quản lý nhà nước nói chung và hoạt động cung ứng DVCTT nói riêng, cụ thể là:

Hạ tầng Internet còn yếu: Hạ tầng Internet tại Việt Nam năm qua liên tục được hoàn thiện, tuy nhiên vẫn còn yếu. Theo báo cáo của Cục Viễn thông - Bộ Thông tin và Truyền thông. Tính đến hết quý II/2021, tổng băng thông Internet quốc tế của Việt Nam là 13,7 Tb/giây, băng thông trong nước là 4,18 Tb/giây. Hạ tầng mạng Internet Việt Nam được đánh giá đã hoàn thiện hơn, nhưng vẫn ở mức thấp so với khu vực và trên thế giới. Cụ thể, kết nối của Việt Nam ra quốc tế phụ thuộc vào 7 tuyến cáp quang biển, tức trung bình khoảng 14 triệu dân sử dụng một tuyến cáp. Trong khi đó, tính riêng tại Đông Nam Á, Singapore có 30 tuyến cáp, Malaysia 22 tuyến và Thái Lan có 10 tuyến. Xét trên toàn cầu, các nước đang có số tuyến cáp Internet nhiều có thể kể đến Mỹ 93 tuyến, Anh 56 tuyến, Nhật Bản 27 tuyến, hay Pháp 23 tuyến. Hạ tầng hiện chưa đủ phục vụ cho các thuê bao. Khi có sự cố như đứt cáp, nhà mạng gặp khó khăn vì không đủ hạ tầng ứng cứu, trong khi nhu cầu sử dụng của người dùng ngày càng cao, với mức tăng trung bình 30% mỗi năm.

Hạ tầng công nghệ thông tin chưa đồng bộ: Nhiều cơ quan, đơn vị mới chỉ coi trọng đầu tư phần cứng, máy chủ, chưa chú trọng xây dựng kết nối mạng để chia sẻ dữ liệu và thông tin. Công nghệ và năng lực của các nhà cung cấp giải pháp CNTT tại các địa phương còn một số bất cập, chưa minh bạch trong nghiệm thu sản phẩm.

Hiện nay, nhiều địa phương, bộ, ngành đã xây dựng phần mềm một cửa nhưng không tích hợp được với dữ liệu của các bộ chuyên ngành, chẳng hạn, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu tuy đã xây dựng phần mềm một cửa nhưng không tích hợp được với dữ liệu của 5 bộ chuyên ngành, gồm: Bộ Giao thông vận tải; Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội; Bộ Kế hoạch và Đầu tư; Bộ Tư pháp; Bộ Công Thương. Tỉnh cũng đã có văn bản đề nghị được

tích hợp dữ liệu với các bộ này, nhưng hiện mới chỉ có Bộ Kế hoạch và Đầu tư đồng ý kết nối. Ngành Tư pháp không có kết nối dữ liệu cá nhân với ngành Thuế, Ngân hàng. Ngoài ra, yếu tố bảo mật thông tin cũng đang là vấn đề lớn cần quan tâm đối với các cơ quan quản lý nhà nước trong quá trình cung ứng dịch vụ công trực tuyến. Bên cạnh đó, vẫn còn một số rào cản trong cơ chế đầu tư ứng dụng CNTT gây khó khăn cho các DN trong triển khai các dự án. Điều này dẫn đến một số bộ, ngành, địa phương chưa có đầy đủ thông tin về dữ liệu số.

Trình độ CNTT của CBCCVC còn hạn chế: Thực tế cho thấy, một số cơ quan cung ứng DVCTT, đặc biệt là các địa phương vùng sâu vùng xa, trình độ CNTT của đội ngũ CBCCVC còn hạn chế. Đặc biệt là thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ quản trị, vận hành, khai thác các hệ thống thông tin đã được đầu tư, đặc biệt là cán bộ quản trị cho Trung tâm tích hợp dữ liệu tỉnh, quản trị mạng tại các địa phương. Tại nhiều địa phương, không có cán bộ chuyên trách về CNTT nên chưa bảo đảm cung ứng đầy đủ DVCTT theo yêu cầu đề ra. Mặt khác, việc cung ứng DVCTT tại các địa phương còn mang tính thủ công, đặc biệt, ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa, đây chính là khó khăn, trở ngại khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến mức độ 3, 4. Bên cạnh đó, công tác truyền thông, hướng dẫn người dân sử dụng CNTT chưa được triển khai mạnh mẽ, đây cũng là một trong những nguyên nhân dẫn đến tâm lý e ngại trong việc tiếp cận các thiết bị CNTT cũng như DVCTT.

Nhiều cấp, nhiều ngành chưa xác định rõ lộ trình và các nhiệm vụ cụ thể để triển khai việc ứng dụng CNTT, còn thiếu gắn kết giữa ứng dụng CNTT với cải cách TTHC và đổi mới lề lối, phương thức làm việc, nhất là trong quan hệ với người dân, doanh nghiệp; chưa phát huy vai trò của người đứng đầu trong chỉ đạo thực hiện.

Bên cạnh đó, chưa có quy định về kết nối, chia sẻ dữ liệu trong hoạt động của cơ quan nhà nước; thiếu các quy định cụ thể về văn thư, lưu trữ điện tử, về giá trị pháp lý của văn bản điện tử và về quy định việc sử dụng các văn bản điện tử trong giao dịch hành chính. Bên cạnh đó, việc bảo đảm an

toàn, an ninh cho hệ thống thông tin của các cơ quan nhà nước (CQNN) chưa được quan tâm đúng mức. Các chính sách ưu đãi thúc đẩy phát triển, ứng dụng CNTT chậm được triển khai.

3. Giải pháp để ứng dụng hiệu quả công nghệ thông tin trong dịch vụ hành chính công trực tuyến

Để tiếp tục kế thừa, phát huy những thành quả đạt được, đẩy mạnh việc ứng dụng CNTT vào hoạt động DVCTT, từng bước hiện đại hóa nền hành chính nhà nước, nhất là trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, thời gian tới, cần tiếp tục tập trung vào những nội dung sau:

Xác định mối quan hệ giữa CNTT và dịch vụ hành chính công. Để ứng dụng CNTT trong cung cấp dịch vụ hành chính công hiệu quả, cần phải xác định CNTT là phương tiện và là mục tiêu tạo sự vận hành thông suốt, hiệu quả của bộ máy hành chính nhà nước. Cải cách hành chính đề ra mục tiêu, yêu cầu cho việc thiết lập các hệ thống CNTT, mức độ cải cách hành chính quyết định quy mô, phạm vi ứng dụng của CNTT. Quá trình thiết lập hệ thống CNTT trong CQNN phải xuất phát từ mục tiêu thiết lập trật tự, xây dựng quy trình, cơ chế, mối quan hệ phối hợp giữa các chức năng ở các cơ quan và các cấp.

Tạo hành lang pháp lý cho việc triển khai ứng dụng CNTT: Trên cơ sở Chiến lược phát triển Chính phủ điện tử hướng tới Chính phủ số giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030; Nghị định số 45/2020/NĐ-CP ngày 08/4/2020 của Chính phủ về thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường điện tử và tích hợp, cung ứng DVCTT trên Cổng Dịch vụ công quốc gia, kịp thời ban hành các văn bản, quy định, kế hoạch tạo hành lang pháp lý cho việc triển khai ứng dụng CNTT một cách đồng bộ, bài bản trong hoạt động cung ứng DVCTT, như: bảo vệ dữ liệu cá nhân, định danh và xác thực điện tử, xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, cơ sở dữ liệu đất đai quốc gia,...

Thường xuyên rà soát, nâng cao chất lượng và hiệu quả cung cấp DVCTT mức độ 3 và 4 theo các danh mục đã được phê duyệt tại Quyết định số 846/QĐ-TTg ngày 09/6/2017 và Quyết định số 877/QĐ-TTg ngày 18/7/2018 của Thủ tướng Chính

phủ. Trường hợp cung cấp DVCTT ngoài danh mục đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt thì phải bảo đảm các tiêu chí thực hiện trực tuyến và có số lượng hồ sơ giao dịch lớn.

Các bộ, ngành, địa phương cần chủ động xây dựng, triển khai các chiến lược, chương trình, kế hoạch. Đồng thời, ban hành các quy định về trao đổi, lưu trữ, xử lý văn bản điện tử trong hoạt động của CQNN; quản lý, khai thác, sử dụng hạ tầng mạng diện rộng; quản lý, khai thác sử dụng hạ tầng dùng chung; bảo đảm an toàn thông tin trong hoạt động ứng dụng CNTT của CQNN, triển khai đồng bộ hạ tầng kỹ thuật CNTT tại các địa phương,...

Nâng cao chất lượng đội ngũ CBCCVC: Tập trung xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ quản trị, vận hành, khai thác các hệ thống thông tin đã được đầu tư, đặc biệt là cán bộ quản trị cho Trung tâm tích hợp dữ liệu tỉnh, quản trị mạng tại các địa phương. Điều chỉnh cơ chế đầu tư đặc thù cho CNTT, tăng cường xã hội hóa để phát huy hiệu quả hợp tác công - tư trong công tác này. Đồng thời, cần tổ chức đào tạo, tập huấn, khai thác sử dụng các hệ thống thông tin, sử dụng DVC trực tuyến mức độ 3, 4 cho người dân, doanh nghiệp. Hằng năm, cần đổi thêm nguồn lực cho chương trình phát triển và ứng dụng CNTT để hiện đại hóa nền hành chính, trong đó ưu tiên các tỉnh miền núi, các tỉnh còn nhiều khó khăn.

Bên cạnh đó, để tăng tỷ lệ giao dịch trực tuyến đòi hỏi nhận thức, trình độ, các kỹ năng CNTT cần có của công dân về khai thác, sử dụng DVCTT cũng phải tăng lên. Trong đó, tăng cường huy động cán bộ hỗ trợ người dân nhập dữ liệu trực tiếp hồ sơ trực tuyến khi công dân đến nộp thủ tục tại bộ phận một cửa, hoặc triển khai các giải pháp mới như mô hình khu dân cư điện tử đưa vào chương trình học ngoại khóa trong nhà trường và cử tình nguyện viên đến tận nhà công dân hỗ trợ cũng đã mang lại hiệu quả thiết thực.

Triển khai cơ sở dữ liệu dùng chung, hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu cốt lõi. Trong thời gian tới, cần tập trung hoàn thiện xây dựng các cơ sở dữ liệu nền tảng quốc gia, đặc biệt là cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, đất đai, tài nguyên, doanh nghiệp (DN), dân số, tài chính, bảo hiểm,... và một số hệ thống

thông tin, cơ sở dữ liệu chuyên ngành, như: giáo dục, y tế, giao thông; lao động, tư pháp,... Qua đó, bảo đảm dữ liệu, thông tin được thống nhất, thông suốt giữa Chính phủ và chính quyền các cấp. Đồng thời, thiết lập các hệ thống ứng dụng phục vụ người dân, DN và phục vụ quản lý điều hành của Chính phủ. Văn phòng Chính phủ và các bộ, ngành, địa phương cần tích cực triển khai Cổng dịch vụ công quốc gia và hệ thống thông tin một cửa điện tử kết nối Cổng Dịch vụ công các bộ, ngành, địa phương. Đây là hệ thống quan trọng để kết nối Chính phủ với người dân và DN, thể hiện tinh thần phục vụ của Chính phủ.

Với các bộ, ngành, địa phương từng bước đầu tư, triển khai, hoàn thiện hạ tầng kỹ thuật CNTT, tập trung đầu tư vật chất, trang thiết bị nhằm nâng cao hiệu quả công việc của CBCCVC. Bảo đảm hệ thống dữ liệu dùng chung đi vào hoạt động ổn định. Kết nối mạng WAN (mạng diện rộng) của tỉnh, thành phố tới toàn bộ các sở, ban, ngành, quận, huyện, thị xã, xã, phường, thị trấn. Ngoài ra, bảo đảm tỷ lệ máy tính/cán bộ được nâng lên, hệ thống đường truyền internet được kết nối ổn định để xử lý các DVCTT một cách kịp thời, thông suốt. Với các địa phương, cần tập trung đẩy mạnh nâng cấp Cổng Giao tiếp điện tử của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh để cung ứng kịp thời thông tin chỉ đạo điều hành của Ủy ban nhân dân và là nền tảng để tích hợp các ứng dụng dùng chung của địa phương.

Nâng cao chất lượng hạ tầng viễn thông, chất

lượng đường truyền và an ninh mạng. Đây là nền tảng quan trọng cần triển khai tạo điều kiện cho các hoạt động hành chính công trực tuyến. Về nâng cấp hạ tầng số, Chính phủ và các DN cần khẩn trương chuẩn bị các phương án triển khai dịch vụ 5G để theo kịp xu hướng thế giới trong điều kiện điện thoại thông minh tích hợp 5G đang được phổ biến rộng rãi với tốc độ cao gấp nhiều lần mạng 4G như hiện nay. Cùng với việc phát triển hạ tầng kỹ thuật, cần bảo đảm an toàn và bí mật thông tin cá nhân trong quá trình cung ứng các DVCTT. Cần bảo đảm các biện pháp phòng ngừa với những nguy cơ, như: bị đánh cắp dữ liệu, sai lệch kết quả, sửa đổi thông tin, giả mạo. Để phòng ngừa tất cả các nguy cơ này, các biện pháp bảo đảm an ninh cần phải được thực hiện ở tất cả các tầng truy nhập.

4. Kết luận

Trong thời gian qua, CQNN từ trung ương đến địa phương đã tích cực triển khai nhiều biện pháp nhằm đẩy nhanh quá trình xây dựng và từng bước hoàn thiện chính quyền điện tử nói chung và hệ thống cung ứng DVCTT nói riêng. Tuy nhiên, trước xu thế của chuyển đổi số với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, đòi hỏi CQNN cần tiếp tục có những giải pháp đồng bộ và toàn diện hơn để bắt kịp và chuyển đổi linh hoạt việc cung ứng DVCTT, đồng thời, tăng cường bảo đảm an ninh, an toàn thông tin mạng, nắm bắt cơ hội phát triển trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đáp ứng nhu cầu của người dân và DN ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- 1.Thủ tướng Chính phủ, (2021). *Quyết định số 942/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược phát triển chính phủ điện tử hướng tới chính phủ số giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030.*
2. Đinh Nguyên Mạnh, (2015). Thực hiện dịch vụ công trực tuyến ở Hà Nội và những vấn đề đặt ra. *Tạp chí Lý luận chính trị*, số 7/2015.
- 3.Thủ tướng Chính phủ, (2020). *Nghị định số 45/2020/NĐ-CP ngày 08/4/2020 của Chính phủ về thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường điện tử và tích hợp, cung ứng dịch vụ công trực tuyến trên Cổng Dịch vụ công quốc gia.*
4. Mai Tiến Dũng, (2018). Xây dựng chính phủ điện tử hướng tới chính phủ số và nền kinh tế số ở Việt Nam. Truy cập tại <http://egov.chinhphu.vn/xay-dung-chinh-phu-dien-tu-huong-toi-chinh-phu-so-va-nen-kinh-te-so-o-viet-nam-a-newsdetails-37599-14-186.html>

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 8/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/3/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. LƯƠNG VĂN HÀ¹

2. ThS. PHẠM THANH HẢI¹

3. ThS. NGUYỄN THU HÀ¹

¹ Học viện Ngân hàng

**APPLYING INFORMATION TECHNOLOGY
IN THE PROVISION OF ONLINE PUBLIC ADMINISTRATIVE
SERVICES IN VIETNAM**

- Master. LUONG VAN HA¹
- Master. PHAM THANH HAI¹
- Master. NGUYEN THU HA¹

¹Banking Academy

ABSTRACT:

Information technology is identified as a requirement as well as the most important solution to launch online public administrative services in Vietnam. Information technology plays a key role in Vietnam's administrative modernization and reform processes. This paper presents the current application of information technology in online public administrative services. The paper also proposes some solutions to promote information technology innovations in order to improve the quality and effectiveness of public administration services.

Keywords: information technology, public administration, administrative procedures, online.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC ÁP DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI VIỆT NAM

● LÝ THỊ THU HIỀN - LÊ THỦY TIÊN

TÓM TẮT:

Để tồn tại và phát triển trong thời đại thông tin, các doanh nghiệp, bao gồm cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) cần đưa hoạt động thương mại điện tử (TMĐT) vào trong chiến lược kinh doanh. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng TMĐT sẽ giúp các nhà quản lý DNNVV tham khảo để hoạch định chiến lược phát triển TMĐT cũng như nhận thức được tầm quan trọng và lợi ích khi tham gia vào nền kinh tế số. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm giúp các cơ quan quản lý nhà nước tham khảo để xây dựng chính sách phù hợp thực tế; tạo môi trường pháp lý an toàn, hỗ trợ cho DNNVV ứng dụng và phát triển TMĐT trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Từ khóa: thương mại điện tử, doanh nghiệp nhỏ và vừa, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Trong nền kinh tế toàn cầu, TMĐT và kinh doanh điện tử đã trở thành một yếu tố cần thiết của chiến lược kinh doanh và là một chất xúc tác mạnh mẽ cho sự phát triển kinh tế. Việc áp dụng TMĐT trong kinh doanh đã tăng cường năng suất, thu hút nhiều khách hàng hơn và tạo điều kiện thuận lợi trong việc phục vụ khách hàng trên diện rộng, bên cạnh việc giảm chi phí. Đặc biệt trong bối cảnh đại dịch Covid-19 bùng phát trên toàn thế giới ảnh hưởng nghiêm trọng tới hầu hết các lĩnh vực, phát triển TMĐT là một hướng đi đúng đắn, an toàn để duy trì các hoạt động kinh tế trong nước và quốc tế.

Do vậy, để có thể tồn tại trong nền kinh tế mới, các doanh nghiệp, đặc biệt “các công ty nhỏ cần phải tham gia vào TMĐT hoặc họ sẽ bị loại khỏi

một phần quan trọng của thị trường” (Shah Alam, Ali, and Mohd.Jani, 2011). Ngoài ra, TMĐT còn được coi là một “sự cân bằng”, (Zorayda Ruth Andam), cho phép các công ty mới thành lập và các công ty vừa và nhỏ vươn tới thị trường toàn cầu.

Việt Nam có khoảng 870.000 doanh nghiệp, trong đó DNNVV chiếm hơn 98%. Thị trường TMĐT ở Việt Nam đang ở trong giai đoạn phát triển nhanh. Tốc độ tăng trưởng của TMĐT trong giai đoạn 2013 - 2019 luôn ở mức cao, trên 20%/năm. Nhờ vậy, từ xuất phát điểm thấp 2,2 tỷ USD vào năm 2013, quy mô thị trường TMĐT lên đến khoảng 10,08 tỷ USD vào năm 2019. Theo các phân tích của GlobalDatas E Commerce Analytics, Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường TMĐT phát triển nhanh nhất ở Đông Nam Á với tốc độ tăng trưởng trung bình

hàng năm khoảng 18% và được dự báo quy mô thị trường có khả năng lên tới 26 tỷ USD vào năm 2024. Sự phát triển của kênh TMĐT này không chỉ góp phần phát triển hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hộ kinh doanh cá thể, mà còn góp phần vào sự phát triển của thị trường TMĐT Việt Nam. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến các DNNVV trong việc áp dụng TMĐT và đưa ra các giải pháp góp phần đẩy mạnh ứng dụng TMĐT trong các DNNVV tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tổng quan về thương mại điện tử

2.1.1. Khái niệm về TMĐT

TMĐT (e-commerce) là việc sử dụng các phương tiện truyền thông điện tử và công nghệ xử lý thông tin số trong giao dịch kinh doanh nhằm tạo ra, chuyển tải và định nghĩa lại mối quan hệ, tạo ra các giá trị giữa các tổ chức và giữa các tổ chức với cá nhân. (Theo E-commerce and e-business/ Zorayda Ruth Andam).

Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), “TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet”.

Theo Luật Giao dịch Điện tử năm 2005 và khoản 1 Điều 3 Nghị định số 52/2013/NĐCP quy định, hoạt động TMĐT là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác.

2.1.2. Vai trò và lợi ích của TMĐT đối với hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp.

TMĐT xuất hiện đã làm thay đổi bộ mặt kinh tế thế giới bởi những ảnh hưởng to lớn của mình. TMĐT làm thay đổi tính chất của nền kinh tế mỗi quốc gia và nền kinh tế toàn cầu, có thể cải thiện đáng kể hiệu quả của các nền kinh tế, nâng cao khả năng cạnh tranh, cải thiện việc phân bổ nguồn lực và tăng trưởng dài hạn. Mở ra cơ hội phát huy ưu thế của các nước đang phát triển để họ có thể

đuổi kịp, thậm chí vượt các nước đã đi trước. Rút ngắn khoảng cách về trình độ tri thức giữa các nước phát triển với các nước đang phát triển.

Các DNNVV có thể tạo ra thêm hoạt động kinh doanh bằng việc triển khai TMĐT. TMĐT giúp mở rộng phạm vi giao dịch và tiếp cận toàn cầu; giảm chi phí kinh doanh, tiếp thị; cải thiện quan hệ với khách hàng; tăng doanh thu, tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp; tự động hóa mọi quá trình hợp tác, kinh doanh để nâng cao hiệu quả;...

2.1.3. Quy định pháp luật về áp dụng hoạt động TMĐT tại Việt Nam

Hệ thống pháp luật điều chỉnh các hoạt động TMĐT của Việt Nam bao gồm: Luật Giao dịch điện tử năm 2005, quy định một cách khái quát các hoạt động giao dịch điện tử; Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về TMĐT; Nghị định số 08/2018/NĐ-CP ngày 15/01/2018 sửa đổi, bổ sung một số nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc phạm vi quản lý của Bộ Công Thương; Nghị định số 130/2018/NĐ-CP ngày 27/9/2018 quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số; Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15/05/2020 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021 - 2025, một trong những giải pháp quan trọng là mở rộng và đa dạng hóa các kênh TMĐT.

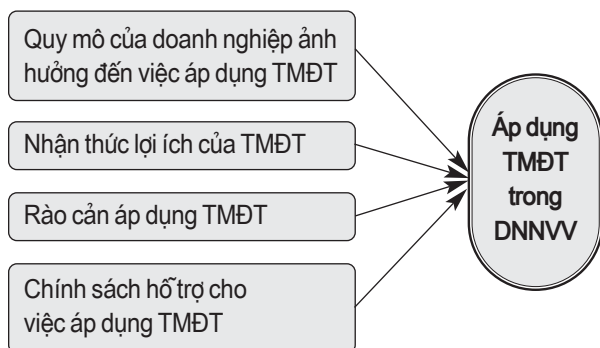
2.2. Cơ sở lý thuyết nghiên cứu áp dụng TMĐT

Các tài liệu về TMĐT hiện có đưa ra một số lý thuyết để điều tra các yếu tố quyết định đến việc áp dụng TMĐT của các DNNVV. Có 5 cơ sở lý thuyết thông dụng nhất được sử dụng, đó là: (i) Mô hình thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA); (ii) Lý thuyết hành vi hoạch định hay lý thuyết hành vi có kế hoạch trong tiếng Anh gọi là: Theory of Planned Behavior - TPB; (iii) Mô hình Chấp nhận Công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM); (iv) Lý thuyết khuếch tán đổi mới (Innovation Diffusion Theory - IDT); (v) Khung Công nghệ - Tổ chức - Môi trường TOE (Technology - Organization - Environment).

3. Nội dung nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Xây dựng thang đo và bảng hỏi

Bảng câu hỏi khảo sát bao gồm 23 mục hỏi được xây dựng kết hợp dựa trên các nghiên cứu trước. Các câu hỏi khảo sát với thang đo Likert 5 mức độ từ 1 - Rất thấp, 2 - Thấp, 3 - Trung bình, 4 - Cao, 5 - Rất cao.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu áp dụng cả phương pháp định tính và phương pháp định lượng.

- Nghiên cứu định tính gồm: thu thập tài liệu nghiên cứu về hoạt động TMĐT tại các DNNVV để hình thành câu hỏi khảo sát.

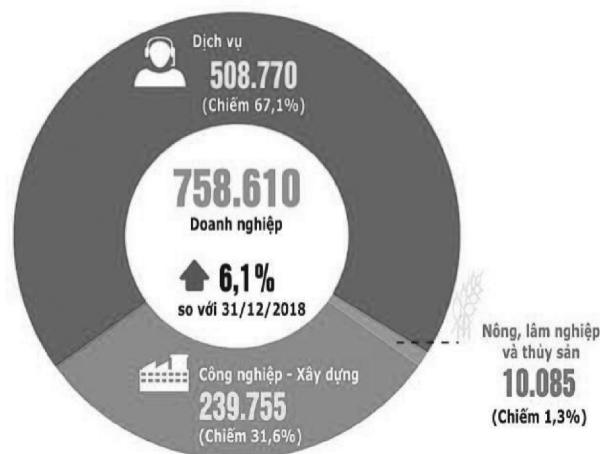
- Nghiên cứu định lượng: Phân tích dữ liệu điều tra thu về 327 phiếu khảo sát với 23 biến cùng các dữ liệu về nhân khẩu học như giới tính, tuổi tác nghề nghiệp... và kiểm định mô hình nghiên cứu. Thang đo các yếu tố ảnh hưởng được kiểm định bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy đa biến thông qua phần mềm xử lý số liệu thống kê SPSS.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

(Bảng 1)

Hình 2: Phân bố DNNVV theo lĩnh vực sản xuất - kinh doanh



Nguồn: Theo nguồn tài liệu tham khảo

4.2. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

- Phân bố DNNVV theo lĩnh vực sản xuất - kinh doanh (Hình 2)

Bảng 1: Đặc điểm người trả lời phiếu khảo sát (n = 327)

Nhân tố đo	Đặc điểm	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	55%
	Nữ	45%
Trình độ học vấn	Tiến sĩ	5%
	Thạc sĩ	15%
	Đại học	62,5%
	Cao đẳng/Trung học	17,5%
Lĩnh vực chuyên môn	QTKD/Marketing	32,7%
	Tài chính/kế toán	29,1%
	Sản xuất	9,3%
	Tin học	17,3%
	Khác	11,6%
Chức vụ người được phỏng vấn	Chủ tịch (HDQT)	0,8%
	Giám đốc	15,7%
	Trưởng phòng	21,2%
	Chuyên viên	45,5%
	Khác	16,8%

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

- Hình thức kết nối internet:
Các DNNVV tham gia khảo sát đều được trang bị máy vi tính và có kết nối internet.

- Ứng dụng TMĐT phục vụ hoạt động sản xuất - kinh doanh: 69,8% DNNVV đã xây dựng Website để phục vụ cho hoạt động sản xuất - kinh doanh tại đơn vị.

4.3. Kết quả

4.3.1. Kiểm định Cronbach's Alpha

Kiểm định Cronbach's Alpha để kiểm tra sự chặt chẽ và tương quan giữa các biến quan sát, từ đó loại bỏ những biến không phù hợp và giữ lại các biến phù hợp trong mô hình nghiên cứu. Các biến có Corrected Item - Total Correlation > 0.3 và Cronbach's Alpha > 0.7 sẽ được giữ lại. Bảng 2, cho thấy 19 biến thang đo đại diện cho 4 yếu tố là hoàn toàn phù hợp và đạt yêu cầu. (Bảng 2)

4.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

- Phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến độc lập:

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố EFA, kết quả cho thấy, Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) = 0.733 > 0.5 và Sig = 0.000 < 0.05 nên dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là thích hợp. (Bảng 3, Bảng 4)

- Phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố EFA, kết quả cho thấy, Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) = 0.83 > 0.5 và Sig = 0.000 < 0.05 nên dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là thích hợp. (Bảng 5, Bảng 6)

Bảng 2. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

		Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu xóa	Hệ số Cronbach's Alpha
Quy mô của doanh nghiệp ảnh hưởng đến việc áp dụng TMĐT (QM)	QM1	.628	.751	.799
	QM2	.622	.749	
	QM3	.575	.762	
	QM4	.523	.778	
Nhận thức lợi ích của TMĐT (NT)	NT1	.546	.764	.790
	NT2	.576	.753	
	NT3	.631	.721	
	NT4	.680	.702	
	NT5	.622	.749	
Rào cản áp dụng TMĐT (RC)	RC1	.684	.856	.870
	RC2	.834	.787	
	RC3	.708	.839	
	RC4	.690	.848	
	RC5	.631	.721	
	RC6	.673	.826	
Chính sách hỗ trợ cho việc áp dụng TMĐT (HT)	HT1	.713	.815	.856
	HT2	.673	.826	
	HT3	.674	.825	
	HT4	.716	.816	
Ứng dụng TMĐT tại DNNVV (UD)	UD1	.543	.634	.706
	UD2	.513	.635	
	UD3	.387	.688	
	UD4	.439	.667	

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

4.3.3. Kết quả phân tích hồi quy và kiểm định

Sau khi phân tích EFA, tác giả tiến hành phân tích hồi quy bội với biến phụ thuộc là UD biến độc lập bao gồm 4 yếu tố: QM, NT, RC, HT. (Bảng 7)

Mô hình phân tích có R² hiệu chỉnh đạt 72,5%, điều này cho thấy 4 biến độc lập đưa vào mô hình ảnh hưởng đến 72,5% sự thay đổi của biến phụ

Bảng 3. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett's

Hệ số KMO		.733
Kiểm định Bartlett's của Sphericity	Chỉ số Chi-square	2094.986
	Df	465
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 4: Kết quả xoay ma trận nhân tố

	Thành phần (Component)			
	1	2	3	4
QM1	.828			
QM2	.820			
QM3	.770			
QM4	.762			
NT1		.910		
NT2		.835		
NT3		.794		
NT4		.769		
NT5		.736		
RC1			.800	
RC2			.751	
RC3			.744	
RC4			.736	
RC5			.639	
RC6			.623	
HT1				.810
HT2				.804
HT3				.791
HT4				.734

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Bảng 5: Hệ số KMO và kiểm định Bartlett's biến phụ thuộc

Hệ số KMO		.830
Kiểm định Bartlett's của Sphericity	Chỉ số Chi-square	304.950
	Df	10
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 6: Kết quả xoay ma trận nhân tố biến phụ thuộc

	Thành phần (Component)
	1
UD1	.837
UD2	.815
UD3	.808
UD4	.668

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

thuộc còn lại 27,5% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Với giá trị này, độ phù hợp của mô hình là chấp nhận được.

Hệ số Durbin-Watson = 1.999 và nằm trong khoảng từ 1 đến 3, điều này chứng tỏ không có hiện tượng tự tương quan trong mô hình xây dựng được.

Thông qua kiểm định t, tất cả các hệ số hồi quy theo các biến độc lập đều dương và có hệ số Sig.<5%, điều này chứng tỏ các biến độc lập có mối quan hệ đồng biến với việc ứng dụng TMĐT trong DNNVV tại Việt Nam. Như vậy, dựa vào kết quả phân tích hồi quy, ta có phương trình hồi quy thể hiện mối quan hệ giữa việc ứng dụng TMĐT trong các DNNVV tại Việt Nam với các yếu tố: Quy mô của DNNVV (QM), Nhận thức lợi ích của TMĐT (NT), Rào cản áp dụng TMĐT (RC), Chính sách hỗ trợ cho việc áp dụng TMĐT (HT) được thể hiện như sau:

Bảng 7: Kết quả tóm lược của mô hình (Model Summary^b)

Model	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số tiêu chuẩn	Hệ số Durbin-Watson
1	.856a	.733	.725	.28801	1.999

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 8: Kết quả hồi quy

Model	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến (Collinearity Statistics)	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ dung sai	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
Constant	-.197	.195		-1.010	.014		
QM	.268	.026	.368	10.122	.000	.948	1.055
NT	.052	.024	.079	8.936	.032	.953	1.050
RC	.194	.063	.141	3.097	.002	.618	1.618
HT	.151	.053	.119	2.793	.006	.820	1.382

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

$$UD = -0.197 + 0.268 * QM + 0.052 * NT + 0.194 * RC + 0.151 * HT$$

Bảng 8, cũng cho thấy kết quả kiểm định đa cộng tuyến và các hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ, chỉ dao động từ 1.050 đến 1.618. Với hệ số phóng đại phương sai VIF ở trên cho thấy không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến hay các mối quan hệ giữa các biến độc lập không ảnh hưởng đáng kể đến kết quả giải thích của mô hình hồi quy xây dựng được.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

Với kết quả phân tích ở trên, việc ứng dụng TMĐT trong các DNNVV tại Việt Nam chịu tác động bởi 4 nhân tố, bao gồm: Quy mô của DNNVV, Nhận thức lợi ích của việc ứng dụng TMĐT, Rào cản của việc ứng dụng TMĐT, Chính sách hỗ trợ cho việc ứng dụng TMĐT. Kết quả khảo sát cho thấy, sự tác động lần lượt của các nhân tố đến việc ứng dụng TMĐT trong các DNNVV tại Việt Nam. Trong nghiên cứu và kiểm định mô hình hồi quy, cả 4 nhân tố đề xuất đều

phù hợp và có ý nghĩa thống kê, mô hình hồi quy phù hợp với dữ liệu thu thập.

5.2. Khuyến nghị

- Đối với Chính phủ: Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến, cung cấp thông tin chi tiết cho chủ sở hữu/ người quản lý DNNVV về các lợi ích thương mại và tiếp thị tiềm năng mà công nghệ TMĐT mang lại; Triển khai các chương trình, đề án hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng mô hình TMĐT phù hợp cho từng loại hình kinh doanh và quy mô doanh nghiệp; Hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến TMĐT; Nâng cao chất lượng về cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin cả phần cứng và phần mềm như chất lượng đường truyền internet, dịch vụ viễn thông, độ an toàn bảo mật thông tin,...

- Đối với doanh nghiệp: để áp dụng TMĐT một cách hiệu quả, các DNNVV cần cần nhắc:

+ Xác định kinh doanh TMĐT là chiến lược lâu dài.

+ Cần có sự hiểu biết về TMĐT và những lợi ích tiềm năng mà TMĐT mang lại, để có thể lập kế hoạch cho từng giai đoạn, nhằm tạo ra một

chiến lược kinh doanh hiệu quả cho doanh nghiệp.
Chẳng hạn: Mở rộng phạm vi thị trường tiêu thụ,
quảng cáo và tạo mối quan hệ xuyên biên giới,...

+ Xem xét về hạ tầng công nghệ cũng như kỹ

năng ứng dụng công nghệ của chủ sở hữu, quản lý, cũng như nhân viên.

+ Tuân thủ các quy chế, pháp luật về TMĐT, mua bán điện tử, giao dịch điện tử ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2021). *Báo cáo nghiên cứu - thương mại điện tử trên mạng xã hội tại Việt Nam: Một số vấn đề pháp lý*.
2. Trần Thị Cẩm Hải (2012). *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc ứng dụng thương mại điện tử trong các DNNVV trên địa bàn thành phố Đà Nẵng*, Đại học Đà Nẵng.
3. Andam, Zorayda Ruth B.(2003). *E-commerce and e-business*; UNDP. Asia-Pacific Development Information Programme; e-ASEAN Task Force.
4. Ahmad, S. Z., Bakar, A. R. A., Faziharudean, T. M., & Zaki, K. A. M. (2015). An empirical study of factors affecting e-commerce adoption among small and medium-sized enterprises in a developing country: Evidence from Malaysia. *Information Technology for Development*, 21(4), 555-572.
5. Hussein, A., Baharudin, A. S. (2017). A case study of e-commerce adoption in Jordanian small and medium enterprises (SMEs). *International Journal of Business and Management*, 6(9), 88-93.
6. Huy, L. E. V., Rowe, F., Truex, D. (2012). An empirical study of determinants of e-commerce adoption in SMEs in Vietnam an economy in transition. *Journal of Global Information Management*, 20(3), 23-54.
7. Rahayu, R., Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25-41.
8. Ramdansyah, A. D., Taufik. H. E. R. (2017). Adoption model of e-commerce from SMEs perspective in developing country evidence - case study for Indonesia. *European Research Studies Journal*, 20(4B), 227-24.
9. R. Sujatha, M. S. Karthikeyan. (2021). Determinants of e-Commerce Adoption: Evidence from Small and Medium-Sized Enterprises in India. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 574-590.
10. Rahayu, Rita.(2015). *E-Commerce adoption by small and medium sized enterprises in Indonesia: An empirical study of influencing factors and the impact of e-commerce adoption on SME performance*; University of Huddersfield.
11. Zorayda Ruth Andam (2003). *Kinh doanh điện tử và thương mại điện tử*. Truy cập tại: <https://www.unapcict.org/sites/default/files/2019-01/eprimer-ecom-vietnamese-version.pdf>
8. Minh Hoàng (2021). *Thương mại điện tử: Cơ hội cho doanh nghiệp SMEs*. Truy cập tại: <https://thitruongtaichinhthiente.vn/thuong-mai-dien-tu-co-hoi-cho-doanh-nghiep-smes-37038.html>
9. Bộ Công Thương (2021). *Phát triển thương mại điện tử trở thành một trong những lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số*. Truy cập tại: <https://moit.gov.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-tro-thanh-mot-trong-nhung-linh.html>
10. Organisation for Economic Co-operation and Development. Retrieved from: <https://www.oecd.org/>.

Ngày nhận bài: 20/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

1. LÝ THỊ THU HIỀN¹

2. LÊ THỦY TIÊN¹

¹Trường Đại học Lạc Hồng

FACTORS AFFECTING THE E-COMMERCE IMPLEMENTATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN VIETNAM

● LY THI THU HIEN¹

● LE THUY TIEN¹

¹Lac Hong University

ABSTRACT:

To survive in the Information Age, businesses including small and medium-sized enterprises (SMEs) have to adopt e-commerce in their business strategies. This study examines the factors affecting the e-commerce implementation. The study is expected to serve as a reference for managers of SMEs to plan e-commerce development strategies and better understand the importance and benefits of participating in the digital economy. Based on the study's findings, some recommendations are made to assist state management agencies in developing practical policies, creating a safe legal environment for SMEs to apply and develop e-commerce activities in the context of the country's international economic integration.

Keywords: e-commerce, small and medium-sized enterprises, Vietnam.

QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ GIẢM NGHÈO ĐỐI VỚI ĐỒNG BÀO DÂN TỘC KHMER TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN CHÂU THÀNH, TỈNH TRÀ VINH

● NGUYỄN HỒNG HÀ - DƯƠNG NHỰT TRƯỜNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm hoàn thiện hơn công tác quản lý nhà nước về giảm nghèo đối với đồng bào dân tộc Khmer trên địa bàn huyện Châu Thành. Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp từ Sở Lao động, Thương binh và Xã hội tỉnh Trà Vinh; Ủy ban Nhân dân huyện Châu Thành giai đoạn 2016 - 2020. Ngoài ra, nhóm tác giả còn thu thập dữ liệu sơ cấp từ 100 hộ nghèo tại các xã trên địa bàn huyện Châu Thành. Sử dụng phương pháp thông kê mô tả, so sánh, phân tích và đánh giá; nghiên cứu đã đánh giá được thực trạng quản lý nhà nước đối với hộ nghèo và giảm nghèo của đồng bào dân tộc Khmer trên địa bàn huyện. Từ kết quả đó, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp tăng cường vai trò của Nhà nước nhằm thúc đẩy giảm nghèo trong đồng bào dân tộc Khmer tại huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh thời gian tới.

Từ khóa: quản lý nhà nước, giảm nghèo, Khmer, huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh.

1. Đặt vấn đề

Trà Vinh được tách ra từ tỉnh Cửu Long năm 1992 (thành 2 tỉnh Vĩnh Long và Trà Vinh), bao gồm 7 huyện, 1 thành phố và 1 thị xã thuộc tỉnh, dân số 1.009.168 người, trong đó người dân tộc Khmer 318.231 người, chiếm 31,53%. Toàn tỉnh hiện còn 9.214 hộ nghèo, chiếm 3,22% so với tổng số hộ dân cư toàn tỉnh (286.248 hộ). Trong đó, số hộ nghèo là người dân tộc Khmer có 5.394 hộ, chiếm 6,05%. Riêng đối với huyện Châu Thành với diện tích tự nhiên là 34.900,90 ha, trong đó diện tích đất nông nghiệp là 26.376,80 ha, chiếm 75,58% diện tích tự nhiên. Dân số chung là 40.662 hộ, với 151.209 nhân khẩu; trong

đó, hộ dân tộc Khmer là 13.319 hộ, với 50.912 nhân khẩu, chiếm 33,67%...

Qua kết quả rà soát hộ nghèo, hộ cận nghèo cuối năm 2021, toàn huyện còn 277 hộ nghèo, chiếm 0,7% và 1.993 hộ cận nghèo, chiếm 5,02%. Trong đó, hộ nghèo dân tộc Khmer là 125 hộ, chiếm 45,12% so với tổng số hộ nghèo; hộ cận nghèo dân tộc Khmer là 1.055 hộ, chiếm 52,93% so với tổng số hộ cận nghèo.

Là huyện có tới trên 30% là đồng bào dân tộc Khmer, điều kiện phát triển kinh tế chậm (chủ yếu là sản xuất nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản) nên đời sống nhân dân trên địa bàn còn nhiều khó khăn, tỷ lệ hộ nghèo còn chiếm 0,7%, trong

đó hộ nghèo dân tộc Khmer chiếm 45,12% so tổng số hộ nghèo.

Từ đó cho thấy, đời sống người dân trong huyện còn nhiều khó khăn, nhất là đối với đồng bào dân tộc Khmer. Nguyên nhân chủ yếu do chưa khai thác hết tiềm năng và lợi thế của địa phương, số người trong độ tuổi lao động chưa qua đào tạo nghề còn cao, số lao động thiếu việc làm ở nông thôn còn nhiều, đa số hộ nghèo thiếu việc làm ổn định, thu nhập thấp. Bên cạnh đó, cũng có một số hộ nghèo còn trông chờ chính sách hỗ trợ an sinh xã hội của Nhà nước nên việc quản lý và thực hiện công tác giảm nghèo của địa phương chưa mang tính bền vững.

2. Phân tích thực trạng quản lý nhà nước về giảm nghèo đồng bào dân tộc Khmer tại huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh

2.1. Thực trạng hộ nghèo đồng bào dân tộc giai đoạn 2016 - 2021

Trong giai đoạn từ năm 2016 – 2020, tình hình hộ nghèo trên địa bàn huyện Châu Thành còn ở mức rất cao so với các huyện trong tỉnh Trà Vinh, cụ thể như sau: (Hình 1)

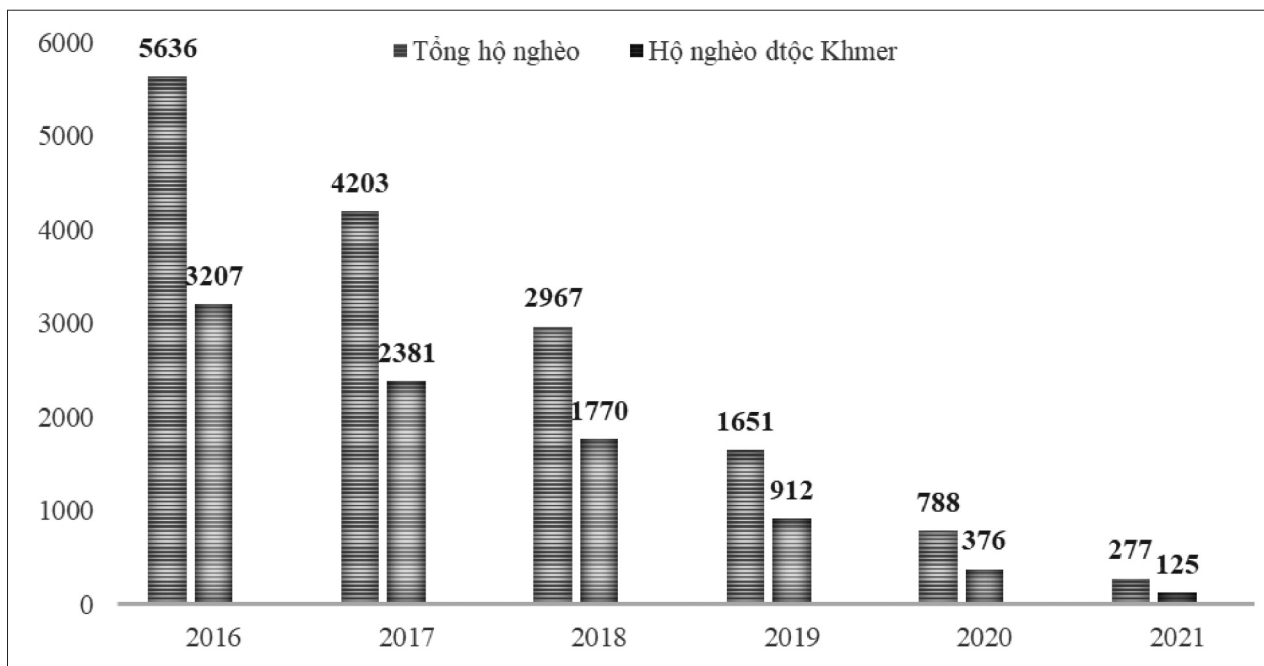
Năm 2016, tổng số hộ nghèo là 5.636 hộ, chiếm 14,4% so với tổng số hộ dân cư (trong đó có 3.210 hộ nghèo đồng bào dân tộc thiểu số, chiếm 56,95% so với tổng hộ nghèo và chiếm 24,84% so với tổng số hộ dân tộc thiểu số, chủ yếu là dân tộc Khmer). Năm 2017, Qua kết quả điều tra, rà soát hộ nghèo, hộ cận nghèo định kỳ trên địa bàn huyện Châu Thành theo Quyết định số 59/2015/QĐ-TTg ngày 19/11/2015 của Thủ tướng Chính phủ, tổng số hộ dân của toàn huyện là 39.518 hộ; trong đó, số hộ dân tộc thiểu số là 12.990 hộ, chiếm 32,9%.

Riêng năm 2020, tổng số hộ nghèo giảm còn 788 hộ, chiếm 1,94% so với tổng số hộ dân cư toàn huyện, trong đó: Hộ nghèo theo tiêu chí thu nhập là 788 hộ, chiếm 100% so với tổng số hộ nghèo. Năm 2021, số hộ nghèo là 277 hộ, chiếm 0,70% so với tổng số hộ dân cư (trong đó có 125 hộ nghèo đồng bào dân tộc Khmer, chiếm 45,12% so với tổng số hộ nghèo).

2.2. Thực trạng quản lý nhà nước về giảm nghèo đồng bào dân tộc Khmer giai đoạn 2016 - 2021 (Hình 2)

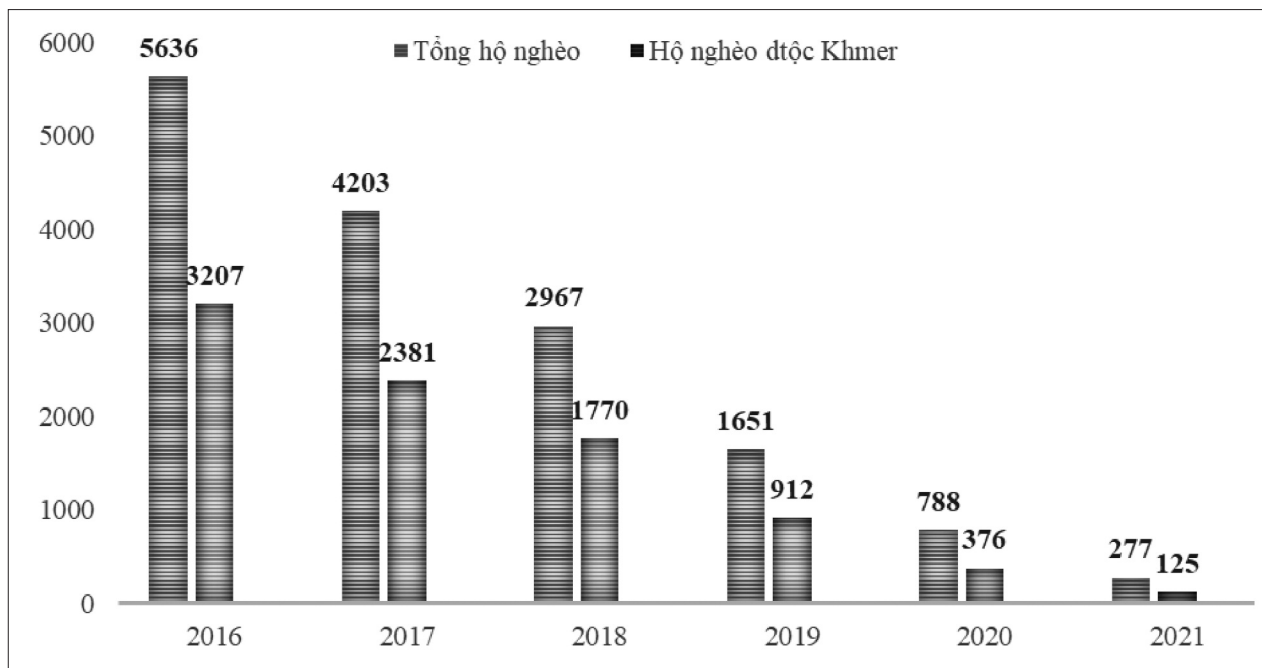
Giai đoạn 2016 - 2021, công tác giảm nghèo,

Hình 1: Kết quả rà soát hộ nghèo hàng năm của huyện Châu Thành giai đoạn 2016 - 2020 và năm 2021



Nguồn: Ủy ban Nhân dân huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh

Hình 2: Thực trạng quản lý nhà nước về giảm nghèo đồng bào dân tộc huyện Châu Thành



Nguồn: UBND huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh

nhất là đối với đồng bào dân tộc Khmer đạt được nhiều kết quả tích cực. Năm 2016 từ 14,4% tỷ lệ hộ nghèo chung của huyện (tương đương với 5.636 hộ, trong đó, 3.207 hộ nghèo là đồng bào dân tộc Khmer, chiếm 56,9% tổng số hộ nghèo) đã giảm xuống còn 788 hộ vào cuối năm 2021. Như vậy, đã giảm tới 86,02% (bình quân hàng năm giảm tỷ lệ hộ nghèo là 17,2%), trong đó hộ nghèo đồng bào dân tộc Khmer là 376 hộ, chiếm 52,3%.

2.3. Đánh giá công tác quản lý nhà nước về giảm nghèo đồng bào dân tộc Khmer giai đoạn 2016 - 2021

- Công tác tuyên truyền các chính sách, pháp luật chưa liên tục; chưa có tổ chức tuyên truyền nghiêm túc về công tác giảm nghèo, vì vậy số lượng người nghèo có giảm nhưng chưa nhiều.

- Công tác thực hiện chính sách mua bảo hiểm xã hội cho các hộ nghèo, hộ cận nghèo là đồng bào dân tộc thiểu số được tiến hành chưa đồng bộ, thực tế còn nhiều hạn chế, thiếu sót. Các địa phương đã triển khai thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016 – 2020, nhưng đến 31/5/2018 Chính phủ mới ban hành Nghị quyết số 71 để thực hiện chính sách cho nhóm hộ

nghèo N2; Đến ngày 10/8/2018, Thủ tướng Chính phủ mới ban hành Quyết định số 1010/QĐ-TTg thay thế Quyết định số 1049/QĐ-TTg làm căn cứ cấp thẻ bảo hiểm y tế cho hộ nghèo người dân tộc thiểu số vùng khó khăn, từ đó đã làm hạn chế quyền lợi của người dân.

- Trình độ, năng lực của các cán bộ trong công tác xóa đói giảm nghèo còn thấp, việc theo dõi, quản lý hộ nghèo ở địa phương chưa sát, chưa xác định rõ nguyên nhân nghèo để hướng dẫn, giúp đỡ hộ nghèo vươn lên thoát nghèo.

- Nguồn vốn tín dụng cho vay hộ nghèo dư nợ nhiều do tồn tại qua nhiều năm. Người dân thực hiện đáo hạn theo định kỳ để không trở thành nợ quá hạn, nhưng thực tế nguồn vốn còn nằm trong hộ gia đình rất ít, vì vậy hiệu quả nguồn vốn mang lại không cao.

- Khả năng quản lý và sử dụng các nguồn vốn của một số xã, thị trấn chưa đáp ứng yêu cầu, sự chỉ đạo và tác động của cấp ủy, chính quyền cấp cơ sở đối với nguồn vốn đầu tư chưa cao. Việc triển khai xây dựng các dự án, phương án từ nguồn vốn của Chương trình còn rất chậm so với thời gian đã được phân bổ vốn.

4. Giải pháp hoàn thiện công tác quản lý nhà nước về giảm nghèo cho đồng bào dân tộc Khmer tại huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh

4.1. Tạo điều kiện để người Khmer tiếp cận đầy đủ các dịch vụ xã hội cơ bản

- Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy đảng, chính quyền, thực hiện tốt công tác phối hợp giữa các cơ quan chuyên môn với các đoàn thể từ tỉnh đến cơ sở; đồng thời, đề cao tinh thần trách nhiệm của các cấp, các ngành, đặc biệt là hệ thống chính trị ở cơ sở đối với công tác giảm nghèo.

- Tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 06-NQ/HU ngày 01/8/2018 của Huyện ủy về thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững đến năm 2020 và định hướng đến năm 2025, gắn với xây dựng các chương trình, kế hoạch cụ thể triển khai công tác giảm nghèo hàng năm. Triển khai thực hiện tốt các Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo, như: Hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng; Hỗ trợ phát triển sản xuất, tăng thu nhập cho người nghèo, người đồng bào dân tộc; Nhân rộng mô hình giảm nghèo; Nâng cao năng lực giảm nghèo, truyền thông và giám sát đánh giá chương trình.

4.2. Đẩy mạnh tổ chức tuyên truyền, phổ biến, nhân rộng các mô hình, sáng tạo có hiệu quả về giảm nghèo

- Tuyên truyền kết quả việc thực hiện kế hoạch giảm nghèo để khuyến khích, nâng cao trách nhiệm của hộ dân và các ngành, các cấp; kịp thời phát huy, khen thưởng những người vượt khó vươn lên thoát nghèo; những tập thể cá nhân, có thành tích trong công tác giảm nghèo. Đồng thời, khắc phục những hạn chế, yếu kém trong công tác giảm nghèo, đề cao tinh thần trách nhiệm của tổ chức, cá nhân trong tổ chức thực hiện kế hoạch giảm nghèo nhanh và bền vững tại cơ sở.

- Tập trung lãnh đạo, chỉ đạo việc lập kế hoạch và xây dựng giải pháp thực hiện công tác giảm nghèo cụ thể hàng năm; triển khai và thực hiện tốt các chính sách của Trung ương, của tỉnh hỗ trợ, chăm lo về vốn vay ưu đãi cho hộ nghèo, hộ cận nghèo (tập trung vào những hộ trong danh sách dự kiến thoát nghèo hàng năm) và các chính sách hỗ trợ đất ở, nhà ở, nước sinh hoạt, giáo dục, y tế,... tạo

điều kiện để hộ nghèo ổn định cuộc sống, thoát nghèo bền vững, hạn chế tối đa nghèo phát sinh và tái nghèo. Hoàn thành chương trình xóa nhà tạm bợ cho hộ nghèo khó khăn nhà ở, tiếp tục thực hiện chính sách hỗ trợ nhà tình nghĩa cho gia đình chính sách khó khăn về nhà ở, nhằm đồng bộ chính sách nhà ở cho hộ nghèo và hộ gia đình chính sách.

- Hàng năm, khai thác tốt các nguồn lực từ các chương trình, dự án hỗ trợ, xây dựng các mô hình thiết thực, phù hợp nhu cầu của từng địa phương, hỗ trợ hộ nghèo phát triển sản xuất có hiệu quả. Bên cạnh đó, đẩy mạnh tuyên truyền, giáo dục, động viên người dân phát huy nội lực, ý chí tự lực vươn lên không trông chờ, ỷ lại vào sự hỗ trợ của Nhà nước, phát huy tinh thần đoàn kết, tương thân, tương ái trong phát triển kinh tế - xã hội, vươn lên khá, giàu.

4.3. Xã hội hóa công tác giảm nghèo thông qua các nguồn lực xã hội

- Vận động doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân trong, ngoài huyện đồng góp Quỹ vì người nghèo. Huy động sử dụng vốn, hỗ trợ của các đoàn thể, các tổ tiết kiệm, tương trợ, hùn vốn luân phiên xây dựng nhà ở... để hộ nghèo giúp nhau trong sản xuất và cuộc sống. Huy động nguồn lực, khai thác tốt các nguồn vốn đầu tư của Trung ương, của tỉnh, vốn của các chương trình mục tiêu quốc gia, đặc biệt là các chính sách đối với vùng nông thôn, cùng với nguồn lực của huyện, nguồn lực xã hội để đầu tư cho phát triển kết cấu hạ tầng nông thôn.

Hỗ trợ cho con em các hộ nghèo, nhất là con em hộ nghèo dân tộc thiểu số, trẻ em khuyết tật được đến trường, học nghề để có cơ hội cải thiện cuộc sống và hòa nhập cộng đồng. Thực hiện tốt chính sách bảo hiểm y tế cho hộ nghèo, hộ cận nghèo, người dân tộc thiểu số đang sinh sống tại các xã, ấp có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn. Thực hiện đồng bộ, có hiệu quả cơ chế, chính sách giảm nghèo để cải thiện cuộc sống và tiếp cận đầy đủ các dịch vụ xã hội cơ bản.

3.4. Hỗ trợ hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo về các chính sách giảm nghèo

Tăng cường tổ chức dạy nghề cho lao động nông thôn, lao động trong hộ nghèo, nhất là các ngành nghề phục vụ cho sản xuất nông nghiệp, kinh tế

nông thôn và xuất khẩu lao động một cách thiết thực, phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh và khả năng của từng hộ.

Đẩy mạnh hoạt động tư vấn giới thiệu việc làm và chương trình xuất khẩu lao động. Phát huy vai trò của đội ngũ cán bộ khoa học - kỹ thuật và dạy nghề; chuyển giao tiến bộ khoa học, công nghệ, xây dựng nhiều mô hình ứng dụng có hiệu quả cho sản xuất nông nghiệp, nông thôn và những mô hình phù hợp với điều kiện sản xuất của hộ nghèo, người nghèo. Chú trọng chuyển giao những tiến bộ kỹ thuật, công nghệ có liên quan đến sản xuất nông nghiệp, ngành nghề tiểu thủ công nghiệp truyền thống gắn với hỗ trợ phát triển các làng nghề, tổ

chức liên kết, hợp tác đảm bảo thị trường đầu ra của sản phẩm. Thực hiện tốt chính sách tín dụng ưu đãi hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ đã thoát nghèo, đặc biệt ưu tiên những hộ nằm trong danh sách dự kiến thoát nghèo của xã, thị trấn, góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập và cải thiện đời sống.

Thực hiện kiên cố hóa trường học, xây dựng trường đạt chuẩn quốc gia; thực hiện chính sách nhằm thu hút đội ngũ y, bác sĩ về công tác tại địa phương, nhất là đối với tuyến cơ sở; thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn, ưu tiên vùng dân tộc thiểu số, vùng khó khăn, nâng cao chất lượng nước hợp vệ sinh, nước sạch sử dụng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Quốc Anh (2017). *Hoạt động công tác xã hội trong giảm nghèo bền vững tại thành phố Nam Định tỉnh Nam Định*. Luận văn thạc sĩ, chuyên ngành: Công tác xã hội, Trường Đại học Lao động Xã hội Hà Nội.
2. Lâm Vĩnh Ái (2017). *Chính sách giảm nghèo bền vững đối với đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn tỉnh Phú Yên*. Luận văn thạc sĩ, chuyên ngành: Quản lý công, Học viện Hành chính Quốc gia.
3. Phạm Quốc Cường (2017). *Quản lý nhà nước về giảm nghèo bền vững ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn thị xã Buôn Hồ, tỉnh Đắk Lắk*. Luận văn thạc sĩ, Chuyên ngành: Quản lý công, Học viện Hành chính Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
4. Liêu Khắc Dũng (2017). *Quản lý nhà nước về giảm nghèo bền vững trên địa bàn thị xã Hà Tiên, tỉnh Kiên Giang*. Luận văn thạc sĩ, chuyên ngành Quản lý công, Học viện Hành chính Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
5. Hồ Thụy Đình Khanh (2018). *Thực hiện chính sách giảm nghèo bền vững từ thực tiễn quận 6, TP. Hồ Chí Minh*. Luận văn thạc sĩ, chuyên ngành: Chính sách công, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
6. Trần Thị Bích Lệ (2017). *Quản lý nhà nước về giảm nghèo bền vững đối với các dân tộc thiểu số trên địa bàn huyện Lộc Ninh, tỉnh Bình Phước*. Luận văn thạc sĩ, Chuyên ngành: Quản lý công, Học viện Hành chính Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
7. Nguyễn Thị Linh (2015). *Giải pháp khắc phục những rào cản trong việc thực hiện chính sách xóa đói giảm nghèo trên địa bàn huyện Võ Nhai, tỉnh Thái Nguyên*. Luận văn thạc sĩ, chuyên ngành: Khoa học quản lý, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
8. Lương Hoàng Nhanh (2019). *Quản lý nhà nước về giảm nghèo trên địa bàn huyện Mỹ Xuyên, tỉnh Sóc Trăng*. Luận văn thạc sĩ, Chuyên ngành: Quản lý công, Trường Đại học Trà Vinh.
9. Thái Thọ (2019). *Quản lý nhà nước về giảm nghèo trên địa bàn Huyện Đông Giang tỉnh Quảng Nam*. Luận văn thạc sĩ, chuyên ngành: Quản lý Kinh tế, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
10. UBND huyện Châu Thành (2020). *Báo cáo số 184/BC-UBND ngày 26/3/2020 của UBND huyện Châu Thành về kết quả thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2016 - 2020 và đề xuất các chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 của UBND Huyện Châu Thành*.

11. UBND tỉnh Trà Vinh (2022). *Quyết định số 9649/QĐ-UBND, ngày 30/12/2021 của UBND huyện về việc phê duyệt kết quả ra soát hộ nghèo, hộ cận nghèo năm 2021 trên địa bàn Huyện Châu Thành.*

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

1. PGS. TS. NGUYỄN HỒNG HÀ

Phó trưởng Khoa Kinh tế, Luật, Trường Đại học Trà Vinh

2. DƯƠNG NHỰT TRƯỜNG

Ủy ban Nhân dân huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh

THE STATE MANAGEMENT OF POVERTY REDUCTION FOR KHMER PEOPLE LIVING IN CHAU THANH DISTRICT, TRA VINH PROVINCE

● Assoc.Prof.Ph.D **NGUYEN HONG HA**¹

● **DUONG NHUT TRUONG**²

¹Vice Dean, Faculty of Economics and Law, Tra Vinh University

²People's Committee of Chau Thanh district, Tra Vinh province

ABSTRACT:

This study is to improve the state management of poverty reduction for Khmer people living in Chau Thanh district, Tra Vinh province. The study was carried out by collecting secondary data from the Department of Labor, Invalids and Social Affairs of Tra Vinh province, the People's Committee of Chau Thanh district for the period from 2016 to 2020. This study also collected primary data from 100 poor households in Chau Thanh district's communes. Statistical methods were used to analyzed collected data. Based on the study's results, some solutions are proposed to strengthen the state management of poverty reduction for Khmer people in Chau Thanh district, Tra Vinh province in the coming time.

Keywords: state management, poverty reduction, Khmer, Chau Thanh district, Tra Vinh province.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP THU HÚT VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN LỰC GIẢNG VIÊN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐỒNG THÁP

● PHẠM ÁNH TUYẾT - NGUYỄN THỊ BÍCH THUẬN

TÓM TẮT:

Bài viết mô tả thực trạng đội ngũ giảng viên tại Trường Đại học Đồng Tháp qua 5 năm gần đây và nêu rõ những hạn chế, bất cập trong công tác quản trị nguồn nhân lực này. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp thu hút và nâng cao chất lượng nguồn lực giảng dạy tại Trường thích ứng với nhu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực giáo dục đại học.

Từ khóa: nguồn nhân lực, giảng viên, Trường Đại học Đồng Tháp.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, tự chủ giáo dục được diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi cả nước. Cạnh tranh giữa các trường đại học, cao đẳng khi chạy đua về số lượng người học và chất lượng đào tạo đang dần trở nên mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Bởi lẽ, xu hướng tự chủ giáo dục bắt buộc các trường phải hoàn thiện trên tất cả các lĩnh vực, đặc biệt là khía cạnh phát triển chất lượng nguồn lực, trong đó lực lượng giảng viên, giáo viên là nòng cốt. Đây là nguồn lực trực tiếp, nhân tố có tính sống còn góp phần đảm bảo chất lượng đào tạo và hiệu quả của cạnh tranh trong giáo dục.

Để quản trị sự thay đổi thực sự diễn ra trong xu thế cạnh tranh giáo dục sâu và rộng thì việc đầu tiên cần tiến hành là: (1) Thu hút nguồn lực giảng viên có chất lượng; (2) Nâng cao chất lượng nguồn lực giảng dạy hiện tại. 2 yếu tố này có đóng góp vô cùng quan trọng góp phần đảm bảo hội nhập giáo dục, sự phát triển bền và vững của các trường.

Trường Đại học Đồng Tháp cũng đã và đang

trên đà hội nhập đa chiều trong lĩnh vực giáo dục, do vậy việc thu hút và nâng cao chất lượng nguồn lực giảng viên là điều vô cùng cần thiết. Tuy nhiên, công tác này vẫn đang là một bài toán khó tại Trường.

Chính vì lý do đó, tác giả tiến hành phân tích thực trạng đội ngũ giảng viên qua các năm, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm thu hút và nâng cao chất lượng nguồn lực này.

2. Nội dung

2.1. Thực trạng đội ngũ giảng viên tại Trường Đại học Đồng Tháp

- Về cơ cấu đội ngũ giảng viên, giáo viên theo chức danh học vị

Hình 1 cho thấy lực lượng cán bộ giảng viên có chức danh PGS ở mức ổn định xung quanh con số 10 người trong suốt 4 năm từ 2018 - 2021. Giảng viên có chức danh tiến sĩ mặc dù có tăng qua các năm, nhưng nhìn chung không đáng kể, trung bình mỗi năm tăng 2 tiến sĩ. Nhìn tổng thể qua 5 năm, số lượng giảng viên và giáo viên có xu hướng giảm từ

số lượng 539 (năm 2017) chỉ còn 437 (năm 2021) giảng viên, giáo viên. Số lượng này giảm mạnh trong 2 năm 2019 và 2020. Số lượng nguồn lực này còn nhiều biến động, những giảng viên có trình độ cao chưa có sự thay đổi và tăng trưởng theo đúng tiềm năng phát triển của Nhà trường. Cơ cấu nguồn nhân lực chất lượng cao vẫn còn có sự mất cân đối về số lượng. (Hình 1)

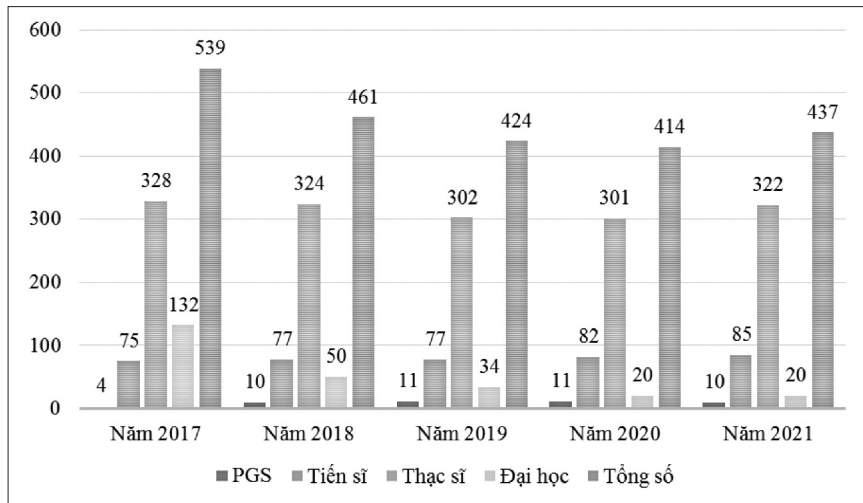
- Về số lượng đề tài khoa học và công nghệ các cấp, bài báo công bố giai đoạn 2017 - 2021

Qua Hình 2 cho thấy số lượng đề tài khoa học và công nghệ được thực hiện bởi cán bộ giảng viên nhìn chung tăng qua các năm nhưng chưa nhiều, chủ yếu đến từ việc gia tăng số lượng đề tài cấp cơ sở từ 9 đề tài (năm 2017) đến 43 đề tài (năm 2021). Đề tài khoa học công nghệ ở cấp Bộ và thuộc Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ quốc gia (Quỹ Nafosted) còn rất ít.

Trong 5 năm qua, Trường đã có sự tăng trưởng trong số lượng bài báo đăng tạp chí có chỉ số Scopus và WoS - hai gã khổng lồ của dữ liệu số (Hình 3). Đây là tín hiệu đáng mừng trong nghiên cứu khoa học. Tuy nhiên, số lượng bài đăng các tạp chí trong nước và quốc tế ngoài 2 tạp chí trên lại có xu hướng giảm mạnh.

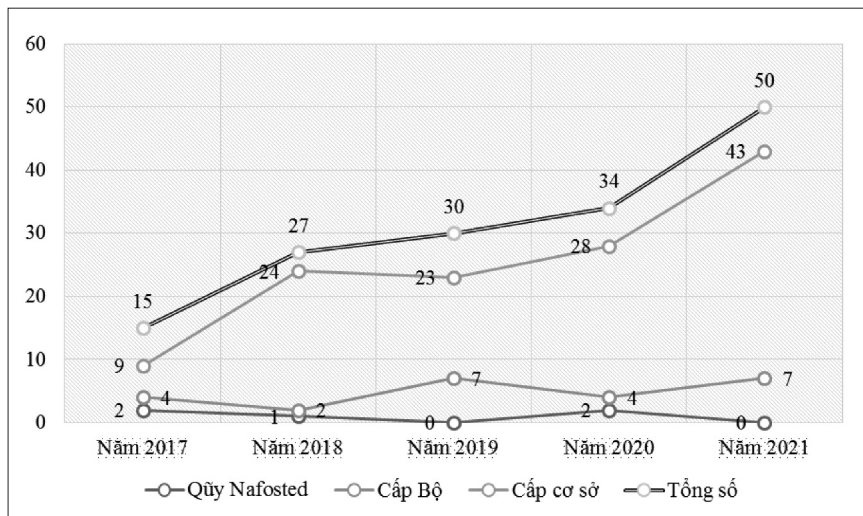
Như vậy, mặc dù có sự tăng trưởng trong một số khoản mục nghiên cứu khoa học, tuy nhiên việc đầu tư vào nghiên cứu có lẽ chưa thật sự được quan tâm. Cụ thể, số lượng các công trình nghiên cứu lớn còn hạn chế, số lượng bài đăng các tạp chí quốc tế uy tín vẫn còn ít và chưa có sự tăng trưởng ổn định.

Hình 1: Cơ cấu trình độ đội ngũ giảng viên và giáo viên 2017 - 2021



Nguồn: Báo cáo thường niên 2021 của Trường

Hình 2: Đề tài Khoa học và công nghệ các cấp giai đoạn 2017 - 2021



Nguồn: Báo cáo thường niên 2021 của Trường

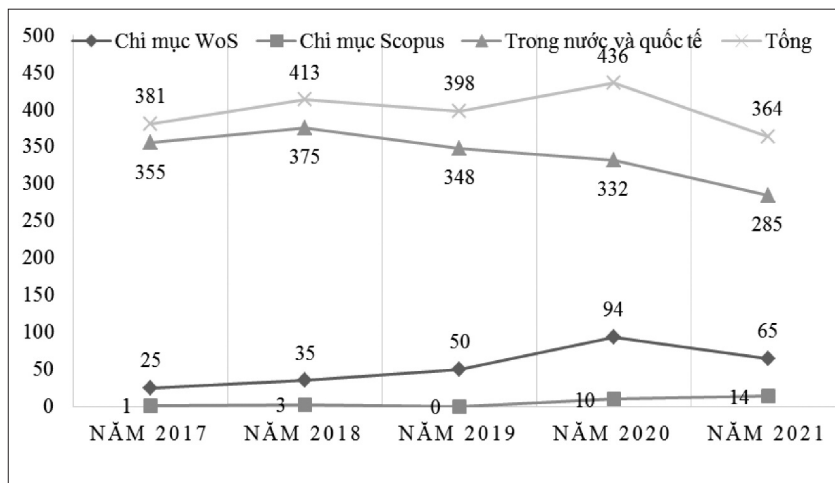
2.2. Một số hạn chế, bất cập

2.2.1. Trong thu hút nguồn lực

Nguồn nhân lực, đặc biệt trong thu hút nguồn nhân lực giảng dạy chất lượng cao là vấn đề cần được quan tâm hàng đầu. Tuy nhiên, với nhiều lý do từ cả môi trường bên ngoài và bên trong tổ chức, dẫn đến còn trở ngại trong thu hút những nguồn lực này.

- Việc đầu tiên cần phải đề cập đến là chế độ lương và đãi ngộ dành cho người lao động. Đây là

Hình 3: Bài báo công bố trên Tạp chí Khoa học giai đoạn 2017 - 2021



Nguồn: Báo cáo thường niên 2021 của Trường

một trong những yếu tố cản trở đầu tiên có sự ảnh hưởng lớn đến thu hút nguồn lực giảng dạy. Với những yêu cầu về trình độ đầu vào khác nhau, nhưng chế độ lương, thưởng, đãi ngộ nhìn chung không có sự chênh lệch. Chính yếu tố về chế độ lương, đãi ngộ đã tạo rào cản mạnh mẽ đến việc thu hút nguồn lực có trình độ cao. Cụ thể:

+ Lương: Đối với một ứng viên giảng dạy có trình độ thạc sĩ, khi mới tuyển dụng vào Trường sẽ được tính lương theo hệ số lương 2,67 với quy định tập sự 01 năm, chỉ hưởng 85% lương, cùng với việc trích nộp các khoản trích theo lương thì mức lương thực nhận của một giảng viên có trình độ thạc sĩ sẽ nằm dưới ngưỡng 4 triệu, chưa tính đến phụ cấp ưu đãi giảng dạy. Như vậy là khá thấp, điều này sẽ khó thu hút và giữ chân người mới.

+ Phụ cấp ưu đãi giảng dạy: Phụ cấp ưu đãi đối với nhà giáo hiện tại theo quy định tại Quyết định số 244/2005/QĐ-TTg ngày 06/10/2005 của Thủ tướng Chính phủ còn thấp và nhìn chung vẫn chưa thỏa đáng. Mức phụ cấp này là 25% đối với nhà giáo giảng dạy các ngành ngoài Sư phạm, 40% đối với các ngành Sư phạm trong các trường đại học, cao đẳng. Như vậy, cùng là giảng viên đại học, giảng dạy Sư phạm hay ngoài Sư phạm cũng là đào tạo con người tri thức, đáp ứng nhu cầu xã hội, không nên có sự phân biệt về chế độ này. Điều này đã tạo ra sự bất hợp lý và tạo sự lệch

pha, dẫn đến hạn chế nguồn lực giảng dạy các khối ngành ngoài Sư phạm, vì chế độ đãi ngộ thiếu hấp dẫn.

+ Các chế độ đãi ngộ khác: Trong thời điểm hiện tại, Nhà trường chưa có những chế độ đãi ngộ thật sự nổi bật trong thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, do nhiều hạn chế về nguồn lực tài chính của Nhà trường.

- Nguồn lực truyền thông (bao gồm cả nhân lực, tài lực và vật lực) mặc dù đã được Nhà trường quan tâm đầu tư phát triển, nhưng chỉ mới ở giai đoạn bước đầu. Các hoạt

động PR, truyền thông, tạo lập mối quan hệ với thị trường lao động còn rất nhiều hạn chế, chưa phát huy hiệu quả tích cực trong hoạt động truyền thông. Do đó, việc tiếp cận với nguồn lực chất lượng cao còn kém. Các nguồn tuyển dụng nhân sự chủ yếu đến từ mối quan hệ của cán bộ, giảng viên giới thiệu, thông tin hoặc thông qua các trang web, mạng xã hội của Nhà trường.

- Công tác quản trị các mối quan hệ của Nhà trường với các trường đại học, cao đẳng khác chưa được khai thác hiệu quả với mục đích thu hút con người, điều đó đã bỏ qua lợi thế chiêu mộ nhân tài thông qua mối quan hệ.

- Thu hút giảng viên cơ hữu sau khi có học vị tiến sĩ ở lại công tác cũng đang là vấn đề khó khăn mà Nhà trường phải đối mặt, bởi lẽ chưa có một chính sách đãi ngộ thỏa đáng nào được đưa ra khi họ hoàn thành xong chương trình đào tạo. Hiện tượng “chảy máu chất xám” cũng đã và đang diễn ra tại Trường.

2.2.2. Trong nâng cao chất lượng nguồn lực

- Mặc dù Nhà trường đã có nhiều chính sách hỗ trợ cho giảng viên tham gia học tập nâng cao trình độ. Tuy nhiên, với sự suy giảm về thu nhập trong suốt thời gian học tập đã tạo ra rào cản ảnh hưởng không nhỏ đến quyết định nâng cao trình độ của nhiều cán bộ.

- Các điều kiện tài chính khi thực hiện nghiên cứu khoa học nhìn chung đã được quan tâm, tuy

nhiên môi trường và điều kiện hỗ trợ nghiên cứu vẫn còn nhiều hạn chế.

- Bản thân cá nhân cán bộ còn thụ động trong việc nâng cao trình độ chuyên môn do những hạn chế về tài chính, khả năng nghiên cứu và ngoại ngữ.

2.3. Đề xuất một số giải pháp

- Trong thu hút nhân tài

Để thực hiện được điều này, việc đầu tiên cần làm là đề xuất Chính phủ xem xét điều chỉnh hệ số lương, phụ cấp ưu đãi của nhiều đối tượng thực hiện cùng nhiệm vụ giảng dạy trong lĩnh vực giáo dục đại học. Đây là nhóm đối tượng cần được quan tâm chăm lo đời sống, nhằm giúp cán bộ yên tâm nghiên cứu, nâng cao trình độ và chất lượng giảng dạy, gia tăng chất lượng đào tạo nguồn lực tri thức cho quốc gia.

Trong thu hút nhân lực, Nhà trường phải giải quyết được bài toán: vừa đạt được mục tiêu chất lượng của tổ chức, vừa thỏa mãn nhu cầu của người lao động, tức là phải nỗ lực trong việc trình bày kế sách lộ trình, tăng lương, thưởng, các chế độ đãi ngộ riêng phù hợp trong giai đoạn cạnh tranh người tài gay gắt như hiện nay. Tất nhiên với chính sách đãi ngộ tương ứng cũng vạch rõ những điều kiện cần phải đạt của ứng viên và đãi ngộ xứng đáng với hiệu quả công việc tương ứng. Quan tâm đãi ngộ dựa trên hiệu quả công việc không chỉ làm tăng năng suất cho người lao động, mà còn thỏa mãn được nhu cầu thể hiện bản thân của một cán bộ tri thức.

Nghiên cứu đến việc hình thành và phát triển các phúc lợi cho giảng viên mới như bố trí nhà ở, bố trí công việc cho vợ/chồng, cơ hội học tập của con cái, chế độ thưởng, du lịch, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, phát triển cá nhân,... Xem xét nguồn lực để tạo ra các “Quý khởi động” cho giảng viên mới, đặc biệt là các giảng viên có trình độ cao. Điều này tạo tiền đề thu hút nhân tài.

Trong lộ trình xây dựng và thực thi chiến lược phát triển của Nhà trường, cần làm rõ đâu là yếu tố then chốt góp phần mang lại thành công của chiến lược, từ đó hình thành các giải pháp thu hút nhân lực từ khâu chính sách, quảng bá, xác định các tiêu chí tuyển dụng, đến sử dụng và giữ chân người tài. Ngay cả việc mở mã ngành mới phù hợp xu thế cạnh tranh thì phải có nguồn lực. Muốn có

nguồn lực, phải có cơ chế thu hút và giữ chân người tài. Muốn có cơ chế hấp dẫn phải giải quyết được các vấn đề xung quanh việc đáp ứng các yêu cầu xung quanh việc hình thành và duy trì, phát triển cơ chế đó. Nếu thiếu quan tâm đến một trong những mắc xích tuyển - dùng - giữ, thì chiến lược phát triển rất khó dẫn đến thành công.

Tiến hành hoàn thiện đội ngũ truyền thông, xây dựng và quảng bá chính sách thu hút nguồn lực một cách rộng rãi, từ đó mở rộng không gian tiếp cận với nguồn lực chất lượng tiềm năng, gia tăng hiệu quả tuyển dụng.

- Tăng nguồn thu tài chính trong giai đoạn tự chủ giáo dục

Mở nhiều mã ngành mới dựa trên nguồn lực nội tại để tăng thu nhập và có lộ trình giải quyết các khó khăn cho việc hình thành các mã ngành mới, đặc biệt là các mã ngành cao học và các mã ngành mang tính thời sự.

Hợp tác với các tổ chức, doanh nghiệp, các trường đại học, cao đẳng, trung cấp trong khu vực là vô cùng cần thiết. Hợp tác, liên kết với tổ chức, doanh nghiệp không những tạo thêm cơ hội việc làm cho sinh viên tốt nghiệp, mà còn gia tăng hiệu quả huy động nguồn tài trợ; Mở rộng mối quan hệ theo chiều rộng, có lộ trình hợp tác theo chiều sâu trên cơ sở đôi bên cùng có lợi với các trường, đồng thời cũng là cơ hội để tiếp cận các chương trình, hoạt động tăng nguồn thu cho cán bộ, giảng viên và Nhà trường.

Tăng cường xây dựng và triển khai các mô đun, các khóa học ngắn hạn, các chương trình hợp tác đào tạo với trường phổ thông, các tổ chức, doanh nghiệp. Tuy nhiên, phải hết sức lưu ý đến nguồn lực từ nhân viên đến giảng viên trong triển khai hoạt động này. Đây là nhóm nguồn lực phải đạt đủ các tiêu chí về tính chuyên nghiệp về phong cách, năng lực chuyên môn, năng lực giảng dạy; hoạt ngôn, có tư chất đạo đức, khả năng tạo lập và duy trì mối quan hệ tốt.

Khi digital marketing đang thịnh hành, việc hình thành, phát triển một đội ngũ marketing chuyên biệt, chịu trách nhiệm hoạch định, xây dựng, triển khai và đánh giá hiệu quả qua từng hoạt động, từng thời kỳ phải được đầu tư và quan tâm đúng mức.

Hình thành đội ngũ cộng tác viên tư vấn, tiếp cận các trường THPT, tổ chức, doanh nghiệp và

tiếp cận sâu, sát với các nhu cầu phát sinh mới của họ. Từ đó, đáp ứng nhu cầu thông qua hàng loạt các hoạt động giải quyết nhu cầu.

- *Nâng cao chất lượng nguồn lực cán bộ giảng dạy*

Trong quản trị, nguồn nhân lực được xem là tài sản quý báu nhất của Nhà trường, là tài sản cần được đầu tư phát triển lâu dài và việc đầu tư nâng cao chất lượng nguồn lực chính là đầu tư cho sự phát triển.

Xây dựng văn hóa Nhà trường trong học tập, nghiên cứu, hợp tác trong môi trường giáo dục là việc đầu tiên nên làm. Việc làm này không chỉ nằm trên văn bản, mà cần phải được triển khai sâu, rộng đến từng cán bộ giảng viên, từ việc hoàn thiện các biểu trưng trực quan đến việc phát triển các biểu trưng phi trực quan của văn hóa, đặc biệt là các hệ giá trị và triết lý văn hóa học đường. Thấm nhuần tư tưởng văn hóa tích cực mới có thể thay đổi động lực học tập, nghiên cứu.

Lãnh đạo cấp đơn vị phải là người thường xuyên truyền lửa, nêu gương trong giảng dạy, nghiên cứu và các hoạt động có liên quan khác, tạo động lực cho cán bộ giảng dạy nâng cao chất lượng.

Nhà trường cần nghiên cứu, xây dựng chính sách đảm bảo thu nhập (không thấp hơn ngưỡng thu nhập khi giảng viên tham gia nâng cao trình độ chuyên môn), chính sách thúc đẩy cán bộ học tập kèm theo những cam kết sau khi hoàn thành việc học. Với những hỗ trợ đảm bảo nhu cầu sống của gia đình người học, sự động viên quan tâm đến cán bộ đi học sẽ là nguồn động lực lớn lao, khuyến

khích thúc đẩy giảng viên tích cực nâng cao trình độ chuyên môn.

Hoàn thiện môi trường làm việc, môi trường nghiên cứu khoa học từ khâu tạo phong trào nghiên cứu đến các điều kiện mở có liên quan cùng hoạt động hỗ trợ nghiên cứu khoa học.

Trường xây dựng thêm nhiều khóa học kỹ năng có liên quan đến phương pháp giảng dạy tích cực, tư duy dịch vụ khách hàng trong giáo dục, giao tiếp, ứng dụng công nghệ thông tin đến giảng dạy,... đến cán bộ, giảng viên, nhằm từng bước hoàn thiện năng lực giảng dạy, năng lực chuyên môn.

Bản thân cá nhân phải chủ động tự học, chủ động tìm hiểu chuyên môn, ngoại ngữ và ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác giảng dạy, nghiệp vụ và chủ động tham gia các khóa học miễn phí để nâng cao năng lực.

3. Kết luận

Những vấn đề đang tồn tại trong quản trị nguồn nhân lực tại Trường Đại học Đồng Tháp cho thấy việc thu hút và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực vẫn đang còn là trở ngại của Nhà trường, với những trở ngại về nguồn lực tài chính và khả năng thích ứng nhanh với sự đổi mới từ tư duy quản trị thuần giáo dục sang tư duy quản trị định hướng dịch vụ khách hàng trong giáo dục. Từ thực tiễn nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp với mong muốn được góp phần giải quyết những bất cập trong công tác quản trị nguồn nhân lực tại Trường Đại học Đồng Tháp và nâng cao năng lực cạnh tranh của Trường trong xu thế phát triển mới của đất nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Thủ tướng Chính phủ (2005), *Quyết định số 244/2005/QĐ-TTg ngày 6 tháng 10 năm 2005 về Chế độ phụ cấp ưu đãi đối với nhà giáo đang trực tiếp giảng dạy trong các cơ sở giáo dục công lập.*
2. Chính phủ (2004), *Nghị định số 204/2004/NĐ-CP ngày 14/12/2004 về việc Chế độ tiền lương đối với cán bộ, công chức, viên chức và lực lượng vũ trang.*
3. Chính phủ (2019), *Nghị định số 38/2019/NĐ-CP ngày 09 tháng 05 năm 2019 về việc Quy định mức lương cơ sở đối với cán bộ, công chức, viên chức và lực lượng vũ trang.*
4. Bộ Nội vụ (2019), *Thông tư số 04/2019/TT-BNV ngày 24 tháng 05 năm 2019 về việc Hướng dẫn thực hiện mức lương cơ sở đối với các đối tượng hưởng lương, phụ cấp trong các cơ quan, tổ chức, đơn vị sự nghiệp công lập của Đảng, Nhà nước, tổ chức Chính trị - Xã hội và Hội.*

5. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2020), *Thông tư số 40/2020/TT-BGDĐT ngày 26 tháng 10 năm 2020 về việc Quy định mã số, tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp, bổ nhiệm và xếp lương đối với viên chức giảng dạy trong các cơ sở giáo dục đại học công lập.*
6. Đặng Văn Em, Đào Văn Hân (2020), Một số giải pháp thu hút nguồn nhân lực giảng viên tại các cơ sở giáo dục đại học, *Tạp chí Giáo dục*, Số đặc biệt kỳ 2 tháng 5/2020, tr. 27-32.
7. Lê Thị Kim Huệ (2015), Kinh nghiệm thu hút nhân tài ở một số nước và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam hiện nay, *Tạp chí nghiên cứu Tài chính - Marketing*, số 31, tháng 12/2015, tr.91-96.
8. Vũ Trà Giang, Trần Toàn Trung (2019), Đổi mới tư duy quản lý giáo dục ở Việt Nam trong thời kỳ hội nhập, *Tạp chí Quản lý Nhà nước*, số 286, tháng 11/2019, tr.1-9.

Ngày nhận bài: 13/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. PHẠM ÁNH TUYẾT^{1*}

2. ThS. NGUYỄN THỊ BÍCH THUẬN¹

¹Khoa Kinh tế - Trường Đại học Đồng Tháp

(*Tác giả chính, tác giả liên hệ của bài báo)

SOME SOLUTIONS TO ATTRACT NEW FACULTY MEMBERS AND IMPROVE THE TEACHING QUALITY OF DONG THAP UNIVERSITY

● Master. **PHAM ANH TUYET**¹

● Master. **NGUYEN THI BICH THUAN**¹

¹Faculty of Economics, Dong Thap University

ABSTRACT:

This paper describes the situation of Dong Thap University's faculty members over the last five years. The paper points out limitation and inadequacies in the university's human resource management. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to attract new faculty members and improve the university's teaching quality to enhance the university's competitiveness in the higher education field.

Keywords: human resources, lecturers, Dong Thap University.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUY MÔ NGUỒN ĐIỆN NĂNG LƯỢNG TÁI TẠO TRONG QUY HOẠCH HỆ THỐNG ĐIỆN VIỆT NAM

● DƯƠNG TRUNG KIÊN - ĐOÀN NGỌC DƯƠNG

TÓM TẮT:

Năng lượng tái tạo (NLTT) đã và đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong cơ cấu năng lượng trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Các nguồn điện NLTT về cơ bản không phát thải, góp phần đa dạng hóa nguồn cung và đảm bảo an ninh năng lượng cho phát triển bền vững. Việc tính toán lựa chọn quy mô và tỷ trọng phù hợp của loại hình nguồn điện này trong tổng thể hệ thống nguồn phát là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của quy hoạch phát triển hệ thống điện quốc gia Việt Nam thời kỳ tới. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả nghiên cứu và đánh giá các yếu tố chính ảnh hưởng đến quy mô nguồn điện NLTT trong bài toán quy hoạch.

Từ khóa: năng lượng tái tạo, quy hoạch hệ thống điện.

1. Đặt vấn đề

Cùng với xu hướng phát triển mạnh mẽ trên thế giới, thời gian qua các nhà máy điện NLTT đã nhận được sự quan tâm đầu tư rất lớn ở nước ta, bổ sung kịp thời lượng công suất nguồn điện nhằm đáp ứng phụ tải, bù đắp cho các nguồn tài nguyên năng lượng sơ cấp không tái tạo đang dần cạn kiệt. Các nguồn điện NLTT về cơ bản không phát thải, góp phần đa dạng hóa nguồn cung và đảm bảo an ninh năng lượng cho phát triển bền vững của đất nước.

Từ góc độ quy hoạch phát triển hệ thống điện quốc gia (HTĐ), hệ thống nguồn điện NLTT cần được tính toán lựa chọn một cách hợp lý, có chương trình phát triển phù hợp nhằm phát huy và tận dụng tối đa nguồn tài nguyên NLTT, đồng thời giảm thiểu các bất cập phát sinh trong quá trình phát triển. Trong đó, một trong những nhiệm vụ trọng tâm là nghiên cứu nhận diện, đánh giá các yếu tố

ảnh hưởng chính đến quy mô và cơ cấu của loại hình nguồn điện quan trọng này để xem xét, tích hợp vào mô hình tính toán và phản ánh qua kết quả đầu ra của bài toán quy hoạch. Các yếu tố cần xem xét bao gồm các chỉ tiêu định hướng, chính sách, cũng như các vấn đề về kinh tế - kỹ thuật như được trao đổi dưới đây.

2. Hiện trạng và tiềm năng phát triển nguồn điện năng lượng tái tạo

2.1. Hiện trạng phát triển nguồn điện năng lượng tái tạo trong hệ thống điện Việt Nam

2.1.1. Hiện trạng hệ thống điện Việt Nam

Theo [4], HTĐ Việt Nam là một trong những HTĐ có tốc độ tăng trưởng cao trên thế giới trong giai đoạn 2011 - 2020. Sản lượng điện thương phẩm toàn quốc năm 2020 đạt 216,8 tỷ kWh, tăng 2,5 lần so với năm 2010 (85,6 tỷ kWh), tương ứng tăng trưởng điện thương phẩm bình quân cả giai đoạn 2011 - 2020 là 9,7%/năm (giai đoạn 2011 - 2015

tăng 10,9%/năm và giai đoạn 2016 - 2020 tăng 8,6%/năm).

Tốc độ tăng trưởng công suất cực đại (Pmax) toàn hệ thống và các miền tương đồng với tăng trưởng điện thương phẩm. Năm 2020, công suất cực đại (Pmax) toàn hệ thống đạt trên 38.600 MW. Trong cả giai đoạn 2010 - 2020, tăng trưởng Pmax là 9,6%/năm.

2.1.2. Quy mô hệ thống nguồn điện

Đến hết năm 2020, HTĐ Việt Nam có tổng công suất lắp đặt nguồn điện khoảng 69.300 MW, đứng thứ 2 khu vực ASEAN và thứ 23 trên thế giới. Hệ thống điện Việt Nam có sự tham gia của nhiều loại hình nguồn điện dựa trên các nguồn năng lượng sơ cấp khác nhau, thể hiện sự đa dạng nguồn cấp điện cho hệ thống. Giai đoạn 2011 - 2020, tổng công suất nguồn tăng thêm vào khoảng 48.900 MW, tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm 13,00%/năm.

Các loại hình nguồn điện phân bố không đều theo các miền do đặc thù phân bố tiềm năng năng lượng sơ cấp. Nguồn nhiệt điện than tập trung tại miền Bắc và miền Nam. Các nhà máy điện tua bin khí chu trình hỗn hợp sử dụng nhiên liệu khí tự nhiên (khai thác chủ yếu ở ngoài khơi Đông Nam bộ). Nguồn điện mặt trời (ĐMT) và điện gió tập trung tại

khu vực Nam Trung bộ và miền Nam, nơi có tiềm năng tốt nhất cả nước. (Hình 1)

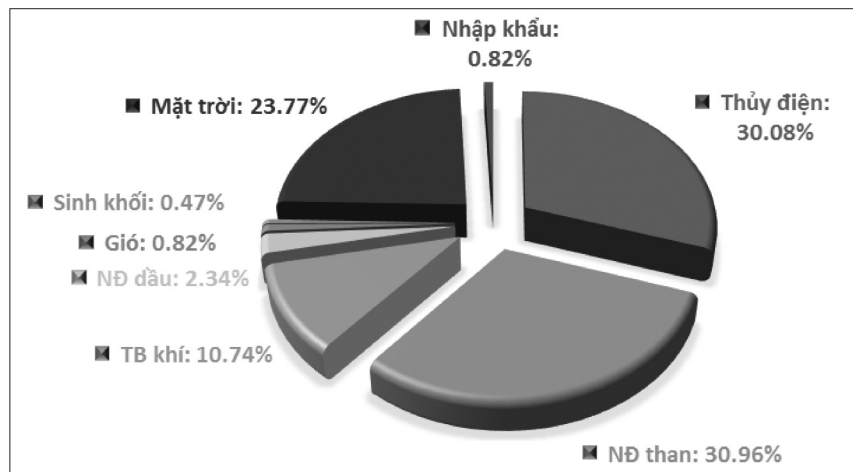
2.2. Tiềm năng và hiện trạng phát triển nguồn điện năng lượng tái tạo

2.2.1. Tiềm năng năng lượng tái tạo cho phát điện tại Việt Nam

Ngoại trừ các nguồn tiềm năng thủy điện đã cơ bản được khai thác và đưa vào sử dụng, Việt Nam có tiềm năng khá lớn về các nguồn NLTT khác cho phát điện, chủ yếu ở 2 dạng năng lượng gió và bức xạ mặt trời (quang năng). Đây cũng là 2 dạng NLTT được khai thác và sử dụng cho phát điện phổ biến nhất trên thế giới hiện nay.

Qua tổng hợp đánh giá từ các nghiên cứu, khảo sát tính toán trong và ngoài nước, tiềm năng kỹ thuật các nguồn NLTT chủ yếu được tổng hợp trong Bảng 1.

Hình 1: Cơ cấu công suất đặt nguồn điện toàn quốc năm 2020 (%)



Bảng 1. Tiềm năng kỹ thuật các nguồn NLTT chủ yếu trên phạm vi cả nước

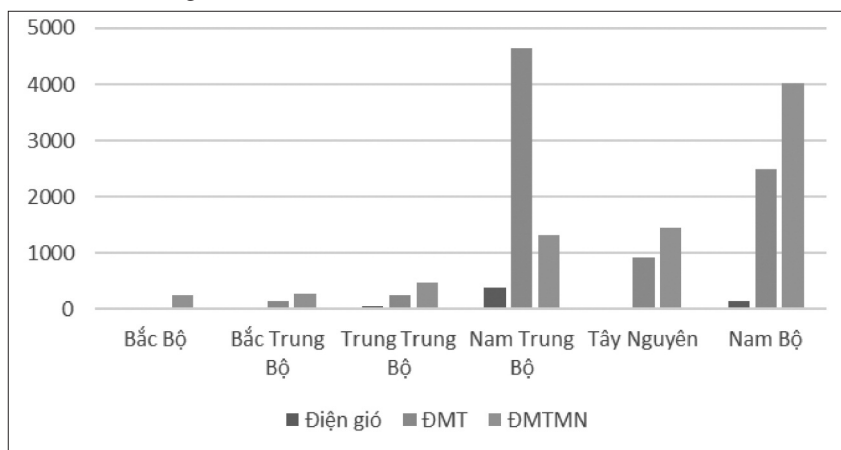
TT	Loại hình NLTT	Tiềm năng (MW)	Ghi chú
1	Điện mặt trời		
	- Mặt đất, lòng hồ	463.000	Tập trung chủ yếu ở khu vực Nam Trung bộ, Tây Nguyên và Nam bộ
	- Áp mái	48.000	Chủ yếu ở các đô thị lớn miền Nam
2	Điện gió trên bờ/ ven bờ	57.000	Tiềm năng gió 5,5 - 6 m/s trở lên; tập trung chủ yếu ở Nam Trung bộ, Tây Nam bộ
3	Điện gió ngoài khơi	162.000	Tiềm năng gió 6 m/s trở lên; tập trung chủ yếu ở ngoài khơi Nam Trung bộ, Tây Nam bộ, Đông Bắc bộ

Nhìn chung, tiềm năng NLTT của nước ta tuy khá dồi dào, nhưng phân bố không đều theo 3 miền. Khu vực Nam Trung bộ, Nam bộ có tiềm năng tốt cả về ĐMT, điện gió trên bờ và ngoài khơi, trong khi tại miền Bắc chỉ có khu vực Đông Bắc bộ có tiềm năng trung bình về điện gió ngoài khơi.

2.2.2. *Hiện trạng phát triển điện năng lượng tái tạo*

Trong vài năm trở lại đây, quy mô các nguồn điện NLTT đã có bước phát triển rất nhanh. Công suất nguồn ĐMT tăng từ mức không đáng kể năm 2018 lên gần 16.500 MW năm 2020 - chiếm 23,8% tổng công suất lắp đặt nguồn điện của cả nước. Tổng công suất điện gió năm 2020 khoảng 570 MW - chiếm khoảng 0,8% tổng công suất nguồn điện. Năm 2020, điện sản xuất của các nguồn điện gió và ĐMT đạt 11,7 tỷ kWh, chiếm khoảng 4% tổng sản lượng toàn hệ thống. Các nguồn NLTT tập trung chủ yếu ở các tỉnh có nhiều tiềm năng tại miền Trung và miền Nam. (Hình 2)

Hình 2: Phân bố công suất lắp đặt nguồn điện (MW) theo các vùng năm 2020



Các nguồn điện NLTT là sự bổ sung quý giá thời gian qua trong bối cảnh nhiều nguồn điện truyền thống triển khai chậm vì nhiều lý do khác nhau. Tuy nhiên, các nguồn điện NLTT do được triển khai nhanh trong thời gian ngắn với quy mô lớn, mất cân đối (tập trung chủ yếu tại Nam Trung Bộ và Nam Bộ) cũng gây những bất cập và ảnh hưởng tiêu cực đến tính hiệu quả, kinh tế và sự phát triển bền vững của ngành Điện. Nhiệm vụ đặt ra

cho bài toán quy hoạch HTĐ giai đoạn tới là tính toán lựa chọn một cách hợp lý quy mô và cơ cấu nguồn điện NLTT nhằm phát huy và tận dụng tối đa nguồn tài nguyên NLTT, đồng thời giảm thiểu các bất cập đó.

3. Nhận diện các yếu tố chính ảnh hưởng đến quy mô nguồn năng lượng tái tạo trong hệ thống điện Việt Nam

3.1. Các tiêu chí, định hướng về chính sách

Các tiêu chí chính sách có tính chất vĩ mô của Nhà nước nhằm định hướng sự phát triển của ngành Năng lượng, Điện lực Việt Nam theo các mục tiêu, cam kết giảm phát thải, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

3.1.1. Tỷ trọng năng lượng tái tạo trong tổng cung năng lượng sơ cấp

+ Yêu cầu tỷ trọng NLTT trong tổng cung năng lượng sơ cấp được nêu trong [1] và [2], trong đó xác định đến năm 2030, tỷ lệ đóng góp của các nguồn NLTT (bao gồm cả thủy điện) trong tổng cung năng lượng sơ cấp phải đạt khoảng 15 - 20% vào năm 2030 (ước tính trong khoảng 154 - 208 tỷ kWh). Đây là tiêu chí mà kịch bản phát triển nguồn điện theo mô hình bài toán quy hoạch cần đáp ứng.

Đánh giá cho thấy, tiêu chí này ít ảnh hưởng đến quy mô tính toán nguồn điện NLTT trong HTĐ do phải đáp ứng theo tiêu chí này khá rộng, kết quả tính toán của mô hình dễ dàng đạt được yêu cầu.

3.1.2. Ràng buộc về phát thải khí nhà kính của hệ thống điện

Theo [3], kịch bản quy hoạch phát triển nguồn điện phải đảm bảo giảm phát thải khí nhà kính (KNK) của HTĐ năm 2030 ít nhất 9% so với kịch bản cơ sở (BAU - theo tính toán khoảng 300 triệu tấn CO2). Lượng giảm này chủ yếu qua việc phát triển các nguồn điện NLTT mới, thay vì các nguồn nhiệt điện than truyền thống như đã quy hoạch trước đây.

Để nhận thấy, ràng buộc về mức độ giảm phát

thải KNK có ảnh hưởng quan trọng và trực tiếp đến tỷ trọng nguồn điện NLTT mới, cũng như nguồn nhiệt điện (than, khí) trong HTĐ Việt Nam năm 2030 mà bài toán quy hoạch nguồn tối ưu cần xác định.

3.2. Các yếu tố ràng buộc về kỹ thuật

3.2.1. Tiềm năng kỹ thuật của các loại hình nguồn điện năng lượng tái tạo

Cơ sở kỹ thuật quan trọng nhất để mô hình tính toán lựa chọn quy mô phù hợp của các nguồn điện NLTT trong kỳ quy hoạch là tiềm năng thực tế của các nguồn này. Nước ta có 2 nguồn NLTT quan trọng nhất là điện gió và ĐMT với tiềm năng được đánh giá là khá lớn, ước tính đạt trên 700 GW. Tuy vậy, phân bố tiềm năng không đồng đều theo vùng, miền. Những khu vực có tiềm năng điện gió, ĐMT tốt nhất, dễ khai thác nhất (như Nam Trung bộ, Tây Nam bộ) lại có nhu cầu tại chỗ thấp, cách xa các trung tâm phụ tải lớn như vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ, vùng TP. Hồ Chí Minh v.v... Do vậy, quy mô công suất NLTT phát triển ở các khu vực này cần được tính toán về lợi ích - chi phí khi tính đến mức độ cân đối nguồn - phụ tải và vấn đề truyền tải điện đi xa.

Đánh giá cho thấy, mức độ tác động của yếu tố này đến quy mô nguồn điện NLTT năm 2030 không lớn, do tiềm năng có thể phát triển được ở mỗi vùng miền về cơ bản vẫn cao hơn lượng công suất NLTT cần thiết tương ứng.

3.2.2. Đặc điểm công suất phát của các loại hình nguồn điện năng lượng tái tạo gió, mặt trời

Đặc điểm công suất phát của các nguồn điện NLTT chủ yếu (gió, mặt trời) có tính bất định cao, phụ thuộc vào thời tiết, thời điểm. Với đặc điểm đó, các nguồn NLTT bất định chỉ có thể tham gia được một phần vào biểu đồ công suất phát chung của cả hệ thống. Để có thể huy động được nhiều hơn các nguồn NLTT, hệ thống cần phải đầu tư nhiều hơn các nguồn điện linh hoạt/ dự phòng để bù đắp và hỗ trợ cho các nguồn NLTT và phủ đỉnh biểu đồ phụ tải. Điều này có thể làm tăng chi phí, do vậy sẽ là một ràng buộc của mô hình tính toán tối ưu.

Đánh giá cho thấy, yếu tố này có ảnh hưởng ở mức trung bình đến quy mô tính toán nguồn NLTT trong HTĐ. Quy mô nguồn ĐMT chịu ảnh hưởng

lớn nhất, do công suất phát theo ngày gần như không thay đổi, kém linh hoạt. Các nguồn điện gió chịu ảnh hưởng ít hơn, do phân bố gió đều hơn trong ngày và khác nhau theo vùng, miền, đặc biệt là gió ngoài khơi.

3.2.3. Giới hạn công suất truyền tải 500kV liên miền

Về nguyên tắc, tùy theo các phương án phát triển nguồn điện, mô hình tính toán tối ưu HTĐ lựa chọn cơ cấu nguồn điện kết hợp với lưới điện truyền tải liên vùng/ miền có chi phí thấp nhất. Tuy vậy, với lưới điện cụ thể của Việt Nam, giới hạn công suất truyền tải 500kV liên vùng/ miền tại một số “nút” như giao diện truyền tải Bắc Trung Bộ - Bắc Bộ, giao diện Nam Trung Bộ - Nam Bộ phải được xem xét do giới hạn vật lý hiện hữu cũng như thực tế không thể phát triển thêm đường dây truyền tải mới.

Ràng buộc kỹ thuật trên sẽ tác động đến tính toán của mô hình theo hướng phân bố các nguồn điện cân đối hơn theo nhu cầu phụ tải của các vùng, miền. Tỷ trọng các nguồn điện NLTT (gió, mặt trời) do vậy cũng sẽ chịu tác động. Đánh giá cho thấy, yếu tố này có ảnh hưởng ở mức trung bình đến quy mô tính toán nguồn NLTT trong HTĐ.

3.2.4. Chỉ số độ tin cậy cung cấp điện

Chỉ số độ tin cậy cung cấp điện của hệ thống (hay xác suất mất khả năng cấp điện cho phụ tải trong năm, LOLE - Loss Of Load Expectation). Việc lựa chọn giá trị LOLE phù hợp là bài toán lợi ích - chi phí giữa việc giảm được chi phí đầu tư (và duy trì sẵn sàng) lượng công suất nguồn và tổn thất kinh tế gây ra khi không đáp ứng đủ điện cho nền kinh tế. Với điều kiện của Việt Nam, tiêu chí độ tin cậy cung cấp điện LOLE trong khoảng 12 - 24 giờ/năm cho giai đoạn 2021-2030 được đánh giá là phù hợp, trong đó mức yêu cầu sẽ cao hơn về cuối giai đoạn quy hoạch. Chỉ số LOLE càng thấp nghĩa là độ sẵn sàng cấp điện của hệ thống phải càng cao, tương ứng tỷ lệ dự phòng công suất đặt của hệ thống phải càng lớn, hay lượng công suất lắp đặt của các nguồn NLTT như ĐMT, điện gió sẽ cho phép cao hơn.

Như vậy, tiêu chí LOLE có ảnh hưởng quan trọng và trực tiếp đến quy mô tổng công suất nguồn

điện nói chung, cũng như tỷ trọng nguồn điện NLTT nói riêng. Ràng buộc này cần được đánh giá và phản ánh trong mô hình tính toán quy hoạch.

3.3. Các yếu tố về chi phí, giá

3.3.1. Chỉ tiêu kinh tế - kỹ thuật của các loại hình nguồn điện năng lượng tái tạo

Các chỉ tiêu kỹ thuật - kinh tế của các loại hình nguồn điện gồm các đặc tính như hiệu suất sản xuất điện, suất tiêu hao nhiên liệu, suất phát thải... và các dữ liệu về kinh tế như suất đầu tư (USD/ kW), chi phí O&M. Một cách tổng hợp, các chỉ tiêu này được phản ánh qua chi phí sản xuất điện quy dẫn (LCOE). Về nguyên tắc, nguồn điện có LCOE thấp hơn sẽ được ưu tiên lựa chọn, tuy nhiên yếu tố giảm thiểu truyền tải xa, chi phí hệ thống và đặc điểm công suất phát có thể hạn chế phát triển quá mức nguồn điện NLTT giá rẻ nào đó tại các vùng/ miền nhất định. Ràng buộc này được phản ánh trong mô hình tính toán tối ưu quy hoạch nguồn điện.

Đánh giá cho thấy yếu tố này có ảnh hưởng khá lớn đến quy mô các nguồn NLTT trong HTĐ. Nguồn điện NLTT có chi phí sản xuất điện càng thấp thì khả năng được chọn càng cao. Thêm nữa, chi phí sản xuất điện khác nhau theo vùng, miền, thời gian cũng tác động trực tiếp đến lượng công suất huy động và sản lượng điện phát trên HTĐ của nguồn điện tương ứng.

3.3.2. Chi phí ngoại sinh của hệ thống

Chi phí ngoại sinh của hệ thống điện (external costs) là các chi phí/thiệt hại mà xã hội và môi trường nói chung phải gánh chịu do phát thải khí từ các nhà máy điện. Tham khảo kinh nghiệm nước ngoài và phù hợp với xu thế chung trên thế giới, chi

phí ngoại sinh của các loại hình phát thải khí (SO_x, NO_x và PM_{2.5}) và chi phí CO₂ được xem xét đưa vào mô hình tính toán quy hoạch HTĐ.

Đánh giá cho thấy yếu tố này có ảnh hưởng không lớn đến quy mô tính toán của các nguồn NLTT trong HTĐ (với chi phí CO₂ được lựa chọn ở mức thấp). Chi phí ngoại sinh làm tăng lợi thế của các nguồn điện NLTT do gián tiếp làm tăng chi phí sản xuất điện của các nguồn nhiệt điện truyền thống (than, khí) trong mô hình cạnh tranh. Về cơ bản, chi phí ngoại sinh tỷ lệ thuận với quy mô nguồn NLTT và tỷ lệ nghịch với quy mô nhiệt điện than, khí.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy cơ cấu, quy mô phát triển của nhóm nguồn điện NLTT đến năm 2030, trong đó chủ yếu là điện mặt trời, điện gió phụ thuộc chủ yếu vào các yếu tố sau:

- Mức độ giảm phát thải KNK phải đạt được theo NDC2020 - thể hiện cam kết quốc gia của Việt Nam với quốc tế trong nỗ lực chung cắt giảm phát thải KNK.

- Đặc tính kinh tế - kỹ thuật của loại hình nguồn điện NLTT (đặc biệt là chi phí sản xuất điện).

- Chỉ số độ tin cậy cung cấp điện của hệ thống (LOLE).

Bên cạnh đó, một số yếu tố khác có ảnh hưởng, nhưng ở mức trung bình hoặc không lớn, gồm: tiềm năng kỹ thuật của các loại hình nguồn điện NLTT; đặc tính công suất phát của loại hình nguồn điện NLTT; chi phí ngoại sinh của hệ thống (các chi phí liên quan đến phát thải khí và CO₂); giới hạn truyền tải trên lưới điện 500kV truyền tải liên miền ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Chính trị (2020), *Nghị quyết số 55-NQ/TW ngày 11/2/2020 về định hướng Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*
2. Thủ tướng Chính phủ (2015), *Quyết định số 2068/QĐ-TTg ngày 25/11/2015 phê duyệt Chiến lược phát triển năng lượng tái tạo Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.*
3. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2020), *Đóng góp do quốc gia tự quyết định của Việt Nam (NDC).*
4. Viện Năng lượng (2021), *Dự thảo Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045 (phiên bản tháng 10/2021).*

Ngày nhận bài: 14/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. DƯƠNG TRUNG KIÊN¹

2. ĐOÀN NGỌC DƯƠNG²

¹Trường Đại học Điện lực

²Viện Năng lượng

**FACTORS AFFECTING THE SCALE OF RENEWABLE ENERGY
SOURCES IN THE NATIONAL POWER SYSTEM
DEVELOPMENT PLANNING OF VIETNAM**

● Ph.D DUONG TRUNG KIEN¹

● DOAN NGOC DUONG²

¹Electric Power University

²Institute of Energy

ABSTRACT:

Renewable energy is playing an increasingly important role in the energy structure of the world in general and Vietnam in particular. Renewable energy sources basically do not produce carbon emissions as part of the electricity generation process. They contribute to the energy diversification process and ensure the energy security for a sustainable development. Calculating and selecting the appropriate scale and proportion of renewable energy sources in the power system are key tasks of Vietnam's national power system development planning in the coming period. This study examines the factors affecting the scale of renewable energy sources in the national power system development planning of Vietnam.

Keywords: renewable energy, power system planning.

NGHIÊN CỨU NĂNG LỰC CẠNH TRANH MARKETING ĐỘNG CỦA CÁC SIÊU THỊ ĐIỆN MÁY TRÊN THỊ TRƯỜNG THÀNH PHỐ HÀ NỘI VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

● NGUYỄN TIẾN DŨNG

TÓM TẮT:

Trong kinh doanh hiện đại, để thích ứng với diễn biến của thị trường, môi trường kinh doanh đòi hỏi các siêu thị điện máy phải nâng cao năng lực cạnh tranh marketing động. Bài viết phân tích thực trạng đồng thời đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực marketing động của các siêu thị điện máy trên thị trường TP. Hà Nội.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh marketing động, siêu thị điện máy, thị trường, thành phố Hà Nội.

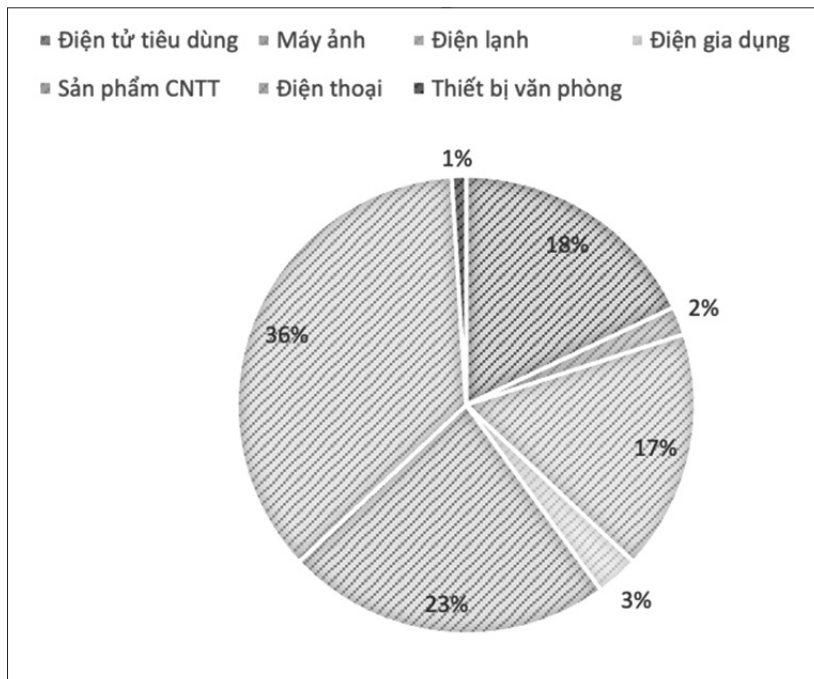
1. Thực trạng và những vấn đề đặt ra về năng lực cạnh tranh marketing động của các siêu thị điện máy (STĐM) trên thị trường TP. Hà Nội

Trên thị trường TP. Hà Nội hiện nay có khoảng 3.900 doanh nghiệp hoạt động kinh doanh bán lẻ, trong đó có khoảng gần 500 doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực bán lẻ điện máy (BLĐM) và các thiết bị liên quan. Thị trường điện máy tại Hà Nội được xem là khu vực thị trường giàu tiềm năng của các doanh nghiệp (DN) kinh doanh trong lĩnh vực này, như: Nguyễn Kim, HC, Thế giới di động,... Hiện tại, trên thị trường Hà Nội, các doanh nghiệp BLĐM tập trung phân phối các sản phẩm điện máy của các thương hiệu lớn và được chia thành các nhóm sản phẩm như điện

tử viễn thông, công nghệ thông tin (CNTT), điện lạnh, máy tính xách tay và máy tính bảng, đồ điện gia dụng khác của các nhà cung cấp truyền thống trên thị trường như LG, Samsung, Toshiba, Panasonic, Sony,... và các nhà cung cấp mới nổi như Lenovo, Oppo,... Theo kết quả nghiên cứu của Công ty nghiên cứu Thị trường GfK: Sản phẩm điện thoại và CNTT chiếm trên 50%, tiếp đến là nhóm sản phẩm điện tử tiêu dùng và điện lạnh là 18% và 17%, điện gia dụng 3%, máy ảnh 2%, thiết bị văn phòng 1%. (Biểu đồ 1).

Xét theo tổng thể thị trường điện máy, hệ thống cửa hàng điện máy của các DN nhỏ trên địa bàn chiếm trên 50% thị phần. Trong khi đó, xét riêng các DN lớn thì Nguyễn Kim là DN dẫn đầu thị phần với mức 12%, tiếp đến là hệ thống của

Biểu đồ 1: Tỷ trọng doanh thu điện máy theo nhóm sản phẩm



Điện máy Xanh với mức 8% thị phần, hệ thống của Pico chiếm khoảng 20% thị phần. Trên địa bàn Hà Nội có đa dạng các loại hình siêu thị, cửa hàng BLĐM, từ các trung tâm, siêu thị điện máy (STĐM) lớn như Pico, Thế giới di động, Nguyễn Kim... đến các cửa hàng BLĐM nhỏ lẻ.

Trong hoạt động kinh doanh, các STĐM luôn chịu tác động của sự thay đổi thị trường và môi trường kinh doanh. Để ứng phó và xử lý tốt các tình thế marketing đòi hỏi phải nâng cao năng lực marketing động. Nếu một DN được xem như là tổng hợp các nguồn lực và khả năng của DN thì năng lực marketing động nhấn mạnh quá trình chuyển đổi các nguồn lực và khả năng marketing vào kết quả đầu ra trong chào hàng thị trường, cung cấp giá trị vượt trội cho khách hàng. Chính năng lực động là nguồn tạo lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp.

Năng lực cạnh tranh marketing động (NLCT) của STĐM được hiểu là một tập hợp các năng lực kiến tạo và phát triển tài sản tri thức marketing trong tương tác với các nguồn lực khác để chuyển hóa thành các chào hàng thị trường mới có giá trị “sớm, độc, lạ” trong so sánh với các đối thủ cạnh

tranh, trước những thay đổi trong môi trường và thị trường. Năng lực marketing động nhấn mạnh vào việc theo đuổi liên tục sự cấu hình lại các yếu tố, đổi mới và tái tạo các nguồn lực, các khả năng và năng lực cốt lõi của DN để giải quyết các thay đổi môi trường của DN.

NLCT marketing động của DN bao gồm 4 thành tố: Năng lực nhận biết và dự báo các thay đổi; Năng lực hấp thụ và kiến tạo tri thức marketing; Năng lực thích nghi và tùy biến với thay đổi; Năng lực đổi mới và sáng tạo marketing. Từ các yếu tố đó, thang đo các biến cho mô hình NLCT marketing động của các STĐM là: Năng lực tổ chức marketing nhận biết, đáp ứng

sớm, nhanh với thay đổi; Năng lực phát triển mặt hàng, dịch vụ và công nghệ dịch vụ bán lẻ mới có tính tiên khởi; Năng lực phát triển chào hàng thị trường mới, độc đáo, bất ngờ; Năng lực ứng xử nhanh, hiệu quả với chiến lược marketing của các đối thủ cạnh tranh; Năng lực chấp nhận và gia nhập sớm với thị trường mới và/hoặc mới nổi tiềm năng; Năng lực kích hoạt nhân tố then chốt quyết định thành công và quản trị chi phí chuỗi giá trị siêu thị.

Qua kết quả điều tra NLCT marketing động cho 198 DN trong gần 500 DN, sử dụng thang đo likert (từ 1-5), phần mềm SPSS22.0 được thể hiện trong Bảng 2.

Từ kết quả Bảng 2 đã rút ra một số nhận định sau:

Một là, xét về tổng thể, NLCT marketing động đạt mức 3.01 điểm chưa phải cao nhưng cũng ghi nhận những nỗ lực của các STĐM trong việc vận dụng các yếu tố NLCT marketing động và điển hình là các năng lực sau: Đổi mới sớm mặt hàng và dịch vụ bán lẻ; Phát triển nhanh, sớm đoạn thị trường mới nổi, tiềm năng. Mặc dù vậy, các STĐM trên địa bàn TP. Hà Nội mới dừng ở đặc

Bảng 1. Tổng hợp đánh giá các yếu tố NLCT marketing động

STT	Các chỉ số	Mức đánh giá	
		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
1	Năng lực nhận biết và dự báo	3,05	0,591
	Cập nhật và rà soát diễn biến thị trường	3,12	0,603
	Nhận biết nhanh, sớm thay đổi môi trường và thị trường	3,03	0,592
	Có công cụ hỗ trợ phân tích dự báo thay đổi	3,04	0,588
	Phân tích dữ liệu marketing lớn, khoa học, hiệu quả	2,96	0,590
2	Năng lực hấp thụ và kiến tạo	2,97	0,581
	Thực hành quan hệ đối tác nhà cung cấp và khách hàng	3,02	0,593
	Thực hành đối sánh và cơ sở dữ liệu thị trường	2,95	0,578
	Thực hành quá trình kiến tạo tri thức marketing mới	2,93	0,580
	Kích hoạt R&D marketing trong hệ thống	2,98	0,579
3	Năng lực thích nghi và tùy biến	2,91	0,579
	Phát triển các chính sách marketing theo bối cảnh	2,96	0,571
	Ứng xử linh hoạt, hiệu quả với các thay đổi hiện trường	2,82	0,563
	Quản trị chủ động với rủi ro, đe dọa	2,91	0,572
	Thực hành CRM và khách hàng	2,86	0,576
	Lắng nghe và xử lý tốt khiếu nại của khách hàng	3,00	0,583
4	Năng lực đổi mới và sáng tạo	3,02	0,598
	Thực hành marketing cơ sở dữ liệu	2,99	0,586
	Triển khai mô thức SIVA	3,04	0,601
	Thực hành B2B, logistics	3,03	0,597
	Đổi mới "làm phẳng" tổ chức marketing	3,06	0,593
	Tái thiết quá trình marketing cốt lõi	2,98	0,588
5	Năng lực cạnh tranh marketing động	3,01	0,582

trung “sớm”, còn các khía cạnh “độc và lạ”, “tùy biến và hoạt hóa” đều còn hạn chế - mà những đặc trưng này mới là lõi của tính năng động”.

Có thể chỉ ra 2 thành phần còn hạn chế của NLCT marketing động là: Năng lực hấp thụ, kiến tạo thông tin và tri thức marketing (2,97 điểm); Năng lực thích nghi và tùy biến theo thay đổi

(2,91 điểm). Trong tổng số 18 chỉ số NLCT marketing động còn tồn tại 12/18 (66,6%) chỉ số đạt dưới mức điểm trung bình của thành phần, trong đó ¼ chỉ số của năng lực nhận biết và dự báo; ¾ chỉ số của năng lực hấp thụ và kiến tạo; 5/5 chỉ số của năng lực thích nghi và tùy biến; 2/5 chỉ số của năng lực đổi mới và sáng tạo.

Hai là, 1 số điểm yếu NLCT marketing động điển hình như: Kỹ năng phân tích dữ liệu marketing lớn - 2,96 điểm; Kỹ năng thực hành đối sánh và M&A cơ sở dữ liệu thị trường - 2,95 điểm; Kỹ năng thực hành quá trình kiến tạo tri thức marketing mới - 2,93 điểm; Năng lực phát triển các chính sách marketing theo bối cảnh - 2,96 điểm; Năng lực ứng xử với thay đổi hiện trường - 2,82 điểm; Năng lực quản trị rủi ro/đe dọa từ thay đổi - 2,91 điểm; Kỹ năng thực hành quản trị tinh gọn và linh hoạt 2,86 điểm.

Ba là, kết quả phân tích hồi quy bội các yếu tố tác động đến NLCT marketing động. Mô hình này cho thấy mức độ quan trọng đóng góp vào NLCT marketing động theo thứ tự từ cao xuống thấp là: năng lực thích nghi và tùy biến; năng lực đổi mới sáng tạo; năng lực hấp thụ và kiến tạo; năng lực nhận biết và dự báo.

Dưới sức ép thị trường cạnh tranh và thường xuyên biến động, các STĐM đã quan tâm và bước đầu xây dựng các nhân tố tác động đến NLCT marketing động, đặc biệt thể hiện ở các năng lực nhận biết sớm, năng lực hấp thụ, năng lực thích nghi và năng lực đổi mới mặt hàng và dịch vụ bán lẻ. Với những nỗ lực xây dựng và nâng cấp các nhân tố NLCT, các STĐM Việt Nam trên địa bàn TP. Hà Nội đã bước đầu tạo được cơ sở đạt tới lợi thế cạnh tranh. Tuy nhiên, các STĐM Việt Nam cũng bộc lộ một số hạn chế như: *Một là*, các STĐM chưa đầu tư nâng cấp bài bản tương xứng với các nhân tố năng lực cạnh tranh marketing có tầm chiến lược của NLCT marketing động. *Hai là*, Trong bối cảnh thị trường BLĐM có tính cạnh tranh cao, sức ép cạnh tranh nhãn hiệu lớn, lại thường xuyên biến động trong khi các nhân tố NLCT marketing động còn nhiều hạn chế, đặc biệt là các năng lực hấp thụ và kiến tạo thông tin, tri thức marketing mới; năng lực thích nghi và tùy biến các phối thức marketing theo bối cảnh; năng lực điểm mới và sáng tạo marketing còn nhiều hạn chế. *Ba là*, trong đối sánh với các đối thủ FDI, NLCT marketing động chưa tạo được cơ sở để định vị lợi thế cạnh tranh rõ nét với các đối thủ cạnh tranh và bền vững theo thời gian và bối cảnh thị trường BLĐM trên địa bàn TP. Hà Nội.

2. Một số khuyến nghị nâng cao NLCT marketing động của STĐM trên thị trường TP. Hà Nội

Một là, nâng cấp năng lực quản trị và công nghệ thông tin marketing STĐM bao gồm các nội dung chủ yếu sau:

- Tự động hóa và từng bước hiện đại hóa hệ thống thông tin thị trường và marketing bán lẻ, tạo điều kiện để gia tăng tốc độ linh hoạt và gia nhập nhân sự của hệ thống đảm bảo chính xác, cập nhật thông tin cho các nhà quản trị nhằm nâng cao hiệu quả các quyết định quản trị marketing.

- Tổ chức, vận hành đồng bộ 4 phân hệ của hệ thống thông tin marketing (nghiên cứu marketing, điều tra marketing, dữ liệu nội bộ và phân tích hỗ trợ ra quyết định marketing); tổ chức phân công, phân định trách nhiệm triển khai của STĐM.

- STĐM trên địa bàn TP. Hà Nội cần ứng dụng CNTT trong thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu thông tin của khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh. Tạo cơ sở dữ liệu marketing đảm bảo chính xác và cập nhật cho các quyết định quản trị marketing phù hợp với vị thế của STĐM.

- STĐM trên địa bàn TP. Hà Nội cần kết nối và tích hợp thông tin trên toàn bộ chuỗi cung ứng giá trị sản phẩm. Để tích hợp và kết nối thông tin cập nhật cho các chủ thể trong chuỗi cung ứng giá trị, các STĐM cần: Chủ động kết nối, tích hợp và truyền dẫn kịp thời các thông tin thị trường bán lẻ; nhu cầu và hành vi mua của NTD; những ứng xử cạnh tranh của đối thủ cạnh tranh chính với các chủ thể trong chuỗi cung ứng sản phẩm. Các thông tin này sẽ tạo điều kiện để các siêu thị xây dựng kế hoạch kinh doanh đáp ứng tốt, hiệu quả các nhu cầu khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Hai là, nâng cao năng lực nhận biết và dự báo tình hình thị trường bán lẻ và hành vi người tiêu dùng mục tiêu. Năng lực này được thể hiện tổng quát qua khả năng nhận biết sớm, dự báo chính xác thời cơ/đe dọa marketing của STĐM cũng như động thái xu hướng hành vi chọn mua, quá trình quyết định mua của tập NTD mục tiêu với từng nhóm/loại mặt hàng bán lẻ.

Ba là, nâng cao năng lực hấp thụ và kiến tạo thông tin tri thức. Đây là năng lực mà hiện tại

STĐM trên địa bàn TP. Hà Nội còn đang yếu. Các thông tin tri thức thị trường và marketing, nhất là tri thức về marketing tổng lực, marketing cung ứng giá trị mà các DN/ST hiện có mới chỉ tập trung ở các bộ phận marketing trung tâm, chưa được chia sẻ đến cơ sở và đến các nhân sự marketing của STĐM. Vấn đề này cần được triển khai khắc phục ngay trong thời gian tới để đảm bảo và nâng cao năng lực marketing động của siêu thị. Để nâng cao năng lực thành phần này, các STĐM cần tập trung nâng cao đồng bộ 4 yếu tố năng lực marketing động gồm: Thực hành quan hệ đối tác nhà cung cấp, người tiêu dùng và công chúng; Thực hành đối sánh và cơ sở dữ liệu thị trường; Thực hành hoạt động R&D marketing; Thực hành quá trình kiến tạo tri thức marketing mới.

Bốn là, nâng cao năng lực thích ứng và tùy biến các hoạt động marketing với những thay đổi của thị trường bán lẻ và xu hướng hành vi của người tiêu dùng. Năng lực này được thể hiện tổng quát qua năng lực thực hành quản trị marketing nói chung, quản trị marketing chiến thuật nói riêng của STĐM, tạo ra các ứng xử phù hợp, linh hoạt theo tình thế marketing để kiến tạo, truyền thông thực hiện tạo giá trị cung ứng khách hàng khác biệt, nổi trội và cao hơn đối thủ cạnh tranh. Trên cơ sở đó các STĐM tập trung nâng cao các năng lực marketing thành phần gồm: Năng lực quản trị phát triển các chính sách marketing; Năng lực quản trị thay đổi và xung đột; Năng lực quản trị rủi ro hệ thống và xử lý khủng hoảng; Năng lực quản trị tinh gọn và tùy biến. Các cơ sở siêu thị cũng cần tổ chức và quản trị tốt năng lực

lắng nghe và xử lý kịp thời, hệ thống các phản nàn, khiếu nại khách hàng - đây là loại năng lực không đòi hỏi nhiều chi phí nhưng với một hệ thống marketing thông minh sẽ mang lại hiệu suất thích ứng cao của siêu thị.

Năm là, tiếp tục duy trì và nâng cao hiệu quả thực hành marketing trách nhiệm xã hội của STĐM. Mặc dù trong thực hành marketing trách nhiệm xã hội, các STĐM đã triển khai và đạt được một số kết quả đáng khích lệ, tuy nhiên thực hành marketing bảo vệ môi trường còn nhiều hạn chế, nhất là những hạn chế trong đảm bảo tiêu chí về môi trường của nhà phân phối bán lẻ “xanh”. Theo đó, các STĐM cần: (1) Thiết lập hệ thống quản lý môi trường và phân phối hợp lý các nguồn lực để thực hiện quản lý; (2) Giám sát hiệu quả sử dụng các nguồn năng lượng và tăng cường sử dụng nguồn năng lượng tái tạo; (3) Tăng cường quản lý hệ thống bảo quản và vận chuyển hàng hóa; (4) Tăng cường quản lý nguồn nước; (5) Quản lý và xử lý phù hợp và hiệu quả các loại chất thải.

Sáu là, nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo. Đây là yếu tố quan trọng tạo lợi thế cạnh tranh và năng lực marketing động nhưng đáng tiếc tại các STĐM trên địa bàn TP Hà Nội lại chưa phát huy được trong thực tế. Vì vậy, các STĐM cần cập nhật triển khai các giải pháp đổi mới sáng tạo trong thực hành các hoạt động marketing theo quan điểm của mô thức QTCS (Chất lượng - Đúng thời điểm - Chi phí - Dịch vụ) đảm bảo tính “sớm, độc đáo, bất ngờ” toàn bộ các hoạt động marketing ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Hoàng Việt và Nguyễn Thị Thanh Nhân (2016), "Nghiên cứu phát triển chiến lược marketing tại các chuỗi siêu thị bán lẻ ở các đô thị lớn Việt Nam", *Tạp chí Khoa học thương mại*, số 89+90.
2. Nguyễn Thị Nhiều (2006), *Siêu thị - Phương thức kinh doanh bán lẻ hiện đại ở Việt Nam*, NXB Lao động.
3. Nguyễn Thị Nhiều (2007), *Nghiên cứu các dịch vụ bán buôn bán lẻ của một số nước và khả năng vận dụng vào Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ.

4. Lê Quân (2007), *Hoàn thiện hệ thống bán lẻ tiện ích tại khu đô thị mới ở Hà Nội*, đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ.
5. Hồ Trung Thành. *Nghiên cứu tiêu chí và mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh động cho các doanh nghiệp ngành Công Thương*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, mã số: 63.11.RD/HĐ-KHCN.
6. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2008), *Năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp Việt Nam*, NXB Thống kê.

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/4/2022

Thông tin tác giả:

PGS. TS. NGUYỄN TIẾN DŨNG

Trường Đại học Thương mại

A STUDY ON THE DYNAMIC MARKETING COMPETITIVENESS OF ELECTRONICS SUPERMARKETS IN HANOI AND SOME RECOMMENDATIONS

● Assoc. Prof. Ph.D **NGUYEN TIEN DUNG**
Thuongmai University

ABSTRACT:

In the modern business environment, electronics supermarkets have to improve their dynamic marketing competitiveness to keep up with market developments. This paper analyzes the current situation and makes some recommendations to improve the dynamic marketing competitiveness of electronics supermarkets in Hanoi.

Keywords: dynamic marketing competitiveness, electronics supermarket, market, Hanoi City.

QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC TRONG KINH DOANH RƯỢU NHẬP KHẨU TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

● DƯƠNG THÁI TRUNG

TÓM TẮT:

Bài viết sơ lược về lịch sử quản lý nhà nước (QLNN) trong kinh doanh rượu nhập khẩu (RNK) của các nước trên thế giới, luận cứ và các quy định về QLNN trong kinh doanh RNK. Từ đó, bài viết đưa ra một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong vấn đề quản lý kinh doanh RNK.

Từ khóa: quản lý nhà nước, kinh doanh rượu nhập khẩu, rượu, đồ uống có cồn, bia.

1. Đặt vấn đề

Hiện tại, mức độ tiêu thụ rượu tại Việt Nam đứng trong nhóm 10 nước cao nhất Châu Á và nhóm 30 nước cao nhất thế giới. Năm 2018, mức tiêu thụ rượu bình quân người lớn từ 15 tuổi trở lên tại Việt Nam là 8,66 lít/ người, đứng thứ hai trong ASEAN, chỉ sau Lào là 20,72 lít/ người; cao hơn một chút so với Thái Lan (8,3 lít/người); cao hơn nhiều so với Philippines (6,86 lít/người), Campuchia (6,64 lít/người), Myanmar (5,12 lít/người). Đặc biệt, mức tiêu thụ rượu bình quân tại Việt Nam trong năm 2018 cao gấp 4 lần so với Timor-leste (2,17 lít/người) và Singapore (2,03 lít/người); gấp hơn 10 lần so với Malaysia (0,85 lít/người); gấp hơn 15 lần so với Indonesia (0,57 lít/người); gấp hơn 18 lần so với Brunei (0,48 lít/người).

Tổng lượng RNK vào Việt Nam giai đoạn 2013 - 2021 đạt 176,1 triệu lít, trung bình 19,6 triệu lít/năm. Tổng sản lượng rượu được sản xuất trong

giai đoạn 2013 - 2021 tại Việt Nam là trên 3.000 triệu lít, trong đó có 648 triệu lít rượu công nghiệp và 2.362 triệu lít rượu thủ công. Như vậy, lượng RNK vào Việt Nam giai đoạn 2013 - 2021 chiếm khoảng 27% lượng rượu sản xuất công nghiệp trong nước, góp phần làm tăng nguồn cung rượu tại thị trường trong nước.

Trong khi đó, theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), rượu là thách thức nghiêm trọng đối với sự phát triển con người bền vững bởi những ảnh hưởng tiêu cực đến cả 3 khía cạnh: xã hội, môi trường và kinh tế¹, cụ thể:

(i) Sử dụng rượu, bia là nguyên nhân trực tiếp của ít nhất 30 bệnh, chấn thương và là nguyên nhân gián tiếp của ít nhất 200 loại bệnh tật nằm trong danh mục phân loại bệnh tật quốc tế ICD10, là một trong 4 yếu tố nguy cơ chính đối với các bệnh không lây nhiễm (NCD). Nhiều nghiên cứu đã chỉ rõ có mối quan hệ giữa việc sử dụng rượu, bia và một loạt các rối loạn tâm thần, hành vi, cũng như

các bệnh ung thư, bệnh tim mạch, tiểu đường và chấn thương.

(ii) Rượu, bia là 1 trong 3 nguyên nhân hàng đầu làm gia tăng tỷ lệ tai nạn giao thông tại Việt Nam ở nam giới độ tuổi 15-49². Theo báo cáo của Tổ chức Y tế thế giới - WHO (2014), tai nạn giao thông liên quan đến rượu, bia tại Việt Nam ước tính chiếm 36,2% ở nam giới và 0,7% ở nữ giới³.

(iii) Nhiều hộ gia đình Việt Nam (HGD) đang đối mặt với các vấn đề liên quan đến rượu, bia: 11% HGD xảy ra bạo lực gia đình mà nạn nhân chủ yếu là phụ nữ, người già và trẻ em; 14% HGD có mối quan hệ giữa các thành viên gia đình bị ảnh hưởng; 12,2% người uống rượu, bia không muốn/không đủ sức khỏe để lao động, 15% không thể đảm đương các công việc gia đình⁴; 6% HGD đang gánh chịu các hậu quả cấp tính về sức khỏe và tài sản: thành viên HGD bị chấn thương cần chăm sóc y tế (4,5%), tổn thất tài sản, phải nghỉ làm để chăm sóc người bị chấn thương hoặc giải quyết hậu quả liên quan⁵. Tỷ lệ trẻ em Việt Nam chịu tác hại từ việc sử dụng rượu, bia của người khác trong 12 tháng qua thuộc nhóm 2 nước cao nhất: 21% cha mẹ/người chăm sóc cho biết trẻ em trong gia đình đã chịu tác hại từ việc sử dụng rượu, bia của người xung quanh và 14% gia đình có trẻ đã chịu ít nhất một trong năm tác hại liên quan.

(iv) Sử dụng rượu, bia còn là một trong những nguyên nhân làm gia tăng bất bình đẳng giới và công bằng xã hội: tình trạng người dân ở các khu vực kém phát triển hơn uống rượu, bia ở mức có hại hiện nay là yếu tố nguy cơ có thể ảnh hưởng bất lợi đến sự phát triển bền vững của các cộng đồng, góp phần gia tăng khoảng cách giàu nghèo, bất công bằng xã hội⁶. Tác hại từ việc sử dụng rượu, bia của người lớn đối với trẻ em được ghi nhận phổ biến hơn ở các hộ gia đình ở nông thôn, thu nhập thấp và có người sử dụng nhiều rượu, bia (đặc biệt là phụ nữ và trẻ em, đồng bào trong gia đình các dân tộc thiểu số)⁷. Đồng thời, người dân tộc thiểu số chịu hậu quả lớn nhất từ người uống ở mức có hại là người thân trong gia đình cao gấp 3 đến 4 lần so với người Kinh⁸.

(v) Sử dụng rượu, bia có thể gây ra gánh nặng kinh tế đối với cá nhân, gia đình và xã hội do liên quan đến các chi phí về chăm sóc sức khỏe, giảm hoặc mất năng suất lao động và giải quyết các hậu

quả xã hội khác. Theo thống kê của WHO, phí tổn kinh tế do rượu, bia chiếm từ 1,3% - 3,3% GDP của mỗi quốc gia, trong đó chi phí gián tiếp thường nhiều hơn gấp 2 lần so với chi phí trực tiếp. Số liệu từ Đức - nước tiêu thụ rượu, bia đứng thứ 9 trên toàn cầu cho thấy, thiệt hại do rượu, bia gây ra hàng năm khoảng 20 tỷ Euro (trong khi doanh thu của ngành công nghiệp sản xuất rượu, bia là 17 tỷ Euro và số nộp ngân sách là 3,5 tỷ Euro). Nếu phí tổn kinh tế do rượu, bia tại Việt Nam ở mức thấp nhất của thế giới (1,3% GDP) thì thiệt hại ước tính khoảng 65 nghìn tỷ đồng⁹.

Đáng lưu tâm hơn, các chi phí của Nhà nước và người dân để giải quyết các hậu quả liên quan đến sức khỏe là rất lớn. Ước tính chưa đầy đủ cho thấy, tổng gánh nặng trực tiếp của 6 bệnh ung thư mà rượu, bia là một trong những nguyên nhân cấu thành chính¹⁰ là 25.789 tỷ đồng, chiếm 0,25% tổng GDP năm 2017. Chi phí y tế trực tiếp (chưa kể chi phí nuôi dưỡng, chăm sóc và đầu tư y tế của Nhà nước) cho người bệnh mắc các rối loạn tâm thần do rượu rất cao (500.000 - 1.000.000 đ/ngày). Đáng lưu ý, chi phí giải quyết hậu quả của tai nạn giao thông liên quan đến rượu, bia chiếm tới 1% GDP (khoảng 5.000 tỷ đồng theo GDP năm 2017)¹¹.

Trong khi đó giai đoạn 2011-2021, Việt Nam có xu hướng gia tăng nhanh về mức tiêu thụ rượu trên bình quân đầu người, trong khi mức tiêu thụ của toàn thế giới hầu như không thay đổi. Sản lượng tiêu thụ rượu trên thị trường Việt Nam trong đã tăng gấp 2 lần trong giai đoạn này, thể hiện thông qua 3 tiêu chí: (1) mức tiêu thụ lít cồn nguyên chất bình quân đầu người và ở nam giới, (2) tỷ lệ người dân có uống rượu, bia và (3) tỷ lệ người uống rượu, bia ở mức nguy hại.

Do đó, việc nghiên cứu công tác QLNN đối với kinh doanh RNK của một số quốc gia trên thế giới nhằm rút ra bài học kinh nghiệm áp dụng trong công tác QLNN đối với hoạt động kinh doanh RNK ở Việt Nam là cần thiết nhằm góp phần giảm thiểu việc sử dụng rượu nói chung, RNK nói riêng.

2. Chính sách quản lý đối với rượu

2.1. Sơ lược lịch sử chính sách quản lý đối với rượu

Quản lý sản xuất, phân phối và tiêu dùng rượu lần đầu tiên được thực thi bởi các chính quyền địa phương tại những vùng đô thị phát triển của Hy

Lạp cổ đại, Mesopotamia, Ai Cập và Roma. Các địa chủ quản lý Hy Lạp của thế kỷ thứ 16 được đề xuất giám sát những ngày lễ nhằm quy định sự lựa chọn đối với những cuộc truy hoan truy lạc làm tăng say rượu [1].

Vào năm 594, Solon quy định tử hình đối với những quan lại say rượu và yêu cầu tất cả rượu phải được pha loãng với nước trước khi bán. Trong hàng nghìn năm, những chiến lược khéo léo như vậy được nghĩ ra từ các vị vua chúa, các chính phủ, giới tăng lữ nhằm ngăn chặn những vấn đề liên quan đến rượu bia. Các chính sách quản lý rượu này đã đạt được những kết quả lớn và là công cụ bảo vệ sức khỏe công cộng trước khi nền y tế phát triển [1].

Vào thế kỷ thứ 19, phong trào vận động hạn chế rượu đã thúc đẩy các chính sách QLNN đối với rượu ở cấp quốc gia, khu vực và địa phương, đặc biệt tại các nước Anglo-Saxon và Bắc Âu. Trong giai đoạn 1914 - 1921, những đạo luật cấm sản xuất và buôn bán đồ uống có cồn dưới mọi hình thức được áp dụng tại Canada, Phần Lan, Iceland, Na Uy, Nga và Mỹ. Hầu hết những đạo luật này được bãi bỏ vào những năm 1920 và 1930, và thay thế bằng những cơ chế, chính sách cho phép nhưng có quản lý về sản xuất và buôn bán rượu. Tuy nhiên, hầu hết các nhà hoạch định chính sách trong thế kỷ vừa qua đều nâng cao, thận trọng và tôn trọng quyền lợi người uống rượu một cách đều độ, dù hầu hết các quy định cấm rượu vẫn còn tồn tại phần lớn trong các chính sách của một số chính phủ (nhất là các nước hồi giáo và một số bang của Ấn Độ) [2].

Tại châu Âu, 50 năm qua chứng kiến sự đồng nhất trong các chính sách kinh doanh rượu. Vào đầu những năm 1950, chính sách kinh doanh rượu tại các nước Bắc Âu dựa trên chính sách xã hội và vấn đề y tế, bao gồm đánh thuế cao đối với đồ uống có cồn, những hệ thống quản lý độc quyền nhà nước toàn diện đối với sản xuất và buôn bán rượu, đồng thời kiểm soát chặt chẽ sản lượng rượu.

Tại các nước sản xuất rượu Địa Trung Hải, có rất ít biện pháp quản lý rượu được thực hiện vào đầu những năm 1950 và hầu hết các cơ chế được thúc đẩy bởi lợi ích sản xuất hoặc thương mại. Một số quốc gia nằm ở khu vực giữa Bắc Âu và

Địa Trung Hải (Ví dụ: Iceland và Anh) phát triển một hệ thống giấy phép nghiêm ngặt, đặc biệt với việc bán trực tiếp đồ uống có cồn. Các nước khác, như Bỉ và Hà Lan, vẫn tồn tại những hệ thống quản lý rượu cũ [3].

Các chính sách quản lý kinh doanh rượu tại các quốc gia EU trong nửa cuối thế kỷ XX có thể được tìm hiểu theo cách xem xét độc lập tại những khu vực quản lý kinh doanh rượu khác nhau. Một mặt, kiểm soát đối với sản xuất, phân phối và buôn bán rượu. Mặt khác, đưa ra các biện pháp nhằm vào cầu rượu và người uống (Ví dụ: giáo dục về rượu và những biện pháp đối phó với người uống rượu lái xe) đã trở nên phổ biến và gay gắt hơn trong nửa thế kỷ qua. Tại các quốc gia thành viên EU có xu hướng đồng nhất liên quan đến đánh thuế đồ uống có cồn, mặc dù sự đồng nhất này vẫn còn yếu [4].

Tại Bắc Mỹ, có xu hướng giảm dần trong kiểm soát kinh doanh rượu tại hầu hết các khu vực pháp lý trong những thập kỷ gần đây, với những thay đổi nhanh chóng hơn (ví dụ: tư nhân hóa hoàn toàn các hệ thống bán lẻ rượu tại một số bang của Mỹ và các tỉnh của Canada, đồng thời có sự mất dần đi của các hệ thống do chính phủ điều hành tại vài khu vực pháp lý khác). Trong 2 thập kỷ vừa qua, có những xu hướng khác nhau liên quan đến giá rượu: tại Canada, giá rượu có xu hướng thay đổi song song cùng với chỉ số giá hàng hóa, tại Mỹ có xu hướng giảm giá chung tại nhiều khu vực. Tuy nhiên, thuế rượu tăng không theo kịp lạm phát và cả hai nước đều kiểm soát lỏng lẻo về quảng cáo rượu, đặc biệt tại Mỹ. Trái lại, có những nỗ lực giáo dục rộng rãi và tăng cường pháp luật đối với kiểm soát lái xe uống rượu [5].

2.2. Nội dung quản lý nhà nước đối với rượu

QLNN đối với rượu bao gồm mọi chiến lược liên quan được thực thi bởi các Chính phủ tác động đến tính sẵn có của rượu, để giáo dục sức khỏe, thay đổi thái độ và kiểm soát xã hội không chính thức nằm ngoài phạm vi của cách tiếp cận sức khỏe cộng đồng. Mặc dù không có khái niệm rõ ràng về nội dung QLNN đối với rượu, nhưng có thể luận ra từ những đa dạng của phản ứng chính sách được xem xét: đánh thuế rượu, kiểm soát lập pháp về tính sẵn có của rượu, giới hạn tuổi mua rượu, chiến dịch thông tin truyền thông, giáo dục cơ sở và những nội dung khác, cụ thể:

- Thể hiện vai trò và nâng cao nhận thức phù hợp về gánh nặng của việc sử dụng rượu nhằm giảm thiểu tác hại một cách có ý nghĩa và bền vững do uống rượu;

- Xây dựng các chính sách về rượu và triển khai thực thi chính sách với các hoạt động nâng cao nhận thức; QLNN đối với rượu được xây dựng và triển khai trong chiến lược rượu quốc gia. Khi kinh tế - xã hội phát triển sẽ đòi hỏi các quốc gia xây dựng và thực thi các chính sách QLNN đối với rượu chặt chẽ hơn;

- QLNN đối với rượu theo phương pháp tiếp cận đa ngành gồm: Y tế, Thực thi luật, Tài chính, Thuế, Công Thương, Giáo dục, Tư pháp hình sự, và lĩnh vực Giao thông hoặc an toàn đường bộ;

- QLNN đối với rượu không chỉ là những quy định chặt chẽ hơn đối với hoạt động sản xuất, xuất nhập khẩu, phân phối bán buôn, bán lẻ liên quan đến rượu mà còn ngân sách của Nhà nước cho thực hiện chính sách về rượu;

- QLNN đối với rượu ngày càng được sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện cho phù hợp.

2.3. Mục tiêu quản lý nhà nước đối với kinh doanh RNK

QLNN đối với kinh doanh RNK trong mọi thời kỳ đều phải hướng đến đảm bảo sức khỏe cộng đồng. Mặc dù vậy, tại hầu hết các quốc gia đều có những tranh luận xung quanh mối quan hệ giữa QLNN đối với kinh doanh RNK và bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Các nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng tổng lượng RNK là một yếu tố dự báo đáng tin cậy về mức độ tác hại nghiêm trọng liên quan đến rượu ở mọi quốc gia [1].

Nhà nước cần thực hiện các biện pháp chủ yếu bằng cách giảm khả năng chi trả cho RNK thông qua chính sách thuế cao và chính sách giá; thông qua điều kiện phân phối khắt khe về giấy phép, tem, nhãn...; giảm tính sẵn có của RNK thông qua hạn chế tuyên truyền, quảng bá, giảm ngày và giờ bán.

3. Đặc trưng của quản lý nhà nước đối với kinh doanh RNK

3.1. Tập trung vào chính sách thuế và giá

- Thuế: thuế đánh vào RNK gồm thuế nhập khẩu, VAT, tiêu thụ đặc biệt làm tăng giá của rượu, do đó có thể là một đòn bẩy mạnh mẽ để gây ảnh hưởng tiêu thụ rượu, ngay cả khi mục đích của các loại thuế đó chủ yếu là để tăng thu và không nhất

thiết để cải thiện sức khỏe. Trong đó, tập trung nâng cao mức thuế suất thuế nhập khẩu, áp dụng mức thuế VAT và thuế tiêu thụ đặc biệt ở mức cao. Chính sách thuế đa dạng và linh hoạt đối với RNK được hầu hết các quốc gia trên thế giới áp dụng.

- Giá: quy định cấm các hoạt động khuyến mãi giá đối với RNK hoặc bán RNK dưới giá thành, tập trung xây dựng và thực thi các quy định cấm bán RNK dưới giá hoặc cấm giảm giá theo khối lượng. Mặc dù vậy, hiện nay mới chỉ có một vài quốc gia đã ban hành chính sách giá đối với RNK, còn hầu hết các quốc gia đang trong quá trình nghiên cứu, xây dựng chính sách giá đối với rượu nói chung và RNK nói riêng.

3.2. Nhầm hạn chế tính sẵn có của RNK

- Hệ thống cấp phép: QLNN đối với RNK tập trung xây dựng hệ thống cấp phép nhập khẩu, phân phối bán buôn, bán lẻ RNK ở tầm quốc gia hoặc địa phương mỗi cấp, thực hiện chung đối với toàn bộ các hoạt động nhập khẩu, phân phối bán buôn, bán lẻ hoặc cũng có thể thực thi đối với từng lĩnh vực, bao gồm nhập khẩu trực tiếp, bán buôn hoặc bán lẻ riêng.

- Mật độ của hàng bán lẻ: các chính sách gồm các quy định giới hạn mật độ bán RNK tại chỗ, hạn chế mật độ cửa hàng bán lẻ RNK, hạn chế bán lẻ RNK ngoài cửa hàng. Hạn chế mật độ của hàng bán lẻ RNK ngày càng được áp dụng rộng rãi bởi các quốc gia trên thế giới, nhất là đối với các quốc gia thực thi chính sách phòng, chống tác hại của rượu.

- Giờ bán: các chính sách gồm các quy định về giờ bán hàng tại cơ sở, giờ bán hàng ngoài cơ sở kinh doanh, những quy định ngày được bán hoặc không được bán RNK.

3.3. Thông qua hạn chế tiếp thị rượu

Các chính sách gồm: quy định các điểm hạn chế quảng cáo RNK; hạn chế quảng cáo rượu dưới các hình thức khác nhau. Xây dựng và thực thi chính sách hạn chế tiếp thị rượu hiệu quả là trọng tâm trong QLNN đối với kinh doanh RNK.

4. Nội dung quản lý nhà nước đối với kinh doanh RNK

4.1. Quản lý thương nhân kinh doanh RNK

Thực hiện quản lý thông qua cấp giấy phép nhập khẩu, phân phối, bán buôn, bán lẻ rượu. Qua đó, các cơ quan QLNN theo dõi, thống kê, kiểm

tra, giám sát đối với thương nhân kinh doanh RNK. Hiện nay, một số quốc gia đồng thời thực hiện hệ thống cấp phép cùng với sự độc quyền của Chính phủ trong ít nhất một mức độ của thị trường RNK, có thể là độc quyền nhập khẩu, độc quyền phân phối bán buôn hoặc độc quyền phân phối bán lẻ RNK [1].

Trong số các quốc gia có hệ thống cấp giấy phép kinh doanh RNK, hầu hết đều thống kê và báo cáo sự gia tăng số lượng giấy phép phân phối và bán rượu; và đều có sự tăng về số lượng giấy phép được cấp ra. Tuy nhiên, số lượng giấy phép kinh doanh RNK tăng tập trung ở các nước có thu nhập thấp và trung bình.

Theo thống kê của WHO năm 2018, tất cả các quốc gia thực hiện hệ thống cấp giấy phép kinh doanh nhập khẩu rượu đều bắt buộc các doanh nghiệp nhập khẩu rượu trực tiếp phải có giấy phép. Một số quốc gia thực hiện chế độ giấy phép chung đối với các doanh nghiệp kinh doanh nhập khẩu rượu (gồm: nhập khẩu trực tiếp, bán buôn, bán lẻ rượu). Bên cạnh đó, có một số quốc gia thực hiện chế độ giấy phép đối với doanh nghiệp nhập khẩu trực tiếp, không cần giấy phép đối với những doanh nghiệp phân phối bán buôn hoặc bán lẻ RNK trên thị trường nội địa.

Loại hình kinh doanh của các doanh nghiệp và các hoạt động được cung cấp tại địa điểm của doanh nghiệp có thể đủ điều kiện để đăng ký một hoặc nhiều loại giấy phép kinh doanh RNK (gồm: giấy phép nhập khẩu rượu trực tiếp từ nước ngoài, giấy phép phân phối bán buôn RNK, giấy phép kinh doanh RNK tại chỗ). Do rượu là mặt hàng kinh doanh có điều kiện, cần hạn chế để giảm tác hại, việc cấp giấy phép kinh doanh RNK cho doanh nghiệp thường là một quá trình phức tạp và khó khăn.

4.2. Thuế và giá RNK

Đánh thuế rượu nói chung và RNK nói riêng cũng gây tranh cãi, vì việc tiêu thụ rượu có thể gây ra các vấn đề nghiêm trọng về đạo đức, sức khỏe cộng đồng, trật tự công cộng, các vấn đề kinh tế cơ bản về sản xuất, phân phối và cạnh tranh thị trường nói chung.

Để giảm sử dụng rượu có hại trên cơ sở phòng, chống tác hại của rượu, tăng giá RNK là một

trong những chiến lược hiệu quả nhất mà tất cả các quốc gia đều sử dụng. Các nghiên cứu cho thấy, việc tăng giá RNK có liên quan đến việc giảm sử dụng rượu có hại, giảm các tác hại do rượu gây ra như bệnh tật, thương tích và cả tử vong,... Các kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, lợi ích của việc tăng giá RNK cao hơn còn tác động đến nhiều mặt của đời sống xã hội, bao gồm cả với ngành giáo dục.

Chiến lược toàn cầu của WHO khuyến nghị các quốc gia thiết lập một hệ thống cụ thể thuế nội địa có thể tính đến RNK, đi kèm với một hệ thống thực thi hiệu quả. Chiến lược cũng khuyến khích các quốc gia xem xét giá cả thường xuyên đối với RNK liên quan đến lạm phát và mức thu nhập; cấm hoặc hạn chế việc bán hàng dưới giá gốc, trong đó có RNK và các chương trình khuyến mãi giá khác đối với mọi loại rượu nói chung và RNK nói riêng; và để thiết lập mức giá RNK tối thiểu nếu có thể thực hiện được [5].

Chính sách thuế và giá rượu là cách quản lý tốt nhất đối với kinh doanh RNK về chi phí để giảm bớt gánh nặng sử dụng rượu có hại. Theo báo cáo của WHO năm 2018, hầu hết các quốc gia phản hồi (95%) có thuế tiêu thụ đặc biệt đối với rượu nói chung và RNK nói riêng; trong khi 100% các quốc gia đều áp dụng thuế suất thuế nhập khẩu đối với rượu. Bên cạnh đó, một số quốc gia sử dụng thuế và mức giá khác, bao gồm: điều chỉnh thuế để theo kịp lạm phát và mức thu nhập, áp đặt chính sách giá tối thiểu hoặc cấm chi phí thấp hơn, cấm giảm giá bán hoặc không được kinh doanh RNK với số lượng lớn.

4.3. Quản lý chất lượng và an toàn RNK

Kiểm tra chất lượng và an toàn RNK là yếu tố quan trọng đối với bất kỳ quốc gia nhập khẩu nào. Thương nhân nhập khẩu, phân phối phải đảm bảo chất lượng và an toàn sản phẩm rượu đến tay người tiêu dùng. Kiểm tra chất lượng và an toàn mặt hàng RNK có thể được đảm bảo bằng chuỗi đánh giá giám sát chất lượng nguyên liệu, quy trình sản xuất, kiểm tra bao bì, phân tích vi sinh vật và phân tích cảm quan; đồng thời, xác định các thành phần, bằng chứng ô nhiễm, nhựa và các chất phụ gia tạo màu, phân tích các giá trị dinh dưỡng và chất lượng các thành phần của sản phẩm

rượu. Ngoài ra, việc khảo sát cảm quan bằng phân tích màu sắc, hương vị, mùi và kết cấu là hiệu quả để đánh giá chất lượng RNK [8].

Tình trạng ô nhiễm hoặc gian lận RNK cũng rất phổ biến và luôn xảy ra. Các phương pháp phân tích mới đã được đề xuất để xác định các chất gây ô nhiễm nhằm đảm bảo an toàn RNK.

RNK là sản phẩm tiêu dùng có tương đối ít thông tin trên nhãn. Các quốc gia nhập khẩu thường xuyên yêu cầu nhãn RNK phải tiết lộ hàm lượng cồn (tức là phần trăm rượu nguyên chất). Các quốc gia nhập khẩu ít thường xuyên hơn yêu cầu thông tin tiêu dùng cơ bản đối với nhãn rượu như calo, chất phụ gia và vitamin. Một số ít các quốc gia yêu cầu nhãn RNK phải chỉ ra số lượng đồ uống tiêu chuẩn trong hộp đựng.

Các quốc gia nhập khẩu yêu cầu nhãn cảnh báo trên quảng cáo về rượu và cảnh báo về sức khỏe và an toàn bắt buộc nhãn trên chai hoặc hộp đựng. Đồng thời yêu cầu một trong hai cảnh báo nhãn trên quảng cáo rượu và/hoặc trên chai hoặc hộp đựng rượu. Một số quốc gia quy định cụ thể yêu cầu về kích thước của nhãn cảnh báo. Các nhãn cảnh báo thường tập trung vào uống rượu khi chưa đủ tuổi hoặc uống rượu khi lái xe,...

4.4. Quản lý hoạt động tiếp thị, quảng cáo rượu

Các kết quả nghiên cứu cho thấy, những người trẻ tuổi tiếp xúc với tiếp thị rượu có nhiều khả năng bắt đầu uống rượu hơn hoặc nếu đã uống thì sẽ uống nhiều hơn. Các biện pháp quản lý nhằm hạn chế tiếp thị rượu nói chung, RNK nói riêng là một trong các giải pháp tốt nhất để hạn chế tiêu dùng rượu. Chiến lược toàn cầu khuyến nghị thiết lập các khuôn khổ quy định hoặc đồng quy định, tốt nhất là có cơ sở lập pháp, để điều chỉnh nội dung và khối lượng của trực tiếp hoặc gián tiếp tiếp thị, tài trợ và khuyến mãi liên quan đến các hoạt động hướng đến giới trẻ và các kỹ thuật tiếp thị rượu mới như phương tiện truyền thông xã hội. Các chỉ số hạn chế tiếp thị RNK là sự phổ biến của các hạn chế đối với quảng cáo đồ uống có cồn ở các địa điểm khác nhau, mức độ hạn chế tổng thể của quy định quảng cáo, quy định về vị trí sản phẩm, tài trợ, quy định các chương trình khuyến mại, các phương pháp giám sát và xử phạt các hành vi vi phạm hạn chế tiếp thị [6].

- Hạn chế đối với quảng cáo RNK:

Khảo sát toàn cầu về rượu và sức khỏe năm 2016 của WHO đã yêu cầu các quốc gia báo cáo hạn chế quảng cáo cho 3 loại đồ uống có cồn (bia, rượu vang và rượu mạnh) trên 10 loại phương tiện truyền thông (truyền hình quốc gia, truyền hình tư nhân, đài phát thanh quốc gia, đài phát thanh địa phương, in ấn, biển quảng cáo, điểm bán hàng, rạp chiếu phim, internet và phương tiện truyền thông xã hội). Các tùy chọn để báo cáo bao gồm không hạn chế, mã tự nguyện hoặc tự điều chỉnh, cấm một phần và cấm toàn bộ trên tất cả các loại phương tiện. Trong báo cáo này, các hạn chế tiếp thị được mô tả chi tiết đối với rượu nói chung, ngoài ra, các hạn chế giữa các loại phương tiện truyền thông là nhất quán đối với rượu vang và rượu mạnh nhập khẩu.

Hạn chế đối với quảng cáo RNK theo loại hình phương tiện truyền thông được phổ biến tại các quốc gia. Một số quốc gia đã hạn chế quảng cáo RNK trong thời gian dài, tuy nhiên, cũng có một số quốc gia mới triển khai hạn chế quảng cáo RNK, đồng thời có một số quốc gia cũng đang nghiên cứu triển khai. Phần lớn các quốc gia hiện triển khai một số loại hạn chế đối với tất cả các loại phương tiện ngoại trừ internet và mạng xã hội. Quảng cáo RNK được cấm phổ biến trên truyền hình và đài phát thanh của hầu hết các quốc gia. Một số ít quốc gia hiện vẫn tụt hậu so với đổi mới công nghệ tiếp thị thì không hạn chế quảng cáo RNK trên internet và phương tiện truyền thông xã hội, còn đa số các quốc gia đều có quy định cấm quảng cáo RNK trên Internet và phương tiện truyền thông xã hội. Nhìn chung, đa số các quốc gia đều có các quy định về hạn chế tiếp thị đồ uống có cồn nói chung và RNK nói riêng trên tất cả các phương tiện truyền thông.

- Quy định về vị trí xuất hiện sản phẩm RNK: các quốc gia có các quy định tiếp thị RNK dưới hình thức giới thiệu sản phẩm trên truyền hình và các sự kiện thể thao, thực hiện lệnh cấm bán RNK dưới giá thành. Như trong trường hợp quảng cáo, một số quốc gia đã áp dụng các hạn chế đối với vị trí sản phẩm rượu, đồng thời triển khai một số loại hạn chế đối với vị trí sản phẩm RNK trên truyền hình công cộng. Rượu nói chung và RNK nói riêng

không được xuất hiện trên truyền hình dưới bất kỳ hình thức nào, kể cả trong phim truyện hoặc phóng sự. Việc uống rượu bia của các diễn viên hay bất kỳ nội dung truyền hình nào có liên quan đến hoạt động sản xuất - kinh doanh trên truyền hình đều không được xuất hiện RNK [2].

Một số các quốc gia thực hiện lệnh cấm hoàn toàn đối với việc đưa sản phẩm bia rượu lên truyền hình ở bất kỳ vị trí nào, một số quốc gia có lệnh cấm một phần đối với rượu đóng chai hoặc RNK. Nhìn chung, các quốc gia đang ngày càng tăng cường hạn chế vị trí xuất hiện của sản phẩm RNK trên các phương tiện thông tin đại chúng. Bên cạnh đó, vị trí xuất hiện của RNK cũng bị cấm toàn bộ hoặc một phần trong các hoạt động thể thao, kể cả hoạt động tài trợ.

- Quy định về khuyến mại RNK: Mức độ phổ biến của các quy định về khuyến mại của nhà nhập khẩu đối với rượu, bán sản phẩm dưới giá thành và uống rượu miễn phí do tài trợ. Khuyến mại RNK cũng đang ngày càng được các quốc gia hạn chế như đối với quảng cáo, vị trí xuất hiện sản phẩm và tài trợ. Các quốc gia được khuyến nghị thiết lập các biện pháp hành chính về hạn chế khuyến mại RNK.

4.5. Quản lý hoạt động phân phối RNK

Quản lý hoạt động phân phối RNK tập trung vào điều chỉnh nhằm giảm đi tính sẵn có của RNK, thông qua việc điều chỉnh giờ, ngày và mật độ của các cửa hàng rượu cũng như tăng độ tuổi hợp pháp được mua và tiêu thụ rượu. Các đánh giá ban đầu về các chính sách quản lý chặt chẽ hoạt động phân phối RNK chỉ tập trung vào các quốc gia có thu nhập cao, nhưng các phân tích gần đây đã xác nhận, việc điều chỉnh mức độ sẵn có của RNK (hạn chế giờ kinh doanh, độc quyền của chính phủ và cấp phép của Chính phủ đối với RNK) cũng liên quan đến việc tiêu thụ rượu ít hơn ở các nước có thu nhập thấp và trung bình. Các kết quả nghiên cứu đều khuyến nghị các quốc gia triển khai các hệ thống cấp phép để giám sát nhập khẩu, bán buôn, bán lẻ và phục vụ RNK; quy định số lượng và vị trí của các điểm bán lẻ rượu nói chung và RNK nói riêng; quy định giờ và ngày trong đó rượu có thể được bán; thiết lập quy định độ tuổi tối thiểu hợp pháp quốc gia để mua và tiêu

dùng rượu; và hạn chế uống rượu ở những nơi công cộng [7].

- Kiểm soát quốc gia đối với phân phối RNK: Chỉ số đầu tiên về việc hạn chế sự sẵn có của rượu (gồm RNK) là quy định về tiếp cận thể chất với rượu ở mức độ người dân ở cả độc quyền và hệ thống cấp phép. Tại một số ít quốc gia, các công ty độc quyền nhập khẩu rượu có thể giảm lượng tiêu thụ rượu bằng cách hạn chế số lượng cửa hàng, giờ hoạt động của các cửa hàng và loại bỏ động cơ để tối đa hóa doanh số bán hàng. Tuy nhiên, hầu hết các quốc gia đáp ứng sử dụng hệ thống cấp phép đa phần có giấy phép ở mọi cấp độ của thị trường rượu, bao gồm nhập khẩu, phân phối, bán buôn, bán lẻ (cũng như sản xuất hoặc xuất khẩu). Để hạn chế RNK, các quốc gia có thể cấp phép ở tầm quốc gia, nhưng đa phần là các quốc gia phân cấp hoạt động cấp phép RNK cho địa phương. Mặc dù sự hiện diện rộng rãi của các hệ thống cấp phép quản lý rượu cho thấy tiềm năng cho các quy định hiệu quả tồn tại. Tuy nhiên, hệ thống cấp phép cũng phổ biến đối với các quốc gia tăng tính sẵn có của rượu bằng cách tăng số lượng giấy phép nhập khẩu, phân phối bán buôn và bán lẻ rượu. Trong số các quốc gia có hệ thống cấp phép RNK, hầu hết có sự gia tăng số lượng giấy phép phân phối bán buôn, bán lẻ rượu. Tuy nhiên, có sự khác biệt đáng kể giữa các khu vực hoặc quốc gia về mức độ tăng sẵn có của rượu. Trong khi một số khu vực hoặc quốc gia hầu như không có tăng giấy phép nhập khẩu, phân phối rượu, ngược lại tỷ lệ tăng giấy phép nhập khẩu, phân phối rượu lại được tập trung các khu vực hoặc quốc gia có thu nhập trung bình và thấp [13].

Độc quyền về RNK tồn tại khi các Chính phủ thực hiện kiểm soát độc quyền đối với thị trường rượu hoặc một số khía cạnh của thị trường rượu. Những độc quyền như vậy xảy ra ở cấp độ nhập khẩu, sản xuất, phân phối, bán lẻ hoặc xuất khẩu, tuy nhiên sẽ chủ yếu tập trung đối với RNK. Đa phần các quốc gia kiểm soát thị trường ở ít nhất một cấp, bao gồm độc quyền nhập khẩu, độc quyền phân phối RNK hoặc độc quyền bán lẻ RNK. Bên cạnh đó, một số quốc gia sử dụng kết hợp các hệ thống cấp phép và độc quyền. Các quốc gia thực thi hệ thống cấp phép và sự độc

quyền đối với ít nhất một cấp của thị trường. Tuy nhiên, phổ biến hơn là các quốc gia sử dụng giấy phép. Mặc dù vậy, cũng có một vài quốc gia không sử dụng hệ thống cấp phép hoặc độc quyền.

- *Hạn chế phân phối RNK tại địa điểm và không có địa điểm kinh doanh:*

Quy định giờ và ngày bán và mật độ của các cửa hàng bán RNK (tức là phân bố các cửa hàng RNK ở một vị trí địa lý) là một phương pháp hiệu quả khác để hạn chế sự sẵn có của rượu. Các quốc gia thực thi những quy định về mật độ kinh doanh RNK và/hoặc số ngày bán RNK. Bên cạnh đó, quy định về giờ bán hàng, vị trí cửa hàng và bán hàng cho những khách hàng quen không có RNK. Một số các quốc gia quy định về giờ bán RNK tại cửa hàng kinh doanh và ngoài địa điểm kinh doanh. Một số quốc gia hạn chế đối với giờ bán rượu tại địa điểm kinh doanh. Bên cạnh đó, một số quốc gia chỉ áp dụng đối với RNK, có những quốc gia chỉ áp dụng đối với rượu công nghiệp đóng chai, không áp dụng đối với rượu truyền thống. Chính sách về rượu và các biện pháp can thiệp của các quốc gia đối với RNK có những hạn chế đối với việc bán RNK ngoài giờ làm việc tại địa điểm kinh doanh. Các quốc gia phát triển có tỷ lệ thực thi cao nhất quy định hạn chế về rượu, bao gồm quy định đối với địa điểm bán rượu tại cơ sở và địa điểm ngoài cơ sở, mật độ cửa hàng rượu đối với tiêu thụ tại cơ sở kinh doanh, mức độ phổ biến của các hạn chế đối với các sự kiện, bán hàng tại chỗ cho người say và bán hàng tại các trạm xăng dầu [12].

- *Tuổi tối thiểu quốc gia để mua RNK:* Giới hạn độ tuổi có thể áp dụng cho việc tiêu thụ RNK cả tại cơ sở kinh doanh hoặc ngoài cơ sở kinh doanh. Các quốc gia đều quy định tuổi hợp pháp tối thiểu để được bán rượu bia tại cơ sở (gồm RNK), đồng thời quy định tuổi tối thiểu hợp pháp để mua rượu mạnh và RNK. Các quốc gia có độ tuổi mua hợp pháp tối thiểu cho rượu, độ tuổi tối thiểu từ 13 - 25 tuổi. Đến nay, hầu hết giới hạn độ tuổi phổ biến mua rượu mạnh và RNK là 18 tuổi, bao gồm tại cơ sở và ngoài cơ sở kinh doanh. Tuy nhiên, một số quốc gia cũng không giới hạn độ tuổi uống rượu mạnh và RNK tại chỗ và bán hoặc

tiêu thụ RNK. Một số quốc gia có quy định độ tuổi bán hoặc uống rượu khác nhau giữa nam và nữ. Xu hướng độ tuổi bán và uống RNK đang tăng dần, một số quốc gia quy định độ tuổi tối thiểu là trên 20 tuổi, thậm chí đến trên 25 tuổi.

- *Hạn chế uống rượu, bao gồm RNK nơi công cộng:* Các quốc gia cũng có những quy định hạn chế về việc uống rượu bia nói chung và RNK nói riêng ở những nơi công cộng. Những hạn chế như vậy được áp dụng phổ biến nhất cho các khu vực giáo dục, cơ sở y tế, chăm sóc sức khỏe. Bên cạnh đó, hạn chế ít phổ biến nhất tại các sự kiện giải trí và trong công viên.

5. Bài học kinh nghiệm rút ra đối với Việt Nam

Thứ nhất, thành lập hoặc chỉ định một tổ chức chính hoặc cơ quan thích hợp chịu trách nhiệm theo dõi các chính sách, chiến lược và kế hoạch quốc gia, cũng như điều phối các hoạt động của chiến lược phòng, chống tác hại của rượu bia; điều phối hoạt động kinh doanh rượu nói chung, RNK nói riêng.

Thứ hai, nghiên cứu xây dựng chính sách quản lý chặt chẽ thương nhân kinh doanh RNK, tăng điều kiện được cấp giấy phép nhập khẩu rượu để hạn chế nguồn cung rượu.

Thứ ba, nghiên cứu xây dựng chính sách thuế ở mức cao đối với RNK nhằm nâng giá thành đối với rượu nhập khẩu, với mục đích hạn chế tiêu dùng RNK, như: thiết lập hệ thống thuế nội địa về rượu kèm theo hệ thống thi hành có hiệu quả; quy định giá tối thiểu của rượu tại những nơi có thể áp dụng; trợ giá để khuyến khích tiêu dùng đồ uống không có cồn.

Thứ tư, kiểm nghiệm, kiểm dịch, kiểm tra xuất xứ và các hoạt động kiểm soát khác được thực hiện nghiêm ngặt đối với RNK, từng bước nghiên cứu áp dụng việc tách riêng tem RNK và tem phân phối, bán buôn, bán lẻ rượu.

Thứ năm, Việt Nam có thể nghiên cứu, học tập kinh nghiệm về hạn chế hoặc cấm tiếp thị đối với RNK. Các hoạt động bị cấm hoặc hạn chế tiếp thị đối với RNK bao gồm: quảng cáo, vị trí giới thiệu sản phẩm, vị trí kinh doanh, bán khuyến mại và các hoạt động khuyến mại khác có liên quan đến RNK. Ngoài ra, các doanh nghiệp kinh doanh

rượu không được tài trợ cho các sự kiện chính trị, thể thao, văn hóa, xã hội; xây dựng chế tài xử phạt các hành vi vi phạm hạn chế tiếp thị, quảng cáo, khuyến mại, tài trợ.

Thứ sáu, xây dựng và thực thi các quy định nhằm hạn chế tối đa tính sẵn có của RNK, như: quy hoạch khu vực riêng (bán buôn, bán lẻ rượu cũng như rượu nhập khẩu); hạn chế những địa điểm thuận tiện, những địa điểm văn hóa, chính trị, những khu đông dân cư được phép bán rượu; hạn

chế thời gian được bán rượu, bia; mở rộng đối tượng không được bán rượu, bia, mở rộng các địa điểm cấm bán và sử dụng rượu, bia, cũng như các quy định liên quan đến rượu thủ công.

Thứ bảy, tăng cường chính sách thông tin, truyền thông về tác hại của rượu.

Thứ tám, cần nghiên cứu để có giải pháp quản lý nghiêm và có chế tài xử phạt thật nặng đối với những hành vi vi phạm giấy phép kinh doanh RNK ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Chương trình nghị sự phát triển bền vững đến năm 2030 đã được lãnh đạo của 154 quốc gia thành viên thông qua trong Kỳ họp lần thứ 70 của Đại Hội đồng Liên hợp quốc vào năm 2015 tại New York, gồm 17 mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) với 169 chỉ tiêu, xoay quanh khía cạnh giúp phát triển con người bền vững, đó là: xã hội, môi trường và kinh tế.

²Chạy quá tốc độ, lấn lán và sử dụng rượu, bia tham gia giao thông, Cục Cảnh sát giao thông - Bộ Công an, 2014.

³WHO (2014a). Global status report on alcohol and health 2014. Geneva.

^{4,5,6}Viện Chiến lược và Chính sách Y tế (2018). Hậu quả của sử dụng rượu, bia đối với hộ gia đình ở Việt Nam.

⁷50% phụ nữ cho biết người uống rượu, bia nhiều gây các ảnh hưởng bất lợi nhiều nhất đến bản thân họ là người thân trong gia đình, cao gấp 7 lần so với ở nam giới (14,9%). 44,2% phụ nữ cho biết chồng/bạn tình là người uống rượu, bia nhiều gây ảnh hưởng cực nhất, cao gấp 12,8 lần so với nam giới (6%) - Nghiên cứu Tác hại của sử dụng rượu, bia đối với người xung quanh tại Việt Nam thuộc Dự án nghiên cứu WHO/ThaiHealth do Viện Chiến lược và Chính sách y tế tiến hành năm 2012-2013.

⁸Tác hại của sử dụng rượu, bia đối với người xung quanh Dự án nghiên cứu WHO/ThaiHealth tại Việt Nam.

⁹Quy mô nền kinh tế năm 2017 theo Tổng Cục thống kê đạt 5.007,9 nghìn tỷ đồng; GDP bình quân đầu người ước tính đạt 53,5 triệu đồng, tương đương 2.385 USD.

¹⁰Ung thư vú, đại trực tràng, gan, khoang miệng, dạ dày, cổ tử cung, Nguyễn Văn Thuấn, Trần Thị Thanh Hương và Cộng sự, Bệnh viện K, năm 2017.

¹¹Theo báo cáo của WHO (2014) thiệt hại do tai nạn giao thông gây ra bằng 2.8% GDP.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Thomas F. Babor, Raul Caetano, et. al. (2010), *Alcohol: No Ordinary Commodity - Research and Public Policy*. Oxford, the UK: Oxford University Press.
2. John Woodhouse. (2013). Alcohol: minimum pricing. [Online] Available at <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN05021/SN05021.pdf>
3. Paola Corsinovi, Davide Gaeta (2019). *The European Wine Policies: Regulations and Strategies*, In: Alonso Ugaglia, A., Cardebat, JM., Corsi, A. (eds) *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (pp 265-290). Cham, the UK: Palgrave Macmillan.

4. Sherk A., Thomas G., Churchill S., Stockwell T. (2020). Does drinking within low-risk guidelines prevent harm? Implications for high-income countries using the International Model of Alcohol Harms and Policies. *J. Stud. Alcohol Drugs*, 81, 352-361.
5. Stockwell T., Sherk A., Sorge J., et. al. (2019). Finnish Alcohol Policy at the Crossroads: The Health, Safety and Economic Consequences of Alternative Systems to Manage the Retail Sale of Alcohol. [Online] Available at <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/assets/docs/report-alko.pdf>
6. Sherk A., Stockwell T., Rehm J., Dorocicz J., Shield K.D. (2017). InterMAHP: The International Model of Alcohol Harms and Policies: A Comprehensive Guide to the Estimation of Alcohol-Attributable Morbidity and Mortality. [Online] Available at [https://www.drugsandalcohol.ie/28421/1/ InterMAHP%20A %20comprehensive_guide_to_%20estimation_of_alcohol-attributable_morbidity-and_mortality.pdf](https://www.drugsandalcohol.ie/28421/1/InterMAHP%20A%20comprehensive_guide_to_%20estimation_of_alcohol-attributable_morbidity-and_mortality.pdf)
7. Stockwell T., Churchill S., Sherk A., Sorge J., Gruenewald P. (2020). How many alcohol attributable deaths and hospital admissions could be prevented by alternative pricing and taxation policies? Modelling impacts on alcohol consumption, revenues and related harms in Canada. *Health Promot. Chronic Dis. Prev. Can.*, 40, 153-164.
8. James Thornton. (2013). American Wine Economics: An Exploration of the U.S. Wine Industry. [Online] Available at <https://doi.org/10.1525/9780520957015>

Ngày nhận bài: 20/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. DƯƠNG THÁI TRUNG

Vụ Thị trường trong nước, Bộ Công Thương

THE STATE MANAGEMENT OF IMPORTED WINE BUSINESSES IN SOME COUNTRIES AND LESSONS LEARNT FOR VIETNAM

● Master. **DUONG THAI TRUNG**

Department of Domestic Markets

Ministry of Industry and Trade

ABSTRACT:

This paper presents an overview on the history of state management, arguments and regulations regarding imported wine businesses in some countries. This paper also presents some lessons learnt for Vietnam in the state management of imported wine businesses.

Keywords: state management, selling and purchasing imported wine, wine, alcoholic beverages, beer.

HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN CẤP NƯỚC TÂN HÒA

● NGUYỄN QUYẾT THẮNG - LẠI THỊ THANH NGÀ

TÓM TẮT:

Tại Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa (Tân Hòa), công tác quản trị nguồn nhân lực (QTNNL) tuy đã được quan tâm và thực hiện tốt, nhưng vẫn còn một số tồn tại, ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất - kinh doanh (SXKD), cũng như chưa đáp ứng kịp thời yêu cầu đổi mới của DN. Bằng một số phương pháp nghiên cứu, như: thu thập thông tin, thống kê mô tả, so sánh, phân tích và tổng hợp; nghiên cứu này xem xét và đi sâu vào thực trạng công tác QTNNL tại Tân Hòa để từ đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện công tác QTNNL của Công ty trong thời gian tới.

Từ khóa: quản trị nguồn nhân lực, Công ty cổ phần Cấp nước Tân Hòa.

1. Đặt vấn đề

Tân Hòa là công ty cổ phần có vốn nhà nước chi phối, thuộc Tổng công ty Cấp nước Sài Gòn - Trách nhiệm hữu hạn một thành viên (Công ty mẹ). Hoạt động chính của Công ty là cung ứng, kinh doanh nước sạch cho nhu cầu tiêu dùng, sản xuất của khu vực quận Tân Bình, quận Tân Phú và một phần quận Phú Nhuận thuộc Thành phố Hồ Chí Minh. Công tác QTNNL được Công ty thực hiện tương đối tốt. Tuy nhiên, do một vài khó khăn, nên Công ty vẫn còn một số điểm hạn chế nhất định. Công tác tuyển dụng còn hạn chế về kinh phí, nhân sự tiếp nhận đôi khi còn chưa đáp ứng được yêu cầu về trình độ, năng lực công tác. Đối với hoạt động đào tạo, tuy được lãnh đạo quan tâm nhưng chưa có kế hoạch đào tạo gắn với chiến lược phát triển của Công ty. Công ty cũng rất chú trọng đến lương, thưởng và các chế độ cho người lao động (NLD), tuy nhiên so với mặt bằng

chung của ngành nước trong khu vực Thành phố Hồ Chí Minh thì mức thu nhập này còn thấp. Do vậy, việc hoàn thiện công tác QTNNL là hết sức cần thiết.

2. Cơ sở dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu dùng để phân tích trong nghiên cứu này bao gồm: dữ liệu thứ cấp được lấy từ các nghiên cứu, tài liệu liên quan đến các chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước về phương hướng phát triển nguồn nhân lực (PTNNL) trong lĩnh vực ngành cấp nước, các nghiên cứu, tài liệu liên quan đến lý luận QTNNL trong các đơn vị, tổ chức, những quan điểm về phát triển lực lượng trong ngành cấp nước hiện nay như một số giáo trình, các dữ liệu trên báo chí, website, các báo cáo chính thức, các chính sách đang thực hiện áp dụng tại Tân Hòa... và dữ liệu sơ cấp được thu thập lần đầu, chưa qua xử lý tại thời điểm nghiên cứu thông qua các cuộc điều tra, phỏng vấn và thảo luận nhóm với các

nhà quản trị (NQT) và nhân viên Tân Hòa nhằm hoàn thiện công tác QTNNL Công ty.

Nghiên cứu sử dụng một số phương pháp như thu thập thông tin, thống kê mô tả, so sánh, phân tích và tổng hợp. Các phương pháp này sử dụng chủ yếu trong việc nghiên cứu bài học, kinh nghiệm, phân tích, so sánh, đánh giá thực trạng công tác QTNNL và tìm ra những nguyên nhân tồn tại vì sao nguồn lao động chưa thực sự phát huy hết tiềm năng của mình, chưa đáp ứng được nhu cầu của Công ty. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng sử dụng phương pháp điều tra và thảo luận nhóm với các NQT và nhân viên Công ty, qua đó đề xuất giải pháp và kiến nghị liên quan đến việc hoàn thiện công tác QTNNL tại Tân Hòa.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thực trạng công tác quản trị nguồn nhân lực tại Tân Hòa

Tân Hòa đã xây dựng được hệ thống quy chế làm việc cho đội ngũ cán bộ, NLĐ và những người làm công việc khác tại Công ty. Đặc biệt, trong cơ cấu tổ chức các Phòng - Đội được phân công rõ ràng, cụ thể chức năng, nhiệm vụ theo quy chế được duyệt. (Bảng 1)

Trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và trình độ ngoại ngữ, tin học của đội ngũ cán bộ, NLĐ tại Công ty những năm gần đây có sự tăng trưởng theo chiều hướng tích cực, cán bộ và NLĐ tích cực học tập nâng cao trình độ, chuyên môn, nghiệp vụ. (Bảng 2)

Bảng 1. Cơ cấu CBCNV, giai đoạn 2019 - 2021 tại Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa

DVT: Người

TT	Cơ cấu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
		Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính							
1	Nam	260	80	256	80	252	79,3
2	Nữ	65	20	64	20	66	20,8
Tổng cộng		325	100,00	320	100,00	318	100,00
Độ tuổi							
1	Dưới 30 tuổi	50	15,4	39	12,3	65	20,5
2	Từ 31 - 40 tuổi	95	29,3	107	33,4	107	33,7
3	Từ 41 - 50 tuổi	134	41,2	137	42,8	110	34,6
4	Trên 50 tuổi	46	14,1	37	11,5	36	11,2
Tổng cộng		325	100,00	320	100,00	318	100,00

Nguồn: Phòng Tổ chức - Hành chính Công ty

Bảng 2. Trình độ chuyên môn của CBCNV, giai đoạn 2019 - 2021 tại Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa

DVT: Người

TT	Trình độ	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
		Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Đại học (ĐH), sau đại học	98	30,2	109	34,1	125	39,3
2	Cao đẳng	49	15,0	39	12,3	24	8,0
3	Trung cấp, Trung học phổ thông (THPT)	178	54,8	172	53,7	169	53,0
Tổng cộng		325	100,00	320	100,00	318	100,00

Nguồn: Phòng Tổ chức - Hành chính Công ty

Đi sâu vào phân tích, tìm hiểu và đánh giá công tác QTNNL của Công ty cho thấy:

- Công tác hoạch định nguồn nhân lực

Hoạch định nguồn nhân lực (NNL) được xác định là nhu cầu nhân lực, đưa ra các chính sách, kế hoạch hoạt động cho Tân Hòa nhằm đáp ứng đủ nhân lực đảm bảo số lượng, chất lượng, bố trí đúng người, đúng việc và đúng thời điểm cần thiết để đạt được hiệu quả trong hoạt động SXKD cho Công ty.

Trong điều kiện và yêu cầu nâng cao hiệu quả SXKD hiện nay, Công ty chưa có kế hoạch nhân lực trong dài hạn. Việc xác định thừa hay thiếu lao động chỉ do từng phòng, ban xác định dựa vào khối lượng công việc hiện tại, không có sự tham gia của Phòng Tổ chức - Hành chính. Phòng Tổ chức Hành chính chỉ có chức năng tổng hợp các nhu cầu nhân sự từ các bộ phận và thực hiện tuyển dụng. Ban lãnh đạo Công ty có xác định được nhu cầu về NNL trong ngắn hạn nhưng đề ra chiến lược này còn sơ sài.

- Công tác phân tích công việc

Phân tích công việc, xây dựng bảng mô tả công việc và bảng tiêu chuẩn công việc được xem là vấn đề then chốt của hoạt động QTNNL. Tuy nhiên, tại Tân Hòa chưa chính thức thực hiện phân tích công việc. Các nội dung công việc của từng chức danh thường chỉ được nêu trong hợp đồng lao động. Ngoài ra, các yêu cầu công việc, điều kiện tiến hành công việc, các nhiệm vụ, trách nhiệm, quyền hạn khi thực hiện công việc và các kỹ năng cần thiết mà nhân viên phải có để thực hiện tốt công việc thường do lãnh đạo cấp trên trực tiếp trao đổi với nhân viên dưới quyền và trong văn bản chưa quy định cụ thể, rõ ràng.

Bảng mô tả công việc và bảng tiêu chuẩn công việc là cơ sở cho việc tuyển chọn, đào tạo, bố trí, sử dụng và đánh giá kết quả thực hiện của một cán bộ công chức, nhân viên. Tuy nhiên, tại Tân Hòa chưa có bảng mô tả công việc và bảng tiêu chuẩn công việc cụ thể cho từng chức danh. Vì vậy, CBCNV không có định hướng để phấn đấu; đôi khi tuyển chọn vào các vị trí, các chức danh lãnh đạo còn mang tính chủ quan, thiên về cá nhân của người xét duyệt, hoặc của người tham mưu đề xuất trực tiếp cho người xét duyệt.

- Công tác tuyển dụng

Hoạt động tuyển dụng của Tân Hòa có quy trình

rõ ràng, chi tiết, được tiến hành, minh bạch, công khai. Tuy nhiên, quy trình này còn khá đơn giản, một số khâu mang tính hình thức nên việc tuyển dụng của công ty diễn ra một cách nhanh chóng. Bên cạnh đó, Công ty chưa thu hút được nhân tài từ bên ngoài, vì nguồn tuyển dụng đa số từ nội bộ, ưu tiên con em CBCNV trong Công ty. (Bảng 3)

Bảng 3. Tình hình lao động được tuyển dụng và nghỉ việc tại Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa, giai đoạn 2019 - 2021

ĐVT: người

Năm	Đầu kỳ	Tuyển dụng	Nghỉ việc	Cuối kỳ
2019	338	06	19	325
2020	325	10	15	320
2021	320	06	08	318

Nguồn: Phòng Tổ chức - Hành chính Công ty

- Công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

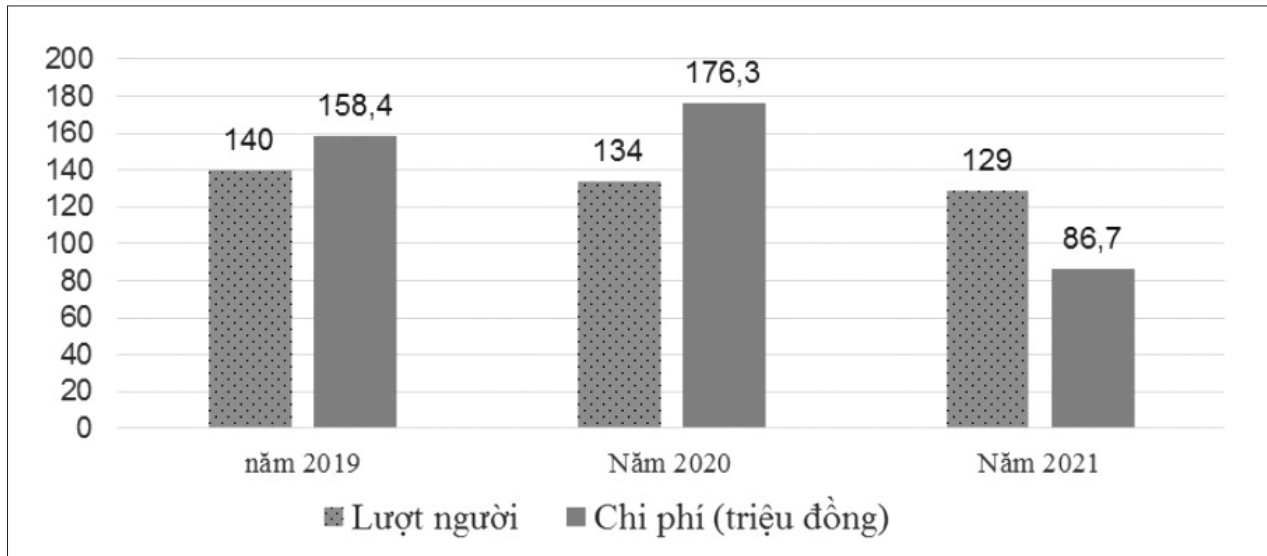
Đào tạo và PTNNL là ưu tiên hàng đầu tại Tân Hòa. Công ty luôn chú trọng và đầu tư cho việc đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực tại Công ty, đảm bảo đáp ứng nhu cầu nâng cao, bổ sung cập nhật kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng nghề nghiệp, năng lực quản lý điều hành, khoa học công nghệ đáp ứng yêu cầu hoạt động kinh doanh. Mỗi CBCNV đều được khuyến khích và tạo điều kiện tham gia các khóa đào tạo tại Công ty hoặc bên ngoài.

Tuy nhiên, Công ty chưa có chiến lược đào tạo và phát triển gắn liền với tầm nhìn và mục tiêu cụ thể của DN. Mặc dù Công ty đã có xây dựng kế hoạch đào tạo nhưng chưa sát với thực tế công việc, thường có phát sinh do nhu cầu công việc cần thiết nên kế hoạch dự báo thường không chính xác. Chất lượng đào tạo chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn, không tạo được động lực cho sự phát triển, cũng như chưa có chính sách hỗ trợ phù hợp để kích thích nhân viên tự học. Bên cạnh đó, sau mỗi hoạt động đào tạo Công ty chưa thực hiện đánh giá hiệu quả đào tạo. (Hình 1)

- Thù lao và chế độ đãi ngộ

Định kỳ hàng tháng, Trưởng các Phòng - Đội của Công ty tiến hành đánh giá kết quả thực hiện công việc của nhân viên tại bộ phận mình. Việc

Hình 1: Số lượt CBCNV được cử đi đào tạo và chi phí đào tạo tại Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa, giai đoạn 2019 - 2021



Nguồn: Phòng Tổ chức - Hành chính Công ty

đánh giá này cho biết mức độ hoàn thành công việc của nhân viên ra sao, làm cơ sở cho việc trả lương, khen thưởng cũng như bố trí, sắp xếp công việc cho nhân viên. Riêng các Trưởng, phó phòng sẽ được Ban Giám đốc đánh giá theo phân công phụ trách các bộ phận.

Tuy nhiên, việc đánh giá kết quả thực hiện công việc của nhân viên còn mang tính định tính, chưa chi tiết, cụ thể, đánh giá đôi lúc còn nể nang, chưa bám sát yêu cầu công việc và tiêu chuẩn. Các chế độ chính sách về tiền lương, thưởng, phúc lợi xã hội của Công ty chưa mang lại sự hài lòng cho đội ngũ cán bộ và NLĐ tại Công ty. Mặc dù Công ty cũng rất chú trọng đến lương, thưởng và các chế độ cho CBCNV, tuy nhiên so với mặt bằng chung của khu vực thì mức thu nhập này vẫn còn khá thấp.

Việc chi trả lương hiện nay chưa thật sự kích thích NLĐ hăng say với công việc, chưa phát huy hết khả năng để tạo năng suất, chất lượng và hiệu quả cao nhất. Chưa xây dựng được quy chế trả lương áp dụng riêng cho các chuyên gia, nhân viên giỏi để họ phát triển tài năng, giữ chân người tài. Các chính sách kích thích vật chất, tinh thần như thi đua, khen thưởng còn hình thức, chưa gắn với quyền lợi thiết thực của người lao động. Các chính sách đãi ngộ của Công ty với nhân viên tuy

đã được cải thiện nhưng chưa mang tính đồng đều, dàn trải, thiếu chính sách đãi ngộ đối với nhân viên giỏi, người tài. Đây là nguyên nhân Công ty chưa thu hút được lao động có chuyên môn cao. Nhân viên có năng lực, có kinh nghiệm lại có xu hướng chuyển dịch sang môi trường làm việc mới tốt hơn hoặc có thu nhập cao hơn với chính sách đãi ngộ hợp lý hơn.

Một số nguyên nhân chính dẫn đến những hạn chế trong công tác QTNNL của Tân Hòa:

Nguyên nhân chủ quan: (1) Công tác QTNNL của Tân Hòa còn thiếu chiến lược tổng thể về PTNNL, cũng như những chính sách, biện pháp chiến lược đồng bộ. Từ đó, thiếu cơ sở định hướng cho các hoạt động chức năng của QTNNL có hiệu quả, khiến các chương trình, kế hoạch, biện pháp trong tổ chức thực hiện công tác QTNNL của các NQT các cấp bị hạn chế, đặc biệt trong thực hiện các mục tiêu dài hạn; (2) Công ty chưa có những ứng dụng và chuẩn hóa chương trình quản trị nên vẫn còn xuất hiện những tồn tại trong công tác QTNNL; (3) Sự quan tâm về công tác QTNNL của nhiều NQT các cấp chưa đồng đều, đặc biệt tại một số phòng, ban chưa thật sự quán triệt quan điểm coi con người là nhân tố quyết định sự thành bại trong hoạt động của bộ phận mình.

Nguyên nhân khách quan: (1) Quy định áp

dụng mức lương tối thiểu còn bất cập, không theo kịp tốc độ trượt giá khiến cho thu nhập lương tối thiểu và thu nhập lương khi nghỉ hưu của người lao động không đảm bảo khiến cho người lao động chưa thực sự yên tâm công tác; (2) Công đoàn có tổ chức việc phổ biến các Luật Bảo hiểm, Luật Công đoàn, Luật Doanh nghiệp, Thông tư, Nghị định của Chính phủ về tiền lương, phụ cấp, trợ cấp nhưng còn thiếu tính kịp thời và sâu sát làm cho DN gặp nhiều khó khăn trong triển khai công tác quản trị hoạt động DN; (3) Công ty hầu hết chưa xây dựng chiến lược PTNNL, chỉ thực hiện theo xu thế phát triển trong hoạt động của DN, do đó còn nhiều bất cập, chưa hiểu hết tầm quan trọng cũng như chưa phát huy hết tiềm năng và thế mạnh trong công tác QTNNL.

3.2. Đề xuất giải pháp

3.2.1. Giải pháp hoàn thiện công tác hoạch định nguồn nhân lực

Để thực hiện tốt công tác hoạch định NNL, Tân Hòa cần phải làm tốt công việc dự báo về nhu cầu NNL. Để có được sự dự báo chính xác, Công ty cần hệ thống hóa các kỹ năng, trình độ, kinh nghiệm cho từng loại hình công việc thông qua xây dựng bảng mô tả và bảng tiêu chuẩn công việc. Phối hợp với các Trưởng Phòng - Đội xác định yêu cầu về số lượng, chất lượng nhân sự trên cơ sở tiêu chuẩn đó đồng thời dự báo sơ bộ một số tiêu chuẩn công việc trong tương lai trên cơ sở các kế hoạch kinh doanh và các tiêu chuẩn trong hiện tại.

Giám đốc Công ty rà soát bố trí các phòng chuyên môn đối với cán bộ và NLD đáp ứng đủ tiêu chuẩn chuyên môn, nghiệp vụ theo vị trí việc làm đã được phê duyệt.

Căn cứ vào kế hoạch SXKD cũng như mục tiêu chiến lược phát triển của Công ty trong giai đoạn sắp tới để xác định khối lượng công việc cần thực hiện.

Đánh giá trình độ trang thiết bị kỹ thuật, khả năng thay đổi về công nghệ nâng cao năng suất lao động.

Nhu cầu NNL theo công việc, theo trình độ, theo giới tính; Khả năng tài chính của Công ty chi cho các nguồn lực.

Tham mưu và đề xuất cấp trên nhiều chỉ tiêu đăng ký tham gia các khóa học bổ sung kiến thức chuyên môn.

Quy hoạch nguồn cán bộ là một nhiệm vụ hết sức quan trọng, góp phần không nhỏ vào sự phát triển không ngừng của Công ty. Để làm được công tác này, ngoài các yếu tố kỹ thuật trong việc quy hoạch, Công ty cần chú trọng đến các yếu tố “mềm” khác để đảm bảo duy trì và giữ chân được người tài, tránh tình trạng đã đưa vào quy hoạch nhưng không giữ được người. Một số biện pháp cần thực hiện thật tốt như sau:

Cần đẩy mạnh công tác xây dựng văn hóa DN, tạo ra môi trường làm việc khoa học, thân thiện mà ở đó cán bộ và NLD có thể coi Công ty như ngôi nhà thứ hai của mình.

Cần phổ biến rộng rãi đến toàn thể cán bộ và NLD chiến lược phát triển của Công ty, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị triết lý, các kế hoạch động,... Gần công việc thực tế với chiến lược vạch ra và thường xuyên cập nhật các thông tin liên quan đến cán bộ và đội ngũ người lao động để họ yên tâm công tác. Các chính sách và chế độ ưu tiên đặc biệt cho cán bộ giỏi, cán bộ thâm niên cũng cần được phát triển và quan tâm thích đáng để họ yên tâm công tác. Đặc biệt, chính sách sẵn sàng hỗ trợ cán bộ và NLD khi họ không còn muốn làm việc tại Công ty nữa cần được thực hiện triệt để hơn, vừa để xây dựng hình ảnh Công ty, vừa tạo thêm các nguồn lực hỗ trợ cho Công ty sau này.

3.2.2. Giải pháp hoàn thiện công tác phân tích công việc

Để làm tốt hơn công tác phân tích công việc, trước hết, Công ty cần xây dựng quy trình thực hiện phân tích công việc để đảm bảo tính thống nhất khi triển khai thực hiện.

Công ty nên xây dựng bảng mô tả công việc bao gồm những nội dung chủ yếu như: tên công việc, mã số, cấp bậc, nhân viên thực hiện, người giám sát, người phê duyệt bảng mô tả công việc, mô tả tóm tắt công việc, nêu rõ mối quan hệ của người thực hiện công việc với những người khác trong và ngoài DN; liệt kê từng chức năng, nhiệm vụ chính và giải thích, xác định cụ thể, rõ ràng về phạm vi quyền hạn nhất là trong quyết định về tài chính và nhân sự, tiêu chuẩn mẫu mà người thực hiện công việc cần đạt được và điều kiện làm việc.

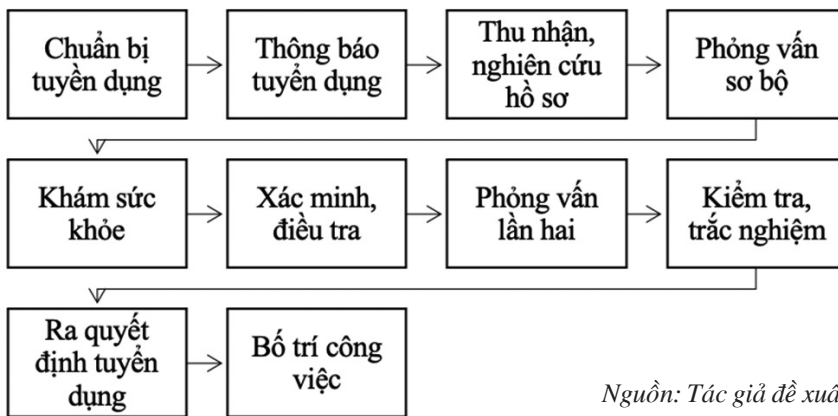
Tất cả các hồ sơ hệ thống phân tích công việc được hoạch định và thực hiện bởi Ban Giám đốc và Trưởng các bộ phận.

Công ty cần xây dựng Bảng tiêu chuẩn công việc bao gồm các yếu tố chính, như: trình độ văn hóa, chuyên môn, ngoại ngữ, vi tính, kinh nghiệm, tuổi đời, sức khỏe, hoàn cảnh gia đình, các đặc điểm cá nhân liên quan.

3.2.3. Giải pháp hoàn thiện công tác tuyển dụng

Tuyển dụng là hoạt động quan trọng, có tác dụng bảo đảm biên chế cho lực lượng cán bộ và NLD tại Công ty trước mắt và lâu dài. Do vậy, cần tổ chức lại công tác tuyển dụng cán bộ, NLD cho phù hợp. Việc tuyển dụng mới cần tuân thủ nghiêm các tiêu chuẩn quy định đối với từng vị trí công việc. Quy trình tuyển dụng nên thực hiện đầy đủ các bước như sau: (Hình 2)

Hình 2: Quy trình tuyển dụng tại Công ty



Nguồn: Tác giả đề xuất

Để tuyển chọn được những nhân viên thực sự có trình độ, năng lực, có chuyên môn phù hợp với yêu cầu của công việc. Công ty cần phải có những phương pháp kiểm tra như thực hiện phương pháp trắc nghiệm khi tuyển chọn. Trắc nghiệm được thực hiện để kiểm tra kiến thức, kỹ năng chuyên môn và năng lực thật sự của các ứng viên tham gia tuyển dụng. Với công tác phỏng vấn sơ bộ và lần 2 thì chưa thể hiện được khả năng thật sự của các ứng viên, đôi khi không đáp ứng được nhu cầu công việc. Với phương pháp trắc nghiệm sẽ giúp Công ty sàng lọc khá kỹ những ứng viên không đạt yêu cầu do Công ty đề ra. Các phương pháp Công ty nên áp dụng, đó là: (1) Trắc nghiệm về kiến thức tổng quát cho biết trình độ của ứng viên tới đâu, có thể đảm nhận vị trí nào trong tương lai; (2) Trắc nghiệm kiến thức chuyên môn nhằm kiểm tra kiến thức chuyên

môn thật sự mà ứng viên có được thông qua học tập và kinh nghiệm thực tế, để thực hiện các công việc được mô tả trong bảng mô tả công việc; (3) Trắc nghiệm mẫu công việc, ở đây mẫu công việc cụ thể được đưa ra gắn sát với thực tế của Công ty và yêu cầu ứng viên thực hiện. Trắc nghiệm này cho biết được mức độ thành công trong công việc của các ứng viên.

Khi tiến hành trắc nghiệm, yêu cầu đặt ra là các bài trắc nghiệm phải sát với thực tế của Công ty; có độ tin cậy cao và có thể ứng dụng rộng rãi trong toàn Công ty. Do đó, Công ty cần xây dựng mỗi loại công việc một bài trắc nghiệm riêng và thường xuyên kiểm tra tính hữu dụng của nó khi sử dụng.

Bên cạnh đó, Công ty phải tìm hiểu, nghiên cứu phương pháp tuyển chọn trực tuyến. Phương pháp này giúp Công ty nhắm đến nhiều ứng viên có đủ khả năng cho công việc, sàng lọc họ chỉ trong vài giây và liên hệ với nhiều người tiềm năng nhất ngay lập tức. Cử cán bộ có chuyên môn, có nhiệt huyết với nghề bố trí vào làm công tác tuyển dụng, không nhất thiết phải cán bộ của Phòng Tổ chức - Hành chính.

Hàng năm, công ty cần trích nguồn kinh phí nhất định để tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ và NLD làm công tác tuyển dụng nguồn nhân lực, đồng thời chú trọng phân bổ nguồn kinh phí cho các hoạt động liên quan công tác tuyển dụng như: Thông báo tuyển dụng, liên kết với các trường đại học, cao đẳng để tạo nguồn nhân lực từ sinh viên các trường,...

3.2.4. Giải pháp hoàn thiện công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Công ty cần quan tâm và đẩy mạnh hơn nữa công tác đào tạo trong công việc và đào tạo ngoài công việc:

Đào tạo trong công việc: (1) Phải có kế hoạch và chương trình đào tạo chi tiết cụ thể dựa trên mục tiêu, chiến lược phát triển và kế hoạch sử dụng nguồn nhân lực của Phòng - Đội/Công ty; Cần xem xét khả năng thực hiện các phương pháp đào tạo

trong công việc như đào tạo theo chỉ dẫn công việc, đào tạo theo kiểu học nghề, kèm cặp và chỉ bảo, ...; (2) Cần có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận để hoạt động đào tạo không ảnh hưởng đến hoạt động SXKD; Do đặc thù hoạt động SXKD của Công ty nên cần phải đẩy mạnh hơn nữa công tác đào tạo trong công việc theo hình thức luân chuyển nội bộ để có thể tối ưu hóa nguồn lực.

Đào tạo ngoài công việc: (1) Cần có kế hoạch và chương trình đào tạo chi tiết cụ thể dựa trên mục tiêu, chiến lược phát triển và kế hoạch sử dụng NNL của Phòng - Đội; (2) Cần xem xét và lựa chọn các phương pháp đào tạo phù hợp: tổ chức lớp học cạnh DN, cử nhân viên đi học ở các trường chính quy, đào tạo từ xa,... Chú trọng công tác đào tạo nâng cao kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, nâng cao kỹ năng, nâng cao thái độ cho nhân viên; (3) Phòng Tổ chức - Hành chính cần xem xét đánh giá, đưa ra các tư vấn cần thiết để có thể lựa chọn ra được những nhân viên phù hợp đưa đi đào tạo. Cần có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận để hoạt động đào tạo không ảnh hưởng đến hoạt động SXKD.

Sau khi thực hiện kế hoạch đào tạo, Công ty cần đánh giá hiệu quả của việc đào tạo thông qua trả lời câu hỏi: Nhân viên thích chương trình học như thế nào? Nhân viên học được gì sau khóa đào tạo? Nhân viên áp dụng được các kiến thức, kỹ năng đã học vào công việc hiện tại như thế nào? Công ty thu được gì từ việc đầu tư cho đào tạo? Như thế Công ty mới có những điều chỉnh thích hợp nhằm nâng cao hiệu quả cho kế hoạch đào tạo sau. Việc đánh giá chương trình đào tạo phải được tiến hành thường xuyên trong khóa đào tạo bằng việc Trưởng bộ phận sẽ giám sát quá trình đào tạo nhân viên thông qua phiếu theo dõi định kỳ, Công ty không nên báo trước thời gian tiến hành đánh giá để cho kết quả chính xác nhất.

Để đánh giá được hiệu quả đào tạo, Công ty không những tiến hành đánh giá nhân viên trong quá trình đào tạo về khả năng tiếp thu, khả năng sáng tạo, ý thức chấp hành các quy định trong công việc, kỹ năng thực hiện công việc, thời gian hoàn thành công việc mà Công ty cần đánh giá kết quả thực hiện công việc của nhân viên sau đào tạo. Nội dung đánh giá cần có những chỉ tiêu so sánh trước và sau đào tạo như chỉ tiêu về số lượng, thời gian,

chất lượng,... Ngoài ra, phương pháp so sánh chéo giữa nhân viên này với nhân viên khác hay giữa nhóm này với khác cũng cần được sử dụng. Từ kết quả đó, Công ty có thể biết được chương trình đào tạo của mình có hiệu quả hay không, những điểm nào cần phải rút kinh nghiệm khắc phục, những điểm nào cần phải phát huy để công tác đào tạo đạt hiệu quả cao.

3.2.5. Giải pháp hoàn thiện công tác thù lao và chế độ đãi ngộ

Việc đánh giá kết quả thực hiện công việc của CBCNV còn mang tính định tính, chưa rõ ràng do Công ty chưa có Bảng mô tả công việc và Bảng tiêu chuẩn công việc nên chưa có thang điểm chuẩn để đánh giá. Người tự đánh giá cũng như nhận xét của lãnh đạo đôi khi sai lệch kết quả do yếu tố chủ quan, cảm tính, thành kiến hay nể nang... Do đó, cần phải có giải pháp thực hiện trong thời gian tới, đó là:

- Lựa chọn phương pháp đánh giá phù hợp, có thể bổ sung các tiêu chuẩn đánh giá mức độ hoàn thành công việc của nhân viên trong phiếu đánh giá CBCNV hàng tháng/năm bằng cách gắn mỗi tiêu chuẩn đánh giá công việc với một thang điểm đánh giá phù hợp. Điều này nhằm đảm bảo tính khách quan, công bằng, hạn chế sự phụ thuộc vào ý kiến chủ quan của lãnh đạo trong quá trình đánh giá. Đồng thời việc tổ chức họp xét, đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ của CBCNV phải được lập biên bản, lưu giữ làm cơ sở xét tăng lương, khen thưởng, đề bạt,... theo quy định.

- Việc đánh giá phải căn cứ vào bảng tiêu chuẩn đánh giá mức độ hoàn thành công việc của nhân viên so với nhiệm vụ được giao tại Bảng mô tả công việc và Bảng tiêu chuẩn công việc. Mỗi tiêu chuẩn được đánh giá với mức độ quan trọng từ thấp đến cao và chia thành mức độ. Trong đó tiêu chuẩn nào quan trọng có mức điểm cao hơn các tiêu chuẩn còn lại. Lãnh đạo sẽ đánh giá năng lực thực hiện công việc của cán bộ, công chức, viên chức qua điểm tổng hợp cuối cùng và có thông qua ý kiến của tập thể.

- Bảng tiêu chuẩn đánh giá mức độ hoàn thành công việc của CBCNV giúp lãnh đạo có cơ sở đánh giá một cách khách quan về CBCNV. Thông qua phần cá nhân tự đánh e tránh sự chủ quan, thành kiến của lãnh đạo trong quá trình đánh giá.

Việc xây dựng việc một cơ chế trả lương phù hợp rất cần thiết đối với Công ty, cụ thể như sau:

Thứ nhất, việc trả lương không chỉ là trả lương cao, ngang bằng với nơi khác, mà còn phải làm cho người lao động cảm thấy hài lòng với với tiền lương, thưởng và chế độ đãi ngộ. Trả lương, xây dựng hệ số công việc phải dựa vào kết quả của việc đánh giá giá trị công việc. Cơ chế tiền lương phải thật sự đóng vai trò là thước đo đánh giá đúng năng lực, khả năng làm việc và mức độ đóng góp của nhân viên vào kết quả hoạt động của Công ty. Qua đó, họ cảm nhận được giá trị lao động và giá trị bản thân họ ở công việc và ở trong Công ty, từ đó sẽ động viên khuyến khích họ với tinh thần làm việc hăng say nhất.

Thứ hai, trả lương và phân phối thu nhập dựa theo hiệu quả công việc, người làm nhiều hưởng nhiều, làm ít hưởng ít, không làm không hưởng. Tiêu chí thưởng, phạt phải được công khai, minh bạch, được cán bộ và người lao động chấp nhận. Người làm tốt, có thành tích cống hiến trong hoạt động công tác của Công ty sẽ được nhận tiền lương và thưởng xứng đáng. Ngược lại, với những người làm việc kém hiệu quả, ỷ lại cũng cần có chính sách phù hợp để họ cố gắng nhìn nhận tinh thần trách nhiệm hơn trong công việc.

Thứ ba, xây dựng mức tiền lương trên cơ sở hướng đến yếu tố thị trường, đảm bảo luôn có thể thu hút và giữ được lao động. Theo đó, tiền lương phải có cơ chế thu thập thông tin mặt bằng tiền lương trên thị trường lao động, xem xét mặt bằng lương của ngành và khu vực. Căn cứ vào đó, tùy từng nhóm cán bộ và người lao động, Công ty xác định chiến lược trả lương phù hợp với nhu cầu thu hút - có thể cao hơn, bằng hoặc thấp hơn mức trung bình trên thị trường. Ngoài ra, cần tính toán đến yếu

tố lạm phát trượt giá, đảm bảo người lao động cân đối giữa tiền lương và chi phí sinh hoạt cần thiết.

Thứ tư, xây dựng tiền lương phải phù hợp và nhất quán với chiến lược hoạt động, kế hoạch ngân sách cũng như các chức năng quản lý khác của Công ty. Đồng thời phải tuân thủ các quy định của pháp luật. Tóm lại, thực hiện tốt công tác phân tích và mô tả công việc, đảm bảo trách nhiệm rõ ràng, rành mạch và phù hợp với định hướng phát triển của Công ty. Đây là bước cần thiết và là tiền đề cải tiến hệ thống tiền lương, thực hiện trả lương theo giá trị công việc đảm nhận. Thêm vào đó là một quy chế bao gồm các tiêu chuẩn đánh giá bài bản, có tính hệ thống sẽ giúp Công ty nâng cao tính công bằng trong đãi ngộ, khuyến khích sự cạnh tranh, phát huy năng lực làm việc. Mặc khác qua đánh giá, người quản lý phát hiện được những yếu tố tích cực cần phát huy, đồng thời nhận ra những mặt tồn tại và điểm yếu cần khắc phục của mỗi cán bộ, NLĐ và của hệ thống quản lý.

4. Kết luận

Công tác QTNNL có ý nghĩa quyết định đến sự thành công hay thất bại của bất cứ tổ chức nào. Trên cơ sở lý luận về công tác QTNNL trong tổ chức, việc nghiên cứu, phân tích đánh giá thực trạng QTNNL tại Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa đã xác định những mặt được và chưa được. Trong thời gian tới, để hoàn thiện công tác QTNNL của đơn vị, Công ty cần tiếp tục chú trọng đến việc: hoàn thiện các quy trình, thủ tục và thực hiện tốt công tác tuyển dụng nhân sự; tập trung vào việc đào tạo và phát triển nhân viên; làm tốt công tác đánh giá nhân lực; từng bước hoàn thiện công tác tiền lương và xây dựng xây dựng văn hóa DN tại Công ty nhằm tạo ra một môi trường làm việc thân thiện, hợp tác, trách nhiệm, hiệu quả... ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Hữu Thân (2008), *Quản trị nhân sự*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
2. Trần Kim Dung (2018), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
3. Phòng Tổ chức Hành chính Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa (2019-2021), *Báo cáo thống kê số lượng nguồn nhân lực qua các năm*.

4. Phòng Tổ chức Hành chính Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa (2019-2021), *Báo cáo tình hình tuyển dụng nguồn nhân lực qua các năm.*

5. Phòng Tổ chức Hành chính Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa (2019-2021), *Báo cáo tình hình đào tạo nguồn nhân lực qua các năm.*

6. Trang web: <http://www.capnuoctanhua.com.vn/>

Ngày nhận bài: 12/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. NGUYỄN QUYẾT THẮNG

Khoa Quản trị Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn

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

2. LẠI THỊ THANH NGA

Công ty Cổ phần Cấp nước Tân Hòa

IMPROVING THE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF TAN HOA WATER SUPPLY JOINT STOCK COMPANY

● Assoc.Prof.Ph.D **NGUYEN QUYET THANG**¹

● **LAI THI THANH NGA**²

¹Faculty of Tourism and Hospitality Management

Ho Chi Minh City University of Technology

²Tan Hoa Water Supply Joint Stock Company

ABSTRACT:

Although Tan Hoa Water Supply Joint Stock Company has paid attention to the human resource management, there are still some shortcomings affecting the company's performance and innovation. By using some research methods such as information collection, descriptive statistics, comparison, analysis and synthesis, this study examined the current human resource management of Tan Hoa Water Supply Joint Stock Company and proposed some solutions to help the company improve its human resource management in the coming time.

Keywords: human resource management, Tan Hoa Water Supply Joint Stock Company.

MỘT SỐ NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN ĐỘNG LỰC HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM

● PHAN THỊ THÙY

TÓM TẮT:

Bài viết này trình bày kết quả nghiên cứu về động lực học tập và các nhân tố tác động đến động lực học tập của sinh viên Trường Đại học Đại Nam (ĐHĐN). Nghiên cứu đã khảo sát 300 sinh viên (SV) đang học tại trường với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Kết quả nghiên cứu cho thấy đa số SV đều có động lực học tập của bản thân, trong đó định hướng học tập có sự chi phối mạnh nhất đến động lực của SV. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cho thấy môi trường học tập không có tác động đến động lực học tập của SV trong nhà trường, còn nhân tố hành vi của giảng viên có tác động nhưng không nhiều. Kết quả nghiên cứu cung cấp những thông tin hữu ích để các nhà quản lý giáo dục của nhà trường định hướng cho SV có động lực học tập đúng đắn.

Từ khóa: nhân tố tác động, động lực học tập, sinh viên, Trường Đại học Đại Nam.

1. Đặt vấn đề

Vấn đề động lực học tập của người học không phải là vấn đề mới. Học tập thường gắn liền với công việc khó khăn thay vì cảm giác thích thú. Nhiều SV có mặt đầy đủ hàng ngày trong lớp học nhưng lại vắng mặt tinh thần và do đó không có cảm hứng học tập, không tiếp nhận được kiến thức. Nhận thức đầy đủ về các yếu tố thúc đẩy học tập của SV có thể giúp nhà trường tăng động lực học tập cho SV. Tuy nhiên, thực tế tại Việt Nam hiện nay vẫn hoài nghi SV học tại các trường đại học ngoài công lập thường ít có động lực học tập, không chăm chỉ. Nghiên cứu này góp phần làm rõ động lực học tập của SV ngoài công lập tại Trường ĐHĐN và nhấn mạnh các yếu tố tác động đến động lực học tập của SV.

2. Cơ sở lý thuyết của nghiên cứu

2.1. Động lực học tập

Động lực học tập là sự tham gia và cam kết của người học để học và đạt được điểm học tập xuất sắc, tạo điều kiện thuận lợi trong tương lai nghề nghiệp của họ (Gottfried và cộng sự, 2001). Động lực học tập là những nhân tố kích thích, thúc đẩy tích cực, hứng thú học tập liên tục của người học nhằm

đạt kết quả về nhận thức, phát triển nhân cách và hướng tới mục đích học tập đã đề ra (Phạm Văn Khanh, 2016).

Động lực chủ yếu có 2 loại liên quan đến thành tích học tập của người học được đặc trưng bởi động lực bên ngoài và động lực nội tại. Động lực bên trong là khả năng của người học trong việc tương tác với môi trường học tập để đạt được các mục tiêu được yêu cầu và xác định trước của bản thân. Ngược lại, động lực bên ngoài đề cập đến thực tế là người học được thúc đẩy thông qua các loại phần thưởng và điểm số (Tanveer và cộng sự, 2012).

Động lực học tập có tác động tích cực đến kết quả nhận thức của SV trong quá trình học. Ngoài ra động lực đúng đắn sẽ giúp người học nâng cao tư duy phản biện và khả năng tự chủ giúp người học trở nên nhiệt tình, thích, tích cực và thoải mái tham gia các hoạt động trong học tập và đóng góp vào sự thành công của người học (HT. Hiền và HTP. Lan, 2021).

2.2. Một số nhân tố tác động đến động lực học tập của SV

Có nhiều nghiên cứu của các nhà khoa học trong và ngoài nước đã chỉ ra các nhân tố tác động đến động lực học tập của SV.

Các yếu tố ảnh hưởng đến động lực của SV đối với quá trình học tập bao gồm các yếu tố môi trường như sự sạch sẽ của lớp học, hành vi của giáo viên với người học và mức độ quan tâm của SV đối với một nội dung khóa học cụ thể (Johnson, 2008).

Giáo viên có thể đóng một vai trò không thể thiếu trong việc tăng động lực học tập ở người học. Ở bậc đại học, nếu giảng viên là người có năng lực, kỹ năng sư phạm tốt, quan tâm nhiều đến SV sẽ góp phần gia tăng động lực học tập (Williams và Williams, 2011). Giảng viên có thể tác động làm tăng và phát triển động lực học tập, giúp SV học tập hiệu quả hơn. Ngoài ra, thông qua việc tạo môi trường học tập thuận lợi, thiết lập mục tiêu học tập rõ ràng cùng với sự nhiệt tình của giảng viên trong bài giảng có thể giúp SV tìm thấy niềm vui và hứng thú trong học tập (Valerio, 2012). Bên cạnh đó, sự tham gia tích cực của người học vào quá trình học tập thông qua thảo luận, sự tham gia vào các hoạt động học tập và nhu cầu giáo dục hiện tại của người học cũng tác động đến động lực học tập (Wiseman và Hunt, 2013).

Nghiên cứu của Klein và cộng sự (2006), Williams và Williams (2011) cho thấy rằng, yếu tố bản thân SV như việc SV có định hướng mục tiêu học tập rõ ràng sẽ góp phần ảnh hưởng đến động lực học tập. Còn phương pháp giảng dạy và môi trường học tập có tác động tích cực đến động lực học tập.

Theo Tanveer và cộng sự (2012) các yếu tố có ảnh hưởng cấp thiết đến việc tăng mức độ động lực của người học bao gồm môi trường lớp học, quy mô lớp học, mức độ tự tin của học sinh, hành vi của giáo viên và các chuẩn mực của nhà trường. Người học có thể học chính xác hơn trong môi trường lớp học bao gồm tình cảm, sự phối hợp và sự tham gia trong quá trình học tập...

Sự hài lòng của SV về các khía cạnh khác nhau trong học tập có tác động đến động lực học tập của họ, bao gồm tác động phần lớn bởi các hoạt động phong trào, chất lượng giảng viên, chương trình đào tạo và các nhân tố về điều kiện học tập, môi trường học tập cũng có tác động phần nào đến động lực học tập của SV (HTM. Nga và NT. Kiệt, 2016).

Theo nghiên cứu tổng quan của HT. Hiền và HTP. Lan (2021), động lực học tập của SV chịu tác động bởi các nhân tố: nhà trường, gia đình, đặc tính cá nhân của SV.

Dựa trên tổng hợp các nghiên cứu về động lực học tập, nghiên cứu này đề xuất mô hình 4 yếu tố tác động đến động lực học tập của SV bao gồm: hành vi

giảng viên, định hướng mục tiêu học tập của SV, môi trường học tập, phương pháp giảng dạy.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mẫu khảo sát

Nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Mẫu khảo sát được xác định theo công thức của Hair và cộng sự (1998). Với bảng hỏi gồm 27 biến quan sát cần tối thiểu 135 phiếu điều tra. Nghiên cứu đã phát 300 phiếu khảo sát tới SV Trường ĐHQĐN, thu về 281 phiếu hợp lệ sử dụng cho báo cáo kết quả của nghiên cứu này.

3.2. Kiểm định độ giá trị và độ tin cậy của thang đo

Kết quả phân tích EFA cho giá trị KMO = 0,91 (thỏa mãn $0,5 < KMO < 1$) và Sig < 0,05 cho thấy dữ liệu phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố. Giá trị phương sai trích là 65,766% với điểm dừng các nhân tố Eigenvalue bằng 1,147 và loại bỏ biến quan sát PP1 đo lường nhân tố phương pháp học tập do hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5. Sau khi phân tích EFA, thứ tự các nhân tố được sắp xếp theo Bảng 1.

Kết quả kiểm định Cronbachs Alpha cho thấy hệ số của cả 5 nhân tố đều lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng của các thang đo đều lớn hơn 0,3 nên không loại bỏ thêm biến nào, các thang đo là phù hợp để có thể tiến hành các phân tích tiếp theo.

4. Thực trạng một số nhân tố tác động đến động lực học tập của SV Trường ĐHQĐN

4.1. Thực trạng động lực học tập của SV Trường ĐHQĐN

Để đánh giá động lực học tập của SV, nghiên cứu sử dụng thang đo của Cole và cộng sự (2004), kết quả cho thấy SV Trường ĐHQĐN đánh giá động lực học tập của bản thân tương đối cao (3,82 điểm - mức 4). Nhiều ý kiến cho rằng SV trường đại học ngoài công lập thường không có động lực học tập, không chăm chỉ và thiếu định hướng. Tuy nhiên kết quả trong khảo sát đã chỉ ra điều ngược lại, các bạn SV trong nhà trường nhận thức rõ ràng cần chủ động dành nhiều thời gian cho việc học. Các bạn cũng rất đầu tư và hết mình cho chương trình học của bản thân (3,9 điểm). Nhiều bạn SV khi được hỏi đã bày tỏ quyết tâm nỗ lực học tập để đạt kết quả tốt nhằm chứng minh năng lực học tập với người thân, bạn bè đồng thời xóa bỏ cái nhìn không tốt của mọi người đối với SV khi học tại một trường đại học ngoài công lập. (Bảng 2)

4.2. Thực trạng một số nhân tố tác động đến động lực học tập của SV Trường ĐHQĐN

Để đánh giá mức độ tác động của các nhân tố đến

Bảng 1. Bảng quy ước các khái niệm và thang đo nghiên cứu

TT	Nhân tố	Thang đo
1	Hành vi giảng viên (GV)	GV1, GV2, GV3, GV4, GV5, GV6, GV7
2	Định hướng mục tiêu học tập của sinh viên (DH)	DH1, DH2, DH3, DH4, DH5, DH6
3	Môi trường học tập (MT)	MT1, MT2, MT3
4	Phương pháp giảng dạy (PP)	PP2, PP3, PP4, PP5, PP6, PP7
5	Động lực học tập	DL1, DL2, DL3, DL4

Nguồn: Thống kê của tác giả

Bảng 2. Thực trạng động lực học tập của sinh viên Trường Đại học Đại Nam

STT	Biểu quan sát	N	TB
1	Tôi dành rất nhiều thời gian cho việc học ở đại học	281	3,66
2	Đầu tư vào chương trình học này là ưu tiên số một của tôi	281	3,91
3	Tôi học hết mình trong chương trình học này	281	3,9
4	Nhìn chung, động lực học tập của tôi đối với chương trình học ở đại học là rất cao	281	3,81
	Trung bình	281	3,82

Nguồn: Thống kê của tác giả

Bảng 3. Kết quả hồi quy

Model	R	Hệ số xác định R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0,644a	0,440	0,432	0,48086	2,003

a. Predictors: (Constant), PP, DH, GV, MT
b. Dependent Variable: DL

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS

động lực học tập của SV Trường ĐHĐN, nghiên cứu tiến hành phân tích sự phụ thuộc “Động lực học tập” của SV vào các biến độc lập. Kết quả phân tích hồi quy được thể hiện như Bảng 3.

Kết quả phân tích cho thấy, R² hiệu chỉnh có giá trị bằng 0,440 điều này nói lên độ thích hợp của mô hình đạt 44%. Để kiểm định độ phù hợp của mô hình hồi quy tổng thể ta xem xét đến giá trị thống kê F trong bảng phân tích phương sai ANOVA (Bảng 4), kết quả cho giá trị F = 54,309 với mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05, bước đầu cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

Xét Bảng 5, trọng số hồi quy cho thấy các biến GV, DH, PP có sự ảnh hưởng đến động lực học tập của SV, mức ý nghĩa Sig đều nhỏ hơn 0.05. Các nhân tố này có tác động cùng chiều vào biến phụ thuộc DL do có hệ số Beta dương. So sánh mức độ tác động của 3 biến này lên biến DL ta thấy hệ số βDH lớn nhất, biến DH tác động vào DL mạnh nhất. Việc định hướng mục tiêu học tập rõ ràng, phương pháp giảng dạy hiệu quả làm tăng động lực

học tập của SV Trường ĐHĐN. Hành vi giảng viên cũng làm tăng động lực học tập của SV nhưng tác động ít hơn nhiều so với 2 nhân tố còn lại. Ở bậc đại học, việc học tập của SV là chủ động, người học là trung tâm, giảng viên đóng vai trò hướng dẫn, có thể vì vậy hành vi của giảng viên ít tác động đến động lực học tập của SV.

Dựa theo kết quả, nhân tố “Môi trường học tập” không tác động đến động lực học tập của SV Trường ĐHĐN vì có hệ số mức ý nghĩa Sig > 0.05. Thời điểm tiến hành khảo sát, SV Trường Đại học Đại Nam đang học online do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid - 19. Đối với lớp học online, đa số SV thường không bật Camera và Micro, trừ khi được giảng viên yêu cầu, SV cũng ít có cơ hội tương tác trực tiếp với bạn cùng lớp trong giờ học như khi học Offline nên có thể cảm nhận về môi trường học tập của SV không rõ ràng, từ đó không ảnh hưởng đến động lực học tập của SV.

5. Kết luận và một số gợi ý giải pháp

Nghiên cứu đã chỉ ra 3 nhân tố tác động thuận chiều và 1 nhân tố không tác động vào động lực

Bảng 4. Kết quả phân tích phương sai ANOVA

Mô hình		Tổng các bình phương	Bậc tự do (df)	Phương sai	F	Sig.
1	Hồi quy	50,231	4	12,558	54,309	,000b
	Phần dư	63,819	276	0,231		
	Total	114,049	280			

a. Dependent Variable: DL
b. Predictors: (Constant), PP, DH, GV, MT

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy đa biến

Coefficients ^a								
Model	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn hóa	Beta			Độ chấp nhận	VIF	
1	(Constant)	0,260	0,249		10,041	0,299		
	GV	0,127	0,052	0,134	20,439	0,015	0,677	10,478
	DH	0,484	0,055	0,441	80,772	0,000	0,801	10,249
	MT	0,029	0,059	0,029	0,487	0,627	0,584	10,711
	PP	0,263	0,062	0,242	40,250	0,000	0,628	10,593

a. Dependent Variable: DL

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS

học tập của SV Trường ĐHQĐN. Nhân tố đầu tiên là ở bản thân SV, việc các bạn có định hướng mục tiêu học tập rõ ràng sẽ góp phần gia tăng động lực học tập. Nhân tố thứ 2 thuộc về giảng viên và cả nhà trường, việc xây dựng những phương pháp giảng dạy tốt, lấy lợi ích của SV làm trung tâm sẽ góp phần gia tăng động lực học tập. Nhân tố thứ 3 là hành vi giảng viên gồm có năng lực chuyên môn, nghiệp vụ sư phạm, sự quan tâm và sẵn sàng giúp đỡ SV, công bằng trong đánh giá. Nhân tố “Môi trường học tập” gồm có quy mô lớp học, sự cạnh tranh giữa các SV, sự tích cực sôi nổi khi tham gia bài giảng của các SV khác trong lớp học không có tác động. Điều này có khác biệt với nhiều nghiên cứu trước đó đã chỉ ra rằng môi trường học tập tác động tích cực đến động lực học tập của SV.

Một số khuyến nghị để tăng động lực học tập cho SV:

Một là, Nhà trường cần hoàn thiện các chương trình học cụ thể với đầy đủ các môn học kèm theo đề cương chi tiết công khai và dễ dàng tiếp cận, điều này sẽ giúp những học sinh, SV quan tâm sẽ dễ dàng tìm tòi hơn về môn học, ngành học ưa thích theo đúng định hướng; *Hai là*, Nhà trường yêu cầu giảng viên tăng cường sử dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại, sử dụng tình huống, phim tài liệu và tăng thời lượng thực hành, khảo sát, tham quan thực tế vào bài giảng; *Ba là*, Nhà trường đào tạo cho tất cả đối tượng giảng viên học tập nâng cao năng lực chuyên môn, tham gia các khóa học đổi mới phương pháp giảng dạy. Thực tế chỉ ra đôi khi chính những giảng viên cao tuổi lại cần tiếp cận phương pháp giảng dạy hiện đại nhiều hơn là giảng viên trẻ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Gottfried, A. E., Fleming, J. S. & Gottfried, A. W. (2001). Continuity of academic intrinsic motivation from childhood through late adolescence: A longitudinal study. *Educational psychology*, 93, 3.
- Hoàng Thị Mỹ Nga và Nguyễn Tuấn Kiệt (2016), Phân tích các nhân tố tác động đến động lực học tập của sinh viên kinh tế Trường Đại học Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 107-115.

3. Hoàng Thu Hiền và Hoàng Thị Phương Lan (2021), Tổng quan các nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến động lực học tập của sinh viên, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*.
4. Johnson, L. S. (2008). Relationship of instructional methods to student engagement in two public high schools. *American secondary education*, 69-87.
5. Klein, H. J., Noe, R. A. & Wang, C. (2006). Motivation to learn and course outcomes: The impact of delivery mode, learning goal orientation, and perceived barriers and enablers. *Personnel psychology*, 59, 665-702.
6. Phạm Văn Khanh (2016), Động cơ học tập của học sinh, sinh viên - Sự hình thành và phát triển, *Cổng thông tin điện tử Tỉnh Tiền Giang*.
7. Tanveer, M. A., Shabbir, M. F., Ammar, M., Dolla, S. I. & Aslam, H. (2012). Influence of teacher on student learning motivation in management sciences studies. *American Journal of Scientific Research*, 67, 76-87.
8. Valerio, K. (2012). Intrinsic motivation in the classroom. *Student Engagement: Education Matters*, 2, 30-35.
9. Williams, K. C. & Williams, C. C. (2011). Five key ingredients for improving student motivation. *Research in Higher Education*, 12, 1.
10. Wiseman, D. G. & Hunt, G. H. (2013). *Best practice in motivation and management in the classroom*. United States: Charles C Thomas Publisher.

Ngày nhận bài: 13/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 1/3/2022

Thông tin tác giả:

ThS. PHAN THỊ THÙY

Trường Đại học Đại Nam

FACTORS AFFECTING THE LEARNING MOTIVATION OF DAI NAM UNIVERSITY'S STUDENTS

● Master. **PHAN THI THUY**

Dai Nam University

ABSTRACT:

This paper presents the results of research on the learning motivation and the factors affecting the learning motivation of Dai Nam University's students. The study surveys 300 students who are studying at Dai Nam University with the use of convenient sampling method. The study's results show that most surveyed students have their own learning motivation. In which, the learning orientation factor has the strongest impact on the learning motivation of students. Meanwhile, the learning environment factor does not impact the learning motivation of students and the behavior of teacher factor has little impact on the learning motivation of students. This paper is expected to help school administrators have appropriate learning orientations for students to improve their learning motivation.

Keywords: impact factor, learning motivation, student, Dai Nam University.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ MyTV CỦA VNPT TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN TUY PHONG, TỈNH BÌNH THUẬN

● NGUYỄN LONG - VÕ KHẮC THƯỜNG - ĐINH HOÀNG ANH TUẤN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đến dịch vụ MyTV của VNPT trên địa bàn huyện Tuy Phong tỉnh Bình Thuận. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân là theo thứ tự ảnh hưởng từ cao đến thấp, đó là: (1) phương tiện hữu hình, (2) sự tin cậy, (3) sự đồng cảm, (4) giá cước và (5) năng lực phục vụ. Dựa trên kết quả thu được, nghiên cứu cũng đưa ra một số hàm ý quản trị cho các nhà quản lý, nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ MyTV của VNPT trên địa bàn huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận.

Từ khóa: nhân tố ảnh hưởng, sự hài lòng của khách hàng, dịch vụ MyTV, VNPT, huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận.

1. Đặt vấn đề

VNPT với vị thế là một doanh nghiệp có lịch sử hình thành và phát triển lâu năm trong lĩnh vực truyền hình MyTV, hơn nữa VNPT cũng là đơn vị tiên phong trong lộ trình đảm bảo quy hoạch về phát triển hạ tầng viễn thông băng rộng đến năm 2025. Tuy nhiên, không phải vì thế mà khách hàng hoàn toàn lựa chọn sử dụng dịch vụ MyTV của VNPT, vẫn có một lượng khách hàng rời bỏ dịch vụ MyTV của VNPT tại tỉnh Bình Thuận nói chung và tại huyện Tuy Phong nói riêng. Cụ thể: theo số liệu báo cáo kết quả kinh doanh trong năm 2021 của VNPT tại địa bàn huyện Tuy Phong, đã có 625 thuê bao rời mạng, chiếm 38,9% tổng số thuê bao rời mạng trên toàn tỉnh Bình Thuận, số

thuê bao phát triển mới là 2.132 thuê bao, tỷ lệ thuê bao rời mạng/thuê bao phát triển mới là 29,3%. Điều này cho thấy, tình hình ổn định và phát triển lượng thuê bao sử dụng dịch vụ MyTV của VNPT tại huyện Tuy Phong vẫn còn nhiều hạn chế. Vậy lí do gì khiến khách hàng từ chối sử dụng dịch vụ MyTV của VNPT tại huyện Tuy Phong và làm thế nào để giữ chân khách hàng cũ và thuyết phục khách hàng mới sử dụng dịch vụ của mình, đó chính là bài toán cần có lời giải đáp cho ban lãnh đạo VNPT tại huyện Tuy Phong trong thời gian tới. Khi tất cả các vấn đề về kỹ thuật, kinh tế của khách hàng được đáp ứng mà khách hàng vẫn rời bỏ mình thì doanh nghiệp cần đặt ra câu hỏi liệu khách hàng đã hài lòng về dịch

vụ của mình chưa và các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ MyTV của VNPT tại huyện Tuy Phong là gì?

Để giúp xác định chi tiết hơn các nhân tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, đồng thời để nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ MyTV của VNPT, tác giả chọn "Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ MyTV của VNPT tại huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận" nhằm đánh giá yếu tố có tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ MyTV của VNPT trên địa bàn huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ MyTV của VNPT, với mong muốn tạo sự hài lòng hơn nữa của khách hàng đối với dịch vụ MyTV của VNPT tại khu vực huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết chung về dịch vụ MyTV

Năm 2009, dịch vụ MyTV của VNPT chính thức ra mắt thị trường - là một trong những dịch vụ truyền hình trên nền tảng công nghệ IPTV ra đời đầu tiên tại Việt Nam, IPTV là công nghệ truyền dẫn hình ảnh kỹ thuật số tới người sử dụng dựa trên giao thức internet với kết nối băng thông rộng.

Cùng với sự phát triển của công nghệ, hiện nay khách hàng có rất nhiều lựa chọn để xem truyền hình theo yêu cầu, ví dụ như xem ngay trên các dòng smart TV hoặc các loại thiết bị giúp TV thường có các tính năng như smartTV.

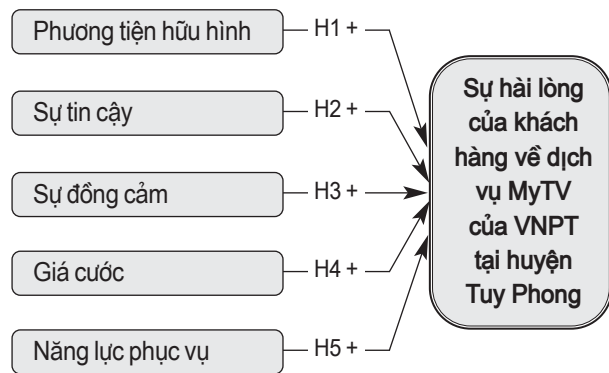
Trong hơn 10 năm hình thành và phát triển, MyTV đã không ngừng đổi mới mình để đáp ứng thị hiếu khách hàng. Từ việc liên tục tăng kênh, bổ sung các chuyên mục, các chương trình mới, tới việc áp dụng các công nghệ mới cho chất lượng hình ảnh rõ nét hơn, bổ sung tính năng mới cho phép người dùng ghi lại, xem tiếp trên nhiều thiết bị cầm tay đầu cuối khác nhau.

Nhờ vậy, dù thị trường truyền hình trả tiền trong nước cạnh tranh rất khốc liệt, song từ khi ra mắt cho tới nay, MyTV vẫn luôn giữ vững vị trí dẫn đầu thị trường truyền hình IPTV.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

- Giả thuyết H1: Phương tiện hữu hình tương quan với sự hài lòng của khách hàng (kỳ vọng +).
- Giả thuyết H2: Sự tin cậy có tác động thuận chiều lên sự hài lòng của khách hàng (kỳ vọng +).
- Giả thuyết H3: Sự đồng cảm có tác động thuận chiều lên sự hài lòng của khách hàng (kỳ vọng +).
- Giả thuyết H4: Giá cước có tác động thuận chiều lên sự hài lòng của khách hàng (kỳ vọng +).
- Giả thuyết H5: Năng lực phục vụ có tác động thuận chiều lên sự hài lòng của khách hàng (kỳ vọng +)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu chính thức là nghiên cứu định lượng. Vì đây là nghiên cứu khám phá cùng với phân tích như trên, nên phương pháp chọn mẫu phi xác suất với hình thức chọn mẫu thuận tiện là phù hợp nhất. Các bảng câu hỏi nghiên cứu sẽ được gửi trực tiếp đến đối tượng khảo sát là những khách hàng đang sử dụng dịch vụ MyTV của VNPT trên địa bàn huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận.

Đối với phân tích nhân tố khám phá EFA: Dựa theo nghiên cứu của Hair (2006) cho tham khảo về kích thước mẫu dự kiến. Theo đó kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát: $n \geq 5 \times k$; trong đó: k là tổng số biến quan sát. Có 24 biến quan sát, cỡ mẫu tối thiểu là: $N = 5 \times 24 = 120$ mẫu. Tuy nhiên, để số liệu được tin cậy hơn, trong nghiên cứu thực tế, tác giả đã phát hành 300 mẫu, thu hồi 280 mẫu, loại 15 phiếu trả lời không phù hợp, sử dụng 265 mẫu có trả lời phù hợp để phân tích.

Bảng 1: Kết quả kiểm định thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Yếu tố Phương tiện hữu hình, Cronbach's Alpha = 0.876				
HH1	12.91	9.708	0.773	0.834
HH2	13.43	12.215	0.686	0.860
HH3	13.48	11.622	0.676	0.858
HH4	12.82	10.298	0.748	0.839
HH5	12.90	10.077	0.700	0.854
Yếu tố Sự đồng cảm, Cronbach's Alpha = 0.750				
DC1	10.76	3.538	0.606	0.661
DC2	10.86	3.747	0.545	0.695
DC3	10.95	3.611	0.511	0.712
DC4	10.65	3.267	0.536	0.703
Yếu tố Năng lực phục vụ, Cronbach's Alpha = 0.888				
NL1	10.42	6.275	0.800	0.838
NL2	10.3	6.295	0.716	0.874
NL3	10.54	6.757	0.742	0.861
NL4	10.44	6.801	0.774	0.851
Yếu tố Sự tin cậy, Cronbach's Alpha = 0.858 (lần 1)				
TC1	10.84	5.808	0.795	0.778
TC2	11.63	7.037	0.714	0.821
TC3	11.24	6.371	0.692	0.823
TC4	10.98	6.227	0.636	0.851
Yếu tố Giá cước, Cronbach's Alpha = 0.862				
GC1	11.21	6.175	0.612	0.861
GC2	11.22	5.613	0.800	0.792
GC3	11.17	5.308	0.723	0.819
GC4	10.77	5.168	0.722	0.821
Yếu tố thang đo sự hài lòng của khách hàng, Cronbach's Alpha = 0.825				
HL1	7.15	3.028	0.642	0.799
HL2	6.96	2.752	0.720	0.723
HL3	6.72	2.295	0.704	0.748

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach Alpha (Bảng 1)

Nhìn chung, các thang đo trên đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao (> 0.6). Tất cả các biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3, do đó, chúng đều được sử dụng cho phân tích EFA tiếp theo.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA (Bảng 2)

Kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố đối với các dữ liệu ban đầu bằng chỉ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin). Thước đo KMO trong phân tích nhân tố cho thấy, hệ số KMO đạt 0.886 > 0.5, chứng tỏ phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA áp dụng là thích hợp.

Kiểm tính tương quan giữa các biến quan sát

Sử dụng Barlett's test trong Bảng 2, giá trị Sig. = 0.000 (Sig = 0.000 < 0.05), kết quả chỉ ra các biến quan sát có tương quan tuyến tính trong mỗi nhân tố.

Kiểm định phương sai trích

Bảng 3, Phương sai trích bằng 69.436, thể hiện sự biến thiên của các yếu tố được phân tích có thể giải thích được 69,436% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát ban đầu, đây là mức ý nghĩa ở mức khá. Hệ số Eigenvalues của yếu tố thứ 5 bằng 1.230 > 1, thể hiện sự hội tụ của phép phân tích dừng ở yếu tố thứ 5, hay kết quả phân tích cho thấy có 5 yếu tố được trích ra từ dữ liệu khảo sát.

4.3. Phân tích hồi quy đa biến

Bảng 4 cho thấy, các biến độc lập gồm Phương tiện hữu hình

Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Barlett cho các biến độc lập

KMO and Bartlett's Test		
Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0.898
Kiểm định Bartlett	Approx. Chi-Square	3041.508
	df	210
	Sig.	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

(F_HH), năng lực phục vụ (F_NL), Sự đồng cảm (F_DC), Sự tin cậy (F_TC), Giá cả hợp lý (F_GC) đều có ý nghĩa thống kê Sig. <0.05 nghĩa là 5 yếu tố này thực sự có ảnh hưởng cùng chiều đến Sự hài lòng của người dân (F_HL).

4.4. Kết quả kiểm định INOVA

Theo Bảng 5, kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai vẫn là một phép giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể. Kết quả phân tích cho thấy, kiểm định F có giá trị là 85.438 với Sig. = 0.000(b) chứng tỏ mô hình hồi quy đa biến là phù hợp với tập dữ liệu, các biến đưa vào đều có ý nghĩa trong thống kê.

Bảng 3. Phương sai trích và các yếu tố rút trích của phân tích EFA cho biến độc lập

Nhân tố	Giá trị Eigenvalues			Chỉ số sau khi xoay		
	Tổng	Phương sai trích	Tích lũy phương sai trích	Tổng	Phương sai trích	Tích lũy phương sai trích
1	7.881	37.531	37.531	3.459	16.472	16.472
2	2.079	9.899	47.429	3.022	14.389	30.861
3	1.807	8.604	56.034	2.909	13.851	44.712
4	1.585	7.547	63.58	2.792	13.296	58.008
5	1.230	5.856	69.436	2.400	11.427	69.436
6	0.687	3.270	72.706			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

Bảng 4. Bảng hệ số hồi quy

Hệ số mô hình								
Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	Hằng số	-0.316	0.156		-2.017	0.045		
	F_HH	0.228	0.034	0.312	6.636	0.000	0.659	1.518
	F_NL	0.110	0.034	0.156	3.245	0.001	0.627	1.595
	F_DC	0.193	0.043	0.197	4.447	0.000	0.745	1.342
	F_TC	0.163	0.036	0.228	4.485	0.000	0.566	1.767
	F_GC	0.132	0.035	0.171	3.774	0.000	0.706	1.416
a. Biến phụ thuộc: F_HL								

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

Bảng 5. Bảng phân tích ANOVA

ANOVA ^a						
	Mô hình	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Hồi quy	57.204	5	11.441	85.438	.000b
	Phần dư	34.682	259	0.134		
	Tổng	91.885	264			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

5. Kết luận

Nghiên cứu đã trình bày kết quả về mẫu nghiên cứu dưới dạng mô tả thống kê, kết quả về kiểm định các thang đo của các khái niệm nghiên cứu thông qua đánh giá độ tin cậy Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy. Sau đó kiểm định sự phù hợp của mô hình với các giả thuyết đã đưa ra.

Kết quả phân tích cho thấy, yếu tố “phương

tiện hữu hình” (beta chuẩn hóa = 0.312) tác động nhiều nhất; tiếp theo là “sự tin cậy” (beta chuẩn hóa = 0.228), kế đến là yếu tố “sự đồng cảm” (beta chuẩn hóa = 0.197) và yếu tố “giá cước” (beta chuẩn hóa = 0.171) và cuối cùng là yếu tố “năng lực phục vụ” (beta chuẩn hóa = 0.156) có tác động thấp nhất đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ MyTV của VNPT trên địa bàn huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Đình Bá Hùng Anh (2017). *Nghiên cứu khoa học trong kinh tế - xã hội và hướng dẫn viết luận văn*, Nhà Xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Đình Phi Hồ (2019). *Nghiên cứu định lượng trong kinh tế và viết bài báo khoa học*, Nhà Xuất bản Tài chính.
- Đình Phi Hồ (2017). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn Thạc sĩ (tái bản lần 1)*. Nhà Xuất bản Phương Đông, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Hà Nam Khánh Giao và Đồng Thanh Hiền (2018). Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ 4G của Vinaphone tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương*, số 15, 258- 263.
- Hà Nam Khánh Giao và Trần Hữu Ái (2012). Tác động của chất lượng dịch vụ đến lòng trung thành của khách hàng sử dụng ADSL tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, số 256, 34-44.
- Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Nhà Xuất bản Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- Phan Thị Kim Tuyến (2012). Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ internet của Công ty viễn thông Thừa Thiên Huế. *Tạp chí Khoa học, Đại học Huế*, tập 72B, số 3.
- Tôn Đức Sáu và Lê Văn Huy (2014). Đo lường chỉ số hài lòng khách hàng và các yếu tố ưu tiên cải tiến chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực viễn thông di động: Minh họa thực tiễn tại các tỉnh miền trung. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số 200, 86-96.
- Võ Xuân Vinh và Phạm Thị Thùy Trang (2011). Các yếu tố tác động tới sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ MegaVNN tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, Số 253.

Ngày nhận bài: 18/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN LONG¹

2. PGS.TS. VÕ KHẮC THƯỜNG²

3. ThS. ĐINH HOÀNG ANH TUẤN²

¹Trung tâm Viễn thông Tuy Phong - VNPT Bình Thuận

²Trường Đại học Phan Thiết

FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF CUSTOMERS WITH MYTV SERVICES PROVIDED BY VNPT IN TUY PHONG DISTRICT, BINH THUAN PROVINCE

● NGUYEN LONG¹

● Assoc.Prof.Ph.D VO KHAC THUONG²

● Master. DINH HOANG ANH TUAN²

¹Tuy Phong Telecommunication Center - VNPT Binh Thuan Province

²Phan Thiet University

ABSTRACT:

This study determines the factors affecting the satisfaction of customers with MyTV services provided by Vietnam Posts and Telecommunications Group (VNPT) in Tuy Phong district, Binh Thuan province. The study's results show that there are 5 factors affecting the customer satisfaction. These factors, which are listed in descending order of influencing level, are (1) tangible means, (2) trust, (3) empathy, (4) costs, and (5) service capacity. Based on these results, some administrative implications are presented to help VNPT managers improve the satisfaction of customers with MyTV services in Tuy Phong district, Binh Thuan province.

Keywords: influencing factors, customer satisfaction, MyTV service, VNPT, Tuy Phong district, Binh Thuan province.

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP - “CHÌA KHÓA” ĐỂ DOANH NGHIỆP KINH DOANH DU LỊCH VƯỢT QUA ĐẠI DỊCH COVID-19

● ĐÀO THỊ BÍCH NGUYỆT

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh đại dịch, doanh nghiệp kinh doanh du lịch (KDDL) phải đối mặt với nhiều vấn đề khó khăn, nhiều doanh nghiệp đứng trước nguy cơ phá sản, giải thể. Vì vậy, việc tìm ra giải pháp để có thể vượt qua đại dịch là vấn đề vô cùng cấp bách đối với các doanh nghiệp KDDL lúc này. Văn hóa doanh nghiệp (VHDN) chính là một trong những giải pháp tối ưu, “chìa khóa vàng” giúp doanh nghiệp đứng vững và vượt qua đại dịch. Bài viết khái quát vai trò của VHDN - với tư cách là “chìa khóa” trong mọi hoạt động của doanh nghiệp KDDL, từ đó đề xuất một số giải pháp xây dựng VHDN nhằm giúp các doanh nghiệp KDDL vượt qua khó khăn do những tác động của đại dịch Covid-19.

Từ khóa: Covid-19, du lịch, doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Đại dịch Covid-19 bùng phát đã gây ra nhiều tác động tiêu cực đến nền kinh tế toàn cầu, trong đó du lịch là ngành chịu ảnh hưởng rất nặng nề. Covid-19 đã khiến các doanh nghiệp KDDL gián đoạn hàng loạt kế hoạch kinh doanh, chuỗi giá trị của toàn ngành cũng bị đứt gãy nghiêm trọng, do quy định hạn chế di chuyển cả trong và ngoài nước. Hàng loạt doanh nghiệp KDDL lâm vào khủng hoảng, đứng trước nguy cơ phá sản, hàng triệu lao động trong ngành dịch vụ du lịch mất việc làm. Để vượt qua những thách thức này, bên cạnh việc tái cấu trúc toàn diện, các doanh nghiệp KDDL cần đến một “chìa khóa vàng” - đó là VHDN.

2. Tác động của đại dịch Covid-19 đến các doanh nghiệp kinh doanh du lịch

Du lịch là một ngành kinh tế quan trọng, chiếm gần 10% GDP của Việt Nam năm 2018¹, có nhiều tác động tới phát triển kinh tế - xã hội. Tuy vậy, đây cũng là một trong những ngành kinh tế nhạy cảm nhất với bệnh dịch. Dưới tác động của đại dịch này, du lịch Việt Nam phải gánh chịu những tổn thất nặng nề. Trước hết, cầu du lịch giảm nhanh gần như ngay lập tức khi dịch bệnh xảy ra, mức suy giảm này tăng cùng với mức độ nghiêm trọng của dịch bệnh và còn kéo dài sau dịch bệnh, do tâm lý khách du lịch lo ngại về an toàn cho bản thân, cũng như từ chính sách hạn chế đi lại của các quốc gia gửi khách và nhận khách. Dịch bệnh cũng

ảnh hưởng tiêu cực tới tăng trưởng kinh tế, đến các ngành nghề, làm giảm thu nhập của người dân, dẫn tới giảm khả năng chi tiêu cho du lịch. Theo Tổng cục Thống kê năm 2021, lượng khách du lịch quốc tế cũng như du lịch trong nước sụt giảm nghiêm trọng so với trước khi dịch bệnh xuất hiện, riêng khách quốc tế đến Việt Nam ước đạt 157,3 nghìn lượt người, giảm 95,9% so với năm trước².

Đồng thời, cung du lịch cũng giảm mạnh khi các quốc gia áp dụng chính sách hạn chế, thậm chí dừng hẳn các dịch vụ du lịch để kiểm soát dịch bệnh. Không thể hoạt động hoặc hoạt động cầm chừng, nhiều doanh nghiệp KDDL phải thực hiện đồng thời nhiều biện pháp, như: cắt giảm lao động, cắt giảm lĩnh vực kinh doanh, giảm chi phí quảng cáo, marketing,... Nhiều doanh nghiệp thậm chí phải đóng cửa hoặc chuyển đổi sang hình thức kinh doanh khác. Đã có khoảng 98,3% các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch khẳng định: dịch bệnh Covid-19 đang tác động đến hoạt động KDDL³.

Những thách thức mà doanh nghiệp KDDL phải đối mặt do dịch bệnh bao gồm: Khách hàng hủy hợp đồng, đặt hàng, thay đổi yêu cầu; thay đổi tổ chức hoạt động kinh doanh trong thời kỳ dịch bệnh; chi phí kinh doanh và nhân sự tăng; vốn vay đến kỳ trả; các loại thuế, nghĩa vụ tài chính với Nhà nước đến kỳ nộp; cân đối tài chính của doanh nghiệp... Dịch Covid-19 đã khiến nhiều doanh nghiệp lữ hành phải đóng cửa, dừng hoạt động vì cạn kiệt nguồn lực. Riêng tại Hà Nội, tính đến hết tháng 2/2021, ước tính 95% số lượng doanh nghiệp, đại lý lữ hành ở Hà Nội phải đóng cửa, dừng hoạt động; 267/1.191 doanh nghiệp lữ hành quốc tế thu hồi giấy phép và dừng hoạt động; 11/103 doanh nghiệp lữ hành nội địa rút giấy phép kinh doanh. Cùng với những khó khăn của doanh nghiệp, người lao động trong ngành Du lịch buộc phải nghỉ việc hoặc chuyển sang làm công việc khác.

Khảo sát của Hội đồng Tư vấn du lịch Việt Nam (TAB) tháng 5/2021 cho thấy, trong số các doanh nghiệp KDDL lữ hành tham gia khảo sát,

có 18% doanh nghiệp đã cho toàn bộ nhân viên nghỉ việc; 48% doanh nghiệp cho 50%-80% nhân viên nghỉ việc. Riêng Đà Nẵng có 56.000 lao động trực tiếp trong lĩnh vực du lịch, nhưng đến thời điểm 5/2021, có khoảng 3/4 số lao động trong ngành du lịch đã tạm ngừng việc hoặc mất việc⁴. Những khó khăn do dịch Covid-19 gây ra cho các doanh nghiệp KDDL còn để lại hệ quả lâu dài đối với toàn ngành, đặc biệt là nguy cơ đứt gãy hệ thống cung cấp, thiếu hụt lao động và gián đoạn hệ thống phân phối.

3. Văn hóa du lịch - “chìa khóa” của doanh nghiệp kinh doanh du lịch

Hiện nay, có nhiều định nghĩa xoay quanh về khái niệm VHDN. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO): “VHDN là sự trộn lẫn đặc biệt các giá trị, các tiêu chuẩn, thói quen và truyền thống, những thái độ ứng xử và lễ nghi mà toàn bộ chúng là duy nhất đối với một tổ chức đã biết”⁵. Ở Việt Nam, theo tác giả Nguyễn Mạnh Quân: “VHDN là một hệ thống các ý nghĩa, giá trị, niềm tin chủ đạo, nhận thức và phương pháp tư duy được mọi thành viên của một tổ chức cùng đồng thuận và có ảnh hưởng ở phạm vi rộng đến cách thức hành động của các thành viên”⁶. Theo tác giả Bùi Xuân Phong: “VHDN là tập hợp không phải là phép cộng rời rạc, ngược chiều nhau, mà là tổng hòa mang tính chung nhất, chủ đạo nhất về các nhận thức, các quan niệm, giá trị, tiêu chuẩn đạo đức, niềm tin, triết lý kinh 10 doanh, quy phạm hành vi, ý tưởng kinh doanh, phương thức quản lý và các quy tắc quy định thái độ và cách thức ứng xử trong doanh nghiệp được tập thể các thành viên trong doanh nghiệp chấp nhận, tuân theo và phát triển trong thực tiễn hoạt động kinh doanh của tổ chức đó”⁷.

Các quan điểm trên tuy có sự khác biệt nhất định, nhưng đều thể hiện những vấn đề chung nhất của VHDN. Về mục đích, VHDN sẽ giúp thành viên trong doanh nghiệp nắm rõ được mục tiêu, định hướng và nội dung bản chất của công việc mình đang làm; tạo lập các mối quan hệ tốt đẹp giữa các thành viên với nhau trong công việc, tạo môi trường làm việc thoải mái, chuyên nghiệp

trong doanh nghiệp. Về nội dung, VHDN là một hệ thống giá trị, chuẩn mực văn hóa được doanh nghiệp lựa chọn để xây dựng, áp dụng trong doanh nghiệp của mình, nhằm tạo sự khác biệt “về chất” so với doanh nghiệp khác. Về ý nghĩa, VHDN hỗ trợ các thành viên trong doanh nghiệp chuyển hóa hệ thống các giá trị, chuẩn mực văn hóa đã nhận thức được thành động lực và hành động thực tiễn một cách tự giác.

Trong bối cảnh phục hồi nền kinh tế đất nước sau đại dịch Covid-19, VHDN - với tư cách là “chìa khóa” để phát triển, sẽ tác động mạnh mẽ đến hoạt động của các doanh nghiệp KDDL trên các góc độ sau:

Thứ nhất, VHDN là công cụ quan trọng giúp các doanh nghiệp KDDL triển khai các chiến lược phát triển trong bối cảnh “bình thường mới”. Khi đại dịch cơ bản được kiểm soát trên thế giới và ở Việt Nam, các doanh nghiệp KDDL muốn phục hồi, phát triển đều phải chú trọng xây dựng một kế hoạch phát triển chiến lược, trong đó chỉ rõ định hướng kinh doanh mà doanh nghiệp sẽ theo đuổi, như: đối tượng khách hàng, thị trường, nhu cầu, lĩnh vực hoạt động chủ yếu, các chính sách sản phẩm, chất lượng, giá cả, dịch vụ và lợi thế cạnh tranh... Xây dựng kế hoạch chiến lược trong bối cảnh mới đã khó, nhưng việc triển khai thành công kế hoạch đó còn khó khăn hơn. Thực tế, đã có nhiều doanh nghiệp thành công trong việc xây dựng chiến lược, nhưng lại không thành công trong việc triển khai chiến lược.

Bên cạnh những khó khăn về nguồn lực, nguyên nhân dẫn đến không thành công, đó là do doanh nghiệp thiếu các công cụ quản lý, điều hành, thiếu sự “đồng tâm, hiệp lực” của các thành viên, từ lãnh đạo cho đến người lao động. Triển khai thực hiện chiến lược của doanh nghiệp là công việc chung của tất cả mọi thành viên trong doanh nghiệp. Mỗi người tham gia đều có nhiệm vụ riêng, cương vị khác nhau và sở hữu những kỹ năng/năng lực hành động không giống nhau. Nhưng họ là những “mắt xích” trong một quy trình vận động thống nhất, nếu thiếu sự đoàn kết, phối

hợp nhịp nhàng trong mọi hoạt động sẽ dẫn đến những hậu quả xấu cho doanh nghiệp. Để xây dựng sự đoàn kết, thống nhất cho các thành viên, vì mục tiêu chung của doanh nghiệp, không gì có thể thay thế được VHDN. Nếu ví doanh nghiệp như một máy vi tính, thì VHDN sẽ như hệ điều hành, sẽ giúp doanh nghiệp vận hành đúng theo chiến lược đã xác định.

Thứ hai, VHDN tạo động lực cho người lao động và sức mạnh đoàn kết cho doanh nghiệp KDDL. Động lực làm việc là một trong những nhân tố ảnh hưởng đến năng suất lao động và hiệu quả sử dụng nguồn lực trong các doanh nghiệp. Những doanh nghiệp có đội ngũ nhân lực làm việc với động lực cao sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh và thành công vượt qua các đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, làm thế nào để tạo động lực làm việc là một trong những vấn đề lớn của các doanh nghiệp hiện nay. Trong doanh nghiệp, nhân viên thực hiện công việc theo nhóm, chịu ảnh hưởng của hành vi lãnh đạo, môi trường mà các nhà lãnh đạo tạo ra (như: các tiêu chuẩn, văn hóa). Kết quả của nhiều công trình nghiên cứu về động lực làm việc trong thời gian gần đây đều khẳng định: trong các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc, VHDN là yếu tố quan trọng. VHDN giúp doanh nghiệp xây dựng môi trường làm việc tích cực, qua đó nâng cao hiệu quả quản trị nguồn nhân lực nói chung và tạo ra động lực làm việc cho tất cả nhân viên.

Trong báo cáo về Xu hướng nhân sự toàn cầu năm 2017 (Global Human Capital Trends 2017) của công ty tư vấn Deloitte (dựa trên chương trình phỏng vấn trực tiếp 7.000 người đến từ 130 quốc gia), 86% người được hỏi cho rằng VHDN là yếu tố quan trọng bậc nhất, tác động trực tiếp đến quyết định gắn bó lâu dài hay không của nhân viên với doanh nghiệp⁸. Bên cạnh đó, VHDN sẽ thúc đẩy mối quan hệ lành mạnh, giao tiếp và tương tác hiệu quả giữa các nhân viên, tạo chất keo gắn kết các thành viên của doanh nghiệp. Từ đó, giúp các thành viên thống nhất về cách hiểu vấn đề, đánh giá, lựa chọn và định hướng hành động. Khi doanh nghiệp phải đối mặt với các xung

đột nội bộ xảy ra thì văn hóa chính là yếu tố giúp mọi người hòa nhập và thống nhất. VHDN còn là một bộ quy định và chính sách về lợi ích và nghĩa vụ nhằm định hình cho các nhân viên một nền tảng chung, ai cũng được đối xử như nhau. Đây chính là mấu chốt để duy trì sức mạnh đoàn kết, thống nhất trong doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp vượt qua mọi khó khăn, thách thức.

Thứ ba, VHDN tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp KDDL. Văn hóa kinh doanh là tài sản vô hình của doanh nghiệp, có vai trò to lớn tạo nên lợi thế kinh doanh cho doanh nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh khó khăn hiện nay. Văn hóa kinh doanh phù hợp sẽ giảm xung đột giữa cá nhân với tập thể, giữa các thành viên trong doanh nghiệp; điều phối và kiểm soát hành vi cá nhân bằng các chuẩn mực, thủ tục, quy trình, quy tắc,... Khi phải đứng trước một quyết định khó khăn, phức tạp, VHDN sẽ giúp người lãnh đạo thu hẹp được phạm vi các lựa chọn, có thể ra quyết định nhanh, chính xác, hiệu quả, tiết kiệm được thời gian và nguồn lực. Bên cạnh đó, VHDN chính là bản sắc, là sức hấp dẫn của doanh nghiệp đối với khách hàng.

Bản chất của hoạt động KDDL đã hàm chứa nhiều yếu tố văn hóa. Do đó, doanh nghiệp thể hiện rõ nét văn hóa trong mọi hoạt động sẽ khiến khách hàng cảm thấy an tâm, tự hào khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Họ sẽ luôn trung thành với sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp và khó bị lôi kéo bởi cách sản phẩm, dịch vụ từ các đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp. Hơn thế, chính khách hàng sẽ là những người tuyên truyền, quảng cáo đáng tin cậy nhất của doanh nghiệp. Thông qua sự tin tưởng của khách hàng thân thiết, doanh nghiệp dễ dàng hơn trong việc tiếp cận khách hàng mới và đối tác mới. Đây là những lợi ích to lớn của VHDN trong việc tạo nên lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong thời điểm khó khăn hiện nay.

4. Một số giải pháp cần thực hiện

Một là, về phía cơ quan quản lý nhà nước. Cần có sự hỗ trợ kịp thời cho doanh nghiệp KDDL khôi phục hoạt động và phát triển VHDN. Hiện nay, để

có thể từng bước phát triển trong bối cảnh “bình thường mới”, các doanh nghiệp KDDL rất cần sự hỗ trợ của Nhà nước trong việc: hiện đại hóa cơ sở hạ tầng du lịch, hoàn thiện hệ thống pháp luật, các chính sách chế độ liên quan; hệ thống thông tin du lịch quốc gia;... Nhà nước cần có chính sách, chiến lược phát triển du lịch phù hợp trong giai đoạn mới, tạo ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp hoạt động. Bên cạnh đó, để xây dựng văn hóa doanh nghiệp, ngoài sự nỗ lực nội tại của các doanh nghiệp, còn đòi hỏi môi trường kinh doanh phải được đảm bảo với hệ thống pháp luật nhất quán, dân chủ, công khai, minh bạch, khả thi.

Hai là, các doanh nghiệp KDDL cần nhận thức đúng đắn, đầy đủ vị trí, vai trò, tầm quan trọng của VHDN trong bối cảnh có nhiều khó khăn. Đại hội XIII của Đảng nhấn mạnh, văn hóa là sức mạnh nội sinh, động lực phát triển của đất nước. Văn hóa là bản sắc của dân tộc, văn hóa còn thì dân tộc còn, văn hóa mất thì dân tộc mất. Đối với từng doanh nghiệp cũng vậy, phải luôn nhận thức rõ VHDN là sức mạnh nội sinh, là nguồn lực quan trọng để doanh nghiệp vượt qua những giai đoạn khó khăn.

Ba là, triển khai đồng bộ các giải pháp để xây dựng VHDN. Theo đó, doanh nghiệp cần có triết lý kinh doanh, sứ mệnh, tầm nhìn, mục tiêu rõ ràng, phải xây dựng hệ thống giá trị làm nền tảng cho VHDN, kết hợp hài hòa mục tiêu của doanh nghiệp với giá trị của các cá nhân trong doanh nghiệp. Các doanh nghiệp phải luôn đặt người lao động vào vị trí trung tâm của sự phát triển, coi đó là nguồn lực quan trọng có giá trị nhất của doanh nghiệp. Từ đó, có thái độ tôn trọng người lao động, xây dựng môi trường làm việc hiệu quả và thân thiện, khuyến khích sự hợp tác giữa các cá nhân, các bộ phận và toàn doanh nghiệp. Bên cạnh những yếu tố thuộc về truyền thống cần được phát huy và kế thừa, doanh nghiệp nên xây dựng hệ thống biểu hiện hữu hình, như: hình ảnh, biểu tượng, khẩu hiệu, hay những buổi lễ tôn vinh để làm nổi bật giá trị doanh nghiệp đối với cộng đồng.

Bốn là, quan tâm xây dựng đội ngũ lãnh đạo doanh nghiệp có năng lực quản trị văn hóa. VHDN có được xây dựng, duy trì thành công hay không phụ thuộc phần lớn vào đội ngũ lãnh đạo. Do đó, để xây dựng thành công VHDN cần chú trọng đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ, kiến thức, kỹ năng toàn diện cho đội ngũ lãnh đạo, đặc biệt là kỹ năng xây dựng, củng cố văn hóa phù hợp doanh nghiệp với điều kiện tình hình thực tế. Người lãnh đạo phải biết sử dụng phong cách lãnh đạo phù hợp, dám chấp nhận thử thách, có khả năng động viên người lao động để xây dựng môi trường làm việc với động lực cao; có khả năng giao tiếp phù hợp với các cá nhân đến từ nhiều nền văn hóa, vùng miền khác nhau; biết lắng nghe, tiếp thu ý kiến phản biện một cách chân thành, có chọn lọc.

Năm là, mở rộng hợp tác trong xây dựng VHDN. Hợp tác là một nét giá trị trong VHDN, đồng thời là một giải pháp để không ngừng hoàn thiện, phát triển VHDN. Do đó, để xây dựng

thành công VHDN, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch phải chú trọng hợp tác với các doanh nghiệp trong và ngoài ngành, cả trong và ngoài nước, nhằm tiếp thu, kế thừa những giá trị phù hợp. Đồng thời, sửa chữa, điều chỉnh những nội dung không phù hợp trong VHDN của mình.

5. Kết luận

VHDN được xem là nguồn lực cạnh tranh riêng có của từng doanh nghiệp KDDL, bởi các đối thủ cạnh tranh không dễ sao chép hoàn toàn được. Doanh nghiệp nào xây dựng được nền văn hóa tích cực, hài hòa giữa nội bộ với môi trường xã hội bên ngoài, thì văn hóa sẽ là nguồn lực, tuy vô hình nhưng rất quan trọng, trở thành chất keo gắn kết, hướng dẫn hành vi của các thành viên, tạo ra lực hướng tâm, sự đồng thuận, nhân viên làm việc với động lực cao giúp doanh nghiệp hoàn thành sứ mệnh, mục tiêu của mình. Đồng thời, đây chính là “chìa khóa” giúp cho các doanh nghiệp vượt qua những khó khăn do tác động từ đại dịch Covid-19 hiện nay ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Word Bank (2019). *Taking Stock: Recent Economic Developments of Vietnam, Special Focus: Vietnams Tourism Developments*, World Bank.

² Tổng cục Thống kê (2021). *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2021*.

³ Minh Khánh (2021). Ngành du lịch “chuyển mình” để ứng phó với đại dịch Covid-19, từng bước phục hồi trong năm 2022. Truy cập tại: <https://bvhttdl.gov.vn/nganh-du-lich-chuyen-minh-de-ung-phovoi-dai-dich-covid-19-tung-buoc-phuc-hoi-trong-nam-2022-20210923215750059.htm>

⁴ Nguyễn Trang (2021). Giữ chân nhân lực du lịch: Không chỉ là câu chuyện sinh kế. Truy cập tại: <https://nhandan.vn/dien-dan-dulich/giu-chan-nhan-luc-du-lich-khong-chi-la-cau-chuyen-sinh-ke-650198/>

⁵ Dương Thị Liễu (Chủ biên, 2006). *Bài giảng văn hóa kinh doanh*. Nhà xuất bản Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

⁶ Nguyễn Mạnh Quân (2007). *Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*, Nhà xuất bản Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

⁷ Bùi Xuân Phong (2009). *Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp*. Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.

⁸ Trương Đình Thái (2020). *Nghiên cứu ảnh hưởng của VHDN đến động lực làm việc của người lao động trong các doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận án tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Tập I, II, Hà Nội.
2. Nguyễn Ngọc Hòa (2016). Văn hóa kinh doanh - Động lực và mục tiêu phát triển. *Tạp chí Tuyên giáo*, 7, 55-57.
3. Vũ Thị Kim Ngân (2016). Văn hóa doanh nghiệp và nhận diện văn hóa doanh nghiệp. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng*, 3, 75-81.

Ngày nhận bài: 12/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. ĐÀO THỊ BÍCH NGUYỆT

Khoa Du lịch - Trường Đại học Hải Phòng

**CORPORATE CULTURE
- THE KEY FOR TOURISM ENTERPRISES TO OVERCOME
CHALLENGES OF THE COVID-19 PANDEMIC**

● Master. **DAO THI BICH NGUYET**
Faculty of Toursim, Hai Phong University

ABSTRACT:

In the context of the COVID-19 pandemic, tourism enterprises have faced many difficult problems and bankruptcy or dissolution risks. Therefore, finding solutions to overcome the COVID-19 pandemic's impacts is an extremely urgent task for tourism enterprises. Corporate culture is considered the optimal solution to help businesses stand firm and overcome challenges of the COVID-19 pandemic. This paper outlines the role of corporate culture-the key to all business activities of tourism enterprises. The paper proposes some solutions to help tourism enterprises build their corporate cultures in order to overcome difficulties caused by the pandemic.

Keywords: Covid-19, tourism, enterprise, corporate culture.

VẤN ĐỀ QUẢN LÝ DỊCH VỤ CÔNG TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

● NGUYỄN THỊ CHI

TÓM TẮT:

Trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường, cải cách hành chính, Nhà nước không chỉ tổ chức, quản lý xã hội bằng các thiết chế pháp luật, mà còn cần thông qua việc thỏa mãn những nhu cầu thiết yếu của người dân - cung ứng các dịch vụ công cho xã hội. Để thực hiện tốt chức năng này, cần đổi mới và xác định rõ hơn vai trò, chức năng của bộ máy Nhà nước nói chung, vai trò, trách nhiệm trong cung cấp dịch vụ công nói riêng nhằm hướng tới nâng cao chất lượng và hiệu quả của hoạt động này, thỏa mãn tốt hơn nhu cầu ngày càng tăng của người dân và xã hội, thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội bền vững và xây dựng Nhà nước ngày càng vững mạnh.

Từ khóa: dịch vụ công, dịch vụ công trực tuyến, quản lý nhà nước.

1. Khái niệm

- *Dịch vụ công*

Dịch vụ công (DVC) tiếng Anh là “public service” được hiểu là một dịch vụ nhằm phục vụ tất cả các thành viên của cộng đồng, thường được chính phủ cung cấp cho những người sống trong phạm vi quyền hạn, trực tiếp (thông qua khu vực công) hoặc bằng cách cung cấp tài chính cho các dịch vụ.

Cung ứng dịch vụ (Service delivery) được hiểu “liên quan đến việc cung cấp hàng hóa công hữu hình và bản thân các dịch vụ vô hình”. Như vậy, DVC không chỉ thuần túy là dịch vụ do Nhà nước cung cấp, bản chất của nó là sự cung ứng hàng hóa, sản phẩm hữu hình hoặc vô hình cho lợi ích công cộng. Việc cung ứng DVC được chia thành khu vực cung ứng DVC cốt lõi. Theo đó, khu vực cốt lõi này sẽ cung cấp dịch vụ dựa trên cơ sở pháp lý và các nguyên tắc trong quản lý công. Đối với khu vực cung ứng DVC mở rộng, chủ yếu dựa trên nhu cầu người thụ hưởng, do đó mang tính cạnh tranh cao. Hoạt động cung ứng DVC được thực hiện trên

nguyên tắc, cái gì xã hội làm được thì “Nhà nước sẽ chuyển giao”. Nhà nước chỉ đảm nhận cung ứng các DVC cốt lõi mà không thể thay thế được.

Có 2 mô hình cung ứng DVC: mô hình Nhà nước cung cấp tài chính và tổ chức cung ứng dịch vụ; mô hình tư nhân cung ứng tài chính và tư nhân tổ chức cung ứng dịch vụ; mô hình liên kết giữa Nhà nước và tư nhân trong cung ứng dịch vụ; mô hình “lấp chỗ trống” (thay thế). Khi hoạt động cung ứng dịch vụ còn khoảng trống nào đó chưa được tính đến thì các cá nhân, tổ chức sẽ được quyền đề xuất bổ sung và thực hiện.

Có thể nói cung ứng DVC là cung ứng những hoạt động phục vụ nhu cầu thiết yếu của xã hội và người dân; vì lợi ích chung của cộng đồng, của xã hội; do Nhà nước trực tiếp đảm nhận hay ủy quyền và tạo điều kiện cho khu vực tư nhân thực hiện.

- *Quản lý dịch vụ công*

Cung ứng DVC là do Nhà nước hoặc khu vực tư thực hiện, tuy nhiên xét trên phương diện lợi ích kinh tế, việc cung ứng DVC không mang lại nhiều lợi ích, vì vậy rất ít doanh nghiệp tư nhân tự bỏ vốn

ra để đầu tư. Do đó, Nhà nước giữ vai trò hết sức quan trọng đối với việc cung cấp DVC. Cụ thể, Nhà nước có vai trò điều tiết các dịch vụ công theo kinh tế thị trường, xuất phát từ nhu cầu xã hội. Để thực hiện mục tiêu bảo đảm hiệu quả kinh tế - xã hội, Nhà nước đẩy mạnh xã hội hóa, chuyển giao một số dịch vụ công cho tổ chức, cá nhân đảm nhiệm để cung cấp ngày càng nhiều hàng hóa, sản phẩm và dịch vụ cho xã hội. Để thực hiện tốt chức năng của mình, Nhà nước vẫn cần nắm giữ vai trò quản lý đối với DVC theo quy định của pháp luật. Đồng thời, Nhà nước có vị trí, vai trò đặc biệt quan trọng đối với việc thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm đối với chủ thể cung cấp dịch vụ công và chủ thể sử dụng dịch vụ công. Thông qua các hoạt động quản lý của mình, Nhà nước kiểm soát hành vi của các chủ thể thuộc đối tượng quản lý hành chính, bảo đảm các DVC diễn ra dân chủ, công khai, minh bạch và lành mạnh, thúc đẩy thị trường cung cấp các dịch vụ này phát huy thế mạnh và hoạt động hiệu quả nhất.

Với tư cách là chủ thể quản lý mang quyền lực nhà nước, Nhà nước có vai trò rất quan trọng trong tổ chức, quản lý đối với mọi hoạt động cung cấp dịch vụ công trên các lĩnh vực của đời sống xã hội (kể cả các dịch vụ công do các cơ quan, tổ chức của Nhà nước, tổ chức xã hội và các dịch vụ được cung cấp, chuyển giao bởi các cá nhân, tổ chức ở khu vực tư nhân đảm nhiệm).

2. Đánh giá về công tác quản lý dịch vụ cung ứng dịch vụ công

2.1. Những thành tựu đạt được

Hết năm 2020, cả nước có trên 56.800 DVC, trong đó có 45.281 DVC mức độ 3 và 11.519 DVC mức độ 4.

Về chính sách, các văn bản luật chuyên ngành, các nghị định của Chính phủ và các thông tư, quyết định của các bộ, ngành đã cụ thể hóa chủ trương quản lý và cung ứng DVC, làm căn cứ và nền tảng cho việc huy động các nguồn lực trong xã hội phát triển dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ y tế, giáo dục. Các quy định hiện hành không chỉ cho phép, mà còn có cơ chế, biện pháp khuyến khích cụ thể đối với các thành phần kinh tế tham gia đầu tư, cung ứng DVC.

Về chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ công ngày càng được nâng cao và đạt dần với các chuẩn mực quốc tế. Thêm vào đó, sự tham gia của các cơ sở có vốn đầu tư nước ngoài,

liên kết, hợp tác cung ứng dịch vụ đã tạo ra cầu nối giữa trình độ phát triển trong và ngoài nước, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ, mà điển hình là nhiều kỹ thuật khám, chữa bệnh tiên tiến trên thế giới đã được ứng dụng và phổ biến tại Việt Nam thời gian gần đây, hay các mô hình đào tạo tương tác, theo chuẩn quốc tế cũng đã ứng dụng trong nhiều trường học ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Bên cạnh đó, sản phẩm dịch vụ công được đa dạng hóa nhằm phục vụ nhu cầu ngày càng tăng của các bộ phận dân cư trong xã hội. Sự tham gia của các cơ sở công lập và ngoài công lập đã tạo ra sự cạnh tranh trong việc cung ứng DVC để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và phong phú trong xã hội, đặc biệt là những nhu cầu về dịch vụ gia tăng. Nhà nước đã bảo đảm cung ứng các dịch vụ thiết yếu và dịch vụ cơ bản; đồng thời Nhà nước tạo điều kiện để khu vực tư nhân thực hiện cung ứng dịch vụ gia tăng, dịch vụ chuyên biệt.

Về nguồn vốn cung ứng cho phát triển dịch vụ công ngày càng gia tăng, trước hết phải nói đến nguồn lớn nhất là ngân sách. Hàng năm, Chính phủ đều dành khoảng 21% tổng chi đầu tư ngân sách cho lĩnh vực giáo dục, y tế và khoa học công nghệ, môi trường. Đồng thời, Nhà nước cũng thực hiện chức năng bảo đảm công bằng xã hội thông qua các chính sách hỗ trợ trực tiếp hoặc gián tiếp cho các đối tượng chính sách, đối tượng yếu thế trong xã hội, như cấp bảo hiểm y tế miễn phí cho người nghèo, đối tượng chính sách; miễn giảm học phí cho trẻ em dân tộc thiểu số;...

2.2. Những hạn chế còn tồn tại

Sự phụ thuộc và ỷ lại của các đơn vị sự nghiệp công lập vào Nhà nước. Các đơn vị sự nghiệp công lập đã được giao quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm, nhưng nhiều đơn vị vẫn phụ thuộc gần như hoàn toàn vào Nhà nước. Quy định hiện hành đã cho phép và buộc các đơn vị sự nghiệp công phải tự chủ trong hoạt động của mình, nhưng rất ít các đơn vị thực sự độc lập trong tổ chức và hoạt động. Thực trạng này xuất phát từ cả phía bản thân cơ sở và cũng từ phương thức quản lý của Nhà nước. Cụ thể là: mặc dù được giao quyền tự chủ, nhưng quản lý nhân sự, quản lý tài chính vẫn phụ thuộc rất nhiều vào cơ quan chủ quản, dẫn đến tính chủ động và sáng tạo cũng như khả năng sẵn sàng chịu rủi ro trong thị trường bị hạn chế. Bản thân các

đơn vị do còn có sự hỗ trợ của Nhà nước từ nhiều mặt (đầu tư, chi phí hoạt động, cơ chế giao nhận công việc, uy tín là một cơ sở công lập,...) khiến hầu hết các đơn vị không muốn tách ra khỏi của Nhà nước để tổ chức hoạt động theo cơ chế cạnh tranh bình đẳng của thị trường.

Đi cùng xu hướng số hóa, việc cung ứng DVC cũng tiến lên mức DVC trực tuyến. Việc áp dụng DVC điện tử giúp cơ quan nhà nước giảm tải được áp lực công việc, giải quyết công việc nhanh hơn, thuận tiện, khoa học hơn. Qua đó, người dân được hưởng thụ dịch vụ thuận lợi, tiết kiệm chi phí cũng như thời gian đăng ký, làm các thủ tục hành chính. Đặc biệt là tránh được tệ nạn nhũng nhiễu, quan liêu, phiền hà từ những cán bộ công quyền. Tuy nhiên, việc ứng dụng DVC trực tuyến còn gặp một số khó khăn nhất định. Hiện chưa có thống kê mới nhất để cập nhật số lượng người dân sử dụng DVC trực tuyến ở các cơ quan, đơn vị. Hiện có thực tế đáng ngại là tại nhiều nơi, dù các cơ quan nhà nước, địa phương trên toàn quốc đã cung cấp dịch vụ công trực tuyến online nhưng người dân vẫn không mặn mà và vẫn giữ thói quen sử dụng văn bản thủ công.

Nguồn lực của nhiều đơn vị tổ chức và cung ứng DVC vẫn chủ yếu dựa vào ngân sách nhà nước mặc dù đã có cơ chế huy động. Các cơ chế khuyến khích vẫn chưa đủ sức hấp dẫn các nhà đầu tư tham gia xây dựng các cơ sở cung ứng dịch vụ. Bên cạnh đó, Nhà nước chưa quyết liệt dừng tài trợ các dịch vụ mà thị trường đã thực hiện tốt, để dành nguồn lực đầu tư cho các vùng còn khó khăn và tập trung cho những loại dịch vụ thiết yếu và cơ bản - vốn thuộc chức năng cung ứng của Nhà nước.

3. Một số giải pháp

Một là, bổ sung, nâng cấp và tích hợp các DVC trực tuyến của các bộ, ngành, địa phương và các đơn vị trực thuộc lên cổng thông tin điện tử của bộ, ngành, địa phương. Tích hợp các DVC trực tuyến của các bộ, ngành, địa phương lên Cổng dịch vụ công Quốc gia.

Hai là, xây dựng môi trường pháp lý cũng cần được quan tâm. Các quy định pháp lý về cung cấp DVC trên môi trường mạng cũng như việc xây dựng cơ sở hạ tầng thông tin, cơ sở dữ liệu, nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động của cơ quan nhà nước, hoạt động trao đổi, cung cấp thông tin giữa

cơ quan nhà nước với tổ chức, cá nhân và hoạt động phục vụ lợi ích công cộng đã và đang được ghi nhận trong các văn bản Luật và quy phạm pháp luật. Do đó, ngoài việc cung cấp thông tin đầy đủ về quy trình, thủ tục của các DVC trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử, để đảm bảo tính minh bạch của các DVC điện tử, cần các quy định pháp lý về xác định danh tính công dân, doanh nghiệp và tổ chức tham gia DVC điện tử. Thêm vào đó, các văn bản luật liên quan tới thanh toán điện tử cho các DVC trực tuyến cần được xây dựng để đảm bảo môi trường giao dịch tin cậy và an toàn cho thanh toán phí dịch vụ. Thanh toán phí DVC điện tử liên quan đến vấn đề mở rộng cơ sở hạ tầng thanh toán điện tử liên ngân hàng, đặc biệt là bảo mật đường truyền truy cập dữ liệu tài khoản tiền gửi của khách hàng nhằm cung cấp các công cụ trực tuyến thuận lợi cho quá trình thanh toán phí giao dịch, giúp tăng cường sự tiện lợi và bảo vệ người tham gia giao dịch khỏi các rủi ro tài chính. Cũng cần có văn bản pháp lý cho những quy định cụ thể về phương thức thanh toán, chẳng hạn thanh toán bằng thẻ: Có thể sử dụng thẻ tín dụng hay buộc phải dùng thẻ trả phí cho dịch vụ... Do đó, các quy định kéo theo như: giao dịch từ chối cung cấp dịch vụ khi thẻ quá hạn, thẻ không có khả năng thanh toán hoặc phát hiện thẻ bị đánh cắp cũng cần được xây dựng cho DVC trực tuyến của Chính phủ. Hay khi giao dịch được thực hiện và việc thanh toán phí dịch vụ thành công thì người sử dụng dịch vụ sẽ nhận được tin nhắn và/hoặc email về việc thanh toán phí. Ngoài trách nhiệm tự bảo mật tài khoản và chịu trách nhiệm nếu để xảy ra mất mát do rò rỉ thông tin từ phía người tham gia các giao dịch trực tuyến, cần thêm các quy định pháp lý về thủ tục, trình tự xử lý khiếu nại và chính sách bảo hiểm giao dịch.

Ba là, Nhà nước thực hiện tốt chức năng xây dựng chiến lược, quy hoạch, cơ chế phân bổ nguồn lực đầu tư cho cung ứng DVC theo cơ chế thị trường. Bảo vệ quyền sở hữu tài sản hợp pháp và quyền tự do kinh doanh, thực thi hợp đồng của người dân, doanh nghiệp theo quy định của pháp luật. Sử dụng cơ chế, các nguồn lực, công cụ phân phối, phân phối lại để thực hiện công bằng xã hội, bảo đảm an sinh, nâng cao phúc lợi xã hội và bảo vệ môi trường ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Chi Mai (2003), *Cải cách dịch vụ công ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
2. Lê Chi Mai (2007), *Cải cách dịch vụ hành chính công*, Nhà xuất bản Lý luận Chính trị, Hà Nội.
3. Viện Khoa học tổ chức nhà nước, Bộ Nội vụ (2007), *Dịch vụ công - đổi mới quản lý và cung ứng dịch vụ công ở Việt Nam hiện nay*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội, tr.49.
4. Đinh Văn Ân, Hoàng Thu Hòa (2006), *Đổi mới cung ứng dịch vụ công ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội, tr.12.
5. Vũ Công Giao, Bùi Tiến Đạt, Nguyễn Thị Minh Hà (2020), *Dịch vụ công - một số vấn đề lý luận, pháp lý và thực tiễn*, NXB Tư pháp, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2022

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN THỊ CHI

Khoa Quản trị kinh doanh,

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**PUBLIC SERVICE MANAGEMENT
IN THE MARKET ECONOMY**

● Ph.D **NGUYEN THI CHI**

Faculty of Business Administration

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

In the context of the market economy development and state administrative management reform, the state does not only organize and govern society by legal institutions but also provide public services to satisfy the essential needs of people. It is necessary for the state to innovate and define more clearly the roles and functions of the state apparatus in general, and the roles and responsibilities of the public service provision in particular to improve the quality and effectiveness of public services, better satisfying the increasing needs of people, achieving the goals of sustainable socio-economic development and building a stronger state.

Keywords: public services, online public services, state management.

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC TRONG BỐI CẢNH NỀN KINH TẾ SỐ TẠI VIỆT NAM

● NINH THỊ HOÀNG LAN

TÓM TẮT:

Cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư trong những năm gần đây, xu hướng chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ ở hầu khắp các quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam. Kinh tế số mang lại những cơ hội phát triển lớn, nhưng người lao động cần phải được chuẩn bị những kỹ năng và năng lực phù hợp với nhu cầu công việc trong tương lai. Bài viết phân tích thực trạng của nguồn nhân lực Việt Nam, chỉ ra những thách thức mà nguồn nhân lực Việt Nam phải đối mặt để đáp ứng cho sự phát triển của nền kinh tế số thời gian tới, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển nguồn nhân lực trong bối cảnh nền kinh tế số tại Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: nguồn nhân lực, kinh tế số.

1. Đặt vấn đề

Cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư trong những năm gần đây, xu hướng chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ ở hầu khắp các quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam. Nền kinh tế - kỹ thuật số được kỳ vọng sẽ đóng một vai trò không thể thiếu trong việc duy trì đà tăng trưởng của đất nước. Mặc dù còn ở giai đoạn đầu của sự phát triển, nền kinh tế kỹ thuật số của Việt Nam đang thể hiện tiềm năng to lớn, được thúc đẩy bởi sự hỗ trợ của Chính phủ, sự chấp nhận kỹ thuật số một cách nhanh chóng của người dân và cuối cùng là “chất xúc tác” từ đại dịch Covid-19.

Nhận thức được tầm quan trọng của nền kinh tế - kỹ thuật số, Chính phủ đã đưa ra nhiều biện pháp khác nhau để khuyến khích tăng trưởng trong lĩnh vực này. Năm 2020, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc đã ký Quyết định số 749/QĐ-TTg phê

duyet Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, đề ra mục tiêu đến năm 2030 của cả nước. Các biện pháp bao gồm cải thiện cơ sở hạ tầng internet và khả năng tiếp cận các dịch vụ 5G, số hóa chính phủ và ứng dụng công nghệ cho các lĩnh vực kinh tế - xã hội khác nhau. Đến năm 2030, Chính phủ kỳ vọng nền kinh tế - kỹ thuật số sẽ chiếm 30% GDP của Việt Nam, một mục tiêu đầy tham vọng khi nền kinh tế - kỹ thuật số hiện nay chỉ chiếm 8,2% GDP.

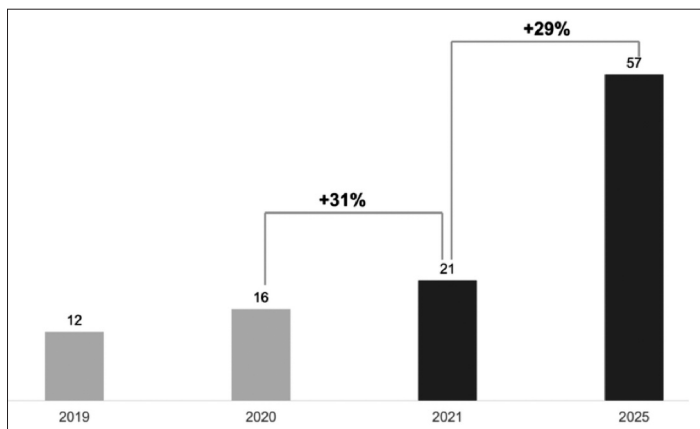
Nền kinh tế - kỹ thuật số còn được thúc đẩy bởi dân số trẻ và sẵn sàng tiếp cận công nghệ mới. Việt Nam nằm trong top 10 quốc gia có số lượng điện thoại thông minh cao nhất, với 63,1 triệu điện thoại thông minh đang được sử dụng, với hơn 70% dân số tiếp cận với internet. Với phần lớn dân số Việt Nam là người trẻ và trong độ tuổi lao động, đây sẽ là những người tiêu dùng hiểu biết về công nghệ cũng

sẽ dễ dàng tiếp nhận chuyển đổi sang các dịch vụ trực tuyến.

Sự bùng phát của đại dịch Covid-19 đã đẩy nhanh tốc độ chuyển đổi số khi các biện pháp giãn cách xã hội, cách ly phòng dịch đã hình thành nên những thói quen tiêu dùng mới. Điểm mấu chốt của làn sóng này là đã thúc đẩy mọi người truy cập trực tuyến để tìm kiếm các lựa chọn thay thế, dẫn đến thói quen mới, ưu tiên các dịch vụ trực tuyến. Một khi hành vi của người tiêu dùng chuyển thành thói quen, hành vi đó sẽ bám rễ, ngay cả khi các hạn chế được dỡ bỏ, người tiêu dùng vẫn có thể tiếp tục sử dụng các dịch vụ trực tuyến cho các nhu cầu hàng ngày của mình.

Với 3 động lực thúc đẩy như trên, mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề do dịch bệnh nhưng kinh tế số ở Việt Nam năm 2021 vẫn đạt 21 tỷ USD, tăng 31% so với năm 2020. Theo dự báo của Google, Temasek và Bain & Company (2021), đến năm 2025, nền kinh tế số của Việt Nam sẽ đạt 57 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng hàng năm đạt 29% (Hình 1).

Hình 1: Dự báo giá trị nền kinh tế số ở Việt Nam đến năm 2025



Nguồn: Google, Temasek and Bain & Company (2021)

Kinh tế số, chuyển đổi số là xu hướng tất yếu của Việt Nam và nhiều quốc gia trên thế giới trong bối cảnh hiện nay, nhưng để phát triển được nền kinh tế số, Việt Nam phải vượt qua một số thách thức, trong đó có thách thức về nguồn nhân lực. Kinh tế số phát triển đòi hỏi phải có nguồn nhân lực phát triển tương ứng, phải có nguồn nhân lực số để

triển khai, tổ chức thực hiện và vận hành nền kinh tế một cách hiệu quả. Kinh tế số phát triển sẽ dẫn đến những thay đổi mạnh mẽ về lao động, quá trình chuyển đổi số sẽ vừa làm mất việc làm nhưng cũng sẽ tạo ra việc làm mới. Các chuyên gia của Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) dự báo, đến năm 2025 máy móc và con người sẽ có thời gian làm việc tương đương, máy móc sẽ thay thế vị trí của con người khiến cho 85 triệu việc làm có thể bị mất đi. Nhưng bên cạnh đó lại có những việc làm mới được tạo ra trong những ngành cần sự hỗ trợ tương hỗ giữa công nghệ hiện đại và lao động có tay nghề. Kinh tế số sẽ làm thay đổi lớn về cơ cấu lao động và thị trường lao động. Sự phát triển của khoa học công nghệ sẽ gây ra sự bất ổn thị trường lao động, làm gia tăng nỗi lo mất việc do tự động hóa và Việt Nam cùng các nước trong khu vực có thể mất đi lợi thế so sánh dựa trên chi phí lao động thấp. Kinh tế số mang lại những cơ hội phát triển lớn, nhưng người lao động cần phải được chuẩn bị những kỹ năng và năng lực phù hợp với nhu cầu công việc trong tương lai. Lực lượng lao động ứng phó và thích nghi với quá trình chuyển đổi số như thế nào là một câu trả lời không dễ dàng. Đã có không ít lo ngại về việc chuyển đổi số tạo ra biến động trong thị trường lao động, đặc biệt ở những quốc gia có năng suất lao động thấp và chủ yếu dựa vào gia công, lắp ráp như Việt Nam. Rõ ràng, việc hiểu rõ thực trạng nguồn nhân lực để chuẩn bị tốt nguồn nhân lực đáp ứng cho sự phát triển kinh tế số ở Việt Nam là rất cần thiết.

2. Thực trạng nguồn nhân lực ở Việt Nam hiện nay

Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, năm 2021, quy mô dân số trung bình cả nước đạt 98,51 triệu người. Lực lượng người lao động từ 15 tuổi trở lên của cả nước khoảng 50,5 triệu người (chiếm tỷ lệ gần 51,26% so với tổng dân số). Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động năm 2021 là 67,7%. Như vậy, nếu xét về dân số, chúng ta đứng thứ 15 trên thế giới và xét về số lượng lực lượng lao động, Việt Nam đứng thứ 11 trên thế giới và đứng thứ 2 trong khu vực Đông Nam Á (sau Indonesia).

Theo tổng điều tra dân số năm 2019, tỷ lệ dân số từ 15 - 64 tuổi ở Việt Nam là 67,8%, trong đó khoảng 50% dưới 34 tuổi. Điều này rất thuận lợi cho việc tiếp thu khoa học, kỹ thuật và linh hoạt trong chuyển đổi nghề nghiệp. Với tỷ lệ dân số như vậy, Việt Nam đang trong thời kỳ dân số vàng, khi mà dân số trong độ tuổi lao động gấp đôi dân số trong độ tuổi phụ thuộc. Dự báo đến khoảng 2040, Việt Nam sẽ kết thúc thời kỳ cơ cấu dân số vàng.

Chất lượng nguồn nhân lực ở Việt Nam cũng có sự cải thiện. Theo Ngân hàng Thế giới, chỉ số vốn nhân lực (HCI) của Việt Nam đã tăng từ 0,66 lên 0,69 trong 10 năm 2010 - 2020. Chỉ số vốn nhân lực của Việt Nam tiếp tục cao hơn mức trung bình của các nước có cùng mức thu nhập mặc dù mức chi tiêu công cho y tế, giáo dục và bảo trợ xã hội thấp hơn. Việt Nam là một trong những nước ở khu vực Đông Á - Thái Bình Dương có điểm cao nhất về chỉ số vốn nhân lực. Ngoài ra, theo Báo cáo Phát triển Con người toàn cầu năm 2020 của Chương trình Phát triển Liên hiệp quốc (UNDP, 2020), chỉ số phát triển con người (HDI) năm 2019 của Việt Nam là 0,704, xếp vị trí 117/189 quốc gia và vùng lãnh thổ. Từ năm 1990 - 2019, giá trị HDI của Việt Nam đã tăng hơn 48%, từ 0,475 lên 0,704. Chỉ số HDI của Việt Nam năm 2019 là 0,704, cao hơn mức trung bình 0,689 của các quốc gia đang phát triển và dưới mức trung bình 0,753 của nhóm Phát triển con người cao và mức trung bình 0,747 cho các quốc gia ở Đông Á và Thái Bình Dương. Theo thống kê của Tổng cục Thống kê, tỷ lệ lao động qua đào tạo ở Việt Nam từ 40% năm 2010 lên 65% năm 2020, tỷ lệ lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc đã qua đào tạo liên tục tăng lên qua các năm, từ 15,4% vào năm 2011 đã tăng lên 24,1% vào năm 2020. Như vậy, nhân lực chất lượng cao của Việt Nam đã không ngừng tăng lên, trong đó một số ngành đạt trình độ khu vực và quốc tế, như: y tế, cơ khí, công nghệ, xây dựng.

Mặc dù chất lượng nguồn nhân lực đã có sự cải thiện, nhưng để đáp ứng cho sự phát triển nền kinh

tế số, nguồn nhân lực của Việt Nam hiện vẫn phải đối mặt với khá nhiều thách thức.

Một là, trình độ nguồn nhân lực còn thấp, chưa đáp ứng được yêu cầu của cải cách kinh tế nói chung và chuyển đổi số nói riêng.

Mặc dù tỷ lệ lao động đã qua đào tạo tăng lên, nhưng tốc độ tăng rất chậm, từ năm 2011, tỷ lệ này là 15,4% thì đến năm 2020, tỷ lệ lao động đã qua đào tạo mới chỉ đạt đến 24,1%, với tốc độ tăng bình quân trong giai đoạn chỉ tầm 5%/năm (Bảng 1). Trong khi đó, nếu so sánh với các quốc gia ngay trong khu vực, thì tỷ lệ này ở Indonesia là 42%, ở Malaysia con số này lên đến 66,8% (UNDP, 2020).

Bảng 1. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo phân theo thành thị, nông thôn (%)

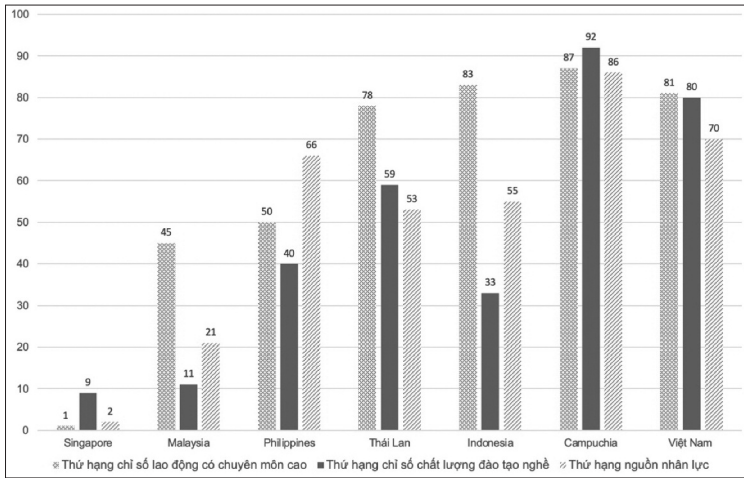
Năm	Tỷ lệ chung	Thành thị	Nông thôn
2011	15,4	30,9	9,0
2012	16,6	31,7	10,1
2013	17,9	33,7	11,2
2014	18,2	34,3	11,2
2015	19,9	36,3	12,6
2016	20,6	37,2	12,8
2017	21,4	37,9	13,7
2018	22,0	37,3	14,7
2019	22,8	39,0	14,9
2020	24,1	39,7	16,3

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Theo đánh giá của các tổ chức quốc tế, hầu hết chỉ tiêu về nhân lực của Việt Nam đều thấp. Báo cáo của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) cho biết, Việt Nam thuộc nhóm các quốc gia chưa sẵn sàng cho cuộc CMCN 4.0. Về chỉ số nguồn nhân lực, Việt Nam xếp thứ 70/100. Về chỉ số lao động có chuyên môn cao, Việt Nam xếp hạng 81/100. Chỉ số chất lượng đào tạo nghề, Việt Nam được xếp hạng 80/100 quốc gia. Nếu so sánh với các nước ASEAN, gần như tất cả các chỉ số của Việt Nam chỉ vượt hơn được nước Campuchia (Hình 2).

Như vậy, trình độ lao động của Việt Nam mới chỉ gần tương đương với Indonesia, nhưng thấp hơn

Hình 2: Thứ hạng đánh giá nguồn nhân lực của Việt Nam và một số nước ASEAN



Nguồn: WEF (2018), *Readiness for the Future of Production Report 2018*

hầu hết các nước và lãnh thổ khác, như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Đài Loan, Trung Quốc, Malaysia, Hồng Kông, Thái Lan, Philippines..., dẫn đến một loạt các yếu kém khác như trình độ vận dụng khoa học kỹ thuật kém, năng suất lao động thấp, giá thành sản phẩm cao và đương nhiên dẫn đến sức cạnh tranh của nền kinh tế nước ta còn thấp và dẫn đến khó khăn rất lớn cho sự phát triển kinh tế số của Việt Nam trong tương lai.

Hai là, cơ cấu lao động chuta hợp lý, cả về trình độ và về phân bố theo khu vực.

Xét về cơ cấu, có sự bất hợp lý trong cơ cấu trình độ của lực lượng lao động nước ta: lao động qua đào tạo đại học và sau đại học chiếm tỷ lệ lớn nhất và gia tăng nhanh chóng. Sự gia tăng tỷ lệ lao động qua đào tạo thời gian qua chiếm nguyên nhân phần nhiều là do tăng lao động có trình độ đại học trở lên. Năm 2020, lao động có trình độ cao đẳng và đại học trở lên chiếm quá nửa số lao động chất lượng cao (62,08%) và riêng đại học trở lên là 46,25%, trong khi trình độ trung cấp nghề chỉ đạt 18,33% (Bảng 2). Điều này dẫn đến một hiện tượng

đó là nước ta thiếu trầm trọng đội ngũ lao động chuyên môn kỹ thuật có trình độ cao đẳng và trung cấp, nhưng lại vẫn đang thừa một lượng lớn lao động trình độ cao (từ đại học trở lên). Điều này phản ánh mức độ bất hợp lý, gây lãng phí lớn và phi hiệu quả của thực trạng "thừa thầy thiếu thợ" và sự mất cân đối về cơ cấu lao động qua đào tạo giữa giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học hiện nay.

Phân bố nguồn lao động chất lượng cao, đã qua đào tạo, còn có sự chênh lệch lớn giữa thành thị và nông thôn (Bảng 1). Mặc dù khoảng cách có giảm so với thời gian trước, nhưng năm 2020, tỷ lệ lao động đã qua đào tạo có việc làm tại thành thị là 39,7%, vẫn gấp 2,43 lần so với tại khu vực nông thôn (với tỷ lệ 16,3%). Năm 2010, khoảng cách này là 3,6 lần.

Về lao động chất lượng cao theo vùng, trong giai đoạn 2011 - 2020, tỷ lệ lao động chất lượng cao xếp thấp nhất là vùng đồng bằng sông Cửu Long, tiếp đến là Tây Nguyên, Trung du miền núi phía Bắc, Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung. Đông Nam bộ, đồng bằng sông Hồng là vùng dẫn đầu cả nước về tỷ lệ lao động chất lượng cao. Một điểm đáng chú ý là đồng bằng sông Cửu Long là vựa lúa lớn nhất cả nước nhưng lại có tỷ lệ lao động đã qua đào tạo thấp nhất cả nước, so với tỷ lệ chung cả nước, chênh lệch giữa đồng bằng sông Cửu Long với cả nước năm 2011 là 1,83 lần; đến năm 2020, khoảng cách này được thu hẹp chút ít, nhưng vẫn là 1,61 lần (Bảng 3).

Bảng 2. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo phân theo trình độ chuyên môn kỹ thuật (%)

Năm	2016	2017	2018	2019	2020
Trình độ sơ cấp	3,3	3,5	3,6	3,7	4,7
Trình độ trung cấp	5,4	5,3	5,2	4,7	4,4
Cao đẳng	3	3,3	3,7	3,8	3,8
Đại học trở lên	8,7	9,5	9,5	10,6	11,1

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Bảng 3. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo phân theo vùng kinh tế (%)

Vùng	2011	2017	2018	2019	2020
Đồng bằng sông Hồng	21,1	29,7	29,6	32,4	32,6
Trung du và miền núi phía Bắc	13,6	18,1	18,4	18,2	20,5
Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung	14,4	20,5	21,3	21,5	22,7
Tây Nguyên	11,4	13,5	14,2	14,3	16,9
Đông Nam Bộ	22,5	27,5	28,0	28,1	29,5
Đồng bằng sông Cửu Long	7,8	12,9	13,4	13,3	14,9
Cả nước	14,3	21,6	22,0	22,8	24,1

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Ba là, do đa số lao động của Việt Nam là lao động phổ thông, lao động chưa qua đào tạo, nên dẫn đến nguy cơ lớn về việc dư thừa lao động, đặt ra vấn đề đào tạo lại cho các lao động dư thừa này. Kết quả của một nghiên cứu do ILO công bố mới đây trong 2 thập kỷ tới, khoảng 56% số người lao động tại 5 quốc gia Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam, có nguy cơ mất việc vì robot, đặc biệt là trong ngành May mặc. Hay trong báo cáo của Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB, 2021), sự phát triển của kinh tế số sẽ làm mất đi một số lượng lớn công việc, ví dụ, thay thế tới 1/3 lực lượng lao động chế biến nông sản, thay thế 26% số lao động trong ngành Logistics ở Việt Nam. Người lao động sẽ mất việc nếu thiếu các kỹ năng cần thiết để chuyển sang làm công việc mới nếu không có sự đầu tư đầy đủ và kịp thời cho việc phát triển kỹ năng. Khi đó, Việt Nam có thể sẽ phải chịu sức ép khá lớn về vấn đề giải quyết việc làm và đối mặt với sự gia tăng tỷ lệ thất nghiệp hoặc thiếu việc làm trong tương lai.

3. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực trong bối cảnh nền kinh tế số tại Việt Nam thời gian tới

Để thực sự nắm bắt được cơ hội phát triển kinh tế số, từ đó giúp đất nước có được sự tăng trưởng nhanh, bền vững, nâng cao đời sống của người dân, cần phải tháo gỡ những rào cản, trong đó rất quan trọng là chuẩn bị nguồn nhân lực đáp ứng cho sự phát triển của nền kinh tế số thời gian tới. Muốn vậy, cần thực hiện đồng bộ những giải pháp sau:

Thứ nhất, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 176/QĐ-TTg, ngày 5/2/2021, ban hành Chương trình hỗ trợ phát triển thị trường lao động đến năm 2030. Theo đó, đặt mục tiêu chỉ số lao động có kiến thức chuyên môn trong chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu (GII) thuộc nhóm 60 nước đứng đầu vào năm 2025 và 55 nước đứng đầu vào năm 2030; tỷ lệ lao động có các kỹ năng công nghệ thông tin đạt 90% vào năm 2030. Để thực hiện được điều này và cũng là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam, cần xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển giáo dục - đào tạo, xác định đúng đắn chiến lược phát triển nguồn nhân lực. Đặc biệt, để chuẩn bị cho chuyển đổi số, cần chủ động trong việc đào tạo nguồn nhân lực các ngành, lĩnh vực ưu tiên đã được xác định tại “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Nâng cao chất lượng dự báo ngắn hạn, trung hạn và dài hạn về nhu cầu nhân lực làm cơ sở để điều tiết và đào tạo, bồi dưỡng.

Làm tốt công tác dự báo nhu cầu lao động, xây dựng và cập nhật dữ liệu mở về lao động có kỹ năng nghề theo từng lĩnh vực, ngành nghề, trình độ đào tạo, nhất là những ngành nghề, kỹ năng mới và cập nhật dữ liệu theo định kỳ; tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong việc kết nối cung - cầu lao động để nâng cao hiệu quả đào tạo và sử dụng lao động.

Đẩy mạnh hơn nữa công tác tuyên truyền, phổ

biến nhằm nâng cao nhận thức của các cơ quan, doanh nghiệp và người dân về vị trí chiến lược và vai trò của công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực và thị trường lao động, nâng cao năng suất lao động, chất lượng, hiệu quả sản xuất.

Thứ hai, các cơ sở giáo dục cần thường xuyên rà soát lại chương trình đào tạo ở các trường; tăng cường thời gian học thực hành, giảm thời gian học lý thuyết; gắn quá trình đào tạo với hoạt động thực tập, tham quan, bắt tay vào công việc ở từng chuyên ngành đào tạo; đẩy mạnh các hoạt động hợp tác, liên doanh, liên kết giữa các trường, các chuyên ngành đào tạo với nhau, nhất là với các doanh nghiệp, nhà sản xuất, đầu tư, công ty; các cơ sở giáo dục cần phát triển hơn nữa vào các ngành nghề chất lượng cao: như lĩnh vực kỹ thuật số, công nghệ thông tin, năng lượng, vật liệu mới, công nghệ sinh học,... để giúp người lao động có thể làm chủ khi cuộc cách mạng số hóa bùng nổ như hiện nay.

Đặc biệt, cần tập trung đẩy mạnh công tác đào tạo nghề. Như đã phân tích ở trên, ở Việt Nam đang có tình trạng mất cân đối lớn khi thiếu trầm trọng lao động có chuyên môn kỹ thuật. Nguyên nhân chính ở đây là do nhận thức xã hội, thích làm thầy hơn làm thợ. Vì vậy, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, làm thay đổi căn bản nhận thức của xã hội về giáo dục nghề nghiệp. Ngay từ trường phổ thông, cần có sự hướng nghiệp tốt nhằm nâng cao nhận thức về nhân lực có kỹ năng nghề để tạo sự đồng thuận của toàn xã hội và đồng hành của doanh nghiệp. Các cơ sở đào tạo nghề cũng chủ động thay đổi phương pháp đào tạo truyền thống từ “dạy chay, học chay” đến đẩy mạnh hoạt động thực hành, ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số vào hoạt động giảng dạy, tạo sự hứng thú cho người học và tạo cơ hội để người học tiếp cận với những tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ hiện đại. Các nhà trường cũng cần tích cực chuyển đổi mô hình

đào tạo theo hướng chủ động nắm bắt, đón đầu xu thế và yêu cầu của thị trường lao động; liên kết đào tạo với các cơ sở đào tạo, doanh nghiệp có uy tín trong và ngoài nước; đồng thời nâng cao năng lực và chất lượng của đội ngũ giáo viên, cán bộ quản lý thông qua hoạt động đào tạo, tự đào tạo và bồi dưỡng kiến thức chuyên môn.

Các cơ sở đào tạo đại học và đào tạo nghề nghiệp cần đẩy mạnh hợp tác liên doanh, liên kết với các cơ sở đào tạo trong khu vực và quốc tế để vừa thu hút được các nguồn lực nước ngoài (vốn, công nghệ, phương pháp giảng dạy,...) để phát triển nguồn nhân lực trong nước, vừa từng bước tham gia vào sự phân công lao động quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, tiết kiệm chi phí đào tạo.

Về phía các doanh nghiệp, do sự phát triển nhanh chóng của công nghệ, sẽ có những ngành nghề phải cập nhật lại kiến thức trong một thời gian ngắn, trong khi người lao động không thể quay trở lại trường để học, vì vậy đòi hỏi các doanh nghiệp cũng phải tự tổ chức các hoạt động giảng dạy, cập nhật kiến thức ngay tại đơn vị. Sự tham gia của doanh nghiệp với vai trò của người sử dụng lao động trong đào tạo không chỉ góp phần giảm bớt gánh nặng cho Nhà nước về đầu tư cơ sở vật chất, mà còn giúp định hướng, đào tạo những lao động có kỹ năng phù hợp với nhu cầu thị trường, nhất là đáp ứng những yêu cầu về thay đổi trong sản xuất của công nghiệp 4.0.

Người đứng đầu trong doanh nghiệp cần thay đổi nhận thức về ích lợi có được từ liên kết đào tạo với các cơ sở đào tạo, cung cấp nhu cầu về năng lực của lao động để làm cơ sở xác định chuẩn đầu ra cho đào tạo cũng khiến kết quả đào tạo đi đúng hướng, đáp ứng đúng nhu cầu của doanh nghiệp, hạn chế việc phải đào tạo lại lao động. Ngoài ra, cần tăng cường hợp tác 3 bên giữa nhà nước, nhà trường và doanh nghiệp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. ADB. (2021). *Reaping the benefits of industry 4.0 through skills development in high-growth industries in Southeast Asia - Insights from Cambodia, Indonesia, the Philippines and Vietnam.*

2. ASEAN Secretariat. (2021). *Human Resources Development Readiness in ASEAN - Vietnam Country Report*. Jakarta, Indonesia: ASEAN Secretariat.
3. Google, Temasek and Bain & Company. (2021). *e-Conomy SEA 2021 - Roaring 20s: The SEA Digital Decade*.
4. Tổng cục Thống kê (2021), *Niên giám thống kê 2020*, NXB. Thống kê.
5. UNDP. (2020). *Human Development Report*.
6. WEF. (2018). *Readiness for the Future of Production Report 2018*.
7. WEF. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*.

Ngày nhận bài: 13/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NINH THỊ HOÀNG LAN

Trường Đại học Thương mại

SOLUTIONS TO DEVELOP HUMAN RESOURCES FOR THE DIGITAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN VIETNAM

● **Master. NINH THI HOANG LAN**
Thuongmai University

ABSTRACT:

Along with the development of the Fourth Industrial Revolution in recent years, the digital transformation is accelerating quickly in almost all countries around the world, including Vietnam. The digital economy offers great development opportunities, but workers need to be prepared with the right skills and competencies for future job requirements. This paper analyzes the current situation of human resources in Vietnam, and points out the challenges facing Vietnamese human resources during the development of the digital economy. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to develop human resources for the digital economic development in Vietnam in the coming time.

Keywords: human resources, digital economy.

INTERNET KẾT NỐI VẠN VẬT TẠO ĐÀ CHO SỰ ĐỔI MỚI, SÁNG TẠO TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM

● TRẦN MINH PHƯƠNG

TÓM TẮT:

Trong thời đại công nghệ 4.0, ngày càng nhiều lĩnh vực ứng dụng Internet kết nối vạn vật (IoT - Internet of Things) để hoạt động hiệu quả hơn, đặc biệt là ngành Du lịch. Bài viết này sẽ giới thiệu khái niệm cơ bản về hệ sinh thái IoT với 4 cấu phần chính (phần cứng, phần mềm/kết nối, dịch vụ và thể chế/chính sách). Từ đó, phân tích bức tranh tổng thể về phát triển và ứng dụng IoT trong du lịch tại Việt Nam với các tác nhân chính tham gia vào mạng lưới IoT và một số kết quả ban đầu về ứng dụng IoT trong du lịch. Bài báo đưa ra một số giải pháp nhằm thúc đẩy quá trình phát triển và ứng dụng IoT trong du lịch Việt Nam.

Từ khóa: công nghệ thông tin, Internet of Things, du lịch thông minh.

1. Đặt vấn đề

Phát triển du lịch thông minh đã trở thành xu hướng tất yếu trong thời kỳ cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Đây là mô hình được xây dựng trên nền tảng công nghệ thông tin và truyền thông, trong đó, hạ tầng tích hợp dữ liệu được phát triển đồng bộ, đảm bảo sự tương tác kịp thời giữa 3 bên là nhà quản lý, doanh nghiệp du lịch và du khách nhằm tạo ra những giá trị, lợi ích và dịch vụ tốt nhất. Những cơ hội mới đặt ra cho ngành Du lịch yêu cầu cần chuyển đổi phù hợp với xu hướng phát triển du lịch thông minh trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến khó lường trong 2 năm vừa qua. Việc ứng dụng những công nghệ tiên tiến cho ngành Du lịch như trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán đám mây, Big data, Blockchain, công nghệ 3D, 3600, công nghệ thực tế ảo và thực tế tăng cường (VR, AR), internet kết nối vạn vật (IoT), các công nghệ định vị (GIS, GPS, LBS); cùng với sự bùng

nổ của của Internet, mạng xã hội, hệ thống mạng cảm biến không dây (WSN) và các thế hệ mạng di động (4G, 5G),... đã góp phần làm thay đổi diện mạo của ngành Du lịch, các hoạt động du lịch ngày càng được công nghệ hóa, ngày càng trở nên hiện đại hơn và thông minh hơn. Dựa trên khả năng cung cấp kết nối và giao tiếp tiên tiến giữa các thiết bị, hệ thống và dịch vụ, Internet kết nối vạn vật được kỳ vọng sẽ gây ra sự phát triển mạnh trong ngành Du lịch.

Tuy đạt được một số thành tựu bước đầu, nhưng hệ sinh thái IoT của Việt Nam đang tồn tại một số bất cập, như: chưa có ứng dụng IoT thực sự nào có ảnh hưởng mạnh đến đời sống xã hội; thị trường IoT tuy “nóng”, nhưng nhà cung cấp phần cứng và phần mềm chủ yếu vẫn là đối tác nước ngoài,... Để khai thác tiềm năng phát triển IoT trong du lịch tại Việt Nam, cần có một lộ trình, chính sách chung cho toàn bộ các nhân tố của hệ sinh thái

IoT; tham khảo kinh nghiệm nước ngoài trong xây dựng hệ thống quốc gia nghiên cứu và phát triển (R&D) về IoT; tạo ra một số dự án tiên phong để nâng cao năng lực cạnh tranh.

2. Hệ sinh thái Internet kết nối vạn vật

2.1. Internet kết nối vạn vật

Internet kết nối vạn vật là mạng kết nối các đồ vật và thiết bị thông qua cảm biến, phần mềm và nhiều công nghệ khác, cho phép những đồ vật và thiết bị đó thu thập và trao đổi dữ liệu với nhau. Thiết bị IoT có thể là đồ vật được gắn cảm biến để thu thập dữ liệu về môi trường xung quanh (như những giác quan), máy tính, bộ điều khiển tiếp nhận dữ liệu và ra lệnh cho các thiết bị khác, hoặc cũng có thể là đồ vật được tích hợp cả hai tính năng trên.

2.2. Hệ sinh thái Internet kết nối vạn vật

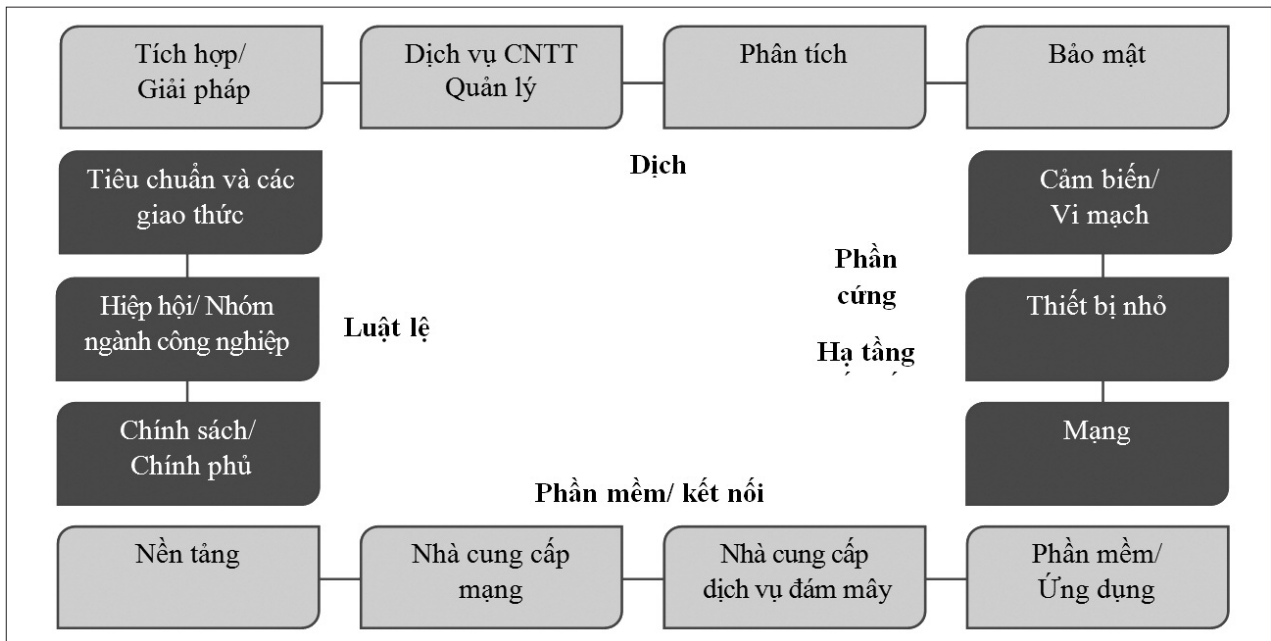
Hệ sinh thái có thể được hiểu như một cộng đồng kinh tế dựa trên nền tảng của sự tương tác giữa tổ chức và các cá nhân. Cộng đồng này sẽ sản sinh ra các sản phẩm và dịch vụ có giá trị cho khách hàng và họ chính là một phần của hệ sinh thái này. IoT được cấu thành từ nhiều thành phần tạo nên một hệ sinh thái IoT với mô hình phức tạp, đa dạng. Dựa trên cấu trúc của mô hình IoT, hệ

sinh thái IoT bao gồm 4 cấu phần chính: phần cứng/hạ tầng kết nối, phần mềm nền tảng/phần mềm phân tích dữ liệu lớn, dịch vụ và chính sách.

Phần cứng/hạ tầng kết nối: thiết bị IoT bao gồm các thiết bị phần cứng rất đa dạng tùy theo mục đích sử dụng, có khả năng giao tiếp theo các chuẩn IoT được định nghĩa sẵn như: thiết bị thông minh cá nhân (máy tính, điện thoại, đồng hồ,...), thiết bị gia dụng (tủ lạnh, điều hòa nhiệt độ), hay các thiết bị quan trắc, cảm biến đo các điều kiện của môi trường (nhiệt độ, độ ẩm, ánh sáng),... Hạ tầng kết nối IoT chính là hạ tầng mạng, đường truyền di động để các thiết bị IoT kết nối, trao đổi dữ liệu với nhau thông qua một hệ thống phần mềm nền tảng trung tâm. Các thiết bị này có thể kết nối tới phần mềm trung tâm dưới dạng kết nối trực tiếp, hoặc kết nối thông qua các thiết bị trung gian (cổng). (Hình 1)

Phần mềm nền tảng/phần mềm phân tích dữ liệu lớn: là phần mềm nền tảng IoT có các chức năng quản lý kết nối, tổng hợp, lưu trữ và xử lý dữ liệu gửi về từ các thiết bị. Phần mềm được yêu cầu phải kết hợp tất cả mọi thứ với nhau hoặc làm cho có thể sử dụng được và sự kết nối là cần thiết để chia sẻ thông tin hoặc giao tiếp với toàn bộ hệ

Hình 1: Hệ sinh thái IoT



Nguồn: Michele Mackenzie and Andrew Cheung, 2017

thống. Phần mềm phân tích dữ liệu lớn: đây là thành phần mang lại giá trị chính cho hệ sinh thái IoT, bởi nó giúp IoT khai thác dữ liệu nhận từ các thiết bị để tạo ra giá trị cho người dùng cuối.

Dịch vụ: các ứng dụng IoT trong các lĩnh vực như chăm sóc sức khỏe, đô thị, nhà máy, năng lượng, môi trường, nông nghiệp, giao thông,... phục vụ trực tiếp người dùng cuối.

Chính sách: yếu tố quyết định cách phát triển của IoT, đó là các tiêu chuẩn, quy định và các chính sách của chính phủ giúp cho hệ sinh thái IoT phát triển bền vững.

Bên cạnh đó, để phát triển hệ sinh thái IoT cần phải có các yếu tố như kết nối, truyền dẫn và quản lý dữ liệu, bảo mật,... Theo khuyến nghị ITU-T Y.2060 của Liên minh viễn thông quốc tế (ITU) về IoT, hệ sinh thái IoT bao gồm các thành phần: thiết bị, sự phân tích, mạng và bảo mật. Trong hệ sinh thái IoT gồm các thực thể (người sử dụng, doanh nghiệp và chính phủ) có khả năng kết nối, điều khiển các thiết bị của họ trong các môi trường như sản xuất, giao thông vận tải, nông nghiệp.

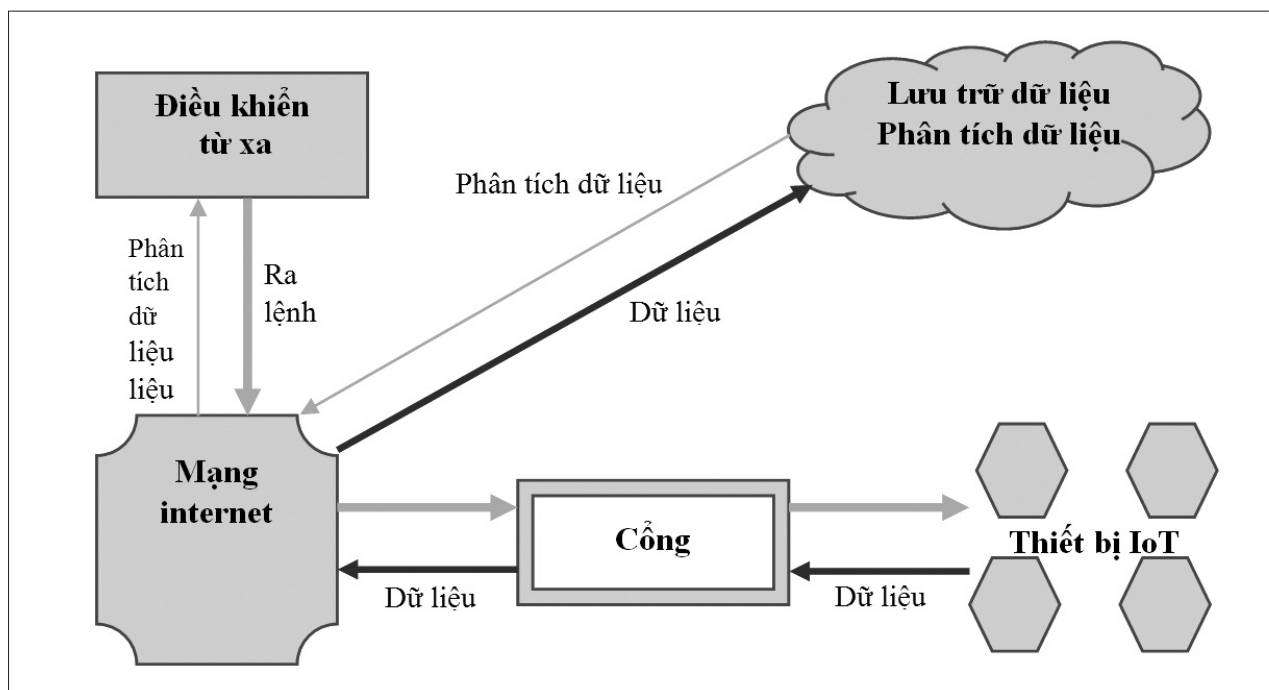
Về hoạt động trong hệ sinh thái IoT, khi một

thực thể sử dụng một điều khiển từ xa (ví dụ như điện thoại thông minh hay máy tính bảng,...) gửi một lệnh hay một thông tin yêu cầu qua một mạng tới một thiết bị IoT, khi đó thiết bị sẽ thực hiện lệnh và gửi thông tin quay trở lại qua mạng để được phân tích và hiển thị trên thiết bị điều khiển từ xa ở trên (Hình 2).

2. Ứng dụng Internet kết nối vạn vật trong du lịch Việt Nam hiện nay

IoT đã mang đến những cập nhật đáng kể cho ngành Du lịch. Chúng tích hợp các cảm biến được kết nối với Internet bên trong các mặt hàng từ các sản phẩm tiêu dùng như ô tô, va li,... đến các dịch vụ vô hình như khách sạn, ăn uống. Trên thực tế, đây sẽ là yếu tố chuyển đổi chính trong việc cá nhân hóa trải nghiệm của khách hàng trong vài năm tới. Internet kết nối vạn vật đang hợp lý hóa các hoạt động cuối cùng của khách sạn, hãng Hàng không và các công ty du lịch bằng cách kết nối các thiết bị, hệ thống và quy trình thông minh. Triển khai hệ thống IoT, ngành Du lịch sẽ có công cụ để phục vụ khách hàng tốt hơn và tăng hiệu quả hoạt động.

Hình 2: Mô hình hoạt động trong hệ sinh thái IoT



Nguồn: IEEE.2015

** Ứng dụng Internet kết nối vạn vật trong dịch vụ lưu trú*

Ứng dụng IoT chính trong ngành Khách sạn là phòng khách tự động, ví dụ: sử dụng hệ thống quản lý năng lượng thông minh, nhân viên khách sạn có thể xác định được khi phòng không có khách và tự động điều chỉnh nhiệt độ để giảm mức tiêu thụ năng lượng từ 20% đến 45%. Đồng thời, một hệ thống quản lý năng lượng thông minh cũng có thể làm tăng mức độ hài lòng của khách bằng cách cho phép khách điều chỉnh ánh sáng và nhiệt độ bằng cách sử dụng các ứng dụng khách hàng thân thiện của khách sạn, điều khiển tivi qua sự tương tác bằng giọng nói.

Hơn nữa, IoT có thể được sử dụng để dự đoán bảo trì hiệu quả các hệ thống thiết bị, ví dụ, trong trường hợp điều hòa gặp sự cố, hệ thống sẽ gửi thông báo cho nhân viên khách sạn để vấn đề có thể được khắc phục, trong khi khách không ở trong phòng. Các hệ thống bảo trì dự đoán cũng có thể giúp tạo lịch biểu bảo trì dựa trên mức sử dụng thực tế mà không phải dựa trên lịch trình ước tính, ví dụ như trong trường hợp thay thế bộ pin và bộ lọc không khí. Một số tập đoàn khách sạn hàng đầu hiện nay trên thế giới như Hilton và Starwood còn cung cấp cho khách hàng khả năng kiểm tra và mở khóa cửa với sự trợ giúp của các ứng dụng di động bằng cách sử dụng giao tiếp không dây Bluetooth. Sử dụng khóa điều khiển từ xa, các công ty này tiết giảm chi phí nhân công, trong khi làm hài lòng khách hàng bằng cách tiết kiệm thời gian của họ, thay vì phải hoàn thành thủ tục tại quầy lễ tân.

Các hoạt động kinh doanh khách sạn khác như nhà hàng cũng có thể áp dụng các hệ thống IoT để quản lý hàng tồn kho tốt hơn. Bộ cảm biến trong nhà bếp có thể theo dõi thức ăn được chuẩn bị theo thời gian thực và điều này có thể giúp các chủ nhà hàng thực hiện việc kiểm soát chất lượng

Hình 3: Ứng dụng IoT điều khiển các thiết bị phòng nghỉ của khách sạn



tốt hơn và đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm.

** Ứng dụng Internet kết nối vạn vật trong dịch vụ vận chuyển du lịch*

IoT sẽ giúp hợp lý hóa các hoạt động hàng ngày của các sân bay, hành khách có thể dễ dàng định vị hành lý của mình thông qua điện thoại thông minh. Các ứng dụng IoT giúp khách du lịch kết nối với nhiều thiết bị khác nhau mà họ mang theo. Nếu khách hàng cần thay đổi chuyến bay hoặc có chuyến bay nối chuyển, thông báo thời gian thực sẽ hiển thị trạng thái chuyến bay. Khách hàng cũng sẽ nhận được chỉ dẫn đến cổng tại sân bay, hướng dẫn cách lên chuyến bay và thông tin về những gì đã hoàn tất kiểm tra an ninh.

Ngoài ra với IoT, các cảm biến sẽ được gắn vào ghế bên trong máy bay, có thể đo mức độ lo lắng, nhịp tim, nhiệt độ cơ thể, mức độ mất nước,... của khách du lịch, cho phép tiếp viên mang lại sự thoải mái cho họ.

** Ứng dụng Internet kết nối vạn vật trong các đơn vị trung gian cung cấp dịch vụ du lịch*

Đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch, IoT giúp họ mở rộng thị trường du lịch, xóa nhòa mọi giới hạn về không gian và thời gian. Các chi phí

quảng bá và tiếp thị sản phẩm, dịch vụ du lịch cũng giảm đi đáng kể giúp họ tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Nhờ đó, họ bán các dịch vụ du lịch cho mọi đối tượng với ít chi phí ít nhất, thời gian tiết kiệm nhất và doanh thu cao nhất.

IoT đã giúp các đơn vị du lịch tăng mức độ hỗ trợ và khả năng tương tác đối với khách du lịch trong việc tiếp cận thông tin du lịch thông qua việc phát triển các phần mềm du lịch thông minh hỗ trợ khách du lịch: một số trạm thông tin du lịch thông minh, phần mềm du lịch thông minh “Vibrant Ho Chi Minh City”, phần mềm tiện ích “Sai Gon Bus”, “Ho Chi Minh City Travel Guide”, “Ho Chi Minh City Guide and Map” ứng dụng “Danang Fantasti City”, các hệ thống phần mềm, tiện ích hỗ trợ du khách như “Da Nang Tourism”, “inDaNang”, “Go! Đà Nẵng”, “Da Nang Bus”, Chatbot Danang FantastiCity,...; phần mềm tiện ích thông minh hỗ trợ du khách gồm hệ thống thuyết minh tự động tại di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám và phần mềm hướng dẫn tham quan Hoàng Thành Thăng Long; một số tiện ích về bản đồ, tìm đường, trạm bus, travel guide khác cũng đã được nghiên cứu, sản xuất và đưa vào sử dụng tại Hà Nội,...; ngành Du lịch Thừa Thiên - Huế nhận được nhiều sự hỗ trợ của các đối tác trong quảng bá du lịch bằng công nghệ số. Lăng Tự Đức nằm trong 30 di tích, từ 13 quốc gia được Google số hóa 3D. Trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, Tổng cục Du lịch cũng đã xây dựng và giới thiệu ứng dụng “Du lịch Việt Nam an toàn” nhằm mục đích hỗ trợ hoạt động du lịch trong nước với chủ đề “Du lịch Việt Nam an toàn, hấp dẫn”. Khách du lịch có thể dễ dàng tra cứu mức độ an toàn tại điểm đến, cập nhật bản đồ số để biết cảnh báo an toàn và tìm kiếm thông tin về các dịch vụ (nhà hàng, khách sạn,...) tại Việt Nam.

Việc triển khai ứng dụng công nghệ tại các doanh nghiệp cũng được đẩy mạnh, có thể kể đến một số doanh nghiệp du lịch hàng đầu Việt Nam đang đẩy mạnh ứng dụng công nghệ hiện đại trong kinh doanh du lịch như Vietravel, Saigontourist, Thiên Minh Group, Hanoitourist, Benthanhtourist,... Sân giao dịch du lịch trực tuyến (Tripi) cho phép giao dịch các tour trọn gói, khách

sạn và vé máy bay. Hiện nay, ở Việt Nam có khoảng hơn 10 sân giao dịch du lịch. Đây là những điểm nhấn quan trọng của các doanh nghiệp du lịch Việt về khả năng tiếp cận và thích ứng với du lịch thông minh.

Từ góc độ công nghiệp, hầu hết các hệ thống ứng dụng nêu trên nếu dùng công nghệ IoT đều là của các doanh nghiệp nước ngoài, các doanh nghiệp trong nước cơ bản mới chỉ tập trung vào các ứng dụng trên nền tảng điện thoại di động, máy tính cá nhân mang tính nhỏ lẻ mà chưa khai thác hết tính thông minh của các hệ thống cảm biến hay khai thác dữ liệu lớn. Đặc biệt, các thiết bị phần cứng (camera, thiết bị rfid, các cảm biến hóa học...) cũng đều phải nhập khẩu.

3. Giải pháp phát triển việc ứng dụng Internet kết nối vạn vật trong du lịch Việt Nam

IoT vẫn còn ở giai đoạn sơ khai và dự kiến sẽ cách mạng hóa ngành Du lịch Việt Nam. Nhìn chung, việc ứng dụng IoT trong ngành Du lịch đang từng bước được hoàn thiện, bước đầu đã có một số ứng dụng IoT được triển khai. Tuy nhiên, để khai thác tiềm năng phát triển, du lịch Việt Nam cần thực hiện một số giải pháp cơ bản:

Một là, xây dựng và hoàn thiện hệ sinh thái du lịch thông minh, trong đó các yếu tố khoa học công nghệ giữ vai trò quan trọng trong việc hình thành và phát triển các sản phẩm du lịch cũng như phát triển điểm đến; kết nối hệ thống quản lý của Nhà nước với hệ sinh thái du lịch, gồm: kho tích hợp dữ liệu du lịch; cổng thông tin du lịch; ứng dụng du lịch trên di động; bản đồ số; hệ thống quản lý lưu trú; hệ thống phân tích số liệu và dự báo du lịch thông minh; phương tiện hỗ trợ thông tin du lịch. Bên cạnh những thông tin, tiện ích dành cho khách du lịch, giải pháp này giúp thống kê, báo cáo dữ liệu, thông tin (về người dùng, doanh nghiệp, tin tức, sự kiện, hình ảnh); quản lý phản hồi, góp ý của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch cho cơ quan quản lý chuyên ngành; có thể quản lý chương trình khuyến mãi, đặt chỗ, quảng cáo cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Tạo điều kiện thuận lợi cho việc xây dựng mô hình du lịch thông minh phù hợp với điều kiện ở Việt Nam.

Hai là, cần có một lộ trình, chính sách chung cho toàn bộ các thành tố của hệ sinh thái IoT để các bên cùng “bắt tay nhau” phát triển. Nó không chỉ giới hạn trong phạm vi một kỹ thuật cụ thể nào đó của công nghệ thông tin và truyền thông mà bao trùm gần như toàn bộ các lĩnh vực từ công nghệ phần cứng, phần mềm, công nghệ kết nối truyền thông, quản lý mạng, cơ sở dữ liệu. Để khai thác tối đa tiềm năng của IoT trong ngành Du lịch và Khách sạn, cần đầu tư song song cho phần mềm và nguồn nhân lực phù hợp để quản trị tốt số lượng lớn dữ liệu được tạo ra bởi các thiết bị hỗ trợ IoT và giúp đưa ra các phương án điều chỉnh khả thi. Trong khi các cảm biến IoT sẽ cung cấp cho các thương hiệu du lịch với những hiểu biết mới về thói quen của khách du lịch, các công ty cũng cần đảm bảo rằng khách hàng tin tưởng thông tin cá nhân của họ sẽ được sử dụng có trách nhiệm. Do vậy để thực hiện được những mục tiêu mà IoT hướng tới, đòi hỏi phải có sự hợp tác nghiên cứu trong nhiều lĩnh vực khác nhau để giải quyết các vấn đề đặt ra, để tạo ra các nền tảng, ứng dụng dịch vụ IoT mang tính tổng thể, hoàn chỉnh trong thực tế.

Ba là, cải thiện mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin trong du lịch. Bên cạnh việc tiếp tục đẩy mạnh hoạt động này ở các trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, TP.Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Thừa Thiên - Huế, cần cải thiện ở tất cả các địa phương đặc biệt tại các địa phương có chỉ số xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin như Hải Phòng, Ninh Bình, Quảng Bình, Khánh Hòa, Lâm Đồng, Lào Cai,... Cần đầu tư nâng cấp về hạ tầng kỹ thuật và mức độ ứng dụng công nghệ thông tin truyền thông trong lĩnh vực du lịch.

Bốn là, để xây dựng lợi thế cạnh tranh, Chính phủ đóng vai trò không thể thiếu trong việc tạo ra một số dự án tiên phong để nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa nhằm tạo ra sức

cạnh tranh trên thị trường nội địa, cũng như hướng đến thị trường quốc tế. IoT đang trong giai đoạn đầu phát triển, chưa được định hình hoàn toàn, đặc biệt là các chuẩn trong kết nối, bảo mật và số lượng thiết bị IoT cho thị trường Việt Nam còn ở mức thấp, chưa đủ hấp dẫn để các hãng quốc tế tập trung cung cấp giải pháp toàn diện. Trong bối cảnh đó, chúng ta cần tính đến việc tham gia chuỗi giá trị IoT. Điều này đòi hỏi các ngành, các cấp và doanh nghiệp cần vào cuộc một cách chủ động, tích cực.

4. Kết luận

Có thể nói rằng công nghệ Internet kết nối vạn vật trong ngành Du lịch và Khách sạn đã đẩy nhanh hoạt động và làm cho quá trình du lịch trở nên hiệu quả và thuận tiện hơn. Công nghệ được sử dụng chạm vào hầu hết mọi khía cạnh của ngành Du lịch và Lữ hành, khuyến khích sự đổi mới, độ chính xác, tốc độ, sự tiện lợi, thân thiện với người dùng và tiết kiệm chi phí.

Những tiến bộ công nghệ đã thay đổi cách thức đi du lịch và những phát triển mới này hứa hẹn một trải nghiệm thú vị và tương tác nhiều hơn nữa trong tương lai. Sự kết hợp này cũng đóng một vai trò quan trọng trong một bối cảnh mới, nơi mạng xã hội, ứng dụng, blog, v.v. trở thành một phần không thể thiếu trong mỗi chuyến đi. Cũng bằng cách đó, ngành Công nghiệp du lịch thế giới nói chung và của Việt Nam nói riêng ngày càng nhận thức rõ ràng về xu hướng này và thích ứng bằng cách điều chỉnh mô hình kinh doanh và cung cấp sản phẩm của mình để thực hiện mục tiêu mong muốn này. Công nghệ ngày nay cung cấp cho chúng ta thông tin chi tiết rõ ràng và các công cụ để sử dụng để thúc đẩy tăng trưởng bền vững và bao trùm. Vì vậy, cần sự chung tay của tất cả các bên và nắm lấy cơ hội vượt qua khoảng cách kỹ thuật số - tạo ra nhiều lợi ích nhất cho các bên tham gia ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Michele Mackenzie and Andrew Cheung. (2017). IoT value chain revenue. *Worldwide Trends and Forecats* 2016-2025.

2. <https://www.comptia.org/resources/sizing-up-the-internet-of-things>
3. ITU. (2012). *T, Recommendation ITU-T Y.2060: Overview of the Internet of things*.
4. Shanzhi, Chen, et al. (2014). A Vision of IoT: Applications, Challenges, and Opportunities with China Perspective. *IEEE Internet of Things Journal*, 1(4), pp.349-359.
5. <https://baovanhoa.vn/du-lich/artmid/416/articleid/33605/ung-dung-cong-nghe-trong-phat-trien-du-lich-la-yeu-to-song-con>
6. <https://dangcongsan.vn/khoa-hoc-va-cong-nghe-voi-su-nghiep-cong-nghiep-hoa-hien-dai-hoa-dat-nuoc/diem-nhan-khoa-hoc-va-cong-nghe/khoa-hoc-cong-nghe-chap-canhh-cho-du-lich-phat-trien-569714.html>

Ngày nhận bài: 12/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/3/2022

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN MINH PHƯƠNG

Trường Đại học Thương mại

THE INTERNET OF THINGS PROMOTES THE INNOVATION AND CREATIVITY OF THE TOURISM DEVELOPMENT IN VIETNAM

● Master. **TRAN MINH PHUONG**
Thuongmai University

ABSTRACT:

In the era of technology 4.0, more and more fields, especially the tourism industry, are applying the Internet of Things (IoT) to operate more efficiently. This paper introduces the basic concept of IoT ecosystem including 4 main components, namely hardware, software/connection, service, and institution/policy. This paper is to outline an overall picture of the development of IoT and its application in the tourism sector in Vietnam. The paper also highlights the main things participating in the IoT network and some initial results on the application of IoT in Vietnam's tourism sector. Some solutions are proposed in this paper to promote the development and the application of IoT in the tourism sector in Vietnam.

Keywords: information technology, Internet of Things, smart tourism.

PHÂN TÍCH ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ GIỚI TÍNH, NGÀNH HỌC, HOẠT ĐỘNG TÌNH NGUYỆN, GIÁO DỤC ĐẠO ĐỨC ĐẾN NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN KHOA KINH TẾ - TRƯỜNG ĐẠI HỌC AN GIANG

● NGUYỄN THỊ PHƯỢNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu xem xét đánh giá sự khác biệt nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) của sinh viên (SV) có giới tính, ngành học, tham gia hoạt động tình nguyện và hoạt động giáo dục đạo đức khác nhau. Mô hình các yếu tố nhận thức CSR của SV được kế thừa từ mô hình nghiên cứu của Carroll (1991) gồm 4 thành phần trách nhiệm, đó là: kinh tế (KT), pháp lý (PL), đạo đức (ĐĐ) và nhân văn (NV). Kết quả nghiên cứu cho thấy, SV nữ và SV nam có quan điểm khác nhau về CSR, đồng thời, những SV thường xuyên tham gia hoạt động tình nguyện vì cộng đồng và sinh viên đã tham gia khóa học đạo đức kinh doanh đánh giá cao hơn về tầm quan trọng của các nghĩa vụ trong CSR. Tuy nhiên, không có sự khác biệt về nhận thức CSR đối với SV theo học các chương trình đào tạo khác nhau.

Từ khóa: trách nhiệm xã hội, nhận thức của sinh viên, ảnh hưởng.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh học thuật những thập kỷ gần đây, giáo dục CSR được các nhà nghiên cứu đặc biệt chú trọng việc tích hợp CSR vào các khóa học giáo dục đại học vì SV sẽ trở thành khách hàng, công dân và/hoặc trở thành nhà quản lý trong tương lai (Ceulemans và cộng sự, 2011). Theo xu hướng chung đó, việc giáo dục kiến thức về các nghĩa vụ doanh nghiệp phải hoặc tự nguyện cam kết thực hiện nhằm nâng cao nhận thức của SV ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, góp phần tạo môi trường kinh doanh (KD) lành mạnh, có đạo đức, đáp

ứng kỳ vọng của khách hàng, người lao động, nhà đầu tư và cộng đồng trên địa bàn đã được chú trọng và triển khai tại Trường Đại học An Giang thông qua việc đưa nội dung CSR vào hoạt động giảng dạy trong học phần Đạo đức KD và văn hóa doanh nghiệp cho SV học khối ngành Kinh tế từ năm học 2019 - 2020. Tuy nhiên, mức độ nhận thức của SV về CSR phụ thuộc vào nhiều yếu tố chủ quan và khách quan, các công trình nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước đã chỉ ra một số yếu tố ảnh hưởng quan trọng đến nhận thức của SV về SCR gồm giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện và

giáo dục đạo đức. Vậy, các yếu tố được liệt kê ảnh hưởng như thế nào đến nhận thức CSR của SV Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang sẽ là mục tiêu mà tác giả muốn thực hiện ở nghiên cứu này.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận

CSR là một thuật ngữ chỉ những hoạt động doanh nghiệp cam kết thực hiện thể hiện kỳ vọng của các đối tượng bên trong doanh nghiệp (Người lao động, quản lý, nhà đầu tư) và bên ngoài doanh nghiệp (Khách hàng, đối tác, đối thủ, chính phủ và cộng đồng). Các hoạt động thực hiện CSR luôn được coi là đúng đắn nhằm tăng nhiều nhất tác động tích cực và giảm tác động tiêu cực đến môi trường KD. Trong các lý thuyết nghiên cứu về CSR, mô hình nghiên cứu của Carroll (1991) được nhiều học giả chấp nhận và kế thừa trong các nghiên cứu của mình. Theo đó, CSR gồm 4 nhóm nghĩa vụ là kinh tế, pháp lý, đạo đức và nhân văn.

Theo Lê Na (2019) dẫn theo Bem (1967), nhận thức là quá trình con người suy nghĩ, đánh giá vấn đề bằng tư duy, lập luận, kiến thức học tập và quan sát thông qua hoạt động sống, là quá trình phát triển của não bộ, làm cho con người nhận biết được cái đúng cái sai, việc nên làm và không nên làm. Một hành vi được nhận thức là đúng khi nó không trái ngược với các tiêu chuẩn, chuẩn mực được nhiều người chấp nhận theo các quan niệm phổ biến (Nguyễn Mạnh Quân, 2015). SV có nhận thức rằng các nghĩa vụ thực hiện CSR là đúng đắn và cần thiết sẽ là nền tảng quan trọng trong việc đưa ra các quyết định đạo đức KD trong tương lai khi trực tiếp tham gia vào bộ máy nhân sự của doanh nghiệp.

Nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức của SV về CSR. Trong số đó phải kể đến nghiên cứu của Anderson và cộng sự (2019). Trong khi các nghiên cứu trước chỉ tập trung vào một số yếu tố dự đoán là giới tính, kinh nghiệm và trình độ học vấn (Egri và Ralston, 2008; Matten và Moon, 2008; Tang và Tang, 2017), nghiên cứu của Anderson khám phá ra 6 yếu tố tiềm năng góp phần hình thành nhận thức CSR của SV gồm giá trị cá nhân, giới tính, tôn giáo, hệ tư tưởng chính trị, lĩnh vực học thuật và tình nguyện. Trong khi đó, nghiên cứu của Felix (2020)

lại hướng trọng tâm vào 3 nhân tố chính là giới tính, lĩnh vực học thuật và tình trạng giáo dục đạo đức, trong đó có sự khác biệt đáng kể nhận thức CSR giữa SV nam và SV nữ.

Các nghiên cứu trong nước tuy còn hạn chế về số lượng, nhưng có thể ghi nhận đóng góp nghiên cứu của Lê Na (2019) và Nguyễn Đình Hải và cộng sự (2014). Trong khi nghiên cứu của Nguyễn Đình Hải sử dụng kiểm định t-test và ANOVA để xác định mức độ ảnh hưởng của 7 yếu tố là giáo dục gia đình, giáo dục nhà trường, bạn bè người thân, phong tục tập quán, đặc thù ngành học, hành vi giảng viên và tôn giáo thì Lê Na sử dụng mô hình cấu trúc SEM để xác định ảnh hưởng của nhân tố gia đình người thân, nhân khẩu học và tự nhận thức đến nhận thức CSR của 787 SV Đại học Nông Lâm và thấy được có sự tác động cùng chiều của CSR đến ý nghĩ và hành vi của SV.

Từ những nghiên cứu trước, trong phạm vi bài viết này, tác giả tập trung xem xét mô hình gồm 4 yếu tố tác động đến nhận thức CSR của SV, gồm: giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện và giáo dục đạo đức.

Bản hỏi khảo sát theo thang đo liker 5 điểm được xây dựng dựa trên bộ câu hỏi gồm 20 biến quan sát đo lường mức độ nhận thức 4 thành phần CSR của SV và dựa trên mô hình nghiên cứu được Hong (2007) kế thừa từ mô hình của Carroll (1991), trong đó lược bớt 5 biến dành riêng cho đối tượng khảo sát là nhà quản lý. Ngoài ra, còn các câu hỏi về nhân khẩu học, đồng thời cũng là các biến định tính mà nghiên cứu đang xem xét mức độ ảnh hưởng gồm: giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện, năm học, tình trạng giáo dục đạo đức.

2.2. Phương pháp phân tích

Mô hình nghiên cứu được kiểm định qua 3 bước, kiểm định độ tin cậy của thang đo các thành phần của nhận thức CSR bằng hệ số Cronbach's Alpha, kiểm định tính hội tụ và phân biệt bằng phân tích nhân tố khám phá EFA, kiểm định sự khác biệt giá trị trung bình (GTTB) nhận thức CSR các biến định tính bằng Independent Sample T-test và One Way ANOVA.

Trước khi tiến hành kiểm định, dữ liệu hồi đáp của 264 bản hỏi hợp lệ được khảo sát trên đối

tượng SV Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Kết quả thống kê tần số biến nhân khẩu học (Bảng 1) cho thấy mẫu khảo sát đồng đều tỷ lệ giới tính (nam chiếm 42,4%, nữ 57,6%), ngành học, năm học, tình trạng tham gia hoạt động tình nguyện và giáo dục đạo đức.

để xác định sự khác biệt về nhận thức CSR với biến giới tính cho thấy:

Giá trị Sig. Levenes test biến KT = 0,000 cho thấy phương sai giữa 2 giới tính là khác nhau, giá trị Sig. t-test trong trường hợp phương sai giữa 2 giới tính khác nhau = 0,000 cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ nhận biết trách

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Ngành học				Năm học				Tham gia khóa học đạo đức		Hoạt động tình nguyện	
Kinh tế Quốc tế	Kế toán	Ngân hàng	Quản trị KD	1	2	3	4	Có	Không	Có	Không
21,6	28,8	21,2	28,4	23,1	29,9	19,7	27,3	41,7	58,3	46,4	53,6
100%				100%				100%		100%	

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích mức độ tin cậy thang đo các biến thành phần nhận thức CSR của SV cho thấy tất các hệ số Cronbach's Alpha của các biến trong mô hình đều đạt yêu cầu lớn hơn 0,6 với lần lượt các hệ số là KT (0,780), PL (0,762), ĐĐ (0,870), NV (0,876) và có 2 biến quan sát PL5 và NV5 bị loại khỏi mô hình vì không thỏa mãn điều kiện hệ số tương quan với biến tổng.

Kết quả phân tích EFA cho thấy 18 biến quan sát đưa vào mô hình đều đảm bảo tính phân biệt và hội tụ (hệ số tải đều nhỏ hơn 0,5) với hệ số KMO: $0,5 \leq KMO = 0,842 \leq 1$, giá trị Sig Barletts Test = $0,000 \leq 0,05$ cho thấy phân tích nhân tố được chấp nhận với tập dữ liệu nghiên cứu. Giá trị Eigenvalue = $1,233 \geq 1$, tổng phương sai trích = $64,405\% \geq 50\%$ cho thấy mô hình EFA là phù hợp và 4 nhân tố được trích cô đọng được 64,405% biến thiên các biến quan sát. Kết quả phân tích thể hiện ở Bảng 2.

3.2. Thảo luận về kết quả phân tích sự khác biệt giá trị trung bình nhận thức CSR giữa giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện và giáo dục đạo đức

3.2.1. Giới tính

Kết quả phân tích Independent Sample T-test

nhiệm KT của những SV có giới tính khác nhau. Cụ thể, SV nữ có nhận thức về tầm quan trọng nghĩa vụ KT cao hơn nam với GTTB của nữ là 3,74 và nam là 3,33.

Giá trị Sig. Levenes test biến PL là $0,314 > 0,05$ cho thấy sự đồng nhất giữa phương sai hai giới tính, giá trị Sig. t-test là 0,000 cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê mức độ nhận thức trách nhiệm PL giữa SV nam và nữ. Trong đó, SV nữ nhận thức trách nhiệm PL cao hơn nam với điểm trung bình nhận thức của nữ và nam lần lượt là 4,34 và 3,63.

Giá trị Sig. Levenes test biến ĐĐ là $0,000 < 0,05$ cho thấy phương sai 2 giới tính là không đồng nhất, giá trị Sig. t-test tương ứng là $0,544 > 0,05$ cho thấy không có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê mức độ nhận thức nghĩa vụ ĐĐ giữa SV nam và nữ.

Giá trị Sig. Levenes test biến NV là $0,622 > 0,05$ cho thấy phương sai 2 giới tính là đồng nhất, giá trị Sig. t-test là $0,003 < 0,05$ cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê mức độ nhận thức trách nhiệm NV giữa SV nam và nữ, trong đó, SV nữ có nhận thức cao hơn nam với GTTB của nữ là 3,97 và nam là 3,76.

Như vậy, giữa SV nam và nữ có quan điểm khác nhau về CSR, trong đó, SV nữ có mức độ nhạy cảm về các trách nhiệm cao hơn nam, đặc

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Nhân tố	Ma trận xoay nhân tố			
	F1	F2	F3	F4
KT1	0,622			
KT2	0,747			
KT3	0,704			
KT4	0,803			
KT5	0,770			
PL1		0,595		
PL2		0,687		
PL3		0,806		
PL4		0,735		
ĐĐ1			0,773	
ĐĐ2			0,794	
ĐĐ3			0,829	
ĐĐ4			0,792	
ĐĐ5			0,733	
NV1				0,822
NV2				0,903
NV3				0,870
NV4				0,815
Hệ số KMO = 0,842 ; Tổng phương sai trích = 64,405% ; Sig. = 0,000				

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

biệt là nghĩa vụ PL và nghĩa vụ NV. Kết quả nghiên cứu tương đồng với nghiên cứu của Felix (2020) và Anderson (2019).

3.2.2. Ngành học

Kết quả phân tích ANOVA để kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR giữa các SV theo học các ngành khác nhau tại Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang, dữ liệu thống kê SV

gồm 4 ngành (Kinh tế quốc tế, Kế toán, Tài chính ngân hàng và Quản trị KD). Kết quả các phép kiểm định cho thấy, không có ý nghĩa thống kê sự khác biệt GTTB nhận thức CSR của các SV theo học các ngành khác nhau. Kết quả kiểm định là hoàn toàn hợp lý, do SV dù theo học các ngành khác nhau nhưng đều thuộc khối ngành kinh tế có tính chất liên ngành. Để hoàn thành chương trình đào tạo phù hợp với chuyên ngành, trước hết SV phải hoàn thành các môn học đại cương và cơ sở ngành giống nhau để chuẩn bị kiến thức nền tảng học các môn học chuyên ngành ở các năm học cuối khóa, nên việc SV nhận thức không khác nhau khi học các chuyên ngành khác nhau là điều hoàn toàn phù hợp thực tế đào tạo.

3.3.3. Hoạt động tình nguyện

Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB CSR đối với SV có và không tham gia hoạt động tình nguyện cho thấy có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê GTTB nhận thức trách nhiệm ĐĐ và NV. Trong đó, SV tham gia hoạt động tình nguyện có nhận thức trách nhiệm ĐĐ cao hơn, cụ thể, SV tham gia hoạt động tình nguyện nhận thức trách nhiệm ĐĐ và NV lần lượt là 3,50 và 4,16, SV không tham gia hoạt động tình nguyện có điểm trung bình lần lượt là 3,28 và 3,5. (Bảng 3)

3.3.4. Giáo dục đạo đức

Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR đối với SV có và không tham gia khóa học đạo đức thể hiện trong Bảng 4 cho thấy, có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê GTTB nhận thức các nghĩa vụ PL, ĐĐ và NV giữa các SV đã từng và chưa từng tham gia học phần đạo đức KD. Việc theo học các học phần liên quan đến đạo đức ngoài việc trang bị cho SV kiến thức cơ bản về đạo đức KD và các nghĩa vụ trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn giúp SV rèn luyện kỹ năng tư duy, lập luận và đưa ra các quyết định đạo đức trước các tình huống khó xử chứa các mâu thuẫn liên quan đến đạo đức. Sau khi hoàn thành môn học, nhận thức của SV về CSR tăng lên với GTTB nhận thức 3 thành phần CSR gồm PL, ĐĐ và NV của SV chưa được học (lần lượt là 3,80; 3,02 và 3,75) được tăng lên đáng kể tương ứng là 4,11; 3,92 và 3,98.

Bảng 3. Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR đối với biến hoạt động tình nguyện

CSR	Có tình nguyện (N=141)	Không tình nguyện(N=123)	Levene's test	T-test
	mean	mean	Sig.	Sig. (2-tailed)
KT	3,52	3,48	0,938	0,506
PL	3,97	3,88	0,567	0,106
DD	3,50	3,28	0,130	0,004
NV	4,16	3,50	0,563	0,000

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

Bảng 4. Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR đối với biến giáo dục đạo đức

CSR	Có học môn ĐĐKD (N=110)	Không học môn ĐĐKD (N=154)	Levene's test	T-test
	mean	mean	Sig.	Sig. (2-tailed)
KT	3,53	3,49	0,078	0,486
PL	4,11	3,80	0,12	0,000
DD	3,92	3,02	0,124	0,000
NV	3,98	3,75	0,772	0,001

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

4. Kết luận

Trong 4 nhân tố được nghiên cứu để đánh giá sự ảnh hưởng đến nhận thức CSR của SV Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang, kết quả phân tích cho thấy SV có giới tính, hoạt động tình nguyện và tham gia lớp học đạo đức KD khác nhau sẽ có nhận thức khác nhau về các thành phần nghĩa vụ trong CSR. Trong đó, SV nữ, SV có tham gia hoạt động tình nguyện và SV có tham gia học học phần đạo đức KD đều có nhận thức các thành phần trách nhiệm KT, PL, ĐĐ và NV cao

hơn so với SV nam, SV không tham gia tình nguyện và SV chưa từng tham gia khóa học về đạo đức. Để hướng tới một môi trường KD bền vững, một thị trường người lao động có trách nhiệm, tôn trọng các giá trị đạo đức trong KD, công tác giáo dục tại Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang cần quan tâm nâng cao nhận thức về CSR, trong đó nhấn mạnh đến yếu tố giới tính, hoạt động tình nguyện và cần đưa các kiến thức giáo dục về CSR vào nội dung học của các chương trình đào tạo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Na, (2019), *Nghiên cứu nhận thức của sinh viên Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp* số 18, 1-9.
2. Nguyễn Đình Hải & ctg (2014), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp từ nhận thức của sinh viên đại học*, số 9, 28-40.
3. Lai Van Tai & ctg. (2013). *Applying Carrolls CSR pyramid in studying employees perceptions of corporate social responsibility*, Q2, 67-77.

4. Nguyễn Mạnh Quân, (2015), *Giáo trình Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*, Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.
5. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, (2008), *Phân tích dữ liệu với SPSS*, TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Hồng Đức.

Ngày nhận bài: 12/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/3/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ PHƯƠNG

Giảng viên Khoa Kinh tế

Trường ĐH An Giang - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

**ANALYZING THE IMPACTS OF THE GENDER, MAJOR,
VOLUNTEERISM, AND BUSINESS ETHICS EDUCATION
FACTORS ON THE PERCEPTIONS OF STUDENTS STUDYING
AT FACULTY OF ECONOMICS, AN GIANG UNIVERSITY
TOWARDS THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

● Master. **NGUYEN THI PHUONG**

Lecturer, Faculty of Economics

An Giang University, Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study identifies differences in the perceptions of students towards the corporate social responsibility (CSR) according to the factors of genders, majors, volunteerism, and business ethics education. By using Carroll's CSR pyramid (1991), this study investigates students' perceptions towards four types of responsibilities, including economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities. The study's results show that male and female students have different perspectives towards the CSR. Students who participate into volunteering activities and business ethics education are pay more attention to the CSR. In addition, the field of study does not impact the perceptions of students towards the CSR.

Keywords: social responsibility, students' perception, influence.

GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY QUÁ TRÌNH CHUYỂN ĐỔI SANG DOANH NGHIỆP CỦA CÁC HỘ KINH DOANH

● LƯU THỊ HOAN

TÓM TẮT:

Hiện nay, cả nước có khoảng 5,5 triệu hộ kinh doanh và hầu như các hộ kinh doanh này đều muốn giữ nguyên quy mô, không muốn chuyển đổi thành doanh nghiệp. Bài viết đề cập đến thực trạng vấn đề này với phần nguyên nhân đưa ra là do tình trạng tránh nộp thuế, những hỗ trợ chưa hợp lý của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) và chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp siêu nhỏ. Từ đó tác giả đưa ra giải pháp nhằm hỗ trợ các hộ kinh doanh chuyển đổi mô hình.

Từ khóa: hộ kinh doanh, doanh nghiệp, Luật Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, mô hình.

1. Thực trạng giữ nguyên mô hình tại các hộ kinh doanh

Theo thống kê của Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam, cả nước hiện có trên 3,5 triệu hộ được cấp mã số thuế và có hơn 2 triệu hộ sản xuất nhỏ lẻ. Với khoảng trên 5,5 triệu hộ kinh doanh, ước tính tổng tài sản khoảng trên 655 nghìn tỉ đồng, tạo ra khoảng trên 2,2 triệu tỉ đồng doanh thu, nộp 12.362 tỷ đồng tiền thuế, giải quyết 7,945 triệu lao động.

Hầu hết các hộ kinh doanh đều không muốn chuyển đổi thành doanh nghiệp. Mặc dù, Luật Hỗ trợ Doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) có nhiều chính sách hỗ trợ hộ kinh doanh chuyển đổi thành doanh nghiệp, nhưng sau 4 năm Luật đi vào cuộc sống, hiện mới có khoảng 2.000 hộ kinh doanh chuyển đổi thành doanh nghiệp tại 2 địa phương là Thanh Hóa đã có 1.000 hộ kinh doanh chuyển đổi thành doanh nghiệp, ở Bến Tre là 300 hộ và một số

địa phương không phải trung tâm khác. Tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ - những trung tâm kinh tế lớn của cả nước, đáng ra số lượng hộ kinh doanh chuyển thành doanh nghiệp phải nhiều hơn, nhưng thực tế, hộ kinh doanh không “thiết tha”, “mặn mà” làm chủ doanh nghiệp. Nguyên nhân của thực trạng này phải nói đến:

Thứ nhất, mục đích của hộ kinh doanh khi không chuyển đổi lên doanh nghiệp là nhằm “né” nghĩa vụ nộp thuế, không ký hợp đồng với các lao động, dù biết chuyển đổi lên doanh nghiệp, các hộ kinh doanh được nhận nhiều ưu đãi, hỗ trợ hơn.

Đồng thời sau khi chuyển đổi, nghĩa vụ pháp lý sẽ nhiều hơn. Đơn cử như các loại giấy phép về môi trường. Đồng thời việc tiếp các cuộc thanh tra, kiểm tra; thủ tục kê khai, quyết toán thuế; thuế mướn thêm kế toán,... sẽ làm gia tăng chi phí gián tiếp. Nếu thành lập doanh nghiệp thì hộ kinh doanh phải chịu rất nhiều ràng buộc, tốn nhiều thời gian,

nhân lực và chi phí như buộc phải duy trì sổ sách kế toán; phải có bộ máy kế toán, thủ quỹ chuyên nghiệp, không được hoạt động kiêm nhiệm.

Bên cạnh đó, một số hộ kinh doanh cũng có nguyện vọng làm ăn lớn, mở rộng quy mô, kinh doanh chuyên nghiệp hơn, nhưng lại chưa được trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng quản trị trong giai đoạn hội nhập hiện nay. Điều này khiến cho nhiều doanh nghiệp thiếu tự tin, chấp nhận “nằm im” để kinh doanh an toàn.

Thứ hai, những hỗ trợ trong Luật Hỗ trợ DNVVN còn nhiều điểm chưa hợp lý. Ví dụ, Theo Luật Hỗ trợ DNVVN, khi chuyển thành mô hình doanh nghiệp, hộ kinh doanh được tư vấn, hướng dẫn miễn phí về hồ sơ, thủ tục thành lập doanh nghiệp; miễn lệ phí đăng ký doanh nghiệp và phí cung cấp thông tin doanh nghiệp lần đầu; miễn phí thẩm định, phí, lệ phí cấp phép kinh doanh lần đầu đối với ngành, nghề kinh doanh có điều kiện; miễn lệ phí môn bài 3 năm; tư vấn, hướng dẫn miễn phí về các thủ tục hành chính thuế và chế độ kế toán trong thời hạn 3 năm; miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp và tiền sử dụng đất có thời hạn. Tuy nhiên, với mô hình hộ kinh doanh thì đa số không phải đóng thuế hoặc nộp thuế khoán với số thuế “tượng trưng” nên chính sách miễn, giảm thuế không hấp dẫn. Hiếm có hộ kinh doanh nào được thuê đất của Nhà nước nên chính sách miễn, giảm tiền thuê đất cũng không hữu dụng. Còn thuế (lệ phí môn bài) hàng năm DNVVN phải đóng rất thấp nên có miễn hay không cũng không có nhiều tác dụng.

Thứ ba, chính sách hỗ trợ của Nhà nước đến các doanh nghiệp siêu nhỏ gần như không có dù trong bối cảnh đại dịch. Điều này khiến các hộ kinh doanh nếu chuyển lên doanh nghiệp chủ yếu ở mức doanh nghiệp siêu nhỏ và không được hỗ trợ thì tâm lý e ngại là điều tất yếu.

2. Đề xuất cải cách đối với khu vực hộ kinh doanh

Các cải cách khu vực hộ kinh doanh sẽ gắn chặt với việc phát triển hình thức doanh nghiệp tư nhân (bản chất là doanh nghiệp cá thể hay doanh

NGHIỆP MỘT CHỦ) và có thể được thực hiện như sau:

Một là, có lộ trình cho việc chuyển đổi khu vực hộ kinh doanh thành doanh nghiệp theo Luật Doanh nghiệp đặc biệt đối với hộ kinh doanh lớn, có quy mô lao động và doanh thu đáng kể nhằm đảm bảo sự công bằng trong môi trường kinh doanh. Sẽ không có bất kỳ quy định nào bắt buộc các hộ kinh doanh khác, đặc biệt là các hộ kinh doanh quy mô nhỏ, hoạt động để kiếm sống, phải chuyển đổi thành doanh nghiệp trong giai đoạn năm năm này, kể cả là thành hình thức doanh nghiệp cá thể. Việc khuyến khích các hộ kinh doanh đăng ký lại thành doanh nghiệp, đặc biệt là theo hình thức doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ hoặc bất kỳ một hình thức doanh nghiệp khác được thực hiện theo hình thức tự nguyện.

Trong thời gian đầu (có thể là 5 năm), các hộ kinh doanh mới thành lập khi đăng ký thành lập sẽ có thể tiếp tục được lựa chọn đăng ký là hộ kinh doanh, song sẽ được tư vấn và khuyến khích đăng ký theo hình thức doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ và được khuyến cáo là sau 5 năm kể từ ngày quy định mới của Luật Doanh nghiệp, sẽ chỉ còn hình thức doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ và không còn hình thức hộ kinh doanh. Vì vậy, khi cân nhắc giữa hình thức hộ kinh doanh hay doanh nghiệp cá thể, hình thức kinh doanh cá thể sẽ được coi là một sự lựa chọn hiển nhiên tốt hơn.

Hai là, cần rà soát và điều chỉnh các văn bản pháp luật có liên quan nhằm đảm bảo chi phí tuân thủ các quy định pháp luật và chi phí tuân thủ về thuế, nộp thuế áp dụng với doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ sẽ ở mức thấp như mức mà các hộ kinh doanh hiện nay đang phải chi trả để đảm bảo tính hấp dẫn của loại hình doanh nghiệp tư nhân (doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ). Một nghiên cứu của *Economica Vietnam* thực hiện năm 2019 cho biết đối với một hộ kinh doanh có quy mô 10 lao động khi chuyển đổi thành doanh nghiệp, chi phí tuân thủ tối thiểu lập tức sẽ tăng thêm là 181,2 triệu nếu như áp dụng theo đúng các quy định hiện nay của Luật

Doanh nghiệp và các quy định pháp luật có liên quan. Doanh nghiệp tư nhân (doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ) cũng phải chịu một mức chi phí đúng như vậy do Luật Doanh nghiệp và các luật có liên quan không có quy định riêng về các nghĩa vụ pháp lý đối với loại hình doanh nghiệp này, mặc dù quy mô và bản chất của loại hình doanh nghiệp này rất gần với hộ kinh doanh và khác xa so với các hình thức doanh nghiệp cổ phần, công ty TNHH nhiều thành viên. Quy định áp dụng không tính đến sự khác biệt này khiến cho mức chi phí tuân thủ của các doanh nghiệp tư nhân trở nên quá cao so với mức chi phí tuân thủ mà các hộ kinh doanh hiện nay đang phải chịu.

Trong thời gian đầu áp dụng (có thể là 5 năm và có thể coi là giai đoạn chuyển đổi), các doanh nghiệp cá thể/một chủ sẽ được áp dụng mức thuế khoán giống như các hộ kinh doanh hiện nay. Trong thời gian này, các quy định về thuế sẽ được điều chỉnh để các doanh nghiệp một chủ sẽ áp dụng hình thức khai thuế đơn giản, dễ thực hiện và không khiến cho mức nộp thuế của các hộ kinh doanh tăng quá cao. Tại các quốc gia khác, chủ doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ có thể sẽ tuân thủ các quy định về thuế theo luật thuế thu nhập cá nhân. Các chủ doanh nghiệp một chủ cũng có thể thực hiện hình thức khai thuế hàng năm giống như đối với một cá nhân và do vậy giảm bớt rất nhiều về các quy định về chế độ báo cáo tài chính, báo cáo thuế, tần suất nộp báo cáo. Các cải cách về thuế đối với doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ ở Việt Nam cũng nên cân nhắc các nguyên tắc chung và thông lệ quốc tế này để có các cải cách hợp lý đối với các doanh nghiệp cá thể/doanh nghiệp một chủ ở Việt Nam.

Ba là, đơn giản hóa thủ tục hành chính trong

quá trình chuyển đổi của các hộ kinh doanh sang hình thức doanh nghiệp. Trên thực tế, việc đăng ký qua mạng thông qua Cổng Thông tin Đăng ký Quốc gia ngày càng trở nên phổ biến, việc phân quyền này là hết sức cần thiết vì các hộ kinh doanh/cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ có thể dễ dàng đến các huyện, quận, thành phố đăng ký. Điều này hết sức quan trọng về phương diện tâm lý vì họ không cảm thấy sự khác biệt so với đăng ký hộ kinh doanh như trước đây. Nay thay vì đăng ký hộ kinh doanh thì họ đăng ký thành doanh nghiệp cá thể hay doanh nghiệp một chủ. Với sự phân quyền này, người dân có thể đến cũng một địa điểm, gặp cũng một cán bộ thụ lý hồ sơ, thực hiện cũng một quy trình, cung cấp cũng một số giấy tờ theo quy định và sẽ được cấp giấy đăng ký kinh doanh một cách thuận tiện và nhanh gọn.

Bốn là, tiến hành các hoạt động truyền thông và nâng cao nhận thức nhằm quảng bá về những lợi thế của hình thức doanh nghiệp cá thể, doanh nghiệp một chủ (hình thức doanh nghiệp tư nhân được cải tiến với các quy định pháp lý mới áp dụng đối với loại hình doanh nghiệp này). Doanh nghiệp cá thể, doanh nghiệp một chủ sẽ được quảng bá rộng rãi là một hình thức doanh nghiệp thuận tiện, chi phí thấp và được công nhận chính thức và là một sự thay thế tốt cho các hộ kinh doanh. Các hoạt động quảng bá này phải thực tế và phải được hỗ trợ bằng những cải cách về quy định pháp luật nhằm đảm bảo các lợi thế thực sự của loại hình doanh nghiệp này như mô tả ở trên. Bên cạnh đó, các hạn chế liên quan tới loại hình doanh nghiệp này cũng cần được cung cấp để các chủ doanh nghiệp, người dân có được thông tin đầy đủ, đa chiều, khi quyết định lựa chọn hình thức doanh nghiệp phù hợp nhất đối với họ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2017), *Luật số 04/2017/QH14 - Luật hỗ trợ Doanh nghiệp vừa và nhỏ*.
2. Tổng cục Thống kê (2021), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2021*.

3. Tổng cục Thống kê (2016), *Kết quả điều tra cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể phi nông nghiệp giai đoạn 2005 - 2015*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
4. Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (2017), *Báo cáo nghiên cứu “Chính thức hóa” hộ kinh doanh ở Việt Nam: Thực trạng và khuyến nghị chính sách*, Nhà xuất bản Hồng Đức, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 13/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

ThS. LƯU THỊ HOAN

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế kỹ thuật Công nghiệp

SOLUTIONS TO ENCOURAGE BUSINESS HOUSEHOLDS IN VIETNAM CHANGE THEIR BUSINESS MODEL INTO THE COMPANY MODEL

● Master. **LUU THI HOAN**

Faculty of Accounting,

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Vietnam has about 5.5 million business households and most of these business establishments do not want to change their business model into the company model. The reasons for this issue are tax avoidance, unreasonable support from the Law on Support for small and medium-sized enterprises (SMEs) and from policies on support for very small businesses. In this paper, some solutions are proposed to encourage business households in Vietnam change their business model.

Keywords: business households, enterprises, the Law on Support for small and medium-sized enterprises, model.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KÝ TÚC XÁ TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG ĐOÀN

● TRỊNH THỊ LAN PHƯƠNG - ĐỖ HỒNG THẮNG

TÓM TẮT:

Chất lượng của giáo dục đại học là sự tổng hòa của các nhân tố cả bên trong và bên ngoài cơ sở giáo dục đại học. Một trong những yếu tố dành được sự quan tâm của đông đảo sinh viên, phụ huynh và các nhà quản lý chính là chất lượng dịch vụ nội trú của các cơ sở đào tạo đại học, bao gồm khu nhà ở (ký túc xá) và khu vực sân chơi phục vụ cho các hoạt động tập thể. Tổ hợp này không chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá sự đảm bảo về cơ sở vật chất của cơ sở giáo dục đại học, mà còn là yếu tố tác động trực tiếp đến chất lượng sinh hoạt và học tập của sinh viên. Bài viết này bàn về nâng cao chất lượng dịch vụ ký túc xá tại Trường Đại học Công đoàn.

Từ khóa: ký túc xá, nâng cao chất lượng, Trường Đại học Công đoàn.

1. Đặt vấn đề

Trong thời kỳ công nghệ 4.0 như hiện nay, xu hướng các trường đang dần tự chủ về mọi mặt, càng đòi hỏi cao hơn nữa các trường đại học chú trọng đầu tư vào phục vụ sinh viên. Đó chính là lý do để các trường đầu tư mạnh mẽ, coi ký túc xá là một dịch vụ phục vụ sinh viên, không đơn thuần chỉ là quản lý sinh viên như trước đây. Các nhà quản lý chất lượng giáo dục đại học còn chủ động tác động tới những khâu, những lĩnh vực quan trọng có ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng dịch vụ ký túc xá, từ đó nâng cao dần chất lượng dịch vụ ký túc xá theo kế hoạch đã đề ra.

Với mục tiêu đến năm 2030, Trường Đại học

Công đoàn trở thành trung tâm đào tạo và nghiên cứu khoa học có uy tín về công nhân - công đoàn, quan hệ lao động, an toàn vệ sinh lao động.

Hiện nay, ký túc xá Trường Đại học Công đoàn gồm có 4 khu nhà dành cho các sinh viên ở nội trú. Trong đó, có một khu ký túc xá dành riêng cho sinh viên nước ngoài sang Việt Nam du học tại Trường Đại học Công đoàn. Toàn bộ các phòng ở của ký túc xá đều khép kín, an ninh trật tự và vệ sinh môi trường luôn được bảo đảm tốt. Ban Giám hiệu Nhà trường đã tạo điều kiện cải thiện, quan tâm về chất lượng cuộc sống của sinh viên ở ký túc xá, đặc biệt là các bạn sinh viên ở vùng sâu, vùng xa và dân tộc thiểu số, có hoàn cảnh khó khăn. Sinh viên sinh

hoạt tại ký túc xá có rất nhiều ưu điểm, như: chi phí thấp, gần trường học, môi trường giao lưu và học tập thuận lợi.

Cán bộ quản lý ký túc xá Nhà trường hiện có 12 người, quản lý toàn bộ khu ký túc xá của Trường. Cán bộ quản lý có nhiệm vụ tổ chức, quản lý điều hành các hoạt động của sinh viên nội trú trong ký túc xá, tổ chức các hoạt động tuyên truyền nhằm giáo dục cho sinh viên nội trú, tổ chức các hoạt động nhằm nâng cao đời sống tinh thần và đẩy mạnh phong trào tự quản trong ký túc xá đảm bảo an ninh trật tự. Đồng thời quản lý cơ sở vật chất, trang thiết bị đáp ứng các yêu cầu ở, sinh hoạt, học tập của sinh viên ở ký túc xá, quản lý các hoạt động dịch vụ phục vụ sinh viên nội trú.

Các phòng ở trong ký túc xá được bố trí mỗi phòng gồm 4, 6, 8 sinh viên/phòng, có nhà tắm, khu vệ sinh khép kín từng phòng. Ký túc xá có khu nhà ăn sinh viên, căng tin được xây dựng ở gần các khu giảng đường, thư viện, sân bóng đá,...

2. Thực trạng dịch vụ ký túc xá Trường Đại học Công đoàn

Ký túc xá Trường Đại học Công đoàn đóng trên địa bàn phường Quang Trung, quận Đống Đa, thành phố Hà Nội. Đây là nơi đông dân cư, gần với các trung tâm thương mại, thuận lợi cho sinh viên di chuyển và sinh hoạt thường ngày. Sinh viên lưu trú ở ký túc xá rất thuận tiện cho việc học tập, giá thành rẻ, mức chi phí sinh hoạt tập thể cũng hợp lý đối với sinh viên về giá điện, nước, nhất là đối với sinh viên có hoàn cảnh khó khăn.

Nhà trường luôn ưu tiên cho sinh viên thuộc diện miễn giảm ở nội trú. Xử lý nghiêm những sinh viên vi phạm nội quy, quy chế trong ký túc xá. Phòng Y tế của Trường thường xuyên tổ chức công tác vệ sinh phòng chống dịch bệnh cho sinh viên nội trú, giải quyết các trường hợp sơ cứu ban đầu. Các Khoa, Đoàn thanh niên, Hội sinh viên, tổ chức hướng dẫn sinh viên tham gia các hoạt động văn hóa, văn nghệ, hoạt động xã hội trong ký túc xá, rèn luyện tư cách, nhân phẩm, nếp sống văn minh cho sinh viên nội trú. Để sinh viên được yên tâm học tập và sinh sống ở ký túc xá, công an

ninh của Trường luôn được đảm bảo, sinh viên nội trú được yêu cầu phải luôn tuân thủ theo những nội quy, quy định của ký túc xá đề ra. Nếu vi phạm, tùy vào mức độ sẽ xử lý theo những quy định đã ban hành.

Ngoài đội ngũ cán bộ quản lý ký túc xá làm việc theo giờ hành chính, còn có tổ bảo vệ phân công làm nhiệm vụ theo ca và có trách nhiệm đảm bảo an ninh trật tự trong ký túc xá 24/24 giờ hàng ngày, xử lý các tình huống mất an ninh trật tự có thể xảy ra vào ban đêm. Bên cạnh đó, Nhà trường luôn chủ động phối hợp với Công an phường Quang Trung và lập Đội Thanh niên tự quản sinh viên nội trú - lực lượng xung kích đi đầu trong mọi hoạt động của ký túc xá để đảm bảo an ninh trật tự. Đội có trách nhiệm phân công phối hợp với nhân viên bảo vệ trực ký túc xá, ngăn chặn những đối tượng thanh niên bên ngoài vào gây mất an ninh trật tự trong ký túc xá. Năm 2016, Nhà trường đã cho lắp đặt hệ thống camera ở tất cả các khu ký túc xá, nhằm đảm bảo an ninh trật tự, chống trộm cắp từ bên ngoài trà trộn vào ký túc xá. Nhờ vậy, tình trạng bị mất đồ trong Ký túc xá rất ít khi xảy ra.

Ở mỗi khu ký túc xá đều có cán bộ phụ trách quản lý riêng, có nhiệm vụ kiểm tra, nhắc nhở về giờ giấc đi lại, lối sống, vệ sinh phòng ở của sinh viên. Giờ mở, đóng cổng của ký túc xá từ 6 giờ - 22 giờ 30 phút (đối với mùa hè) và từ 6 giờ 30 phút - 22 giờ 30 phút (đối với mùa đông để sinh viên), đảm bảo điều kiện cho sinh viên được đi lại học tập, làm việc cá nhân. Ngoài ra, ở ký túc xá cũng có quy định nghiêm cấm uống rượu, ai vi phạm sẽ bị xử lý theo quy định của Nhà trường.

Bên cạnh các sinh viên trong nước ở tại ký túc xá, hàng năm, Nhà trường còn có khoảng 1.600 sinh viên ở nội trú và hàng chục lưu học sinh Lào, không kể các lớp tập huấn ngắn hạn trong nước và quốc tế.

Bảng 1 là nguồn số liệu từ năm 2019 - 2020 (vào thời điểm chưa có dịch Covid-19), cho thấy ký túc xá Trường Đại học Công đoàn có 277 phòng, với tổng số 1.532 sinh viên, sinh viên nam là 365, sinh viên nữ là 1.167. Số lượng sinh viên

Bảng 1. Số lượng sinh viên ở ký túc xá

Ký túc xá	Số phòng	Sinh viên nam	Sinh viên nữ	Tổng
4A	62		378	378
4B	62	340	67	407
5A	47		281	281
5A (Quốc tế)	31	25	11	36
5C	75		430	430
Tổng	277	365	1.167	1.532

Nguồn: Phòng Quản lý sinh viên nội trú năm 2019 - 2020

nữ nhiều hơn sinh viên nam, nhưng phù hợp với thực tế về số lượng sinh viên là nữ đang học tập và lưu trú tại Trường.

Các loại hình dịch vụ ký túc xá của Trường rất ít so với ký túc xá các trường đại học khác. Hiện nay, ký túc xá của Trường đang chủ yếu cung cấp cho sinh viên chỗ ở, điện nước, internet, sửa chữa, lắp đặt.

Bảng 2 cho thấy, qua 384 phiếu đánh giá mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ điện, nước, ký túc xá Nhà trường cung cấp đạt mức tương đối hài lòng chiếm 22,8%, hài lòng chiếm 51,3%, rất hài lòng 23,9%, không hài lòng 0,2%. Về dịch vụ internet, mức độ tương đối hài lòng chiếm 37,9%, hài lòng chiếm 44,9%, rất hài lòng chiếm 9,7%, không hài lòng chiếm 7,4%.

Trong quá trình sinh hoạt, sinh viên nội trú sử dụng các trang thiết bị (quạt, đèn, vòi nước,...) bị hư hỏng, Ban Quản lý ký túc xá luôn kịp thời sửa chữa, phục vụ nhu cầu sinh hoạt của sinh viên nội trú.

Qua Bảng 3 cho thấy, mức độ hài lòng về thời gian sửa chữa các trang thiết bị, ở mức tương đối hài lòng chiếm 37,9%, hài lòng chiếm 44,9%, rất hài lòng chiếm 9,7%, không hài lòng chiếm 7,4%.

Phòng chống cháy nổ là một nhiệm vụ rất quan trọng, nhất là đối với môi trường sống tập trung đông người như ký túc xá. Để đảm bảo an toàn cuộc sống cho sinh viên nội trú, Nhà trường luôn tăng cường tuyên truyền, hướng dẫn, nâng cao nhận thức của sinh viên về phòng cháy, chữa cháy và yêu cầu

Bảng 2. Chất lượng dịch vụ ký túc xá

(ĐVT: %)

Dịch vụ	Tương đối hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng	Không hài lòng
Điện, nước	22,8	51,3	23,9	0,2
Internet	37,9	44,9	9,7	7,4

Nguồn: Kết quả khảo sát

Bảng 3. Mức độ hài lòng về thời gian lắp đặt, sửa chữa

TT	Mức độ hài lòng	Tỉ lệ %
1.	Tương đối hài lòng	37,9
2.	Hài lòng	44,9
3.	Rất hài lòng	9,7
4.	Không hài lòng	7,4

Nguồn: Kết quả khảo sát

sinh viên thực hiện nghiêm chỉnh thực hiện một số quy định về phòng chống cháy nổ. Thực hiện theo sự hướng dẫn, tuyên truyền của cán bộ quản lý, trước khi ra khỏi phòng sinh viên phải tắt tất cả các thiết bị tiêu thụ điện, tuân thủ quy định về kỹ thuật an toàn sử dụng điện.

Phòng Y tế của Nhà trường cũng thường xuyên tổ chức công tác vệ sinh, phun khử khuẩn phòng chống dịch bệnh cho sinh viên nội trú, giải quyết các trường hợp sơ cứu ban đầu.

Các Khoa, Đoàn Thanh niên, Hội Sinh viên

Nhà trường cũng thường xuyên tổ chức hướng dẫn sinh viên tham gia các hoạt động văn hóa, văn nghệ, hoạt động xã hội trong ký túc xá, rèn luyện tư cách, nhân phẩm, nếp sống văn minh cho sinh viên nội trú.

Hàng năm, Nhà trường đã dành nguồn kinh phí để sửa chữa, thay mới những đồ vật bị hư hỏng, sơn sửa ký túc xá khang trang, sạch đẹp hơn. Nhà trường cũng đã có nhiều cố gắng trong việc giải quyết chỗ ở và điều kiện sinh hoạt của sinh viên nội trú.

Bên cạnh những ưu điểm về mức độ hài lòng của sinh viên nội trú với chất lượng dịch vụ ký túc xá tại Trường Đại học Công đoàn, vẫn còn một số hạn chế như sau:

- Sinh viên sống trong khu ký túc xá phải sống chung với nhiều người trong một phòng, với nhiều tính cách khác nhau, các bạn trẻ không tránh khỏi những cảm dỗ bởi các hoạt động thiếu lành mạnh, như: đua đòi ăn chơi, tham gia các tệ nạn xã hội, nghiện game,... làm ảnh hưởng đến kết quả học tập.

- Cơ sở vật chất phục vụ học tập cho sinh viên nội trú còn ít và thiếu.

- Các dịch vụ ở ký túc xá chưa có nhiều, chưa đáp ứng được nhu cầu của sinh viên nội trú hiện nay, như: cửa hàng tạp hóa, cửa hàng photo, giặt khô là hơi, phòng tập gym,...

- Công tác quản lý vẫn còn được thực hiện thủ công, chưa có phần mềm quản lý sinh viên.

Những nguyên nhân cơ bản trên dẫn đến chất lượng dịch vụ ký túc xá của Nhà trường còn một số hạn chế, đòi hỏi phải có những bước đổi mới để ký túc xá có những chuyển biến tích cực theo hướng đáp ứng mục tiêu và yêu cầu của sinh viên trong giai đoạn phát triển và hội nhập hiện nay.

3. Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ký túc xá

Một là, hoàn thiện cơ cấu, tổ chức bộ máy.

Tăng cường giáo dục, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ quản lý ký túc xá, nhằm nâng cao ý thức trong việc ứng dụng các giải pháp công nghệ vào hoạt động chuyên môn, để nâng

cao năng suất, hiệu quả công việc; giúp vận hành ký túc xá an toàn, tiết kiệm. Tổ chức bộ máy ổn định sẽ góp phần cơ bản cho việc triển khai mọi hoạt động quản lý sinh viên nội trú một cách hiệu quả. Đảm bảo việc thực hiện quản lý sinh viên một cách đồng bộ, chủ động, tự chịu trách nhiệm giữa các bộ phận.

Bên cạnh việc hoàn thiện cơ cấu, Nhà trường đang tích cực hoàn thiện các quy định về lề lối làm việc, sắp xếp cán bộ, nhân viên theo vị trí việc làm, đánh giá theo khối lượng và chất lượng công việc. Cử nhân viên quản lý ký túc xá đi học tập cách quản lý tại các trường trọng điểm có bề dày kinh nghiệm về cung cấp dịch vụ ký túc xá, nhằm trau dồi chuyên môn nghiệp vụ hơn nữa để sẵn sàng đáp ứng, giải quyết các yêu cầu của sinh viên trong khu ký túc xá.

Hai là, nâng cao chất lượng dịch vụ ký túc xá.

Nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống cho sinh viên nội trú. Nhà trường lập kế hoạch sửa chữa, nâng cấp cơ sở vật chất định kỳ cho ký túc xá. Ngoài ra, Nhà trường phối hợp với các phòng ban chức năng của trường, cá nhân, doanh nghiệp triển khai các dịch vụ phục vụ sinh viên nội trú, như: Hệ thống nhà ăn sạch sẽ, đảm bảo dinh dưỡng, hệ thống giặt khô là hơi, cửa hàng tạp hóa, phòng tập gym, dịch vụ wifi chất lượng cao, dịch vụ photo in ấn phục vụ sinh viên, cung cấp nước uống đóng bình tại phòng ở đạt tiêu chuẩn an toàn vệ sinh. Các dịch vụ do ký túc xá tổ chức sẽ giúp phụ huynh sinh viên yên tâm hơn khi con em mình bắt đầu cuộc sống tự lập, xa gia đình chuẩn bị hành trang cho tương lai. Việc cung cấp các dịch vụ tiện ích cho sinh viên nói trên là phù hợp với nhu cầu của sinh viên nội trú hiện nay, giúp sinh viên có được chỗ ở tốt, an toàn, được sử dụng các dịch vụ tiện ích phục vụ cho sinh hoạt, học tập và giải trí hàng ngày.

Ba là, ứng dụng công nghệ thông tin.

Bên cạnh việc đổi mới cơ sở vật chất, Nhà trường nên áp dụng việc ứng dụng công nghệ thông tin, xây dựng phần mềm quản lý ký túc xá để giúp cho việc quản lý sinh viên nội trú đạt hiệu quả cao. Với phần mềm quản lý cũng tạo điều kiện thuận lợi

hơn trong việc giải quyết các thủ tục hành chính, góp phần vào việc thực hiện văn minh, văn hóa trong giao tiếp giữa nhân viên quản lý và sinh viên nội trú, giúp sinh viên đăng ký trực tuyến để lựa chọn vị trí giường, chọn phòng theo ý muốn mà không cần phải đến trực tiếp ký túc xá. Việc ứng dụng phần mềm trong quản lý ký túc xá sẽ giúp các em sinh viên đánh giá, góp ý về công tác quản lý, từ đó giúp Nhà trường có điều chỉnh, đổi mới phù hợp đáp ứng yêu cầu của sinh viên nội trú và góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ ký túc xá, trực tiếp góp phần vào việc thực hiện văn minh, văn hóa trong giao tiếp giữa nhân viên quản lý và sinh viên trong thời gian tới.

Bốn là, đảm bảo an ninh trật tự và phòng chống cháy nổ

Để đảm bảo an ninh trật tự, an toàn, thuận lợi cho sinh viên ở ký túc xá, Nhà trường cần tiếp tục kết hợp chặt chẽ với Công an phường Quang Trung và Đội Thanh niên xung kích để thực hiện có hiệu quả hơn nữa các biện pháp bảo vệ an ninh trật tự, an toàn trong ký túc xá 24/24 giờ hàng ngày, xử lý các tình huống mất an ninh trật tự có thể xảy ra vào ban đêm. Quản lý tốt sinh viên nội trú sẽ góp phần hỗ trợ cho sinh viên có môi trường sinh hoạt lành mạnh, học tập và rèn luyện tốt, đồng thời tạo điều kiện cho sinh viên tham gia và phát huy được năng lực của mình trong việc xây dựng đời sống văn hóa, nền nếp.

Phòng chống cháy nổ là một nhiệm vụ rất quan trọng, nhất là đối với môi trường sống tập trung đông người như ở ký túc xá. Để đảm bảo an toàn cuộc sống cho sinh viên nội trú, Nhà trường cần thường xuyên tăng cường tuyên truyền, hướng dẫn, nâng cao nhận thức của sinh viên về phòng cháy, chữa cháy và yêu cầu sinh viên thực hiện nghiêm chỉnh thực hiện một số quy định về phòng chống cháy nổ. Yêu cầu sinh viên thực hiện nghiêm theo sự hướng dẫn, tuyên truyền của cán bộ quản lý, trước khi ra khỏi phòng sinh viên phải tắt tất cả các thiết bị tiêu thụ điện, tuân thủ quy định về kỹ thuật an toàn sử dụng điện. Nghiêm cấm sinh viên nấu ăn trong phòng, không được sử dụng nồi cơm điện, bếp ga mi ni, vì những thứ đó rất dễ chập điện và gây cháy nổ, sinh viên phải nghiêm túc chấp hành tốt nội quy của ký túc xá.

Hàng năm, các cán bộ nhân viên của Nhà trường cần được tập huấn định kỳ về công tác phòng cháy, chữa cháy, lập kế hoạch, tổ chức triển khai thực hiện công tác phòng cháy chữa cháy, phối hợp với các đơn vị kiểm tra thường xuyên trang thiết bị và công tác phòng cháy chữa cháy tại ký túc xá. Ngoài ra, để đảm bảo công tác phòng cháy, chữa cháy, Nhà trường cần phải trang bị đầy đủ những trang thiết bị chuyên dụng để chữa cháy, như: bình cứu hỏa, chuông báo cháy, vòi cứu hỏa và đường ống nước cứu hỏa ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Hồng Nhung (2019), *Đánh giá sự hài lòng của sinh viên nội trú đối với chất lượng dịch vụ ký túc xá*, Học viện Tài chính.
2. Trần Xuân Kiên, DLDG (2006), *Nghiên cứu các thành phần tác động vào sự hài lòng của sinh viên về chất lượng đào tạo Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh*.
3. Trần Kiểm (2007), *Tiếp cận hiện đại trong quản lý giáo dục*, Nxb Đại học Sư Phạm, Hà Nội.
4. Phạm Thị Lan Phương, TS. Phạm Thị Hương (2019), *Sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ của trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh*, *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh*.

5. Nguyễn Văn Tuấn, Hồng Bửu Bửu và Nguyễn Thị Thùy Vân (2016), Ảnh hưởng của chất lượng các dịch vụ hỗ trợ sinh viên đến hình ảnh trường đại học - Một nghiên cứu tại Trường Đại học Bách khoa Thành phố Hồ Chí Minh, *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*.

Ngày nhận bài: 13/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. TRỊNH THỊ LAN PHƯƠNG

2. ĐỖ HỒNG THẮNG

Phòng Quản lý sinh viên nội trú - Trường Đại học Công đoàn

IMPROVING THE QUALITY OF DORMITORY SERVICES AT THE TRADE UNION UNIVERSITY

● Master. **TRINH THI LAN PHUONG**¹

● **DO HONG THANG**¹

¹Department of Boarding Student Management
Trade Union University

ABSTRACT:

The quality of higher education is a combination of internal and external factors from the higher education institution. One of the factors that attracts the attention of many students, parents and administrators is the quality of services for boarding students including the quality of dormitory and playground area. The dormitory and playground area do not only play an important role in assessing the assurance of facilities of higher education institutions, but they also directly affects the quality of students' living and studying. This paper discusses about the quality improvement of dormitory services at the Trade Union University.

Keywords: dormitory, quality improvement, Trade Union University.

XÂY DỰNG CƠ CHẾ KIỂM SOÁT NỘI BỘ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP TRƯỚC NHU CẦU THỰC TIỄN

● THẠCH MINH QUÂN - LÊ HẢI LINH

TÓM TẮT:

Kiểm soát nội bộ (KSNB) có vai trò quan trọng trong các tổ chức nói chung và doanh nghiệp (DN) nói riêng. Xây dựng cơ chế KSNB khoa học và hữu hiệu sẽ giúp các DN hạn chế được các rủi ro gặp phải, nâng cao hiệu quả kinh doanh và năng lực cạnh tranh, giúp đạt được mục tiêu kinh doanh đã đề ra. Bài viết khái quát những nội dung cơ bản về KSNB, những lợi ích của DN khi xây dựng cơ chế KSNB và những điều cần lưu ý với các DN khi xây dựng cơ chế KSNB trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: kiểm soát nội bộ, doanh nghiệp, COSO.

1. Đặt vấn đề

Trong quá trình phát triển nhanh và mạnh của nền kinh tế hiện nay, hầu hết các DN đều mong muốn đạt được sự tăng trưởng nhất định trong sản xuất - kinh doanh. Với bối cảnh nền kinh tế mở và có nhiều biến động, vấn đề tầm nhìn chiến lược trong kinh doanh được xem là yếu tố then chốt quyết định sự thành bại của DN. Tuy nhiên, hiện nay, nhiều DN trong nước chưa nhìn nhận được ý nghĩa của vấn đề này. Ngày càng nhiều DN bỏ qua giá trị kinh doanh cốt lõi và thay vào đó là hoạt động kinh doanh đa ngành. Hậu quả là nhiều DN phá sản do không có sự chuẩn bị và am hiểu về môi trường kinh doanh mới. Nguyên nhân chính là tầm nhìn chiến lược và khả năng của lãnh đạo DN. Thêm vào đó, các đơn vị chưa xây dựng được những nhân tố trong nội bộ để có thể tăng trưởng bền vững, một trong những vấn đề đó chính là cơ chế KSNB trong DN để có thể tăng cường tính giám sát quá trình thực thi kinh doanh theo những mục tiêu đã đề ra.

2. Khái quát chung về KSNB trong DN

KSNB là một trong những loại kiểm soát mà nhà quản lý sử dụng trong quá trình quản lý để đạt được mục tiêu đã đề ra.

COSO - The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission - Ủy ban thuộc Hội đồng Quốc gia Hoa Kỳ về chống gian lận khi lập báo cáo tài chính, được thành lập năm 1985. COSO là một chuẩn mực của thế giới trong lĩnh vực KSNB, được ban hành lần đầu vào năm 1992 tại Hoa Kỳ. COSO là bước khởi đầu làm nền tảng cho các DN khi xây dựng hệ thống KSNB.

Năm 1992, COSO đã phát hành Báo cáo KSNB - Khuôn khổ hợp nhất (Internal Control - Intergrated framework), trong đó định nghĩa “KSNB là một quá trình do người quản lý, hội đồng quản trị và các nhân viên của đơn vị chi phối, nó được thiết lập để cung cấp một sự đảm bảo hợp lý nhằm thực hiện các mục tiêu sau đây: Đảm bảo sự tin cậy của báo cáo tài chính; Đảm bảo sự tuân thủ các quy định và luật lệ; Đảm bảo các hoạt động được thực hiện hiệu quả”.

Tuy nhiên, sau hơn 20 năm kể từ ngày phát hành Báo cáo KSNB - Khuôn khổ hợp nhất lần đầu tiên, môi trường kinh doanh đã có những thay đổi lớn, ảnh hưởng đáng kể tới cách thức tổ chức kinh doanh, nhận diện, đánh giá và đối phó với rủi ro của DN. Báo cáo COSO 1992 mặc dù đã được áp dụng rộng rãi trên thế giới nhưng trước những thay đổi lớn từ môi trường, đã đặt ra yêu cầu phải thay đổi (cập nhật) cho phù hợp với tình hình mới. Chính vì vậy, tháng 5/2013, Ủy ban COSO đã ban hành chính thức bản cập nhật Báo cáo COSO 1992 (gọi tắt là Báo cáo COSO 2013). Đây là sự thay đổi lớn nhất kể từ lần ban hành đầu tiên vào năm 1992.

Trong Báo cáo COSO 2013, khái niệm KSNB được bổ sung như sau: “KSNB là một quá trình do người quản lý, hội đồng quản trị và các nhân viên của đơn vị chi phối, được thiết lập để cung cấp một sự đảm bảo hợp lý nhằm thực hiện các mục tiêu liên quan đến hoạt động, báo cáo và tuân thủ”. Trong khái niệm này, các mục tiêu hoạt động, mục tiêu tuân thủ cơ bản vẫn giữ nguyên so với khái niệm KSNB trước đây của COSO, nhưng mục tiêu báo cáo đã được mở rộng hơn, không chỉ đảm bảo độ tin cậy của BCTC mà còn liên quan đến độ tin cậy của các báo cáo phi tài chính và các báo cáo nội bộ khác.

Khái niệm KSNB theo quan điểm của COSO được khái quát bằng sơ đồ sau: (Hình 1)

Theo đó, COSO 2013 nhấn mạnh vào 4 nội dung cơ bản của KSNB, đó là: quá trình, con người, sự đảm bảo hợp lý và mục tiêu. Cụ thể:

- *KSNB là một quá trình*: tất cả các hoạt động của đơn vị đều phải thông qua một chuỗi các quá trình từ lập kế hoạch, thực hiện và giám sát. Để đạt

được mục tiêu mong muốn, các đơn vị phải kiểm soát được hoạt động của mình. Hoạt động kiểm soát diễn ra hàng ngày và hiện diện ở mọi bộ phận trong đơn vị, được kết hợp với nhau thành một thể thống nhất.

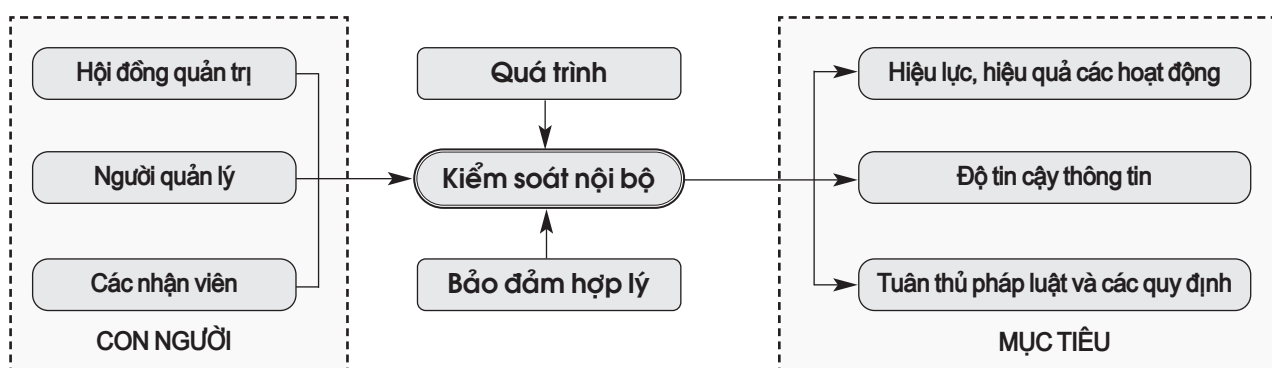
- *KSNB được thiết kế và vận hành bởi con người bao gồm*: HĐQT, ban giám đốc, nhà quản lý và các nhân viên). Con người đặt ra mục tiêu, thiết lập cơ chế kiểm soát và vận hành chúng để hướng tới các mục tiêu đã định. Do vậy, để KSNB có hiệu quả thì mọi thành viên trong tổ chức đều phải hiểu rõ về trách nhiệm và quyền hạn của mình, xác định được mối liên hệ, nhiệm vụ, cách thức thực hiện để đạt được mục tiêu của tổ chức.

- *Sự đảm bảo hợp lý*: KSNB chỉ có thể cung cấp một sự đảm bảo hợp lý cho ban giám đốc và nhà quản lý việc đạt được các mục tiêu của đơn vị chứ không thể đảm bảo tuyệt đối do những hạn chế tiềm tàng trong KSNB như: sai lầm của con người, sự thông đồng của các cá nhân, sự lạm quyền của nhà quản lý và do mối quan hệ giữa lợi ích và chi phí của việc thiết lập nên KSNB. Hơn nữa, một nguyên tắc cơ bản trong quản lý là chi phí cho quá trình kiểm soát không thể vượt quá lợi ích được mong đợi từ quá trình kiểm soát đó.

- *Các mục tiêu*: mỗi đơn vị đặt ra mục tiêu mà mình cần đạt tới. Có thể chia các mục tiêu mà đơn vị thiết lập thành 3 nhóm:

- Nhóm mục tiêu về hoạt động: sự hữu hiệu và hiệu quả của việc sử dụng các nguồn lực, bảo mật thông tin, nâng cao uy tín, mở rộng thị phần.
- Nhóm mục tiêu về báo cáo tài chính: tính trung thực và đáng tin cậy của báo cáo tài chính.
- Nhóm mục tiêu về sự tuân thủ: tuân thủ các luật lệ và quy định.

Hình 1: Khái quát khái niệm KSNB theo quan điểm của COSO



Theo quan điểm của COSO (1992, 2013), KSNB bao gồm 5 thành phần: Môi trường kiểm soát; Quy trình đánh giá rủi ro; Hệ thống thông tin và truyền thông; Hoạt động kiểm soát; Giám sát.

- *Môi trường kiểm soát*: Bao gồm các quan điểm, nhận thức và hành động của ban quản lý liên quan đến KSNB và tầm quan trọng của KSNB đối với hoạt động của đơn vị. Môi trường kiểm soát tạo nên đặc điểm chung của một đơn vị, có tác động trực tiếp đến ý thức của từng thành viên trong đơn vị về công tác kiểm soát, là nền tảng cho các bộ phận khác của KSNB.

- *Quy trình đánh giá rủi ro*: Là các hoạt động nhận diện, đánh giá các rủi ro kinh doanh, từ đó quyết định các hành động thích hợp nhằm đối phó với các rủi ro đó.

- *Thông tin và truyền thông*: Bao gồm toàn bộ các thông tin từ các nguồn bên trong và bên ngoài của tổ chức, được ban lãnh đạo và các thành viên của tổ chức thu thập, xử lý để ra các quyết định trong việc quản lý và kiểm soát các hoạt động của tổ chức.

- *Hoạt động kiểm soát*: Hoạt động kiểm soát được thực hiện ở tất cả các cấp độ quản lý và trong tất cả các chức năng của một tổ chức. Hoạt động kiểm soát bao gồm các hoạt động như ủy quyền, phê chuẩn, kiểm tra, đối chiếu, rà soát, phân tách trách nhiệm.

- *Giám sát*: Là quy trình đánh giá chất lượng của KSNB trong từng giai đoạn. Giám sát cung cấp thông tin cho ban quản lý về việc liệu KSNB có được hiểu và thi hành bởi các nhân viên trong đơn vị; được sử dụng và tuân thủ hàng ngày; và có thể sửa đổi hoặc cải tiến cho phù hợp với sự thay đổi của hoàn cảnh.

3. Vai trò của kiểm soát nội bộ

Một quy trình KSNB của DN chất lượng sẽ giúp đem lại các lợi ích sau cho DN:

- Hạn chế mức thấp nhất việc xảy ra rủi ro, gian lận. Các trường hợp ăn cắp chất xám của công ty đối thủ, hoặc nhân viên hai mang. Đảm bảo sự chính xác tuyệt đối của các số liệu, tài chính của DN.

- Giảm bớt được những sai lầm không đáng có của nhân viên gây thiệt hại cho DN, đặc biệt là về tài chính và thương hiệu.

- Ngăn chặn việc sử dụng sai trái nguồn công

quỹ, bòn rút công quỹ làm việc riêng.

- Hỗ trợ công cụ quản lý nghiệp vụ đối với tất cả các hoạt động của từng cá nhân, phòng ban, bộ phận hoạt động trong DN.

- Giảm bớt rủi ro không tuân thủ chính sách và quy trình kinh doanh của DN, ngăn chặn việc tiếp xúc những rủi ro không cần thiết do quản lý rủi ro chưa đầy đủ.

Thông thường, khi DN càng phát triển thì lợi ích của quy trình KSNB càng lớn hơn, vì người chủ DN sẽ gặp nhiều khó khăn hơn trong việc giám sát và kiểm soát các rủi ro này nếu chỉ dựa vào kinh nghiệm giám sát trực tiếp của bản thân.

Đối với những DN có sự tách biệt lớn giữa người quản lý và cổ đông, một quy trình KSNB của DN chất lượng sẽ góp phần tạo nên sự tin tưởng cao của cổ đông và điều này rất quan trọng đối với công ty có nhà đầu tư bên ngoài.

4. Các nguyên tắc xây dựng cơ chế kiểm soát nội bộ

Thứ nhất, công tác KSNB phải được thiết kế dựa trên kế hoạch hoạt động của tổ chức và căn cứ theo cấp bậc của đối tượng được kiểm soát: KSNB phải được xây dựng theo kế hoạch hoạt động của tổ chức. Nội dung kiểm soát tùy thuộc vào kế hoạch hoạt động của DN. Mặt khác, cơ chế kiểm soát cần được thiết kế căn cứ theo cấp bậc của đối tượng bị kiểm soát.

Thứ hai, công tác KSNB phải được thiết kế theo yêu cầu của nhà quản trị: Kiểm soát là nhằm giúp nhà quản trị nắm bắt được những vấn đề đang xảy ra mà họ quan tâm. Vì vậy, kiểm soát phải xuất phát từ nhu cầu riêng của mỗi nhà quản trị để cung cấp cho họ những thông tin phù hợp.

Thứ ba, sự kiểm soát phải được thực hiện chặt chẽ tại những khâu trọng yếu: Khi xác định rõ được mục đích của kiểm soát, trên thực tế các nhà quản trị phải lựa chọn và xác định phạm vi cần tập trung việc kiểm soát. Hầu hết các nhà quản trị đều mong muốn xây dựng được một hệ thống kiểm soát toàn diện và đầy đủ cho toàn bộ hoạt động trong đơn vị. Tuy nhiên, thực tế, không phải DN nào cũng có thể thiết kế được cơ chế kiểm soát cho tất cả các hoạt động để khi vận hành đều đạt hiệu quả do nhiều nguyên nhân như sự yếu kém về năng lực, hạn chế về chi phí... Vì vậy, trước hết, các DN nên tập trung xây dựng cơ chế kiểm soát

thật chặt ở những khâu cốt lõi, bộ phận trọng yếu của DN mình nếu không sẽ làm tổn kém thời gian và lãng phí về vật chất.

Thứ tư, kiểm soát phải khách quan: Việc thực hiện kiểm soát với những định kiến có sẵn sẽ không cho chúng ta những đánh giá và nhận xét khách quan, đúng mức về đối tượng được kiểm soát, kết quả kiểm soát sẽ bị sai lệch và ảnh hưởng đến các giải pháp đề xuất cũng như quyết định của nhà quản trị khiến cho DN bị tổn thất. Vì vậy, kiểm soát phải khách quan.

Thứ năm, hệ thống KSNB phải phù hợp với tình hình thực tế của DN: Để việc KSNB đạt hiệu quả cao, cần xây dựng một quy trình và các nguyên tắc kiểm soát phù hợp với nét văn hóa của DN.

Thứ sáu, việc kiểm soát phải tiết kiệm và đảm bảo tính hiệu quả kinh tế: Nguyên tắc này tuy đơn giản nhưng trên thực tế lại khó thực hiện. KSNB là chức năng cần thiết trong quản trị nhưng nó cũng đòi hỏi những chi phí nhất định trong quá trình thực hiện. Do đó, hoạt động KSNB được coi là tiết kiệm, đảm bảo hiệu quả kinh tế, là khi lợi ích đem lại phải lớn hơn chi phí bỏ ra cho hoạt động kiểm soát đó. Điều này cho thấy, các DN cần tính toán kỹ lưỡng để xây dựng cơ chế kiểm soát phù hợp, không lạm dụng quá nhiều lợi ích của kiểm soát để bỏ ra nhiều chi phí hơn lợi ích mà nó mang lại.

Thứ bảy, việc kiểm soát phải đưa đến hành động: Kiểm soát chỉ làm tròn vai trò của mình khi các sai lệch được phát hiện và được tiến hành điều chỉnh. Điều đó có nghĩa, nếu việc phát hiện sai lệch và nguyên nhân sai lệch không được gắn với quá trình điều chỉnh lại thì việc kiểm soát là vô nghĩa, không có tác dụng.

5. Các bước xây dựng cơ chế kiểm soát nội bộ

Để có một cơ chế KSNB hoàn hảo, trước tiên chúng ta phải đặt ra kế hoạch xây dựng. Việc xây dựng quy trình kiểm soát sẽ giúp DN đi đúng hướng, không sao nhãng trong quá trình thực hiện hệ thống. Dưới đây là chi tiết các bước xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ:

Bước 1: Xác định hướng đi và những rủi ro có thể gặp phải

Điều đầu tiên để xây dựng quy trình KSNB của DN chính là việc đề ra hướng đi tốt nhất. Tùy

thuộc vào tình hình cụ thể của DN mà hệ thống KSNB sẽ khác nhau.

Vẽ sơ đồ tổ chức quản lý phù hợp nhất với DN. Sau đó thiết lập nên nội quy, quy chế, quy định trong DN. Hệ thống nội quy này bất cứ ai đều phải tuân thủ nghiêm ngặt.

Đề ra chính sách quản lý nhân sự, chính sách phát triển DN và sản phẩm dịch vụ của DN.

Xác định những rủi ro có thể tới với DN trong hệ thống KSNB như rủi ro về tài chính, rủi ro về chiến lược và rủi ro về hoạt động tổ chức. Những rủi ro này đều để lại hậu quả lớn cho DN.

Bước 2: Mô hình hóa và phân tích

Sau khi đã định hướng được việc xây dựng quy trình kiểm soát nội bộ, phải vẽ ra mô hình cụ thể nhất về hệ thống. Sau đó đưa ra những phân tích về hệ thống của mình gồm có những gì. Để từng cá nhân có thể hiểu rõ mình cần làm gì để thực hiện tốt hệ thống.

Bước 3: Đối chiếu quy tắc quản lý

Khi đã đưa ra các quy định trong quy trình KSNB cho DN, nên đối chiếu so sánh xem nó có phù hợp với quy tắc quản lý của DN không. Nếu không phù hợp hoặc trái với quy tắc DN thì cần loại bỏ những quy định đó.

Hợp môi trường kiểm soát là điều rất quan trọng. Bạn không thể có hệ thống hoàn hảo nếu nó không phù hợp với môi trường làm việc. Khi xây dựng lên kế hoạch cần xem xét lại thật kỹ điều này.

Bước 4: Hình thành quy trình, hướng dẫn thực hiện - truyền thông

Sau khi đã hoàn tất đầy đủ những bước trên phải có các hướng dẫn cụ thể thực hiện. Để các nhân viên, phòng, ban thực hiện đúng theo hệ thống thì cần phải có hướng dẫn cụ thể từng việc làm.

Không để bất cứ ai không rõ về kế hoạch kiểm soát nội bộ. Một lỗ hổng tại một người sẽ dẫn đến hệ thống của xây dựng quy trình KSNB không thể hoàn chỉnh.

Bước 5: Thử nghiệm kế hoạch và đánh giá

Trước khi làm bất cứ điều gì cũng cần có bước thử nghiệm. Việc xây dựng quy trình KSNB cũng vậy. Để không xảy ra sai lầm lớn gây rủi ro nhiều cho DN.

Hãy thử nghiệm kiểm soát ở một bộ phận nhỏ trong DN. Rồi sau đó đánh giá những mặt lợi, hại và điều chỉnh phù hợp với quy mô DN lớn.

6. Những điểm lưu ý khi xây dựng cơ chế KSNB trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Khi xây dựng cơ chế KSNB trong DN dù trong bất kỳ thời đại nào thì DN vẫn cần vận dụng các nguyên tắc cần thiết và các bước cơ bản của tiến trình KSNB như đã đề cập ở trên. Tuy nhiên, trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ trên mọi lĩnh vực thì cơ chế KSNB của DN cũng cần điều chỉnh cho phù hợp. Theo đó, khi xây dựng cơ chế KSNB DN cần lưu ý những vấn đề sau:

Thứ nhất, nhận thức đúng về cơ chế KSNB trong thời đại 4.0.

Các nhà quản trị DN cần có những nhận thức và tư duy đúng đắn về cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 để có chiến lược, sự thay đổi phù hợp và bắt kịp được với xu thế của thời đại. Cơ chế KSNB trong thời đại 4.0 thì không thể chỉ chú trọng kiểm soát các hoạt động đơn thuần mà các DN cũng phải thay đổi công nghệ kiểm soát. Với cơ chế nền tảng KSNB kết hợp quản trị DN, hệ thống KSNB hoạt động hiệu quả, lãnh đạo DN có thể nắm được tình hình sản xuất hàng ngày, từ khâu đưa nguyên liệu vào đến khi sản phẩm ra thị trường, có thể trao đổi, giải quyết nhanh ngay nếu có sự cố mọi lúc, mọi nơi.

Thứ hai, áp dụng các nền tảng kiểm soát quản trị 4.0.

Các DN cần nghiên cứu áp dụng sớm cơ chế nền tảng KSNB kết hợp với quản trị DN để bắt kịp với xu hướng. Nền tảng KSNB kết hợp quản trị DN sản xuất thời đại 4.0 bao gồm hệ thống tích hợp tổng thể từ hệ thống sản xuất thông minh MES (quản trị từ việc lập kế hoạch, mua sắm nguyên liệu, sản xuất, kho bãi,...) đến hệ thống thương mại điện tử (E-commerce) và dịch vụ gắn kết khách hàng Loyalty. Bên cạnh đó, hệ thống ERP quản trị tài chính, nhân sự và các hệ thống phụ trợ khác như giám sát an ninh, kiểm soát ra vào nhà xưởng, kiểm soát bãi xe, quản lý suất ăn/căn tin, chấm công,... tích hợp tự động vào hệ thống kiểm soát quản trị nhân sự.

Việc kết nối các hệ thống kiểm soát với quản trị

sẽ giúp DN tăng tốc độ đáp ứng nhu cầu thị trường, giảm thiểu sai sót do các thao tác thủ công hoặc nhập thông tin nhiều lần, loại bỏ các lãng phí về nhân công, thời gian và cơ hội. Bên cạnh đó, DN cũng kết nối chặt chẽ cùng các đại lý và khách hàng qua hệ thống Loyalty, cho phép tối ưu hóa giao dịch thương mại, thiết lập hệ thống KSNB hiệu quả,... từ đó củng cố địa vị của DN.

Thứ ba, nâng cao trình độ công nghệ của đội ngũ quản lý và nhân viên.

Các DN cũng cần chú trọng nâng cao trình độ cho đội ngũ quản lý và nhân viên, đặc biệt là trình độ công nghệ thông tin để đáp ứng được với các thay đổi và yêu cầu cần thiết khi DN sử dụng nền tảng KSNB quản trị 4.0. Nếu DN chỉ thay đổi áp dụng các ứng dụng kiểm soát công nghệ mà không đào tạo được nguồn nhân lực phù hợp để quản lý và sử dụng các công nghệ đó thì cơ chế kiểm soát trong DN sẽ không thể phát huy hiệu quả.

7. Kết luận

Xu hướng toàn cầu hoá đã mở ra những cơ hội cũng như các thách thức lớn đối với các DN Việt Nam, với sự đa dạng của hình thức hoạt động sản xuất - kinh doanh, mức độ đầu tư và tăng trưởng ngày càng cao tại mỗi DN. Đặc biệt, với quá trình đẩy nhanh việc vốn hóa thị trường của môi trường kinh doanh tại Việt Nam, hiện nay, nhà đầu tư vốn đã và đang tách rời khỏi vai trò quản lý DN. Vì vậy, một cơ chế KSNB vững mạnh là công cụ tối ưu để xác định sự an toàn của nguồn vốn đầu tư, xác định hiệu quả điều hành của ban điều hành DN cũng như kịp thời nắm bắt hiệu quả hoạt động của DN.

Việc xây dựng hệ thống KSNB làm tăng khả năng cạnh tranh và là công cụ không thể thiếu của mọi tổ chức. Một DN có hệ thống kiểm soát chuẩn còn là nền tảng, là căn cứ xác định hiệu quả, tính khả thi đối với các dự án mới. Việc triển khai thực hiện theo tiêu chuẩn sẽ tạo nhiều khác biệt với phương pháp triển khai theo kinh nghiệm, giúp các DN tiết kiệm hơn về chi phí, hạn chế các sai lầm phổ biến, tăng hiệu quả và tính khả thi khi triển khai trong thực tế ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu được tài trợ bởi Trường Đại học Giao thông Vận tải trong đề tài mã số T2022-KT-005.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ndembu Zipporah Njoki (2015). *The effect of internal controls on the financial performance of manufacturing firms in Kenya*. Thesis, University of Nairobi.
2. Bùi Thanh Sơn (2020). *Kiểm soát nội bộ trong các ngân hàng thương mại Việt Nam*. Luận án tiến sỹ, Học viện Khoa học Xã hội.
3. Đặng Thùy Anh (2011). *Giáo trình kiểm soát nội bộ*. Trường Đại học Vinh.
4. The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (1985 - 2006). Internal Control - Intergrated Framework. Rechieved from: www.coso.org.
5. The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (2013). Internal Control - Intergared Framework Executive Summary. Rechieved from: www.coso.org.

Ngày nhận bài: 12/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 23/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. THẠCH MINH QUÂN¹

2. ThS. LÊ HẢI LINH¹

¹**Khoa Vận tải Kinh tế**

Trường Đại học Giao thông Vận tải

**THE INTERNAL CONTROL MECHANISM DEVELOPMENT
OF ENTERPRISES TO MEET PRATICAL NEEDS**

● Master. **THACH MINH QUAN¹**

● Master. **LE HAI LINH¹**

¹Faculty of Economic Transport, University of Transport

ABSTRACT:

Internal control plays an important role in organizations in general and enterprises in particular. Building a scientific and effective internal control mechanism will help businesses limit risks, improve their business efficiency and competitiveness, and achieve their business goals. This paper summarizes the basic contents of internal control, the benefits of internal control, and notes for enterprises when they develop their internal control mechanism in the context of the Industrial Revolution 4.0.

Keywords: internal control, enterprise, COSO.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN GAP YEAR CỦA HỌC SINH THPT TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

● NGUYỄN THƯỜNG LẠNG - NGUYỄN THỊ HƯƠNG GIANG - NGUYỄN DUY HOÀNG
- ĐỖ YẾN NHI - HOÀNG NGỌC VÂN - ĐINH HOÀNG THANH TRANG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện với mục tiêu tìm hiểu yếu tố ảnh hưởng tới ý định lựa chọn gap year¹ của học sinh trung học phổ thông trên địa bàn thành phố Hà Nội. Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Kết quả nghiên cứu chỉ ra 7 yếu tố ảnh hưởng đến đối tượng nghiên cứu, bao gồm: động cơ bên trong, truyền thông, khả năng tài chính, ảnh hưởng của những người xung quanh và xã hội, thái độ, tính cách và nhận thức rủi ro. Từ đó, bài viết chỉ ra tiềm năng phát triển và đề xuất giải pháp nhằm thúc đẩy sự phổ biến gap year ở Việt Nam.

Từ khóa: ý định lựa chọn, gap year, học sinh trung học phổ thông, thành phố Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Gap year từ lâu là sự lựa chọn phổ biến của học sinh ở Mỹ và các nước phương Tây như Anh, Canada, Úc, v.v. Các trường đại học nổi tiếng như Harvard, Yale đã khuyến khích học sinh hoãn một năm trước khi nhập học để có thời gian tham gia các hoạt động phát triển bản thân. Theo số liệu khảo sát của American Gap Association, 98% học sinh trả lời thời gian gap year giúp họ có cơ hội phát triển, trưởng thành hơn; 84% cho biết họ có thêm kỹ năng nghề nghiệp hữu ích và 77% nói khoảng thời gian không phải chịu áp lực về thi cử, thành tích giúp họ suy nghĩ và xác định được mục tiêu rõ ràng trong cuộc sống. Tại Đông Nam Á, Malaysia tích hợp gap year thành một phần trong chương trình giảng dạy đại học. Idris Jusoh - Bộ trưởng Bộ Giáo dục Đại học, tuyên bố bắt đầu từ năm 2017 các sinh viên đại học từ 8 trường công lập được lựa chọn tạm ngừng một năm học tập.

Tại Việt Nam, gap year chưa thực sự phổ biến do rào cản về định kiến xã hội, học sinh chưa có đủ khả năng tài chính, thiếu sự ủng hộ của gia đình và chưa có nhiều lựa chọn để có thời gian gap

year hiệu quả. Tuy nhiên gần đây, với xu hướng hội nhập toàn cầu, các bậc phụ huynh dần nhận thấy trải nghiệm thực tế rất có ích cho sự phát triển của con cái, học sinh cũng đã dám bước ra khỏi vùng an toàn để tìm kiếm những cơ hội mới phát triển bản thân.

Đây chính là lý do để thực hiện nghiên cứu, nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gap year của học sinh trung học phổ thông (THPT) trên địa bàn thành phố Hà Nội.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng

Nghiên cứu khảo sát đối tượng là học sinh THPT trên địa bàn Hà Nội.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu áp dụng 2 phương pháp: nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng, với 2 giai đoạn:

Giai đoạn 1: Nghiên cứu định tính: Thông qua hoạt động phỏng vấn, thu thập ý kiến chuyên gia, đội ngũ học sinh THPT để xây dựng thang đo sơ bộ.

Giai đoạn 2: Nghiên cứu định lượng: Thực hiện trên nguồn thông tin thu thập được từ phiếu điều tra, phân tích, xử lý dữ liệu và tiến hành

kiểm định mô hình nhằm giải quyết các mục tiêu định lượng của đề tài.

3. Cơ sở lý thuyết và mô hình đề xuất

Theo mô hình nghiên cứu SWOT (Viện Nghiên cứu Stanford, 1964), cá nhân xác định được mục tiêu cùng các yếu tố bên trong và bên ngoài có thể ảnh hưởng tích cực hay tiêu cực đến mục tiêu bản thân đề ra. Mô hình vùng học tập (Senninger, T., 2000) phản ánh hành trình thường thực hiện trước khi bắt đầu học một điều mới. Mô hình đồng thời chứng minh người học cần thoát ra khỏi khu vực thoải mái nhưng không đến mức khiến họ trở nên hoảng loạn hoặc căng thẳng. Lý thuyết hành vi hoạch định TPB (Ajzen, 1991) dự đoán ý định của cá nhân khi thực hiện hành vi. Hành vi cá nhân bị chi phối bởi 3 yếu tố cơ bản bao gồm thái độ của bản thân về hành động, chuẩn mực chủ quan và cách thức kiểm soát hành vi nhận thức.

Ngoài ra, nhóm tác giả còn tìm được một số mô hình lý thuyết liên quan đến gap year. Mô hình quá trình ra quyết định lựa chọn các hoạt động gap year (Jones, 2004) chia thành 2 lớp cơ bản: lớp thứ nhất (Vương quốc Anh hoặc ở nước ngoài và các hoạt động có cấu trúc hoặc không có cấu trúc), lớp thứ hai bao gồm 6 loại hoạt động (làm việc được trả lương và tự nguyện, học tập, du lịch có tổ chức và độc lập, giải trí). Mô hình ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gap year (Wu & cộng sự, 2014) bao gồm yếu tố đẩy (xuất phát từ yếu tố tâm lý như nghỉ ngơi, học thêm kỹ năng mềm và kỹ năng sống) và yếu tố kéo (đến từ yếu tố môi trường như các nền văn hóa lạ ở thế giới thứ ba, điểm gắn kết gia đình và những cảnh quan đẹp trong nước). 4 yếu tố liên kết bên ngoài nhằm kích thích hành vi cụ thể là học vấn, ảnh hưởng từ bạn bè, ảnh hưởng gia đình và sự tiếp nhận thông tin.

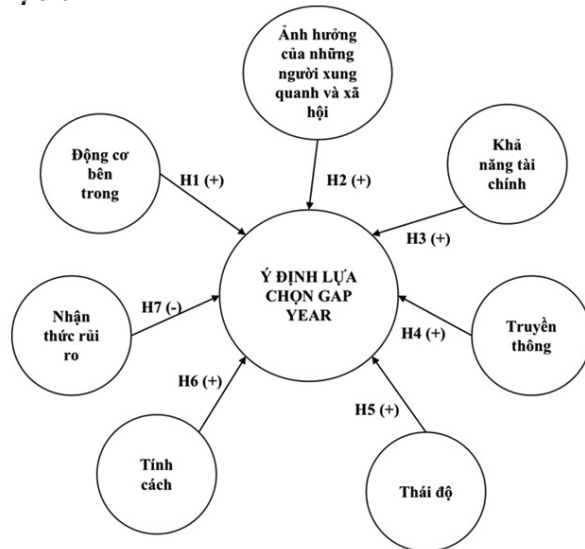
Trên cơ sở các mô hình lý thuyết và các nghiên cứu liên quan đến yếu tố ảnh hưởng tới ý định lựa chọn gap year của học sinh THPT trên địa bàn Hà Nội được đề cập ở trên, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu với biến phụ thuộc “Quyết định lựa chọn gap year” với 7 biến độc lập: H1, H2, H3, H4, H5, H6 và H7. (Hình 1)

Trong đó:

H1: Động cơ bên trong có tương quan dương với ý định lựa chọn gap year.

Động cơ bên trong: thể hiện ở tâm lý mong muốn phát triển bản thân, tích lũy kiến thức, cải

Hình 1: Mô hình lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gap year của học sinh THPT



Nguồn: Nhóm tác giả

thiện kỹ năng mềm đã thôi thúc học sinh lựa chọn gap year.

H2: Ảnh hưởng của những người xung quanh và xã hội có tương quan dương với ý định lựa chọn gap year.

Ảnh hưởng của những người xung quanh và xã hội: xem xét ý định chọn gap year của học sinh thường chịu tác động bởi đối tượng nào trong xã hội (gia đình, bạn bè, cộng đồng,...)

H3: Khả năng tài chính có tương quan dương với ý định lựa chọn gap year.

Khả năng tài chính: Gap year phù hợp với điều kiện tài chính; gap year mang lại giá trị tương xứng với chi phí đã bỏ ra.

H4: Yếu tố truyền thông có tương quan dương với ý định lựa chọn gap year.

Truyền thông: là quá trình trao đổi thông tin để tăng sự hiểu biết. Ảnh hưởng của nguồn thông tin từ truyền thông tác động mạnh mẽ tới ý định lựa chọn gap year của học sinh.

H5: Thái độ có tương quan dương với ý định lựa chọn gap year.

Thái độ: được hiểu là những phản ứng đối với một sự vật, hiện tượng theo cách tích cực hoặc tiêu cực. Thái độ gồm 3 thành phần: nhận thức, cảm xúc và xu hướng hành vi.

H6: Tính cách có tương quan dương với ý định lựa chọn gap year.

Tính cách: là trạng thái tâm lý cá nhân quy định cách thức hành động và phản ứng đối với môi trường xung quanh. Nhóm tác giả đề cập tới yếu tố tính cách để chỉ ra những tính cách khác nhau ảnh hưởng như thế nào tới quyết định lựa chọn gap year.

H7: Nhận thức rủi ro có tương quan âm với ý định lựa chọn gap year.

Nhận thức rủi ro: thể hiện sự quan ngại của học sinh khi tham gia gap year như không đạt được những mục tiêu như kỳ vọng; bị chậm một năm so với bạn bè đồng trang lứa; lãng phí một năm của bản thân; khoản tiền chi cho gap year không được sử dụng một cách hiệu quả,...

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kiểm định hệ số tin cậy Cronbachs Alpha

Sau khi tiến hành phân tích Cronbach's Alpha, kết quả cho thấy cả 7 biến độc lập của mô hình đều có hệ số Alpha lớn hơn 0.7, chứng tỏ thang đo của những biến này đều đảm bảo về hệ số tin cậy. Trong đó, thang đo của yếu tố nhận thức rủi ro có giá trị Cronbach's Alpha lớn nhất (0.842) và yếu tố truyền thông có giá trị thấp nhất (0.757). Đối với thang đo, nhóm tác giả nhận thấy không có giá trị nào của hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3. Như vậy, tất cả 26 biến quan sát trong bảng của các khái niệm như ảnh hưởng của những người xung quanh và xã hội, động cơ bên trong, khả năng tài chính, truyền thông, thái độ, tính cách, nhận thức rủi ro đều đạt yêu cầu và tiếp tục được sử dụng để phân tích yếu tố khám phá EFA.

4.2. Phân tích yếu tố khám phá EFA

Trị số KMO bằng 0.878 ($0.5 \leq KMO \leq 1$) kết quả phân tích yếu tố phù hợp với tập dữ liệu nghiên

Bảng 1. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett's

Hệ số KMO		.878
Kiểm định Bartlett's	Approx. Chi-Square	2458.577
	Df	253
	Sig.	.000

Nguồn: Nhóm tác giả

cứu. Kiểm định Bartlett's test có hệ số sig bằng 0.000 < 0.05 thể hiện các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể. Tổng phương sai trích đạt 66.356% > 50% chứng tỏ mô hình EFA là phù hợp. Trị số Eigenvalue của 7 yếu tố bằng 1.065 > 1 nên các yếu tố đều được giữ lại. (Bảng 1)

4.3. Phân tích tương quan Pearson

Tóm lại, tất cả 7 biến độc lập đều có tương quan với biến phụ thuộc. (Bảng 2)

Kết quả trên cho thấy tất cả các biến ảnh hưởng của những người xung quanh và xã hội, động cơ bên trong, khả năng tài chính, truyền thông, thái độ, tính cách, nhận thức rủi ro đều được đưa vào phân tích hồi quy đa biến.

4.4. Phân tích hồi quy

4.4.1. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Theo kết quả phân tích, "R² hiệu chỉnh" đạt 0.628 nghĩa là 62.8%, chứng tỏ các biến độc lập giải thích được 62.8% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Phần còn lại 37.2% chịu tác động của những biến ngoài mô hình và sai số thống kê. Kết quả này chỉ ra mô hình hồi quy phù hợp. (Bảng 3)

Kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình, giá trị F bằng 75.077 với Sig. bằng 0.000 <

Bảng 2. Ma trận tương quan giữa các biến

		AH	ĐC	KT	TT	TĐ	TC	RR
QĐ	Hệ số Pearson	0.545**	0.593**	0.516**	0.519**	0.526**	0.516**	-0.489**
	Sig (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

***. Tương quan có ý nghĩa ở mức 1%.*

Nguồn: Nhóm tác giả

Bảng 3. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Độ lệch chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0.798	0.637	0.628	0.54724	1.962

a. Biến dự báo: Hằng số, RR, TĐ, TT, TC, KT, AH, ĐC
b. Biến độc lập: QĐ

Nguồn: Nhóm tác giả

Bảng 4. Kết quả phân tích phương sai ANOVA

Mô hình	Tổng các bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig.
Hồi quy	157,382	7	22.483	75.077	.000
Phần dư	89,840	300	0.299		
Tổng	247,222	308			

a. Biến dự báo: Hằng số, RR, TĐ, TT, TC, KT, AH, ĐC
b. Biến độc lập: QĐ

Nguồn: Nhóm tác giả

0.05, điều này cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính phù hợp với bộ dữ liệu và có thể sử dụng được. (Bảng 4)

4.4.2. Kiểm định các giả thuyết và đánh giá tầm quan trọng của biến

Các giá trị ở cột Sig đều nhỏ hơn 5% nên tất cả 7 biến độc lập đều có ý nghĩa thống kê đến biến phụ thuộc. Nói cách khác 7 giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 đều được chấp nhận. (Bảng 5)

Từ kết quả trên, nhóm đưa ra phương trình hồi quy sau:

$$\begin{aligned}
 QĐ &= 0.296*ĐC + 0.204*AH \\
 &+ 0.151*KT + 0.185*TT + 0.172*TĐ \\
 &+ 0.127*TC - 0.137*RR \\
 QĐ &= 0.296*Động cơ bên trong \\
 &+ 0.204*Ảnh hưởng của những xung quanh \\
 &\text{và xã hội} \\
 &+ 0.151*Khả năng tài chính \\
 &+ 0.185*Truyền thông + 0.172*Thái độ \\
 &+ 0.127*Tính cách - 0.137*Nhận thức rủi ro
 \end{aligned}$$

5. Giải pháp

5.1 Đối với cá nhân

Một là, học sinh nên tập trung vào các cơ hội trước mắt trong thời kỳ cấp ba như tham gia vào các công tác phục vụ cộng đồng; nghiên cứu, tham gia các dự án trong và ngoài nước hay đi làm thêm để tìm hiểu và có nhìn nhận rõ ràng hơn về các ngành nghề từ đó đưa ra quyết định chính xác hơn.

Hai là, học sinh nên đánh giá những lợi ích và bất lợi để xây dựng kế hoạch chi tiết, đưa các hoạt động và chương trình dự kiến vào lộ trình gap year để cân đối thời gian thực hiện, hưởng tới trải nghiệm hiệu quả.

5.2 Đối với gia đình

Một là, các bậc phụ huynh nên cùng con tiếp cận thông tin hữu ích về gap year để trang bị thêm kiến thức, việc đồng hành cùng con tra cứu thông tin cũng sẽ giúp phụ huynh thấu hiểu con mình hơn, biết được con mình thiếu gì và cần gì để đưa ra định hướng cho con.

Bảng 5. Hệ số phương trình hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Sai số	VIF
Constant	-0.115	0.334		-0.345	0.730		
ĐC	0.296	0.049	0.252	6.029	0.000	0.694	1.442
AH	0.204	0.042	0.199	4.818	0.000	0.710	1.408
KT	0.151	0.039	0.160	3.896	0.000	0.714	1.400
TT	0.185	0.040	0.185	4.593	0.000	0.750	1.333
TĐ	0.172	0.048	0.148	3.572	0.000	0.706	1.416
TC	0.127	0.044	0.121	2.881	0.004	0.686	1.457

Nguồn: Nhóm tác giả

Hai là, phụ huynh nên mạnh dạn chia sẻ với con về điều kiện tài chính gia đình để tránh việc gap year của con trở thành gánh nặng kinh tế của gia đình.

5.3. Đối với nhà trường

Một là, các trường học, đặc biệt là cấp bậc THPT, mời chuyên gia tư vấn cho học sinh những kiến thức liên quan đến gap year, ưu và nhược điểm, cách thực hiện gap year hiệu quả, hoặc tổ chức cuộc thi tìm hiểu về gap year khuyến khích học sinh trình bày quan điểm bản thân.

Hai là, nhà trường nên hỗ trợ sinh viên có ý định gap year bằng học bổng. Ngoài ra, trường học có thể tham khảo chương trình hỗ trợ gap year của các đại học nước ngoài như Harvard, Yale,... Bên cạnh đó, nhà trường cần mở phòng hỗ trợ tư vấn giúp học sinh định hướng nghề nghiệp phù hợp.

5.4. Đối với xã hội

Một là, thúc đẩy các hoạt động truyền thông một cách hiệu quả thể hiện ở việc truyền tải nội dung thông điệp đầy đủ và phù hợp. Từ đó, khi thực hiện gap year, học sinh có thể tìm được những hoạt động có độ tin cậy cao như tình

nguyện ở các tổ chức WWOOF, Working Holiday, Picking jobs,...

Hai là, đa dạng hơn cách truyền tải thông tin tới cộng đồng nói chung và đội ngũ học sinh nói riêng. Thời đại công nghệ ngày càng phát triển, mọi người có thể tiếp cận nguồn thông tin theo nhiều cách như xem một video tóm tắt thông tin về gap year trên mạng xã hội hay tham khảo những hoạt động tình nguyện, du lịch, khám phá thông qua hội nhóm trên Facebook.

6. Kết luận

Gap year mang lại nhiều lợi ích cho nền giáo dục nói riêng và mục tiêu phát triển đất nước nói chung. Việc tiến hành khảo sát và nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn tham gia gap year của học sinh THPT trên địa bàn thành phố Hà Nội là cần thiết để cung cấp cho các bậc phụ huynh, nhà quản lý, trường học và tổ chức có cái nhìn rõ ràng hơn về gap year và đề xuất những giải pháp phù hợp. Các chiến dịch truyền thông khuyến khích thúc đẩy gap year và hoạt động ngoại khóa cần được đẩy mạnh để đáp ứng nhu cầu khám phá bản thân ngày càng lớn của học sinh ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Gap year có thể hiểu là thời gian “nghỉ giữa hiệp”, hoặc nghỉ giữa kỳ, nghỉ kết thúc năm học kéo dài 6 tháng đến 1 năm, được hiểu là cơ hội để bạn trẻ rời bỏ sách vở, rời bỏ giảng đường quen thuộc để có thể thỏa trải nghiệm những điều bản thân mong ước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Abdullah, D. (2017). Biến “Gap year” trở thành hiện thực: Các vấn đề cần xem xét. *Tạp chí Giáo dục Đại học Quốc tế*, 89, 15-17.
2. Coetzee, M. & Bester, S. (2010). The possible value of a gap year: A case study. *South African Journal of Higher Education*, 23(3). DOI: 10.4314/sajhe.v23i3.51050.
3. Cline, J. M. (2013). *Minding the Gap: Impact of Pre-College Gap Year on Transition to College*. Master of Arts in Higher Education Theses. 109.
4. Hoe, N. (2020). American Gap Association National Alumni Survey, from: <https://www.gapyearassociation.org/wp-content/uploads/2021/05/2015-NAS-Report.pdf>.
5. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS, tập 1 + 2*.
6. Kaora, S. (2012). ギャップイヤー導入による国際競争力を持つ人材の育成, from: https://www.jasso.go.jp/ryugaku/related/kouryu/2011/_icsFiles/afieldfile/2021/02/18/kaorusunada.pdf.
7. LaMorte, W. W. (n.d.). The Theory of Planned Behavior. Boston University School of Public Health, from: <https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchange/theories/BehavioralChangeTheories3.html>.

8. Nieman, M. M. (2010). The perception of higher education students of the influence of their gap year experiences on their personal development. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 50(1), 119-131.
9. OShea, J. (2011). Delaying the academy: A gap year education. *Teaching in Higher Education*, 16(5), 565-577. Doi: 10.1080/13562517.2011.570438.

Ngày nhận bài: 13/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. NGUYỄN THƯỜNG LẠNG

2. NGUYỄN THỊ HƯƠNG GIANG

3. NGUYỄN DUY HOÀNG

4. ĐỖ YẾN NHI - HOÀNG NGỌC VÂN

5. ĐINH HOÀNG THANH TRANG

Viện Đào tạo Tiên tiến, Chất lượng cao và POHE, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

FACTORS AFFECTING THE INTENTION OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN HANOI CITY TO TAKE A GAP YEAR

● Assoc.Prof. **NGUYEN THUONG LANG**¹

● **NGUYEN THI HUONG GIANG**¹

● **NGUYEN DUY HOANG**¹

● **DO YEN NHI**¹

● **HOANG NGOC VAN**¹

● **DINH HOANG THANH TRANG**¹

¹School of Advanced Education Programs
National Economics University

ABSTRACT:

The study is to determine the factors affecting the intention of high school students in Hanoi city to take a gap year by using qualitative and quantitative research methods. The study finds out there are 7 factors affecting the intention of high school students in Hanoi city to take a gap year. These factors are internal motivation, communication, financial ability, influence of other people and society, attitude, personality and risk perception. This study points out the development potential and proposes solutions to promote the popularity of gap year in Vietnam.

Keywords: choice, gap year, high school student, Hanoi city.

MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI CÁC ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH BIỂN QUẢNG NINH

● MAI HẢI AN

TÓM TẮT:

Bài viết đưa ra mô hình và các thang đo dựa trên lý thuyết, kết quả của những công trình trước đây, cũng như phỏng vấn du khách hàng đến Quảng Ninh trong giai đoạn “bình thường mới”. Nhóm nghiên cứu xây dựng mô hình gồm 1 biến phụ thuộc: Sự hài lòng của du khách (Y) thông qua nhóm 5 nhân tố là: Nguồn lực du lịch biển (X1); Sản phẩm du lịch biển (X2); Tài nguyên du lịch biển (X3); Cơ sở vật chất - Hạ tầng (X4); Cộng đồng (X5). Nhóm 5 nhân tố được đo lường thông qua nhóm 26 biến quan sát.

Từ khóa: sự hài lòng của du khách, du lịch biển, du lịch, tỉnh Quảng Ninh.

1. Đặt vấn đề

Du lịch biển đã và đang thúc đẩy sự phát triển cho ngành du lịch và nền kinh tế của mỗi quốc gia, là động lực thúc đẩy kinh tế biển của các địa phương phát triển mạnh mẽ. Du lịch biển luôn là loại hình du lịch chủ đạo (sau du lịch sinh thái và du lịch văn hóa), có vai trò và tỷ trọng lớn cả về giá trị doanh thu, số lượng lao động, cơ sở hạ tầng - vật chất kỹ thuật... trong ngành Du lịch ở các quốc gia có lợi thế về biển như Việt Nam. Thực tế, phát triển du lịch biển không chỉ mang lại lợi nhuận cho các doanh nghiệp du lịch, mà còn giúp nâng cao đời sống, cải thiện thu nhập và phúc lợi cho cộng đồng cư dân ven biển. Điều đó cho thấy phát triển du lịch biển ở nước ta vô cùng cần thiết để đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế.

Vùng biển Quảng Ninh của Việt Nam có điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên rất thuận lợi cho phát triển mạnh mẽ du lịch biển, ven biển, với nhiều loại hình khác nhau. Giới thiệu đến du

lich biển Quảng Ninh, du khách sẽ nghĩ đến : Vịnh Hạ Long - một trong những di sản thiên nhiên thế giới được UNECO công nhận, với hơn 1.900 hòn đảo lớn nhỏ; huyện đảo Cô Tô với hơn 50 đảo lớn nhỏ hoang sơ mà thơ mộng; Vịnh Bái Tử Long; biển Vân Đồn; biển Trà Cổ - nơi địa đầu Tổ quốc,...

Trong 2 năm qua, du lịch Việt Nam nói chung và du lịch biển nói riêng chịu ảnh hưởng hết sức nặng nề của đại dịch Covid-19. Du lịch biển Quảng Ninh cũng không thoát khỏi vòng xoáy này. Lượng khách giảm đột ngột, nhiều cơ sở lưu trú phải đóng cửa, nhân viên thất nghiệp, kinh tế bị giảm sút. Khi cả đất nước chuyển sang giai đoạn “bình thường mới” ngành Du lịch bắt đầu khởi sắc, các vùng biển Quảng Ninh là các điểm đến yêu thích của các du khách trong và ngoài nước.

Bài viết này dựa trên một số lý thuyết và kết quả đã công bố để trình bày rõ hơn về sự hài lòng của du khách với du lịch biển Việt Nam nói chung

và du lịch biển Quảng Ninh nói riêng, kết hợp với việc phỏng vấn sâu 184 khách hàng, từ đó đưa ra một số nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của du khách và đề xuất mô hình nghiên cứu.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

Hà Nam Khánh, Lê Thái Sơn (2013) đã đưa ra nhóm các nhân tố chủ yếu tác động đến sự hài lòng của du khách đến thăm làng nghề truyền thống Kim Bồng - Hội An, đó là: Sự đồng cảm, Sự tin cậy, Sự bảo đảm.

Nguyễn Thanh Quảng (2017) khi “Nghiên cứu sự hài lòng của du khách quốc tế đến Nha Trang” đã đưa ra nhóm 5 nhân tố chính tác động đến sự hài lòng của du khách, đó là: Cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch; Môi trường; Tài nguyên du lịch; Phương tiện vận chuyển; Các dịch vụ ăn uống, tham quan, giải trí và mua sắm.

Trần Mạnh Hưng; Nguyễn Sinh Thành (2018) phân tích “Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch thể thao biển ở thành phố Đà Nẵng” đã nêu ra thực trạng và làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch thể thao biển, cũng như những hạn chế tồn tại và đề xuất các giải pháp về du lịch thể thao biển tại thành phố Đà Nẵng, nhưng chưa nêu được tác động của du lịch thể thao tác động đến các mặt xã hội khác như thế nào?

Nguyễn Danh Nam, Ưông Thị Ngọc Lan (2021) đã nêu ra đầy đủ và chi tiết thực trạng phát triển du lịch biển ở Phú Quốc, tìm ra 4 giải pháp chiến lược nhằm phát triển bền vững du lịch biển thành phố đảo, bao gồm: tăng cường đầu tư phát triển sản phẩm du lịch biển và cơ sở hạ tầng du lịch; nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực du lịch; thực hiện khác biệt và đa dạng hóa sản phẩm du lịch biển; đẩy mạnh phát triển du lịch xanh và bền

vững. Tuy nhiên, các giải pháp đưa ra chưa được cụ thể hóa.

Dr.Ir. Wiwik Setyaningsh, MT. Sri Yuliani, ST. MappSc, Dr. Yosafat (2019): “Beach Tourism Development Strategy through Ecological Architecture” đăng trên Approach in Pacitan, East Java - Indonesia đã đưa ra cách nhìn nhận mới mẻ và sâu sắc hơn về du lịch biển đi đôi với du lịch sinh thái; từ đó chỉ ra tầm quan trọng của các chi tiết góp phần phát triển du lịch biển.

Lê Thị Diên (2021) với “Đánh giá thực trạng phát triển du lịch biển tại Sầm Sơn, Thanh Hóa” đã chỉ ra thực trạng phát triển du lịch tại Sầm Sơn và đề xuất nhiều giải pháp để phát triển du lịch biển ở Sầm Sơn, như: thu hút nguồn vốn, áp dụng các ứng dụng khoa học kỹ thuật, nâng cao trách nhiệm bảo vệ môi trường.

2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở lý thuyết và các mô hình của các nghiên cứu trước đó, tác giả xây dựng mô hình gồm biến phụ thuộc với nhóm 5 biến giải thích.

* *Biến phụ thuộc Y:*

- Sự hài lòng của du khách gồm 3 biến.

* *Biến giải thích:*

- Nguồn lực du lịch biển (X1) gồm 5 biến;

- Sản phẩm du lịch biển (X2) gồm 6 biến;

- Tài nguyên du lịch biển (X3) gồm 5 biến;

- Cơ sở vật chất - Hạ tầng (X4) gồm 6 biến;

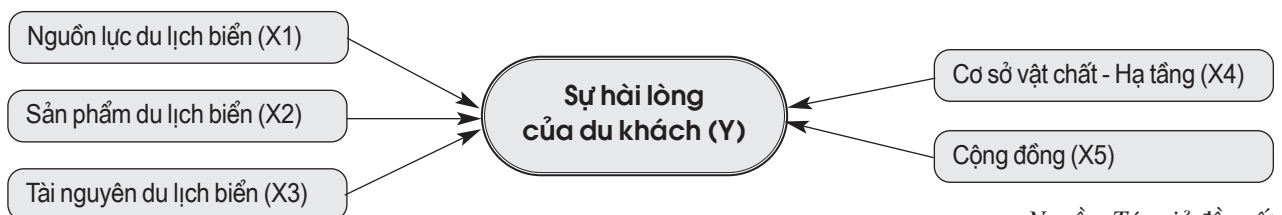
- Cộng đồng (X5) 4 biến.

Mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

Để triển khai nghiên cứu sự hài lòng của du khách đối với điểm đến du lịch biển Quảng Ninh, nghiên cứu này tiến hành các phương pháp nghiên cứu định tính/sơ bộ và nghiên cứu định lượng/kiểm định thang đo, đồng thời đưa ra mô hình nghiên cứu và kiểm tra các khuyết tật của mô hình.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

3.1. Phương pháp thu thập số liệu

Nhóm tác giả đã thực hiện thu thập số liệu thông qua phát phiếu điều tra và thực hiện phỏng vấn chuyên sâu trực tiếp du khách đã đến các vùng biển Quảng Ninh ngày 20/3/2022.

3.2. Phương pháp xử lý số liệu

Dữ liệu điều tra bằng phiếu khảo sát sẽ được tổng hợp, phân nhóm, sau đó được cập nhật vào phần mềm Excel để làm sạch, đồng thời sử dụng phần mềm SPSS để thống kê mô tả các biến chính và kiểm tra mức độ liên quan giữa các biến.

3.3. Phiếu khảo sát

Tác giả kế thừa cách chấm điểm các câu hỏi của Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2011): “Các câu hỏi sử dụng thang đo Likert 5 điểm. Theo mục tiêu nghiên cứu, tác giả để mức ý nghĩa $\alpha < 0.05$. Khi đó, kích thước mẫu $n = 284$ là phù hợp.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đặc điểm mẫu

Số lượng phiếu phát ra là 316 phiếu tới 316 du khách đến các vùng biển tại tỉnh Quảng Ninh, thu lại 284 phiếu, loại 16 phiếu không hợp lệ, kích thước mẫu $n = 284$ (tỷ lệ thu hồi 89,87%), với tỷ lệ nữ là 62% và 38% nam. Về nhóm tuổi, đối tượng tham gia phỏng vấn: Học sinh - sinh viên 30,4%; Người đi làm 42,4%; Đối tượng khác 27,2%, trong đó độ tuổi từ 18 - 55 chiếm 86,6%

4.2. Kết quả nghiên cứu kiểm định thang đo

4.2.1. Kiểm định thang đo

Để đánh giá tính nhất quán nội tại của các khái niệm nghiên cứu, phương pháp phân tích yếu tố khám phá (EFA) và hệ số tin cậy Cronbach's alpha được vận dụng. Kết quả tính toán Cronbach's alpha của 3 thành phần riêng biệt với Sự hài lòng của du

khách (Y) được phát triển tổng thể như sau:

Một là, 3 thành phần của Sự hài lòng của du khách (Y) đều có hệ số tin cậy Cronbach's alpha lớn hơn 0,727 đáp ứng tiêu chuẩn kiểm định (> 0.70).

Hai là, với các thang đo của các thành phần: Nguồn lực du lịch biển (X1) gồm 5 biến; Tài nguyên du lịch biển (X3) gồm 5 biến; Cộng đồng (X5) gồm 4 biến đều có hệ số tin cậy Cronbach's alpha > 0.70 ; Hệ số tương quan biến tổng $> 0.5 \rightarrow$ đáp ứng tiêu chuẩn kiểm định, được đưa vào phân tích EFA tiếp theo.

Ba là, với các thang đo của 2 thành phần: Sản phẩm du lịch biển (X2) gồm 6 biến; Cơ sở vật chất - Hạ tầng (X4) gồm 6 biến. Hầu hết các thang đo của 3 thành phần này đều đạt mức tin cậy Cronbach's alpha > 0.70 . tương quan biến tổng > 0.4 . Tuy nhiên, có 2 biến quan sát tương ứng của 2 biến X2, X4 có hệ số Cronbach's alpha < 0.70 (lần lượt là 0.329; 0.416), đồng thời chúng đều có tương quan biến tổng < 0.3 (lần lượt là 0.256; 0.251), nên loại ra khỏi trong các phân tích EFA tiếp theo.

Sau khi kiểm định thang đo và phân tích EFA chúng ta đã loại 3 biến quan sát, còn lại 24 biến quan sát của 5 nhân tố và 3 biến quan sát của Sự hài lòng của du khách (Y) đều được đưa vào phân tích tương quan tiếp theo.

4.2.2. Phân tích tương quan

Một phương pháp chung để đánh giá giá trị phân biệt là kiểm định ma trận tương quan cho các biến độc lập và biến phụ thuộc. Nếu kết quả cho hệ số tương quan < 0.8 sẽ chỉ ra rằng các biến thành phần là độc lập với nhau. Bảng 1 tóm tắt mối tương quan thống kê Pearson giữa các biến được giải thích.

Từ Bảng 1 cho phép rút ra một số nhận định:

Bảng 1. Phân tích tương quan giữa các biến nghiên cứu

Các biến	X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	1	0.387*	0.378*	0.494*	0.302*	0.492*
X2		1	0.353*	0.316*	0.283*	0.212*
X3			1	0.256*	0.333*	0.291*
X4				1	0.207*	0.262*
X5					1	0.236*
Y						1

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng SPSS 18.0

Một là, hệ số tương quan giữa biến phụ thuộc Y - Sự hài lòng của du khách và các biến giải thích đều có mức ý nghĩa thống kê $p < 0.05$, vì thế các biến giải thích này đều có thể đưa vào mô hình để giải thích cho giá trị khách hàng.

Hai là, tất cả hệ số tương quan cặp tuyệt đối dao động trong khoảng $[0.207 - 0.494]$, nghĩa là không vượt qua hệ số điều kiện 0.8, điều đó chứng minh rằng các biến thành phần đều không có mối quan hệ cộng tuyến. Nói cách khác, các thang đo trong nghiên cứu này đã đo lường được các khái niệm nghiên cứu khác nhau.

4.3. Xây dựng mô hình hồi quy và kiểm định các giả thuyết

4.3.1. Mô hình hồi quy tuyến tính bội

Mô hình hồi quy bội đã được đề xuất như sau:

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_{1i} + \beta_3 X_{2i} + \beta_4 X_{3i} + \beta_5 X_{4i} + \beta_6 X_{5i} + U_i \quad (1)$$

Trong đó:

β_1 là hệ số chặn

β_k là các hệ số hồi quy của phương trình hồi quy.

U_i là sai số ngẫu nhiên.

Tiến hành hồi quy tuyến tính bằng phần mềm SPSS, chúng ta nhận được như sau: (Bảng 2)

Từ Bảng 2 rút ra một số nhận định sau:

Một là, các hệ số hồi quy tương ứng với các biến giải thích đều có mức ý nghĩa thống kê ở mức nhỏ hơn 0.05 và 0.01, do đó 5 nhân tố là “Nguồn lực du lịch biển”, “Sản phẩm du lịch biển”, “Tài nguyên du lịch biển”, “Cơ sở vật chất - Hạ tầng” và “ Cộng đồng” đều có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc “Sự hài lòng của du khách”.

Hai là, hệ số xác định bội R^2 của mô hình là $91.982/145.021 = 63.42\%$ cũng có nghĩa là nhóm 5 thành phần giải thích đến 63.42% cho Sự hài lòng của du khách (Y).

Phương trình hồi quy mẫu được xác định như sau:

$$Y_i = 1.388 + 0.644 \times X_{1i} + 0.187 \times X_{2i} - 0.284 \times X_{3i} + 0.152 \times X_{4i} + 0.320 \times X_{5i} + e_i \quad (2)$$

4.3.2. Kiểm định sự phù hợp của mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

Thứ nhất, trong mô hình (2) khi kiểm định sự phù hợp của mô hình, bằng tiêu chuẩn kiểm định Fisher-Snedecor (F) ta nhận thấy giá trị $F = 118.827$ có ý nghĩa đáng kể về mặt thống kê ($p < 0.001$), chứng tỏ mô hình nghiên cứu hoàn toàn phù hợp.

Thứ hai, bằng kiểm định Student (T) tất cả các hệ số hồi quy đều dương và có P_value đều < 0.05

Bảng 2. Kết quả mô hình hồi quy bội "Sự hài lòng của du khách (Y) "

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.982	5	18.396	118.827	.000b
	Residual	43.039	278	.155		
	Total	145.021	283			

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.388	.225		6.169	.000		
X1	.644	.076	.636	8.474	.000	.355	2.719
X2	.187	.057	.185	3.280	.000	.467	2.342
X3	-.284	.063	-.265	-3.074	.001	.571	1.851
X4	.152	.069	.164	2.203	.013	.390	2.663
X5	0.320	.054	.343	5.926	.000	.470	3.126

Nguồn: Xử lý dữ liệu bằng SPSS 18.0

hoặc 0.01 chứng tỏ cả 5 thành phần đều ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách.

4.4. Kiểm định khuyết tật của mô hình

4.4.1. Đa cộng tuyến

Bảng 2 cho chúng ta thấy hệ số tương quan cặp giữa 5 thành phần: “Nguồn lực du lịch biển”, “Sản phẩm du lịch biển”, “Tài nguyên du lịch biển”, “Cơ sở vật chất - Hạ tầng” và “Cộng đồng” đều nhỏ hơn 0.8. Do đó, các biến này đều độc lập với nhau, không có mối liên hệ cộng tính với nhau, chứng tỏ mô hình nghiên cứu (1) không có hiện tượng đa cộng tuyến.

4.4.2. Kiểm định phương sai sai số thay đổi

Mô hình nghiên cứu (1) gặp phải khuyết tật phương sai số thay đổi (không thuần nhất) sẽ làm các hệ số hồi quy trở thành các ước lượng không tốt nhất, làm ảnh hưởng đến các kết quả dự báo sau này.

Để kiểm tra khuyết tật phương sai sai số thay đổi, chúng ta sử dụng kiểm định White với tiêu chuẩn kiểm định (TCKĐ). Khi bình phương (Chi-Square) có mức ý nghĩa $P_value = 0.4221 > 0.05$ nên bác bỏ giả thuyết mô hình (1) có phương sai sai số ngẫu nhiên thay đổi, hay phương sai sai số ngẫu nhiên là thuần nhất.

Với kiểm định Glejser để kiểm tra phương sai sai số thay đổi của mô hình nghiên cứu (1), chúng ta sử dụng TCKĐ Fisher-Snedecor (F) có mức ý nghĩa $P_value = 0.4062 > 0.05$ nên chấp nhận giả thuyết mô hình (1) có phương sai sai số ngẫu nhiên không thay đổi

Như vậy, phương sai sai số ngẫu nhiên của mô hình nghiên cứu (1) là thuần nhất, đồng đều và không thay đổi.

5. Một số kết luận và hàm ý

Từ một số kết quả nghiên cứu định lượng về Sự

hài lòng của du khách, chúng ta rút ra một số kết luận và khuyến nghị sau:

- *Thứ nhất*, Nhóm 1 gồm 2 thành phần: “Nguồn lực du lịch biển” và “Cộng đồng” có ảnh hưởng quan trọng nhất đến “Sự hài lòng của du khách” theo thứ tự thứ nhất và thứ hai. Điều này chứng tỏ Chất lượng phục vụ của các khu du lịch biển; thái độ đón tiếp du khách; sự nhiệt tình chu đáo, niềm nở của nhân viên khi chăm sóc du khách; trình độ chuyên môn cao, được đào tạo bài bản của nhân viên tại các điểm đến du lịch biển Quảng Ninh chiếm được niềm tin, sự hài lòng của các du khách mỗi khi đến các điểm du lịch biển tại vùng biển Quảng Ninh. Bên cạnh đó, ý thức bảo vệ, giữ gìn vệ sinh môi trường; Sự thân thiện, quảng bá, giới thiệu các điểm du lịch của người dân địa phương cũng chiếm được cảm tình, sự hài lòng và có mong muốn quay lại của du khách.

- *Thứ hai*, Nhóm các nhân tố “Tài nguyên du lịch biển”, “Sản phẩm du lịch biển” “Cơ sở vật chất - Hạ tầng” có tác động yếu hơn đến “Sự hài lòng của du khách”, trong đó nhân tố: “Tài nguyên du lịch biển” lại có tác động nghịch chiều đến “Sự hài lòng của du khách”. Hiện nay, Quảng Ninh có hệ thống giao thông đồng bộ bao gồm hàng không, đường bộ và đường biển và các đường cao tốc kết nối thông suốt, rút ngắn quãng đường và thời gian di chuyển giữa các điểm du lịch. Đây cũng là lợi thế quan trọng trong phát triển du lịch nói chung và du lịch biển nói riêng. Tuy nhiên, chi phí của du khách đối với nguồn tài nguyên du lịch biển còn cao hơn so với một số điểm đến du lịch biển khác ở trong nước. Do đó, Quảng Ninh cần có những thay đổi phù hợp hơn nữa về giá các loại hình du lịch để thu hút ngày càng đông đảo khách du lịch đến với địa phương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Dr.Ir. Wiwik Setyaningsh, MT. Sri Yuliani, ST. MappSc, Dr. Yosafat, ST. MT. (2019). *Beach Tourism Development Strategy through Ecological Architecture Approach in Pacitan, East Java - Indonesia*. Netherlands: Atlantis Press.
2. Nguyễn Danh Nam, Uông Thị Ngọc Lan (2021). Phát triển bền vững du lịch biển thành phố đảo Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang. *Tạp chí Khoa học Xã hội*, 8 (276).

3. Lê Thị Diên (2021). *Đánh giá thực trạng phát triển du lịch biển tại Sầm Sơn, Thanh Hóa*. Luận văn Khoa Quản trị Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn, Trường Đại học Công nghệ thành phố Hồ Chí Minh.
4. Nguyễn Thanh Quảng (2017). *Nghiên cứu sự hài lòng của du khách quốc tế đến Nha Trang*. Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.
5. Nguyễn Thị Minh Nhân, Mai Hải An (2012). Sử dụng mô hình BOX-JENKINS trong dự báo bán hàng tại các doanh nghiệp thương mại nhà nước. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, số 3.
6. Mai Hải An (2016). Xây dựng các mô hình nghiên cứu thu nhập của các CEO bằng Panel Data. *Tạp chí Công Thương*, số 5.
7. Nguyễn Quang Đông (2006). *Giáo trình Kinh tế lượng*. NXB Thống kê.
8. Vũ Đức Minh (2008). *Giáo trình Tổng quan du lịch*. NXB Thống kê.

Ngày nhận bài: 30/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 19/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. MAI HẢI AN

Trường Đại học Thương mại

A STUDY ON THE SATISFACTION OF TOURISTS WITH MARINE TOURISM DESTINATIONS IN QUANG NINH PROVINCE

● Master. **MAI HAI AN**
Thuongmai University

ABSTRACT:

This study proposes a research model and presents scales based on theories and results of previous works as well as interviews with visitors to Quang Ninh province in the "new normal" period. The proposed research model has one dependent variable named Tourist satisfaction (Y) through a group of 5 factors, including Marine tourism resources (X1); Marine tourism products (X2); Marine tourism natural resources (X3); Facilities and Infrastructure (X4); and Community (X5). These five factors are measured through a group of 26 observed variables.

Keywords: visitor satisfaction, marine tourism, tourism, Quang Ninh province.

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI BÁN LẺ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY

● HỒ THỊ MAI SƯƠNG

TÓM TẮT:

Bài viết dựa vào số liệu thứ cấp từ các báo cáo để phân tích thực trạng chuyển đổi số trong hoạt động thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các doanh nghiệp đã nắm bắt được tốt xu hướng thị trường bán lẻ, thực hiện đa dạng kênh bán hàng, đáp ứng nhu cầu mới của khách hàng. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức về vốn, nhân lực, công nghệ,... trong quá trình chuyển đổi số. Điều này đặt ra yêu cầu phải có những giải pháp đồng bộ của cơ quan quản lý nhà nước, cũng như các doanh nghiệp, nhằm thúc đẩy phát triển chuyển đổi số trong lĩnh vực bán lẻ.

Từ khóa: chuyển đổi số, thương mại bán lẻ, doanh nghiệp Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ 4.0, cùng với sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, người tiêu dùng đang có xu hướng chuyển dịch từ mua hàng truyền thống sang trực tuyến. Theo báo cáo của Bộ Công Thương, năm 2016 có khoảng 32,7 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến thì đến năm 2020, đã tăng lên với 49,3 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến. Do đó, nhiều doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ đã chuyển đổi mô hình kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng và có kết quả kinh doanh hiệu quả. Khảo sát của Bộ Công Thương cho thấy, năm 2020, có 81% doanh nghiệp đánh giá hiệu quả kinh doanh trực tuyến đạt từ hiệu quả và hiệu quả cao. Điều này chứng tỏ, thương mại điện tử tại Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, năm 2020, tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử bán lẻ đạt mức 18%, với doanh thu bán lẻ đạt 11,8 tỷ USD.

Mặt khác, hiện nay, Việt Nam cũng đã rất quan

tâm đến chuyển đổi số, với 3 trụ cột là Chính phủ số, kinh tế số và xã hội số. Trong đó, Chính phủ đã có nhiều chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số, nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường trong điều kiện mới. Đây là điều kiện thuận lợi giúp các doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ có thể thực hiện chuyển đổi số. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chủ yếu là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa, dưới tác động của đại dịch Covid-19 đã gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình thực hiện chuyển đổi số. Bài viết sẽ tập trung phân tích thực trạng vấn đề chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời phân tích những thuận lợi và khó khăn của các doanh nghiệp nhằm đưa ra các đề xuất giải pháp thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực thương mại bán lẻ.

2. Thực trạng chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam

Theo báo cáo Chuyển đổi số năm 2021 của Bộ

Kế hoạch và Đầu tư, mục đích tiếp cận kiến thức chuyển đổi số của các doanh nghiệp rất khác nhau, trong đó gần 50% doanh nghiệp được khảo sát chưa thực hiện chuyển đổi số, trong đó 26,3% doanh nghiệp chưa có nhu cầu chuyển đổi số và họ tiếp cận kiến thức để học tập và nghiên cứu; 22,1% doanh nghiệp có nhu cầu chuyển đổi số, nhưng đang tìm hiểu cách thức thực hiện để lên kế hoạch triển khai. Trong báo cáo này, nếu xét nhu cầu chuyển đổi số của các doanh nghiệp theo nghiệp vụ thì chuyển đổi số trải nghiệm khách hàng và bán hàng đa kênh chiếm 43,1% các doanh nghiệp tham gia khảo sát. Như vậy, nhu cầu tiếp cận kiến thức chuyển đổi số của các doanh nghiệp có sự khác nhau, trong đó, có hơn 50% doanh nghiệp trong mẫu khảo sát đã thực hiện chuyển đổi số; nhu cầu của các doanh nghiệp nhằm chuyển đổi số trải nghiệm khách hàng và bán hàng đa kênh chiếm tỷ lệ cao. Nhu cầu này là tất yếu vì trong điều kiện thương mại điện tử phát triển như hiện nay, bán hàng đa kênh sẽ giúp các doanh nghiệp có thể tối ưu hóa hoạt động kinh doanh. Bên cạnh đó, chuyển đổi số trong lĩnh vực kinh doanh bán lẻ cũng giúp doanh nghiệp tiếp cận và tương tác với khách hàng tốt hơn, mở rộng thị trường lớn hơn.

Thương mại điện tử hiện nay có sự phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam. Theo báo cáo của Bộ Công Thương, năm 2016, doanh thu giao dịch trực tuyến giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) đạt khoảng 5 tỷ USD và tăng gấp 2 lần vào năm 2019. Năm 2020, doanh thu tiếp tục tăng và đạt 11,8 tỷ USD. Hơn nữa, giá trị mua sắm trực tuyến tính trên đầu người cũng có xu hướng tăng lên từ 170 USD năm 2016 lên 240 USD năm 2020. Tỷ trọng doanh thu của thương mại điện tử B2C so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước tăng từ 3% năm 2016 lên 5,5% năm 2020. Như vậy, thương mại điện tử đã có những đóng góp quan trọng, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp, trong đó có hoạt động bán lẻ. Các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số không chỉ áp dụng công nghệ đơn thuần mà cần có sự kết hợp với chuẩn hóa quy trình kinh doanh và quản trị doanh nghiệp.

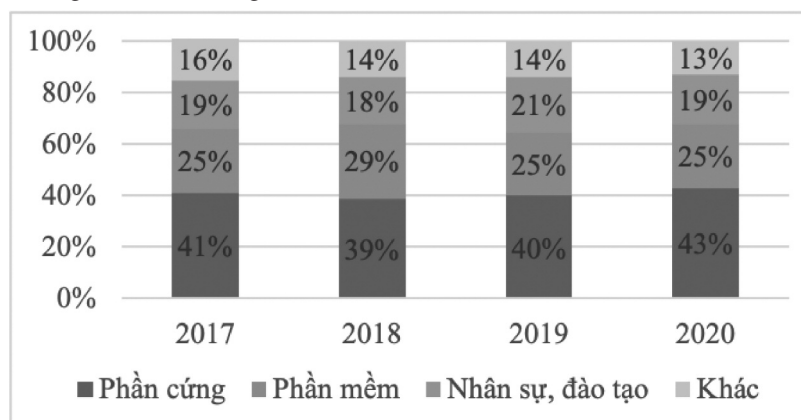
Để thực hiện chuyển đổi số, các doanh nghiệp sẽ phải đầu tư các trang thiết bị công nghệ đồng bộ. Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử 2021 của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam đã thực hiện khảo sát về đầu tư và ứng dụng công nghệ trong quá trình chuyển đổi mô hình kinh doanh của các doanh nghiệp. (Hình 1)

Trong giai đoạn 2017 - 2020, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh trực tuyến đã thực hiện đầu tư, trang bị và ứng dụng công nghệ bằng việc mua các phần cứng, phần mềm, đầu tư đào tạo nhân sự phục vụ hoạt động thương mại điện tử. Các chi phí chủ yếu là mua sắm các phần cứng, phần mềm phục vụ cho quá trình chuyển đổi số, tỷ lệ doanh nghiệp tương ứng trên 40% và 25%. Mặc dù, tỷ lệ các doanh nghiệp đầu tư vào nhân sự và đào tạo thấp, khoảng 19% năm 2020, nhưng cũng có thể thấy các doanh nghiệp đã quan tâm đến nhân sự và đào tạo cho quá trình chuyển đổi số. Đây là một trong những yếu tố quan trọng, quyết định sự thành công trong việc chuyển đổi mô hình kinh doanh sang trực tuyến của các doanh nghiệp.

Hiện nay, việc áp dụng công nghệ đã giúp các doanh nghiệp thực hiện kinh doanh truyền thống một cách có hiệu quả, đồng thời các doanh nghiệp triển khai đa dạng các kênh trực tuyến như website của doanh nghiệp, mạng xã hội, sàn thương mại điện tử, thiết bị di động,... (Hình 2)

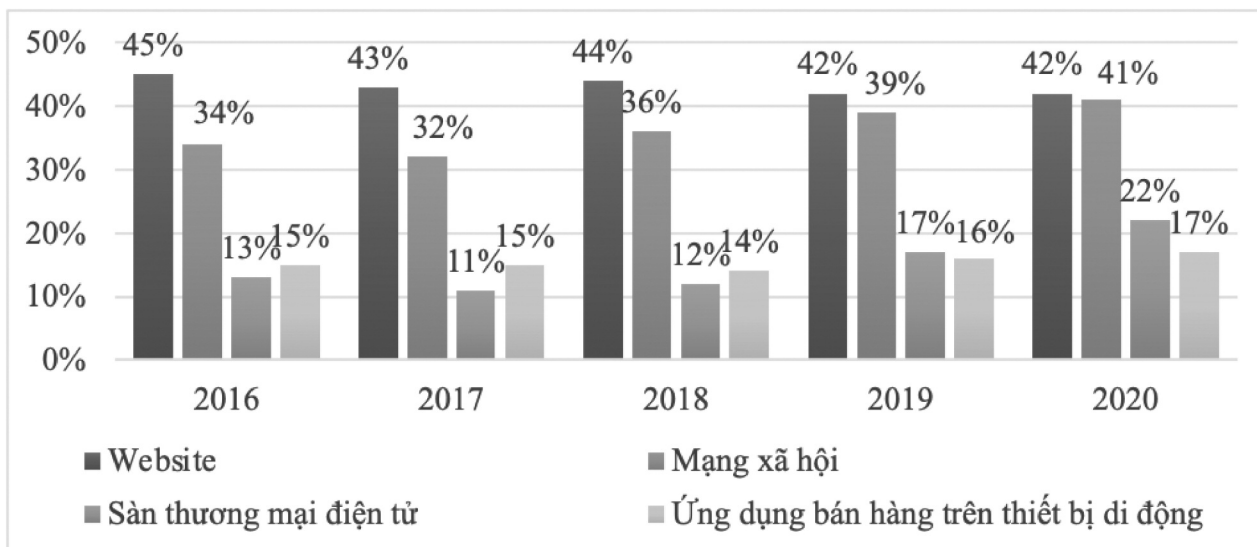
Theo báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, trong giai đoạn 2016 - 2020, các kênh trực tuyến có sự gia tăng về tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng, trong đó website và mạng xã hội là các kênh mà

Hình 1: Chi phí mua sắm, trang bị và ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử



(Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2021 - Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam)

Hình 2: Các kênh kinh doanh trực tuyến của doanh nghiệp Việt Nam



(Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2021 - Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam)

nhiều doanh nghiệp quan tâm. Các doanh nghiệp có website bán hàng thường lựa chọn tên miền Việt Nam “.vn” với 59% doanh nghiệp sử dụng, tiếp theo là tên miền quốc tế “.com” với 36% doanh nghiệp. Đây là 2 tên miền chủ yếu được sử dụng ở Việt Nam. Mạng xã hội cũng là một kênh có hiệu quả đối với các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến hiện nay. Trong giai đoạn 2016 - 2020, tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng mạng xã hội để kinh doanh tăng lên từ 34% lên 41%. Sàn thương mại điện tử, ứng dụng bán hàng trên thiết bị di động là hai kênh đã được sử dụng, nhưng tỷ lệ các doanh nghiệp bán qua 2 kênh này còn thấp ở mức dưới 20% doanh nghiệp.

3. Những thuận lợi và khó khăn chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam

3.1. Những thuận lợi trong quá trình chuyển đổi số đối với hoạt động bán lẻ của các doanh nghiệp

Thứ nhất, chủ trương của Chính phủ về thúc đẩy chuyển đổi số

Ngày 03/6/2020, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” xác định phát triển hạ tầng số là nhiệm vụ quan trọng, tạo nền móng cho chuyển đổi số quốc gia. Trong Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 01/01/2021 về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và Dự toán ngân sách nhà nước năm

2021 đã xác định nhiệm vụ giải pháp cụ thể liên quan đến phát triển hạ tầng số: “Xây dựng hạ tầng kinh tế số, xã hội số, hạ tầng kết nối thông minh, phát triển trí tuệ nhân tạo, internet vạn vật. Từng bước hình thành hạ tầng mạng thông tin di động 5G. Tăng cường sử dụng chung cơ sở hạ tầng công nghệ số và truyền thông, nền tảng dùng chung”. Chính phủ đã cùng với các bộ, ngành đưa ra các phương hướng, biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số quốc gia với trụ cột là kinh tế số. Đây là điều kiện thuận lợi, giúp các doanh nghiệp chuyển đổi chiến lược phát triển mới, phù hợp với xu thế trên thế giới, đảm bảo phát triển dài hạn của các doanh nghiệp.

Thứ hai, cơ sở hạ tầng số ngày càng được quan tâm và phát triển

Trong năm 2021, Việt Nam triển khai thực hiện chương trình hỗ trợ chuyển đổi số cho các doanh nghiệp giai đoạn 2021 - 2025; hạ tầng thông tin đã cơ bản được phủ sóng 4G; khả năng tiếp cận các dịch vụ về công nghệ thông tin và tỷ lệ sử dụng các thiết bị di động ở mức khá so với thế giới. Theo Báo cáo Internet Việt Nam, tên miền quốc gia “.vn” có tốc độ tăng trưởng 5,2% năm 2021 so với năm 2020; tỷ lệ sử dụng IPv6 trên mạng Internet Việt Nam năm 2021 là 47% cao gấp 1,7 lần trung bình toàn cầu tăng 2 bậc so với năm 2020 và đứng thứ 8 toàn cầu, gấp 2,3 lần trung bình khối ASEAN và đứng thứ 2 trong khu vực.

Thứ ba, niềm tin của người tiêu dùng vào mua bán trực tuyến

Với sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin nói chung và internet nói riêng, người tiêu dùng đã tiếp cận nhanh với hình thức mua sắm trực tuyến. Đặc biệt, khi đại dịch Covid-19 bùng phát mạnh và diễn biến phức tạp, việc mua hàng trực tuyến đã trở nên phổ biến. Trong giai đoạn 2016 - 2020, tỷ lệ người dân sử dụng internet ở Việt Nam có xu hướng tăng lên từ 54,2% năm 2016 lên 70% năm 2020. Số lượng người mua sắm trực tuyến cũng tăng từ 32,7 triệu người năm 2017 lên 49,3 triệu người vào năm 2020.

3.2. Những khó khăn trong chuyển đổi số của các doanh nghiệp lĩnh vực bán lẻ

Bên cạnh những thuận lợi, các doanh nghiệp cũng gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình chuyển đổi số. Theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, các rào cản chung trong quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp chủ yếu là chi phí đầu tư, ứng dụng công nghệ số (60,1% doanh nghiệp tham gia khảo sát đối mặt với khó khăn này); 52,3% doanh nghiệp gặp khó khăn trong thay đổi thói quen, tập quán kinh doanh bằng với tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn về nguồn nhân lực,... Trong lĩnh vực thương mại bán lẻ, việc chuyển sang mô hình kinh doanh trực tuyến, các doanh nghiệp cũng gặp những khó khăn về vốn, nhân lực, công nghệ, thói quen, tập quán kinh doanh,...

Thứ nhất, vốn đầu tư công nghệ

Đầu tư vào hoạt động chuyển đổi số đòi hỏi một khoản vốn tương đối lớn. Khoản chi phí này không chỉ để đầu tư công nghệ mới mà bao gồm cả các chi phí khác như chi phí đào tạo nguồn nhân lực, chi phí hạ tầng công nghệ thông tin, chi phí đảm bảo an ninh, an toàn, phòng chống rủi ro,... Đây là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp có tiềm lực tài chính hạn chế như doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa.

Thứ hai, nguồn nhân lực còn thiếu và yếu

Vấn đề nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn luôn là thách thức trong các lĩnh vực kinh tế nói chung, trong đó có hoạt động thương mại điện tử. Theo Hiệp hội Thương mại Việt Nam, tỷ lệ doanh nghiệp có lao động chuyên trách về thương mại điện tử trong giai đoạn 2017 - 2020 không vượt quá 30% doanh nghiệp tham gia khảo sát.

Trong đó, năm 2017, tỷ lệ doanh nghiệp có nguồn nhân lực có chuyên môn nghiệp vụ về thương mại điện tử chiếm 30%; tỷ lệ này giảm xuống còn 23% vào năm 2020. Trong đó, tỷ lệ doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa có lao động chuyên trách trong lĩnh vực thương mại điện tử thấp hơn so với doanh nghiệp lớn, tương ứng là 21% và 41%. Hơn nữa, khoảng 30% doanh nghiệp gặp khó khăn trong quá trình tuyển dụng lao động có kỹ năng về thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

Thứ ba, khó khăn liên quan đến công nghệ

Để thực hiện chuyển đổi số, các doanh nghiệp không chỉ mua công nghệ mà còn tích hợp toàn diện với các khâu kinh doanh và quản trị. Do đó, đòi hỏi đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin đồng bộ. Tuy nhiên, theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có một tỷ lệ lớn các doanh nghiệp đánh giá khó khăn về vấn đề liên quan đến công nghệ như thiếu thông tin về công nghệ số, cơ sở hạ tầng, các giải pháp tích hợp công nghệ số. Đây là vấn đề cốt lõi của quá trình chuyển đổi số, do đó, nó cũng là một cản trở lớn đối với các doanh nghiệp.

Thứ tư, khó khăn trong việc thay đổi thói quen, tập quán kinh doanh

Trong các giai đoạn chuyển đổi, sự thay đổi thói quen, tập quán cũng là một mối thất quan trọng cần phải tháo gỡ. Thói quen và lối mòn sẽ tạo tâm lý ngại đổi mới của cả cấp quản lý cũng như người lao động trong doanh nghiệp. Theo báo cáo chuyển đổi số của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có hơn 50% doanh nghiệp cho biết đây là khó khăn rất lớn, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp quy mô vừa và quy mô lớn. Các doanh nghiệp này có cơ cấu tổ chức với nhiều phòng ban, các cấp quản lý, sự thay đổi này tương đối phức tạp.

Thứ năm, doanh nghiệp đối mặt với nhiều trở ngại của người tiêu dùng khi mua hàng trực tuyến

Mặc dù trong thời gian qua, số lượng người tiêu dùng mua hàng qua các kênh trực tuyến tăng cao. Tuy nhiên, việc mua hàng trực tuyến cũng có nhiều trở ngại đối với khách hàng. Trong báo cáo của Bộ Công Thương (2021), đối với nhóm khách hàng đã tham gia mua sắm trực tuyến, họ lo ngại thông tin bị lộ; chất lượng sản phẩm kém so với quảng cáo; vận chuyển và giao nhận kém; dịch vụ chăm sóc khách hàng chưa tốt; hoặc cách thức đặt hàng trực tuyến quá rắc rối. Đối với nhóm người tiêu dùng chưa tham gia mua sắm trực tuyến, tỷ lệ lớn các khách hàng cho rằng mua hàng ở các cửa

hàng thuận tiện hơn; họ sợ lộ thông tin cá nhân, không kiểm định được chất lượng hàng hóa; không tin tưởng vào đơn vị bán hàng.

4. Giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ các doanh nghiệp Việt Nam

4.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

- Hoàn thiện các văn bản pháp luật, chính sách liên quan đến hoạt động chuyển đổi số quốc gia. Cần quan tâm đến các quy định chặt chẽ về bảo mật thông tin, an ninh, an toàn trong giao dịch trực tuyến.

- Thực hiện công tác truyền thông về chuyển đổi số quốc gia đến các doanh nghiệp, cung cấp các thông tin, kiến thức về pháp luật liên quan đến chuyển đổi số, các chương trình hỗ trợ chuyển đổi số của Chính phủ đối với các doanh nghiệp. Thông qua các hiệp hội, ngành nghề để tuyên truyền phổ biến kiến thức cũng như lựa chọn các doanh nghiệp điển hình trong chuyển đổi số để lan tỏa, truyền cảm hứng, chia sẻ.

- Triển khai nhanh chóng các chương trình hỗ trợ chuyển đổi số đối với các doanh nghiệp bao gồm hỗ trợ về vốn, đào tạo nhân lực, tư vấn, tích hợp các giải pháp công nghệ.

- Thúc đẩy quá trình đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng số, các cơ sở dữ liệu số, kết nối đồng bộ, đặc biệt, đẩy nhanh triển khai dịch vụ 5G trên toàn quốc,... Đảm bảo an ninh, an toàn thông tin, kết nối, chia sẻ dữ liệu.

- Kết nối các doanh nghiệp công nghệ trong nước với các doanh nghiệp có nhu cầu chuyển đổi số, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, đồng thời thu hút các doanh nghiệp công nghệ nước ngoài tham gia đầu tư và hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước.

- Đổi mới giáo dục, đào tạo theo hướng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong điều kiện công nghiệp 4.0, đặc biệt, đào tạo nguồn nhân lực lĩnh vực thương mại điện tử.

4.2. Đối với doanh nghiệp

- Các doanh nghiệp cần có sự thay đổi tư duy và nhận thức của người lãnh đạo về công nghệ, chuyển đổi số. Cần quyết tâm xây dựng mô hình chuyển đổi kinh doanh, áp dụng công nghệ số nhằm thúc đẩy năng suất và hiệu quả. Chủ động liên kết với các doanh nghiệp công nghệ nhằm có được kiến thức, thông tin, giải pháp công nghệ phù hợp với lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp. Đồng thời, tuyên truyền đến người lao động về lợi

ích, quy trình chuyển đổi số của doanh nghiệp.

- Lên các phương án lựa chọn cách tiếp cận nguồn vốn một cách hiệu quả. Chủ động tìm hiểu điều kiện hỗ trợ kinh phí của quá trình chuyển đổi số từ các chương trình quốc gia nhằm tận dụng tối đa các nguồn lực.

- Tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng người lao động về các kỹ năng công nghệ thông tin và thương mại điện tử, cách tiếp cận khách hàng trong kinh doanh trực tuyến, đặc biệt đào tạo lao động có kỹ năng bán hàng online, kỹ năng hỗ trợ khách hàng trong quá trình mua hàng, đảm bảo quy trình đơn giản, nhanh gọn.

- Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ số, đảm bảo được khả năng kết nối, lưu trữ dữ liệu, bảo mật thông tin của doanh nghiệp cũng như khách hàng. Tập trung đẩy mạnh áp dụng công nghệ thông tin vào quy trình bán hàng và dịch vụ sau bán của doanh nghiệp. Đảm bảo luôn giám sát vấn đề an ninh mạng để bảo vệ dữ liệu, ứng dụng và trình duyệt nhằm phục vụ vận hành hệ thống và quản lý công nghệ một cách an toàn, hiệu quả.

5. Kết luận

Trong điều kiện công nghiệp 4.0 và tác động của dịch bệnh Covid-19, Chính phủ đã quan tâm, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp. Hơn nữa, cùng với phát triển hạ tầng mạng thông tin, tỷ lệ người tiêu dùng sử dụng internet ngày càng nhiều, trong đó những người dùng internet để mua hàng trực tuyến càng tăng cao. Các doanh nghiệp trong lĩnh vực hoạt động bán lẻ đã nắm bắt được xu hướng và sớm thực hiện các hoạt động chuyển đổi số mà trong đó trọng tâm là chuyển đổi mô hình kinh doanh từ truyền thống sang trực tuyến. Những thành công của các doanh nghiệp này cho thấy sự cần thiết thay đổi tư duy, áp dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh.

Các doanh nghiệp đã đầu tư các trang thiết bị, ứng dụng công nghệ, phát triển đa dạng các kênh bán hàng,... thu hút được lượng khách hàng lớn mua sắm. Tuy nhiên, các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong quá trình chuyển đổi số như khó khăn về vốn, nguồn nhân lực, công nghệ, thói quen, tập quán kinh doanh và thậm chí là các trở ngại của khách hàng khi mua hàng trực tuyến. Do đó, cần có các giải pháp đồng bộ từ phía cơ quan quản lý cũng như doanh nghiệp nhằm giải quyết các khó khăn trên, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương (2021), *Báo cáo Tổng kết năm 2021 và triển khai kế hoạch năm 2022 ngành Công Thương*, NXB Công Thương, Hà Nội.
2. Bộ Công Thương (2021), *Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2021*, NXB Công Thương, Hà Nội.
3. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2021), *Báo cáo chuyển đổi số doanh nghiệp 2021*.
4. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2021), *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam năm 2021*.
5. Trung tâm Internet Việt Nam (2021), *Báo cáo Internet, tài nguyên Internet Việt Nam*.

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. HỒ THỊ MAI SƯƠNG

Trường Đại học Thương mại

THE CURRENT DIGITAL TRANSFORMATION OF VIETNAMESE RETAILERS

● Master. **HO THI MAI SUONG**
Thuongmai University

ABSTRACT:

Based on secondary data from reports, this study analyzes the current digital transformation of Vietnamese retailers. The results show that Vietnamese retailers have well caught market trends, diversified sales channels, and met new customer needs. However, Vietnamese enterprises have also faced many difficulties and challenges in terms of capital, human resources, technology, etc. in the digital transformation process. It is necessary for Vietnamese state agencies and enterprises to have synchronous solutions to facilitate the digital transformation in the retail sector.

Keywords: digital transformation, retail, Vietnamese enterprises.

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA NHÂN VIÊN LÀM VIỆC TẠI CÔNG TY TNHH MAY THUẬN TIẾN

● NGUYỄN XUÂN MINH - NGUYỄN THỊ HỒNG HUỆ

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với công việc của nhân viên (SHL) đang làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến, cũng như mức độ tác động của các yếu tố đó. Kết quả cho thấy có 4 trong 7 yếu tố được phân tích có ảnh hưởng trực tiếp đến SHL với mức độ giảm dần, đó là: Thu nhập ($\beta = 0.416$), Đồng nghiệp ($\beta = 0.362$), Điều kiện làm việc ($\beta = 0.182$) và Lãnh đạo ($\beta = 0.127$). Đây là cơ sở khoa học giúp lãnh đạo công ty có cơ sở trong việc đề ra các chính sách nhân sự hợp lý nhằm giúp nâng cao SHL trong thời gian tới.

Từ khóa: sự hài lòng của nhân viên, Công ty TNHH May Thuận Tiến, sự hài lòng.

1. Đặt vấn đề

Trước sự thay đổi của nền kinh tế đi kèm với tình hình dịch bệnh Covid-19 đang diễn tiến ngày càng phức tạp, ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động, các doanh nghiệp ngày càng tập trung hơn vào việc sử dụng hiệu quả những nguồn lực hiện có và nguồn nhân lực là yếu tố cốt lõi đầu tiên mà các doanh nghiệp muốn tận dụng, bởi con người chính là tài sản quý giá, mang tính cạnh tranh đặc thù, giúp doanh nghiệp phát triển ổn định hơn trong xu thế cạnh tranh hiện tại.

Việc nâng cao SHL trong công việc ảnh hưởng tích cực đến thái độ, tâm lý, hiệu suất làm việc cho nhân viên, giúp nhân viên gắn kết nhiều hơn với doanh nghiệp. Mỗi cách quản trị khác nhau sẽ mang lại những lợi ích và hạn chế khác nhau cho hoạt động của doanh nghiệp, cho nên việc làm thế nào để nâng cao SHL làm việc tại tổ chức đang là bài toán khó cho các nhà quản trị doanh nghiệp nói chung và ban quản trị của Công ty TNHH May

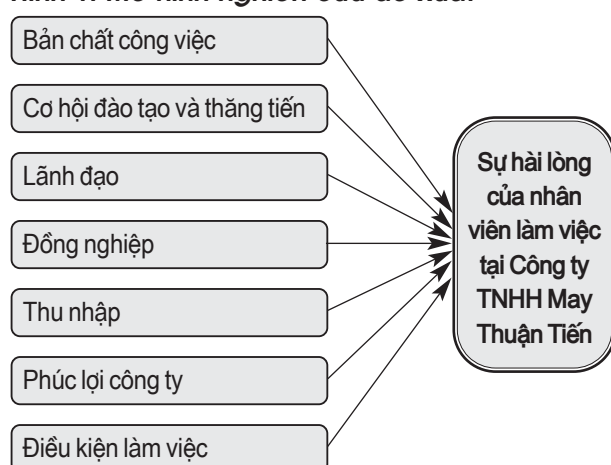
Thuận Tiến nói riêng. Trong thời gian qua, Công ty TNHH May Thuận Tiến cũng đã đưa ra nhiều chính sách ưu đãi nhằm ổn định lực lượng nhân viên, giữ chân nhân tài cũng như thu hút thêm người lao động về làm việc cho Công ty. Tuy nhiên, theo trao đổi của lãnh đạo Công ty, vẫn còn một bộ phận người lao động tạm dừng công việc mà không rõ nguyên nhân. Do đó, để giúp nâng cao sự gắn kết của người lao động với Công ty, việc nâng cao SHL trong công việc là một vấn đề mà lãnh đạo Công ty cần quan tâm đầu tiên nhằm giúp doanh nghiệp phát triển tốt hơn.

Do vậy, bài viết nghiên cứu: “Đánh giá sự hài lòng của nhân viên làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến” để giúp lãnh đạo Công ty có cái nhìn chi tiết hơn về các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến SHL làm việc tại Công ty để có các chính sách quản trị nhân sự tốt hơn nhằm đạt được hiệu quả hoạt động cao hơn cho doanh nghiệp trong thời gian tới.

2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu đề xuất

Thông qua cơ sở lý thuyết, các học thuyết liên quan và các nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước nghiên cứu về SHL trong công việc, đề tài xây dựng mô hình nghiên cứu như Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Các giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

H1: Bản chất công việc có tương quan với SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

H2: Cơ hội đào tạo và thăng tiến có tương quan với SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

H3: Lãnh đạo có tương quan với SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

H4: Đồng nghiệp có tương quan với SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

H5: Thu nhập có tương quan với SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

H6: Phúc lợi công ty có tương quan với SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

H7: Điều kiện làm việc có tương quan với SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện qua 2 giai đoạn, bao gồm giai đoạn nghiên cứu sơ bộ định tính và nghiên cứu chính thức bằng phương pháp định lượng:

Nghiên cứu sơ bộ định tính được thực hiện bằng phương pháp tham khảo ý kiến nhóm chuyên gia gồm 5 nhà quản trị nhân sự của Công ty TNHH May Thuận Tiến và 10 nhân viên hiện đang làm việc, có thâm niên công tác trên 10 năm tại Công ty. Thông qua nghiên cứu định tính, tác giả sẽ điều chỉnh các biến trong mô hình nghiên cứu đề xuất,

cũng như các các biến quan sát đo lường cho các khái niệm nghiên cứu.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp phân tích dữ liệu được thu thập từ khảo sát 200 nhân viên đang làm việc tại các bộ phận của Công ty TNHH May Thuận Tiến bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên. Các dữ liệu sơ cấp sẽ được thu thập, xử lý và phân tích qua các kiểm định Cronbach's Alpha, Phân tích nhân tố khám phá (EFA), Phân tích tương quan, Phân tích hồi quy và Phân tích sự khác biệt nhằm xác định và đánh giá được các yếu tố chính nào ảnh hưởng đến SHL làm việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá thang đo

4.1.1. Kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định độ tin cậy các thang đo cho thấy giá trị α của các thang đo dùng trong nghiên cứu bao gồm: Bản chất công việc, Cơ hội đào tạo và thăng tiến, Lãnh đạo, Đồng nghiệp, Thu nhập, Phúc lợi công ty, Điều kiện làm việc và SHL đều lớn hơn 0.6 và đạt yêu cầu.

Kết quả phân tích cũng cho thấy, tại thang đo Lãnh đạo có biến quan sát LD5 có hệ số tương quan biến - tổng bằng $-0.061 < 0.3$ nên tác giả sẽ loại biến quan sát LD5 khỏi thang đo Lãnh đạo để đảm bảo độ tin cậy cho thang đo này trước khi tiến hành đi vào phân tích bước EFA tiếp theo. Thang đo Lãnh đạo sau khi loại biến LD5 cho thấy hệ số Alpha tổng của thang đo sau khi loại biến bằng 0.831 lớn hơn hệ số Alpha tổng của thang đo ban đầu bằng 0.716. Như vậy, thang đo Lãnh đạo và tất cả các thang đo còn lại được sử dụng trong nghiên cứu đã đảm bảo độ tin cậy cần thiết và phù hợp để sử dụng cho nghiên cứu EFA tiếp theo.

4.1.2. Phân tích nhân tố EFA

a. Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập

Thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA cho tất cả các biến quan sát của 7 yếu tố độc lập (ngoại trừ biến LD5) cho thấy, hệ số KMO là $0.817 > 0.5$ và kiểm định Barlett có $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$, cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát thu thập được. (Bảng 1)

Kết quả Bảng 1 cho thấy phân tích EFA rút trích được 7 nhân tố với tổng phương sai trích là

Bảng 1. Kết quả kiểm định Barlett và KMO - Biến độc lập

Hệ số KMO		0.817
Kiểm định Barlett	Approx, Chi-Square	2836.883
	df	378
	Sig	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

69.725% > 50% (đạt yêu cầu của kiểm định EFA) tại giá trị Eigenvalues bằng 1.347, cho thấy 7 nhân tố được trích có thể giải thích 69.725% sự biến thiên của dữ liệu.

b. Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc

Thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc cho thấy, hệ số KMO là 0.755 > 0.5 và kiểm định Barlett có Sig. = 0.000 < 0,05, cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát và các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. (Bảng 2)

Bảng 2. Kết quả kiểm định Barlett và KMO - Biến phụ thuộc

Hệ số KMO		0.755
Kiểm định Barlett	Approx, Chi-Square	346.092
	df	6
	Sig	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Tại giá trị Eigenvalues = 2.683, phân tích nhân tố khám phá rút trích được 1 nhân tố với tổng phương sai trích là 67.073% (>50%) cho thấy nhân tố được trích có thể giải thích 67.073% sự biến thiên của dữ liệu.

4.2. Kiểm định mô hình hồi quy

4.2.1. Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy tất cả các nhân tố đều có mối quan hệ tương quan với SHL tại Công ty May Thuận Tiến ở mức ý nghĩa 1%. Các hệ số tương quan giữa 7 yếu tố độc lập với yếu tố phụ thuộc đều khá cao, thấp nhất là hệ số tương quan giữa yếu tố Điều kiện làm việc với SHL (r = 0.196) và cao nhất là hệ số tương quan giữa yếu tố Thu nhập với SHL (r = 0.594).

4.2.2. Phân tích hồi quy

Mô hình hồi quy tổng quát của nghiên cứu được trình bày như sau:

$$HL = \beta_0 + \beta_1 BC + \beta_2 DTTT + \beta_3 LD + \beta_4 DN + \beta_5 TN + \beta_6 PL + \beta_7 DK + \epsilon_i$$

Trong đó: HL là SHL; BC là bản chất công việc; DTTT là cơ hội đào tạo và thăng tiến; LD là Lãnh đạo; DN là đồng nghiệp; TN là thu nhập; PL là phúc lợi công ty; DK là điều kiện làm việc; ϵ_i là ảnh hưởng của các nhân tố khác tới SHL.

a. Kiểm định ý nghĩa hệ số hồi quy

Kết quả Bảng 3 cho thấy, mức ý nghĩa của các yếu tố độc lập bao gồm: BC, DTTT, PL lần lượt bằng 0.759; 0.399 và 0.262 nên ở độ tin cậy 95%, 3 yếu tố độc lập này không cho thấy có mối quan hệ tuyến tính với SHL. Các biến độc lập còn lại bao gồm: LD, DN, TN và DK đều có mức ý nghĩa của kiểm định t < 0.05 nên ở độ tin cậy 95%, 4 yếu tố độc lập này cho thấy sự ảnh hưởng tuyến tính và thuận chiều đến SHL.

b. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Kết quả Bảng 4 cho thấy hệ số R² hiệu chỉnh = 0.543, có nghĩa rằng khả năng giải thích của các yếu tố độc lập giải thích được 54.3% sự biến thiên trong dữ liệu của biến phụ thuộc hay mức độ phù hợp của mô hình đạt 54.3%.

Ngoài ra, kết quả Bảng 5 cho giá trị sig. = 0.000, điều này có nghĩa rằng phân tích hồi quy là phù hợp và mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với tập dữ liệu thu thập được.

Qua các kiểm định trên, kết luận rằng mô hình hồi quy được xây dựng không bị vi phạm các giả định cần thiết và các biến độc lập có ảnh hưởng tuyến tính đến biến phụ thuộc của mô hình. Từ kết quả phân tích trên, phương trình hồi quy được viết lại như sau:

$$S\text{ự Hài Lòng} = 0.127 * L\text{ãnh đạo} + 0.362 * Đ\text{ồng nghiệp} + 0.416 * T\text{hu nhập} + 0.182 * Đ\text{iều kiện làm việc}$$

Từ các kết quả phân tích hồi quy cho thấy 4 giả thuyết nghiên cứu có sự tương quan với SHL là: H3, H4, H5, H7 và 3 giả thuyết nghiên cứu không có tương quan với SHL là: H1, H2, H6.

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy đã cho thấy có 4 trong 7 yếu tố được phân tích có ảnh hưởng trực tiếp đến SHL tại Công ty May Thuận Tiến theo thứ tự lớn

Bảng 3. Bảng ước lượng hệ số hồi quy

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	0.137	0.264		0.519	0.604		
	BC	0.014	0.045	0.017	0.308	0.759	0.744	1.344
	DTTT	0.049	0.057	0.050	0.846	0.399	0.683	1.464
	LD	0.116	0.054	0.127	2.152	0.033	0.688	1.453
	DN	0.301	0.043	0.362	6.980	0.000	0.884	1.131
	TN	0.327	0.045	0.416	7.306	0.000	0.736	1.358
	PL	0.043	0.038	0.061	1.126	0.262	0.817	1.225
	DK	0.172	0.046	0.182	3.707	0.000	0.987	1.013

a. Dependent Variable: HL

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 4. Bảng tóm tắt mô hình hồi quy

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước tính	Durbin-Watson
1	0.748a	0.559	0.543	0.44480	1.655

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 5. Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig.	
1	Hồi qui	46.463	7	6.638	33.549	0.000b
	Phần dư	36.602	185	0.198		
	Tổng	83.065	192			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

dẫn là: Lãnh đạo, Điều kiện làm việc, Đồng nghiệp, Thu nhập.

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự tương đồng nhất định với kết quả của các nghiên cứu trước đó.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Thông qua cơ sở lý thuyết về SHL đối với công việc và tổ chức, các học thuyết liên quan đến SHL đối với công việc và các nghiên cứu thực nghiệm liên quan, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu lý thuyết với 7 yếu tố ảnh hưởng đến SHL đối với công việc tại Công ty TNHH May

Thuận Tiến, đó là: (1) Bản chất công việc, (2) Cơ hội đào tạo và thăng tiến, (3) Lãnh đạo, (4) Đồng nghiệp, (5) Thu nhập, (6) Phúc lợi công ty và (7) Điều kiện làm việc.

Kết quả nghiên cứu cho thấy 4 trong 7 yếu tố theo thứ tự giảm dần là: Thu nhập ($\beta = 0.416$), Lãnh đạo ($\beta = 0.127$), Đồng nghiệp ($\beta = 0.362$) và Điều kiện làm việc ($\beta = 0.182$).

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy sự tương đồng với kết quả của các nghiên cứu thực nghiệm liên quan trước đó, chỉ khác nhau ở mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố. Sự khác biệt này là do điều

kiện nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu khác nhau dẫn đến kết quả nghiên cứu chỉ cho thấy sự tương đồng về các yếu tố ảnh hưởng.

5.2. Hàm ý quản trị

5.2.1. Đối với yếu tố “Thu nhập”

Nhân tố “Thu nhập” là nhân tố tác động mạnh nhất đến SHL đối với công việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến ($\beta = 0.416$). Do vậy, lãnh đạo Công ty quan tâm hơn nữa trong việc hoàn thiện hệ thống lương, thưởng rõ ràng, minh bạch và phù hợp với từng vị trí công việc của nhân viên.

Bên cạnh đó, Công ty cũng cần kịp thời ghi nhận những đóng góp của nhân viên trong công việc và cho tổ chức để kịp thời có các chính sách khen thưởng phù hợp nhằm tạo sự hài lòng và động lực tốt hơn cho nhân viên trong công việc.

5.2.2. Đối với yếu tố “Đồng nghiệp”

Yếu tố “Đồng nghiệp” là yếu tố tác động mạnh thứ hai đến SHL đối với công việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến ($\beta = 0.362$). Chính vì vậy, Ban lãnh đạo nên tạo điều kiện cho nhân viên trong Công ty xây dựng được mối quan hệ tốt giữa các thành viên với nhau để tạo sự liên kết giữa các thành viên, góp phần tạo nên SHL đang làm việc tại Công ty.

Lãnh đạo Công ty cần thường xuyên tổ chức thực hiện các hoạt động giao lưu nhằm tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau giữa các nhân viên, giúp họ trở nên thân thiện và hòa đồng hơn. Đồng thời, người sử dụng lao động cũng nên xây dựng văn hóa tổ chức dựa trên các giá trị sống có ích cho tổ chức, cộng đồng và xã hội.

5.2.3. Đối với yếu tố “Điều kiện làm việc”

Yếu tố “Điều kiện làm việc” là yếu tố cho thấy sự tác động mạnh thứ ba đến SHL đối với công việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến ($\beta = 0.182$).

Chính vì vậy, trưởng các phòng ban phân chia công việc phù hợp với từng khả năng, đúng sở trường giúp nhân viên phát huy hết khả năng của bản thân và thêm hăng say nhiệt huyết trong công việc. Ngoài ra, lãnh đạo của Công ty cũng cần có các chính sách động viên, khuyến khích người lao động trong công ty trong việc linh hoạt, sáng tạo trong công việc.

Ngoài ra, Công ty cũng cần quan tâm hơn đến công tác hỗ trợ nhân viên trong công việc thông qua việc trang bị đầy đủ các thiết bị cần thiết đáp ứng nhu cầu công việc, giúp linh động thực hiện và tăng hiệu quả xử lý công việc của nhân viên.

5.2.4. Đối với nhân tố “Lãnh đạo”

Nhân tố “Lãnh đạo” là nhân tố cho thấy sự tác động yếu nhất đến SHL đối với công việc tại Công ty TNHH May Thuận Tiến ($\beta = 0.127$). Do đó, trong thời gian tới các nhà quản trị Công ty cũng cần chú ý nhiều hơn đến phong cách và kỹ năng quản lý của mình để từng bước nâng cao được SHL đối với công việc, lãnh đạo và tổ chức.

Lãnh đạo Công ty TNHH May Thuận Tiến cần quan tâm đến nhân viên, trao đổi thẳng thắn với nhân viên, tìm hiểu sở thích, những điểm mạnh, điểm yếu của nhân viên trong công việc cũng như trong cuộc sống. Song song đó, lãnh đạo Công ty cũng cần phải ghi nhận ý kiến đóng góp của nhân viên, giúp đỡ nhân viên khi cần thiết.

Trong thời gian tới, lãnh đạo của Công ty cần quan tâm hơn đến công tác nâng cao trình độ chuyên môn và trình độ quản lý của bản thân để luôn là một trong những người tiên phong, lãnh đạo tổ chức trong những lúc khó khăn, xây dựng hình tượng người lãnh đạo có năng lực trong tâm trí nhân viên, đảm bảo sự tin tưởng của nhân viên đối với bản thân ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức.
2. Lê Nguyễn Đoàn Khôi, Nguyễn Thị Ngọc Phương, (2013). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên tại Trường Đại học Tiền Giang. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 28, 102-109.
3. Nguyễn Tiến Thức, (2018). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên quản lý cấp trung tại các khu công nghiệp Đông Nam Bộ. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 54(6C), 168-179.

4. Trần Kim Dung (2005). Đo lường mức độ thỏa mãn đối với công việc trong điều kiện của Việt Nam. *Tạp chí Phát triển Khoa học Công nghệ - Đại học Quốc Gia TP. Hồ Chí Minh*, 8(12), 85-91.
5. Adams, J. S. (1963). Equity Theory on Job Motivation. [Online] Available at <https://www.iedunote.com/equity-theory-of-motivation>
6. Locke, E. A., & Taylor, M. S. (1990). Stress, coping, and the meaning of work. In A. P. Brief & W. R. Nord (Eds.), *Issues in organization and management series. Meanings of occupational work: A collection of essays* (pp. 135-170). USA: Lexington Books/D. C. Heath and Com.
7. Hair J., Black W., Babin B., and Anderson R. (2010). *Multivariate Data Analysis. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice- Hall.*

Ngày nhận bài: 11/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/4/2022

Thông tin tác giả:

1. PGS. TS. NGUYỄN XUÂN MINH

Trường Đại học Ngoại thương – Cơ sở II TP. Hồ Chí Minh

2. NGUYỄN THỊ HỒNG HUỆ

Học viên cao học, Trường Đại học Phan Thiết

ASSESSING THE JOB SATISFACTION OF EMPLOYEES WORKING FOR THUAN TIEN GARMENT CO., LTD

● Assoc.Prof.Ph.D **NGUYEN XUAN MINH**¹

● Master's student **NGUYEN THI HONG HUE**²

¹Foreign Trade University - Ho Chi Minh City Campus

²Phan Thiet University

ABSTRACT:

This study identifies the factors affecting the job satisfaction of employees working for Thuan Tien Garment Co., Ltd and the impact level of each factor. The study finds out that there are four out of analyzed seven factors directly affecting the job satisfaction of employees. These factors, which are listed in descending order of the impact level, are Income ($\beta = 0.416$), Colleagues ($\beta = 0.362$), Working conditions ($\beta = 0.416$), and Leadership ($\beta = 0.127$). The study's results are a scientific basis to help company leaders make reasonable human resource policies to improve the job satisfaction of employees in the coming time.

Keywords: employee satisfaction, Thuan Tien Garment Co., Ltd., satisfaction.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG MOBILE MONEY CỦA NÔNG DÂN TỈNH AN GIANG

● TRỊNH PHƯỚC NGUYỄN - NGUYỄN THỊ DIỄM HẰNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ tiền di động (Mobile Money - MM) của nông dân tỉnh An Giang. Kết quả nghiên cứu đã xây dựng được mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ MM của nông dân tại tỉnh An Giang, theo đó có 4 nhân tố là: nhận thức chi phí (PC), nhận thức mức độ tin cậy (PT), nhận thức rủi ro Covid-19 (PCR) và nhận thức tính hữu ích (PU) có tác động cùng chiều vào biến phụ thuộc ý định sử dụng dịch MM. Từ kết quả trên, nhóm tác giả đề xuất hàm ý quản trị giúp các doanh nghiệp kinh doanh chú ý đến các yếu tố tác động.

Từ khóa: tiền di động, không dùng tiền mặt, nông dân, ý định sử dụng dịch vụ.

1. Đặt vấn đề

Tiền di động là một sản phẩm của công nghệ tài chính đã phát triển mạnh tại các nước châu Âu và đang mở rộng trên phạm vi toàn cầu. MM là dịch vụ định danh khách hàng thông qua cơ sở dữ liệu thuê bao di động, cho phép sử dụng tài khoản viễn thông để thực hiện các giao dịch chuyển tiền và thanh toán mà không cần có tài khoản ngân hàng.

Theo đó, MM là giải pháp, cho phép người dân tiếp cận với các công cụ thanh toán không tiền mặt theo định hướng về thanh toán không dùng tiền mặt của Chính phủ. Ngày 09/3/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 316/QĐ-TTg về việc phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Quyết định 316) đồng ý cho thí điểm MM, tức là dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ với thời gian thực hiện thí điểm là 2 năm. Đồng thời tại Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát

triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025, đã nêu rõ: “Tận dụng hạ tầng, dữ liệu, mạng lưới viễn thông, giảm các chi phí xã hội để phát triển, mở rộng kênh thanh toán không dùng tiền mặt trên thiết bị di động ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo gắn với việc triển khai dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile - Money)”.

Tính đến hết năm 2021, Việt Nam có gần 130 triệu thuê bao di động, trong đó, số điện thoại di động có kết nối 3G/4G là hơn 61,3 triệu thuê bao, mạng điện thoại di động đã được phủ kín hầu hết các địa phương trên toàn quốc cùng với khoảng 70% dân số đang sở hữu điện thoại thông minh (PPOTAPAY, 2021). Tuy nhiên, chưa đến 50% người trưởng thành sở hữu tài khoản ngân hàng. Những con số này đặt ra yêu cầu bức thiết cho việc phát triển dịch vụ MM tại Việt Nam.

Do vậy, Quyết định 316 đã mở ra nhiều cơ hội cho dịch vụ MM, cũng như góp phần phát triển hoạt

động thanh toán không dùng tiền mặt hiện nay. Tăng cường khả năng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính của người dân, ưu tiên triển khai tại các địa bàn thuộc khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo. Tiềm năng mà dịch vụ này đem lại là rất lớn, nhưng đối với một số ít người dân thì đây là hình thức dịch vụ còn khá mới mẻ.

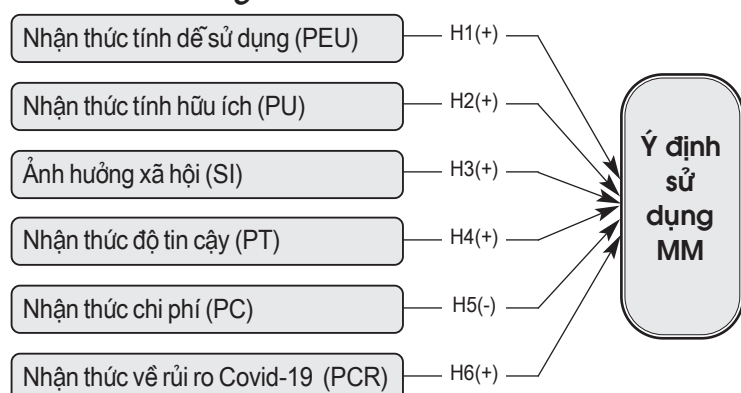
Chính vì vậy, nhóm tác giả đã tiến hành nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng Mobile Money của nông dân tỉnh An Giang” nhằm đánh giá được một cách xác thực được ý định sử dụng dịch vụ MM của nông dân, giúp cho các doanh nghiệp có những điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp.

2. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Dựa vào lý thuyết hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991)] và các công trình, nghiên cứu trước đây, tác giả đã đề xuất mô hình nghiên cứu: Ý định sử dụng dịch vụ f (nhận thức tính dễ sử dụng - PEU, nhận thức tính hữu ích - PU, ảnh hưởng xã hội - SI, nhận thức độ tin cậy - PT, nhận thức chi phí - PC, nhận thức về rủi ro Covid-19 - PRC). (Hình 1)

Các giả thuyết nghiên cứu:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



H1 (+): Nhận thức tính dễ sử dụng ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng MM.

H2 (+): Nhận thức tính hữu ích ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng MM.

H3 (+): Ảnh hưởng xã hội ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng MM.

H4 (+): Nhận thức độ tin cậy ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng MM.

H5(+): Nhận thức chi phí ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng MM.

H6 (+): Nhận thức rủi ro Covid-19 ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng MM.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Đơn vị mẫu: Nông dân tại các huyện thị thuộc tỉnh An Giang.

Cỡ mẫu: Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA). Theo Hair và cộng sự (2010) cho rằng để sử dụng EFA, kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100 và tỷ lệ quan sát/biến đo lường từ 5:1. Vì vậy, với 27 biến quan sát, để tiến hành EFA cỡ mẫu tối thiểu phải là: $n = 27 \times 5 = 135$ quan sát. Tuy nhiên, tác giả chọn cỡ mẫu là 360 quan sát để tăng độ tin cậy.

Phương pháp chọn mẫu: Nhóm tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện với tiêu thức phân tầng theo vùng địa lý bằng bảng hỏi soạn sẵn, phân bổ mẫu dựa trên các huyện thị thành phố.

3.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Các phương pháp phân tích được sử dụng trong việc giải quyết các mục tiêu, kiểm định các giả thuyết nghiên cứu của đề tài, cụ thể gồm: phương pháp thống kê mô tả, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy tuyến tính bội.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Phân tích độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha đối với các nhân tố có ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ MM của nông dân được tóm tắt như sau: trong tất cả các thang đo bao gồm: (1) nhận thức dễ sử dụng có hệ số Cronbach's Alpha tổng là 0,856; (2) nhận thức tính hữu ích có Cronbach's Alpha tổng là 0,893; (3) Ảnh hưởng xã hội có hệ số Cronbach's Alpha tổng là 0,899; (4) Nhận thức độ tin cậy có hệ số Cronbach's Alpha tổng là 0,915; (5) Nhận thức chi phí có hệ số Cronbach's Alpha tổng là 0,898; (6) Nhận thức rủi ro do Covid-19 có hệ số Cronbach's Alpha tổng là 0,895.

Ngoài ra, Ý định sử dụng dịch vụ MM Cronbach's Alpha tổng = 0,815. Đồng thời 2 hệ số Tương quan biến tổng (Item - Total Correlation) đều lớn hơn 0,3 và Cronbach's Alpha nếu loại biến (Cronbach's Alpha if Item Deleted) đều nhỏ hơn Cronbach's Alpha tổng. Do vậy, các thang đo lường

là có thể sử dụng được trong bối cảnh nghiên cứu của đề tài (Nunnally & Bernstein, 1994).

4.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

4.2.1. Các biến độc lập

Kết quả kiểm định tương quan giữa các nhân tố, ta có $KMO = 0,880 > 0,5$; Sig. kiểm định của Bartlett's Test = $0,000 < 0,05$. Giả thuyết H_0 hoàn toàn bị bác bỏ ở mức ý nghĩa $\alpha = 5\%$ hay các biến có tương quan với nhau và hoàn toàn phù hợp với phân tích nhân tố khám phá. Tiếp theo là kết quả ma trận nhân tố thực hiện với phép xoay Varimax được thể hiện trong Bảng 1.

Bảng 1 cho thấy có tất cả 27 biến đạt yêu cầu trong EFA, nếu xét theo tiêu chuẩn Eigenvalue trong phân tích là $1,373 > 1$ thì 27 biến quan sát được rút lại thành 6 nhân tố. Trong Bảng 1 ta cũng thấy được phương sai cộng dồn Cumulative bằng $73,31\% > 50\%$ nên 6 nhân tố được rút ra giải thích được gần 73% biến thiên của dữ liệu (phần trăm của phương sai). Hệ số tải nhân tố của tất cả các biến đều lớn hơn 0,5 và đáp ứng đầy đủ điều kiện nghiên cứu này yêu cầu để đưa vào mô hình hồi quy.

4.2.2. Biến phụ thuộc

Ta có kết quả kiểm định hệ số $KMO = 0,768 > 0,5$; Sig. kiểm định của Bartlett's Test = $0,000 < 0,05$. Điều này cho thấy các biến có tương quan với nhau và hoàn toàn phù hợp với phân tích nhân tố khám phá. Ngoài ra, cả 5 biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 và đạt yêu cầu trong phân tích nhân tố.

4.3. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Kết quả tổng hợp cho thấy, hệ số xác định $R^2 = 0,613$ và hệ số R^2 hiệu chỉnh trong mô hình là 0,606. Bên cạnh đó, kiểm định F thấy mức ý

Bảng 1. Kết quả ma trận nhân tố đã xoay (hiệu chỉnh lần cuối)

	BIẾN QUAN SÁT					
	1	2	3	4	5	6
PT5	0,851					
PT1	0,832					
PT4	0,817					
PT2	0,73					
PT3	0,715					
PC3		0,831				
PC1		0,827				
PC5		0,82				
PC2		0,783				
PC4		0,74				
PU5			0,847			
PU3			0,823			
PU4			0,808			
PU1			0,741			
PU2			0,739			
SI3				0,85		
SI1				0,846		
SI4				0,789		
SI2				0,772		
PEU4					0,821	
PEU3					0,768	
PEU5					0,711	
PEU2					0,69	
PEU1					0,625	
PRC1						0,856
PRC3						0,846
PRC2						0,802
Eigenvalue	9,722	3,000	2,405	1,744	1,552	1,373
Cumulative (%)	36,00	47,12	56,02	62,48	68,22	73,31

nghĩa Sig = 0,000 điều này cho thấy rằng độ thích hợp của mô hình là 60,6% hay nói cách khác các biến độc lập giải thích được 60,6% phương sai của biến phụ thuộc. Ngoài ra, kiểm định Durbin-Watson là 1,852 chứng tỏ không có tự tương quan.

Để xem xét mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến biến phụ thuộc đến ý định sử dụng dịch vụ MM ta xem xét bảng trọng số hồi quy sau: (Bảng 2)

Bảng 2 cho thấy Sig. = 0,00 nhỏ hơn 0,05 nên mô hình hồi quy tuyến tính được xây dựng phù hợp với tổng thể.

Để xem xét mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến biến phụ thuộc ý định sử dụng dịch vụ MM xem xét bảng trọng số hồi quy sau: (Bảng 3)

Từ kết quả hồi quy trên, ta có hàm hồi quy được viết lại như sau:

$$YDSD (BI) = 0,537 + 0,451*PC + 0,169*PT + 0,096*PCR + 0,072*PU$$

Bảng 3 cho thấy có 4 nhân tố là nhận thức chi phí (PC), nhận thức mức độ tin cậy (PT), nhận thức rủi ro Covid-19 (PCR) và nhận thức tính hữu ích (PU) có tác động cùng chiều vào biến phụ thuộc ý định sử dụng dịch vụ MM, vì trọng số hồi quy B của

4 nhân tố này có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$). Tuy nhiên, chúng ta nhận thấy nhân tố ảnh hưởng xã hội và nhận thức tính dễ dàng sử dụng lại không tác động đến ý định sử dụng dịch vụ MM của nông dân, đồng nghĩa với việc họ không đánh giá cao những yếu tố này của sản phẩm MM.

Ngoài ra, nếu xem xét mức độ tác động của 4 nhân tố này lên biến phụ thuộc ý định sử dụng dịch vụ MM, chúng ta có lần lượt thứ tự tác động từ cao đến thấp của từng nhân tố tương ứng với mức beta chuẩn hóa như sau: TC ($\beta = 0,451$), PT ($\beta = 0,169$), PCR ($\beta = 0,096$) và cuối cùng là PU ($\beta = 0,072$). Bên cạnh đó, kiểm định đa cộng tuyến có các giá trị VIF đều nhỏ hơn 3, cho thấy các biến trong mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

5. Kết luận

Hiện nay, hệ thống MM đã được thí điểm và các nhà mạng đang triển khai, đối tượng nhắm đến là những người dân vùng sâu, vùng xa, những người chưa đủ các điều kiện mở tài khoản thanh toán tại các ngân hàng. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả đạt được những kết quả sau: vận dụng các lý thuyết về hành vi và khả năng tiếp cận công nghệ để xây

Bảng 2. Bảng ANOVA của mô hình

	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Hồi quy	95,564	6	15,927	93,173	,000b
Còn lại	60,343	353	0,171		
Total	155,907	359			

Bảng 3. Bảng trọng số hồi quy (Coefficients^a)

Model	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	T	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			T	VIF
(Constant)	0,537	0,136		3,94	0,000		
PT	0,169	0,038	0,241	4,438	0,000	0,373	2,683
SI	-0,038	0,036	-0,054	-1,054	0,293	0,412	2,429
PC	0,451	0,035	0,527	12,911	0,000	0,657	1,521
PU	0,072	0,036	0,082	2,021	0,044	0,672	1,489
PEU	0,064	0,043	0,062	1,48	0,140	0,623	1,605
PCR	0,096	0,035	0,114	2,721	0,007	0,622	1,607

dựng mô hình nghiên cứu và kế thừa các nghiên cứu trước của các tác giả trong và ngoài nước về MM, kết quả nghiên cứu đã xây dựng được mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ MM của nông dân tại tỉnh An Giang. Theo đó có 4 nhân tố, gồm: nhận thức chi phí (PC), nhận thức mức độ tin cậy (PT), nhận thức rủi ro Covid-19 (PCR) và nhận thức tính hữu ích (PU) có tác động cùng chiều vào biến phụ thuộc ý định sử dụng dịch vụ MM.

Nghiên cứu đề xuất được một số hàm ý quản trị có liên quan nhằm nâng cao khả năng sử dụng dịch vụ MM của nông dân, cụ thể như sau:

- Nhận thức về chi phí của nông dân đối với MM, họ cho rằng việc tích hợp thêm MM vào phương thức thanh toán sẽ không gia tăng chi phí cho họ - điều này được các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm MM đang quảng bá rất mạnh.

- Nhận thức về mức độ tin cậy của MM: hiện nay, chúng ta đang khuyến cáo sử dụng MM để thanh toán hàng hóa dịch vụ giá trị nhỏ, đồng thời do các nhà mạng có uy tín triển khai, do vậy nông dân yên tâm về mức độ tin cậy sản phẩm MM.

- Nhận thức về rủi ro Covid-19, hạn chế tiếp xúc, thực hiện 5K - là yếu tố mới và nông dân đang chấp hành rất cao. Với kết quả này, các doanh nghiệp nên tăng cường tuyên truyền những sản phẩm đa dạng để đáp ứng nhu cầu không dùng tiền mặt trực tiếp và nổi bật lên được sự vượt trội của sản phẩm MM.

- Nhận thức tính hữu ích của sản phẩm MM đem lại như sự thuận tiện, tiết kiệm, nhanh chóng,... giúp các doanh nghiệp tăng sự tối ưu hóa trong việc sử dụng MM và gia tăng nhu cầu sử dụng sản phẩm MM ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ajzen I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational behaviour and human decision processes*, 50, 179-211.
2. Chính phủ. (2012). *Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22/11/2012 của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt*.
3. Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
4. Donovan, K. (2012). Mobile Money more Freedom? The Impact of M-PESAs Network Power on Development as Freedom. *International Journal of Communication*, 6, 2647-2669.
5. Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2010). *Multivariate data analysis*. 6th (ed.) Prentice-Hall. Upper Saddle River NJ.
6. Hendy Mustiko Aji, Izra Berakon, & Maizaitulaidawati Md Husin. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 2020(7), 1-16.
7. Hoàng Trọng, & Chu Nguyễn Mộng Ngọc. (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức.
8. Lederer, A. L., Maupin, D. J., Sena, M. P., & Zhuang, Y. (2000). The technology acceptance model and the World Wide Web. *Decision Support Systems*, 29(3), 269-282.
9. Nguyễn Đình Yến Oanh, & Phạm Thụy Bích Uyên. (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thương mại di động của người tiêu dùng tỉnh An Giang. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh*, 1(52), 144-160.
10. Nguyễn Thị Lê Thu, Nguyễn Thị Thảo, Đào Mỹ Hằng, & Đặng Thu Hoài. (2018). Các nhân tố tác động đến quyết định sử dụng dịch vụ Fintech trong hoạt động thanh toán của khách hàng cá nhân tại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Đào tạo ngân hàng*, 194, 13-19.
11. Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory (3rd ed.)*. McGraw-Hill.
12. PPOTAPAY. (2021). Báo cáo “Ứng dụng di động 2021” tại Việt Nam. <https://news.appotapay.com/bao-cao-ung-dung-di-dong-2021-tai-viet-nam-253/>

13. Sobti, N. (2019). Impact of demonetization on diffusion of mobile payment service in India. *Journal of Advances in Management Research*, 16(4), 472-497.

14. Thủ tướng Chính phủ. (2021). *Quyết định số 316/QĐ-TTg ngày 09/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa dịch vụ có giá trị nhỏ.*

15. Thủ tướng Chính phủ. (2021). *Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025.*

Ngày nhận bài: 13/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

1. TRINH PHƯỚC NGUYỄN

Phó Viện trưởng Viện Biến đổi khí hậu

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

2. NGUYỄN THỊ DIỄM HẰNG

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

FACTORS AFFECTING THE INTENTION OF FARMERS IN AN GIANG PROVINCE TO USE MOBILE MONEY SERVICES

● TRINH PHUOC NGUYEN¹

● NGUYEN THI DIEM HANG²

¹Deputy Director Climate Change Institute, An Giang University
Vietnam National University - Ho Chi Minh City

²Faculty of Economics and Business Administration, An Giang University
Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study determines the factors affecting the intention of farmers in An Giang province to use Mobile Money services. In this study, a model of factors affecting the intention of farmers in An Giang province to use Mobile Money services is build. This model consists of four factors including Perceived cost (PC), Perceived trust (PT), Perceived Covid-19 risk (PCR) and Perceived usefulness (PU). These factors positively impact the dependent variable intention of farmers to use Mobile Money services. Based on the study's results, some management implications are presented to help enterprises pay more attention to influencing factors.

Keywords: Mobile Money, cashless, farmer, intention to use the service.

NHỮNG YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH TÀ CÚ, HUYỆN HÀM THUẬN NAM, TỈNH BÌNH THUẬN

● NGUYỄN KỲ DUYÊN - VÕ KHẮC THƯỜNG
- ĐINH HOÀNG ANH TUẤN - MAI NGỌC KHÁNH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú, huyện Hàm Thuận Nam, tỉnh Bình Thuận. Kết quả phân tích từ 242 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ trong 250 phiếu khảo sát phát ra cho thấy, có 4 trong 5 yếu tố được phân tích ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú, bao gồm: (1) Năng lực phục vụ, (2) Sự đáp ứng, (3) Phương tiện hữu hình, (4) Sự cảm thông. Đây là cơ sở để tác giả đề xuất các hàm ý quản trị giúp các nhà quản trị của Điểm đến Tà Cú trong việc hoàn thiện chính sách dịch vụ, nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú trong tương lai.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, điểm đến du lịch Tà Cú, huyện Hàm Thuận Nam, tỉnh Bình Thuận.

1. Đặt vấn đề

Với vị thế là một trong những trung tâm du lịch trọng điểm cả nước, du lịch Bình Thuận đang ngày càng quan tâm hơn đến việc phát triển đồng thời các loại hình dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh để đảm bảo cho ngành du lịch luôn là ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại, sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương

hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc. Trước tình hình đó, các chính sách ưu tiên phát triển du lịch tại các điểm đến đang được địa phương đặc biệt quan tâm dưới góc độ vĩ mô để đáp ứng cho sự phát triển bền vững của ngành trong thời gian tới. Đây cũng là một trong những lợi thế giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch tại các điểm đến trong việc xây dựng các chính sách nhằm phát triển các hoạt động tại đơn vị mình.

Các doanh nghiệp ngày càng nhận thức rõ vai trò của khách hàng đối với hoạt động của doanh nghiệp, đây cũng là chìa khóa quan trọng giúp doanh nghiệp ổn định và phát triển trong xu thế hội nhập kinh tế. Do đó, việc nâng cao chất lượng dịch vụ để giúp nâng cao sự hài lòng, thỏa mãn của du khách tại các điểm đến là một bài toán mà các doanh nghiệp cần có lời đáp phù hợp, bởi việc nâng cao được sự hài lòng của du khách sẽ giúp doanh nghiệp hoạt động ổn định và bền vững hơn trong tương lai. Với lý do trên, đề tài “Những yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú, huyện Hàm Thuận Nam, tỉnh Bình Thuận” sẽ giúp cho Ban Quản trị khu du lịch Tà Cú nói riêng và các điểm đến du lịch trên địa bàn tỉnh nói chung có được cái nhìn chi tiết nhất về các yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại các điểm đến. Từ đó, đưa ra các chính sách phù hợp giúp nâng cao sự hài lòng của du khách và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết chung về Chất lượng dịch vụ và Sự hài lòng của khách hàng

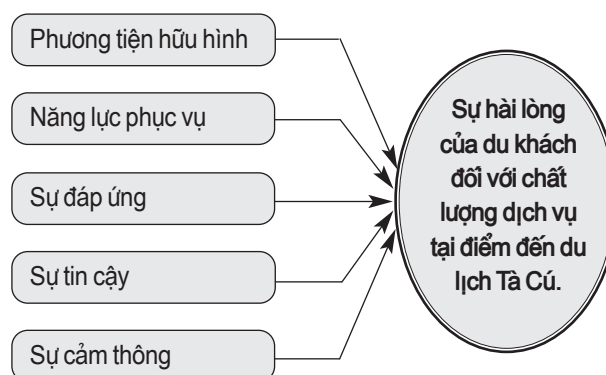
Theo Philip Kotler và cộng sự (2005), chất lượng dịch vụ được định nghĩa là khả năng của một dịch vụ, bao gồm: độ bền tổng thể, độ tin cậy, độ chính xác, sự dễ vận hành, dễ sửa chữa và các thuộc tính có giá trị khác để thực hiện các chức năng của nó. Zeithaml (1987) giải thích Chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của khách hàng về tính siêu việt và sự tuyệt vời nói chung của một tập thể, đó là một dạng thái độ và các hệ quả từ một sự so sánh giữa những gì được mong đợi và nhận thức về những thứ ta nhận được.

Theo Oliver (1997), sự hài lòng là sự phản ứng của người tiêu dùng đối với việc được đáp ứng những mong muốn. Bachelel (1995) cho biết, sự hài lòng của khách hàng như một phản ứng mang tính cảm xúc của khách hàng qua sự trải nghiệm của họ về một sản phẩm hay một dịch vụ.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất (Hình 1)

Giả thuyết H1: Phương tiện hữu hình có tác

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú.

Giả thuyết H2: Năng lực phục vụ có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú.

Giả thuyết H3: Sự đáp ứng có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú.

Giả thuyết H4: Sự tin cậy có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú.

Giả thuyết H5: Sự cảm thông có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng tổng hợp hai phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng: Nghiên cứu định tính được sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu sơ bộ, nhằm điều chỉnh mô hình nghiên cứu lý thuyết và các khái niệm dùng trong thang đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú; Nghiên cứu định lượng được sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu chính thức bằng việc phân tích các dữ liệu thu thập được từ khảo sát 250 khách du lịch trong nước đang du lịch và nghỉ dưỡng tại Khu du lịch Tà Cú, huyện Hàm Thuận Nam, tỉnh Bình Thuận. Nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện trong thời gian 30 ngày, thu hồi 248 mẫu, loại 6 phiếu trả lời không phù hợp, sử dụng 242 mẫu có trả lời phù hợp để phân tích.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach Alpha (Bảng 1)

Nhìn chung, các thang đo trên đều có hệ số

Cronbachs Alpha khá cao (> 0.6). Tất cả các biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3, do đó, chúng đều được sử dụng cho phân tích EFA tiếp theo.

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Sự tin cậy (Hệ số Cronbach's Alpha = 0.883)				
STC1	11.145	8.921	0.752	0.848
STC3	11.124	8.673	0.781	0.837
STC4	11.128	8.411	0.736	0.855
STC5	11.107	8.868	0.720	0.860
Sự đáp ứng (Hệ số Cronbach's Alpha = 0.804)				
SDU1	11.975	5.609	0.613	0.758
SDU2	11.872	5.473	0.677	0.726
SDU3	11.872	5.598	0.615	0.757
SDU4	11.959	5.907	0.572	0.777
Năng lực phục vụ (Hệ số Cronbach's Alpha = 0.852)				
NLPV1	11.674	5.573	0.755	0.786
NLPV2	11.917	6.126	0.620	0.842
NLPV3	11.649	5.698	0.719	0.801
NLPV4	11.769	5.813	0.680	0.818
Sự cảm thông (Hệ số Cronbach's Alpha = 0.826)				
SCT1	11.756	3.828	0.576	0.814
SCT2	11.802	3.479	0.660	0.777
SCT3	11.818	3.419	0.690	0.763
SCT5	11.806	3.477	0.681	0.767
Phương tiện hữu hình (Hệ số Cronbach's Alpha = 0.869)				
PTHH1	10.248	9.316	0.788	0.805
PTHH2	10.322	9.605	0.734	0.827
PTHH3	10.343	9.803	0.698	0.842
PTHH4	10.442	10.065	0.665	0.854
Sự hài lòng (Hệ số Cronbach's Alpha = 0.861)				
SHL1	6.806	1.369	0.793	0.757
SHL2	7.012	1.274	0.740	0.806
SHL3	6.554	1.443	0.686	0.851

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố đối với các dữ liệu ban đầu bằng chỉ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin). Thước đo KMO trong phân tích nhân tố cho thấy, hệ số KMO đạt $0.887 > 0.5$, chứng tỏ phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA áp dụng là thích hợp.

Kiểm tính tương quan giữa các biến quan sát

Sử dụng Barlett's test trong Bảng 2, giá trị

Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Barlett cho các biến độc lập

Hệ số KMO		0.887
Kiểm định Barlett	Approx, Chi-Square	2382.290
	df	190
	Sig	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

Bảng 3. Phương sai trích và các yếu tố rút trích của phân tích EFA cho biến độc lập

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.848	34.238	34.238	6.848	34.238	34.238	2.919	14.596	14.596
2	2.299	11.493	45.731	2.299	11.493	45.731	2.917	14.584	29.180
3	2.021	10.106	55.837	2.021	10.106	55.837	2.827	14.137	43.317
4	1.534	7.668	63.506	1.534	7.668	63.506	2.684	13.421	56.738
5	1.214	6.071	69.576	1.214	6.071	69.576	2.568	12.838	69.576
6	0.654	3.270	72.846						
7	0.614	3.070	75.916						
8	0.535	2.675	78.591						
9	0.505	2.526	81.116						
10	0.469	2.346	83.463						
11	0.459	2.293	85.756						
12	0.412	2.062	87.818						
13	0.384	1.922	89.740						
14	0.364	1.822	91.562						
15	0.336	1.680	93.243						
16	0.328	1.642	94.885						
17	0.292	1.459	96.343						
18	0.257	1.285	97.629						
19	0.251	1.254	98.882						
20	0.224	1.118	100.000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

Sig. = 0.000 (Sig = 0.000 < 0.05), kết quả chỉ ra các biến quan sát có tương quan tuyến tính trong mỗi nhân tố.

Kiểm định phương sai trích

Bảng 3, phương sai trích bằng 69.576, thể hiện rằng sự biến thiên của các yếu tố được phân tích có thể giải thích được 69,576% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát ban đầu và đây là mức ý nghĩa ở mức khá. Hệ số Eigenvalues của yếu tố thứ 5 bằng 1.214>1, thể hiện sự hội tụ của phép phân tích dừng ở yếu tố thứ 5, hay kết quả phân tích cho thấy có 5 yếu tố được trích ra từ dữ liệu khảo sát.

4.3. Phân tích hồi quy đa biến

Bảng 4 cho thấy, các biến độc lập gồm Sự đáp

ứng, Năng lực phục vụ, Sự cảm thông và Phương tiện hữu hình đều có ý nghĩa thống kê Sig. <0.05 nghĩa là 4 yếu tố này thực sự có ảnh hưởng tuyến tính đến Sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú.

4.4. Kết quả kiểm định INOVA

Theo Bảng 5, kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai vẫn là một phép giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể. Kết quả phân tích cho thấy, kiểm định F có giá trị là 48.580 với Sig. = 0.000(b) chứng tỏ mô hình hồi quy đa biến là phù hợp với tập dữ liệu, các biến đưa vào đều có ý nghĩa trong thống kê.

Bảng 4. Bảng hệ số hồi quy

Hệ số mô hình								
Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hoá		Hệ số chuẩn hoá	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	Hằng số	0.458	0.203		2.252	0.025		
	F_STC	0.040	0.034	0.068	1.166	0.245	0.606	1.650
	F_SDU	0.094	0.040	0.128	2.362	0.019	0.707	1.414
	F_NLPV	0.109	0.039	0.152	2.787	0.006	0.703	1.422
	F_SCT	0.389	0.045	0.421	8.622	0.000	0.874	1.144
	F_PTHH	0.132	0.032	0.237	4.144	0.000	0.636	1.573

a. Biến phụ thuộc: F_SHL

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

Bảng 5. Bảng phân tích ANOVA

ANOVA ^a						
Mô hình	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Hồi quy	38.921	5	7.784	48.580	0.000b
	Phần dư	37.816	236	0.160		
	Tổng	76.737	241			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

5. Kết luận

Nghiên cứu đã trình bày kết quả về mẫu nghiên cứu dưới dạng mô tả thống kê, kết quả về kiểm định các thang đo của các khái niệm nghiên cứu thông qua đánh giá độ tin cậy Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy. Sau đó kiểm định sự phù hợp của mô hình với các giả thuyết đã đưa ra.

Kết quả phân tích cho thấy, yếu tố “Sự cảm

thông” (beta chuẩn hóa = 0.421) tác động nhiều nhất; tiếp theo là “Phương tiện hữu hình” (beta chuẩn hóa = 0.237), kế đến là yếu tố “Năng lực phục vụ” (beta chuẩn hóa = 0.152) và cuối cùng là yếu tố “Sự đáp ứng” (beta chuẩn hóa = 0.128) có tác động yếu nhất đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại điểm đến du lịch Tà Cú, huyện Hàm Thuận Nam, tỉnh Bình Thuận ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cronin J.J. & Taylor S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectation Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58 (January), pp. 125-131.
2. Hair J., Black W., Babin B., and Anderson R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice- Hall.
3. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (tập 1 và 2)*, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, NXB Hồng Đức.
4. Kotler, P. (2003), *Quản trị Marketing*, NXB Thống kê, Hà Nội.
5. Lê Thị Tuyết, Nguyễn Anh Trụ, Vũ Thị Hằng Nga, Trần Thị Thương, Trần Hữu Cường (2014). Nghiên cứu sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại làng cổ Đường Lâm, *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, Tập 12, số 4, 620-634.
6. Nguyễn Thị Thanh Nga (2021). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa khi đến Kiên Giang. *Tạp chí Công Thương*, Số 29+30, tháng 12, truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phan-tich-cac-nhan-to-anh-huong-den-su-hai-long-cua-khach-du-lich-noi-dia-khi-den-kien-giang-79542.htm>
7. Parasuraman et al, 1988. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12- 40.
8. Puh, B. (2014). Destination Image and Tourism Satisfaction: The Case of a Mediterranean Destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences*.
9. Suanmali, S. (2014). Factors Affecting Tourist Satisfaction: An Empirical Study in the Northern Part of Thailand. *SHS Web of Conferences; EDP Sciences*, 12, 01027.
10. Zeithaml V.A. & Bitner M.J. (2000), *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. IrwinMcGraw-Hill.

Ngày nhận bài: 14/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN KỲ DUYÊN¹

2. PGS.TS. VÕ KHẮC THƯỜNG²

3. ThS. ĐINH HOÀNG ANH TUẤN²

4. ThS. MAI NGỌC KHÁNH²

¹Quý hỗ trợ phụ nữ nghèo CN Bình Thuận - Phòng Giao dịch Hàm Thuận Nam

²Trường Đại học Phan Thiết

**FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION
OF TOURISTS WITH THE QUALITY OF SERVICES IN TA CU
- A TOURIST DESTINATION IN HAM THUAN NAM DISTRICT,
BINH THUAN PROVINCE**

● **NGUYEN KY DUYEN¹**

● Assoc.Prof.Ph.D **VO KHAC THUONG²**

● Master. **HOANG ANH TUAN²**

● Master. **MAI NGOC KHANH²**

¹Aiding Poor Women Fund - Binh Thuan Province Branch
- Ham Thuan Nam Transaction Office

²Phan Thiet University

ABSTRACT:

This study determines the main factors affecting the satisfaction of tourists with the quality of services in Ta Cu - a tourist destination in Ham Thuan Nam district, Binh Thuan province. By analyzing 242 valid survey responses out of 250 issued surveys, this study finds out that 4 out of 5 proposed factors positively affect the satisfaction of tourists with the quality of services in Ta Cu including (1) Service capacity, (2) Responsiveness, (3) Tangible means, and (4) Empathy. Based on these results, some administrative implications are proposed to help managers in Ta Cu improve their services in order to enhance the visitor satisfaction in the future.

Keywords: service quality, Ta Cu, tourist destination, Ham Thuan Nam district, Binh Thuan province.

DEVELOPING THE BRAND OF VIETNAMESE HANDICRAFT VILLAGES IN THE CONTEXT OF THE ON-GOING COVID-19 PANDEMIC

● DAO CAO SON

ABSTRACT:

Craft villages in Vietnam with a variety of products have affirmed their importance in the country's socio-economic development. However, as the market has been severely impacted by the COVID-19 pandemic and it has also developed thanks to the rapid scientific and technological changes, alternative products, and ever-changing demands, craft villages have faced many difficulties to survive and grow. By presenting an overview of theoretical issues on brand, collective brand, and brand development, using the semi-structured interview method and observation method, this study examines the current brand development of business establishments in some specific craft villages. Based on the study's findings, some solutions are proposed to help Vietnamese handicraft villages develop their brands, especially in the context of the on-going COVID-19 pandemic.

Key words: brand, collective brand, brand development, craft village.

1. Introduction

Over the past years, the issue of developing collective brand names in general or craft village brands in particular as well as market development solutions for handicraft products have been studied by many domestic and foreign scientists. In particular, as for a developing country with a history associated with craft villages like Vietnam, craft villages have also received a lot of attention from ministries, departments and sectors from central to local levels, with their own support policies and programs, etc. However, the development of craft villages over the past time has been spontaneous and arbitrary, and there was no strategy or methodical plan. Many problems still

exist from brand awareness thinking to investment activities, specific content and activities for brand building and development. Craft villages have low technology levels, untrained workers, and unorganized and unconnected production and business establishments in craft villages have been affected by the complicated developments of the Covid-19 pandemic, causing very few traditional craft villages with their products and advantages and potential hard to create, maintain and develop national and international brands.

2. Theoretical framework

Collective brand and craft village brand

According to Nguyen Quoc Thinh (2018) "Brand is one or a set of signs to identify or

distinguish products, distinguish businesses, it is the image of products and businesses in the minds of target customers and general public". The brand is increasingly expanding in terms of content and application scope. The term "brand" is not only approached in the scope of goods and services in the field of commerce, but also extended to many different objects and fields such as brands for organizations, individuals and industries, brand for tourist destination, local brand, national brand.

Brand success is about differentiating and providing consumers with a unique value (Keller, 2020). Thus, brand is developed not only to promote an individual unit such as a product or organization, but also to highlight the relationships among organizations in marketing. Collective brand can be understood as a brand created by a state or governmental organization for the purpose of certifying the product quality of the affiliates, which can sell their products from a certain geographical area or by a particular mode of production (Fernández-Barcala and González-Díaz, 2006). Collective brand strategy involves manufacturers of the same product agreeing to use a brand on their behalf, which involves a form of production that meets the same quality standards (Vertinsk and Zhou, 2000; Innes et al., 2010). (Fishman et al., 2011) pointed out that a collective brand must follow two criteria: (i) Being considered a brand representing quality products; (ii) Having members of the brand who are self-governing companies, making independent and self-profitable business decisions, sharing only the collective brand name. According to Nguyen Quoc Thinh (2018), "Collective brand is one or a set of signs to identify and distinguish, an image in the minds of customers and the public about one or several product groups of different production and business establishments in the same co-ownership association". Co-ownership association can be economic association in the form of member companies of a group, a corporation; It can also be a simple association of establishments in a craft

village area, a geographical area or association among members in an industry association.

Brand development

According to the view of (D. Aaker, 1996), "Brand development is a set of activities aimed at increasing the power and coverage, the impact of a brand on the mind and behavior of customers and the public". When it comes to brand development, it means to mention and emphasize the power of the brand. Brand development means making the brand stronger both in breadth and depth. Commonly mentioned contents include: Improving product quality; Increasing customer and public awareness; Increasing brand coverage and impact.

From brand development approach, craft village brand development is a set of activities to increase the power, coverage, and impact of the craft village brand on the mind and behavior of customers and the public. Developing a brand means making it stronger. The power of brand is understood as the ability of a brand to maintain competitive advantages and create value at present and in the future, relative to other competing brands in the same industry. The increase in the power of brand is approached based on the customer, that is, placed in the mind and perception of the customer, which is often measured through the identification of the components of brand equity. When increasing the power of the brand, it is necessary to focus on assets, in which, each listed asset is independent of each other, but has a close relationship.

3. Research Methodology

To meet the research objectives, qualitative and quantitative research methods are used. Document research methods and semi-structured interviews are used to collect data from brand experts on theoretical issues as well as current situations and solutions for brand development of traditional handicraft villages through media tools. Subjects for in-depth interviews include 15 brand research experts at universities, managers of associations and cooperatives of traditional handicraft villages,

Heads or Deputy Heads of businesses producing and trading traditional handicraft products in selected craft villages for research. Each interview usually lasts from 30 to 45 minutes, conducted by phone or at the expert's place of work. Besides the interview method, the author uses the sociological investigation method through survey forms to collect, analyze and process data from customers. The survey contents in the questionnaires focused on customers' perceptions of traditional handicraft village brands. Customer's evaluation of the activities of developing the traditional handicraft village brand in the past time (Consumer's perception of the product, the current media reality of the traditional craft village brand, consumer's looking back on traditional handicraft villages brand, etc.). The method of using questionnaires to survey customers and businesses is conducted by allocating questionnaires directly and by the Google form tool. In addition, the direct observation method was performed by the author's personal visit during the period from October 2021 to January 2022.

4. Research results and discussions

Reality of improving product quality and brand perceived value

Improving product quality and increasing perceived value are the most important contents that force traditional handicraft villages to focus on developing their brands. Perceived value is an overall assessment based on the customer's perception of what constitutes the quality of a product and how reputable the brand is. In order to improve product quality, many establishments in craft villages such as Van Phuc and Bat Trang have improved production technology and continuously upgraded technology and machinery. Typically, in Bat Trang, a number of establishments have invested in Double Action Presses, Multifunctional Single Head CNC Metal Laser Cutting and Engraving Machine, and Semi-Flexible Presses with a capacity of about 700,000 products/year. The product has high accuracy, the rate of defective

products is greatly reduced, and the aesthetics are improved. However, these are only cases accounting for small proportions, focusing on leading businesses in craft villages, while most production and business establishments of craft villages still use outdated and backward technology. In addition to the technology factor, in fact, in craft villages with different production establishments, the skill level of the workers is different and uneven. The process of product quality control is mainly performed by manual methods, with the naked eye, so there are many limitations. In addition, the process of handling raw materials, handling products as well as the process of transportation and preservation is not synchronized, lacks management and supervision, so the situation of products with poor quality and unevenness when coming to consumers is still quite common.

Reality of design and implementation of the brand identity system

Brand awareness is an important stage in the purchasing process and an integral component of measuring the power of brand. A brand with a high level of awareness among the general public has a higher chance of being chosen over other competitors. However, in reality, the activities implemented to raise brand awareness among customers of traditional handicraft village brands are incoherent, unconnected, short of synchronization and consistency.

For many craft villages, in addition to being known through their historical factors and long-standing reputation, they are also known more widely through the presence of reputable businesses and establishments in the village. In many craft villages, many potential households have established companies, businesses or family complexes for development. For example, Bat Trang ceramics village, according to a survey as of January 1, 2020, currently has more than 200 businesses and more than 1,000 households producing and trading ceramic products.

Businesses initially invested in the design of the brand identity system: brand name, logo, slogan, signboard, Website, etc. However, the elements of the brand identity system of the establishments of the craft village are deployed sporadically, short of synchronization, leading to customers not being able to recognize, even doubt about the origin and quality of products. Observed on ceramic products that are sold at many business establishments in Bat Trang, on the products of many production and business establishments, a different Bat Trang logo is shown. In addition, 76% of businesses have shown the name of origin and craft village brand on the packaging and products. Thus, there is still a large percentage of establishments that barely show the brand name, origin on the product or product packaging.

In fact, the survey in craft villages shows that many production and business establishments have designed logos, signboards and websites and some other brand identity elements to introduce their products; however, there is almost no connection with other members, everyone do by itself and cannot promote the advantages of the craft village brand. In addition, when exporting craft village products, they still have to go through many intermediaries. The name of the manufacturer cannot be registered but borrow the brand name and packaging of another unit. Products sold in foreign markets are considered products of foreign units, not traditional craft village brands or craft village establishments. There are quite a few brand identity elements that have been designed and applied by the establishments of the craft village, but the number is not uniform, usually only concentrated in businesses. The main elements are the brand name of the business (88/100), the business's own logo (65/100), boards, signs designed and deployed are 78/100 surveyed businesses. For households, only about 12% of the surveyed establishments attached their own logos or signs, but they were also very faint, failing to make an impression on consumers.

Reality of brand media of craft village

In fact, many craft villages have not been yet known to many consumers, including traditional craft villages that have existed for a long time, due to the fact that brand media in general and promotion in particular have not been carried methodically, unprofessionally and connectedly. In many craft villages, promotional activities are only interested by a few export businesses and establishments with financial potential, mostly joint stock companies and a few companies limited. According to the author's investigation results, there are quite a few brand media tools used by production and business establishments. From media tools such as television, radio, newspapers, salespeople to modern means via the internet such as Website, social networks. However, compared to traditional means, nowadays, establishments have exploited a lot of means on the Internet, especially social networks, with the advantage of being fast, almost not spending much. This shows that the production and business establishments of craft villages have approached quite quickly and bravely used information technology in business and promotion, although the efficiency is not high.

Some businesses in the village have set up websites, fanpages, etc. to introduce their products and brands to consumers. The information on these sites is usually addresses, phone numbers, business areas, some items and their prices. However, the general situation is that the interface is not beautiful, it is difficult to access, the way to set the domain name and page name makes it difficult to find, the content is too simple. All of these make websites and social networking sites not really attractive to viewers, leading to a state of being abandoned or inactive with a small number of visitors.

An important content contributing to the development of brand awareness is the quality of information related to the craft village brand. For craft villages, the information conveyed is also quite diverse from origin, specific materials to

information related to famous artisans of the craft village. The above diverse information helps domestic and foreign consumers know and understand more about the brand. Regarding handicraft products of the craft village, by the method of asking customers how they know through the comments related to this product and brand, the information which is enough for customer to understand the product's attributes includes product's characteristic function, characteristic design, characteristic color, and characteristic material, on average, 50% of the opinions agree. The customer lacks information about the stories about this ceramics village, the legends involved, the techniques and processes, the know-how that characterizes the craft, and information about how did the artisans make products.

Reality of increasing the coverage of craft village brand

Trade promotion activities for traditional craft villages are not only advertising mentioned above, but also promotional activities; display and introduction of goods; fairs and exhibitions. In fact, production and business establishments of craft villages often use promotional activities such as: discounting, giving gifts, holding customer meetings, etc. Some potential establishments also carry out costly activities such as inviting customers to try, give coupons, organize product introduction programs, cultural and art programs, contests associated with sales. However, these activities usually not much due to financial constraints.

Fairs and exhibitions are trade promotion activities with a variety of activities carried out in a concentrated manner in a certain time and at a certain place. Over the past time, the Ministries of Industry and Trade, Agriculture and Rural Development, a number of socio-professional organizations and some provinces and cities have organized many fairs and exhibitions on handicrafts products and craft village. Handicrafts of our country have also appeared in fairs and exhibitions

in a number of countries. However, there are still fairs and exhibitions that have not achieved high efficiency, often only focusing on displaying and introducing goods, have not clearly shown the cultural characteristics in each craft village product, have not taken advantage of this opportunity to exchange experiences, promote cooperation. Not to mention, the way to participate in fairs and exhibitions of production and business establishments of many handicraft villages is still limited, lacks methodical investment, and the stalls are poorly designed and not eye-catching, not attractive to visitors.

5. Recommended solutions

Raise awareness and increase investment in brand development

Production and business establishments, association managers need to actively update information, improve their brand knowledge, organize training classes on brands, intellectual property, search market, etc., with the participation of experts in brand and intellectual property to help production and business establishments increase brand awareness as well as management issues, not to infringe on regulations on industrial property, helping craft villages protect themselves against the encroachment of other establishments.

In order to improve the quantity and quality of human resources in craft villages, it is necessary to apply training and vocational training programs to improve the skills of workers; raise awareness of traditional values of craft villages, brands, intellectual property, etc. through training courses with the presence of experts in accordance with training requirements. Subjects, depending on their conditions, can establish a human resources department specialized in branding: To make a brand, it is necessary to have people who are knowledgeable about the brand. Craft villages should establish specialized departments, divisions or agencies on construction management and brand development. The people in charge of this job must be taught, trained, have knowledge, capacity,

enthusiasm and have certain experience in branding.

Improve product quality and increase perceived value

Brand building is also the process of increasing competitiveness and product consumption by all solutions that affect the appearance and quality of the product. The brand firmly stands only when it is guaranteed by the quality of each product and the stability of the product's quality. To do so, the production process needs to be perfected, both in workmanship and in production technology. Handicraft products are cultural products with high artistic value, considered a symbol of traditional craft. However, in order to build brands, those products need to be improved in terms of model and design; improved and ensured the stability of quality with suitable packaging, etc. Technology needs to be continued improving.

Solutions to develop brand awareness of traditional handicraft villages

Perfect the brand identity system. Craft village brand is different from business brand, it includes more and broader elements. It is necessary to research the market, products and customers to have the necessary information related to the brand such as consumer perception of the product, the product's target market, market penetration strategy, from there, design and build appropriate brand elements. For collective brands of craft villages, the design and standardization of logos, and the development of general regulations on brand use and setting of quality management standards are essential. In addition, the issue of registration of collective trademark protection of craft villages also needs to be quickly carried out in order to ensure the rights and increase value for the craft village in the process of brand development, contributing to avoid the craft villages trademark from being copied and infringed which is becoming more and more common today.

Solutions to enhance brand media activities. Providing information about goods on a regular and

continuous basis to consumers through different channels will gradually build them a trust, an interest, respect, from which they will love the brand more, love the traditional products more, want to use the product more. Promotion can be done on audio-visual media such as television, radio and especially over the internet; on print media such as newspapers, magazines, catalogs, leaflets. Craft villages need to actively participate in craft village fairs and exhibitions with financial support for booth rental, transportation, etc.

Associating the craft village brand with tourism development. Developing the brand of traditional handicraft villages in association with tourism development activities is a model that has been successfully applied in many countries around the world. However, it is necessary to have a close combination between the development of craft villages and tourism, ensuring socio-economic and environmental benefits; tourism development emphasizing cultural, historical, ecological and conservational aspects. It is necessary to develop a master plan for craft village development with policies to support and propagate for craft village tourism to develop exactly and effectively. It is necessary to invest in and upgrade infrastructure: roads, electricity systems, water supply and drainage, etc.; build works to attract and display handicraft products for people; increase the quality and quantity of tourism products and services: accommodation, tour guides, etc.

Minimizing harm to the environment. Environmental protection in craft villages is a decisive condition for sustainable development. It is necessary to build an environmental management apparatus with the nucleus as the local government to closely monitor the activities of each production and business establishment. Craft villages can form small and medium industrial zones, separating production and business establishments from residential areas should be considered; or renovating factories, using local materials, applying advanced techniques to

treat waste and dust; strengthening inspection and supervision; sanctioning for production establishments that do not ensure environmental sanitation, etc. These solutions definitely need the coordination of capital contribution from the state and business establishments in craft villages. The economic development in craft villages will also facilitate reinvestment to implement some solutions to thoroughly solve environmental problems.

Solutions to increase the coverage of the craft village brand

In craft villages, the rational formation of a common production structure, the organization of cooperative relations between units with different operating functions, and at the same time expansion of linkages are considered as important measures to promote production activities, to help ensure the maintenance of stable quality of the product system; expanding the application of science and technology in production, creating diversity in product designs, helping to implement brand development strategies, building a system of brand identity, brand protection, etc., building the brand name of the craft village uniformly with the reduction of incoherent and unconnected

competition between production establishments and each consuming business, excluding the making of imitation and counterfeit goods between establishments producing the same product type in the craft village, losing the prestige of the craft village. Instead, craft villages have orientations, establish common intellectual property rights and reassign production, support each other to improve skills, technology, product quality, and jointly preserve the craft village brand, avoiding price squeezing, prices lowering, helping products reach further domestically and internationally.

Developing the craft village brand has been being an extremely important issue. Although there have been certain results in the process of development, a certain reputation in both domestic and foreign markets have been built, people's living standards have been gradually improved, craft villages in general and traditional handicrafts in particular still face many difficulties, especially in the context of world economic fluctuations caused by the Covid-19 pandemic. Therefore, continuing to research to find effective solutions for brand development is always a very meaningful issue that needs to receive research attention from many sides in the coming time ■

REFERENCES:

1. David A. Aaker. (1996). *Building strong Brands*. New York, New York, United States: The Free Press.
2. de Chernatony, L., Drury, S. and Segal-Horn, S. (2003). Building a services brand: Stages, people and orientations. *Service Industries Journal*, 23(3).
3. Fernández-Barcala, M. and González-Díaz, M. (2006). Brand equity in the European fruit and vegetable sector: A transaction cost approach. *International Journal of Research in Marketing*, 23(1), pp. 31-44.
4. Fishman, A. et al. (2011). The Economics of Collective Brands. *SSRN Electronic Journal*, (August 2021).
5. Keller, K. L. (2020). Consumer Research Insights on Brands and Branding: A JCR Curation. *Journal of Consumer Research*, 46(5), pp. 995-1001.
6. Nguyễn Hữu Khải (2006) *Xây dựng thương hiệu cho một số mặt hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống của Việt Nam*. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Bộ Giáo dục và Đào tạo.
7. Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Thành Trung (2009). *Thương hiệu với nhà quản lý*. NXB Lao động xã hội.
8. Nguyễn Quốc Thịnh (2018) *Giáo trình Quản trị thương hiệu*. Edited by Nhà xuất bản Thống kê.

Received date: March 22, 2022

Reviewed date: April 10, 2022

Accepted date: April 28, 2022

Author's information:

MA. DAO CAO SON

Thuongmai Univeristy

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU LÀNG NGHỀ THỦ CÔNG MỸ NGHỆ TRUYỀN THỐNG VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

● ThS. **ĐÀO CAO SƠN**

Trường Đại học Thương mại

TÓM TẮT:

Làng nghề ở Việt Nam với đa dạng các chủng loại sản phẩm tiếp tục khẳng định được tầm quan trọng của mình trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, trước bối cảnh thị trường bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh Covid-19, cùng với sự phát triển mạnh mẽ và liên tục của khoa học công nghệ, của các sản phẩm thay thế, của nhu cầu tiêu dùng, các làng nghề đã phải đối mặt với rất nhiều khó khăn để duy trì và phát triển thương hiệu của mình. Trên cơ sở tổng quan những vấn đề lý luận cơ bản về thương hiệu, thương hiệu tập thể, phát triển thương hiệu, cùng với sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu như phỏng vấn và quan sát tại các làng nghề được lựa chọn điển hình, tác giả tiến hành nghiên cứu phản ánh thực trạng và đưa ra một số giải pháp phát triển thương hiệu cho các làng nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống Việt Nam đặc biệt trong bối cảnh Covid-19.

Từ khóa: thương hiệu, thương hiệu tập thể, phát triển thương hiệu, làng nghề.

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI SỬ DỤNG DỊCH VỤ VNPT-VSS CỦA CÔNG TY DỊCH VỤ VIỄN THÔNG VINAPHONE TẠI TỈNH BÌNH THUẬN

● PHẠM THỊ THÚY - VÕ KHẮC THƯỜNG - ĐINH HOÀNG ANH TUẤN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện với mục tiêu xác định các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ giám sát tàu cá VNPT-VSS của Công ty Dịch vụ Viễn thông Vinaphone tại tỉnh Bình Thuận. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận, đó là: (1) Chất lượng cuộc gọi, (2) Sự thuận tiện, (3) Dịch vụ khách hàng, (4) Cấu trúc giá và (5) Phương tiện hữu hình. Kết quả phân tích cho thấy có 4 trong 5 nhân tố được phân tích cho thấy sự ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ giám sát tàu cá VNPT-VSS của Công ty, đó là: (1) Phương tiện hữu hình, (2) Chất lượng cuộc gọi, (3) Giá cước dịch vụ và (4) Sự thuận tiện. Kết quả nghiên cứu cũng đưa ra một số hàm ý quản trị, giúp Ban giám đốc Vinaphone Bình Thuận hoàn thiện các chính sách, nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ VNPT-VSS của công ty trong thời gian tới.

Từ khóa: dịch vụ VNPT-VSS, Công ty Dịch vụ Viễn thông Vinaphone, tỉnh Bình Thuận.

1. Đặt vấn đề

Trong nền kinh tế hiện nay, dịch vụ viễn thông di động đã trở nên vô cùng phổ biến với hầu hết mọi người dân. Cùng với sự phát triển về Viễn thông - CNTT nói chung, dịch vụ di động nói riêng đã có những bước tiến vượt bậc. Ngành Viễn thông di động Việt Nam đã chứng kiến những thay đổi to lớn, làm thay đổi gần như hoàn toàn hành vi tiêu dùng của khách hàng. Nhiều nhà cung cấp dịch vụ như: Viettel, VinaPhone, MobiFone, VietnamMobile, IT Telecom,... cùng tham gia thị trường, môi trường kinh doanh ngày càng cạnh tranh gay gắt, đòi hỏi các doanh nghiệp không ngừng vận động và đổi mới để bắt kịp với những xu hướng phát triển của thế giới và nhu cầu của khách hàng.

Năm 2017, Luật Thủy sản 2017 ra đời, theo đó các Thông tư, Nghị định hướng dẫn Luật được ban hành, để luật đi vào đời sống, đảm bảo người dân thực hiện nghiêm pháp luật cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các cơ quan chức năng, người dân và các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ giám sát tàu cá theo luật định. Trên cơ sở nghiên cứu các quy định của luật, sau thời gian thử nghiệm cùng Tổng cục Thủy sản, VNPT triển khai dịch vụ giám sát tàu cá VNPT -VSS, đáp ứng yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước về khai thác thủy sản xa bờ, cũng như đảm bảo công tác cứu hộ cứu nạn trên biển.

Đến tháng 5/2021, thị phần VNPT-VSS tại Bình Thuận mới đạt 14%. Để tăng thị phần, VNPT cần cải thiện hiệu quả hoạt động, nâng cao năng lực

cạnh tranh, nhanh chóng củng cố hoạt động dịch vụ nâng cao thị phần. Để đạt được điều này, VNPT Vinaphone cần nghiên cứu nắm rõ hành vi tiêu dùng, những yếu tố mang đến sự hài lòng khi sử dụng thiết bị và dịch vụ do VNPT cung cấp, gắn với việc cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật, chất lượng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Bên cạnh đó, các nội dung nghiên cứu sẽ giúp cho VNPT VinaPhone Bình Thuận hoàn thiện bộ máy vận hành, nâng cao năng lực cán bộ quản lý để đảm bảo cho doanh nghiệp phát triển bền vững.

Xuất phát từ thực tiễn nêu trên, tác giả chọn đề tài: “Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS của Công ty Dịch vụ Viễn thông Vinaphone tại tỉnh Bình Thuận” để nghiên cứu. Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất các hàm ý quản trị nhằm giúp ban lãnh đạo tham khảo, hoàn thiện các chính sách nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, thu hút tốt hơn lượng khách hàng mới sử dụng dịch vụ VNPT-VSS nói riêng và dịch vụ của VNPT nói chung.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khái niệm về sự hài lòng của khách hàng

Sự hài lòng khách hàng là một thuật ngữ nhận được rất nhiều sự quan tâm chú ý của các nhà nghiên cứu và những nhà quản trị bởi vì tầm quan trọng của nó như là một yếu tố chính trong chiến lược kinh doanh và là mục tiêu trong mọi hoạt động kinh doanh, đặc biệt là trong bối cảnh thị trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay.

Đồng thời, sự hài lòng là một đánh giá mà khách hàng đưa ra sau khi sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ và đánh giá này rất không đồng nhất.

2.2. Vai trò sự hài lòng của khách hàng đối với doanh nghiệp

Sự hài lòng của khách hàng có vai trò tác động đối với mục tiêu, chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Việc thỏa mãn khách hàng trở thành tài sản quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ, giữ vững sự trung thành, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Sự hài lòng là tài sản vô giá cho các công ty, cung cấp lợi thế cạnh tranh chưa từng có. Sự hài lòng của khách hàng giúp xây dựng mối quan hệ lâu dài và đạt được mục tiêu kinh doanh là lợi

nhuận. Một doanh nghiệp có thể làm hài lòng khách hàng của mình bằng cách chứng minh các dịch vụ về chất lượng và giá cả.

2.3. Dịch vụ viễn thông di động và đo lường chất lượng dịch vụ

2.3.1. Dịch vụ

Dịch vụ là một hoạt động hoặc một chuỗi hoạt động ít nhiều có tính chất vô hình, nhưng không cần thiết, diễn ra trong các mối tương tác giữa khách hàng và nhân viên dịch vụ và / hoặc các hệ thống cung ứng dịch vụ được cung cấp như là các giải pháp giải quyết các vấn đề của khách hàng.

2.3.2. Dịch vụ viễn thông di động

Viễn thông được hiểu như là cách thức trao đổi thông tin, dữ liệu thông qua kỹ thuật điện, điện tử và các công nghệ hiện đại khác. Dịch vụ viễn thông di động là dịch vụ truyền ký hiệu, tín hiệu, số liệu, chữ viết, âm thanh, hình ảnh hoặc các dạng khác của thông tin giữa các điểm kết cuối thông qua mạng viễn thông.

2.3.3. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng tuy là hai khái niệm khác nhau, nhưng có liên hệ chặt chẽ với nhau. Trong nghiên cứu về dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng xem như kết quả, chất lượng dịch vụ xem như là nguyên nhân, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng tồn tại mối quan hệ nhân quả.

Sự thỏa mãn khách hàng là một khái niệm tổng quát, thể hiện sự hài lòng của họ khi tiêu dùng một dịch vụ. Trong khi đó, chất lượng dịch vụ lại chỉ tập trung vào các thành phần cụ thể của dịch vụ. Tuy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng có mối liên hệ với nhau, nhưng sự hài lòng của khách hàng bị tác động bởi nhiều yếu tố khác nhau, như: chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ, giá cả, yếu tố tình huống, yếu tố cá nhân.

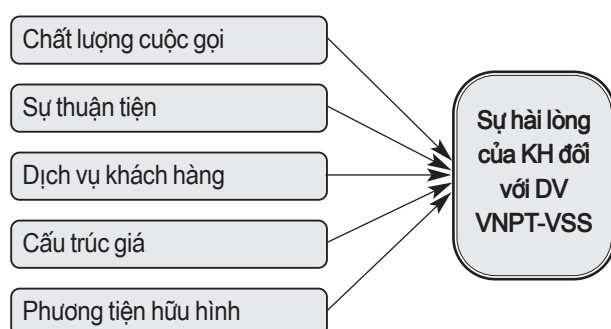
2.3.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất (Hình 1)

- Giả thuyết H1: Chất lượng cuộc gọi tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận.

- Giả thuyết H2: Sự thuận tiện tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận.

- Giả thuyết H3: Dịch vụ khách hàng tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



- Giả thuyết H4: Cấu trúc giá tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận.

- Giả thuyết H5: Phương tiện hữu hình tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng.

Nghiên cứu định tính được thực hiện với mục đích giúp xác định các yếu tố nào ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS và các khía cạnh giải thích cho các yếu tố đó. Nghiên cứu định tính sử dụng phương thức thảo luận chuyên gia có thâm niên trong ngành kinh doanh dịch vụ viễn thông và am hiểu dịch vụ

VNPT-VSS cũng như có thâm niên làm việc tại Vinaphone Bình Thuận từ 5 năm trở lên và đang giữ các vị trí quản lý từ cấp phó phòng ban trở lên. Kết quả nghiên cứu giúp đề tài hình thành thang đo chính thức cho nghiên cứu và làm tiền đề để xây dựng bảng câu hỏi khảo sát thu thập dữ liệu phục vụ cho nghiên cứu định lượng ở bước tiếp theo.

Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phân tích các mẫu dữ liệu thu thập ngẫu nhiên được từ khảo sát các khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ VNPT-VSS trên địa bàn tỉnh Bình Thuận.

Theo Hair, khi phân tích nhân tố khám phá EFA thì yêu cầu kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100, hoặc theo công thức: $n = 5 * x$ (n là cỡ mẫu, x là số biến quan sát). Nghiên cứu này gồm 23 biến quan sát (19 biến quan sát đo lường cho 5 yếu tố độc lập, 4 biến quan sát đo lường biến phụ thuộc). Do vậy theo như nghiên cứu của Hair và cộng sự (2010) thì kích thước mẫu tối thiểu cho nghiên cứu là: $n = 5 * 23 = 115$ khách hàng.

Tuy nhiên, để hạn chế các sai sót trong quá trình thu thập dữ liệu, tác giả tiến hành khảo sát 200 khách hàng. Kết quả phiếu trả lời khảo sát thu về có 8 phiếu trả lời không hợp lệ. Do đó, số quan sát hợp lệ để đưa vào phân tích là 192 phiếu trả lời.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach Alpha (Bảng 1)

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Chất lượng cuộc gọi ($\alpha = 0.670$)				
CL1	7.604	3.738	0.529	0.511
CL2	7.000	4.304	0.532	0.516
CL3	7.281	4.695	0.397	0.681
Sự thuận tiện ($\alpha = 0.813$)				
TT1	11.182	2.789	0.658	0.755
TT2	11.286	2.771	0.623	0.769
TT3	11.401	2.482	0.619	0.777
TT4	11.286	2.740	0.641	0.761

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Dịch vụ khách hàng ($\alpha = 0.866$)				
DV1	15.568	7.639	0.660	0.845
DV2	15.526	7.696	0.658	0.846
DV3	15.536	7.768	0.677	0.841
DV4	15.682	7.600	0.703	0.835
DV5	15.771	6.900	0.749	0.823
Giá cước ($\alpha = 0.878$)				
GC1	11.969	3.109	0.774	0.829
GC2	11.979	3.047	0.795	0.820
GC3	11.953	3.406	0.702	0.857
GC4	12.005	3.209	0.682	0.866
Phương tiện hữu hình ($\alpha = 0.867$)				
HH1	11.021	5.110	0.616	0.869
HH2	11.026	5.177	0.684	0.848
HH3	11.182	4.056	0.831	0.781
HH4	11.224	4.018	0.775	0.810
Sự hài lòng ($\alpha = 0.859$)				
HL1	11.531	4.250	0.741	0.805
HL2	11.505	4.440	0.784	0.792
HL3	11.505	4.325	0.799	0.784
HL4	11.615	4.322	0.547	0.900

Nhìn chung, các thang đo trên đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao (> 0.6). Tất cả các biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3, do đó, chúng đều được sử dụng cho phân tích EFA tiếp theo.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA (Bảng 2)

Kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố đối với các dữ liệu ban đầu bằng chỉ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin). Thước đo KMO trong phân tích nhân tố cho thấy, hệ số KMO đạt 0.733, chứng tỏ phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA áp dụng là thích hợp.

Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Barlett cho các biến độc lập

Hệ số KMO		0.733
Kiểm định Barlett	Approx, Chi-Square	2073.740
	df	190
	Sig	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 3. Phương sai trích và các yếu tố rút trích của phân tích EFA cho biến độc lập

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.637	18.187	18.187	3.637	18.187	18.187	3.280	16.402	16.402
2	3.387	16.935	35.122	3.387	16.935	35.122	2.982	14.908	31.310
3	2.661	13.304	48.426	2.661	13.304	48.426	2.924	14.622	45.932
4	2.428	12.141	60.567	2.428	12.141	60.567	2.609	13.044	58.976
5	1.555	7.777	68.344	1.555	7.777	68.344	1.874	9.368	68.344
.	.	.	.						
.	.	.	.						
20	0.049	0.247	100.000						

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Kiểm định phương sai trích:

Bảng 3, Phương sai trích bằng 68.344, thể hiện rằng sự biến thiên của các yếu tố được phân tích có thể giải thích được 68.344% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát ban đầu, đây là mức ý nghĩa ở mức khá. Hệ số Eigenvalues của yếu tố thứ 5 bằng 1.555 > 1, thể hiện sự hội tụ của phép phân tích dừng ở yếu tố thứ 5, cho thấy các nhân tố được trích có thể giải thích 68.344% sự biến thiên của dữ liệu.

4.3. Phân tích hồi quy đa biến (Bảng 4)

Hệ số hồi quy chuẩn hóa của các biến cũng cho thấy 4 yếu tố độc lập này ảnh hưởng dương đến Sự hài lòng của khách hàng: Khi yếu tố Chất lượng cuộc gọi tăng 1 đơn vị thì Sự hài lòng của khách hàng tăng 0.385 đơn vị; Khi yếu tố Sự thuận tiện tăng 1 đơn vị thì Sự hài lòng tăng 0.219 đơn vị; Khi yếu tố Giá cước tăng 1 đơn vị thì Sự hài lòng tăng 0.273 đơn vị; Khi yếu tố Phương tiện hữu hình tăng

Bảng 4. Bảng hệ số hồi quy

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.102	0.382		-2.884	0.004		
	F_CL	0.273	0.035	0.385	7.735	0.000	0.938	1.066
	F_TT	0.279	0.065	0.219	4.310	0.000	0.901	1.110
	F_DV	0.027	0.050	0.027	0.547	0.585	0.954	1.048
	F_GC	0.317	0.057	0.273	5.596	0.000	0.975	1.025
	F_HH	0.413	0.047	0.426	8.729	0.000	0.975	1.026

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 5. Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig.	
1	Hồi qui	49.963	5	9.993	49.067	0.000b
	Phần dư	37.879	186	0.204		
	Tổng	87.842	191			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

1 đơn vị thì Sự hài lòng của khách hàng cũng tăng 0.426 đơn vị.

4.4. Kết quả kiểm định INOVA

Kết quả kiểm định F ở trên cho giá trị sig. < 0.05, điều này có nghĩa phân tích hồi quy là phù hợp, mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với tập dữ liệu thu thập được.

5. Kết luận

Kết quả phân tích hồi quy 192 phiếu trả lời hợp lệ từ điều tra khảo sát 200 chủ tàu đang sử dụng dịch vụ VNPT-VSS cho thấy có 4 trong 5 yếu tố được phân tích ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận, đó là: Phương tiện hữu hình, Chất

lượng cuộc gọi, Giá cước dịch vụ và Sự thuận tiện. Trong đó, yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS là Phương tiện hữu hình ($\beta = 0.426$) và yếu tố Sự thuận tiện là yếu tố cho thấy sự ảnh hưởng yếu nhất đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận ($\beta = 0.219$).

Đây là cơ sở để tác giả đề xuất các hàm ý nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ VNPT-VSS tại tỉnh Bình Thuận trong thời gian tới, góp phần giữ chân, thu hút khách hàng và nâng cao lợi thế cạnh tranh của VNPT so với các công ty viễn thông khác hiện đang hoạt động trên địa bàn tỉnh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Đình Phi Hồ (2019). *Nghiên cứu định lượng trong kinh tế và viết bài báo khoa học*, NXB Tài chính, Hà Nội.
- Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức.
- Kotler, P., (2001). *Quản trị Marketing*. NXB Thống kê, Hà Nội.
- Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. NXB: Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- Nguyễn Tuyết Khanh (2013), Đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông di động Mobif one của Công ty Thông tin di động VMS - Chi nhánh thông tin di động Quảng Bình, *Tạp chí khoa học Trường Đại học Quảng Bình*. http://lrc.quangbinhuni.edu.vn:8181/dspace/bitstream/DHQB_123456789/3664/1/1/C4%90%C3%81NH%20GI%C3%81%20S%E1%BB%B0%20H%C3%80I%20L%C3%92NG%20C%E1%BB%A6A%20KH%C3%81CH%20H%C3%80NG%20S%E1%BB%AC%20D%E1%BB%A4NG%20D%E1%BB%8ACH%20V%E1%B%A4%20VI%E1%BB%84N%20TH%C3%94NG%20DI%20C4%90%E1%BB%98NG%20MOBIFONE%20C%E1%BB%A6A%20C3%94NG%20TY%20TH%C3%94NG%20TIN%20DI%20C4%90%E1%BB%98NG.pdf
- Phạm Đức Kỳ, Bùi Nguyên Hùng (2007). Nghiên cứu sự trung thành của khách hàng đối với dịch vụ thông tin di động tại thị trường TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Bưu chính viễn thông và Công nghệ thông tin*, Kỳ 2 tháng 9/2007.
- Võ Thanh Hải, Võ Thị Thanh Thương, Sái Thị Lệ Thủy, Hồ Diệu Khánh (2017). Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông di động trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, *Tạp chí Công Thương*, số 10 tháng 9, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/su-hai-long-cua-khach-hang-doi-voi-dich-vu-vien-thong-di-dong-tren-dia-ban-thanh-pho-da-nang-51026.htm>

Ngày nhận bài: 13/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

1. PHẠM THỊ THUY¹

2. PGS. TS. VÕ KHẮC THƯỜNG²

3. ThS. ĐINH HOÀNG ANH TUẤN²

¹VNPT Vinaphone Bình Thuận

²Trường Đại học Phan Thiết

**A STUDY ON THE SATISFACTION OF CUSTOMERS WITH
THE VNPT-VSS FISHING VESSEL MONITORING SERVICE
OF VINAPHONE TELECOMMUNICATIONS SERVICE COMPANY
IN BINH THUAN PROVINCE**

● **PHAM THI THUY¹**

● Assoc.Prof.Ph.D **VO KHAC THUONG²**

● Master. **DINH HOANG ANH TUAN²**

¹VNPT Vinaphone Binh Thuan Province

²Phan Thiet University

ABSTRACT:

This study determines the factors affecting the satisfaction of customers with the VNPT-VSS fishing vessel monitoring service of Vinaphone Telecommunications Service Company in Binh Thuan province (Vinaphone Binh Thuan). The study finds out that there are five factors affecting the customer satisfaction, including (1) Call quality, (2) Convenience, (3) Customer service, (4) Pricing structure, and (5) Tangibles. The study's results show that four out of five analyzed factors positively impact the satisfaction of customers with the VNPT-VSS fishing vessel monitoring service, including (1) Tangibles, (2) Call quality, (3) Service charges and (4) Convenience. This study also presents some managerial implications to help the Vinaphone Binh Thuan's Board of Directors improve the company's policies in order to enhance the satisfaction of customers with the VNPT-VSS fishing vessel monitoring service in the coming time.

Keywords: VNPT-VSS service, Vinaphone Telecommunications Service Company, Binh Thuan province.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CHO VAY DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH THÀNH VINH

● LÊ QUANG HIẾU - NGUYỄN THỊ THANH HOÀI

TÓM TẮT:

Hoạt động cho vay là hoạt động tín dụng chính trong các ngân hàng thương mại (NHTM) nói chung và Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) - Chi nhánh Thành Vinh nói riêng. Doanh thu của các NHTM chủ yếu đến từ hoạt động cho vay, trong đó đối tượng khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) chiếm đa số. Bài viết tập trung đánh giá thực trạng chất lượng cho vay DNVVN tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thành Vinh trên 2 quan điểm: (1) từ phía nhà cung cấp - ngân hàng; (2) từ phía khách hàng - DNVVN. Từ đó, tác giả đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay DNVVN của Chi nhánh trong thời gian tới.

Từ khóa: chất lượng cho vay, doanh nghiệp nhỏ và vừa, ngân hàng thương mại.

1. Đặt vấn đề

Theo số liệu thống kê của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) Nghệ An, DNNVV chiếm trên 90% số lượng doanh nghiệp trên địa bàn và đóng vai trò quan trọng trong tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người lao động, góp phần xóa đói giảm nghèo. Tuy nhiên, trong bối cảnh đại dịch Covid-19 kéo dài và diễn biến phức tạp đã gây ảnh hưởng tiêu cực đến nền kinh tế, khiến DNNVV gặp không ít khó khăn. Việc tiếp cận nguồn vốn phù hợp, nhất là nguồn vốn ngân hàng giúp các DNVVN vượt qua khó khăn, ổn định hoạt động và nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường rất cần thiết. Ở chiều ngược lại, thị trường DNNVV là một thị trường tiềm năng và lợi nhuận từ cho vay. Đây là một nguồn thu chiếm tỷ

trọng lớn đối với các ngân hàng. Thực tế tại Nghệ An, nhu cầu vay vốn của các DNNVV ngày càng tăng, mở ra một thị trường cạnh tranh mạnh mẽ giữa các ngân hàng và các tổ chức tài chính trên địa bàn.

Trên thực tế, hoạt động cho vay đối với DNNVV của các ngân hàng vẫn tiềm ẩn nhiều rủi ro, chất lượng cho vay vẫn cần được hoàn thiện hơn. Vì vậy, nâng cao chất lượng cho vay đối với DNVVN là vấn đề quan trọng thu hút sự quan tâm của hầu hết các ngân hàng.

2. Thực trạng chất lượng cho vay khách hàng DNNVV tại BIDV - Chi nhánh Thành Vinh

2.1. Thực trạng chất lượng cho vay DNNVV theo quan điểm ngân hàng

Chỉ tiêu dư nợ: Dư nợ cho vay DNNVV chiếm

tỷ trọng tương đối (30% - 40%) và có xu hướng tăng lên về số tuyệt đối trong các năm, điều này thể hiện qua mức tăng trưởng hàng năm về dư nợ đối với DNNVV. Dư nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng dư nợ cho vay đối với DNNVV nhưng có xu hướng giảm dần. Điều này phản ánh đặc điểm chung của các DNNVV là sản phẩm luân chuyển vốn ngắn, vòng quay nhanh nên các doanh nghiệp cần vay vốn ngắn hạn nhằm bổ sung vốn lưu động thiếu hụt, đảm bảo sự luân chuyển vốn cho hoạt động kinh doanh. Hơn nữa, trong thời kỳ mới thành lập, Chi nhánh chủ động hạn chế cho vay trung và dài hạn bởi luôn chứa đựng nhiều rủi ro hơn do thời hạn thu hồi vốn dài, trong khi khả năng lập và quản lý dự án của DNNVV còn bất cập, ảnh hưởng đến vấn đề thanh khoản cũng như cơ cấu tài sản của chi nhánh. (Bảng 1)

2.1.2. Chỉ tiêu nợ quá hạn (Bảng 2)

Tỷ lệ nợ quá hạn DNNVV trên tổng dư nợ có xu hướng giảm dần trong giai đoạn 2017 - 2019 từ 2,1%

xuống còn 1,3%. Mặc dù tổng dư nợ cho vay DNNVV tăng nhưng tỷ lệ nợ quá hạn lại giảm, với tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ năm 2019 ở mức 1,3%, là một mức đạt tiêu chuẩn an toàn. Tuy nhiên, đến năm 2020, 2021, do ảnh hưởng trực tiếp từ đại dịch Covid-19, nợ quá hạn của DNNVV đã tăng lên đáng kể, từ 11,64 tỷ đồng lên 25,87 tỷ đồng, tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ DNNVV tăng đến 2,3% - tỷ lệ cao nhất trong giai đoạn 2017 - 2021.

2.2.3. Chỉ tiêu sinh lời từ hoạt động cho vay (Bảng 3)

Lợi nhuận từ hoạt động cho vay DNNVV chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng lợi nhuận của Chi nhánh và có xu hướng tăng dần qua các năm. Năm 2017, lợi nhuận từ cho vay DNNVV là 9,55 tỷ đồng, chiếm 37,45% tổng lợi nhuận, cho thấy cứ 100 đồng lợi nhuận thì có 37,45 đồng do cho vay DNNVV mang lại. Tuy giai đoạn 2020 - 2021, ảnh hưởng từ đại dịch Covid-19 khiến nhiều DNVVN gặp khó khăn trong hoạt động

Bảng 1. Dư nợ cho vay DNNVV tại BIDV - Chi nhánh Thành Vinh

Chỉ tiêu	2017	2018	2019	2020	2021
Tổng dư nợ (tỷ VNĐ)	1251	1622	2245	3015	3566
Dư nợ DNNVV (tỷ VNĐ)	428	549	896	1053	1125
Dư nợ DNNVV ngắn hạn (tỷ VNĐ)	295	387	594	687	723
Dư nợ DNNVV trung, dài hạn (tỷ VNĐ)	133	162	302	366	402
Tỉ trọng dư nợ cho vay DNNVV (%)	34,21	33,84	39,91	34,92	31,54

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tín dụng BIDV - Chi nhánh Thành Vinh

Bảng 2. Tỷ lệ nợ quá hạn DNNVV

Chỉ tiêu	2017	2018	2019	2020	2021
Nợ quá hạn DNNVV (tỷ VNĐ)	8,98	9,33	11,64	20,01	25,87
Tổng dư nợ DNNVV (tỷ VNĐ)	428	549	896	1053	1125
Tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ (%)	2,1	1,7	1,3	1,6	2,3

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tín dụng BIDV - Chi nhánh Thành Vinh

Bảng 3. Lợi nhuận cho vay DNNVV

Chỉ tiêu	2017	2018	2019	2020	2021
Tổng lợi nhuận (tỷ VNĐ)	25,5	41,3	76,8	62,4	59,3
Lợi nhuận từ cho vay DNNVV (tỷ VNĐ)	9,55	19,23	39,34	36,30	31,97
Tỷ lệ lợi nhuận từ cho vay DNNVV (%)	37,45	46,57	51,23	58,17	53,91
Tỷ lệ sinh lời của cho vay DNNVV (%)	2,23	3,5	4,39	3,45	2,84

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo kết quả kinh doanh của BIDV - Chi nhánh Thành Vinh 2017 - 2021

kinh doanh, lợi nhuận từ cho vay DNNVV của Chi nhánh có giảm so với năm 2019, nhưng vẫn chiếm tỷ trọng cao.

2.3. Thực trạng chất lượng cho vay tại BIDV - Chi nhánh Thành Vinh theo quan điểm của khách hàng

Nhằm mục đích đánh giá chất lượng cho vay tại BIDV- Chi nhánh Thành Vinh từ góc nhìn của khách hàng DNVVN, tác giả đã xây dựng bảng hỏi với nội dung khảo sát ý kiến khách hàng trên các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ: Độ tin cậy, sự đáp ứng, sự đảm bảo, sự đồng cảm, phương tiện hữu hình và sự hài lòng với các mức đánh giá các nhận định theo thang đo Likert 5 điểm từ “Rất không đồng ý” đến “Rất đồng ý”. Bảng hỏi đã được gửi đến 250 khách hàng, thu về 213 kết quả, trong đó có 200 kết quả đạt yêu cầu đưa vào nghiên cứu. Tổng hợp kết quả đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ cho vay DNNVV tại BIDV chi nhánh Thành Vinh như sau:

Thứ nhất, độ tin cậy: Các yếu tố được đánh giá tương đối cao với mức điểm từ 4,03 đến 4,32, Chi nhánh đã thực hiện khá tốt các cam kết về bảo mật thông tin. Trong đó, yếu tố Thông tin của khách hàng luôn được bảo mật được đánh giá cao nhất, yếu tố Khả năng thẩm định khoản vay của ngân hàng rất tốt tuy bị đánh giá thấp nhất trong nhóm này, nhưng vẫn có tỷ lệ ý kiến “đồng ý” và “hoàn toàn đồng ý” đạt 83%. (Bảng 4)

Thứ hai, khả năng đáp ứng: tỷ lệ đánh giá trung bình từ 3,675 đến 4,155 thấp hơn so với kết quả đánh giá mức độ Tin cậy. Trong đó yếu tố Khách hàng dễ dàng tìm hiểu và tiếp cận các sản phẩm của ngân hàng được đánh giá thấp nhất với điểm trung bình chỉ 3.675. chứng tỏ khách hàng khó tự tiếp cận với các sản phẩm và chiến lược marketing của Chi nhánh đang còn hạn chế. Thêm vào đó lực lượng nhân viên chi nhánh mỏng nên việc giải đáp thắc

mắc cho khách hàng hiện chưa thực sự nhanh chóng. (Bảng 5)

Thứ ba, sự đảm bảo: được các khách hàng đánh giá tương đối cao, trong đó được đánh giá cao nhất là DB4 (Nhân viên ngân hàng có đạo đức nghề nghiệp, không vòi vĩnh khách hàng) với tỷ lệ ý kiến “đồng ý” và “hoàn toàn đồng ý” đạt 97,5%. Kết quả của 5 yếu tố này cũng gần như tương đương nhau cho thấy khách hàng đánh giá sự đảm bảo và năng lực phục vụ của nhân viên tín dụng tương đối tốt. Tuy nhiên, có một số ý kiến trái chiều cũng cần Ngân hàng lưu ý để có giải pháp nâng cao chất lượng toàn diện hơn. (Bảng 6)

Thứ tư, sự đồng cảm: Có thể thấy, khách hàng không đánh giá cao sự đồng cảm của Chi nhánh khi yếu tố Ngân hàng luôn quan tâm đến khách hàng vào các dịp lễ, tết có điểm trung bình rất thấp chỉ 3,57. Điều này chứng tỏ Ngân hàng chưa thực sự quan tâm đến vấn đề mà khách hàng chú trọng. Các chỉ tiêu khác được đánh giá cao hơn với kết quả từ 4,08 đến 4,92, là kết quả tốt trong thành đồng cảm khi nhân viên có thể lắng nghe hết những mong muốn của khách hàng và đặt khách

Bảng 4. Tổng hợp kết quả đánh giá độ tin cậy

Yếu tố	Trung bình
Ngân hàng có uy tín cao	4,27
Thông tin của khách hàng luôn được bảo mật	4,32
Các sản phẩm ngân hàng đúng như những gì đã quảng cáo	4,24
Khả năng thẩm định khoản vay của ngân hàng rất tốt	4,03
Ngân hàng đáp ứng dịch vụ cho vay đúng thời điểm như đã hứa	4,12

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 5. Tổng hợp kết quả đánh giá khả năng đáp ứng

Yếu tố	Trung bình
Các gói sản phẩm của ngân hàng phù hợp với DNNVV	4,055
Khách hàng dễ dàng tìm hiểu và tiếp cận các sản phẩm của ngân hàng	3,675
Nhân viên Ngân hàng luôn nhiệt tình giúp đỡ	3,935
Nhân viên Ngân hàng luôn giải đáp nhanh chóng và thỏa mãn những thắc mắc của bạn	3,815
Nhân viên hướng dẫn các thủ tục đầy đủ và dễ hiểu	4,155

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 6. Tổng hợp kết quả đánh giá sự đảm bảo

Yếu tố	Trung bình
Nhân viên ngân hàng có đầy đủ chuyên môn nghiệp vụ	4,575
Nhân viên ngân hàng tạo được niềm tin với khách hàng	4,315
Nhân viên ngân hàng có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc	4,485
Nhân viên ngân hàng có đạo đức nghề nghiệp chuẩn mực	4,735
Các sản phẩm cho vay có chất lượng cao và đảm bảo lợi ích cho khách hàng	4,35

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 7. Tổng hợp kết quả đánh giá sự đồng cảm

Yếu tố	Trung bình
Nhân viên ngân hàng luôn lắng nghe nhu cầu của khách hàng	4,73
Nhân viên luôn chia sẻ với khách hàng trước khi giới thiệu sản phẩm	4,92
Nhân viên luôn nhiệt tình, lịch sự và niềm nở mỗi khi gặp khách hàng	4,14
Ngân hàng có chính sách ưu đãi hơn đối với khách hàng truyền thống	4,08
Ngân hàng luôn quan tâm đến khách hàng vào các dịp lễ, tết	3,57

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 8. Tổng hợp kết quả đánh giá thành phần “Phương tiện hữu hình”

Yếu tố	Trung bình
Cơ sở vật chất trang thiết bị ngân hàng hiện đại	4,34
Mạng lưới phòng giao dịch của ngân hàng phân bố đều, thuận lợi cho khách hàng tìm đến	3,555
Hồ sơ thủ tục tín dụng của ngân hàng đơn giản, dễ hiểu	4,605
Trang phục nhân viên nhã nhặn và lịch sự	4,12
Khách hàng dễ dàng tiếp cận với các sản phẩm mới qua truyền thông của NH	3,9

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

hàng lên hàng đầu khi khách hàng tìm đến Chi nhánh. (Bảng 7)

Thứ năm, phương tiện hữu hình: Yếu tố được khách hàng đánh giá cao nhất là Hồ sơ thủ tục tín dụng của Ngân hàng đơn giản, dễ hiểu và yếu tố được đánh giá thấp là Mạng lưới phòng giao dịch của Ngân hàng phân bố đều, thuận lợi cho khách hàng tìm đến và Khách hàng dễ dàng tiếp cận với các sản phẩm mới qua quảng cáo của Ngân hàng. Qua kết quả phỏng vấn cho thấy, khách hàng đã hài lòng với yếu tố hồ sơ thủ tục tín dụng của Ngân

hàng nhưng yếu tố vị trí thuận lợi và quảng bá sản phẩm chưa được đánh giá cao. (Bảng 8)

Yếu tố được khách hàng đánh giá cao nhất là HH3 (hồ sơ thủ tục tín dụng của Ngân hàng đơn giản, dễ hiểu) và yếu tố được đánh giá thấp là HH2 (Mạng lưới phòng giao dịch của Ngân hàng phân bố đều, thuận lợi cho khách hàng tìm đến) và HH5 (Khách hàng dễ dàng tiếp cận với các sản phẩm mới qua quảng cáo của Ngân hàng). Qua kết quả phỏng vấn cho thấy, khách hàng đã hài lòng với yếu tố hồ sơ thủ tục tín dụng của Ngân hàng, nhưng yếu tố vị trí thuận lợi và quảng bá sản phẩm chưa được đánh giá cao.

2.4. Đánh giá chung về chất lượng cho vay khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa tại BIDV - Chi nhánh Thành Vinh

Chất lượng cho vay DNVVN tại BIDV - Chi nhánh Thành Vinh trong thời gian gần đây đã có những cải tiến và đem đến những kết quả đáng khích lệ, góp phần thực hiện khá tốt mục tiêu và chiến lược kinh doanh của mình. Nguồn vốn huy động tăng lên qua từng năm, đảm

bảo cân đối nguồn vốn cho hoạt động cho vay, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng DNNVV. Tổng dư nợ tăng trưởng qua các năm, dư nợ cho vay trung và dài hạn tăng lên cả về số dư và tỷ trọng, tỷ lệ nợ xấu, nợ quá hạn trong mức cho phép. Chi nhánh đã không ngừng đổi mới cách thức tiếp cận, phục vụ khách hàng, từng bước tạo được niềm tin và uy tín với khách hàng.

Bên cạnh đó, một số hạn chế về chất lượng cho vay DNNVV của chi nhánh vẫn còn như: Dư nợ cho vay ngắn hạn đang chiếm tỷ trọng cao

trong tổng dư nợ cho vay; Lực lượng nhân sự còn mỏng, công tác đào tạo bồi dưỡng còn chưa thường xuyên, công tác chăm sóc khách hàng chưa thực sự hiệu quả; Quy trình phục vụ cũng như thời gian để giải quyết các thủ tục vay và cho vay chưa tạo sự thuận lợi cho khách hàng; Việc áp dụng lãi suất, phí của chi nhánh chưa thực sự linh hoạt giữa các đối tượng khách hàng khác nhau; Điểm giao dịch của Chi nhánh còn ít (có 1 trụ sở chính và 5 phòng giao dịch), vị trí phân bố chưa đồng đều, trang thiết bị, cơ sở vật chất chưa đảm bảo tính hiện đại trong việc tác nghiệp giao dịch cũng nên đem lại cảm giác thoải mái cho khách hàng.

3. Giải pháp nâng cao chất lượng cho vay khách hàng doanh nghiệp tại BIDV - Chi nhánh Thành Vinh

Thứ nhất, xây dựng chính sách tín dụng hợp lý đối với DNNVV. Hiện nay, các ngân hàng thường chỉ áp dụng lãi suất thỏa thuận đối với các khoản vay trung - dài hạn, với các khoản vay ngắn hạn vẫn áp dụng mức lãi suất chung, trong khi DNNVV chủ yếu chỉ tiếp cận nguồn vốn ngắn hạn nên Chi nhánh cần xây dựng một mức lãi suất mềm dẻo linh hoạt phù hợp, đem đến sự hài hòa lợi ích của cả hai bên. Đồng thời, Chi nhánh cũng nên có quy định riêng về lãi suất nếu khách hàng trả nợ trước hạn, hỗ trợ lãi suất nếu doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn khách quan, có thể thỏa thuận lãi trong thời hạn cho vay, điều này sẽ tăng khả năng cạnh tranh cho Chi nhánh.

Thứ hai, nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ tín dụng, chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng. Chi nhánh cần chủ động xây dựng đội ngũ cán bộ quản lý và nhân viên có trình độ chuyên môn và kỹ năng mềm cần thiết trong giai đoạn phát triển, bắt kịp với xu hướng hội nhập, chuyển đổi số. Chú

trọng công tác đào tạo và đào tạo lại cán bộ cho phù hợp với bối cảnh mới, nâng cao kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ, cũng như khả năng giao tiếp, nắm bắt tâm lý khách hàng.

Thứ ba, hiện đại hóa trang thiết bị, phát triển công nghệ ngân hàng, mở rộng Chi nhánh. Công nghệ hiện đại sẽ tạo cơ sở cho đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ để phục vụ và đem lại lợi ích nhiều nhất cho khách hàng. Bên cạnh đó, Chi nhánh cần triển khai thêm các phòng giao dịch ở các khu phố quan trọng, có vị trí thuận lợi và đông dân cư để khách hàng trên địa bàn có thể tiếp cận dễ dàng.

Thứ tư, tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát sau cho vay. Chi nhánh cần tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát để đạt được các hiệu quả kiểm soát vốn vay, hạn chế nợ xấu, nợ khó đòi gây ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động cho. Việc kiểm tra kiểm soát nên được thực hiện định kỳ sau cho vay, phối hợp với các cơ quan chức năng trên địa bàn thực hiện sẽ đảm bảo hiệu quả cao.

4. Kết luận

Hoạt động cho vay là một trong các hoạt động chính, đem lại lợi nhuận cao cho NHRM, do đó vấn đề nâng cao chất lượng cho vay luôn được ngân hàng quan tâm hàng đầu và coi đó là mục tiêu quan trọng cần đạt được. Sau hơn 6 năm thành lập, BIDV - Chi nhánh Thành Vinh đã nỗ lực đổi mới, không ngừng nâng cao chất lượng cho vay đối với các khoản cho vay nói chung và các khoản cho vay đối với DNNVV nói riêng và đã đạt được những kết quả đáng kể. Bên cạnh đó vẫn còn những tồn tại hạn chế cần tập trung giải quyết để nâng cao uy tín và vị thế của mình trên thị trường. Các giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động cho vay sẽ giúp Chi nhánh khắc phục được hạn chế, nâng cao hiệu quả hoạt động ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đỗ Thị Ngọc (2015), *Giáo trình quản trị chất lượng*, Nhà xuất bản Thống kê.
2. Quốc hội (2010), *Luật Các tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12*.
3. Lưu Thị Hương (2010), *Giáo trình tài chính doanh nghiệp*, Nhà xuất bản Giáo dục.
4. Nguyễn Thành Công (2015), Bài viết “Các mô hình đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng”, *Tạp chí Nghiên cứu & Trao đổi* số 20 (30) tháng 01 - 02/2015.
5. Nguyễn Thị Minh Hiền (2016), *Marketing ngân hàng, Học viện Ngân hàng*, Nhà xuất bản Lao động.

6. Nguyễn Văn Hiệu (2016), Hệ thống quản lý chất lượng dịch vụ trong các ngân hàng thương mại Việt Nam, *Tạp chí Ngân hàng Nhà nước Việt Nam*. https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/rm/apph/tcnh/tcnh_chi_tiet?centerWidth=80%25&dDocName=SBV244681&leftWidth=20%25&rightWidth=0%25&showFooter=false&showHeader=false&_adf.ctrl-state=14snfitvhi_9&_afLoop=28236748045984311
7. Nguyễn Văn Tiến - Nguyễn Thu Thủy (2016), *Giáo trình Nguyên lý và Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Thống kê.
8. Phan Thị Thu Hà (2013), *Giáo trình Ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Thống kê.

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. LÊ QUANG HIẾU

Trưởng khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

2. NGUYỄN THỊ THANH HOÀI

Cao học QTKD K28, Trường Kinh tế, Đại học Vinh

**IMPROVING THE QUALITY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES LOANS AT THE JOINT STOCK COMMERCIAL
BANK FOR INVESTMENT AND DEVELOPMENT
OF VIETNAM - THANH VINH BRANCH**

● Ph.D **LE QUANG HIEU**¹

● Master's student **NGUYEN THI THANH HOAI**²

¹Dean, Faculty of Economics - Business Administration, Hong Duc University

²School of Economics, Vinh University

ABSTRACT:

Lending is the main credit activity of commercial banks in general and the Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam (BIDV) - Thanh Vinh Branch in particular. The revenue of commercial banks mainly comes from lending activities, especially small and medium-sized enterprises (SMEs) lending. This paper assesses the current quality of SMEs loans of BIDV - Thanh Vinh Branch from two perspectives: (1) from the supplier - bank; (2) from the customer - SMEs. Based on the paper's findings, some solutions are proposed to improve the bank's SMEs lending quality in the coming time.

Keywords: loan quality, small and medium-sized enterprises, commercial banks.

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO KHẢ NĂNG ĐỘC LẬP TÀI CHÍNH TẠI MỘT SỐ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

● NGÔ THỊ NGUYỄN

TÓM TẮT:

Bài viết này phân tích những ảnh hưởng từ sự biến động của các chỉ tiêu thể hiện nguồn lực tài chính của ngân hàng thương mại cổ phần (TMCP) bao gồm quy mô vốn, chất lượng tài sản, khả năng huy động vốn, khả năng thanh toán, khả năng sinh lời v.v. Để đánh giá khả năng độc lập tài chính của một ngân hàng TMCP cần xem xét khả năng tự tài trợ vốn đảm bảo hoạt động kinh doanh của các ngân hàng TMCP, hệ số tự tài trợ tài sản dài hạn (TSDH), hệ số tự tài trợ (TSCĐ).

Từ khóa: hệ số tự tài trợ, độc lập tài chính, ngân hàng thương mại cổ phần.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, tình hình kinh tế trong nước cũng như khu vực và trên thế giới có biến động phức tạp gây nhiều trở ngại cho xã hội. Ngân hàng thương mại cổ phần (TMCP) gặp không ít khó khăn, một số ngân hàng TMCP cũng rất vất vả mới có thể đứng vững trên thị trường. Để đánh giá một ngân hàng TMCP có phát triển bền vững hay không thì cần phải xem xét và đánh giá trên nhiều khía cạnh khác nhau như: quy mô, lợi nhuận, nguồn nhân lực, công nghệ,...trong đó, quan trọng nhất là khả năng độc lập tài chính của ngân hàng.

Xuất phát từ tầm quan trọng nêu trên cho thấy việc đánh giá khả năng độc lập tài chính của một số ngân hàng TMCP ở giai đoạn hiện nay là rất quan trọng, vì ngân hàng TMCP sẽ xác định được các yếu tố ảnh hưởng và từ đó giúp các nhà quản

lý có căn cứ đưa ra các giải pháp khả thi nhằm đạt được mục tiêu: các ngân hàng TMCP hoạt động có hiệu quả hơn, đẩy lùi nguy cơ thiếu vốn, phát triển bền vững và có khả năng cạnh tranh với các ngân hàng khác.

2. Khả năng độc lập tài chính trong các ngân hàng thương mại cổ phần

2.1. Khái niệm về khả năng độc lập tài chính trong ngân hàng thương mại cổ phần

Độc lập tài chính trong ngân hàng TMCP được hiểu là ngân hàng TMCP không cần phụ thuộc vào đối tượng nào ngoài bản thân ngân hàng để có thể đáp ứng các nhu cầu về tài chính. Các ngân hàng TMCP có thể chủ động về mặt tài chính, gắn liền với sự vận động của hình thái tiền tệ và các quỹ tiền tệ trong nền kinh tế.

Để một ngân hàng TMCP tiến hành hoạt động kinh doanh, vốn là điều kiện không thể thiếu, nó

phản ánh được nguồn lực tài chính. Sức mạnh tài chính của ngân hàng TMCP thể hiện tiềm lực tài chính của chủ sở hữu và không chỉ dừng lại ở việc huy động vốn lớn, chi phí sử dụng vốn thấp mà còn sử dụng vốn có hiệu quả. Để làm được điều đó ngân hàng TMCP phải xây dựng được chiến lược kinh doanh đúng đắn, hiệu quả đáp ứng được mục tiêu là nâng cao giá trị ngân hàng TMCP.

2.2. Các chỉ tiêu phản ánh khả năng độc lập tài chính của ngân hàng thương mại cổ phần

Để đánh giá khả năng độc lập tài chính của ngân hàng TMCP thông qua chỉ tiêu nguồn vốn thì vốn chủ sở hữu được xem nhiều nhất, vì nếu ngân hàng TMCP có vốn chủ sở hữu (CSH) lớn thì có thể tạo được lòng tin đối với đối tác do khả năng chi trả, khả năng thanh toán được đảm bảo. Các chỉ tiêu phản ánh mức độ ổn định và tự chủ tài chính cũng như khả năng sử dụng nợ vay của ngân hàng TMCP là:

2.2.1. Hệ số tự tài trợ

Hệ số tự tài trợ là chỉ tiêu để người sử dụng thông tin biết được một đồng tài sản của ngân hàng TMCP được tài trợ bởi mấy đồng vốn CSH. Trị số của chỉ tiêu này càng lớn, mức độ tự chủ về tài chính của ngân hàng TMCP càng cao và ngược lại, khi trị số của chỉ tiêu càng nhỏ, mức độ tự chủ về mặt tài chính của ngân hàng TMCP càng thấp, dẫn đến mức độ độc lập về tài chính của ngân hàng TMCP càng thấp. khoá học xuất nhập khẩu

2.2.2. Hệ số tự tài trợ tài sản dài hạn

Hệ số tự tài trợ là chỉ tiêu phản ánh khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính và mức độ độc lập về tài chính của ngân hàng TMCP. Chỉ tiêu này cho biết trong tổng nguồn vốn tài trợ của ngân hàng TMCP, nguồn vốn chủ sở hữu chiếm bao nhiêu. Trị số của chỉ tiêu này càng lớn, chứng tỏ khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính càng cao, mức độ độc lập càng lớn (tức là > 1), chứng tỏ khả năng đảm bảo về mặt tài chính càng cao, mức độ độc lập của ngân hàng TMCP ngày càng tăng và ngược lại, khi trị số của chỉ tiêu càng nhỏ (< 1), khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính của ngân hàng TMCP càng thấp dẫn đến mức độ độc lập về tài chính của ngân hàng TMCP ngày càng giảm.

2.2.3. Hệ số tự tài trợ

Hệ số tự tài trợ TSCĐ là chỉ tiêu tài chính phản ánh khả năng trang trải bộ phận TSCĐ đã và đang đầu tư bằng nguồn tài trợ thường xuyên. Khi trị số của chỉ tiêu hệ số tài trợ TSCĐ lớn hơn hoặc bằng 1 (≥ 1), nguồn tài trợ thường xuyên có đủ và thừa khả năng để trang trải TSCĐ. Ngược lại, khi trị số của chỉ tiêu hệ số tự tài trợ TSCĐ nhỏ hơn 1 (< 1), chứng tỏ ngân hàng TMCP đã sử dụng nguồn tài trợ tạm thời để đầu tư vào một bộ phận TSCĐ và các TSDH khác.

3. Thực trạng khả năng độc lập tài chính tại một số ngân hàng thương mại cổ phần năm 2021

Để phản ánh thực trạng độc lập tài chính của ngân hàng TMCP trong năm 2021, tác giả đã nghiên cứu, phân tích và đánh giá trên 5 ngân hàng TMCP tại Việt Nam như sau: Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (Vietinbank), Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank), Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh vượng (VPbank), Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB) và Ngân hàng TMCP Quân đội (MB-Bank). (Bảng 1 và Biểu đồ 1)

3.1. Hệ số tự tài trợ

Căn cứ vào hệ số tự tài trợ thì người sử dụng thông tin sẽ biết được một đồng tài sản của ngân hàng được tài trợ bởi mấy đồng vốn CSH. Chỉ tiêu này cho biết mức độ tài trợ hay sở hữu tài sản bởi các chủ sở hữu. Từ Bảng 1 ta thấy, khả năng độc lập về tài chính của một số ngân hàng TMCP: Vietinbank, Vietcombank, VPBank, ACB và MB-Bank trong năm 2021 như sau: Ngân hàng VPBank có hệ số tự tài trợ cao nhất đạt 0,16 lần, chứng tỏ mức độ tự chủ tài chính của VPBank cao, đứng thứ hai là MB-Bank có hệ số tự tài trợ là 0,1 lần, theo sát sau đó là ACB và Vietcombank đạt lần lượt là 0,09 lần và 0,08 lần. So với 4 ngân hàng trên thì Vietinbank có hệ số tự tài trợ thấp nhất là 0,06 lần, cho thấy mức độ sở hữu tài sản của VPBank là tốt nhất và Vietinbank cần cải thiện trong thời gian tới.

3.2. Hệ số tự tài trợ tài sản dài hạn

Hệ số tự tài trợ TSDH của ngân hàng TMCP thể hiện ở Bảng 1 cho thấy hệ số này của tất cả

Bảng 1. Khả năng độc lập tài chính của một số ngân hàng thương mại cổ phần vào năm 2021

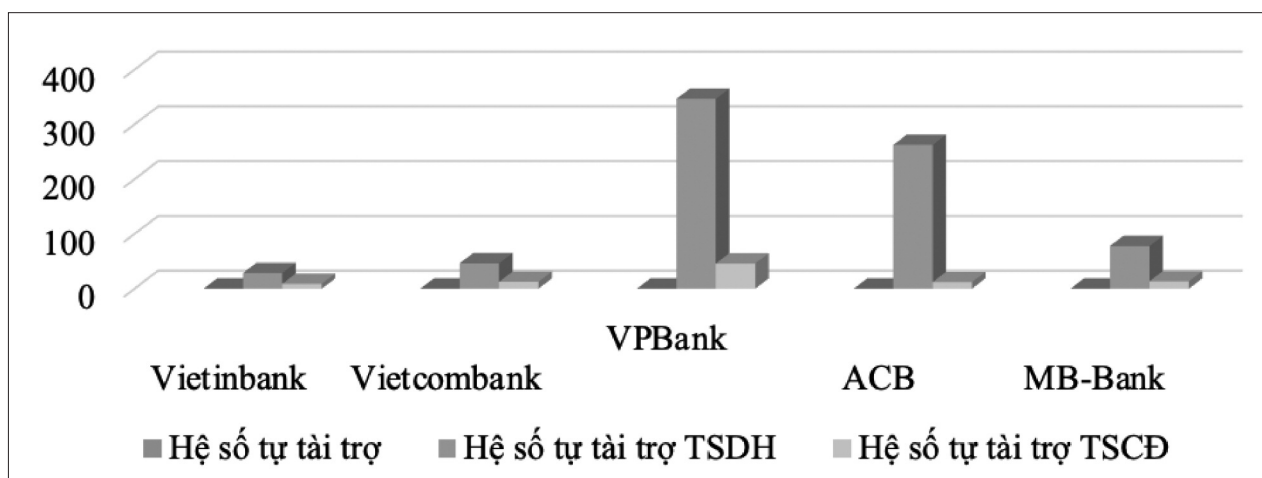
Đơn vị tính: lần

Chỉ tiêu	Công thức tính	Vietinbank	Vietcombank	VPBank	ACB	MB-Bank
Hệ số tự tài trợ	Vốn CSH/Tổng NV	0,06	0,08	0,16	0,09	0,10
Hệ số tự tài trợ TSDH	Vốn CSH/TSDH	28,46	46,51	346,50	262,57	77,82
Hệ số tự tài trợ TSCĐ	Vốn CSH/TSCĐ	8,92	12,65	46,09	11,94	13,36

Nguồn: Báo cáo tài chính các ngân hàng TMCP năm 2021

Biểu đồ 1: Hệ số tự tài trợ của một số ngân hàng thương mại cổ phần vào năm 2021

Đơn vị tính: lần



Nguồn: Báo cáo tài chính các ngân hàng TMCP năm 2021

các ngân hàng TMCP được xem xét đều lớn hơn 1, trong đó hệ số tự tài trợ TSDH của VPBank là lớn nhất, đứng thứ hai là ACB, tiếp đó là MB-Bank, Vietcombank và đứng sau cùng là Vietinbank. Chứng tỏ khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính của VPBank, ACB rất tốt và mức độ độc lập đảm bảo hiệu quả cao. Trong khi đó, Vietinbank có hệ số tự tài trợ TSDH thấp nhất so với các ngân hàng TMCP còn lại thì khả năng đảm bảo về mặt tài chính và mức độ độc lập cần làm tốt hơn trong thời gian tới.

3.3. Hệ số tự tài trợ

Bảng 1 cho thấy hệ số tự tài trợ TSCĐ của VPBank là cao nhất, ở vị trí thứ hai là MBBank, kế tiếp là Vietcombank, ACB và ở vị trí cuối là Vietinbank. Chỉ tiêu này thể hiện nguồn tài trợ thường xuyên có đủ và thừa khả năng để trang trải TSCĐ của các ngân hàng TMCP.

Đánh giá xu hướng tăng trưởng về mức độ tự chủ tài chính căn cứ vào trị số của các chỉ tiêu “hệ số tự tài trợ”, “hệ số tự tài trợ TSDH”, “hệ số tự tài trợ TSCĐ”, tác giả đã tiến hành tính toán hệ số của chỉ tiêu để thấy được tốc độ tăng trưởng về tự chủ tài chính. Trên cơ sở đó, sử dụng đồ thị để phản ánh kết quả tính toán và căn cứ vào đồ thị nhận thấy được sự tăng trưởng tự chủ tài chính của ngân hàng TMCP là có xu hướng tăng. Trên kết quả tính toán, đánh giá được nhịp điệu tăng trưởng về tự chủ tài chính của ngân hàng TMCP năm 2021 là ổn định.

3.4. Những mặt tồn tại và nguyên nhân

- Sự gia tăng của tài sản chủ yếu vẫn là tài sản ngắn hạn, điều này gây ảnh hưởng tới khả năng cạnh tranh của ngân hàng TMCP trong thời gian tới, vì chú trọng nhiều hơn đến đầu tư chiều rộng mà ít quan tâm đến chiều sâu, đến việc nâng cao

chất lượng sản phẩm thì rõ ràng sẽ làm công ty khó khăn hơn trong việc cạnh tranh.

- Cơ cấu nguồn vốn chiếm tỷ trọng lớn là vốn vay trong khi tỷ trọng vốn chủ sở hữu là quá thấp. Điều này cho thấy khả năng tự chủ về tài chính là thấp. Cần phải có sự điều chỉnh để vừa đảm bảo được sự an toàn trong hoạt động, vừa tận dụng tốt được yếu tố đòn bẩy tài chính.

- Nợ phải thu giảm với quy mô lớn là một vấn đề khá phức tạp mà ngân hàng TMCP cần chú ý cân nhắc, vì việc thu hồi nợ không phải lúc nào cũng thuận lợi và đúng hạn. Tuy nó giúp ngân hàng TMCP mở rộng được thị trường song lại gây ra thiếu vốn kinh doanh do bị chiếm dụng.

- Các khoản phải trả cũng có sự biến động lớn theo chiều hướng bất lợi. Tuy gia tăng được khoản chiếm dụng nhưng lại làm cho tình hình tài chính trở nên căng thẳng, gây áp lực thanh toán.

- Sự đầu tư đổi mới trang thiết bị của ngân hàng TMCP vẫn chưa thực sự chủ động, lợi thế cạnh tranh chính là ứng dụng công nghệ cao thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ của ngân hàng mình. Vậy, trong thời gian tới, ngân hàng TMCP nên quan tâm hơn đối với vấn đề này.

4. Biện pháp nâng cao khả năng độc lập tài chính tại một số ngân hàng thương mại cổ phần

Đặt trong bối cảnh nền kinh tế như hiện nay, biện pháp có ý nghĩa chiến lược giúp ngân hàng TMCP vượt qua khủng hoảng là: Quyết liệt tái cơ cấu cả về tài chính và nhân sự, tích cực ứng dụng công nghệ tiên tiến, đặt kế hoạch kinh doanh sát với thực tế. Đây chính là những đối sách hợp lý nhất mà ngân hàng TMCP cần đề ra những phương án cụ thể để tiến hành:

4.1. Các biện pháp tăng doanh thu và giảm chi phí

- Tăng cường giám sát, quản lý các khoản chi phí. Cần giảm thiểu các khoản chi phí không cần thiết, đồng thời với việc quản lý các khoản chi phí như chi phí văn phòng, chi phí tiếp khách như chi phí điện nước. Để giảm khoản chi phí này, trước hết lãnh đạo ngân hàng TMCP phải quán triệt ý thức tiết kiệm đến từng phòng ban, từng nhân viên và có biện pháp quản lý chi phí chặt chẽ.

- Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của ngân

hàng TMCP, bởi không có vốn sẽ không có bất kỳ hoạt động kinh doanh nào được thực hiện. Trong thời gian tới, ngân hàng TMCP cần có biện pháp để tránh tình trạng bị tồn đọng vốn, bị chiếm dụng vốn. Để giải quyết vấn đề này, ngân hàng TMCP cần quan tâm đến công tác thu nợ thông qua việc giao trách nhiệm cho bộ phận kế toán lập sổ theo dõi công nợ, theo dõi các khoản phải thu của khách hàng theo từng hợp đồng tín dụng.

- Hạ thấp phí dịch vụ, sản phẩm. Đây cũng là một biện pháp nhằm nâng cao lợi nhuận cho ngân hàng TMCP. Với dịch vụ, sản phẩm của ngân hàng TMCP thì phí dịch vụ, sản phẩm của ngân hàng TMCP cần hạ thấp sao cho hợp lý và trở thành lợi thế cạnh tranh với ngân hàng khác.

4.2. Các biện pháp lựa chọn cơ cấu tài chính tối nhất

- Nâng cao trình độ, tính cách, hiểu biết, kinh nghiệm cá nhân của đội ngũ cán bộ nhân viên trong ngân hàng TMCP. Nếu sai, kém sẽ kìm hãm sự phát triển của tổ chức.

- Cơ cấu tài chính cho phù hợp, chuẩn mực và cung cấp đầy đủ các hệ thống, công cụ kiểm soát cần thiết.

- Quản trị nguồn nhân sự cho hiệu quả. Nếu sự yếu kém nảy sinh từ vấn đề này thì cần phải được điều chỉnh kịp thời và phải có định hướng mang tính lâu dài gắn bó với ngân hàng TMCP.

- Sự phối hợp hoạt động trong tổ chức cần phải hiệu quả. Một cơ cấu tổ chức được thiết kế tốt sẽ có khả năng cho phép ngân hàng TMCP sử dụng các thông tin từ các bộ phận một cách hiệu quả nhất và lãnh đạo điều hành tốt hơn.

4.3. Các biện pháp làm tăng tính thanh khoản của ngân hàng thương mại cổ phần

Thanh khoản là khả năng thanh toán những hóa đơn đáo hạn bằng tiền mặt của ngân hàng TMCP. Do đó, lượng tiền mặt mà ngân hàng TMCP sở hữu có tầm quan trọng trong hoạt động kinh doanh. Sau đây là các biện pháp làm tăng tính thanh khoản của ngân hàng TMCP:

- Tài khoản chuyển khoản: cần tận dụng dạng tài khoản này trong các hoạt động tài chính vì nó sẽ cho phép ngân hàng TMCP có được một khoản lợi tức từ khoản tiền mặt dôi ra sau khi đã chi trả

hoặc chuyển khoản lượng tiền dự trữ vào tài khoản tiết kiệm.

- Tài sản không mang đến lợi nhuận: những tài sản không còn sử dụng cần phải thanh lý như máy móc, trang thiết bị văn phòng và phương tiện đi lại,... để tạo ra doanh thu mới.

- Khoản phải thu: giám sát những khoản phải thu một cách thật hiệu quả để đảm bảo thu hồi được những khoản cần thu sớm nhất.

- Khoản phải chi: giảm tối đa những khoản chi không cần thiết.

- Việc rút tiền của CSH: giám sát số lượng tiền bị rút ra phục vụ cho mục tiêu phi lợi nhuận.

- Lợi nhuận: cần kiểm tra tỷ suất lợi nhuận của những mặt hàng sản phẩm và dịch vụ khác nhau của ngân hàng một cách thường xuyên để góp phần duy trì hoặc tăng trưởng doanh lợi.

4.4. Các biện pháp đồng bộ khác

- Ngân hàng TMCP cũng cần phải bồi dưỡng, đào tạo thêm cho cán bộ nhân viên đặc biệt là nhân viên phòng kế toán và nhân viên kinh doanh. Vì hiện nay, phần lớn công tác kế toán là được thực hiện trên máy vi tính, do đó các nhân viên kế toán cần phải thành thạo trong việc sử dụng các phần mềm kế toán nhằm giúp cho việc xử lý và quản lý các thông tin được nhanh chóng, kịp thời và chính xác hơn, còn nhân viên kinh doanh có đủ năng lực giao dịch khách hàng đến ngân hàng. Qua đó, cũng góp phần nâng cao được năng suất lao động, hiệu quả hoạt động kinh doanh.

- Ngân hàng TMCP cần phải đẩy nhanh tốc độ quay vòng của vốn lưu động. Đây được coi là biện pháp quan trọng nhất nhằm tránh tình trạng ứ đọng vốn.

- Cần đẩy mạnh công tác xây dựng kế hoạch năm tới trên cơ sở tính toán kỹ lưỡng các yếu tố ảnh hưởng và nội lực của ngân hàng TMCP, đảm bảo kế hoạch xây dựng mang tính khả thi và sát với thực tế. Thường xuyên kiểm tra đôn đốc, tổng hợp tình hình kinh doanh, đề xuất phương án khắc phục những bất cập về kế hoạch phát sinh trong quá trình kinh doanh.

- Tăng cường hơn nữa vai trò lãnh đạo của Hội đồng quản trị trong ngân hàng TMCP. Đẩy mạnh hoạt động của tổ chức công đoàn và phong trào thi đua lao động giỏi, sáng kiến cải tiến, phong trào văn hóa, văn nghệ, thể dục thể thao, tạo nên không khí phấn khởi góp phần thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong ngân hàng TMCP.

5. Kết luận

Để tồn tại và phát triển vững mạnh, ngoài những nỗ lực cố gắng của ngân hàng TMCP thì những chính sách và qui định của nhà nước đóng một vai trò hết sức quan trọng. Nhà nước nên xây dựng một hệ thống luật gọn nhẹ, tránh rườm rà nhiều thủ tục, tránh thường xuyên thay đổi để tạo sự an tâm cho đối tác khi có quan hệ hợp tác với các doanh nghiệp trong nước. Nhà nước xem xét và nắm rõ các thông tin phản hồi từ ngân hàng TMCP khi họ thực hiện những qui định và nghị định mới, để sửa đổi kịp thời và hợp lý. Ngân hàng TMCP tiếp tục nghiên cứu và triển khai nghiên cứu thị trường, nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và đẩy mạnh thương hiệu. Mạnh dạn cung cấp chi phí cho nghiên cứu thị trường và tìm kiếm khách hàng, tích cực trong việc quảng bá sản phẩm, tìm kiếm đối tác, khẳng định vị thế và uy tín của ngân hàng TMCP trên thị trường ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Báo cáo tài chính (2021). *Báo cáo tài chính năm 2021 của các ngân hàng Vietinbank, Vietcombank, VPBank, ACB, MB-Bank, Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam.*
2. Nguyễn Văn Công (2019). *Giáo trình Phân tích Báo cáo tài chính.* NXB Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
3. Trần Mạnh Dũng (2019). *Giáo trình Lập, đọc, phân tích và kiểm tra Báo cáo tài chính.* NXB Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
4. Nguyễn Ngọc Quang (2014). *Giáo trình Phân tích Báo cáo tài chính.* NXB Tài chính.

5. Nguyễn Năng Phúc (2019). *Giáo trình Phân tích hoạt động kinh doanh*. NXB Thống kê.
6. Phạm Thị Thủy (2018). *Giáo trình Báo cáo tài chính phân tích - dự báo và định giá*. NXB Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
7. Trang thông tin điện tử của một số Ngân hàng thương mại cổ phần: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu. Truy cập tại: <http://www.acb.com.vn>; Ngân hàng Thương mại Cổ phần Công thương Việt Nam. Truy cập tại: <http://www.vietinbank.vn>; Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam. Truy cập tại: <http://www.vietcombank.com.vn>; Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội. Truy cập tại: <http://mbb.com.vn>; Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh vượng. Truy cập tại: <http://www.vpbank.com.vn>

Ngày nhận bài: 11/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/3/2022

Thông tin tác giả:

NGÔ THỊ NGUYỄN

Khoa Kế toán - Tài chính, Trường Đại học Hải Phòng

THE CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS TO IMPROVE THE FINANCIAL INDEPENDENCE OF SOME JOINT STOCK COMMERCIAL BANKS

● **NGO THI NGUYEN¹**

¹Faculty of Finance and Accounting, Hai Phong University

ABSTRACT:

This study analyzes the impacts of fluctuations in the financial resources (capital size, asset quality, capital raising capacity, solvency capacity, profitability, etc.) of a joint stock commercial bank. To assess the financial independence of a joint-stock commercial bank, it is necessary to examine the bank's self-financing capacity to ensure its business operations, the self-financing capacity for long-term assets, and the self-financing capacity for fixed assets.

Keywords: self-financing ratio, financial independence, joint-stock commercial bank.

HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN TÀI CHÍNH TOÀN DIỆN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

● NGUYỄN THỊ THÀNH VINH

TÓM TẮT:

Những năm gần đây, thúc đẩy tài chính toàn diện (TCTD) được coi là chương trình ưu tiên hàng đầu ở nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. TCTD có nghĩa là tất cả các thành phần trong kinh tế đều có thể tiếp cận các dịch vụ tài chính một cách chính thức và có thể sử dụng các dịch vụ đó một cách hiệu quả. Muốn thực hiện được điều đó, rất cần có một hệ thống chính sách phát triển đồng bộ, phù hợp. Trong phạm vi bài viết, trên cơ sở phân tích những thuận lợi, khó khăn trong phát triển TCTD ở Việt Nam; tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách phát triển TCTD ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: chính sách phát triển, tài chính toàn diện, chính sách tài chính.

1. Đặt vấn đề

Lý luận và thực tiễn đã khẳng định TCTD có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển kinh tế - xã hội, góp phần xóa đói giảm nghèo và giảm bất bình đẳng ở các quốc gia. ASEAN coi TCTD là một trong ba trụ cột để hội nhập tài chính và đã thành lập nhóm công tác về TCTD để thúc đẩy lĩnh vực này trong khu vực. Chiến lược TCTD quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 của Việt Nam xác định mục tiêu: “Mọi người dân và doanh nghiệp đều được tiếp cận và sử dụng an toàn, thuận tiện các sản phẩm, dịch vụ tài chính phù hợp nhu cầu, với chi phí hợp lý, do các tổ chức được cấp phép cung ứng một cách có trách nhiệm và bền vững”¹. Vấn đề đặt ra là, để thực hiện tốt mục tiêu đó, cần có sự đánh giá khách quan những thuận lợi, khó khăn của Việt Nam trong phát triển TCTD, từ đó đề ra hệ thống chính sách phát triển phù hợp.

2. Vai trò của tài chính toàn diện

Hiện nay, chưa có khái niệm thống nhất về TCTD ở các tổ chức và các quốc gia trên thế giới. Ở góc độ nghiên cứu, theo Leysnon and Thrift (1995), “TCTD là quá trình một số nhóm xã hội và cá nhân nhất định được tiếp cận với hệ thống tài chính chính thức”². Trong nghiên cứu của Sinclair xác định: “TCTD là khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính cần thiết bằng cách thức thích hợp”³. Ở góc độ tổ chức, Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) cho biết, TCTD nghĩa là tất cả các bộ phận dân cư - ngay cả những người có thu nhập thấp nhất - có thể tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ tài chính chính thức⁴. Ngân hàng thế giới (World Bank) quan niệm TCTD là việc cá nhân và doanh nghiệp tiếp cận đến các sản phẩm và dịch vụ tài chính hữu ích với giá cả hợp lý và đáp ứng được nhu cầu của họ về giao dịch, thanh toán,

tiết kiệm, tín dụng và bảo hiểm - và các dịch vụ sản phẩm này đều được cung cấp theo phương châm trách nhiệm và bền vững⁵. Ở góc độ quốc gia, theo Ủy ban TCTD Vương quốc Anh (FIC): TCTD là phương tiện mà mọi người có thể làm cho tiền của họ có thể sinh lời, cho phép họ tối đa hóa cơ hội, trở nên tự chủ hơn, và nâng cao sức khỏe thể chất và tinh thần. Do vậy, TCTD góp phần thúc đẩy sự di chuyển xã hội và nâng cao trình độ, một hệ thống phúc lợi hiệu quả hơn và khả năng phục hồi quốc gia cao hơn trước cú sốc kinh tế.

Ngân hàng Trung ương Indonesia xác định: TCTC là quyền của mỗi cá nhân tiếp cận đầy đủ các loại hình dịch vụ tài chính với đầy đủ thông tin về dịch vụ, chi phí phù hợp, kịp thời, thuận tiện và được cung ứng theo phương châm tôn trọng nhân phẩm. Tại Việt Nam, Chiến lược TCTD quốc gia xác định: “TCTD là việc mọi người dân và doanh nghiệp được tiếp cận và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính một cách thuận tiện, phù hợp nhu cầu, với chi phí hợp lý, được cung cấp một cách có trách nhiệm và bền vững, trong đó chú trọng đến nhóm người nghèo, người thu nhập thấp, người yếu thế, doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp siêu nhỏ”¹. Mặc dù có quan niệm khác nhau, tuy nhiên các quốc gia, các tổ chức và các nhà nghiên cứu đều thống nhất khẳng định vai trò của TCTD trên một số nội dung cơ bản sau:

Một là, TCTD có vai trò tích cực tạo nên sự ổn định tài chính ở mỗi quốc gia. Vai trò này được thực hiện thông qua các cách thức chủ yếu của TCTD:

- Làm gia tăng tín dụng cho các doanh nghiệp nhỏ, góp phần đa dạng hóa tài sản của hệ thống ngân hàng, từ đó làm giảm mức độ rủi ro tổng thể của danh mục cho vay của hệ thống ngân hàng;

- Gia tăng số lượng khách hàng gửi tiết kiệm nhỏ làm tăng quy mô và độ ổn định của cơ sở tiền gửi, từ đó giảm sự phụ thuộc của hệ thống ngân hàng vào các nguồn huy động vốn dễ biến động trong thời kỳ khủng hoảng;

- Tăng phạm vi tiếp cận tài chính góp phần ổn định cơ chế truyền dẫn của chính sách tiền tệ, tạo nền tảng tài chính vững chắc.

Hai là, TCTD có vai trò quan trọng trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Các nghiên cứu gần đây đã chỉ rõ, TCTD có tương quan tỷ lệ thuận với tăng trưởng và việc làm. Đối với một quốc gia đang phát triển như Việt Nam, TCTD có vai trò quan trọng trong việc tăng cường khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính của khu vực có thu nhập thấp, qua đó góp phần xóa đói, giảm nghèo và thúc đẩy phát triển kinh tế. TCTD giúp tạo điều kiện cho mọi người tham gia vào nền kinh tế và hệ thống tài chính, từ đó tạo động lực cho khu vực tài chính phát triển hơn và hỗ trợ tăng trưởng kinh tế thông qua huy động nguồn tiết kiệm và đầu tư vào tăng trưởng ở các khu vực có hiệu quả.

Ba là, TCTD góp phần thực hiện tốt các mục tiêu phát triển bền vững. Theo nội dung chương trình Nghị sự năm 2030 của Đại hội đồng Liên hiệp quốc, ngày 25/9/2015 về sự phát triển bền vững, được 193 quốc gia thành viên phê chuẩn đã nêu nên 17 mục tiêu về phát triển bền vững. Nội dung chương trình Nghị sự này đã khẳng định: việc tiếp cận tài chính dễ dàng là “chìa khóa” quan trọng để thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững ở các quốc gia. Cụ thể, TCTD góp phần loại bỏ đói nghèo; giảm tình trạng thiếu đói và tăng cường an ninh lương thực; đạt được sức khỏe và hạnh phúc; tăng cường giáo dục có chất lượng; gia tăng bình đẳng giới.

3. Thực trạng tài chính toàn diện ở Việt Nam

Việc phát triển TCTD ở Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả đáng ghi nhận. Cụ thể là:

Hệ thống tổ chức tín dụng Việt Nam phát triển nhanh, nhiều loại hình, bao phủ rộng khắp. Hiện nay, hệ thống tổ chức tín dụng ở Việt Nam gồm: 7 ngân hàng thương mại nhà nước; 41 ngân hàng thương mại cổ phần tư nhân; ngân hàng hợp tác xã; 51 chi nhánh ngân hàng nước ngoài, ngân hàng 100% vốn nước ngoài và ngân hàng liên doanh; công ty tài chính và công ty cho thuê tài chính, trên 1.182 quỹ tín dụng nhân dân cơ sở,... Tính đến hết năm 2020, toàn hệ thống có gần 11.110 chi nhánh và phòng giao dịch, 19.636 máy ATM, 276.273 máy POS, hơn 90.000 điểm chấp nhận QR code, 1.181 quỹ tín dụng nhân dân và hơn 500 tổ chức, chương trình, dự án tài chính vi mô đang hoạt động,

được phân bố ở khắp các tỉnh, thành phố, địa phương trong cả nước⁶.

Ở khu vực nông thôn, theo kết quả điều tra nông nghiệp, nông thôn giữa kỳ năm 2020, tại thời điểm ngày 01/7/2020, cả nước có 1.836 xã có ngân hàng, chi nhánh ngân hàng, quỹ tín dụng nhân dân hoạt động, chiếm 22,13% tổng số xã trên địa bàn nông thôn, tăng 2,01 điểm phần trăm so với ngày 01/7/2016. Hệ thống tín dụng, ngân hàng nông thôn thực sự là nguồn cung ứng vốn quan trọng hỗ trợ kinh tế - xã hội nông thôn phát triển. Kết quả điều tra cho thấy, tỷ lệ hộ được vay vốn cho hoạt động nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm trong tổng số hộ nông, lâm nghiệp và thủy sản ở khu vực nông thôn có nhu cầu vay vốn của hệ thống tín dụng, ngân hàng đã tăng từ 53,92% năm 2016 lên 76,22% năm 2020⁷.

Số lượng tài khoản thanh toán cá nhân tăng nhanh, góp phần thu hút vốn nhàn rỗi từ mọi tầng lớp dân cư và tạo điều kiện mở rộng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Tính đến ngày 31/3/2021, số lượng tài khoản thanh toán khách hàng cá nhân (là các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn đang hoạt động của cá nhân mở tại ngân hàng để sử dụng các dịch vụ thanh toán do ngân hàng cung ứng (như dịch vụ thẻ, dịch vụ thanh toán bằng các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt ngoài thẻ) tại các ngân hàng ghi nhận 104,189 triệu tài khoản, tăng 13,349 triệu tài khoản so với cùng kỳ năm 2020. Đặc biệt, số dư tài khoản thanh toán cá nhân đạt 741.378 tỷ đồng, tăng gần 75.000 tỷ đồng, tương đương với 11,2% so với cuối năm trước và tăng mạnh 264.855 tỷ đồng so với cùng kỳ năm trước, tương ứng tăng 55,5%. Điều này cho thấy các ngân hàng huy động được nguồn vốn giá rẻ khá lớn.

Ngoài ra, tốc độ tăng trưởng thẻ ATM nội địa trong 3 tháng đầu năm 2021 tăng 2 triệu thẻ, lên 96 triệu thẻ và thẻ quốc tế đang lưu hành tăng 1 triệu thẻ, lên 18 triệu thẻ⁸. Để thúc đẩy các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, ngành Ngân hàng đã có kế hoạch chuyển đổi số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, với mục tiêu đến năm 2025 có ít nhất 70% các nghiệp vụ ngân hàng cho phép khách hàng có thể thực hiện hoàn toàn trên

môi trường số; ít nhất 80% người dân trưởng thành sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử; ít nhất 80% số lượng giao dịch của khách hàng được thực hiện thông qua các kênh số; ít nhất 70% quyết định giải ngân, cho vay của ngân hàng thương mại, công ty tài chính đối với các khoản vay nhỏ lẻ, vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân được thực hiện theo hướng số hóa, tự động... Đây là định hướng phù hợp nhằm nâng cao tiện ích cho người dùng dịch vụ tài chính trên không gian số.

Các dịch vụ tín dụng được thực hiện thông qua các nghiệp vụ đa dạng (như: Cho vay, chiết khấu, cho thuê tài chính, bảo lãnh ngân hàng, bao thanh toán, nắm giữ trái phiếu doanh nghiệp, phát hành thẻ tín dụng và các nghiệp vụ cấp tín dụng khác) tạo điều kiện thuận lợi cho người dân và doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiếp cận các nguồn vốn. Tính đến cuối tháng 8/2020, dư nợ tín dụng tiêu dùng của các tổ chức tín dụng đạt hơn 1,71 triệu tỷ đồng (chiếm khoảng 19,98% so với tổng dư nợ của nền kinh tế), tăng 2,37% (tương đương 23,11 nghìn tỷ đồng) so với thời điểm cuối năm 2019. Tính chung giai đoạn 2012 - 2020, tín dụng tiêu dùng tăng trung bình 20%/năm. Các công ty tài chính tiêu dùng ở Việt Nam đang phục vụ khoảng gần 30 triệu khách hàng trên toàn quốc⁹. Dư nợ tín dụng đối với các lĩnh vực ưu tiên đều có xu hướng tăng: Tín dụng lĩnh vực nông nghiệp nông thôn đạt 2.277.404 tỷ đồng, chiếm 24,77% tổng dư nợ nền kinh tế, tăng 169,84% so với cuối năm 2015 (bình quân giai đoạn 2016 - 2020 tăng 18,17%). Tín dụng đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ đạt 1.819.152 tỷ đồng, chiếm 19,6% tổng dư nợ nền kinh tế, tăng 72,91% so với cuối năm 2015 (bình quân giai đoạn 2016 - 2020 tăng 15,66%)¹⁰.

Bên cạnh một số kết quả đáng ghi nhận, việc phát triển TCTD ở Việt Nam hiện còn một số vấn đề tồn tại. Đó là, nhận thức của người dân, nhất là người dân khu vực nông thôn, miền núi, biên giới, hải đảo về TCTD còn nhiều hạn chế. Dẫn đến một thực tế đó là năm 2020, tuy 70% người trưởng thành ở Việt Nam có tài khoản ngân hàng, nhưng gần một nửa trong số đó không tiếp cận được với tín dụng. Theo Agribank, hơn 70% dân số tập

trung ở khu vực nông thôn, nhưng tỷ lệ tiếp cận dịch vụ ngân hàng hiện đại của khu vực này rất hạn chế¹¹.

Mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch ngân hàng phân bố không đồng đều giữa các tỉnh, thành, giữa các vùng miền. Đa phần các chi nhánh, phòng giao dịch ngân hàng tập trung tại địa bàn thành phố, nơi dân cư đông đúc và kinh tế phát triển. Chất lượng dịch vụ ngân hàng còn thấp, giao dịch qua ATM, POS còn hạn chế, sai sót trong quá trình sử dụng dịch vụ. Mạng lưới máy POS, ATM mới được trang bị chủ yếu ở thành thị, nơi dân cư tập trung lớn, còn tại khu vực nông thôn, miền núi, biên giới, hải đảo, lượng máy POS, ATM rất hạn chế. Bên cạnh đó, vấn đề đánh mất thông tin, vấn đề bảo mật, an toàn khi sử dụng cũng là một vấn đề làm cho người dân e ngại sử dụng các dịch vụ ngân hàng hiện đại¹².

Hành lang pháp lý liên quan đến các hoạt động thanh toán điện tử, thanh toán qua thẻ, cho vay tiêu dùng,... còn thiếu và chưa đồng bộ, gây nhiều trở ngại cho người dân, doanh nghiệp và các tổ chức tín dụng, ngân hàng. Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, hành lang pháp lý về những vấn đề mới như: bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, bảo vệ dữ liệu người dùng, chuẩn kết nối mở... chưa được ban hành khiến người dân chưa thực sự tin tưởng vào các giao dịch tài chính, làm hạn chế sự tiếp cận và sử dụng các dịch vụ của các tổ chức tài chính.

4. Một số giải pháp hoàn thiện chính sách phát triển tài chính toàn diện ở Việt Nam

Thứ nhất, đẩy mạnh các hoạt động giáo dục tài chính, nâng cao năng lực và kiến thức tài chính cho người dân. Theo đó, các cơ quan nhà nước, các tổ chức tín dụng cần có chính sách phối hợp để thực hiện tốt việc truyền thông, giáo dục nâng cao nhận thức về tài chính cho các đối tượng, ở khắp các vùng, miền. Nghiên cứu lồng ghép nội dung giáo dục tài chính vào chương trình giáo dục phổ thông quốc gia. Đẩy mạnh các chương trình truyền thông giáo dục, phổ biến kiến thức tài chính cho mọi người dân và doanh nghiệp. Chú trọng nâng cao kỹ năng tài chính, đặc biệt là các công cụ quản trị rủi ro, bảo hiểm, cho thuê tài chính... cho

người sản xuất nông nghiệp, người làm kế toán và quản lý tài chính của các hợp tác xã. Tăng cường vai trò của các tổ chức chính trị - xã hội trong việc tuyên truyền vận động đoàn viên, hội viên trong việc giáo dục tài chính.

Thứ hai, tiếp tục hoàn thiện khuôn khổ pháp lý nhằm tạo môi trường thuận lợi cho việc thực hiện các mục tiêu TCTD. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 và số hóa ngành ngân hàng cần tập trung rà soát, sửa đổi, bổ sung hoặc ban hành mới các văn bản quy phạm pháp luật quy định về việc nhận biết khách hàng và xác thực nhân thân khách hàng trong môi trường số; về tiền điện tử và tài khoản tiền điện tử... Nghiên cứu và ban hành quy định về bảo vệ người tiêu dùng tài chính, trong đó xác định rõ cơ chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính trước sự đối xử không công bằng của các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính; minh bạch hóa cách thức tiếp cận và giải quyết hiệu quả tranh chấp của các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính đối với người tiêu dùng tài chính.

Thứ ba, hoàn thiện cơ sở hạ tầng tài chính, đáp ứng yêu cầu thúc đẩy TCTD. Tập trung vào hoàn thiện hạ tầng thanh toán, đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động ngân hàng điện tử để tạo niềm tin và bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Hoàn thiện cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư để kết nối, chia sẻ với các cơ sở dữ liệu chuyên ngành khác của tài chính. Xây dựng cơ sở dữ liệu TCTD quốc gia dựa trên bộ chỉ tiêu thống kê về mức độ tiếp cận, sử dụng và chất lượng dịch vụ tài chính. Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin tín dụng quốc gia thống nhất, trên nền tảng công nghệ hiện đại, tích hợp đầy đủ thông tin từ các tổ chức tín dụng trong ngành ngân hàng, từng bước mở rộng các nguồn thông tin từ các tổ chức ngoài ngành; cung cấp kịp thời, đa dạng các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với từng loại hình tổ chức tín dụng.

Thứ tư, phát triển đa dạng các sản phẩm, dịch vụ tài chính. Có chính sách khuyến khích các ngân hàng cung cấp tài khoản thanh toán không chịu phí duy trì tài khoản và số dư tài khoản tối thiểu, liên kết với thẻ ATM cho người về hưu, người hưởng trợ cấp xã hội, người già, người nghèo, học sinh, sinh viên và những đối tượng yếu thế khác...

để sử dụng các dịch vụ gửi tiền, rút tiền, chuyển tiền giá trị nhỏ, nhận lương hưu, trợ cấp xã hội và thanh toán hóa đơn dịch vụ tiện ích. Đẩy mạnh thanh toán bằng các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt của cá nhân và doanh nghiệp đối với thu, nộp thuế, phí, lệ phí, thu phạt hành chính, thanh toán hóa đơn định kỳ (điện, nước, viễn thông, học phí). Phát triển các sản phẩm cho vay tiêu dùng phù hợp với đối tượng vay tiêu dùng, có mức lãi suất hợp lý, góp phần ngăn chặn “tín dụng đen”. Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm, dịch vụ tài chính cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ gia đình sản xuất - kinh doanh.

Thứ năm, triển khai đồng bộ các chính sách hỗ trợ phát triển TCTD. Cần có chính sách lồng ghép thực hiện các mục tiêu TCTD vào các chương trình xây dựng nông thôn mới. Xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho triển khai các mục tiêu TCTD. Đẩy

mạnh hợp tác về TCTD với các quốc gia trong khu vực, trên thế giới và các tổ chức quốc tế để thúc đẩy TCTD ở Việt Nam.

5. Kết luận

Phát triển TCTD ở Việt Nam hiện nay là yêu cầu tất yếu, khách quan, phù hợp với xu thế chung của thế giới. Hoạt động này nhằm đa dạng các tổ chức cung ứng, kênh phân phối, sản phẩm, dịch vụ tài chính do các tổ chức được cấp phép cung ứng, để nâng cao khả năng tiếp cận và sử dụng của những người chưa được tiếp cận hoặc ít được tiếp cận với các sản phẩm, dịch vụ tài chính. Từ đó, góp phần thực hiện tốt chủ trương của Đảng, Nhà nước phát triển kinh tế nhanh, bền vững gắn với tiến bộ và công bằng xã hội. Các chủ thể tham gia cần nhận thức sâu sắc, đầy đủ về TCTD, phối hợp xây dựng, triển khai đồng bộ hệ thống chính sách hỗ trợ để TCTD phát triển theo đúng định hướng, đạt được những mục tiêu chiến lược đã xác định ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

- ¹Chính phủ (2020). Quyết định số 149/QĐ-TTg, ngày 22/1/2020, về việc phê duyệt Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Hà Nội.
- ²Leyshon, A. and Thrift, N. (1995). Geographies of financial exclusion: financial abandonment in Britain and the United States. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 312-341.
- ³Sinclair, S. P. (2001). Financial exclusion: An introductory survey. CRSIS, Edinburgh College of Art/Heriot Watt University. Retrieved from: https://www.academia.edu/7086629/Financial_Exclusion_An_Introductory_Survey.
- ⁴ADB (2017). Accelerating financial inclusion in South-East Asia with digital finance. Asian Development Bank: Philippines, 1- 86.
- ⁵World Bank (2018). Financial inclusion Overview. Retrieved from: <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview>.
- ⁶Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2020). Báo cáo hoạt động ngân hàng năm 2020 định hướng năm 2021, ngày 26/12/2020 tại Hà Nội.
- ⁷Tổng cục Thống kê (2021). Thông cáo báo chí về kết quả điều tra nông thôn, nông nghiệp giữa kỳ năm 2020. Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/06/thong-cao-bao-chi-ve-ket-qua-dieu-tra-nong-thon-nong-nghiep-giua-ky-nam-2020/>
- ⁸Ngân hàng Nhà nước (2021). Báo cáo số dư tài khoản thanh toán cá nhân tại các ngân hàng cuối quý 1 năm 2021.
- ⁹Nguyễn Hoàng Vĩnh Lộc, Đinh Văn Hoàn (2021). Phát triển tín dụng tiêu dùng của các tổ chức tín dụng ở Việt Nam. *Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ*, 7, 22-27.
- ¹⁰Trần Thị Thanh Hương, Nguyễn Thúy Quỳnh, Nguyễn Việt Hoa (2020). Tác động của tài chính toàn diện và các nhân tố khác tới tăng trưởng kinh tế. *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, 12, 1-12,59.

¹¹Agribank (2020). Báo cáo thường niên 2020. Truy cập tại: <https://www.agribank.com.vn/>

¹²Phạm Thị Hoàng Anh, Trần Thị Thắng (2019). Tiếp cận tài chính toàn diện tại các tỉnh đồng bằng Sông Hồng. *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, 202, 8-44.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Tập I, II*. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
2. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2021). *Quyết định số 810/QĐ-NHNN, ngày 11/5/2021, Phê duyệt “Kế hoạch chuyển đổi số ngành ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”*, Hà Nội.
3. Dư Thị Lan Quỳnh (2021). *Tác động của tài chính toàn diện đối với sự ổn định của hệ thống ngân hàng*. Luận án Tiến sĩ tài chính ngân hàng. Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 19/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ THÀNH VINH

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên

IMPROVING FINANCIAL INCLUSION DEVELOPMENT POLICIES IN VIETNAM

● Master. **NGUYEN THI THANH VINH**

Thai Nguyen University of Economics and Business Administration

ABSTRACT:

In recent years, promoting financial inclusion has been prioritized in many countries, including Vietnam. Financial inclusion means that individuals and businesses can officially access financial services and can use them effectively. To achieve this goal, it is necessary to have a synchronous and appropriate system of development policies. This paper analyzes the advantages and disadvantages of the development of financial inclusion in Vietnam. This paper proposes some solutions to improve financial inclusion development policies in Vietnam in the coming time.

Keywords: development policy, financial inclusion, fiscal policy.

PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG TÀI CHÍNH XANH - KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH VỚI VIỆT NAM

● BÙI TUẤN MINH

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh khủng hoảng sinh thái hiện nay, nhiều quốc gia đã và đang tiến hành chuyển đổi từ mô hình kinh tế truyền thống sang nền kinh tế thân thiện với môi trường - nền kinh tế xanh. Để hướng tới hệ sinh thái kinh tế xanh, hệ thống tài chính xanh đóng một vai trò quan trọng. Bài viết phân tích sự phát triển của tài chính xanh trên thế giới, đánh giá thực trạng phát triển hệ thống tài chính xanh ở nước ta hiện nay, qua đó, rút ra một số hàm ý chính sách cho Việt Nam nhằm phát triển hệ thống tài chính xanh, thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế xanh tại Việt Nam.

Từ khóa: tài chính xanh, kinh tế xanh, chỉ số xanh, quốc tế, Trung Quốc, Anh, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam từng là quốc gia "xanh" trong thế kỷ XX, song với sự tăng trưởng kinh tế - xã hội trong thời gian gần đây, nước ta đã đứng đầu tại Đông Nam Á về lượng khí nhà kính phát thải. Quá trình phát triển kinh tế ở Việt Nam thời gian qua phụ thuộc vào việc khai thác tài nguyên, xuất khẩu nguyên liệu thô và sơ chế gây thiệt hại cho môi trường và gia tăng tác động của biến đổi khí hậu. Trái ngược với nền kinh tế xanh - nền kinh tế đảm bảo 3 yếu tố: tăng trưởng kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường, mô hình phát triển kinh tế của Việt Nam hiện nay vẫn đang ở trạng thái "nâu", nghĩa là nền kinh tế tập trung khai thác và sử dụng quá nhiều năng lượng từ nhiên liệu thô, gây ảnh hưởng đến môi trường. Cũng như nhiều nước trên thế giới, Việt Nam đang nỗ lực trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế từ "nâu" sang "xanh",

với rất nhiều chương trình và hành động. Tuy nhiên, để thực sự làm được điều đó là một vấn đề hết sức khó khăn, cần sự chung tay, đồng lòng của cả xã hội.

2. Mục tiêu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

- Khái quát cơ sở lý thuyết về tài chính xanh;
- Phân tích kinh nghiệm xây dựng và phát triển tài chính xanh tại một số nước trên thế giới, liên hệ thực trạng này tại Việt Nam;
- Đưa ra một số hàm ý chính sách giúp phát triển tài chính xanh tại Việt Nam.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn. Cụ thể, nghiên cứu tìm kiếm các nguồn có liên quan như tạp chí, sách, bài báo trên tạp chí thông qua thư viện kỹ thuật số Science Direct, Google Scholar và thư viện các trường đại học,

nơi cung cấp nguồn học thuật có thẩm quyền và đáng tin cậy. Từ khóa tìm kiếm là các thuật ngữ liên quan đến chủ đề nghiên cứu như “green finance”, “tài chính xanh”, “green index”, Trung Quốc, Việt Nam và các từ đồng nghĩa. Phạm vi thời gian tìm kiếm nguồn tập trung vào trong khoảng 15 năm trở lại đây để đảm bảo tính kịp thời. Ngoài ra, công cụ tìm kiếm của Google đã được sử dụng để tìm kiếm tin tức trực tuyến, báo cáo ngành và hội thảo liên quan đến chủ đề của bài nghiên cứu.

3. Tổng quan về tài chính xanh

3.1. Khái niệm

“Kinh tế xanh” là nền kinh tế nâng cao đời sống của con người và cải thiện công bằng xã hội, đồng thời giảm thiểu đáng kể những rủi ro môi trường và những thiếu hụt sinh thái. Hiểu một cách đơn giản, nền kinh tế xanh có mức phát thải thấp, sử dụng hiệu quả tài nguyên và hướng tới công bằng xã hội. Hiện nay, theo nghiên cứu của Nannette (2014), chưa có khái niệm cụ thể về tài chính xanh và tài chính xanh vẫn đang được hiểu theo nhiều cách tiếp cận khác nhau. Tuy nhiên, trong bài viết này, tác giả sử dụng khái niệm về hệ thống tài chính xanh theo nhóm nghiên cứu đề tài cấp nhà nước (KX01.27/16-20). Theo đó, hệ thống tài chính xanh được hiểu là: “Hệ thống tài chính cho phép luân chuyển nguồn tài chính tới các hoạt động đầu tư thông qua các trung gian tài chính và thị trường tài chính, trong đó các hoạt động đầu tư phải đảm bảo các điều kiện xanh, bảo vệ môi trường và hướng tới phát triển bền vững. Khi đó, các bộ phận cấu thành của hệ thống tài chính xanh sẽ mang đặc điểm xanh, bao gồm: trung gian tài chính xanh, thị trường tài chính xanh, công cụ huy động vốn xanh hay nguồn vốn xanh, và đầu tư xanh”.

3.2. Vai trò của tài chính xanh trong nền kinh tế

Hệ thống tài chính xanh đóng vai trò là kênh dẫn vốn và điều tiết nguồn lực cho phát triển nền kinh tế xanh (điều tiết hoạt động đầu tư). Hệ thống tài chính xanh thúc đẩy các công cụ xanh, như: tín dụng xanh của ngân hàng xanh, trái phiếu xanh, cổ phiếu xanh, chỉ số tài chính xanh. Bên cạnh đó, hệ thống tài chính xanh còn giúp thúc đẩy các loại thị trường xanh.

Xuất phát từ vai trò cốt yếu của hệ thống tài chính xanh đóng góp vào kinh tế xanh, kết quả nghiên cứu kinh nghiệm từ các quốc gia và vùng lãnh thổ cho thấy, việc xanh hóa hệ thống tài chính được nhiều quốc gia trên thế giới quan tâm. Những kết quả nghiên cứu ban đầu là cơ sở khoa học quan trọng cho việc đưa ra mô hình phát triển tài chính xanh phù hợp với điều kiện của mỗi quốc gia, mỗi nền kinh tế.

Mặc dù đây là một lĩnh vực còn mới, song nhận thấy được vai trò quan trọng của phát triển hệ thống tài chính xanh, Việt Nam bước đầu tiếp cận sự phát triển của hệ thống tài chính xanh nhằm hướng tới sự phát triển bền vững. Tuy nhiên, các quy định cụ thể về triển khai, vận hành thị trường vẫn đang được nghiên cứu, chưa được ban hành, trong đó có việc xây dựng Bộ chỉ số đánh giá mức độ xanh hóa của hệ thống tài chính.

3.3. Bộ chỉ số tài chính xanh

Trên thế giới, đã có một số nghiên cứu đề xuất xây dựng Bộ chỉ số kinh tế xanh như nghiên cứu của Danlu (2018) áp dụng cho thị trường Trung Quốc đã đề xuất mô hình chỉ số phát triển kinh tế xanh (GEI- Green Economy development Index). Nghiên cứu của Puhakka (2017) cũng cho kết quả tương tự như nghiên cứu của Danlu (2018) khi cho thấy yếu tố về các chính sách và quy định của chính phủ là yếu tố quan trọng tác động tới việc chuyển đổi thành nền kinh tế xanh. Anton (2016) đã xây dựng Bộ chỉ GEI gồm 26 chỉ tiêu.

Tuy nhiên, khi đi sâu hơn về tài chính xanh - một nội dung của kinh tế xanh, số lượng bài nghiên cứu xây dựng chỉ số tài chính xanh còn hạn chế. Zhang và cộng sự (2018) đã hình thành chỉ số phát triển tài chính thông qua phân tích kinh tế lượng và chỉ ra trong ngắn hạn, chỉ số phát triển tài chính và giá năng lượng của Pakistan có liên quan đáng kể đến tiêu thụ năng lượng. Zhong và cộng sự (2018) chia hệ thống chỉ số phát triển tài chính xanh thành 2 loại: chỉ số hoạt động thị trường tài chính xanh và chỉ số môi trường sinh thái tài chính xanh, từ đó xây dựng chỉ số phát triển tài chính xanh.

Như vậy, tuy mỗi quốc gia có một đặc thù riêng, nhưng một số chỉ số chung như quản trị quốc gia, khối lượng tiêu thụ nước/khí thải,... sẽ được sử dụng

như công cụ để đánh giá mức độ tiếp cận tới tài chính xanh, cũng như kinh tế xanh.

4. Kinh nghiệm phát triển tài chính xanh trên thế giới

Phát triển tài chính xanh trên thế giới được thực hiện theo cách thức rất khác biệt. Các cách thức này phụ thuộc vào điều kiện kinh tế, cũng như đặc điểm thị trường tài chính của từng nước, nhưng đều để lại những bài học hữu ích cho các quốc gia đi sau. Bài viết này phân tích 3 trường hợp điển hình là Anh - một quốc gia có trình độ phát triển cao, Trung Quốc - quốc gia có sự tăng trưởng vượt trội trong thời gian gần đây và Philippines - quốc gia có nhiều đặc điểm tương đồng với Việt Nam.

4.1. Kinh nghiệm tại Anh

Chính phủ Anh đóng vai trò tích cực và chủ động trong việc thiết lập các thị trường tài chính xanh.

Trước hết, Chính phủ xây dựng một khung khổ chính sách phát triển hệ thống tài chính xanh đơn giản, ổn định và dễ áp dụng cũng như thường xuyên thực hiện các rà soát, đánh giá và điều chỉnh kịp thời. Chính phủ Anh cũng đã đưa ra hàng loạt sáng kiến hướng tới tháo gỡ những rào cản đối với đầu tư xanh thông qua việc đơn giản hóa thủ tục, hỗ trợ quản trị rủi ro, phát triển kỹ năng và kinh nghiệm trong các dự án xanh.

Tiếp đó, Chính phủ Anh trực tiếp đầu tư vốn môi cho khu vực kinh tế xanh để thúc đẩy việc triển khai trong thực tế. Cụ thể: (i) xây dựng cơ chế tài trợ trực tiếp cho các dự án đầu tư xanh, (ii) thực hiện bảo lãnh của Chính phủ cho các dự án cơ sở hạ tầng xanh, cũng như tham gia tài trợ cho các quỹ bảo vệ môi trường. Từ đó, hình thành và đảm bảo nguồn tài trợ cho các ngành công nghiệp xanh và tăng trưởng bền vững.

Cuối cùng, Ngân hàng đầu tư xanh được thành lập để hỗ trợ đầu tư cho các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng xanh mà thị trường không thể tài trợ. Những lĩnh vực đầu tư chủ yếu của ngân hàng bao gồm năng lượng tái tạo, giao thông, xử lý rác và nguồn nước,...

Những hoạt động trên của Chính phủ có thể loại trừ bớt tính bất ổn và rủi ro, gia tăng sự đảm bảo cho các khoản lợi nhuận dự kiến có được từ dự án sẽ tăng khả năng thuyết phục nhà đầu tư tư nhân. Từ

đó, tạo điều kiện cho phát triển mạnh mẽ thị trường tài chính xanh và lan tỏa được ảnh hưởng của các dự án xanh đến toàn bộ nền kinh tế.

4.2. Kinh nghiệm tại Trung Quốc

Trung Quốc cần đầu tư xanh khoảng 320 tỷ USD mỗi năm để bảo vệ môi trường của nước này. Tuy nhiên, nguồn ngân sách nhà nước chỉ có thể đáp ứng 15% nhu cầu (Theo tính toán của Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc - PBoC). Do đó, vào năm 2015, Chương trình xanh hóa thị trường tài chính nhằm đáp ứng các nhu cầu của nền kinh tế xanh và phát triển bền vững đã ra đời. Chương trình xanh hóa hệ thống tài chính tập trung vào các trọng tâm, như: (1) hình thành cơ chế tài chính khuyến khích đầu tư xanh; (2) xây dựng những định chế chuyên thực hiện các hoạt động đầu tư và cho vay xanh; (3) cung cấp các sản phẩm và kênh tài trợ xanh; (4) đảm bảo sử dụng tài chính công một cách có hiệu quả để khuyến khích dòng tài chính tư nhân; (5) hình thành cơ sở hạ tầng thông tin hỗ trợ nhà đầu tư đánh giá tác động môi trường tới các khoản đầu tư. Đối với mỗi trọng tâm trong Chương trình xanh hóa hệ thống tài chính, Chính phủ đưa ra kế hoạch triển khai cụ thể, chi tiết trong từng giai đoạn.

Để thúc đẩy phát triển trái phiếu xanh, năm 2015, PBoC đã cho phép các tổ chức tài chính phát hành “trái phiếu xanh” trên thị trường liên ngân hàng. Trong đó, các điều kiện để được phát hành trái phiếu xanh không phức tạp, thủ tục thực hiện ngắn gọn, khuyến khích gia tăng quy mô thị trường. Quy định về trái phiếu xanh khá linh hoạt (được quyền mua lại, lãi suất theo thỏa thuận của các bên...). Lĩnh vực được phép đầu tư đa dạng với 31 tiểu lĩnh vực nằm trong 6 nhóm lĩnh vực. Nhờ đó, khối lượng phát hành trái phiếu xanh của Trung Quốc đã tăng trưởng bùng nổ từ mức trên 1 tỷ USD (năm 2015) lên tới 36 tỷ USD (2016).

4.3. Kinh nghiệm tại Phillipines

Kinh nghiệm phát triển tài chính xanh của Phillipines là tận dụng tốt sự hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế như IFC, Ngân hàng Thế giới (WB),... và hình thành được các ngân hàng lớn cung cấp các sản phẩm tài chính xanh dưới dạng bán buôn cho các ngân hàng khác. Từ đó, các ngân hàng đã góp

phần đáng kể cho việc thúc đẩy phát triển tài chính xanh tại quốc gia này. Cụ thể như: (i) Ngân hàng DBP đầu mối thực hiện chương trình tín dụng hỗ trợ công nghệ môi trường phối hợp với JICA; Chương trình quản lý rác thải rắn bền vững kết hợp với Ngân hàng Tái thiết Đức (KfW); Dự án điện năng cho nông thôn với WB thông qua vào năm 2003 trong chương trình bảo vệ môi trường toàn cầu. (ii) Ngân hàng BPI thực thi chương trình tài chính năng lượng bền vững cùng với sự hỗ trợ của IFC. Chương trình này cung cấp tài chính cho các dự án đầu tư vào công nghệ, nhằm tăng hiệu quả trong việc sản xuất, phân phối và sử dụng năng lượng.

Sự tích cực tham gia của các ngân hàng một phần đến từ những lợi ích đáng kể do tham gia vào các dự án tài chính xanh. Cụ thể: (1) Tiếp cận được nguồn vốn dài hạn hiếm có; (2) Lãi suất huy động thấp hơn lãi suất thị trường; (3) Danh tiếng được tăng lên đáng kể khi hợp tác với các tổ chức quốc tế; (4) Các ngân hàng sẽ giảm thiểu được rủi ro vỡ nợ, đặc biệt trong nghiệp vụ bảo lãnh tín dụng giáp lưng hay nhận tài sản bảo đảm giáp lưng.

5. Hàm ý chính sách phát triển tài chính xanh tại Việt Nam

5.1. Thực trạng tài chính xanh tại Việt Nam

Trước nhu cầu thúc đẩy tăng trưởng xanh của Việt Nam, nhu cầu vốn phục vụ cho mục tiêu này là rất lớn. Chính vì vậy, Chính phủ Việt Nam đã có những hành động cụ thể trong việc thiết lập chính sách phát triển tài chính xanh tại Việt Nam. Trong đó, đã có một số chính sách phát triển thị trường vốn xanh được ban hành. Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã hoàn thiện Kế hoạch hành động của ngành ngân hàng (Quyết định số 1552/QĐ-NHNN ngày 6/8/2015), Đề án phát triển ngân hàng xanh (Quyết định số 1604/QĐ-NHNN) và đưa ra các chương trình tín dụng góp phần sử dụng tài nguyên hiệu quả, tạo sinh kế, giải quyết từng bước các vấn đề môi trường và xã hội.

Thực trạng phát triển hệ thống tài chính xanh tại Việt Nam được xem xét đánh giá trên 2 góc độ, đó là nguồn vốn xanh và đầu tư xanh.

Đối với nguồn vốn xanh, các doanh nghiệp

Việt Nam có thể vay vốn thông qua kênh tài chính trực tiếp, gồm: Thị trường Carbon, Thị trường trái phiếu xanh, Thị trường Cổ phiếu xanh, Hệ thống chỉ số xếp hạng xanh, Mạng lưới nhà đầu tư xanh. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp có thể tiếp cận nguồn vốn tài chính xanh thông qua kênh tài chính gián tiếp như ngân hàng xanh hoặc các quỹ đầu tư xanh. Hiện nay, các ngân hàng thương mại cũng đã tự xác định mức độ cam kết cao đối với các vấn đề xanh trong chiến lược đầu tư. Phần lớn nguồn vốn tài trợ cho tài chính xanh ở Việt Nam hiện nay đến từ Chính phủ, các tổ chức phát triển quốc gia, các định chế quốc tế hay ngân hàng phát triển song phương và đa phương, các doanh nghiệp và cá nhân. Bên cạnh đó, hoạt động phát triển nguồn vốn xanh từ tín dụng xanh mới chỉ bước đầu được một số các ngân hàng thương mại quan tâm triển khai. Hai nhóm công cụ huy động tài chính xanh phổ biến hiện nay là Trái phiếu xanh (Green Bonds) và Vốn chủ sở hữu xanh (Green Equity). Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại, ở Việt Nam, công cụ huy động tài chính xanh chủ yếu là trái phiếu xanh.

Đối với đầu tư xanh, tại Việt Nam, các doanh nghiệp quy mô đủ lớn đã bắt đầu quan tâm hơn tới bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội. Một số doanh nghiệp điển hình trong xu hướng đầu tư xanh, như: Tập đoàn Vingroup, Vinamilk, Tập đoàn Hoa Sen, Công ty Coca Cola Việt Nam, COFICO - Công ty cổ phần Xây dựng số 1, Toyota Việt Nam. Bên cạnh đó, ở cấp độ vĩ mô, Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đã ban hành nhiều Chỉ thị nhằm thúc đẩy phát triển đầu tư xanh. Ngày 25/9/2012, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1393/QĐ-TTg phê duyệt chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh thời kỳ 2012 - 2020 và tầm nhìn đến năm 2050. Các hoạt động thu hút nguồn lực cho đầu tư xanh cũng tích cực được phối hợp thực hiện giữa các tổ chức quốc tế, các nhà tài trợ và các cơ quan Chính phủ. NHNN cũng ban hành Chỉ thị số 03/CT-NHNN ngày 24/3/2015 về thúc đẩy tăng trưởng tín dụng xanh và quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng. Bên cạnh đó, sáng kiến Khu công nghiệp sinh thái hướng tới mô hình khu công nghiệp bền vững tại

Việt Nam, do Bộ Kế hoạch và Đầu tư cùng với UNIDO thực hiện từ năm 2014. Xét trên cấp độ vi mô - cấp độ doanh nghiệp, làn sóng khởi nghiệp xanh đã và đang trên đà phát triển ngày càng mạnh mẽ. Các doanh nghiệp quy mô đủ lớn đã bắt đầu quan tâm thỏa đáng hơn tới bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội.

5.2. Hàm ý chính sách

Trên cơ sở đánh giá kinh nghiệm phát triển trên thế giới và thực trạng phát triển tài chính xanh tại Việt Nam, bài viết đưa ra một số hàm ý chính sách như sau:

Thứ nhất, đối với Chính phủ, cần cam kết mạnh mẽ về việc thực hiện Chiến lược phát triển chung của đất nước theo hướng chuyển đổi sang mô hình kinh tế xanh. Cụ thể: (i) Thiết lập các định hướng chiến lược cho việc hình thành các ngành công nghiệp xanh và tăng trưởng bền vững; (ii) Xây dựng chính sách ổn định với những cam kết rõ ràng về việc hỗ trợ quá trình hình thành các ngành công nghiệp xanh. Đồng thời, Chính phủ cũng cần thực thi các biện pháp hỗ trợ thu hút nguồn tài chính xanh cho nền kinh tế thông qua các hành động như ưu tiên dành kinh phí thỏa đáng từ ngân sách trung ương và ngân sách địa phương để thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh; có chính sách khuyến khích hệ thống tài chính tài trợ cho phát triển các ngành công nghiệp xanh và tăng trưởng bền vững.

Thứ hai, đối với Bộ Tài chính và Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, cần tiếp tục hoàn thiện định hướng phát triển thị trường vốn xanh thông qua việc hoàn thiện Đề án phát hành trái phiếu chính phủ xanh trình Chính phủ phê duyệt để có cơ sở triển khai rộng rãi; xây dựng và triển khai các chính sách hỗ trợ cho thị trường vốn xanh. Bên cạnh đó, các cơ quan trên cần tích cực tham gia hợp tác với các Tổ

chức tài chính quốc tế (WB, IFC, ADB)... và các quỹ tài chính xanh quốc tế để tranh thủ nguồn vốn phát triển xanh của các tổ chức này.

Thứ ba, đối với các định chế tài chính và các nhà khoa học, cần xây dựng Bộ chỉ số tài chính xanh cho Việt Nam. Chỉ số tài chính xanh (Green Finance Index - GFI) là chỉ số đánh giá mức độ phát triển tài chính xanh, được nghiên cứu đề xuất trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế và kết quả điều tra khảo sát, phỏng vấn sâu với các chuyên gia trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ở Việt Nam. GFI được chia thành 2 cấu phần: Ngân hàng xanh (GBI) và Chứng khoán xanh (GSI). Chỉ số ngân hàng xanh (Green Banking Index - GBI) được hiểu là việc đánh giá mức độ đáp ứng của từng ngân hàng thương mại nói riêng và hệ thống ngân hàng thương mại nói chung của Việt Nam theo các thang điểm từ 1 đến 5, tương ứng với các cấp độ của Kaeufer (2010). Chỉ số chứng khoán xanh (Green Securities Index - GSI) được đề xuất xây dựng cho Việt Nam được hiểu là chỉ số cổ phiếu xanh và chỉ số trái phiếu xanh. Từ việc xây dựng Bộ chỉ số tài chính xanh, các chuyên gia và nhà khoa học trong lĩnh vực tài chính ngân hàng sẽ định vị được hệ thống tài chính xanh trong nền kinh tế, đồng thời đề ra lộ trình cụ thể để phát triển tài chính xanh đến năm 2050.

Tóm lại, xây dựng và phát triển hệ thống tài chính xanh là một nhiệm vụ cấp bách đối với nhiều quốc gia, bao gồm Việt Nam, trong bối cảnh các vấn đề môi trường gây nên những tác động tiêu cực cho việc phát triển bền vững của nền kinh tế thế giới. Sự phát triển hệ thống tài chính xanh của các nước trên thế giới là kinh nghiệm cần thiết cho Việt Nam nhằm đưa ra những biện pháp hiệu quả để có thể thực hiện thành công nhiệm vụ này ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Duan Jin và Niu Mengqi. (2011). The paradox of green credit in China. *Science Direct*, 5, 1979-1986
2. Yao, W. (2018, October 24). China's green finance strategy: much achieved, further, to go. Retrieved from: <http://www.lse.ac.uk/GranthamInstitute/news/chinas-green-finance-strategy-much-achieved-further-to-go/>.

3. Trần Thị Thanh Tú (2020). *Phát triển hệ thống tài chính xanh nhằm thúc đẩy kinh tế xanh ở Việt Nam*. Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
4. Green Finance Task Force. (2015). *Establishing Chinas Green Financial System*. Retrieved from: <https://www.unepfi.org/fileadmin/communications/EstablishingChinasGreenFinancialSystem.pdf>.
5. United Nations Development Programme - UNDP. (2016). *Green Bonds*. Retrieved from: <http://www.undp.org/content/sdfinance/en/home/solutions/green-bonds.html>.
6. Trường Đại học Kinh tế (Đại học Quốc gia Hà Nội) và Trường Đại học Kinh tế (Đại học Đà Nẵng) (2020). *Cơ hội và thách thức phát triển hệ thống tài chính xanh ở Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia .
7. House of Commons Environmental Audit Committee. (2014). *Green Finance*. Retrieved from: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201314/cmselect/cmenvaud/191/191.pdf>.
8. Lại Thị Thanh Loan (2019). *Thị trường tài chính xanh tại Việt Nam: Thực trạng, kinh nghiệm quốc tế và giải pháp*. *Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ*, số 24/2019.

Ngày nhận bài: 20/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. BÙI TUẤN MINH

Trường Đại học Thương mại

DEVELOPING A GREEN FINANCIAL SYSTEM - INTERNATIONAL EXPERIENCES AND POLICY IMPLICATIONS FOR VIETNAM

● Master. **BUI TUAN MINH**
Thuongmai University

ABSTRACT:

In the context of the current ecological crisis, many countries have shifted from traditional economic models to environmentally friendly economy models to develop a green economy. The green financial system plays an important role in this economic transition to move towards a green economic ecosystem. This paper analyzes the development of green finance in the world, assesses the current development of Vietnam's green financial system. This paper grasps some policy implications for Vietnam to develop the country's green financial system, promoting the economic transition of Vietnam to a green economy.

Keywords: green finance, green economy, green index, international, China, the UK, Vietnam.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH BÌNH THUẬN

● LÊ QUANG CHƯƠNG - VÕ KHẮC THƯỜNG - ĐINH HOÀNG ANH TUẤN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng là theo thứ tự ảnh hưởng từ cao đến thấp, gồm: (1) Phương tiện hữu hình, (2) Giá, (3) Năng lực phục vụ, (4) Sự đáp ứng, (5) Sự tin cậy và (6) Sự cảm thông. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị cho các nhà quản lý, nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận.

Từ khóa: sự hài lòng, khách hàng, ngân hàng TPCP Ngoại thương Việt Nam, vay tiêu dùng.

1. Đặt vấn đề

Thấy được tiềm năng của thị trường Việt Nam, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam đã và đang đẩy mạnh các sản phẩm cho vay tiêu dùng ngày càng đa dạng với lãi suất cho vay hấp dẫn như cho vay mua nhà, cho vay mua ô tô, cho vay tiêu dùng đã và đang đem lại nhiều lợi nhuận cho ngân hàng. Ý thức được điều này, Ban Lãnh đạo và nhân viên Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận (Vietcombank Bình Thuận) đã coi công tác đánh giá chính xác chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh là hết sức cần thiết, qua đó nâng cao hơn nữa khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Vì vậy, tác giả chọn đề tài “Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối

với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận” làm đề tài nghiên cứu nhằm đánh giá các yếu tố có tác động đến dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận. Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm cải thiện dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết chung liên quan đến đề tài

2.1.1. Lý thuyết về vay tiêu dùng

Thông tư số 39/2016/TT - NHNN 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 có quy định:

“Khách hàng vay vốn tại tổ chức tín dụng (sau đây gọi là khách hàng) là pháp nhân, cá nhân, bao gồm:

a) Pháp nhân được thành lập và hoạt động tại Việt Nam, pháp nhân được thành lập ở nước ngoài và hoạt động hợp pháp tại Việt Nam;

b) Cá nhân có quốc tịch Việt Nam, cá nhân có quốc tịch nước ngoài”.

Đồng thời, Thông tư còn quy định:

“Cho vay phục vụ nhu cầu đời sống là việc tổ chức tín dụng cho vay đối với khách hàng là cá nhân để thanh toán các chi phí cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân đó, gia đình của cá nhân đó”.

Như vậy, vay tiêu dùng là các khoản cho vay nhằm tài trợ nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng, bao gồm cá nhân và hộ gia đình trong một khoảng thời gian nhất định với nguyên tắc hoàn trả đầy đủ cả nợ gốc và lãi theo thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng. Các khoản cho vay tiêu dùng là nguồn tài chính quan trọng giúp người tiêu dùng có thể trang trải các nhu cầu trong cuộc sống như: nhà ở, phương tiện đi lại, tiện nghi sinh hoạt, học tập, du lịch, y tế,... trước khi họ có đủ khả năng tài chính để hưởng thụ.

2.1.2. Lý thuyết về dịch vụ ngân hàng

Theo thông lệ quốc tế, dịch vụ ngân hàng là các công việc trung gian về tiền tệ của các tổ chức nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng về sinh lời, đầu tư, giữ hộ hay bảo đảm an toàn, đem lại nguồn thu cho tổ chức cung ứng dịch vụ.

Theo Luật các Tổ chức tín dụng năm 2010, tổ chức tín dụng là doanh nghiệp được thành lập theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật để hoạt động ngân hàng. “Hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi và sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng dịch vụ thanh toán”. Một số điều khác của Luật này có nhắc tới các loại hình dịch vụ ngân hàng như dịch vụ ngân quỹ, dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ tư vấn và các dịch vụ khác liên quan đến hoạt động ngân hàng.

Các quan điểm nói trên cho thấy, dịch vụ ngân hàng vẫn còn nhiều cách hiểu khác nhau. Tuy nhiên, trong luận văn này, dịch vụ ngân hàng được hiểu theo nghĩa rộng, theo đó, dịch vụ ngân hàng là

các công việc trung gian về tiền tệ của các tổ chức nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng về sinh lời, đầu tư, giữ hộ hay bảo đảm an toàn, đem lại nguồn thu cho tổ chức cung ứng dịch vụ.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

- Giả thuyết H1: Sự tin cậy có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận (kỳ vọng +).

- Giả thuyết H2: Sự đáp ứng có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận (kỳ vọng +).

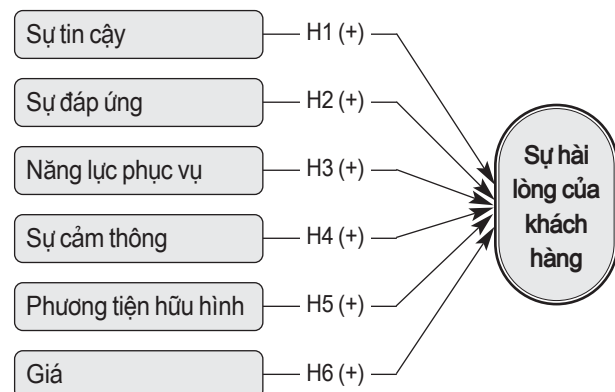
- Giả thuyết H3: Năng lực phục vụ có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận (kỳ vọng +).

- Giả thuyết H4: Sự cảm thông có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận (kỳ vọng +).

- Giả thuyết H5: Phương tiện hữu hình có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận (kỳ vọng +).

- Giả thuyết H6: Giá có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận (kỳ vọng +).

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu chính thức là nghiên cứu định lượng. Vì đây là nghiên cứu khám phá cùng với phân tích như trên, phương pháp chọn mẫu phi xác suất với hình thức chọn mẫu thuận tiện là phù hợp nhất. Các bảng câu hỏi nghiên cứu sẽ được gửi trực tiếp đến đối tượng khảo sát là khách hàng sử dụng dịch vụ vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận. Nhằm đảm bảo tính bảo mật của người trả lời, trên bảng câu hỏi đã thể hiện cam kết chỉ sử dụng thông tin cho mục đích nghiên cứu của đề tài cùng với cam kết bảo mật thông tin cho người trả lời. Ngoài ra, thông tin về họ tên của người trả lời là tùy chọn, có thể cung cấp hoặc không.

Đối với phân tích nhân tố khám phá EFA: Dựa theo nghiên cứu của Hair (2006) cho tham khảo về

kích thước mẫu dự kiến. Theo đó, kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát: $n \geq 5 \times k$; trong đó: k là tổng số biến quan sát. Có 33 biến quan sát, cỡ mẫu tối thiểu là: $N = 5 \times 33 = 165$ mẫu. Tuy nhiên, để số liệu được tin cậy hơn, trong nghiên cứu thực tế, tác giả đã phát hành 320 mẫu, thu hồi 305 mẫu, loại 5 phiếu trả lời không phù hợp, sử dụng 300 mẫu có trả lời phù hợp để phân tích.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach Alpha (Bảng 1)

Kết quả phân tích cho thấy, tất cả các thang đo sau khi loại biến đều có hệ số Alpha của tổng thể và các hệ số tương quan biến tổng đều đạt yêu cầu, chứng tỏ các thang đo sử dụng trong đề tài đạt độ tin cậy cần thiết, phù hợp để tiến hành đưa vào phân tích EFA tiếp theo.

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo "Sự tin cậy" - STC ($\alpha = 0.827$)				
STC1	13,43	5,182	0,613	0,795
STC2	13,37	5,158	0,618	0,794
STC3	13,36	5,088	0,635	0,789
STC4	13,51	5,013	0,641	0,787
STC5	13,31	5,425	0,609	0,797
Thang đo "Sự đáp ứng" - SDU ($\alpha = 0.730$) - Lần 1				
SDU1	13,34	4,043	0,606	0,636
SDU2	13,38	4,123	0,648	0,622
SDU3	13,39	4,052	0,631	0,626
SDU4	13,42	4,205	0,653	0,623
SDU5	13,42	5,964	0,016	0,843
Thang đo "Sự đáp ứng" - SDU ($\alpha = 0.843$) - Lần 2				
SDU1	10,02	3,485	0,642	0,818
SDU2	10,07	3,554	0,690	0,796
SDU3	10,08	3,476	0,677	0,801
SDU4	10,11	3,607	0,708	0,789
Thang đo "Năng lực phục vụ" - NLPV ($\alpha = 0.719$) - Lần 1				
NLPV1	12,74	4,071	0,548	0,644
NLPV2	12,73	3,643	0,636	0,601
NLPV3	12,70	3,855	0,587	0,626

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo "Năng lực phục vụ" - NLPV ($\alpha = 0.719$) - Lần 1				
NLPV4	12,77	3,676	0,604	0,615
NLPV5	13,39	5,409	0,059	0,810
Thang đo "Năng lực phục vụ" - NLPV ($\alpha = 0.810$) - Lần 2				
NLPV1	10,05	3,443	0,599	0,775
NLPV2	10,03	3,136	0,643	0,754
NLPV4	10,01	3,304	0,607	0,771
NLPV5	10,07	3,058	0,661	0,744
Thang đo "Sự cảm thông" - SDC ($\alpha = 0.697$) - Lần 1				
SDC1	12,97	3,655	0,595	0,582
SDC2	13,46	3,795	0,608	0,581
SDC3	13,03	3,779	0,640	0,569
SDC4	12,92	3,923	0,596	0,590
SDC5	12,92	5,475	-0,024	0,835
Thang đo "Sự cảm thông" - SDC ($\alpha = 0.835$) - Lần 2				
SDC1	9,56	3,103	0,658	0,797
SDC2	10,06	3,291	0,647	0,800
SDC3	9,62	3,253	0,693	0,780
SDC5	9,51	3,348	0,668	0,791
Thang đo "Phương tiện hữu hình" - PTHH ($\alpha = 0.861$)				
PTHH1	10,04	3,774	0,668	0,841
PTHH2	10,05	3,824	0,714	0,820
PTHH3	10,05	3,901	0,736	0,813
PTHH4	10,08	3,826	0,717	0,819
Thang đo "Giá" - GIA ($\alpha = 0.864$)				
GIA1	12,91	5,518	0,655	0,842
GIA2	12,78	5,327	0,701	0,831
GIA3	12,29	5,215	0,706	0,829
GIA4	12,20	5,313	0,655	0,842
GIA5	12,25	5,093	0,702	0,830
Thang đo "Sự hài lòng" - SHL ($\alpha = 0.843$)				
SHL1	10,06	3,920	0,725	0,781
SHL2	10,02	4,137	0,632	0,821
SHL3	10,07	3,955	0,720	0,783
SHL4	9,97	3,982	0,639	0,819

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố đối với các dữ liệu ban đầu bằng chỉ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin). Thuộc đo KMO trong phân tích nhân tố cho thấy, hệ số KMO đạt $0.871 > 0.5$, chứng tỏ phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA áp dụng là thích hợp. (Bảng 2)

Kiểm tính tương quan giữa các biến quan sát

Sử dụng Bartlett's test trong Bảng 2, giá trị Sig. = 0.000 (Sig. = 0.000 < 0.05), kết quả chỉ ra các biến quan sát có tương quan tuyến tính trong mỗi nhân tố.

Kiểm định phương sai trích

Bảng 3, phương sai trích bằng 66.177, thể hiện rằng sự biến thiên của các yếu tố được phân tích có thể giải thích được 66,177% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát ban đầu, đây là mức ý nghĩa ở mức

Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Barlett cho các biến độc lập

KMO and Bartlett's Test		
Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0.871
Kiểm định Bartlett	Approx. Chi-Square	3410.998
	df	325
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

khá. Hệ số Eigenvalues của yếu tố thứ 6 bằng $1.377 > 1$, thể hiện sự hội tụ của phép phân tích dừng ở yếu tố thứ 6, hay kết quả phân tích cho thấy có 6 yếu tố được trích ra từ dữ liệu khảo sát.

4.3. Phân tích hồi quy đa biến (Bảng 4)

Kết quả hồi quy cho thấy, cả 6 nhân tố quan trọng tác động tới sự hài lòng của khách hàng đều

Bảng 3. Phương sai trích và các yếu tố rút trích của phân tích EFA cho biến độc lập

Nhân tố	Giá trị Eigenvalues			Chỉ số sau khi xoay		
	Tổng	Phương sai trích	Tích lũy phương sai trích	Tổng	Phương sai trích	Tích lũy phương sai trích
1	6.796	26.138	26.138	3.321	12.773	12.773
2	2.719	10.459	36.597	3.038	11.683	24.456
3	2.334	8.975	45.572	2.770	10.656	35.112
4	2.133	8.205	53.777	2.762	10.622	45.734
5	1.847	7.104	60.881	2.696	10.369	56.102
6	1.377	5.296	66.177	2.619	10.075	66.177

Bảng 4. Bảng hệ số hồi quy

Hệ số mô hình								
Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa		t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Std.Error	Beta	Tolerance			VIF	
1	Hằng số	(0.737)	0.248		(2.975)	0.003		
	STC	0.179	0.051	0.154	3.527	.000	0.854	1.171
	SDU	0.171	0.049	0.161	3.476	.001	0.758	1.318
	NLPV	0.184	0.049	0.164	3.775	.000	0.856	1.169
	SCT	0.167	0.048	0.150	3.438	.001	0.853	1.173
	PTHH	0.261	0.052	0.257	4.994	.000	0.615	1.625
	GIA	0.280	0.052	0.244	5.418	.000	0.800	1.250

a. Biến phụ thuộc: SHL

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

Bảng 5. Bảng phân tích ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig	
1	Hồi qui	66.209	6	11.035	53.855	0.000b
	Phần dư	60.036	293	0.205		
	Tổng	126.246	299			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của tác giả

có Sig. < 0,05 nghĩa là 6 yếu tố này thực sự có ảnh hưởng cùng chiều đến Sự hài lòng của khách hàng.

4.4. Kết quả kiểm định INOVA

Theo Bảng 5, kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai vẫn là một phép giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể. Kết quả phân tích cho thấy, kiểm định F có giá trị là 53.855 với Sig. = 0.000b chứng tỏ mô hình hồi quy đa biến là phù hợp với tập dữ liệu, các biến đưa vào đều có ý nghĩa trong thống kê.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã trình bày kết quả về mẫu nghiên cứu dưới dạng mô tả thống kê, kết quả về kiểm định các thang đo của các khái niệm nghiên cứu thông qua đánh giá độ tin cậy Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy. Sau đó kiểm định sự phù hợp của mô hình với các giả thuyết đã đưa ra.

Bảng 6. Vị trí quan trọng của các yếu tố

Biến độc lập	Giá trị (Beta) tuyệt đối	Tỷ lệ %	Thứ tự ảnh hưởng
PTHH	0,257	22,7	1
GIA	0,244	21,6	2
NLPV	0,164	14,6	3
SDU	0,161	14,2	4
STC	0,154	13,6	5
SCT	0,150	13,3	6
Tổng	1,129	100	

Kết luận, qua các kiểm định của mô hình hồi quy, các biến trong mô hình đều có ý nghĩa về mặt thống kê, chi tiết: PTHH, GIA, NLPV, SDU, STC, SCT (Bảng 6) ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Đỗ Lý Hoàng Ngọc (2012), “Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tín dụng của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Kiên Giang”, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Nha Trang.
- Đồng Trung Chính (2013), *Chất lượng dịch vụ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam - Vietinbank*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thái Nguyên.
- Phạm Xuân Thành (2018), Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ ngân hàng Vietinbank chi nhánh Đồng Tháp, Tạp chí Công Thương, số 10 tháng 9. Truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/cac-yeu-to-anh-huong-den-muc-do-hai-long-cua-khach-hang-ca-nhan-ve-chat-luong-dich-vu-ngan-hang-vietinbank-chi-nhanh-dong-thap-51814.htm>
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức, TP. Hồ Chí Minh.
- Lê Na (2013), “Đánh giá chất lượng dịch vụ tín dụng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn - Chi nhánh Nghệ An”, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Nha Trang.
- Nguyễn Đình Thọ (2007), *Nghiên cứu khoa học Marketing - ứng dụng mô hình nghiên cứu tuyến tính*, NXB. Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
- Cronin, J. J. & S. A. Taylor (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56 (July), pp. 55-68.

8. Cronin J.J. & Taylor S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58 (January), pp. 125-131.

9. Churchill, G. A. and Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, vol. 19(4), pp. 491-504.

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2022

Thông tin tác giả:

1. LÊ QUANG CHƯỜNG¹

2. PGS.TS. VÕ KHẮC THƯỜNG²

3. ThS. ĐINH HOÀNG ANH TUẤN²

¹**Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - Chi nhánh Bình Thuận**

²**Trường Đại học Phan Thiết**

**FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION
OF CUSTOMER WITH CONSUMER LOAN SERVICES PROVIDED
BY VIETCOMBANK - BINH THUAN PROVINCE BRANCH**

● **LE QUANG CHUONG¹**

● Assoc.Prof.Ph.D **VO KHA THUONG²**

● Master. **DINH HOANG ANH TUAN²**

¹The Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade
of Vietnam - Binh Thuan Province Branch

²Phan Thiet University

ABSTRACT:

This study examined the factors affecting the satisfaction of customer with consumer loan services provided by the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam (Vietcombank) - Binh Thuan Province Branch. The study found out that there are six factors affecting the customer satisfaction. These factors, which are listed in descending order of influencing level, are (1) Tangible means, (2) Price, (3) Capacity service, (4) Responsiveness, (5) Credibility, and (6) Empathy. Based on these results, some managerial implications are proposed to help Vietcombank - Binh Thuan Province Branch's managers improve the customer satisfaction with the bank's consumer loan services.

Keywords: satisfaction, customers, the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam, consumer loans.

NGHIÊN CỨU YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ CÁ NHÂN TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

● PHÙNG VIỆT HÀ - NGÔ THỊ HỒNG NGỌC - VŨ THẾ VĂN - HỒ DIỄM QUỲNH

TÓM TẮT:

Mục đích nghiên cứu để khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Trên cơ sở bộ dữ liệu khảo sát 206 nhà đầu tư cá nhân của các công ty chứng khoán trên địa bàn Hà Nội, nhóm tác giả đã dùng phương pháp hồi quy phương pháp bình phương bé nhất, kết quả nghiên cứu đã cho bằng chứng thực nghiệm xác định 5 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân, bao gồm: khả năng sinh lời và tính ổn định, tiềm năng tăng trưởng, tài chính lành mạnh, tâm lý thị trường và yếu tố vĩ mô.

Từ khóa: tài chính lành mạnh, nhà đầu tư cá nhân, quyết định đầu tư.

1. Đặt vấn đề

Thị trường chứng khoán Việt Nam đã phát triển cả về số lượng cổ phiếu niêm yết và giá trị giao dịch, tuy nhiên kiến thức của nhà đầu tư cá nhân về sự ảnh hưởng của các yếu tố đến hành vi quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân còn hạn chế dẫn đến nguy cơ tổn thất trong hoạt động đầu tư rất lớn. Yếu tố thuộc về hành vi nhà đầu tư bao gồm nhóm yếu tố cảm xúc và kiến thức chi phối đến cân nhắc ra quyết định của nhà đầu tư cá nhân. Bên cạnh nhóm yếu tố thuộc về nhà đầu tư, nhóm yếu tố thuộc về môi trường vĩ mô, yếu tố thuộc về tiềm năng của chứng khoán đầu tư có tác động đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân.

2. Cơ sở lý thuyết về yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán

Nghiên cứu được thực hiện trên sự kế thừa cơ sở lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm của Abul (2019) và A.Seetharaman, Indu Niranjana, Nitin Patwa & Amit Kejriwal (2017), các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi của nhà đầu tư cá nhân và danh

mục đầu tư của họ. Nó hỗ trợ các quan điểm thông thường về ảnh hưởng của các biến độc lập của mục tiêu đầu tư, hồ sơ rủi ro và mức độ quen thuộc của tài sản đối với mức độ nhận thức của hành vi nhà đầu tư bằng cách sử dụng kỹ thuật bình phương nhỏ nhất (PLS) trong việc kiểm tra các giả thuyết. Nó cũng kiểm tra mức độ nhận thức của hành vi nhà đầu tư có thể dự đoán sự lựa chọn cá nhân của danh mục đầu tư và hiệu quả hoạt động của nó như thế nào. Kết quả nghiên cứu cho thấy kiến thức tài chính hoặc hiểu biết về một sản phẩm đầu tư cụ thể có tác động đáng kể đến hành vi của nhà đầu tư và họ có nhiều khả năng đầu tư vào các sản phẩm hoặc tài sản đó hơn. Ngoài ra, mục tiêu đầu tư của cá nhân có ảnh hưởng lớn đến hành vi nhà đầu tư; hành vi của nhà đầu tư có mối quan hệ đáng kể với danh mục đầu tư và các nhà đầu tư được thúc đẩy bởi các mục tiêu liên quan đến đầu cơ có nguyện vọng và doanh thu cao hơn, chấp nhận rủi ro nhiều hơn, đánh giá để trở nên tiên tiến hơn và kém hiệu quả hơn so với các nhà đầu tư được thúc đẩy bởi nhu cầu xây dựng vùng đệm tài chính hoặc tiết kiệm để nghỉ hưu.

Theo Streidwolf, Engelhard Gift(2018), đã xác định 3 nhóm yếu tố tác động đến hành vi đầu tư của sinh viên đã tốt nghiệp bao gồm: (1) Các yếu tố cá nhân đến quyết định đầu tư của cá nhân; (2) Các yếu tố bên ngoài đến quyết định đầu tư của cá nhân. Nghiên cứu cho thấy hầu hết những người được hỏi đều đồng ý rằng thu nhập ảnh hưởng đến đầu tư của họ. Chi phí đầu tư là một yếu tố quan trọng trong quyết định đầu tư cá nhân. Các phát hiện cho thấy rằng, sự sẵn sàng chịu rủi ro ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư. Trong trường hợp này, tuổi tác là yếu tố ít quan trọng nhất trong việc xác định quyết định đầu tư cá nhân của nhà đầu tư; Nhà đầu tư quan tâm đến lợi ích của dự án đầu tư. Lợi tức đầu tư kỳ vọng ảnh hưởng đến quyết định đầu tư và nó được coi là quan trọng khi xem xét đầu tư. Thời gian hoàn vốn cũng rất quan trọng trong việc xác định tính thanh khoản của một khoản đầu tư. Chi phí của dự án đầu tư được coi là yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư. An toàn cho khoản đầu tư rất quan trọng trong việc đưa ra quyết định đầu tư. Nghiên cứu này chỉ ra yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư chính là sự ổn định chính trị, cũng như các quy định và luật lệ của một quốc gia, vì chúng đóng một vai trò quan trọng trong quá trình ra quyết định.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu:

H1: Nhóm yếu tố khả năng sinh lời và tính ổn định có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên TTCK ở Việt Nam.

H2: Nhóm yếu tố tiềm năng tăng trưởng có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên TTCK ở Việt Nam.

H3: Nhóm yếu tố về thuyết tài chính hành vi có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên TTCK ở Việt Nam.

H4: Nhóm yếu tố tâm lý thị trường có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên TTCK ở Việt Nam.

H5: Nhóm yếu tố về môi trường vĩ mô có ảnh hưởng ngược chiều đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên TTCK ở Việt Nam.

2.2. Mô tả biến và thang đo

Thang đo về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên TTCK ở Việt Nam gồm các biến như sau:

- Thang đo Khả năng sinh lời và tính ổn định (ký hiệu KNSL) gồm 5 biến quan sát (KNSL1, KNSL2, KNSL3, KNSL4, KNSL5) đo lường khả năng sinh lời và sự ổn định của công ty mà các nhà đầu tư quyết định đầu tư vào.

- Thang đo Tiềm năng tăng trưởng (ký hiệu TNTT) gồm 3 biến quan sát (TNTT1, TNTT2, TNTT3) đo lường tiềm năng tăng trưởng của cổ phiếu khi nhà đầu tư quyết định mua, ảnh hưởng quan trọng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân trên TTCK.

- Thang đo Thuyết tài chính hành vi (ký hiệu TTL) gồm 4 biến quan sát (TTCHV1, TTCHV2, TTCHV3, TTCHV4) đo lường mức độ tâm lý của các nhà đầu tư khi tham gia thị trường chứng khoán.

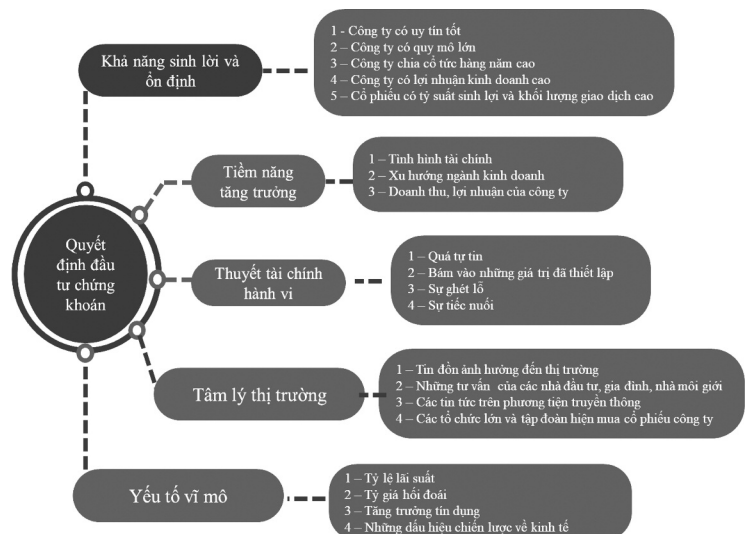
- Thang đo Tâm lý thị trường (ký hiệu TLTT) gồm 4 biến quan sát (TLTT1, TLTT2, TLTT3, TLTT4) đo lường các tin tức/khuyến nghị có ảnh hưởng đến tâm lý nhà đầu tư trên TTCK.

- Thang đo Yếu tố vĩ mô (ký hiệu YTVM) gồm 4 biến quan sát (YTVM1, YTVM2, YTVM3, YTVM4) đo lường mức độ ảnh hưởng của lãi suất, tỷ giá hối đoái có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn cổ phiếu của nhà đầu tư.

2.3. Thu thập dữ liệu và xử lý dữ liệu

Nghiên cứu này sử dụng nguồn dữ liệu sơ cấp qua điều tra khảo sát nhà đầu tư thực hiện mở tài khoản và có hoạt động đầu tư chứng khoán trong

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



chuỗi thời gian tiến hành khảo sát. Nghiên cứu đã tiến hành điều tra thu thập dữ liệu trong thời gian từ tháng 9/2021 đến tháng 2/2022. Mô hình sử dụng: (1) thang đo Likert với dãy giá trị từ 1-5 để đo lường mức độ cảm nhận của đối tượng khảo sát theo mức độ hoàn toàn không ảnh hưởng, không ảnh hưởng, bình thường, ảnh hưởng, hoàn toàn ảnh hưởng; (2) Sử dụng phần mềm SPSS để mô tả mẫu điều tra, phân tích khám phá nhân tố và phân tích hồi quy.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo "Khả năng sinh lời": hệ số Cronbach's Alpha của thang đo này là 0.898 > 0.6 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 và không có trường hợp hệ số Cronbach's Alpha nào lớn hơn 0.898, vì thế tất cả các biến đều đạt yêu cầu và sẽ được sử dụng phân tích trong tiếp theo.

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo "Tiềm năng tăng trưởng": hệ số Cronbach's Alpha ở đây là 0.768 đạt yêu cầu vì lớn hơn 0.6 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 và ở cột "Cronbach's Alpha nếu loại biến" đều có các giá trị nhỏ hơn 0.768, suy ra tất cả các biến ở thang đo này đều đạt yêu cầu và sẽ được sử dụng phân tích trong phần sau.

Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo "Thuyết tài chính hành vi": thang đo này giá trị của hệ số Cronbach's Alpha là 0.768 lớn hơn 0.6 đạt yêu cầu và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 cũng như các hệ số ở bảng Cronbach's Alpha nếu loại biến hầu hết đều nhỏ hơn 0.768, duy chỉ có 1 trường hợp 0.834 lớn hơn 0.768 nhưng hệ số tương quan biến tổng của nó lại lớn hơn 0.3 vì thế nó vẫn được giữ lại và thỏa mãn, không ảnh hưởng tới kết quả phân tích cho nên áp dụng trong các bước phân tích tiếp theo.

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo "Tâm lý thị trường": hệ số Cronbach's Alpha là 0.831 lớn hơn 0.6 đạt yêu cầu và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 cũng như các hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn 0.831, do đó tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo "Yếu tố Vĩ mô": hệ số Cronbach's Alpha là 0.803 lớn hơn 0.6 đạt yêu cầu và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 cũng thỏa mãn yêu cầu và các hệ số

Cronbach's Alpha nếu loại biến cũng đều nhỏ hơn 0.803 đạt yêu cầu. Do đó, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo "Đánh giá chung các nhân tố": hệ số Cronbach's Alpha là 0.826 lớn hơn 0.6 đạt yêu cầu và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 cũng như các hệ số Cronbach's Alpha đều nhỏ hơn 0.826 và cũng đạt yêu cầu thỏa mãn, do vậy tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

3.2. Phân tích nhân tố khám phá thang đo EFA

Trị số KMO = 0,819 (> 0,5) lớn là điều kiện đủ để phân tích nhân tố là thích hợp. Giá trị sig. = 0,0000 trong kiểm định Bartlett < 0,5 có nghĩa là bác bỏ giả thuyết cho rằng các biến không có tương quan với nhau trong tổng thể.

Eigenvalues = 1.509 > 1 đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố, thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Tổng phương sai trích dừng ở dòng thứ 5 và bằng 68.548% > 50% đạt yêu cầu. Điều đó cho biết 68.548% biến thiên của dữ liệu được giải thích bằng 5 nhân tố.

Kết quả ma trận xoay số (Bảng 1) nhân tố đã rút trích được 5 nhóm từ các biến quan sát tương ứng với 5 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Phân tích nhân tố khám phá EFA biến phụ thuộc:

Nhìn vào kết quả Bảng 2 cho thấy trị số KMO = 0.795 (> 0,5) là điều kiện đủ để phân tích nhân tố là thích hợp. Giá trị sig. = 0,0000 trong kiểm định Bartlett < 0,5 có nghĩa là bác bỏ giả thuyết cho rằng các biến không có tương quan với nhau trong tổng thể.

Theo Bảng 3, thang đo quyết định quyết định đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam đã trích 1 nhân tố từ 4 biến quan sát với phương sai trích tích lũy được là 65.771%, các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5. Do vậy, các biến quan sát của thang đo biến phụ thuộc này đạt yêu cầu cho phân tích tương quan tiếp theo.

3.3. Phân tích kết quả hồi quy

Phương pháp hồi quy được sử dụng ở đây là phương pháp bình phương bé nhất OLS, với biến phụ thuộc là DGC (Đánh giá chung các nhân tố ảnh hưởng) và 5 biến độc lập là KNSL (Khả năng sinh

Bảng 1. Ma trận xoay số

	Hệ số tải nhân số				
	1	2	3	4	5
KNSL2	0.860				
KNSL4	0.837				
KNSL1	0.814				
KNSL5	0.804				
KNSL3	0.767				
TLTT1		0.800			
TLTT2		0.792			
TLTT3		0.782			
TLTT4		0.769			
YTVM3			0.832		
YTVM2			0.771		
YTVM1			0.746		
YTVM4			0.733		
TNTT3				0.811	
TNTT2				0.804	
TNTT1				0.740	0.366
TTCHV1					0.855
TTCHV3					0.827
TTCHV4					0.752
TTCHV2					

Bảng 2. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett biến phụ thuộc

Hệ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin)		0.795
Kiểm định Bartlett của thang đo sơ bộ	Giá trị Chi bình phương	288.658
	Df	6
	Sig - mức ý nghĩa quan sát	0.000

lời), TNTT (Tiềm năng tăng trưởng), TTCHV (Thuyết tài chính hành vi), TLTT (Tâm lý thị trường), YTVM (Yếu tố vĩ mô).

Hệ số R² hiệu chỉnh là 0.535 thể hiện độ tương thích của mô hình là 66,4%, hay 66,4% sự biến thiên của biến phụ thuộc “đánh giá chung các nhân tố ảnh hưởng” được giải thích bởi 5 biến độc lập là khá cao. Để kiểm định sự phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể, chúng ta sử dụng kết quả

kiểm định F. Kiểm tra F trong phân tích phương sai xem xét có hay không mối liên hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc với toàn bộ các biến độc lập.

Kết quả từ bảng ANOVA cho thấy, trị số F là 48.194 có mức ý nghĩa với Sig. rất nhỏ (Sig. = 0,000 < 0,05), có nghĩa là mô hình hồi quy sử dụng trong nghiên cứu này là phù hợp với dữ liệu thực tế thu thập được, cũng như đưa nó vào mô hình đều có ý nghĩa và mức độ tin cậy của mô hình là hoàn toàn tin cậy được.

Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu:

Bảng 4 cho thấy tất cả các yếu tố đều có mức ý nghĩa sig < 0.05. Duy chỉ có TLTT là 0.943 > 0.05 nên sẽ loại nhân tố này. Các biến đều có mối tương quan và có ý nghĩa thống kê trong mô hình nghiên cứu. Hệ số phóng đại phương sai VIF < 2 nên kết luận rằng không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến.

Phương trình hồi quy tuyến tính được thể hiện như sau:

$$DGC = 0.375 * KNSL - 0.196 * TNTT + 0.426 * TTCHV + 0.319 * YTVM$$

Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ cao nhất tới thấp nhất của các biến độc lập đến biến phụ thuộc DGC như sau: (1) TTCHV: 0.426; (2) KNSL: 0.375; (3) YTVM: 0.319; (4) TNTT: -0.196.

Qua phương trình trên cho thấy có 4 yếu tố ảnh hưởng tới quyết định đầu tư chứng khoán của các nhà đầu tư chứng khoán cá nhân trên thị trường Việt Nam, cụ thể như sau:

- Với hệ số Beta chuẩn hóa là 0.410, Yếu tố Thuyết tài chính hành vi (TTCHV1, TTCHV2, TTCHV3, TTCHV4) có ảnh hưởng lớn nhất tới việc quyết định đầu tư chứng khoán của các nhà đầu tư chứng khoán cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Dấu dương (+) của hệ số Beta thể hiện mối quan hệ cùng chiều. Kết quả hồi quy cho thấy hệ số Beta là 0.410 và Sig = 0.000 (< 0.05).

- Với hệ số Beta chuẩn hóa là 0.375, Yếu tố Khả năng sinh lời (KNSL1, KNSL2, KNSL3, KNSL4, KNSL5) có ảnh hưởng lớn nhất tới việc quyết định đầu tư chứng khoán của các nhà đầu tư chứng khoán cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Dấu dương (+) của hệ số Beta thể hiện mối quan hệ cùng chiều. Kết quả hồi quy cho thấy hệ số Beta là 0.375 và Sig = 0.000 (< 0.05).

- Với hệ số Beta chuẩn hóa là 0.319, Yếu tố yếu tố Vĩ mô (YTVM1, YTVM2, YTVM3, YTVM4) có

Bảng 3. Tổng phương sai trích

Thành phần	Giá trị Eigenvalues			Bình phương hệ số tải nhân số sau khi trích		
	Tổng	% phương sai trích	Lũy kế %	Tổng	% phương sai trích	Lũy kế %
1	2.631	65.771	65.771	2.631	65.771	65.771
2	0.544	13.594				
3	0.456	11.402				
4	0.369	9.233				

Bảng 4. Kết quả hồi quy tuyến tính đa biến

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
1	(Hằng số)	0.507	0.259		1.955	0.52	
	KNSL	0.327	0.046	0.375	7.167	0.000	0.828
	TNTT	-0.187	0.050	-0.196	-3.751	0.000	0.829
	TTCHV	0.410	0.053	0.426	7.764	0.000	0.754
	TLTT	0.004	0.049	0.004	0.071	0.943	0.779
	YTVM	0.314	0.052	0.319	6.078	0.000	0.825
a. Biến phụ thuộc: DGC						b.	c.

ảnh hưởng lớn nhất tới việc quyết định đầu tư chứng khoán của các nhà đầu tư chứng khoán cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Dấu dương (+) của hệ số Beta thể hiện mối quan hệ cùng chiều. Kết quả hồi quy cho thấy, hệ số Beta là 0.319 và Sig = 0.000 < 0.05.

- Yếu tố cuối cùng có ảnh hưởng tới việc đầu tư chứng khoán của các nhà đầu tư chứng khoán cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam là Yếu tố Tiềm năng tăng trưởng (TNTT1, TNTT2, TNTT3, TNTT4). Dấu âm của hệ số Beta có ý nghĩa mối quan hệ giữa hai yếu tố này là mối quan hệ ngược chiều.

Như vậy, ta thấy được ngoài yếu tố “Yếu tố vĩ mô” tác động ngược chiều lên biến phụ thuộc, các biến còn lại đều thuận chiều với biến phụ thuộc. Sau khi chạy, chúng ta nhận được 4 nhóm biến có cùng tính chất với nhau. Từ đó, chúng ta có kết luận rằng, có 4 giả thuyết được chấp nhận và ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân, bao gồm: khả năng sinh lời, tiềm năng tăng trưởng, thuyết tài chính hành vi và yếu tố vĩ mô.

4. Một số hạn chế

Kết quả nghiên cứu là bằng chứng thực nghiệm về sự tác động của 4 nhóm yếu tố, gồm: khả năng

sinh lời, tiềm năng tăng trưởng, tài chính hành vi và yếu tố vĩ mô ảnh hưởng đến quyết định của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu còn tồn tại một số hạn chế, như: đối tượng khảo sát là nhà đầu tư có hoạt động đầu tư chứng khoán trong thời gian khảo sát và mở tài khoản tại CTCK trên địa bàn Thành phố Hà Nội, chưa thực hiện khảo sát trên toàn bộ CTCK, đại lý trên toàn quốc, quy mô mẫu quá nhỏ, chưa thể hiện tính đại diện của toàn thị trường. Mặt khác, phương pháp lấy mẫu thực hiện bằng phương pháp thuận tiện, do đó mẫu chưa thể hiện tính đa dạng của đối tượng khảo sát. Nghiên cứu này chỉ giải thích 66,4% biến thiên của quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân, bởi sự biến thiên của 4 biến phụ thuộc, còn nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Như vậy, hướng nghiên cứu tiếp theo của nhóm nghiên cứu sẽ mở rộng quy mô mẫu, đảm bảo tính đại diện cho tổng thể và bổ sung thêm các biến mới, nhằm xây dựng mô hình yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán có tính phù hợp hơn với thực tiễn ở Việt Nam hiện nay ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Abul, S J. (2019). Factors influencing Individual Investor Behaviour Evidence from the Kuwait Stock Exchange, *Asian Social Science*, 15(3), 27-39.
2. A.Seetharaman, Indu Niranjan, Nitin Patwa & Amit Kejriwal. (2017). A Study of the Factors Affecting the Choice of Investment Portfolio by Individual Investors in Singapore, *Accounting and Finance Research*, 6(3):153.
3. Streidwolf, Engelhard Gift. (2018). *Factors Influencing Personal Investment Decisions: Case of USIU-A Graduate Students*, A Project Submitted to Chandaria School of Business in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Masters in Business Administration.

Ngày nhận bài: 12/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. PHÙNG VIỆT HÀ¹

2. NGÔ THỊ HỒNG NGỌC¹

3. VŨ THẾ VẤN¹

4. HỒ ĐIỂM QUỲNH¹

¹Trường Đại học Thương mại

**A STUDY ON THE FACTORS AFFECTING
THE DECISIONS OF INDIVIDUAL INVESTORS
IN VIETNAM'S STOCK MARKET**

● Ph.D PHUNG VIET HA¹

● NGO THI HONG NGOC¹

● VU THE VAN¹

● HO DIEM QUYNH¹

¹Thuongmai University

ABSTRACT:

This study explores the factors affecting the decisions of individual investors to invest in Vietnam's stock market. This study uses the least squares regression method to analyze data collected from 206 individual investors who are customers of securities companies in Hanoi. Based on empirical evidence, the study identifies five factors affecting the decisions of individual investors, including profitability and stability, growth potential, behavioral finance, market sentiment and macro factors.

Keywords: behavioral finance, individual investor, investment decision.

BÀI HỌC KINH NGHIỆM VÀ PHƯƠNG HƯỚNG HOÀN THIỆN CÁC KỸ THUẬT THU THẬP BẰNG CHỨNG KIỂM TOÁN TRONG KIỂM TOÁN BÁO CÁO TÀI CHÍNH TẠI CÔNG TY AASC

● NGUYỄN NGÂN GIANG - NGUYỄN THỊ HUYỀN

TÓM TẮT:

Tại Công ty AASC, kỹ thuật thu thập bằng chứng được quan tâm và thực hiện một cách rất linh hoạt bởi các kiểm toán viên có trình độ chuyên nghiệp. Bài viết trình bày các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán trong kiểm toán Báo cáo tài chính do AASC thực hiện, đưa ra đánh giá và bài học nhằm hoàn thiện việc áp dụng các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán cho các công ty kiểm toán độc lập khác.

Từ khóa: kiểm toán viên, bằng chứng kiểm toán, thu thập, báo cáo tài chính, AASC.

1. Sự cần thiết phải hoàn thiện các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán tại AASC

Hãng Kiểm toán AASC là một trong hai tổ chức hợp pháp đầu tiên và lớn nhất của Việt Nam hoạt động chuyên ngành trong lĩnh vực Kiểm toán, Tư vấn tài chính, Kế toán, Thuế, Thẩm định giá và các dịch vụ khác được pháp luật cho phép. Dù vậy, AASC cũng đang ở trong một môi trường cạnh tranh gay gắt khi phải đối mặt với các đối thủ cạnh tranh như VACO, KPMG, PriceWaterhouse-Coopers, Ernts&Young. Để có thể đứng vững trên thị trường, AASC phải nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ của mình. Vấn đề đó đòi hỏi Công ty AASC

cần không ngừng hoàn thiện các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán dựa trên cơ sở lý luận và qua hoạt động thực tiễn để có được một quy trình kiểm toán hiệu quả hơn, từ đó không ngừng nâng cao vị thế của mình trên thị trường cạnh tranh hiện nay.

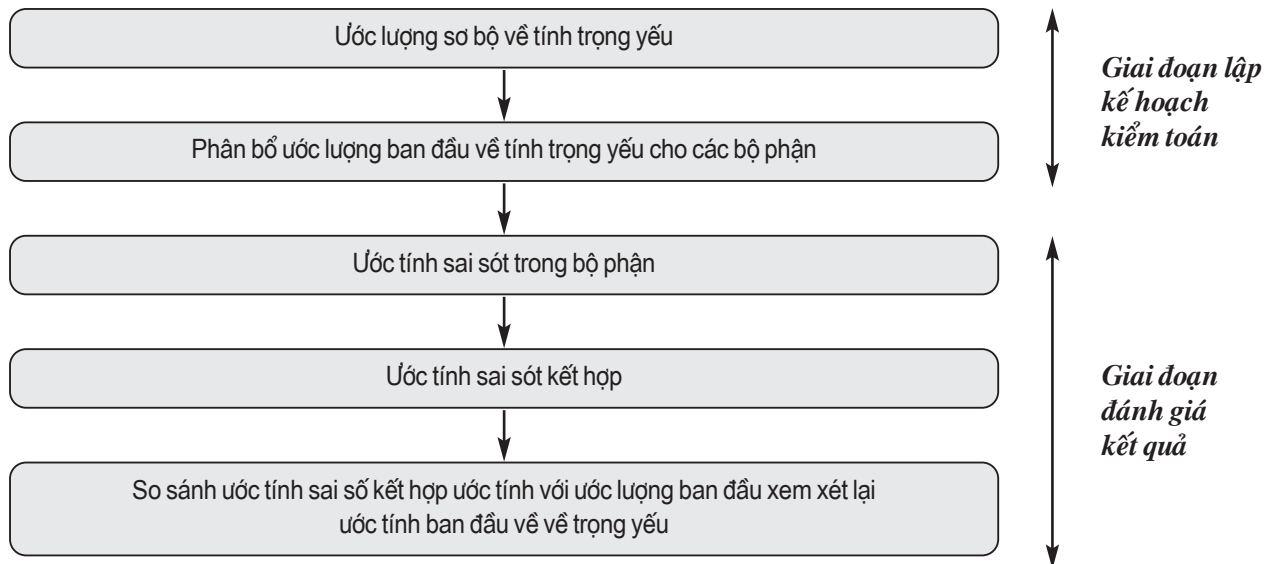
2. Kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán tại AASC

2.1. Trong giai đoạn lập kế hoạch kiểm toán

+ Về việc xác định mức độ trọng yếu, rủi ro và số lượng bằng chứng kiểm toán cần thu thập:

AASC đã xây dựng một quy trình đánh giá mức độ trọng yếu thống nhất trong toàn Công ty gồm 5 bước: (Xem Hình)

Hình: Quy trình đánh giá mức độ trọng yếu thống nhất trong toàn Công ty



Công ty cũng đã quy định bằng văn bản chỉ tiêu được dùng làm cơ sở tính trọng yếu nhằm tạo nên sự thống nhất trong đánh giá trọng yếu.

Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện kiểm toán với một số khách hàng có quy mô nhỏ kiểm toán viên AASC chỉ đánh giá ở mức độ khái quát về tính trọng yếu chưa thể hiện đầy đủ trên giấy tờ làm việc. Điều đó đã gây khó khăn cho KTV khi xác định quy mô bằng chứng cần thu thập. Vì vậy, kiểm toán viên AASC cần đánh giá mức độ trọng yếu đối với tất cả các khách hàng theo đúng quy trình mà Công ty đã xây dựng.

Bài học: Khi thực hiện đánh giá rủi ro kiểm toán, KTV căn cứ vào đặc thù doanh nghiệp, tình hình và triển vọng kinh doanh. KTV căn cứ vào đặc điểm khác hàng để đánh giá rủi ro cố hữu và căn cứ vào những hiểu biết của mình về hệ thống kiểm soát nội bộ để đánh giá rủi ro kiểm toán kiểm soát. KTV sử dụng các mức định tính: thấp, trung bình, cao để đánh giá rủi ro kiểm soát nhưng thiếu căn cứ đi kèm và việc đánh giá đó mới chỉ được đánh giá chung cho từng khoản mục mà chưa khoanh vùng được rủi ro của cuộc kiểm toán. Bên cạnh đó, KTV chưa xác định rủi ro phát hiện và số lượng bằng chứng kiểm toán cần thu thập. Do vậy, Công ty cần quan tâm hơn nữa việc đánh giá rủi ro kiểm toán và

sử dụng kết quả đó để quyết định áp dụng các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán đối với từng khoản mục, hạn chế thủ tục kiểm toán đối với những khoản mục không trọng yếu, rủi ro thấp.

+ Về việc áp dụng thủ tục phân tích

Tuy nhiên tại AASC, thủ tục phân tích sử dụng chủ yếu là phân tích xu hướng và phân tích tỷ suất. Thông tin phân tích chỉ là thông tin tài chính. Khi tiến hành phân tích xu hướng, KTV thường chỉ lập bảng tính và phân tích xu hướng biến động của niên độ này với niên độ trước. Phân tích tỷ suất chỉ sử dụng trong phân tích sơ bộ ở giai đoạn lập kế hoạch kiểm toán và phân tích soát xét ở giai đoạn hoàn thành cuộc kiểm toán.

Thủ tục phân tích để thu thập được bằng chứng kiểm toán hiệu lực gồm 3 loại: Kiểm tra tính hợp lý, phân tích xu hướng và phân tích tỷ suất. Khi thực hiện thủ tục phân tích để thu được các bằng chứng kiểm toán hiệu lực thì KTV nên thực hiện như sau:

Kiểm tra tính hợp lý: so sánh số liệu thực tế với số liệu kế hoạch hay dự toán, so sánh giữa các chỉ tiêu của đơn vị với chỉ tiêu bình quân ngành.

Phân tích tỷ suất, kiểm toán viên AASC nên sử dụng thêm nhiều tỷ suất tài chính hơn nữa như: tỷ suất quay vòng bình quân các khoản phải thu, tỷ suất lợi tức trên tổng cộng tài sản,...

Bài học: Ngoài việc xem xét mối quan hệ giữa các thông tin tài chính với nhau, KTV AASC cần phải xem xét cả mối quan hệ giữa thông tin tài chính và phi tài chính. Ví dụ, xem xét mối quan hệ giữa sản lượng cung ứng, tính kịp thời của việc cung ứng, chất lượng sản phẩm cung ứng, mức độ đổi mới sản phẩm hay dịch vụ trong kỳ với doanh thu, lãi gộp hay mối quan hệ giữa chi phí nhân công với số lượng nhân viên,...

2.2. Trong giai đoạn thực hiện kiểm toán

+ Về việc thực hiện chương trình kiểm toán của kiểm toán viên:

Chương trình kiểm toán lại được thiết kế riêng theo hướng chi tiết hóa các khoản mục kiểm toán và trong mỗi khoản mục kiểm toán thì chương trình kiểm toán lại được thiết kế riêng theo hướng chi tiết hóa các thủ tục kiểm toán. Và khi thực hiện chương trình kiểm toán thì trưởng nhóm thường phân công công việc theo từng khoản mục cụ thể cho các KTV. Các KTV mặc dù đã phối hợp với nhau để cùng thực hiện, nhưng trên thực tế vẫn có sự trùng lặp nhau hoặc bỏ sót các thủ tục kiểm toán khi các KTV tiến hành kiểm toán các khoản mục liên quan đến nhau. Chẳng hạn, khi KTV tiến hành kiểm toán TK chi phí lại thực hiện lại việc kiểm tra chi tiết đối với TK chi phí đối ứng với TK tiền mặt mà đã được thực hiện ở khoản mục tiền mặt do KTV khác thực hiện hoặc cũng có thể bỏ qua việc kiểm tra chi tiết đối với phần chi phí đối ứng với tiền mặt do 2 KTV được phân công kiểm toán hai khoản mục đó đã không thống nhất với nhau mà đều cho rằng phần việc đó đã được thực hiện.

Bài học: trong quá trình thực hiện kiểm toán các trưởng nhóm nên phân công công việc các kiểm toán viên theo chu trình kiểm toán thì mỗi KTV được làm các phần hành kiểm toán có liên quan với nhau. Như thế sẽ giảm thiểu được các kỹ thuật kiểm toán cần áp dụng đối với mỗi khoản mục tiết kiệm được thời gian, chi phí mà vẫn đem lại hiệu quả cao.

+ Về việc đánh giá hệ thống kiểm soát nội bộ đối với các khoản mục:

Để đánh giá hệ thống kiểm soát nội bộ của

khách hàng các KTV của AASC đã kết hợp các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán khác như: phỏng vấn, quan sát và kiểm tra tài liệu sao cho bằng chứng thu được có đủ độ tin cậy để có thể đánh giá một cách chính xác hệ thống kiểm soát nội bộ của Công ty khách hàng. Khi đánh giá hệ thống kiểm soát nội bộ đối với các khoản mục: Tiền, HTK, doanh thu,... Công ty khách hàng, KTV chủ yếu dựa trên câu trả lời trong Bảng câu hỏi về hệ thống kiểm soát nội bộ và KTV đưa ra kết luận dựa trên xét đoán chủ quan của KTV chứ Công ty chưa đưa ra tiêu thức để đánh giá. Điều này gây khó khăn cho các KTV cũng như chưa tạo ra được sự thống nhất chung trong toàn Công ty, bởi vì các câu hỏi này không phù hợp với mọi loại hình doanh nghiệp, kết quả trả lời thường không chính xác so với thực tế bởi khách thể được hỏi thường có xu hướng trả lời là tốt.

Bài học: Chính vì nhược điểm của bảng câu hỏi đánh giá hệ thống kiểm soát nội bộ là không sát với tình hình thực tế nên ngoài bảng câu hỏi để đó, KTV nên lập các lưu đồ và bản tường thuật về hệ thống kiểm soát nội bộ và sử dụng thêm câu hỏi mở để thu thập được và có được đánh giá chính xác hơn về hệ thống kiểm soát nội bộ đối với từng khoản mục, từ đó có thể hạn chế được các thủ tục kiểm tra chi tiết với khoản mục đó.

+ Về việc chọn mẫu kiểm toán:

Tại AASC, chọn mẫu chủ yếu là theo mẫu số lớn với mức bao quát tổng thể trên 60% là hợp lý và nhận định nghề nghiệp của kiểm toán viên. Với cách chọn mẫu trên, quy mô mẫu sẽ giảm, giúp KTV tập trung vào các khoản mục trọng yếu. Nhưng việc chọn mẫu như thế có thể dẫn đến rủi ro do chọn mẫu sẽ cao và do số còn lại không được lựa chọn mà có thể có sai phạm rất nhiều. Vì vậy, để hạn chế mức độ rủi ro kiểm toán, KTV nên kết hợp thêm phương pháp chọn mẫu xác suất theo bảng số ngẫu nhiên (BSNN). Cách chọn mẫu này tương đối dễ dàng, mẫu có tính đại diện cao.

+ Về ước tính của kiểm toán viên:

Tại AASC, KTV chỉ thực hiện tính toán các phép tính mà kế toán đơn vị đã thực hiện mà không

đưa ra các ước tính của mình. Điều này làm giảm hiệu quả của cuộc kiểm toán nhất là khi phải thực hiện nhiều phép tính mới đánh giá được tính chính xác của số dư một số tài khoản. Để nâng cao hiệu quả của cuộc kiểm toán thì KTV AASC nên thực hiện việc tính toán kết hợp với việc xem xét, kiểm tra quá trình tính toán của đơn vị với việc độc lập ước tính của KTV.

Bài học: KTV căn cứ vào các yếu tố sau để ước tính:

- Xác định sự cần thiết của các ước tính kế toán
- Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến các ước tính kế toán
- Đưa ra các giả định để ước tính mức ảnh hưởng của nhân tố
- Cộng dồn các dữ liệu và ước tính giá trị...

Chẳng hạn, đối với giảm giá hàng tồn kho KTV phải xác định sự giảm giá là do các nhân tố: thị trường, chất lượng hàng hay, sự xuất hiện các mặt hàng thay thế,... Từ đó, KTV đưa ra con số ước tính và tiến hành đối chiếu với kết quả của đơn vị và tìm rõ nguyên nhân của các chênh lệch (nếu có). Tuy nhiên, để đưa ra kết luận về một sai phạm, KTV phải đảm bảo sai sót đó ảnh hưởng đến Báo cáo tài chính và cần có đủ những thuyết minh cần thiết và báo cáo ngay những chênh lệch này cho người có trách nhiệm.

2.3. Trong giai đoạn kết thúc kiểm toán

+ Về việc tổng hợp bút toán điều chỉnh của kiểm toán viên:

Trong giai đoạn lập kế hoạch kiểm toán, KTV đã xác định được mức trọng yếu và thực hiện phân bổ mức trọng yếu cho các bộ phận, khoản mục, từ đó tính ra sai sót có thể chấp nhận được đối với từng khoản mục. Tuy nhiên trong quá trình thực hiện kiểm toán, KTV thấy có sai sót là điều chỉnh và không quan tâm đến mức trọng yếu có thể bỏ qua. Từ đó, dẫn đến việc đưa ra kết luận kiểm toán có quá nhiều bút toán điều chỉnh sai sót mà các sai sót đó không được coi là trọng yếu. Điều đó sẽ làm lãng phí thời gian làm việc của KTV, đồng thời ảnh hưởng đến việc theo dõi sổ sách của đơn vị sau điều chỉnh. Như vậy, khi tiến hành tổng hợp bút toán

điều chỉnh sai sót đối với Công ty khách hàng, KTV nên căn cứ vào tính trọng yếu của các bộ phận để từ đó đưa ra bút toán điều chỉnh thích hợp.

3. Đánh giá việc hoàn thiện các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán trong kiểm toán báo cáo tài chính tại Công ty AASC

- Về thiết kế chương trình kiểm toán:

Chương trình kiểm toán được AASC thiết kế theo hướng chi tiết hóa các thủ tục kiểm toán. Các thủ tục kiểm toán lại được lập riêng cho từng khoản mục trên Báo cáo tài chính sẽ giúp cho KTV dễ dàng tiếp cận với các kỹ thuật thu thập bằng chứng khác nhau trong từng khoản mục khác nhau.

- Về sự kết hợp giữa các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán khác nhau:

KTV AASC thường có sự kết hợp giữa các kỹ thuật thu thập bằng chứng kiểm toán để có được bằng chứng với độ tin cậy cao hơn. Ví dụ, khi thực hiện thử nghiệm kiểm soát với các khoản mục, KTV vừa kết hợp cả kỹ thuật kiểm tra tài liệu với kỹ thuật phỏng vấn để đảm bảo các thủ tục kiểm soát được thực hiện một cách đúng đắn. Hay khi thực kiểm tra tính đúng kỳ của việc ghi nhận doanh thu, KTV kết hợp cả kỹ thuật tính toán và kiểm tra tài liệu để thu thập được bằng chứng có độ tin cậy cao.

- Về sự kết hợp giữa các khoản mục trong thu thập bằng chứng kiểm toán:

Khi thực hiện kiểm toán, KTV AASC được phân công kiểm toán các khoản mục có liên quan đến nhau và thường có sự phối hợp vừa đem lại hiệu quả cao lại vừa tiết giảm thiểu được công việc mà người khác đã làm. Chẳng hạn, khi kiểm toán khoản mục tiền KTV kết hợp kiểm tra các phiếu thu, phiếu chi liên quan đến doanh thu và chi phí để khẳng định doanh thu, chi phí có ghi nhận đúng kỳ hay không. Hay khi kiểm toán doanh thu hoạt động tài chính chênh lệch tỷ giá, KTV sẽ lấy kết quả khi kiểm toán TK 413 để kết luận đối với tài khoản này. Đối với kết quả kiểm toán doanh thu bán hàng cũng được sử dụng khi kiểm toán thuế giá trị gia tăng đầu ra ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Việt Lợi, Đậu Ngọc Châu (2013), *Giáo trình lý thuyết kiểm toán*, NXB Tài chính.
2. Chế Thành Kiều Nhiệm (2013), *Xác lập mức trọng yếu và đánh giá rủi ro kiểm toán trong kiểm toán báo cáo tài chính tại công ty kiểm toán Mỹ - AA*, Luận văn Thạc sỹ, Đại học Đà Nẵng.
3. Nguyễn Quang Quỳnh, Ngô Trí Tuệ (2014), *Giáo trình Kiểm toán tài chính*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

Ngày nhận bài: 14/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN NGÂN GIANG¹

2. ThS. NGUYỄN THỊ HUYỀN¹

¹Trường Đại học Công nghiệp Việt Trì

**LESSONS LEARNT AND ORIENTATIONS FOR AASC
TO BETTER IMPLEMENT EVIDENCE-GATHERING
TECHNIQUES FOR AUDITING FINANCIAL STATEMENTS**

● Master. **NGUYEN NGAN GIANG¹**

● Master. **NGUYEN THI HUYEN¹**

¹Viet Tri University of Industry

ABSTRACT:

At AASC, qualified auditors greatly pay attention to and flexibly implement evidence-gathering techniques. This paper presents evidence-gathering techniques for auditing financial statements which are performed by AASC's auditors. This paper presents assessments and lessons to help other independent auditing firms improve the use of evidence-gathering techniques

Keywords: auditor, audit evidence, collection, financial statement, AASC.

XÂY DỰNG HỆ THỐNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TẠI CÁC TRUNG TÂM Y TẾ - NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI TRUNG TÂM Y TẾ NGUYỄN VĂN THỦ, HUYỆN VŨNG LIÊM, TỈNH VĨNH LONG

● TRẦN NGỌC HÙNG - NGUYỄN MINH TRƯỜNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm nhận diện rõ thực trạng vận dụng kế toán quản trị (KTQT) hiện nay trong các trung tâm y tế, các tồn tại bất cập trong việc vận dụng KTQT tại các trung tâm y tế, từ đó đưa ra các gợi ý chính sách về giải pháp nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận dụng KTQT trong thời gian tới. Nghiên cứu này thực nghiệm tại Trung tâm Y tế Nguyễn Văn Thủ, huyện Vũng Liêm, tỉnh Vĩnh Long.

Từ khóa: kế toán quản trị, trung tâm y tế, đơn vị sự nghiệp công lập.

1. Đặt vấn đề

Nguy cơ cuộc khủng hoảng sức khỏe do đại dịch Covid-19 đe dọa các nền kinh tế trên toàn thế giới vì chi phí y tế tăng lên dẫn đến ngân sách thâm hụt và giảm GDP. Trong các thập kỷ gần đây, với sự gia tăng các ràng buộc trong ngân sách, các cơ quan chính phủ đã phải phát triển trách nhiệm giải trình về nhận thức rủi ro và hệ thống kiểm soát trong nỗ lực đóng góp vào việc tạo ra giá trị công cộng. Từ đó dẫn đến chương trình cải cách quản lý công của các chính phủ trên toàn cầu với ưu tiên cốt lõi là kiểm tra lại hiệu quả của quản

lý tài chính khu vực công truyền thống và các công cụ trách nhiệm giải trình, chẳng hạn như ngân sách được sử dụng hiệu quả ra sao bởi các tổ chức chính phủ (Ozdil và Hoque, 2019). Theo truyền thống, hệ thống trách nhiệm giải trình dịch vụ công của chính phủ được xây dựng nhằm tránh rủi ro và những bất ổn, sự thiếu cơ chế xác định rủi ro liên quan đến các dự án chính phủ và chương trình phát triển. Trong thời kỳ bất ổn, liên kết việc đánh giá rủi ro với phân bổ và quản lý tài nguyên là cần thiết để việc quản lý các dịch vụ công trở nên "hợp lý" (Rana và cộng sự, 2019). Cuộc khủng hoảng

Covid-19 đã làm nổi bật sự khan hiếm kiến thức về vai trò của kế toán nói chung và KTQT nói riêng trong trường hợp khẩn cấp toàn cầu, khi tính mạng và các hoạt động của con người bị đe dọa trên toàn thế giới. Quy mô toàn cầu của đại dịch Covid-19 chắc chắn sẽ tác động đến tất cả các loại tổ chức như các tổ chức khu vực công, tổ chức phi chính phủ và tổ chức phi lợi nhuận,...

Việc phát triển các khái niệm về KTQT chủ yếu đến từ 3 trường phái chính, bao gồm: Viện Kế toán quản trị Hoa Kỳ (IMA), Hiệp hội Kế toán quản trị công chứng Anh quốc (CIMA) và Hiệp hội Kế toán quốc tế (IFAC). Theo IMA, vai trò của KTQT ngày càng thể hiện là một nhân tố của chiến lược kinh doanh nhằm giúp doanh nghiệp (DN) quản trị hiệu suất DN, lập kế hoạch và dự toán, quản trị rủi ro, kiểm soát nội bộ, lập báo cáo tài chính ở những thời điểm có sự thay đổi lớn và thể hiện vai trò chuyên gia trong các phương pháp quản trị chi phí (IMA, 2008). Tuy nhiên, từ năm 2015, CIMA đã đưa ra khái niệm KTQT đơn giản là bao hàm kế toán tài chính và cộng thêm phần giá trị gia tăng. Còn theo CIMA (2005), giai đoạn từ năm 1986 đến năm 2005, vai trò của KTQT được khái niệm lại như là việc áp dụng các nguyên lý kế toán và quản trị tài chính, nhằm tạo ra, bảo vệ, duy trì lâu dài và gia tăng giá trị của cổ đông cùng các bên có liên quan trong các DN hoạt động vì lợi nhuận và phi lợi nhuận, trong khu vực tư nhân hay khu vực công. Ở góc nhìn khác của IFAC (2002), khái niệm về KTQT là "... KTQT hướng về các quá trình xử lý và kỹ thuật, tập trung vào việc sử dụng một cách có hiệu quả và hiệu suất những nguồn lực của tổ chức, giúp hỗ trợ các nhà quản lý hoàn thành nhiệm vụ gia tăng giá trị cho khách hàng cũng như cổ đông" (Langfield-Smith & ctg., 2009, 6). Cũng theo trường phái này, Anthony A. Atkinson & ctg. đưa ra khái niệm về KTQT là: "... quá trình cung cấp cho các nhà quản trị và các nhân viên trong tổ chức những thông tin thích hợp, bao gồm cả thông tin tài chính và phi tài chính, nhằm mục đích ra quyết định, phân bổ nguồn lực, kiểm tra, giám sát, đánh giá và khen thưởng kết quả thực hiện" (Anthony

A. Atkinson & ctg, 2012, 2). Và theo Luật Kế toán Việt Nam, KTQT được định nghĩa là "... việc thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính theo yêu cầu quản trị và quyết định kinh tế, tài chính trong nội bộ đơn vị kế toán" (Luật Kế toán, khoản 3, điều 4).

Khi nghiên cứu các công trình nghiên cứu trên thế giới, nhóm tác giả nhận thấy có sự gia tăng về nhu cầu xây dựng KTQT trong ngành công nghiệp bệnh viện, mặc dù có khác nhau về quyền sở hữu hay loại hình, đặc thù hoạt động,... Đồng thời cũng khuyến cáo các bệnh viện không nên chạy theo các hệ thống KTQT quá phức tạp, tinh vi do đặc thù của ngành Dịch vụ y tế và sự bất cân xứng giữa lợi ích và chi phí vận hành (Magdalena, 2013; Nathan và Justin, 2016; Lelise & ctg, 2017). Mặc dù chỉ mới được nghiên cứu và vận dụng trong thời gian ngắn tại Việt Nam, các tác giả đã đề xuất các phương hướng về vận dụng và xây dựng KTQT tại các DN Việt Nam hay các đơn vị sự nghiệp công lập nói chung cũng như trong các đơn vị hoạt động cụ thể như bệnh viện, trường đại học,... Việc phân tích chi tiết và đưa ra các kiến nghị, giải pháp đã giúp cho việc vận dụng và xây dựng KTQT vào các DN nói chung và các lĩnh vực, ngành nghề cụ thể nói riêng có được hướng đi rõ ràng hơn (Bùi Thị Ngân Hà, 2016; Vũ Thị Thanh Thủy, 2017; Trần Duy Hòa, 2019). Tại Việt Nam, trung tâm y tế được xem là loại hình đơn vị sự nghiệp y tế công lập có nhiệm vụ cung cấp dịch vụ công, phục vụ quản lý nhà nước. Lực lượng lao động chủ yếu là viên chức thực hiện theo Luật Viên chức, bảo đảm cho công việc thực thi và nhiệm vụ trong đơn vị sự nghiệp và cơ quan hành chính Nhà nước thành lập, có tư cách nhân, có con dấu và tài khoản riêng. Trong quá trình hoạt động, được phép thu các loại phí để bù đắp một phần hay toàn bộ hoạt động, tăng thu nhập tăng thêm cho cán bộ, công chức, viên chức và người lao động trong chi phí hoạt động thường xuyên của đơn vị. Nghiên cứu nhằm nhận diện rõ thực trạng vận dụng KTQT hiện nay trong các trung tâm y tế, cụ thể tại Trung tâm Y tế Nguyễn Văn Thủ, huyện Vũng Liêm, cùng những khó khăn, bất

cập làm cản trở việc vận dụng KTQT tại đây, từ đó đưa ra các gợi ý chính sách về giải pháp nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận dụng KTQT trong các trung tâm y tế thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả đã tìm hiểu và đánh giá các dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp về thực trạng công tác tổ chức hệ thống KTQT hiện nay, các văn bản quy định về hệ thống kế toán, các văn bản quy định mang tính đặc thù cho lĩnh vực y tế, ý kiến của cấp lãnh đạo và viên chức kế toán. Các số liệu sơ cấp thu về từ bảng khảo sát câu hỏi cũng như qua các buổi phỏng vấn sâu, nhóm tác giả sử dụng thống kê mô tả để so sánh tỷ lệ các câu trả lời, từ đó đánh giá thực trạng hệ thống KTQT và nguyên nhân xây dựng hệ thống KTQT tại Trung tâm Y tế Nguyễn Văn Thủ, huyện Vũng Liêm, tỉnh Vĩnh Long.

3. Kết quả nghiên cứu

Trung tâm Y tế Nguyễn Văn Thủ được thành lập theo Quyết định số 5788/QĐ-SYT ngày 27 tháng 12 năm 2016 của Sở Y tế Vĩnh Long, trên cơ sở sáp nhập Bệnh viện Đa khoa Nguyễn Văn Thủ và Trung tâm Y tế huyện Vũng Liêm. Đây là đơn vị sự nghiệp công lập trực thuộc Sở Y tế Vĩnh Long. Đơn vị được xếp hạng III, được phân bổ 100 giường bệnh và được giao cho 315 biên chế. Tại đơn vị, chứng từ kế toán áp dụng được thực hiện theo Luật Kế toán, Luật Ngân sách nhà nước, Thông tư số 107/2017/TT-BTC của Bộ Tài chính hướng dẫn chế

độ kế toán hành chính sự nghiệp và theo một số quy định của Bộ Y tế về bảng kê chi phí khám bệnh chữa bệnh, cụ thể như sau:

Hoạt động theo dự toán được cấp có thẩm quyền giao và được NSNN cấp toàn bộ hoạt một phần dự toán kinh phí hoạt động thường xuyên được cấp có thẩm quyền duyệt. Hằng quý, hằng năm, đơn vị phải lập dự toán thu chi theo định mức, chế độ, tiêu chuẩn do Nhà nước quy định, hoặc Nhà nước cho phép thủ trưởng đơn vị được quy định một số khoản chi tiêu thường xuyên được thực hiện theo quy chế chi tiêu nội bộ. Bộ máy kế toán tại đơn vị được tổ chức theo mô hình tập trung, mô hình này phù hợp với đặc điểm qui mô hoạt động và quản lý, trên cơ sở đó, Phòng TCKT chịu sự lãnh đạo trực tiếp của Giám đốc và Trưởng phòng TCKT chịu trách nhiệm trước Giám đốc về toàn bộ hoạt động TCKT của đơn vị.

Nhóm tác giả đã chọn mẫu và tiến hành phỏng vấn sâu ban giám đốc cũng như gửi bảng khảo sát đến một số các đơn vị phòng ban trong Trung tâm y tế huyện Vũng Liêm, chi tiết đơn vị tham gia khảo sát như Bảng 1.

Bảng câu hỏi được thiết kế gồm 5 phần, với các mục đích khác nhau:

Phần 1: Về thiết lập hệ thống kế toán chi phí và phân loại chi phí tác giả đưa ra 2 câu hỏi và gửi đối tượng khảo sát đánh dấu vào ô chọn theo thiết kế có sẵn sẽ trả lời theo 3 mức: có - không - hoặc khác.

Bảng 1. Nhân lực tại Trung tâm Y tế huyện Vũng Liêm

Bộ phận	Cấp trưởng	Cấp phó	Nhân viên	Tổng
Ban Giám đốc	1	2		3
Phòng Tổ chức hành chính	1			1
Phòng Kế hoạch nghiệp vụ	1			1
Phòng Điều dưỡng	1			1
Phòng Tài chính kế toán	1	1	8	10
Khoa Chuyên môn	4			4
Cộng	9	3	8	20

Nguồn: Tác giả tự tập hợp

Phần 2: Về lập dự toán ngân sách tác giả đưa ra 6 câu hỏi và gửi đối tượng khảo sát đánh dấu vào ô chọn theo thiết kế có sẵn sẽ trả lời theo 3 mức: có - không - hoặc khác.

Phần 3: Về tổ chức kế toán trách nhiệm tác giả đưa ra 4 câu hỏi và gửi đối tượng khảo sát đánh dấu vào ô chọn theo thiết kế có sẵn sẽ trả lời theo 3 mức: có - không - hoặc khác.

Phần 4: Về thông tin kế toán cho việc ra quyết định, tác giả đưa ra 4 câu hỏi và gửi đối tượng khảo sát đánh dấu vào ô chọn theo thiết kế có sẵn sẽ trả lời theo 3 mức: có - không - hoặc khác.

Phần 5: Về việc thực hiện kế toán quản trị, tác giả đưa ra 23 câu hỏi và gửi đối tượng khảo sát đánh dấu vào ô chọn theo thiết kế có sẵn sẽ trả lời theo 3 mức: có - không - hoặc khác.

Dựa vào kết quả bảng câu hỏi khảo sát cho thấy hiện nay bộ máy kế toán của đơn vị đa phần chỉ thực hiện công việc của kế toán tài chính mà không quan tâm đến quá trình cung cấp thông tin cho công tác kế toán quản trị. Từ đó dẫn đến đơn vị chưa đánh giá được hiệu quả quản lý của từng cá nhân, từng khoa, phòng và từng bộ phận. Các báo cáo kế toán được lập đúng quy định, tuy nhiên vẫn chưa thể hiện các thông tin kế toán nhằm phục vụ cho mục tiêu quản trị nội bộ trong đơn vị, chủ yếu để báo cáo cho cấp trên. Bên cạnh đó, đơn vị cũng chưa thực hiện việc phân loại chi phí để kiểm tra. Việc sử dụng mô hình phân tích mối quan hệ CVP chưa được thực hiện tại đơn vị. Do đó, các đơn vị không thấy được số lượng người bệnh đến khám và điều trị bệnh tối thiểu để bù đắp định phí. Mặt khác, hệ thống thông tin hiện tại của các đơn vị không cung cấp thông tin hữu ích cho Ban giám đốc để đưa ra các quyết định. Khi được hỏi ý kiến thông qua việc phỏng vấn sâu, đa số ủng hộ việc xây dựng hệ thống KTQT tại đơn vị nhằm quản trị nội bộ tốt hơn. Đồng thời đánh giá cao trong việc xây dựng hệ thống KTQT tại Trung tâm y tế Nguyễn Văn Thủ, huyện Vũng Liêm, sắp xếp bộ máy kế toán cho phù hợp và bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ kế toán tại đơn vị.

4. Kết luận và giải pháp gợi ý

4.1. Những khó khăn và thách thức

Thứ nhất, kế toán chủ yếu chỉ thực hiện các công việc của kế toán tài chính, chưa chú trọng đến công tác KTQT, mặc dù có lập một vài báo cáo về KTQT nhưng chủ yếu nộp cho Sở Y tế Vĩnh Long, chưa phải là dành cho Ban giám đốc tại đơn vị, ví dụ như Báo cáo tình hình chi theo mục lục ngân sách nhà nước, Báo cáo tình hình thực hiện dự toán.

Thứ hai, chi phí được phân loại theo mục lục ngân sách và chưa được tập hợp theo nơi phát sinh, do đó không thể phân tích, đánh giá và đề ra các biện pháp kiểm tra chi phí và phục vụ cho việc tính giá thành của sản phẩm.

Thứ ba, dự toán được lập là loại dự toán ngân sách định kỳ, lập cho cả năm tài chính và không có sự điều chỉnh trong suốt năm. Vì vậy, nếu có phát sinh nhu cầu cần cấp ngân sách bổ sung, kế toán lại phải lập bảng kinh phí bổ sung gửi về Sở Y tế Vĩnh Long và chờ được duyệt. Điều này gây khó khăn cho công tác quản lý dự toán và điều hành của Ban giám đốc. Mô hình lập dự toán của đơn vị hiện nay là mô hình cung cấp thông tin từ trên xuống, do đó công việc lập dự toán chưa có sự kết hợp với các khoa, phòng khác nên thông tin để lập dự toán bị hạn chế.

Thứ tư, chưa phân tích điểm hòa vốn mà chỉ thực hiện việc khám và điều trị bệnh theo chỉ tiêu và nhiệm vụ được giao. Vì vậy không xác định được số lượng người bệnh đến khám và điều trị bệnh tối thiểu đạt điểm hòa vốn để tạo thu nhập thêm cho viên chức của đơn vị.

Thứ năm, chưa phân tích mối quan hệ chi phí - số lượng người bệnh đến khám và điều trị bệnh - thu nhập. Vì vậy, không đánh giá được hiệu quả kinh tế của quá trình khám bệnh.

Thứ sáu, chưa thiết lập các trung tâm trách nhiệm của từng cá nhân, từng khoa, phòng, do đó chưa đánh giá được hiệu quả công việc và quản lý của từng cá nhân, từng khoa phòng. Báo cáo chỉ mang tính hình thức, chung chung và vẫn chưa chỉ ra được hiệu quả công việc thực hiện và trách

nhệm của từng bộ phận một cách cụ thể. Với những hạn chế trên, hệ thống kế toán hiện tại ở đơn vị không cung cấp được thông tin hữu ích cho Ban Giám đốc.

4.2. Một số đề xuất của nhóm tác giả

Dựa trên những khó khăn tồn tại nêu trên, cũng như xu hướng phát triển về vai trò của ngành Kế toán đặc biệt thể hiện qua đại dịch Covid-19 vừa qua, nhóm tác giả mạnh dạn đề xuất một số giải pháp có liên quan về vấn đề vận dụng KTQT trong các trung tâm y tế nói chung và Trung tâm Y tế Nguyễn Văn Thủ, huyện Vũng Liêm như sau:

Thứ nhất, các cơ quan ban, ngành, Chính phủ cần sớm ban hành những văn bản hướng dẫn, vận dụng KTQT vào các đơn vị sự nghiệp công lập để các đơn vị có thể vận dụng cụ thể vào trong quá trình quản lý hoạt động của đơn vị mình được hiệu quả tối đa mục tiêu đề ra.

Thứ hai, một giải pháp không thể thiếu để vận dụng KTQT một cách tốt nhất vào các đơn vị sự

nh nghiệp công lập đó chính là vấn đề đào tạo bồi dưỡng nguồn lực thực hiện KTQT. Vì vậy, Sở Y tế Vĩnh Long là cơ quan chủ quản hằng năm nên tổ chức những lớp tập huấn bồi dưỡng về KTQT.

Thứ ba, Ban Giám đốc Trung tâm Y tế cần hỗ trợ trong việc xây dựng hệ thống KTQT tại đơn vị, kết hợp chặt chẽ trong công tác phối hợp giữa từng cá nhân, từng khoa, phòng cụ thể, rõ ràng và hợp lý. Tổ chức lại bộ máy kế toán, cử cán bộ kế toán đi đào tạo và tập huấn về KTQT. Bên cạnh đó, Ban Giám đốc cần thấy được vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin từ bộ phận KTQT để đưa ra quyết sách đúng đắn và kịp thời.

Thứ tư, triển khai chiến lược làm việc trên nền tảng trực tuyến, sử dụng nhiều giao dịch điện tử để giảm tiếp xúc ra bên ngoài, tiết kiệm thời gian thanh toán, có nhiều chiến lược ứng phó dịch bệnh, nâng cao hiệu quả làm việc, linh hoạt trong giao tiếp nhất là kế hoạch phục vụ khám và điều trị bệnh cho người bệnh an toàn, hợp lý và hiệu quả ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ozdil, E. and Hoque, Z. (2019). Accounting as an engine for the re-creation of strategy at a university. *Accounting and Finance*, 59(3), 1747-1768.
2. Rana, T., Wickramasinghe, D. and Bracci, E. (2019). New development: integrating risk management in management control systems - lessons for public sector managers. *Public Money and Management*, February, 159-162.
3. Vũ Thị Thanh Thủy. (2017). *Kế toán quản trị chi phí trong các Bệnh viện công trực thuộc Bộ Y tế trên địa bàn Hà Nội*. Luận án Tiến sĩ kinh tế. Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
4. Quốc hội (2015). *Luật số 88/2015/QH13: Luật Kế toán, ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2015*.
5. Bộ Tài chính. (2017). *Thông tư số 107/2017/TT-BTC Hướng dẫn chế độ kế toán hành chính sự nghiệp*.
6. Bùi Thị Ngân Hà. (2016). *Vận dụng kế toán quản trị tại Bệnh viện Đa khoa tỉnh Đắk Lắk*. Luận văn thạc sĩ kế toán, Đại học Đà Nẵng.
7. Trần Duy Hòa. (2019). *Vận dụng kế toán quản trị tại Bệnh viện Đa khoa tỉnh Kon Tum*. Luận văn thạc sĩ kế toán, Đại học Đà Nẵng.

Ngày nhận bài: 11/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/3/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. TRẦN NGỌC HÙNG

2. Học viên cao học NGUYỄN MINH TRƯỜNG

Khoa Kế toán - Kiểm toán

Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

**BUILDING THE MANAGERIAL ACCOUNTING SYSTEM
AT MEDICAL CENTERS - AN EMPIRICAL STUDY
AT NGUYEN VAN THU MEDICAL CENTER,
VUNG LIEM DISTRICT, VINH LONG PROVINCE**

● Ph.D **TRAN NGOC HUNG**

● Master. **NGUYEN MINH TRUONG**

Faculty of Accounting - Auditing
Industrial University Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study is to clearly identify the current situation, barriers and shortcoming in the application of managerial accounting in medical centers. Based on the study's results, some solutions and policy recommendations are proposed to facilitate the application of managerial accounting in medical centers in the coming time. This study was conducted at Nguyen Van Thu Medical Center, Vung Liem district, Vinh Long Province.

Keywords: managerial accounting, medical centers, public service units.

CHUẨN MỤC KẾ TOÁN CÔNG QUỐC TẾ VÀ SỰ CẦN THIẾT ÁP DỤNG CHUẨN MỤC KẾ TOÁN CÔNG QUỐC TẾ TẠI VIỆT NAM

● VŨ THỊ DIỆP

TÓM TẮT:

Việc xây dựng hệ thống các chuẩn mực kế toán công quốc tế là việc làm cần thiết trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam, tạo ra một môi trường pháp lý quan trọng trong lĩnh vực kế toán Nhà nước, góp phần quản lý ngày càng tốt hơn tài sản chung của Nhà nước ở cả tầm vĩ mô và vi mô. Bài báo đi vào phân tích tầm quan trọng của việc áp dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế, đặc biệt tại Việt Nam.

Từ khóa: kinh nghiệm quốc tế, chuẩn mực kế toán công, IPSASs.

1. Đặt vấn đề

Trước sự phát triển và phức tạp của các hoạt động Chính phủ, nhiều quốc gia trên thế giới đã gặp khó khăn trong việc giải thích và sử dụng báo cáo tài chính cho mục đích so sánh do các nguyên tắc, phương pháp và tài khoản khác nhau của hệ thống kế toán chính phủ. Liên đoàn Kế toán quốc tế (IFAC) nhận thấy sự cần thiết của một khuôn khổ kế toán toàn cầu thống nhất trong khu vực công. IPSASB thuộc Liên đoàn Kế toán quốc tế đã soạn thảo các chuẩn mực kế toán cho các đơn vị thuộc lĩnh vực công hay còn gọi là chuẩn mực kế toán công quốc tế.

Chuẩn mực kế toán công quốc tế được xây dựng và áp dụng ở các quốc gia có nền kinh tế hội nhập, là một nhu cầu tất yếu khách quan. Hệ thống chuẩn mực kế toán công quốc tế cho thấy tầm quan trọng và sự cần thiết áp dụng rộng rãi ở các quốc gia trên toàn thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng.

2. Tầm quan trọng của chuẩn mực kế toán công quốc tế

Chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSAS) là một hệ thống những quy định và hướng dẫn về những nguyên tắc, nội dung, phương pháp và thủ tục kế toán cơ bản, chung nhất và đầy đủ, làm cơ sở ghi chép kế toán và lập báo cáo tài chính nhằm đạt được sự đánh giá trung thực, hợp lý, khách quan về thực trạng tài chính và kết quả hoạt động của các đơn vị kế toán trong lĩnh vực công.

Ủy ban Chuẩn mực kế toán quốc tế về lĩnh vực công (IPSASB) thuộc Liên đoàn Kế toán quốc tế đã soạn thảo các chuẩn mực kế toán cho các đơn vị thuộc lĩnh vực công hay còn gọi là chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSASs). IPSASB ban hành các chuẩn mực kế toán công quốc tế trong đó đề cập đến việc báo cáo tài chính trên cơ sở kế toán dồn tích và cơ sở kế toán tiền mặt.

Việc áp dụng một ngôn ngữ kế toán toàn cầu

duy nhất cho các báo cáo tài chính sẽ đảm bảo tính phù hợp, hiệu quả, dễ hiểu, đáng tin cậy, kịp thời, khách quan, dễ so sánh, minh bạch và trách nhiệm giải trình, dẫn đến thông tin kế toán được thay đổi về chất lượng và báo cáo sẽ nâng cao độ tin cậy, ủy quyền của thông tin kế toán đối với các nhà đầu tư cùng những người dùng khác trên toàn thế giới (Ahmad & Khan, 2010).

Mục tiêu ban đầu của IPSAS là thúc đẩy trách nhiệm giải trình của chính phủ cao hơn ở tất cả các quốc gia, cải thiện chất lượng và độ tin cậy trong kế toán và báo cáo tài chính, hoạt động kinh tế và tài chính tốt hơn, quản lý và kỷ luật tài chính tốt hơn, sự hài hòa quốc tế về các yêu cầu báo cáo. IPSASB nhằm mục đích hỗ trợ lợi ích công bằng cách xây dựng các chuẩn mực kế toán chất lượng cao cho khu vực công và điều này sẽ cải thiện chất lượng và tiêu chuẩn hóa của báo cáo tài chính trên toàn thế giới. Do đó, khả năng so sánh tài chính giữa các quốc gia khác nhau dễ dàng hơn. IPSASB phát triển các tiêu chuẩn này bằng cách tuân theo một quy trình rất có cấu trúc nhằm tạo cơ hội cho tất cả những người quan tâm đến báo cáo tài chính khu vực công cùng chia sẻ trong việc xây dựng các tiêu chuẩn này.

IPSAS sẽ cung cấp cái nhìn toàn diện và chính xác hơn về tình hình tài chính của Chính phủ. Từ đó, Chính phủ sẽ có thể xác định điểm mạnh và điểm yếu, xây dựng và thực hiện các chính sách mới giúp ích trong quá trình điều hành.

Tuy nhiên, khi áp dụng vào bất kỳ quốc gia nào, chắc chắn sẽ có một số thách thức cần được kiểm tra và chuẩn bị các yêu cầu cần thiết để vượt qua. Một số thách thức và yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng IPSAS bao gồm thách thức về công nghệ, thách thức về tổ chức, thách thức về tài chính (Whitefield & Savvas, 2016). Việc áp dụng các chuẩn mực kế toán công quốc tế cũng có ảnh hưởng đối với việc thay đổi chương trình giảng dạy ở các cơ sở giáo dục khác nhau (Agyemang, 2017). Nhiều khía cạnh của việc lãng phí nguồn lực công và sự gia tăng khoảng cách tham nhũng giữa các nước phát triển và đang phát triển cũng là trở ngại không kém (Biraud, 2010).

3. Sự cần thiết áp dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế tại Việt Nam

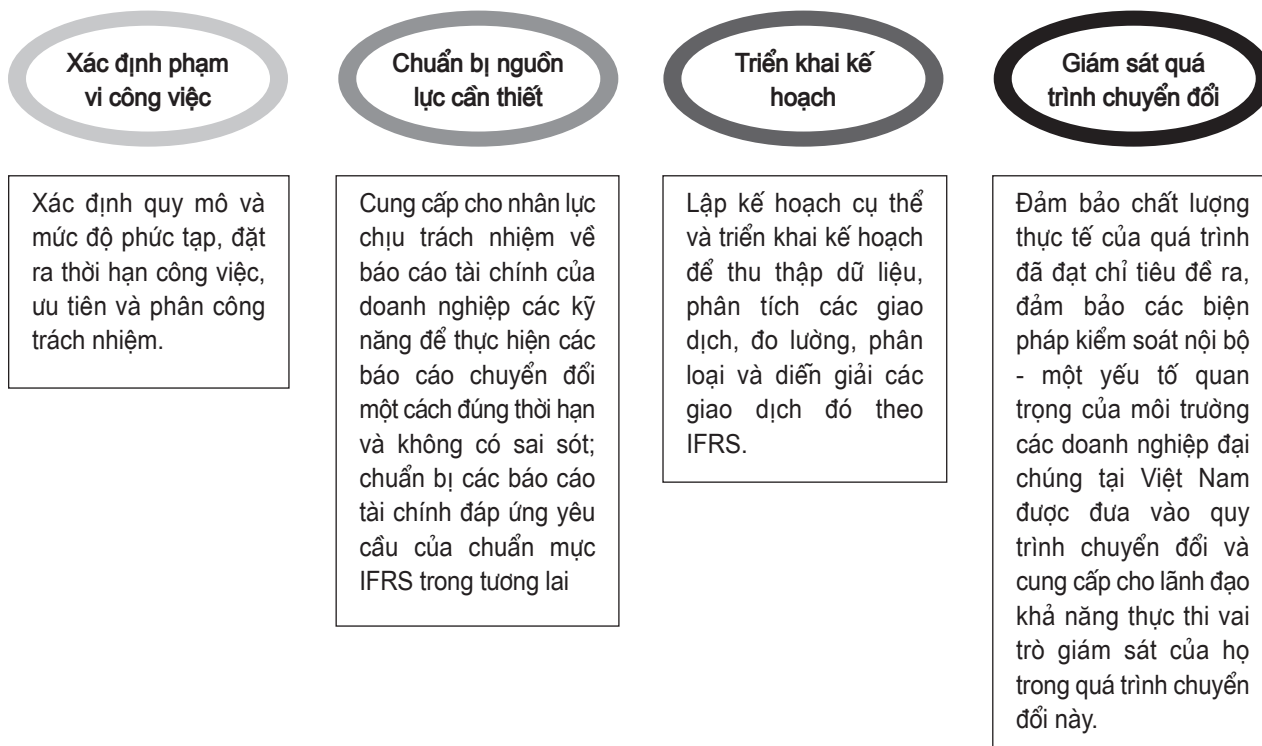
Trong những năm gần đây, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam diễn ra rất mạnh mẽ. Việc gia nhập các tổ chức kinh tế thế giới và khu vực như WTO, Hiệp định thương mại Việt - Mỹ, cam kết với các tổ chức tài chính như ADB, WB, IMF,... đòi hỏi Việt Nam phải cung cấp thông tin có tính chuẩn mực, có khả năng so sánh và được quốc tế thừa nhận, ngoài ra đòi hỏi Việt Nam phải tuân thủ theo lộ trình đã thỏa thuận có cam kết về minh bạch hóa thông tin kế toán, nhất là trong lĩnh vực kế toán công. Hiện nay, Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể trong việc nghiên cứu xây dựng các quy định trong lĩnh vực kế toán công theo hướng hòa nhập với các thông lệ quốc tế, tuy nhiên vẫn còn khoảng cách nhất định với thông lệ quốc tế về việc ghi nhận và trình bày các thông tin về thu chi ngân sách nhà nước, kế toán các quỹ tài chính, kế toán thuế và kế toán tại các đơn vị hành chính sự nghiệp.

Mặt khác, báo cáo tài chính của đất nước một cách đầy đủ, chính xác và minh bạch theo thông lệ quốc tế được nhiều đối tượng trong xã hội quan tâm, do đó vai trò của kế toán công được thể hiện ở việc thực hiện các chức năng thông tin và kiểm tra đối với hoạt động kinh tế - tài chính của Nhà nước. Vai trò này ngày càng thể hiện rõ nét đối với các đối tượng sử dụng thông tin kế toán công, đặc biệt từ phía công chúng.

Việt Nam đang triển khai thực hiện đề án Tổng kế toán nhà nước nhằm xây dựng hệ thống báo cáo tài chính nhà nước đảm bảo tính kịp thời, đầy đủ, công khai, minh bạch, phù hợp với thông lệ quốc tế. Theo đó cần đặt ra yêu cầu phải xây dựng và công bố hệ thống chuẩn mực kế toán công phù hợp với thông lệ quốc tế và thực tế tại Việt Nam để có cơ sở xác định đối tượng, phạm vi, quy trình và nội dung thông tin báo cáo tài chính nhà nước do Tổng kế toán Nhà nước cung cấp.

Trên cơ sở nền tảng hệ thống chuẩn mực kế toán công quốc tế, nhiều quốc gia đã xây dựng và công bố các chuẩn mực kế toán công áp dụng trong quốc gia mình. Việt Nam đã tiến hành xây dựng và công bố hệ thống chuẩn mực kế toán

Sơ đồ 4 giai đoạn



trong lĩnh vực doanh nghiệp, hiện nay đang có kế hoạch triển khai áp dụng chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (IFRS). Tuy nhiên, trong lĩnh vực kế toán công cho đến nay mới chỉ xây dựng và ban hành các chế độ kế toán hướng dẫn công tác kế toán tại các đơn vị kế toán cụ thể thuộc lĩnh vực kế toán nhà nước. Các quy định được đặt ra trong chế độ kế toán này phần lớn là hướng dẫn công tác kế toán và tổ chức bộ máy kế toán, chưa có những quy định mang tính nguyên tắc, thống nhất một cách đầy đủ, đồng bộ phù hợp với thông lệ quốc tế. Như vậy, việc xây dựng và công bố các chuẩn mực kế toán công được đặt ra như một nhu cầu tất yếu khách quan xuất phát từ các lý do cụ thể sau:

Thứ nhất, xuất phát từ nhu cầu quản lý thống nhất về tài chính nhà nước, tổng hợp thông tin một cách đồng bộ, cung cấp các thông tin chính xác, đầy đủ minh bạch phục vụ cho việc điều hành quản lý tài chính công của Nhà nước.

Thứ hai, xuất phát từ yêu cầu hội nhập quốc tế của Việt Nam, làm cơ sở để Việt Nam được tăng

hạng, đánh giá tín nhiệm cao hơn trong các quan hệ với các tổ chức quốc tế.

Thứ ba, xuất phát từ tình hình thực tế về việc xây dựng và ban hành các quy định có tính chất pháp lý để điều chỉnh và kiểm tra hoạt động kế toán trong lĩnh vực kế toán nhà nước tại Việt Nam trong thời gian vừa qua.

Thứ tư, xuất phát từ yêu cầu của công tác kế toán, kiểm toán và đào tạo phát triển nguồn cán bộ kế toán, kiểm toán.

Việc chuyển đổi áp dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế tại Việt Nam là một quá trình cần thực hiện qua 4 giai đoạn sau: (Sơ đồ 4 giai đoạn)

4. Kết luận

Hội nhập kinh tế quốc tế đòi hỏi thông tin tài chính của quốc gia phải minh bạch. Việc xây dựng, ban hành và áp dụng các chuẩn mực kế toán công theo IPSAS là rất cần thiết. Trên cơ sở nghiên cứu, tìm hiểu bài học kinh nghiệm của các nước, Việt Nam cần chuẩn bị đầy đủ các nguồn lực để xây dựng đề án và ban hành chuẩn mực kế toán công theo lộ trình đưa ra ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2019), *Hội thảo “Đề án xây dựng và ban hành chuẩn mực kế toán công tại Việt Nam”*.
2. Lê Vũ Phương Thảo (2021), Tầm quan trọng của việc áp dụng Chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSAS), *Tạp chí Công Thương*, số 21, tháng 9.
3. Công ty TNHH Deloitte (2021), Chuyển đổi chuẩn mực kế toán Việt Nam sang chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế, Ấn phẩm 1 - Phạm vi ảnh hưởng. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/vn/Documents/audit/vn-aud-conversion-vas-to-ifs-vol-1-vn.pdf>
4. <https://www.ipsasb.org/>
5. https://www.ipsasb.org/publications/2018-handbook-international-public-sector-accountingpronouncements15?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A%20ifacpublications%20%28IFAC%20Publications%20and%20Resources%29

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. VŨ THỊ DIỆP

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

**INTERNATIONAL PUBLIC ACCOUNTING STANDARDS
AND THE IMPORTANT OF USING THESE ACCOUNTING
STANDARDS IN VIETNAM**

● Master. **VU THI DIEP**

Faculty of Accounting

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

It is necessary for Vietnam to develop a system of international public accounting standards in order to create an important legal environment for the accounting activities of state management agencies and improve the management of public properties. This paper analyzes the importance of applying international public accounting standards, especially in Vietnam

Keywords: international experience, public accounting standards, IPSASs.

PHƯƠNG PHÁP THU THẬP VÀ ĐÁNH GIÁ BẰNG CHỨNG KIỂM TOÁN BÁO CÁO QUYẾT TOÁN DỰ ÁN ĐẦU TƯ

● ĐẶNG ANH TUẤN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính thông qua phân tích các quy định pháp lý và khảo sát thực tiễn hoạt động kiểm toán dự án đầu tư nhằm đề xuất phương pháp thu thập và đánh giá bằng chứng kiểm toán trong kiểm toán quyết toán hoàn thành dự án đầu tư công. Qua đó, góp phần hoàn thiện hơn cơ sở lý luận về kiểm toán dự án đầu tư công, đồng thời cung cấp cho kiểm toán viên phương pháp luận áp dụng trong thực tiễn hoạt động kiểm toán.

Từ khoá: kiểm toán dự án, báo cáo quyết toán dự án hoàn thành, bằng chứng kiểm toán, phương pháp kiểm toán, Kiểm toán Nhà nước.

1. Đặt vấn đề

Kiểm toán báo cáo quyết toán dự án hoàn thành sử dụng vốn nhà nước là một phần công việc trong kiểm toán dự án đầu tư công do Kiểm toán Nhà nước Việt Nam (KTNN) hoặc các kiểm toán viên độc lập thực hiện. Việc này nhằm cung cấp thông tin tin cậy hơn cho cấp có thẩm quyền phê duyệt báo cáo quyết toán dự án hoàn thành, giúp các bên tham gia quản lý và thực hiện dự án giải trình trách nhiệm của mình. Hiện nay, KTNN và Bộ Tài chính đã ban hành khá đầy đủ khung pháp lý liên quan như chuẩn mực kiểm toán báo cáo tài chính, chuẩn mực kiểm toán báo cáo quyết toán dự án hoàn thành sử dụng nguồn vốn nhà nước, quy trình kiểm toán dự án đầu tư, Hướng dẫn phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro và xác định trọng yếu trong kiểm toán Báo cáo quyết toán dự án đầu tư¹. Tuy nhiên, các quy định pháp lý đều

không cung cấp hướng dẫn cách thức thu thập và đánh giá bằng chứng kiểm toán để xác nhận sự trung thực và hợp lý của các khoản mục chi phí đầu tư xây dựng công trình trong báo cáo quyết toán dự án hoàn thành.

Vì vậy, nghiên cứu này tiếp cận vận dụng các hướng dẫn trong các chuẩn mực kiểm toán báo cáo tài chính để thiết kế, đề xuất phương pháp thu thập và đánh giá bằng chứng trong kiểm toán báo cáo quyết toán dự án hoàn thành.

2. Vai trò của bằng chứng kiểm toán

Nhiệm vụ quan trọng nhất đối với bất kỳ loại hình, phương thức kiểm toán nào đều là việc thu thập và đánh giá bằng chứng của kiểm toán viên. Kiểm toán viên phải có trình độ và kỹ năng để có thể thu thập được đầy đủ bằng chứng phù hợp cho mỗi cuộc kiểm toán nhằm đáp ứng các yêu cầu từ các chuẩn mực nghề nghiệp.

Theo Chuẩn mực KTNN 1500, mục tiêu của kiểm toán viên là thiết kế và thực hiện các thủ tục kiểm toán nhằm thu thập được đầy đủ bằng chứng thích hợp và định nghĩa:

Bằng chứng kiểm toán là tất cả thông tin do kiểm toán viên thu thập được liên quan đến cuộc kiểm toán làm cơ sở cho việc đánh giá, xác nhận, kết luận và kiến nghị kiểm toán. Chúng bao gồm những tài liệu, thông tin chứa đựng trong các tài liệu, sổ kế toán, kể cả báo cáo tài chính và những tài liệu, thông tin khác. Kiểm toán viên không thể kiểm tra tất cả các thông tin có sẵn liên quan đến dự án đầu tư xây dựng. Điều này không khả thi, không cần thiết, tốn kém bởi nhìn chung các kết luận và ý kiến kiểm toán được rút ra từ việc sử dụng phương pháp chọn mẫu và việc lựa chọn các nội dung kiểm toán. Hơn nữa, bằng chứng kiểm toán có sẵn chỉ luôn có ý nghĩa thuyết phục hơn là bằng chứng đưa ra được kết luận (câu trả lời chính xác).

Quyết định lựa chọn loại và số lượng bằng chứng nào cần thu thập là thách thức mà bất cứ kiểm toán viên nào cũng cần giải quyết nhằm đáp ứng các mục tiêu kiểm toán. Có 4 câu hỏi mà kiểm toán viên phải trả lời khi quyết định loại và số lượng bằng chứng cần thu thập gồm:

1. Thủ tục kiểm toán nào cần sử dụng?
2. Cỡ mẫu cần lựa chọn tương ứng với từng thủ tục kiểm toán?
3. Những mẫu nào cần lựa chọn từ tổng thể mẫu?
4. Khi nào cần thực hiện thủ tục kiểm toán?

Thủ tục kiểm toán

Thủ tục kiểm toán là những hướng dẫn giải thích bằng chứng kiểm toán nào cần thu thập trong suốt quá trình kiểm toán. Chúng mô tả các bước và nội dung công việc được kiểm toán viên sử dụng để thu thập bằng chứng kiểm toán đầy đủ và thích hợp để hình thành nên các ý kiến kiểm toán. Ví dụ, để xác nhận tính chính xác của khối lượng đất đào của một công trình xây dựng, kiểm toán viên có thể thực hiện thủ tục kiểm toán như kiểm tra tài liệu thông qua đối chiếu khối lượng đất đào được nghiệm thu

với bản vẽ hoàn công, biên bản nghiệm thu, biên bản xác nhận khối lượng đất đào đổ đi.

Xác định cỡ mẫu

Khi đã xác định được thủ tục kiểm toán phù hợp, kiểm toán viên có thể thay đổi cỡ mẫu lựa chọn để tiến hành các thử nghiệm. Để xác nhận khối lượng đất đào được vận chuyển đổ đi của một công trình xây dựng, ví dụ có 500 chuyến xe vận chuyển đất được ghi nhận trong biên bản nghiệm thu và biên bản bàn giao tương ứng với 5 công tác đào đất của 5 hạng mục (tổng thể mẫu). Kiểm toán viên có thể chọn mẫu 90 chuyến xe vận chuyển tương ứng với khối lượng đất đào của 3 hạng mục (mẫu chọn 30/100, tỷ lệ 30%) so với cỡ mẫu mỗi hạng mục là 100 mẫu để đối chiếu với bản vẽ hoàn công (xác nhận tính chính xác). Việc xác định bao nhiêu cỡ mẫu cần tiến hành thử nghiệm được thực hiện cho từng thủ tục kiểm toán.

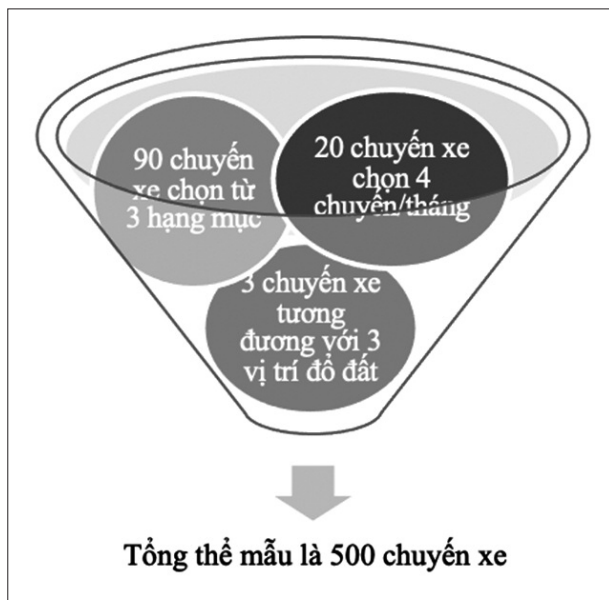
Tiếp tục với ví dụ trên, để xác nhận việc vận chuyển đất có xảy ra trên thực tế hay không, kiểm toán viên có thể chọn mẫu 20 chuyến xe vận chuyển đất bất kỳ tương ứng với khoảng thời gian 5 tháng, tương ứng với 4 mẫu chọn/tháng có thể từ 3 hạng mục đã chọn ở bước trên hoặc 2 hạng mục còn lại tương ứng với các địa điểm đổ đất khác nhau. Sau đó, kiểm toán viên gửi đơn vị tiếp nhận đất đổ đi xác nhận (xác nhận sự hiện hữu).

Nếu có nghi ngờ về việc xác định cự ly vận chuyển không phù hợp khi xây dựng đơn giá đất vận chuyển đổ đi, kiểm toán viên có thể lấy 100% số lượng mẫu, (giả sử có 3 địa điểm đổ đất) để tiến hành kiểm tra lại. Kiểm toán viên có thể kiểm tra cự ly vận chuyển thông qua phỏng vấn tư vấn giám sát, tư vấn thiết kế hoặc sử dụng Google Map để xác nhận tính chính xác trong tính toán cự ly vận chuyển. Bởi số lượng vị trí đổ đất đối với một dự án đầu tư thường không nhiều và thường được lựa chọn dựa trên mức độ tối ưu về khoảng cách. (Hình 1)

Chọn mẫu

Sau khi xác định được cỡ mẫu cho một thủ tục kiểm toán, kiểm toán viên phải quyết định mẫu nào trong tổng thể sẽ được kiểm tra. Tiếp tục với ví dụ trên, để xác nhận tính chính xác khối lượng đất đào

Hình 1: Minh họa cỡ mẫu đối với kiểm toán khoản mục đào và vận chuyển đất đào



vận chuyển đổ đi của một công trình xây dựng (đối chiếu bản vẽ hoàn công và thực tế thực hiện), kiểm toán viên có thể lựa chọn một số phương pháp chọn mẫu khác nhau: (1) chọn 90 mẫu ngẫu nhiên, (2) chọn 90 mẫu phân bố đều về thời gian hoặc địa điểm đổ đất, (3) chọn 90 mẫu đối với những chuyến xe vận chuyển đất.

Kiểm toán viên cho rằng có khả năng sai sót trọng yếu như các chuyến xe chưa được các bên liên quan ký, việc ghi chép thông tin vận chuyển đất không đầy đủ, thông tin xe vận chuyển đất mâu thuẫn về mặt thời gian và không phù hợp với thực tế. Chẳng hạn, với cự ly vận chuyển 30 km, thời gian vận chuyển đất đào đổ đi bằng ô tô 10 tấn khoảng 2h, tuy nhiên, thông tin trên hồ sơ nghiệm thu cho thấy thời gian vận chuyển đất của một số chuyến xe trong khoảng từ 1h -1,5h.

Thời gian thực hiện thủ tục kiểm toán

Phạm vi về mặt thời gian thực hiện kiểm toán dự án đầu tư kể từ khi dự án bắt đầu giai đoạn chuẩn bị đầu tư đến thời điểm kiểm toán (được gọi là thời kỳ kiểm toán). Thời điểm kiểm toán hợp lý nhất thường là khi dự án đã hoàn thành và chủ đầu tư đã lập xong báo cáo quyết toán dự án hoàn thành. Do đó, thời gian thực hiện các thủ tục kiểm toán có thể

thay đổi từ thời điểm một hoạt động của dự án được hoàn thành cho đến thời điểm kiểm toán. Việc quyết định thời kỳ kiểm toán đối với dự án đầu tư phụ thuộc vào yêu cầu của người sử dụng báo cáo kiểm toán.

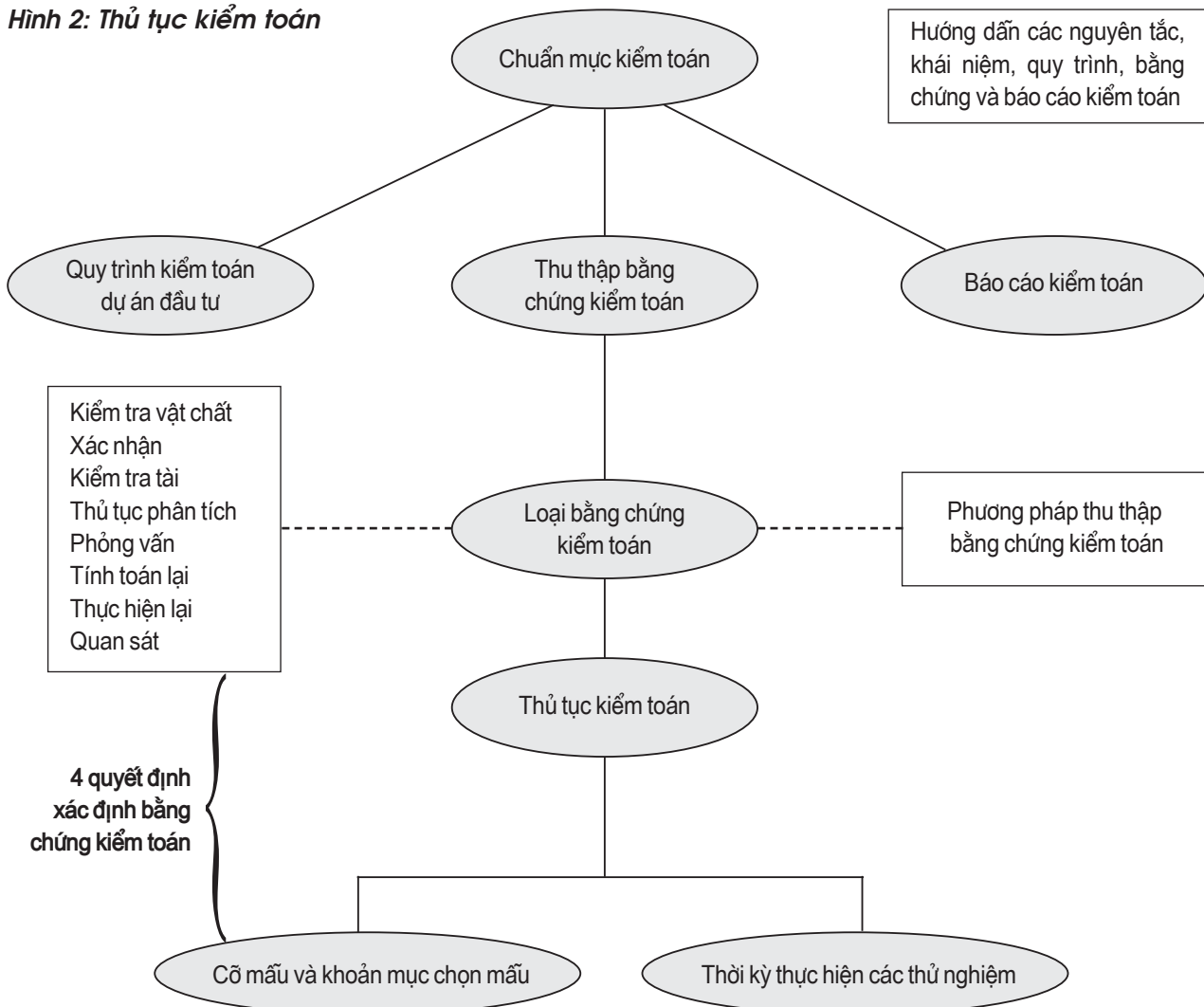
3. Phương pháp thu thập và đánh giá bằng chứng kiểm toán

Để quyết định thủ tục kiểm toán nào được sử dụng, kiểm toán viên có thể chọn từ 8 loại bằng chứng. Mỗi thủ tục kiểm toán có thể bao gồm một hoặc nhiều hơn một loại bằng chứng (1) Kiểm tra vật chất; (2) Xác nhận; (3) Kiểm tra tài liệu; (4) Thủ tục phân tích; (5) Phỏng vấn; (6) Tính toán; (7) Thực hiện lại; (8) Quan sát. (Hình 2)

Hình 2 chỉ mối quan hệ giữa chuẩn mực kiểm toán, loại bằng chứng (phương pháp kiểm toán), 4 quyết định xác định bằng chứng kiểm toán cần đạt được. Chuẩn mực kiểm toán cung cấp hướng dẫn chung nhất đối với 3 nội dung là quy trình kiểm toán, thu thập bằng chứng kiểm toán và báo cáo kiểm toán. Loại bằng chứng kiểm toán là cách thức phân loại các bằng chứng cần đạt được (còn gọi là phương pháp kiểm toán). Thủ tục kiểm toán bao gồm 4 quyết định xác định bằng chứng và cung cấp hướng dẫn cụ thể để thu thập bằng chứng kiểm toán.

Đánh giá bằng chứng kiểm toán là việc kiểm toán viên kiểm tra mức độ thuyết phục của chúng bao gồm cả các nhân tố ảnh hưởng có đáp ứng các điều kiện. Mức độ thuyết phục của bằng chứng kiểm toán có thể được đánh giá sau khi xem xét tương quan giữa sự phù hợp và đầy đủ của bằng chứng. Số lượng lớn bằng chứng kiểm toán được cung cấp bởi bên thứ ba độc lập nhưng không thuyết phục trừ phi chúng liên quan đến mục tiêu kiểm toán. Ví dụ, nhà thầu thi công cung cấp hóa đơn mua hàng để xác nhận đơn giá mua gạch lát nền cao hơn so với đơn giá hợp đồng và thông báo giá do cơ quan có thẩm quyền của Nhà nước ban hành để đề nghị chủ đầu tư phê duyệt chi phí phát sinh. Tương tự, số lượng mẫu quá nhỏ, chỉ có 1 hoặc 2 bằng chứng kiểm toán phù hợp cũng có thể thiếu tính thuyết phục.

Hình 2: Thủ tục kiểm toán



Nguồn: Arens & cộng sự (2012)

Mối quan hệ trực tiếp giữa 4 quyết định về bằng chứng và 2 đặc điểm bằng chứng kiểm toán thuyết phục được chỉ ra trong Bảng 1 cung cấp cơ sở đánh giá bằng chứng kiểm toán cần thu thập, nhằm giúp kiểm toán viên chỉ ra các sai sót trọng yếu trên báo cáo dự án đầu tư và hình thành các ý kiến kiểm toán. (Bảng 1)

Khi đánh giá bằng chứng kiểm toán trên phương diện định tính, kiểm toán viên phải sử dụng các xét đoán chuyên môn và duy trì thái độ hoài nghi nghề nghiệp. Nếu đánh giá rủi ro của kiểm toán viên cao hơn, cần thu thập nhiều hơn bằng chứng đầy đủ, thích hợp và đáng tin cậy dựa trên các thủ tục kiểm toán chi tiết.

4. Kết luận

Xác định loại bằng chứng kiểm toán, phương pháp thu thập bằng chứng kiểm toán phù hợp ảnh hưởng tới 4 quyết định của kiểm toán viên trong việc xác định các bằng chứng kiểm toán các khoản mục chi phí đầu tư trong kiểm toán báo cáo quyết toán dự án hoàn thành gồm: (1) thủ tục kiểm toán; (2) thời kỳ kiểm toán, (3) cỡ mẫu và (4) phương pháp chọn mẫu. Các bằng chứng thu thập được cần được đánh giá sự đầy đủ và thích hợp dựa trên 3 tiêu chí về tính thuyết phục của bằng chứng kiểm toán như thích hợp, đáng tin cậy và đầy đủ.

Phương pháp luận thu thập và đánh giá bằng

Bảng 1. Mối quan hệ giữa quyết định thu thập và mức độ thuyết phục bằng chứng

Quyết định về bằng chứng cần đạt được	Yếu tố ảnh hưởng đến mức độ thuyết phục của bằng chứng kiểm toán
1. Thủ tục kiểm toán	Sự phù hợp
2. Thời kỳ kiểm toán	1. Thích hợp
	2. Đáng tin cậy <ul style="list-style-type: none"> • Mức độ độc lập của người cung cấp bằng chứng. • Mức độ hữu hiệu của hệ thống kiểm soát quản lý dự án; • Hiểu biết trực tiếp của kiểm toán viên. • Tư cách đạo đức của cá nhân cung cấp thông tin. • Mức độ khách quan. • Tính kịp thời.
3. Cỡ mẫu 4. Việc chọn mẫu	Đầy đủ Sự phù hợp cỡ mẫu Chọn mẫu chính xác

chứng kiểm toán trong kiểm toán báo cáo quyết toán dự án hoàn thành sẽ đảm bảo (1) áp dụng nhất quán trong tất cả các cuộc kiểm toán; (2) chỉ ra phương pháp luận hỗ trợ kiểm toán viên xác định được các thủ tục kiểm toán chi tiết tương ứng với

từng loại bằng chứng cần thu thập; (3) giúp kiểm toán viên có thể xác nhận được các thông tin trình bày trong các báo cáo quyết toán dự án hoàn thành, qua đó tăng cường mức độ đảm bảo được cung cấp và tăng cường chất lượng kiểm toán ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Bộ Tài chính đã ban hành Chuẩn mực kiểm toán Việt Nam số 1000 kèm theo Thông tư số 67/2015/TT-BTC ngày 08/5/2015 về kiểm toán quyết toán dự án hoàn thành; Quyết định số 01/2018/QĐ-KTNN ngày 12/11/2018 của Tổng Kiểm toán nhà nước về Hướng dẫn phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro và xác định trọng yếu trong kiểm toán Báo cáo quyết toán dự án đầu tư.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2015). *Thông tư 67/2015/TT-BTC ngày 08/5/2015 ban hành Chuẩn mực kiểm toán Việt Nam về kiểm toán báo cáo quyết toán dự án hoàn thành.*
2. Bộ Tài chính (2020). *Thông tư 10/2020/TT-BTC ngày 20/02/2020 quy định quyết toán dự án hoàn thành sử dụng nguồn vốn nhà nước.*
3. Kiểm toán Nhà nước (2016). *Quyết định số 02/2016/QĐ-KTNN ngày 15/07/2016 ban hành Hệ thống chuẩn mực kiểm toán nhà nước (CMKTNN 200).*
4. Kiểm toán Nhà nước (2017). *Quyết định 02/2017/QĐ-TKTNN ngày 13/03/2017 ban hành Quy trình kiểm toán dự án đầu tư xây dựng công trình.*

5. Kiểm toán Nhà nước (2018). *Quyết định 01/2018/QĐ-KTNN ngày 12/11/2018 về việc ban hành hướng dẫn Phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro và xác định trọng yếu trong kiểm toán báo cáo quyết toán dự án đầu tư.*
6. Arens & cộng sự. (2012). *Auditing and assurance services: an integrated approach. 14th ed.* USA: Pearson Prentice Hall.

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/4/2022

Thông tin tác giả:

TS. ĐẶNG ANH TUẤN

Giảng viên, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

THE AUDIT TECHNIQUE OF COLLECTING AND EVALUATING AUDIT EVIDENCE FOR THE AUDIT PROCESS OF FINAL ACCOUNTS OF PUBLIC INVESTMENT PROJECTS

● **Ph.D DANG ANH TUAN**

Lecturer, Industrial University of Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

By analyzing legal regulations and conducting a practical survey of auditing investment projects, this study proposes a technique of collecting and evaluating audit evidence for the audit process of final accounts of public investment projects. This study is expected to further improve the theoretical basis for auditing public investment projects, and provide the State auditors with a practical methodology.

Keywords: project audit, final accounts of the public investment project, audit evidence, audit techniques, the State audit.

TIẾP CẬN RỦI RO TRONG CÁC GIAI ĐOẠN KIỂM TOÁN KHI KIỂM TOÁN BÁO CÁO TÀI CHÍNH

● VŨ THỊ THU HUYỀN

TÓM TẮT:

Việc vận dụng phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro giúp các kiểm toán viên (KTV) xác định những khu vực có khả năng xảy ra sai sót trọng yếu, thiết lập các thủ tục kiểm toán phù hợp nhằm làm giảm rủi ro kiểm toán, từ đó đảm bảo được tính hữu hiệu và hiệu quả của một cuộc kiểm toán. Tuy nhiên, dựa trên các dữ liệu thu thập cả thứ cấp và sơ cấp từ các nghiên cứu có liên quan; đồng thời qua phỏng vấn, lập bảng khảo sát các KTV đang làm việc trong 25 công ty kiểm toán độc lập ở Hà Nội, kết quả chỉ ra rằng việc vận dụng kiểm toán dựa trên tiếp cận rủi ro là chưa thật hợp lý. Vì vậy, mục tiêu của nghiên cứu này là đưa ra một số khuyến nghị khi vận dụng phương pháp tiếp cận này trong các giai đoạn kiểm toán.

Từ khóa: tiếp cận rủi ro, phương pháp kiểm toán, giai đoạn kiểm toán, báo cáo tài chính.

1. Đặt vấn đề

Phương pháp tiếp cận rủi ro khi kiểm toán giúp khắc phục được những hạn chế của phương pháp kiểm toán truyền thống và nâng cao chất lượng kiểm toán BCTC, thông qua việc tập trung nguồn lực vào những bộ phận, nội dung trọng yếu. Theo đó, KTV xuất phát từ việc xác định, đánh giá các rủi ro của tổ chức để xây dựng kế hoạch kiểm toán và lựa chọn các thủ tục kiểm toán nhằm đưa ra sự đảm bảo cho các nhà lãnh đạo về tính hiệu quả và tính hiệu lực của các quy trình quản lý rủi ro. Mặt khác, yêu cầu của cơ quan quản lý, yêu cầu của công chúng, đòi hỏi các KTV phải tích cực và có trách nhiệm hơn nữa đối với hoạt động và kết quả kiểm toán. Chính từ thực trạng này, cũng như đòi hỏi của hoạt động quản lý, Bộ Tài chính, ban hành hệ thống chuẩn mực kiểm toán mới có hiệu lực từ ngày 01/01/2014, đã định hướng thực hiện kiểm

toán BCTC theo phương pháp tiếp cận rủi ro. Ngoài ra, Hội Kiểm toán viên hành nghề (VACPA) đã ban hành chương trình kiểm toán mẫu năm 2010 và chỉnh sửa cập nhật lần 3 năm 2019, trên cơ sở lý thuyết là phương pháp tiếp cận rủi ro, để nâng cao chất lượng cuộc kiểm toán BCTC và để việc áp dụng phương pháp kiểm toán dựa trên tiếp cận rủi ro đạt được hiệu quả cao nhất.

2. Cơ sở lý thuyết

Lĩnh vực kiểm toán là một lĩnh vực luôn đối mặt với những rủi ro. Rủi ro kiểm toán là hậu quả của nhiều loại rủi ro. KTV và công ty kiểm toán không thể kiểm soát được rủi ro kiểm toán, mặc dù họ có thể có các thủ tục và biện pháp để xem xét trước khi chấp nhận hay từ chối một khách hàng. Rủi ro kiểm toán là một thuật ngữ chuyên môn liên quan đến quá trình kiểm toán, không bao hàm rủi ro mà KTV gặp phải trong kinh doanh như bị thua kiện,

làm mất uy tín, hoặc các sự kiện khác phát sinh trong mối liên hệ với các cuộc kiểm toán BCTC. Như vậy, nguyên nhân chính dẫn tới rủi ro kiểm toán là KTV đưa ra nhận xét không đúng về các thông tin trên BCTC của khách hàng, ví dụ KTV có thể đưa ra ý kiến chấp nhận toàn phần về một BCTC mà không biết rằng BCTC này chứa đựng những sai phạm trọng yếu. Các sai phạm này có thể là kết quả của sai sót và gian lận trong công tác kế toán như việc bỏ sót các nghiệp vụ, trình bày phân loại không phù hợp, thuyết minh không phù hợp với nguyên tắc kế toán, hay bỏ sót các thông tin cần công bố, sai sót trong các ước tính kế toán,...

Đánh giá rủi ro là việc KTV và công ty kiểm toán nhận diện các yếu tố gây ra rủi ro, ước lượng khả năng xảy ra sai sót hoặc các thiệt hại cho công việc kinh doanh của công ty kiểm toán. Việc đánh giá rủi ro gắn với xét đoán chuyên môn nhiều hơn là đo lường chính xác. Trong một lĩnh vực phải chịu nhiều cạnh tranh như nghề kiểm toán thì việc giữ được một khách hàng tuy có thể khó khăn, thế nhưng KTV cũng vẫn phải hết sức thận trọng khi quyết định tiếp nhận khách hàng bởi lẽ rủi ro có thể phải gánh trách nhiệm pháp lý của KTV là rất cao. Do đó, thực hiện tốt và đầy đủ các đánh giá rủi ro kiểm toán sẽ giúp cho KTV có những nhận định cần thiết về rủi ro kiểm toán của khách hàng mình tiếp nhận, giảm thiểu việc đưa ra các ý kiến sai lầm và giảm thiểu các thiệt hại cho KTV và CTKT.

Trong phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên rủi ro, các nguồn lực kiểm toán chủ yếu hướng tới những khu vực của BCTC có thể chứa đựng sai sót trọng yếu (do sai sót hoặc thiếu sót nào đó) như là hệ quả của các rủi ro mà doanh nghiệp phải đối mặt. Với phương pháp này, quá trình kiểm toán BCTC là quá trình KTV xác định và đánh giá rủi ro có sai sót trọng yếu trên BCTC. Từ đó, thực hiện các biện pháp để xử lý đối với các rủi ro đã đánh giá. Cách tìm hiểu của KTV là từ “đỉnh đến đáy” (top down approach). Do đó, phương pháp này đòi hỏi KTV phải xác định các rủi ro chủ yếu hàng ngày mà đơn vị phải đối mặt, xem xét các tác động của những rủi ro này đối với BCTC và sau đó lên kế hoạch thiết kế và thực hiện các thủ tục kiểm toán

phù hợp để xử lý các rủi ro này. Vì vậy, phương pháp tiếp cận này còn được gọi là phương pháp tiếp cận rủi ro kinh doanh.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này tập trung vào nghiên cứu thực trạng vận dụng tiếp cận rủi ro trong quá trình kiểm toán ở cả 3 giai đoạn do kiểm toán độc lập thực hiện. Trong đó dữ liệu được sử dụng trong bài viết bao gồm cả dữ liệu sơ cấp và thứ cấp. Dữ liệu sơ cấp được thu thập chủ yếu qua phương pháp điều tra. Về phương thức điều tra, đề tài thực hiện gửi Phiếu điều tra khảo sát đến đại diện các công ty kiểm toán để thu thập thông tin. Ngoài ra, tác giả cũng thực hiện phỏng vấn chuyên sâu các thành viên ban giám đốc và KTV của một số công ty KTĐL trên cơ sở nội dung các câu hỏi trong phiếu điều tra. Sau khi có kết quả khảo sát, tác giả tổng hợp dựa trên phương pháp thống kê mô tả kết hợp với phương pháp phân tích và đánh giá. Để tìm hiểu thực trạng việc vận dụng này, tác giả tiến hành khảo sát các KTV có kinh nghiệm kiểm toán có chứng chỉ hành nghề KTV và lãnh đạo kiểm toán tại 25 công ty KTĐL đang hoạt động trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Bên cạnh dữ liệu sơ cấp, đề tài cũng sử dụng dữ liệu thứ cấp, như: báo cáo kiểm toán, các tài liệu kiểm toán, kết quả nghiên cứu và những tài liệu sẵn có khác để phân tích thực trạng vận dụng tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro khi kiểm toán BCTC.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thực trạng vận dụng trong giai đoạn lập kế hoạch kiểm toán

4.1.1. Thực trạng về đánh giá rủi ro và các hoạt động liên quan

Theo kết quả khảo sát, việc thực hiện các đánh giá rủi ro trong giai đoạn lập kế hoạch được phần lớn các công ty áp dụng cho tất cả các khách hàng (tỷ lệ chiếm 84% tổng số phiếu trả lời) và các KTV chính hay trưởng nhóm kiểm toán phụ trách khách hàng là người thực hiện các đánh giá rủi ro này nhằm mục đích phục vụ cho việc lập kế hoạch kiểm toán (tỷ lệ chiếm 100% tổng số phiếu). Tuy nhiên, do các KTV vẫn chưa nhận thức được đầy đủ vai trò của các đánh giá rủi ro ảnh hưởng đến việc nâng

cao hiệu quả và chất lượng của cuộc kiểm toán, do số lượng khách hàng của các công ty kiểm toán này chủ yếu là các khách hàng có quy mô vừa và nhỏ, nên mặc dù đánh giá rủi ro được các công ty kiểm toán khẳng định là được thực hiện cho tất cả các khách hàng. Tuy nhiên, trên thực tế qua phỏng vấn trực tiếp các KTV, công tác đánh giá rủi ro chỉ được thực hiện đầy đủ với các khách hàng có quy mô lớn, phức tạp và rủi ro cao hoặc khách hàng niêm yết, còn các khách hàng có quy mô vừa và nhỏ, việc thực hiện các đánh giá rủi ro chỉ được thực hiện sơ sài, mang tính hình thức, các KTV thường bỏ qua các đánh giá rủi ro này để đi vào tiến hành các thử nghiệm cơ bản.

4.1.2. Thực trạng thu thập thông tin thu thập từ các cuộc kiểm toán trước

Kết quả khảo sát cho thấy để tiết kiệm thời gian và chi phí, giúp các KTV có được hiểu biết đầy đủ hơn về ĐV được kiểm toán, 100% các công ty đều sử dụng thông tin thu thập từ các cuộc kiểm toán trước để thực hiện các đánh giá rủi ro trong trường hợp công ty vẫn chấp nhận khách hàng cũ. Các thông tin về đặc điểm của ĐV được kiểm toán và môi trường của ĐV, bao gồm kiểm soát nội bộ và các thay đổi quan trọng của ĐV hoặc trong các hoạt động kể từ kỳ kế toán trước cho đến thời điểm hiện tại là các thông tin được KTV sử dụng nhiều nhất (chiếm 100% tổng số phiếu). Tuy nhiên, KTV chỉ cập nhật lại các thông tin mới phát sinh mà ít khi đánh giá những thông tin đã có từ cuộc kiểm toán trước có còn phù hợp để sử dụng cho cuộc kiểm toán hiện tại hay không, mặc dù thực tế có thể đã phát sinh ra những thay đổi trong môi trường kiểm soát có thể ảnh hưởng tới tính thích hợp của những thông tin đã thu thập được trước đây.

4.1.3. Thực trạng xem xét các dấu hiệu có thể dẫn đến gian lận

Kết quả khảo sát cho thấy thủ tục để xem xét các dấu hiệu gian lận chủ yếu là phỏng vấn (tỷ lệ chiếm 84% tổng số phiếu) và đánh giá các thông tin thu thập được từ các đánh giá rủi ro khác và các hoạt động liên quan có dấu hiệu cho thấy sự tồn tại của một hoặc nhiều yếu tố dẫn đến rủi ro có gian lận (tỷ lệ chiếm 76% tổng số phiếu). Thủ

tục kiểm toán liên quan đến gian lận chủ yếu được thực hiện bởi trưởng nhóm kiểm toán và chủ nhiệm kiểm toán, hoặc các KTV cấp cao và chỉ được thực hiện cho các khách hàng lớn và khách hàng có rủi ro cao, còn đối với một số khách hàng, thủ tục này chỉ mang tính hình thức. KTV chưa thực sự đánh giá và phân tích rủi ro gian lận có thể xảy ra, cũng như lượng hóa sai phạm trên BCTC liên quan đến gian lận.

4.2. Thực trạng vận dụng trong giai đoạn thực hiện kiểm toán

4.2.1. Thực trạng về phương pháp xác định và đánh giá rủi ro có sai sót trọng yếu

Kết quả khảo sát cho thấy, các công ty đã tiếp cận và tìm hiểu các thông tin về ngành nghề kinh doanh, các quy định pháp lý và các yếu tố bên ngoài, đặc điểm của ĐV, các chính sách kế toán mà ĐV lựa chọn áp dụng và lý do thay đổi (100% công ty kiểm toán thực hiện). Tuy nhiên, việc đánh giá ban đầu rủi ro cho toàn bộ BCTC chỉ nhấn mạnh đến rủi ro về mặt tài chính, chưa đề cập đến ảnh hưởng của môi trường kinh doanh như mục tiêu, chiến lược của ĐV và những rủi ro kinh doanh có liên quan mà có thể dẫn đến rủi ro có sai sót trọng yếu (chiếm 40% số phiếu), cũng như chưa tìm hiểu việc đo lường và đánh giá kết quả hoạt động của ĐV.

Việc tìm hiểu các yếu tố cơ bản của hệ thống KSNB đóng một vai trò quan trọng trong quá trình tìm hiểu hệ thống KSNB. Các thông tin về KSNB được các KTV chú trọng tìm hiểu bao gồm môi trường kiểm soát (tỷ lệ 92%), hệ thống thông tin liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính, bao gồm các quy trình kinh doanh có liên quan và trao đổi thông tin (tỷ lệ 100%), các hoạt động kiểm soát liên quan đến cuộc kiểm toán (tỷ lệ 80%) và giám sát các kiểm soát (tỷ lệ 80%). Các đánh giá ban đầu về rủi ro kiểm soát trong các Bảng đánh giá rủi ro kiểm soát chủ yếu dựa trên các xét đoán của KTV, chưa có quy trình đánh giá về rủi ro kiểm soát. Thủ tục tìm hiểu hệ thống KSNB chỉ được áp dụng cho các công ty lớn. KTV cũng chưa thực hiện thử nghiệm Walk-through để kiểm tra hiểu biết về hệ thống và thủ tục KSNB (tỷ lệ chiếm 32% tổng số phiếu).

4.2.2. Thực trạng về tài liệu, hồ sơ kiểm toán liên quan đến đánh giá rủi ro

Kết quả khảo sát cho thấy khi trình bày những hiểu biết về hệ thống kiểm soát nội bộ và tìm hiểu những chu trình chính trong doanh nghiệp, KTV chỉ dùng bảng tường thuật, bảng câu hỏi (chiếm tỷ lệ 100%) chứ không thể hiện qua lưu đồ. Bảng tường thuật không giúp KTV hình dung rõ về hệ thống kế toán và các thủ tục kiểm soát, đặc biệt là cách lưu chuyển chứng từ giữa các bộ phận. Phần lớn các công ty sử dụng mẫu của chương trình kiểm toán mẫu do VACPA ban hành ví dụ như mẫu chấp nhận khách hàng mới và đánh giá rủi ro hợp đồng; tìm hiểu khách hàng và môi trường hoạt động; đánh giá chung về hệ thống KSNB của ĐV; trao đổi với ban giám đốc và các cá nhân liên quan về gian lận. Các mẫu này được sử dụng chung cho tất cả các khách hàng và không được sửa đổi thiết kế riêng cho từng đối tượng hay loại hình doanh nghiệp.

4.2.3. Thực trạng về chương trình kiểm toán

Kết quả khảo sát cho thấy các công ty kiểm toán lựa chọn áp dụng theo chương trình kiểm toán mẫu do VACPA cung cấp (chiếm tỷ lệ 100%) mang nội dung bao quát chung cho mọi cuộc kiểm toán mà dường như không được điều chỉnh lại cho phù hợp với từng cuộc kiểm toán cụ thể (chiếm tỷ lệ 84%). Việc này làm cho việc lập kế hoạch chi tiết không tốn thời gian khi chọn ra những thủ tục kiểm toán để thực hiện thích hợp cho mỗi khách hàng.

4.3. Thực trạng vận dụng trong giai đoạn kết thúc kiểm toán

Kết quả khảo sát cho thấy đến giai đoạn này trưởng nhóm kiểm toán tóm tắt các công việc đã thực hiện và kết quả thu được. Sau đó, lập tài liệu soát xét, tổng hợp các sai sót để đề nghị điều chỉnh, dự thảo phục vụ cho mục đích soát xét chất lượng. Sau khi kiểm soát thông qua thì trưởng nhóm kiểm toán sẽ gửi cho khách hàng bản dự thảo các bút toán điều chỉnh và tổ chức họp với ban lãnh đạo đơn vị khách hàng để thông báo kết quả kiểm toán và thảo luận để thống nhất về kết quả cuối cùng của cuộc kiểm toán chứ chưa chú trọng nhiều đến xem xét tiếp cận rủi ro những các giai đoạn trước.

5. Một số khuyến nghị

5.1. Trong giai đoạn lập kế hoạch kiểm toán

5.1.1. Cần áp dụng mô hình rủi ro kinh doanh trong đánh giá rủi ro

Các công ty kiểm toán cần phải tiến hành đổi mới cách tiếp cận kiểm toán, tập trung sử dụng nhiều hơn vào tiếp cận theo rủi ro kinh doanh của khách hàng khi đánh giá về rủi ro kiểm toán, thay vì cách đánh giá truyền thống dựa trên các đánh giá và kết luận về các khoản mục trên BCTC. Đây là cách tiếp cận hiệu quả, vì rủi ro kinh doanh là một nhân tố quan trọng tác động đến việc đánh giá rủi ro tiềm tàng và rủi ro kiểm soát, qua đó tác động đến bản chất, thời gian và phạm vi của công việc kiểm toán thông qua các mức độ yêu cầu khác nhau.

Các nội dung cần tìm hiểu liên quan đến hoạt động kinh doanh của khách hàng như chiến lược kinh doanh, phương hướng hoạt động cũng như mục tiêu kinh doanh đặt ra bởi ban quản trị và xem xét sự tuân thủ pháp luật. KTV cần đánh giá khả năng đạt được mục tiêu kinh doanh đề ra, cũng như đạt được chỉ tiêu liên quan đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. KTV cần tập trung vào các vùng có rủi ro, dễ gian lận như: doanh thu, giá vốn, giá thành, các khoản dự phòng, các ước tính kế toán, các giao dịch với các bên liên quan,... sử dụng thư giải trình một cách có hiệu quả để bổ sung cho quá trình thu thập bằng chứng kiểm toán và bảo vệ KTV khi có rủi ro xảy ra.

5.1.2. Thiết kế quy trình lập kế hoạch kiểm toán, đánh giá rủi ro

Trong giai đoạn chấp nhận khách hàng mới hoặc duy trì khách hàng cũ cần: Thu thập thông tin cơ bản về khách hàng để đánh giá sơ bộ rủi ro của khách hàng đó bằng các thủ tục, như: Phỏng vấn Ban giám đốc, bên thứ 3, nhà quản lý và nhân viên có vai trò quan trọng trong ĐV, KTV tiền nhiệm. Tìm hiểu các thông tin chung về doanh nghiệp, Các quy định pháp lý liên quan đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, Hệ thống thông tin kế toán, Tính hữu hiệu của quy trình quản lý và kiểm soát rủi ro của ĐV được kiểm toán

Sau đó, dựa vào các thông tin thu thập được, KTV nghiên cứu và phân tích sơ bộ tình hình tài

chính của ĐV, đánh giá và ước lượng sơ bộ về mức trọng yếu và rủi ro tiềm tàng trong hoạt động kinh doanh của khách hàng để quyết định có nhận lời kiểm toán hay không.

5.1.3. Tìm hiểu và đánh giá về kiểm soát nội bộ của đơn vị khách hàng

Giai đoạn này cần xác định rủi ro thông qua quá trình thu thập những hiểu biết cần có về ĐV được kiểm toán và môi trường của ĐV, trong đó có kiểm soát nội bộ, như: Các yếu tố ngành nghề, pháp lý và những yếu tố bên ngoài khác; Đặc điểm của ĐV; Các chính sách kế toán mà ĐV lựa chọn áp dụng và lý do thay đổi (nếu có); Mục tiêu, chiến lược và những rủi ro kinh doanh có liên quan mà có thể dẫn đến rủi ro có sai sót trọng yếu,...

Sau đó, tìm hiểu và đánh giá hệ thống kiểm soát nội bộ của ĐV được kiểm toán bằng các công cụ hỗ trợ và hồ sơ cần lưu lại, như:

- Bảng câu hỏi được thiết kế riêng cho từng loại hình doanh nghiệp, ngành nghề.
- Vẽ lưu đồ cho các quy trình kinh doanh chính của doanh nghiệp.

Các đánh giá rủi ro được sử dụng trong giai đoạn này:

- Phỏng vấn Ban Giám đốc và các cá nhân khác trong ĐV mà theo xét đoán của KTV có khả năng cung cấp thông tin hỗ trợ cho việc xác định rủi ro có sai sót trọng yếu do gian lận hoặc nhầm lẫn.
- Quan sát việc áp dụng các kiểm soát cụ thể của ĐV.
- Kiểm tra, thu thập các báo cáo và tài liệu, xem xét hồ sơ kiểm toán năm trước.
- Kiểm tra các giao dịch trên hệ thống thông tin liên quan đến BCTC
- Xem xét việc sử dụng thông tin thu thập được từ thủ tục đánh giá chấp nhận hoặc duy trì khách hàng.

5.2. Trong giai đoạn thực hiện kiểm toán

5.2.1. Thực hiện các đánh giá rủi ro bằng các thủ tục kiểm toán

Thực hiện các thủ tục kiểm toán bằng cách:

Bước 1: Phỏng vấn

Tùy thuộc vào mục tiêu của KTV và từng đối tượng phỏng vấn mà nội dung của các câu hỏi cần được thiết kế cho phù hợp. Các câu hỏi cần hướng

vào việc tìm hiểu các khía cạnh cụ thể, đặc biệt là tìm hiểu các thông tin liên quan đến hệ thống thông tin tài chính.

Phân tích

- (a) Nhận diện mối tương quan giữa các dữ liệu
- (b) So sánh
- (c) Đánh giá

Bước 2: Xác định rủi ro có sai sót trọng yếu ở cấp độ báo cáo tài chính và ở cấp độ khoản mục. Đánh giá những rủi ro đã xác định và đánh giá liệu chúng có ảnh hưởng lan tỏa đến tổng thể báo cáo tài chính và ảnh hưởng tiềm tàng đến nhiều cơ sở dẫn liệu hay không?

Bước 3: Tiến hành xem xét các kiểm soát của ĐV đối với những rủi ro liên quan tới việc ghi chép không chính xác hoặc không đầy đủ các nhóm giao dịch và số dư tài khoản có tính chất thường xuyên và quan trọng.

Bước 4: Thảo luận nhóm kiểm toán

Bước 5: Đánh giá lại rủi ro.

Bước 6: Hồ sơ hóa tài liệu đánh giá rủi ro.

5.2.2. Phát triển kỹ thuật phân tích phục vụ cho mục đích đánh giá rủi ro

Các công ty kiểm toán cần phải xây dựng quy trình phân tích và vận dụng quy trình phân tích này trong tất cả các giai đoạn của cuộc kiểm toán. Công ty kiểm toán cần hướng dẫn chi tiết việc phân tích, cần dựa vào các thông tin tài chính và phi tài chính, giúp KTV nhận xét và đánh giá khái quát về tình hình tài chính của khách hàng, những rủi ro mà KTV sẽ gặp phải nhằm hạn chế và đưa ra những kỹ thuật kiểm toán thích hợp, nâng cao chất lượng của cuộc kiểm toán.

5.2.3. Sử dụng phần mềm kiểm toán để hỗ trợ cho công tác đánh giá rủi ro

Phần khảo sát thực trạng cho thấy, hiện tại các công ty kiểm toán vẫn chưa tiếp cận và sử dụng công cụ hỗ trợ là phần mềm kiểm toán để phục vụ cho quá trình đánh giá rủi ro. Phương pháp này bao gồm các quy trình và tiêu chí đánh giá rủi ro. Dựa trên các tiêu chí này, KTV sẽ thực hiện phân tích, đối chiếu và đưa ra đánh giá về rủi ro. Đây là công cụ hỗ trợ rất hữu ích, giảm thiểu thời gian kiểm toán và nâng cao chất lượng kiểm toán của các công ty kiểm toán và cũng là công cụ hỗ trợ nên được các

công ty kiểm toán vừa và nhỏ cần hướng đến để bổ sung cho quy trình đánh giá rủi ro của mình.

5.3. Trong giai đoạn kết thúc kiểm toán

5.3.1. *Đánh giá ảnh hưởng của những sai sót phát hiện giai đoạn kết thúc kiểm toán và việc tổng hợp bút toán điều chỉnh*

KTV nên căn cứ vào tính trọng yếu của các bộ phận để từ đó đưa ra bút toán điều chỉnh thích hợp. Trong giai đoạn kết thúc kiểm toán, công ty kiểm toán cần có yêu cầu đối với người soát xét những sai sót trong giai đoạn kết thúc kiểm toán đánh giá sai sót có phải là sai sót trọng yếu hay không, yêu cầu đối với KTV làm nhiệm vụ soát xét như sau:

Về vị trí: Là trưởng nhóm kiểm toán hay người phụ trách nhóm kiểm toán.

Về trình độ chuyên môn: Có trình độ chuyên môn đáp ứng những tiêu chuẩn về tiêu chuẩn, điều kiện đối với KTV hành nghề, tổ chức kiểm toán được chấp thuận kiểm toán như: Ngoài các tiêu chuẩn quy định tại Luật KTĐL, KTV hành nghề được chấp thuận phải có các tiêu chuẩn, như: Có tên trong danh sách KTV đủ điều kiện hành nghề kiểm toán trong kỳ chấp thuận được BTC công khai tại thời điểm nộp hồ sơ đăng ký thực hiện kiểm toán.

5.3.2. *Hoàn thiện hệ thống kiểm soát, soát xét chất lượng*

Để xây dựng một hệ thống kiểm soát chất lượng hữu hiệu, các công ty kiểm toán cần xây dựng và duy trì hệ thống kiểm soát chất lượng bao gồm các chính sách và thủ tục cho từng yếu tố sau: Trách nhiệm của Ban giám đốc về chất lượng trong doanh

nh nghiệp kiểm toán; Chuẩn mực, các quy định về đạo đức nghề nghiệp có liên quan; Chấp nhận và duy trì quan hệ khách hàng và các hợp đồng dịch vụ cụ thể; Nguồn nhân lực; Thực hiện hợp đồng dịch vụ; Giám sát.

Đối với việc thực hiện soát xét, công ty cần ban hành quy trình soát xét bao gồm các cấp soát xét hồ sơ, thời hạn soát xét. Việc soát xét được thực hiện trước, trong và sau khi thực hiện công việc thu thập bằng chứng kiểm toán. Các công ty có thể áp dụng hệ thống soát xét 3 cấp bậc để nâng cao chất lượng kiểm toán BCTC. Đối với KTV chính phải soát xét tất cả các phần hành, nội dung công việc kiểm toán và ký vào tất cả các giấy tờ làm việc đã soát xét. Sau khi thấy đã thỏa mãn đối với kết quả công việc, KTV chính sẽ chuyển hồ sơ kiểm toán lên cấp cao hơn là cán bộ quản lý kiểm toán (cấp Manager/senior manager) ở cấp này sẽ soát xét lại một cách tổng thể toàn bộ hồ sơ kiểm toán và tập trung vào những nội dung quan trọng, có ảnh hưởng trọng yếu đến BCTC. Tiếp sau cấp quản lý là Chủ phần hùn (Partner), ở cấp độ này Partner tập trung vào những vấn đề trọng yếu và tổng thể toàn bộ BCTC, phân tích đánh giá chung. Cuối cùng, trước khi phát hành BCKT các cấp quản lý đều phải khẳng định bằng việc ký vào bản giải trình về việc soát xét và chấp thuận kết quả kiểm toán. Trong đó nêu rõ và cam kết rằng tất cả các thành viên này đều đã hiểu một cách đầy đủ và thực hiện các công việc cần thiết theo đúng phạm vi trách nhiệm của mình và phù hợp với các quy định hướng dẫn của công ty cũng như chuẩn mực kiểm toán ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Tài chính (2013), *Hệ thống chuẩn mực kiểm toán Việt Nam*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
2. Hội Kiểm toán viên hành nghề Việt Nam (2013), *Tài liệu họp thường niên Giám đốc các công ty kiểm toán*.
3. Hội kiểm toán viên hành nghề Việt Nam (2019), *Chương trình kiểm toán mẫu kiểm toán báo cáo tài chính (bản cập nhật lần 3)*.
4. Hoàng Thị Thu Trang (2008), *Hoàn thiện đánh giá rủi ro nhằm nâng cao chất lượng của cuộc kiểm toán BCTC tại các công ty kiểm toán độc lập nhỏ và vừa tại Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

5. Kiểm toán Nhà nước (2019), *Quyết định số 01/2019/QĐ-KTNN ngày 30 tháng 01 năm 2019, Ban hành Hướng dẫn phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro và xác định trọng yếu trong kiểm toán Báo cáo tài chính doanh nghiệp.*

Ngày nhận bài: 24/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/4/2022

Thông tin tác giả:

TS. VŨ THỊ THU HUYỀN

Khoa Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Thương mại

THE USE OF RISK-BASED AUDIT APPROACH IN STAGES OF A FINANCIAL STATEMENT AUDIT

● **Ph.D VU THI THU HUYEN**

Faculty of Accounting - Auditing, Thuongmai University

ABSTRACT:

A risk-based audit approach helps auditors identify potential material misstatement and establish appropriate audit procedures to reduce the risk of material misstatement to ensure the effectiveness and efficiency of an audit. However, by analyzing primary and secondary data collected from relevant studies, and interviewing auditors at 25 independent auditing firms in Hanoi, this study finds out that the risk-based audit approach is not very useful. This study makes some recommendations about the use of risk-based audit approach in stages of an audit.

Keywords: approach to risk assessment, audit method, stage of an audit, financial statements.

ẢNH HƯỞNG CỦA HỆ THỐNG KIỂM SOÁT NỘI BỘ ĐẾN TÍNH TRUNG THỰC CỦA BÁO CÁO TÀI CHÍNH

● NGUYỄN TRỌNG NGUYÊN - NGUYỄN THỊ THẢO HỒNG - DUY GIA HUỆ

TÓM TẮT:

Bài viết tập trung phân tích ảnh hưởng của hệ thống kiểm soát nội bộ đến tính trung thực của báo cáo tài chính. Bằng phương pháp nghiên cứu định lượng, kết quả nghiên cứu cho thấy tính trung thực báo cáo tài chính chịu tác động bởi các yếu tố cấu thành của kiểm soát nội bộ. Nhóm tác giả đã xây dựng Bảng câu hỏi gồm 29 biến quan sát, trong đó biến phụ thuộc là tính trung thực của báo cáo tài chính gồm 5 biến quan sát, 5 biến độc lập là 5 yếu tố cấu thành của kiểm soát nội bộ gồm 24 biến quan sát. Bảng khảo sát được thực hiện với 105 mẫu. Kết quả cho thấy Tính trung thực báo cáo tài chính chỉ đạt mức trung bình chung 3,84 và chịu tác động nhiều nhất là yếu tố môi trường kiểm soát, điều này là phù hợp với thực trạng tại Việt Nam.

Từ khóa: báo cáo tài chính, tính trung thực, kiểm soát nội bộ, doanh nghiệp vừa và nhỏ.

1. Đặt vấn đề

Báo cáo tài chính là nguồn cung cấp những thông tin tài chính chủ yếu để đánh giá thực trạng tài chính, kết quả hoạt động kinh doanh, dòng tiền của doanh nghiệp. Một mặt, báo cáo tài chính cung cấp thông tin hữu ích cho nhà quản lý, hỗ trợ cho việc kiểm tra, giám sát tình hình sử dụng vốn và khả năng huy động nguồn vốn vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Mặt khác, đối với người bên ngoài, báo cáo tài chính của doanh nghiệp là kênh thông tin giúp Nhà nước trong việc đưa ra những quyết định mang tính vĩ mô. Doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam chiếm trên 95% về mặt số lượng. Tuy nhiên, trong thực tế, báo cáo tài chính các doanh nghiệp vừa và nhỏ được lập không phản ánh đúng thực trạng tài chính của doanh nghiệp. Một trong những lý do báo cáo tài chính không trung thực xuất phát từ kiểm soát nội bộ của chính doanh nghiệp.

Theo COSO (The Committee of Sponsoring Organizations) năm 2013. “Kiểm soát nội bộ là một quá trình, chịu ảnh hưởng bởi Hội đồng quản trị, người quản lý và các nhân viên của đơn vị, được thiết lập để cung cấp một sự đảm bảo hợp lý nhằm đạt được các mục tiêu về hoạt động, báo cáo tài chính và tuân thủ”. Kiểm soát nội bộ bao gồm 5 yếu tố cấu thành: Môi trường kiểm soát, Đánh giá rủi ro, Các hoạt động kiểm soát, Truyền thông, thông tin và Giám sát. Một trong những mục tiêu của kiểm soát nội bộ là giúp báo cáo tài chính trung thực, vì vậy các yếu tố cấu thành của kiểm soát nội bộ đều có ảnh hưởng đến quy trình lập báo cáo tài chính.

Quy trình lập báo cáo tài chính là một chuỗi các hoạt động bao gồm: thu thập các nghiệp vụ phát sinh thông qua các chứng từ, sử dụng các phương pháp kế toán như: phân loại đối tượng kế toán, tính giá để ghi vào sổ sách liên quan, từ đó làm cơ sở

cho việc lập các báo cáo tài chính. Các hoạt động trong quy trình này cần phải tuân thủ các quy định và chuẩn mực kế toán hiện hành tuân thủ các nguyên tắc và những yêu cầu của kế toán.

Báo cáo tài chính được đánh giá là trung thực khi thể hiện các yêu cầu: đầy đủ, khách quan, không sai sót, các lựa chọn về chính sách kế toán phải phù hợp với thực tế của doanh nghiệp.

Việc thiết kế, thực hiện và duy trì kiểm soát nội bộ có thể thay đổi theo quy mô và mức độ phức tạp của đơn vị. Trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ có đặc điểm quyền sở hữu quản lý tập trung vào một số người, số lượng nhân viên ít, vì vậy, các doanh nghiệp này có thể sử dụng ít chức năng, ít thủ tục hơn và các quy trình, thủ tục đơn giản hơn để thực hiện mục tiêu của mình. Trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ khó phân biệt một cách rõ rệt các thành phần của kiểm soát nội bộ, tuy nhiên, mọi yếu tố của kiểm soát nội bộ sẽ vẫn được thực hiện. Điều này có thể xảy ra khi chủ sở hữu, đồng thời là nhà quản lý có thể cùng lúc thực hiện nhiều chức năng liên quan đến các thành phần khác nhau của kiểm soát nội bộ.

Vì vậy, mức độ ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành của kiểm soát nội bộ đến tính trung thực của báo cáo tài chính tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ có sự khác biệt so với những doanh nghiệp lớn.

2. Tổng quan nghiên cứu

Afiah N.N & Azwari P.C (2015) nghiên cứu sự ảnh hưởng của kiểm soát nội bộ đến chất lượng báo cáo tài chính và đến việc quản lý tốt của khu vực công. Kết quả cho thấy, kiểm soát nội bộ có ảnh hưởng tốt hơn đáng kể đến chất lượng báo cáo tài chính, tới 41%. Việc nâng cao kiểm soát hệ thống kiểm soát nội bộ của Chính phủ trở thành một phần quan trọng đối với chất lượng báo cáo tài chính ở chính quyền địa phương.

Theo Angella.A, (2009), gian lận trong việc lập báo cáo tài chính và những vụ bê bối kế toán ở tất cả các quốc gia thường liên quan đến tổ chức kiểm soát nội bộ. Năm 1987, trong kết quả nghiên cứu của Ủy ban tài trợ tại Mỹ đã cho thấy, nguyên nhân hàng đầu dẫn đến những gian lận về thông tin tài chính của các công ty là sự vắng bóng hoặc yếu kém trong tổ chức kiểm soát nội bộ.

Bên cạnh đó, nghiên cứu gần đây của Lê Thị Thảo (2020) về “Hệ thống kiểm soát nội bộ ảnh

hưởng đến chất lượng báo cáo tài chính trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa” - Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh cho thấy, hệ thống kiểm soát nội bộ có ảnh hưởng đến chất lượng báo cáo tài chính trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, mức độ ảnh hưởng của các thành phần sắp xếp theo thứ tự giảm dần: (1) Môi trường kiểm soát, (2) Đánh giá rủi ro, (3) Thông tin và truyền thông, (4) Giám sát, (5) Hoạt động kiểm soát, (6) Công nghệ thông tin. Kết quả nghiên cứu giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ cải thiện, nâng cao chất lượng báo cáo tài chính, đồng thời giúp giảm bớt hoặc loại bỏ các điểm yếu trong quy trình thực hiện kiểm soát nội bộ, nhằm tăng cường nền tảng nội bộ và ảnh hưởng tích cực đến quản trị.

Theo nghiên cứu của Nguyễn Anh Hiền (2019) về “Ảnh hưởng của hệ thống kiểm soát nội bộ đến chất lượng báo cáo tài chính tại các doanh nghiệp”, tác giả đã sử dụng dữ liệu sơ cấp thu thập từ bảng câu hỏi khảo sát của 215 doanh nghiệp và thông qua phần mềm SPSS 20.0 để phân tích cho thấy, kết quả là kiểm soát nội bộ có ảnh hưởng đến chất lượng thông tin của doanh nghiệp. Mức độ ảnh hưởng của các bộ phận hợp thành hệ thống kiểm soát nội bộ được sắp xếp theo thứ tự mức độ quan trọng, lần lượt là: Môi trường kiểm soát, hoạt động kiểm soát, đánh giá rủi ro, thông tin truyền thông, công nghệ thông tin, Giám sát. Điều này cho thấy, môi trường kiểm soát và hoạt động kiểm soát có ảnh hưởng quan trọng đến chất lượng báo cáo tài chính của doanh nghiệp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Từ các lý thuyết đã nghiên cứu tại phần 1 và 2, tác giả xây dựng bảng câu hỏi, trong đó có 29 biến quan sát. Biến phụ thuộc - trung thực báo cáo tài chính (TT) có 5 biến quan sát, 5 biến độc lập: Môi trường kiểm soát (MTKS) 6 biến quan sát; Đánh giá rủi ro (DGRR) 3 biến quan sát; Hoạt động kiểm soát (HDKS) 7 biến quan sát; Thông tin và truyền thông (TTTT) 5 biến quan sát; Giám sát (GS) 0 biến quan sát.

Tác giả sử dụng thang đo Likert 5 bậc để đánh giá mức độ đồng ý của người được khảo sát đối với từng phát biểu (1 = Hoàn toàn không đồng ý; 2 = Không đồng ý; 3 = Bình thường; 4 = Đồng ý; 5 =

Hoàn toàn đồng ý). Bảng câu hỏi gồm 2 phần chính: Phần thứ nhất bao gồm những thông tin cơ bản về ứng viên như: Giới tính, tuổi đời, trình độ học vấn, chức vụ, ngành nghề của doanh nghiệp mà người khảo sát đang công tác; Phần thứ hai được thiết kế thu thập những ý kiến về 29 câu hỏi liên quan 29 biến quan sát. Bảng câu hỏi được gửi bằng hình thức Google.docs, kết quả nhận được 105 phản hồi hợp lệ từ người được khảo sát. Dữ liệu được xử lý trên phần mềm phân tích SPSS 20.0 dưới dạng các mã số được quy ước từ trước. Căn cứ dữ liệu đã mã hóa vào phần mềm, tiến hành chạy các mô hình kiểm định thang đo, tính tương quan giữa các biến và xác định mô hình hồi quy ảnh hưởng.

4. Kết quả và phân tích

Từ Bảng 1, kết quả trung bình thống kê chung của tính trung thực báo cáo tài chính cho thấy, báo cáo tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam không cao. Trong đó, 2 biến TT1 “Doanh nghiệp không bỏ ngoài sổ sách các nghiệp vụ kinh tế phát sinh” và TT2 “Doanh nghiệp không tạo ra các nghiệp vụ không có thật để ghi nhận vào sổ sách” với mức trung bình chung lần lượt là: 3,66 và 3,5 cho thấy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ không tuân thủ những yêu cầu của pháp luật về kế toán trong việc ghi chép và lập báo cáo tài chính, từ đó dẫn đến sự trung thực của báo cáo tài chính không cao.

Bảng 1. Thống kê mô tả về tính trung thực báo cáo tài chính

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TT1: Doanh nghiệp không bỏ ngoài sổ sách các nghiệp vụ phát sinh	105	1	5	3.66	.949
TT2: Doanh nghiệp không tạo ra nghiệp vụ không có thật để ghi nhận	105	1	5	3.50	1.178
TT3: Số liệu báo cáo tài chính luôn chính xác giữa chứng từ, sổ chi tiết và sổ tổng hợp	105	1	5	4.21	.987
TT4: Doanh nghiệp áp dụng chính sách kế toán phù hợp, tuân thủ chuẩn mực kế toán	105	1	5	4.00	.820
TT5: Doanh nghiệp có chính sách kế toán phù hợp với thực tế	105	1	5	3.80	.789

4.1. Kiểm định thang đo

Để đánh giá độ tin cậy của thang đo, tác giả sử dụng phương pháp kiểm định độ tin cậy Cronbachs Alpha, hệ số này cho phép đánh giá xem nếu đưa các biến quan sát nào đó thuộc về một biến nghiên cứu thì có phù hợp hay không. Sử dụng phương pháp hệ số tin cậy Cronbachs Alpha trước khi phân tích nhân tố EFA để loại các biến không phù hợp. Kết quả cho thấy, các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và Cronbachs Alpha lớn hơn 0,7. Tuy nhiên, để tăng cường độ tin cậy của thang đo, tác giả loại 3 biến (TT2, MTKS2, DGRR3). Như vậy, sau khi loại 3 biến, mô hình còn lại là 26 biến quan sát bao gồm 22 biến độc lập và 4 biến phụ thuộc tiến hành qua bước phân tích EFA.

Bảng 2 cho thấy kết quả KMO = 0,898 > 0,5 và kiểm định Bartlett test có giá trị Sig = 0,000 < 0,05, chứng tỏ thang đo có giá trị về mặt thống kê.

Bảng 2. Kiểm định KMO và Bartlett's

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.898
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1665.260
	df	231
	Sig.	.000

4.2. Phân tích hồi quy đa biến

Kết quả hồi quy đa biến: Kết quả hồi quy cho thấy, 5 nhân tố MTKS, DGRR, TTTT, HDKS, GS đều có hệ số Sig < 0.05 nên đều có ý nghĩa thống kê. Phương trình tuyến tính được viết lại như sau:

$$TT = 0.4 * MTKS + 0.379 * DGRR + 0.172 * GS - 0.132 * TTTT + 0.043 * HDKS + \epsilon$$

- Kết quả hồi quy cho thấy, thứ tự ảnh hưởng của các bộ phận cấu thành hệ thống kiểm soát nội bộ đến chất lượng báo cáo tài chính của các doanh nghiệp theo mức độ quan trọng, lần lượt là: Môi trường kiểm soát, đánh giá rủi ro, Giám sát, Thông tin truyền thông, Hoạt động kiểm soát. Điều này chứng tỏ môi trường kiểm soát và đánh giá rủi ro có ảnh hưởng quan trọng đến chất lượng báo cáo tài chính của doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Mức độ giải thích của mô hình: theo kết quả nghiên cứu, R² hiệu chỉnh là 0.539 > 0.5 cho thấy mô hình hồi quy tốt và các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy ảnh hưởng 53,9% sự biến thiên của biến phụ thuộc, còn lại 46,1% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

- Mức độ phù hợp của mô hình: Bảng ANOVA cho kết quả kiểm định F để đánh giá giả thuyết sự phù hợp của mô hình hồi quy. Giá trị sig kiểm định F bằng 0.000 < 0.05, do đó, mô hình hồi quy là phù hợp. Như vậy, có thể kết luận mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với dữ liệu thực tế, các biến độc lập có quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc.

5. Hàm ý

Từ kết quả nghiên cứu trong mô hình hồi quy cho thấy, môi trường kiểm soát, đánh giá rủi ro và giám sát là 3 yếu tố tác động nhiều nhất đến tính trung thực của báo cáo tài chính, vì vậy theo tác giả, để nâng cao tính trung thực báo cáo tài chính các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam, các bên liên quan cần quan tâm đến những vấn đề sau:

- Một là, để hoàn thiện môi trường của doanh nghiệp, đầu tiên các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cần nhận thức môi trường kiểm soát là yếu tố có ảnh hưởng rất lớn đến các yếu tố còn lại của hệ thống kiểm soát nội bộ và đặc biệt ảnh hưởng đến tính trung thực của báo cáo tài chính. Như vậy, để nâng cao nhận thức của nhà lãnh đạo, các cơ sở đào tạo cần bổ sung những môn học về đạo đức, trang bị những kiến thức về đạo đức cho các nhà lãnh đạo doanh nghiệp. Mặt khác, các cơ quan hành pháp cần thực thi luật pháp đối với những doanh nghiệp báo cáo tài chính không trung thực, qua đó sẽ giúp nâng cao ý thức của lãnh đạo nói riêng và nhân viên trong doanh nghiệp nói chung.

- Hai là, môi trường hoạt động của doanh nghiệp sẽ hình thành nhiều rủi ro, từ đó có thể ảnh hưởng đến tính trung thực của báo cáo tài chính. Vì vậy, nhà quản lý cần xem trọng vấn đề này. Để xem xét rủi ro, nhà quản lý cần xác định rõ ràng các mục tiêu cụ thể của công ty, từ đó lựa chọn chương trình phù hợp để đảm bảo thực hiện những mục tiêu đó. Rủi ro là những yếu tố làm cản trở quá trình đạt được mục tiêu, qua đó nhà quản lý nhận dạng và đánh giá rủi ro. Bên cạnh đó, khi môi trường thay đổi như các điều kiện về kinh tế, chế độ của Nhà nước, công nghệ, luật pháp sẽ làm rủi ro thay đổi. Vì vậy, nhà quản lý cần thường xuyên xem xét lại, cập nhật, điều chỉnh khi có sự biến động hoặc theo từng thời kỳ.

- Cuối cùng, công tác giám sát cũng cần được chú trọng, trong những doanh nghiệp vừa và nhỏ với đặc thù của mình, sẽ không hình thành bộ phận kiểm toán nội bộ. Vì vậy, hàng năm, nhà quản lý cần thành lập tổ kiểm tra bao gồm những thành viên có chuyên môn để đánh giá về việc chấp hành những quy định của công ty và những quy định của Nhà nước, thông qua đó góp phần nâng cao tính trung thực báo cáo tài chính ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Afiah, N. N. & Azwari, P. C. (2015). The Effect of The Implementation of Government Internal Control System (GICS) on The Quality of Financial Reporting of The Local Government and Its Impact on The Principles of Good Governance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 211, 811-818.
2. Angella.A. (2009). Evaluation of Internal Cotrol Systems: A case study from Uganda. *International Research Journal of Finance and Economics*, 1(27), 124-144.

3. COSO. (2013). Internal Control - Integrated Framework. [Online] Available at <https://www.coso.org/documents/coso-crowe-coso-internal-control-integrated-framework.pdf>
4. Nguyễn Anh Hiền (2019). Ảnh hưởng của hệ thống kiểm soát nội bộ đến chất lượng báo cáo tài chính tại các doanh nghiệp, *Tạp chí Tài chính*, 707, 35-37.
5. Lê Thị Thảo (2020). *Hệ thống kiểm soát nội bộ ảnh hưởng đến chất lượng báo cáo tài chính trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa*. Luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN TRỌNG NGUYỄN

2. NGUYỄN THỊ THẢO HỒNG

3. DUY GIA HUỆ

Trường Đại học Sài Gòn

THE INFLUENCE OF THE INTERNAL CONTROL SYSTEM ON THE TRUTHFULNESS OF FINANCIAL STATEMENTS

● Ph.D **NGUYEN TRONG NGUYEN**¹

● **NGUYEN THI THAO HONG**¹

● **DUI GIA HUE**¹

¹Saigon University

ABSTRACT:

This study analyzes the influence of the internal control system on the truthfulness of financial statements. By using quantitative research method, this study finds out that the truthfulness of financial statements is affected by the constitutive elements of the internal control system. A questionnaire consisting of 29 observed variables is designed. The dependent variable is the truthfulness of the financial statements, including 5 independent variables, 5 other dependent variables are 5 constituent elements of the internal control system, including 24 observed variables. There are 105 samples in this study. The study's results show that the truthfulness of financial statements is 3.84 on average and it is most affected by the control environment. This result is consistent with the current situation in Vietnam.

Keywords: financial statement, honesty, internal control, small and medium-sized enterprises.

TÍCH HỢP KẾ TOÁN MÔI TRƯỜNG TRONG VAI TRÒ CÔNG CỤ QUẢN LÝ MÔI TRƯỜNG Ở CÁC CÔNG TY XÂY DỰNG TẠI VIỆT NAM

● TRẦN THỊ THANH HUYỀN - HOÀNG BẮC AN

TÓM TẮT:

Việc tích hợp kế toán môi trường (KTMT) vào Hệ thống quản lý môi trường (EMS) sẽ được coi là sự tuân thủ tự điều chỉnh đối với yêu cầu pháp lý và quy định, nhằm giảm các chi phí liên quan đến vấn đề môi trường, tạo được sản phẩm xanh phù hợp với xu hướng phát triển trong xây dựng hiện nay. Nghiên cứu nhấn mạnh vào việc sử dụng KTMT để cải tiến liên tục các chính sách và quy trình của công ty thông qua việc tích hợp các quy định, tiêu chuẩn trong xây dựng, phát triển khoa học vào EMS cùng với các lĩnh vực chức năng khác trên góc độ của các công ty xây dựng tại Việt Nam.

Từ khóa: hệ thống quản lý môi trường, kế toán môi trường, công ty xây dựng.

1. Đặt vấn đề

Hệ thống quản lý môi trường (EMS) được ra đời với các tiêu chuẩn ISO 14001 đã trở thành một trong những công cụ đắc lực giúp doanh nghiệp (DN) quản lý, thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường và minh chứng cho các yêu cầu về pháp lý có liên quan. Các công ty xây dựng (CTXD) khi thực hiện các dự án luôn đối mặt với nhiều thách thức khi vừa phải hoàn thành dự án trong tiến độ và ngân sách chủ sở hữu yêu cầu vừa phải thực hiện giảm thiểu các tác động có hại đến môi trường (Hendrickson và Horvath 2000), như: phá dỡ, san lấp mặt bằng tạo ra lượng lớn tiếng ồn và bụi ô nhiễm; việc xây dựng các công trình ảnh hưởng đến đất và mạch nước ngầm cũng như không khí xung quanh nơi dự án công trình xây dựng triển khai; việc hoàn thiện dự án cũng gây không ít các bụi khí làm ô nhiễm môi trường xung quanh;... Khi các vấn

đề gây ô nhiễm môi trường xảy ra, CTXD sẽ phải đối mặt với các chi phí giải quyết hậu quả tốn kém và mất thời gian nếu không thực hiện giám sát các hoạt động này ngay khi bắt đầu thực hiện các dự án.

Chính vì vậy, bài viết nghiên cứu “Tích hợp kế toán môi trường trong vai trò công cụ quản lý môi trường ở các công ty xây dựng tại Việt Nam” như một giải pháp quản lý trong EMS và tiêu chuẩn ISO 14001 nhằm mục đích tóm tắt các yếu tố cần thiết của EMS, các lợi ích và chi phí tiềm năng cũng như tầm quan trọng của các CTXD trong việc triển khai các hệ thống đó được tích hợp thông qua việc vận dụng chúng trong các chính sách về KTMT của các CTXD.

2. Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu của Patrick de Beer, Francois Friend (2005) về chi phí môi trường và Lucila M.S. Campos (2012) về Hệ thống EMS cũng

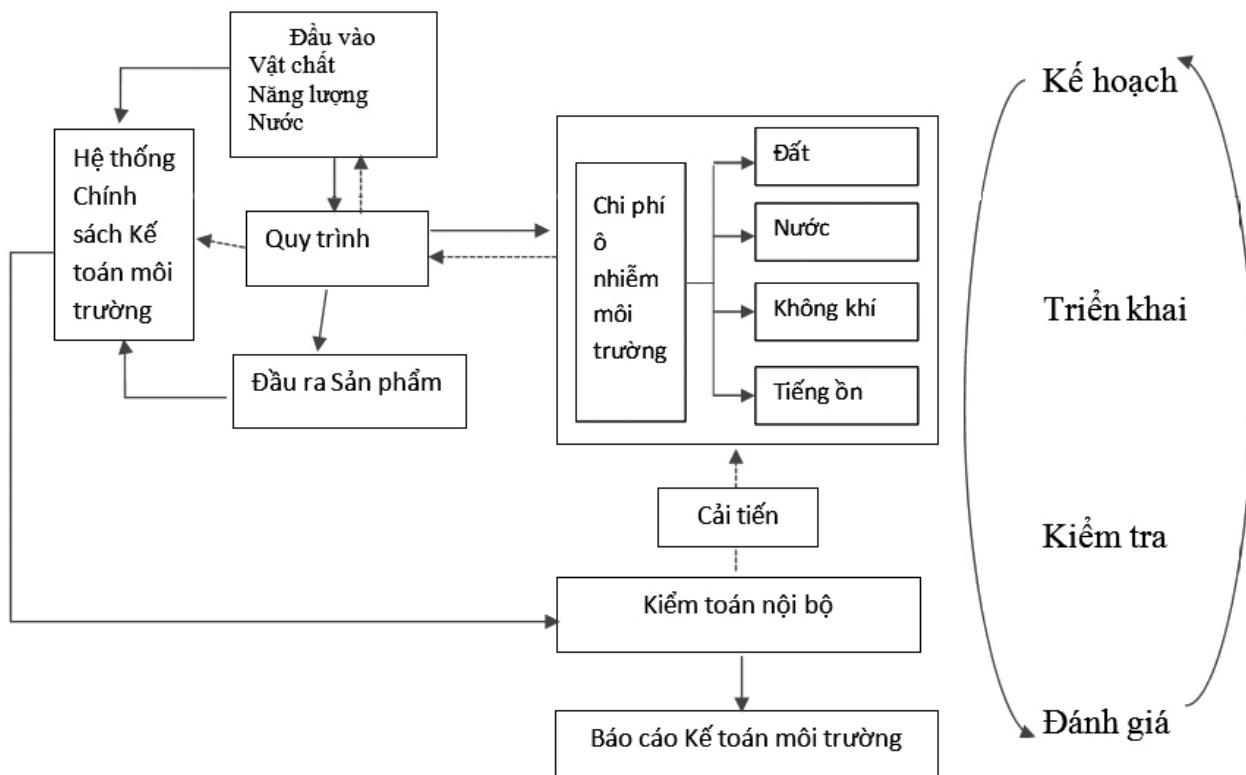
như đặc thù của ngành Xây dựng đối với các dự án xây dựng, tác giả hướng tới việc tích hợp KTMT như một công cụ của hệ thống EMS thông qua các chính sách môi trường theo dõi, đo lường, giám sát và cải tiến các thông số môi trường trong dự án xây dựng. Việc tích hợp này sẽ được dùng để giám sát và đo lường tác động môi trường tạo ra trong tất cả các quá trình liên quan của dự án. Từ đó, hệ thống dữ liệu môi trường sẽ cung cấp cho DN cơ hội xem xét các hoạt động cải tiến của mình thông qua việc phân bổ nguồn lực phù hợp cho các sáng kiến về môi trường nhằm giảm áp lực về chi phí cũng như các vấn đề luật pháp có liên quan trong quá trình thực hiện dự án.

Mô hình nghiên cứu KTMT trong ngành Xây dựng được sử dụng để xác định và thiết lập hệ thống giám sát và đo lường cho hệ thống KTMT trong vai trò chính sách của Hệ thống EMS. Do đặc thù ngành Xây dựng tác động chủ yếu đến môi trường thông qua các tác động về phát thải không khí, ô nhiễm nguồn nước, đất và tiếng ồn. Như vậy, các chi phí phát sinh chủ yếu trong các dự án xây

dựng liên quan đến môi trường phần lớn sẽ tác động trên 4 thông số trên. Quá trình này được phản ánh xuyên suốt từ giai đoạn lập dự án, triển khai thi công và hoàn thiện dự án. Theo đó, Hệ thống EMS được xây dựng dựa trên chu trình PDCA thực hiện theo một vòng tròn Lập kế hoạch - Triển khai - Kiểm tra - Đánh giá và hệ thống chính sách KTMT sẽ tham gia trong 3 giai đoạn Lập kế hoạch - Triển khai - Kiểm tra. Tiếp theo đó Kiểm toán nội bộ sẽ đóng vai trò là người kiểm tra, đánh giá các rủi ro trong quá trình triển khai, thực hiện từ đó đưa ra các cải tiến về mặt chính sách cho giai đoạn đầu vào quy trình và đầu ra, giúp hệ thống chính sách KTMT hoàn thiện hơn và Hệ thống EMS sẽ đạt được hiệu quả về mặt kiểm soát chi phí cũng như tuân thủ các nguyên tắc về môi trường tại các CTXD. (Hình 1)

Hệ thống KTMT: Khi quản lý môi trường trong kinh doanh đã phát triển theo thời gian, mối quan tâm ngày càng tăng trong việc phát triển sự hiểu biết tốt hơn về các chi phí và lợi ích tài chính liên quan đến môi trường làm đầu vào cho kế toán quản

Hình 1: Mô hình nghiên cứu KTMT trong hệ thống EMS



trị thông thường. Kích thích chính là bằng chứng ngày càng tăng tập trung vào các yếu tố có thể nâng cao lợi nhuận và vị thế tài chính của doanh nghiệp. KTMT được sử dụng để đánh giá toàn bộ chi phí môi trường liên quan đến các hoạt động và/hoặc sản phẩm.

KTMT cũng có thể được sử dụng để theo dõi hoạt động môi trường của các tổ chức theo cách thức dễ đo lường hơn. Các lĩnh vực quan trọng để giám sát là tổng phát thải vào không khí, xả nước thải, ô nhiễm đất và mức ồn biên như được chỉ ra trong Hình 1.

Trước đây, hệ thống KTMT được sử dụng như một công cụ để đánh giá và công bố các tác động giảm thiểu tác động môi trường đến chi phí bảo tồn môi trường. Tuy nhiên, trên thực tế hiện nay, EMS trong kinh doanh đã phát triển, mối quan tâm đã tăng lên trong việc phát triển sự hiểu biết tốt hơn về các chi phí và lợi ích tài chính liên quan đến môi trường như một đầu vào cho kế toán quản trị thông thường. Ví dụ, các chi phí nội bộ liên quan đến phát thải không khí ra môi trường thường không được xác định trong các thực hành quản lý thông thường. Kết quả là, tiết kiệm chi phí liên quan đến áp lực môi trường thường xuyên bị che giấu. Cái gọi là chi phí ẩn này rất khó phát hiện, tuy nhiên những chi phí này thường có tính chất kinh niên và có thể đáng kể (Pernilla, 2001). Ngoài ra, nhiều lý do thuyết phục khác khiến các tổ chức cần thiết lập và áp dụng KTMT, như: Cơ quan quản lý pháp luật, lực lượng quản lý thị trường, các ngân hàng, chứng nhận doanh nghiệp tốt, cộng đồng, cộng đồng sống xanh, ban giám đốc, người lao động và các bên liên quan (Medley, 1997).

Hầu hết các công ty đã nhận ra tính ưu việt trong nguyên tắc ngăn ngừa ô nhiễm (Theyel, 2000) tại nguồn so với giải pháp cuối đường ống. Các công ty đang tìm cách ngăn ngừa ô nhiễm bằng cách tích hợp EMS vào các quy trình ra quyết định về môi trường phức tạp của họ (Pernilla, 2001), cuối cùng dẫn đến quản lý bền vững. Tuy nhiên, công cụ này là cần thiết để đo lường và đánh giá nội bộ lợi nhuận thu được từ các hoạt động kinh doanh và môi trường tác động phù hợp với quy mô kinh doanh của tổ chức. Như thể hiện trong Hình 1, cần phải đo lường và xác định tác động chi phí môi trường tạo ra trong tất cả các quá trình liên quan (tiềm năng tác

động môi trường) như phát thải không khí, xử lý chất thải, chất thải.

3. Đánh giá thực trạng áp dụng EMS ở các công ty xây dựng tại Việt Nam

Xây dựng là một trong những ngành kinh tế khai thác, sử dụng rất nhiều tài nguyên thiên nhiên, bảo gồm tài nguyên không thể tái tạo được như: đất, khoáng sản, cát, đá, sỏi; tài nguyên có thể tái tạo được như: thực vật (khai thác gỗ của rừng), tài nguyên nước và tiêu thụ năng lượng điện rất lớn. Theo các định luật bảo toàn vật chất và bảo toàn năng lượng, ngành nào sử dụng nhiều nguyên vật liệu, tiêu thụ nhiều năng lượng sẽ thải ra nhiều chất thải gây ô nhiễm môi trường. Do đó, trách nhiệm và vai trò của ngành đó trong sự nghiệp bảo vệ môi trường quốc gia càng lớn. Vì vậy, các tác động môi trường và quản lý bảo vệ môi trường (BVMT) cần tập trung vào một số hoạt động chính của ngành Xây dựng sau đây:

- Tác động môi trường và quản lý BVMT đối với hoạt động sản xuất vật liệu và cấu kiện xây dựng, đặc biệt là các ngành sản xuất vật liệu như sản xuất xi măng, đá xây dựng, gạch ngói nung, gốm sứ xây dựng, ...

Đây là một trong các hoạt động sản xuất công nghiệp thải ra các chất gây ô nhiễm môi trường không khí nhất: bụi lơ lửng, bụi PM10, các khí độc hại SO₂, NO_x, CO; đồng thời cũng thải ra một lượng nước thải và chất thải rắn đáng kể. Nhiều số liệu thực tế đã chứng minh khí thải của các lò gạch thủ công, lò gạch kiểu đứng, kiểu hop-man làm thiệt hại mùa màng và sức khỏe cộng đồng xung quanh. Đây cũng là một ngành gây ra sự suy thoái và phá hoại cảnh quan thiên nhiên nhiều nhất.

- Tác động môi trường và quản lý BVMT đối với các thiết kế quy hoạch đô thị và nông thôn, quy hoạch các khu kinh tế và các khu công nghiệp

Rất nhiều vấn đề tồn tại, bức xúc về môi trường đô thị và công nghiệp hiện nay đều có nguyên nhân bắt nguồn từ các giải pháp quy hoạch không phù hợp về mặt môi trường. Tình hình ô nhiễm môi trường nước, không khí, ô nhiễm chất thải rắn và tình trạng úng ngập trầm trọng khi mưa lớn ở nhiều đô thị nước ta hiện nay đều có nguyên nhân trực tiếp từ công tác thiết kế quy hoạch, công tác quản lý xây dựng, quản lý đô thị yếu kém của nước ta. Các sai lầm, thiếu sót của quy hoạch về mặt bảo

vệ môi trường có thể sửa chữa điều chỉnh được nhưng rất tốn kém, hoặc không thể sửa chữa, điều chỉnh được. Tuy vậy, công tác quy hoạch đô thị và nông thôn của Việt Nam hiện nay vẫn chưa theo kịp với xu thế hiện đại hóa công tác xây dựng quy hoạch của thế giới. Đó là theo phương pháp tiếp cận sinh thái môi trường, lồng ghép xem xét các vấn đề môi trường trong suốt quá trình làm quy hoạch xây dựng đô thị, tiến hành đánh giá môi trường chiến lược (ĐMC) đối với quy hoạch đô thị, công khai và tham vấn cộng đồng có liên quan trong quá trình quy hoạch...

- Xem xét đầy đủ các tác động môi trường và áp dụng các giải pháp bảo vệ môi trường, tiết kiệm và sử dụng có hiệu quả năng lượng trong công trình xây dựng.

Tại Việt Nam, các công trình xây dựng luôn tiêu thụ vật liệu và năng lượng rất lớn. Tỷ lệ tiêu thụ năng lượng của công trình xây dựng trong đô thị thường chiếm tới 40 - 70% tổng lượng tiêu thụ của toàn thành phố. Tiêu thụ càng nhiều vật liệu và năng lượng thì sẽ dẫn đến lượng phát thải "khí nhà kính" càng lớn và gây ra biến đổi khí hậu. Vì vậy, nhiều nước trên thế giới hiện nay đã ban hành các quy chuẩn, tiêu chuẩn và hướng dẫn thiết kế, xây dựng các "công trình xanh". 4 tiêu chí về công trình xanh là: (1) Tiết kiệm và sử dụng hợp lý năng lượng, (2) Tiết kiệm và tái sử dụng vật liệu xây dựng, (3) Tiết kiệm và tái sử dụng nguồn nước, (4) Bảo tồn sinh thái và môi trường đất. Ngành Xây dựng Việt Nam cần nhanh chóng hòa nhập với xu thế này.

- Đẩy mạnh thực thi các giải pháp quản lý chất thải rắn đô thị và công nghiệp.

Theo quy định của Luật Bảo vệ môi trường và các văn bản pháp luật dưới luật thì Bộ Xây dựng được giao nhiệm vụ đặc trách về quản lý chất thải rắn đô thị, công nghiệp và nông thôn. Hiện nay, trong công tác quản lý chất thải rắn có nhiều vấn đề tồn tại, trước hết là chất thải công nghiệp nguy hại phát sinh ngày càng nhiều, tỷ lệ thu gom chất thải rắn đô thị trung bình mới đạt khoảng 70%, còn lại 30% sẽ bị thải ra môi trường xung quanh, gây ô nhiễm môi trường nước, môi trường không khí, môi trường đất và mất mỹ quan đô thị. Chỉ khoảng 30 - 50% khối lượng chất thải rắn thu gom được xử lý đúng kỹ thuật vệ sinh môi trường. Vì vậy trên

thực tế, các công ty xây dựng tại Việt Nam cần tuân thủ các quy định về mặt pháp luật trong quá trình lập và thực hiện các dự án xây dựng như Luật Xây dựng, Luật Bảo vệ môi trường, các hệ thống tiêu chuẩn, các thông tư, nghị định... Cụ thể:

Khoản 1 Điều 1 Nghị định số 59/2015 quản lý dự án đầu tư xây dựng công trình định nghĩa Quản lý dự án đầu tư xây dựng, gồm: Lập, thẩm định, phê duyệt dự án; thực hiện dự án; kết thúc xây dựng đưa công trình của dự án vào khai thác sử dụng; hình thức và nội dung quản lý dự án đầu tư xây dựng. Trong đó giai đoạn quản lý thực hiện dự án là giai đoạn quan trọng có mức độ tác động đến môi trường nhiều nhất thông qua các nhân tố tác động đến quá trình thực hiện dự án như yếu tố chi phí, yếu tố về tiến độ, yếu tố về chất lượng công trình và yếu tố về an toàn, môi trường.

Thông tư số 02/2018/TT-BXD của Bộ Xây dựng đã đưa ra các quy định về bảo vệ môi trường trong thi công xây dựng công trình và chế độ báo cáo công tác bảo vệ môi trường ngành Xây dựng cho thấy các cơ quan có thẩm quyền của Nhà nước ngày càng quan tâm đến các vấn đề về môi trường trong xây dựng.

Quyết định số 64/2003/QĐ-TTg ngày 22/4/2003 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt "Kế hoạch xử lý triệt để các cơ sở gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng".

Cùng với các quy định và chính sách liên quan đến quản lý môi trường trong ngành xây dựng thì trên thực tế, các công ty xây dựng tại Việt Nam đã nắm bắt được xu hướng sản phẩm xanh nhằm phục vụ lợi ích cộng đồng và bảo vệ môi trường, tạo dựng hình ảnh doanh nghiệp tới các bên liên quan. Vì vậy, các công ty xây dựng hướng tới việc áp dụng EMS nhằm giảm thiểu rủi ro về mặt pháp lý khi xảy ra sự cố như là một trong những hình thức đáp ứng các tiêu chuẩn trong xây dựng. Theo khảo sát tại Việt Nam, Hệ thống quản lý Chất lượng ISO 9001:2015, Hệ thống quản lý Môi trường ISO 14001:2015, ngành Xây dựng được cấp giấy chứng nhận nhiều nhất, với tổng 53.978 chứng chỉ hợp lệ được cấp tại Việt Nam (Theo Ủy ban Tiêu chuẩn hóa ISO).

4. Kết luận và giải pháp đề xuất

Từ các nghiên cứu trước và thực trạng việc áp dụng EMS tại các CTXD ở Việt Nam cho thấy,

mặc dù trên thực tế đã có sự quan tâm trong công tác bảo vệ môi trường nhưng cho tới nay, Nhà nước vẫn chưa có các chính sách cụ thể và nhất quán để hỗ trợ/ưu đãi các DN trong nước áp dụng hệ thống EMS theo tiêu chuẩn ISO 14001 mà chủ yếu do áp lực từ phía khách hàng. Bên cạnh đó, do áp lực của hiệu quả kinh doanh nên nhiều khi các công ty áp dụng hệ thống EMS còn mang tính hình thức và đối phó. Ngoài ra, việc tổn kém trong đầu tư cải thiện và duy trì cơ sở vật chất, bồi dưỡng nguồn nhân lực cũng là một trong những vấn đề nổi cộm đối với các CTXD. Các chi phí cho việc vận hành của các hệ thống xử lý nước thải, khí thải và bồi dưỡng nguồn nhân lực cũng gây không ít tổn kém cho DN trong quá trình duy trì. Đây cũng là nguyên nhân khiến một số DN mặc dù có hệ thống xử lý nước thải, khí thải nhưng không vận hành thường xuyên mà chỉ vận hành khi có đợt kiểm tra của cơ quan chức năng.

Bên cạnh đó việc xây dựng chính sách môi trường đến nay vẫn còn chung chung, đôi khi sử dụng luôn ý tưởng của chuyên gia tư vấn khiến chính sách môi trường không nhất quán với chính sách phát triển dài hạn của DN. Có nhiều tổ chức áp dụng ISO 14001 nhưng cán bộ và công nhân

không hiểu, thậm chí không biết đến chính sách môi trường nên không phát huy được sự tham gia của mọi người trong công tác bảo vệ môi trường. Do đó, giải pháp cần phải đặt ra đối với các bên liên quan được đề cập đến như sau:

Đối với các cơ quan quản lý, cần phải có các quy định, chính sách phù hợp, rõ ràng và không chồng chéo để các DN có thể xây dựng được mục tiêu và các chính sách quản lý môi trường một cách cụ thể trong từng giai đoạn của dự án.

Đối với các DN, Ban giám đốc, ban quản lý dự án cần có sự quan tâm đầy đủ và sâu sát. Xây dựng các chính sách cụ thể rõ ràng trong quy trình làm việc.

Đối với các nhân viên, cần được đào tạo và đánh giá một cách thường xuyên về năng lực và hiệu quả làm việc để tránh các tâm lý cả nể trong quá trình đánh giá và lập báo cáo đánh giá hay việc đánh giá mang tính hình thức, lấy lệ. Việc xây dựng đánh giá nội bộ được coi là một hoạt động quan trọng, cần được triển khai định kỳ nhằm xác định hiệu lực cũng như tìm ra các cơ hội để cải tiến hiệu quả của hệ thống Quản lý môi trường và cần phải được đánh giá dựa trên các chính sách, quy định rõ ràng trong các tiêu chí của hệ thống EMS ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Banarjee, S.B. (2001). Corporate environmental strategies and actions. *Management Decision*, 39(1), 36-44.
2. Campos, Lucila M.S. (2012). Environmental management systems (EMS) for small companies: A study in Southern Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 32, 141-148.
3. Thủ tướng Chính phủ (2007). *Chỉ thị số 26/2007/CT-TTg ngày 26/11/2007 về việc theo dõi, giám sát và đánh giá tình hình thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch về tài nguyên - môi trường và phát triển bền vững.*
4. De Beer, P., & Friend, F. (2006). Environmental accounting: A management tool for enhancing corporate environmental and economic performance. *Ecological Economics*, 58, 548-560.
5. Gray, R. (2001). Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt?. *Business Ethics: A European Review*, 10(1), 9-15.
6. Heras-Saizarbitoria, I., Landín, G.A., Molina-Azorín, J.F. (2011). Do drivers matter for the benefits of ISO 14001? *International Journal of Operations & Production Management*, 32(2), 192e215.
7. Letmathe, P. and Doost, R.K. (2000). Environmental cost accounting and auditing. **Managerial Auditing Journal**, 15(8), 424-430.
8. Medley, Patrick. (1997). Environmental accounting-what does it mean to professional accountants? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10(4), 594-600.
9. Rezaee, Z. and Elam, R. (2000). Emerging ISO 14000 environmental standards: a step-by-step implementation guide. *Managerial Auditing Journal*, 15(1-2), 60-67.

10. Bộ Xây Dựng (2018). *Thông tư số 02/2018/TT-BXD Quy định về bảo vệ môi trường trong thi công xây dựng công trình và chế độ báo cáo công tác bảo vệ môi trường ngành Xây dựng*.

11. Thủ tướng Chính phủ (2003). *Quyết định số 64/2003/QĐ-TTg ngày 22/4/2003 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt "Kế hoạch xử lý triệt để các cơ sở gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng"*.

12. Khoa học Công nghệ ngành Công Thương (2020), Khảo sát số lượng chứng chỉ tiêu chuẩn ISO đã cấp tại Việt Nam theo ngành (2020), Trang tin Năng suất Chất lượng ngành Công Thương, <https://kvcncongthuong.vn/tin-tuc/t7279/khao-sat-so-luong-chung-chi-tieu-chuan-iso-da-cap-tai-viet-nam-theo-nganh.html>

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 02/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TRẦN THỊ THANH HUYỀN

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

2. HOÀNG BẮC AN

Trường Đại học Kiến trúc TP. Hồ Chí Minh

THE INTEGRATION OF ENVIRONMENTAL ACCOUNTING INTO THE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM (EMS) IN VIETNAMESE CONSTRUCTION COMPANIES

● TRAN THI THANH HUYEN¹

● HOANG BAC AN²

¹Nguyen Tat Thanh University

²University of Architecture Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

The integration of environmental accounting into the Environmental Management System (EMS) will be seen as a self-regulating compliance of construction companies with legal requirements in order to reduce the costs associated with environmental problems, and make green works in line with current development trends in the construction field. This study emphasizes the use of environmental accounting to continuously improve the policies and procedures of Vietnamese construction companies through the integration of construction regulations and standards, scientific development, and other functions into the EMS.

Keywords: environmental management system, environmental accounting, construction company.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI VIỆC ÁP DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ CHO NGÀNH DỊCH VỤ ĐỒ UỐNG: NGHIÊN CỨU TẠI ĐỊA BÀN HÀ NỘI

● TRẦN THẾ NỮ - HOÀNG THỊ THU QUYÊN
- NGUYỄN THỊ NGỌC HUYỀN - KIỀU THỊ THU HƯƠNG

TÓM TẮT:

Kế toán quản trị chi phí (KTQTC) là một công cụ hỗ trợ hữu hiệu cho nhà quản trị trong việc hoạch định, kiểm soát chi phí nhằm đảm bảo các nguồn lực được sử dụng hiệu quả và đem lại giá trị gia tăng cho doanh nghiệp. Ngành Dịch vụ đồ uống với đặc thù sản phẩm là các mặt hàng rượu, bia, nước ngọt, nước khoáng,... khiến công tác kế toán gặp khó khăn trong quá trình theo dõi doanh thu, chi phí, lãi lỗ cũng như quản lý hàng hóa. Vì vậy, bài viết phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới việc áp dụng kế toán quản trị chi phí cho ngành Dịch vụ đồ uống nhằm nâng cao vị thế cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành Dịch vụ đồ uống tại Hà Nội nói riêng và ở Việt Nam nói chung.

Từ khóa: kế toán quản trị, kế toán quản trị chi phí, ngành Dịch vụ đồ uống.

1. Đặt vấn đề

KTQTC là một bộ phận quan trọng của hệ thống kế toán quản trị doanh nghiệp, có chức năng đo lường, phân tích về tình hình chi phí nhằm lập dự toán, xây dựng định mức, kiểm soát chi phí, ra quyết định kinh doanh tối ưu. Trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, KTQTC ngày càng thể hiện vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các nhà quản trị ra các quyết định hiệu quả.

Ngành Dịch vụ đồ uống với đặc thù sản phẩm là các mặt hàng rượu, bia, nước ngọt, nước khoáng,... khiến công tác kế toán gặp khó khăn trong quá trình theo dõi doanh thu, chi phí, lãi lỗ cũng như quản lý hàng hóa. Xét về giá trị sản xuất, thực phẩm và đồ uống là ngành có giá trị sản xuất lớn nhất và có tổng doanh thu lớn thứ hai trong số các ngành hàng kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, kinh doanh ẩm thực cũng tồn tại không ít

rủi ro. Các doanh nghiệp hiện nay vừa phải nâng cao chất lượng sản phẩm vừa phải xác định chi phí cũng như xây dựng các kế hoạch nhằm kiểm soát chi phí, hỗ trợ cho việc ra quyết định của nhà quản lý. Vì thế, tăng cường mức độ vận dụng KTQTC trong các doanh nghiệp để hỗ trợ thông tin cho các nhà quản trị ra các quyết định là điều kiện cần thiết để sử dụng hiệu quả các nguồn lực, từ đó nâng cao vị thế cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành Dịch vụ đồ uống tại Hà Nội nói riêng và ở Việt Nam nói chung.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Có nhiều nghiên cứu về KTQTC như “Sự thiết yếu của Hệ thống thông tin quản lý”, Laudon, J.P (2003), Omar A.A. Jawabreh (2012),... Trong đó Jonas Gerdin (2005) sử dụng mô hình kiểm tra bằng số liệu thực nghiệm cho thấy, 2 nhân tố bên trong ảnh hưởng trực tiếp đến kế toán quản trị (KTQT) là

Cấu trúc tổ chức (Bộ máy quản lý) và Sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các phòng, ban.

Tại Việt Nam, tác giả Trần Thế Nữ (2013) nghiên cứu về mô hình KTQTCP trong các doanh nghiệp (DN) thương mại quy mô vừa và nhỏ ở Việt Nam, với mục tiêu xây dựng được mô hình cung cấp thông tin KTQTCP phù hợp với đặc điểm và quy mô sản xuất - kinh doanh của các DN nhỏ và vừa. Nghiên cứu của tác giả Đỗ Thị Hồng Hạnh (2017) đã đề xuất một số giải pháp hoàn thiện kế toán chi phí, doanh thu, kết quả kinh doanh cho các Công ty sản xuất thép, thuộc Tổng công ty Thép Việt Nam. Theo Lê Thế Anh (2017), mô hình KTQTCP là việc tổ chức bộ máy kế toán và thiết lập quy trình thực hiện những nội dung cơ bản của KTQTCP, nhằm cung cấp thông tin hữu ích cho nhà quản trị...

3. Tổng quan KTQTCP ở Việt Nam

KTQT ở Việt Nam đã trải qua hơn 20 năm hình thành và phát triển. Mỗi giai đoạn phát triển có những đặc điểm và nội dung khác nhau. Bài viết tổng quan lại quá trình hình thành và phát triển của KTQT ở Việt Nam. Từ đó, đã đưa ra kết luận về các giai đoạn phát triển của KTQT ở Việt Nam.

KTQTCP nhấn mạnh việc cung cấp số liệu cho việc sử dụng nội bộ cho nhà quản trị, thông qua việc sử dụng các thông tin kế toán ban đầu, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế tài chính theo yêu cầu thông tin nhà quản trị DN. Đối tượng sử dụng thông tin KTQTCP là các nhà quản trị, những người trực tiếp điều hành hoạt động kinh doanh hàng ngày của DN, thường xuyên phải đề ra các quyết định khác nhau liên quan tới hiệu quả sản xuất - kinh doanh trong ngắn hạn và dài hạn. KTQTCP cung cấp các thông tin tài chính nội bộ, có vai trò đo lường và giám sát kết quả hoạt động của DN và cung cấp thông tin cho việc ra quyết định quản lý.

Ở Việt Nam, KTQT còn khá mới mẻ, các DN mới chỉ có hệ thống kế toán tài chính hoàn chỉnh, còn hệ thống KTQT nói chung và KTQTCP nói riêng phục vụ cho công tác quản lý và ra quyết định hầu như chưa có. Đồng thời, việc triển khai ứng dụng KTQT trong các DN vào hoạt động quản lý chưa được quan tâm đúng mức. Do vậy, với những đặc điểm, vai trò, ý nghĩa quan trọng của KTQTCP, trong thời gian tới, các DN cần chú trọng nhiều đến KTQTCP.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô hình nghiên cứu

Lý do chọn mô hình nghiên cứu: Kế thừa những nghiên cứu trước đây cho thấy, các nhân tố tác động đến việc áp dụng KTQTCP tùy vào quốc gia, DN, mục đích. Để xây dựng và vận hành mô hình KTQTCP, các DN phải đầu tư về nhân lực, vật lực, phải có những thay đổi trong cách thức quản lý và tổ chức công tác kế toán. Tuy nhiên, mô hình KTQTCP cần có sự kết hợp hài hòa với hệ thống kế toán tài chính.

Bài nghiên cứu đề xuất 4 nhân tố ảnh hưởng đến việc áp dụng KTQTCP bao gồm: Trình độ của nhà quản trị; Trình độ nhân viên; Quan điểm, lợi ích của kế toán KTQTCP; Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin. Mô hình được nhóm nghiên cứu đề xuất đã phản ánh được những nội dung cơ bản, thể hiện được vai trò của công tác KTQTCP. Mục đích của việc xây dựng mô hình trên nhằm giúp các nhà quản trị DN nhận diện và kiểm soát được chi phí sản xuất - kinh doanh. Ngoài ra, mô hình cũng đảm bảo được tính đơn giản của mô hình KTQTCP gắn với trình độ của đội ngũ kế toán, năng lực của các nhà quản trị và quy trình của hoạt động sản xuất - kinh doanh của DN. Trình độ của nhà quản trị: Được đo bằng 5 biến từ TĐNQT1 đến TĐNQT5; Trình độ của nhân viên: Được đo bằng 5 biến từ TĐNV1 đến TĐNV5; Quan điểm, lợi ích của kế toán KTQTCP: Được đo bằng 5 biến từ QĐLIKTCP1 đến QĐLIKTCP5; Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin: Được đo bằng 5 biến từ BMQLCNTT1 đến BMQLCNTT5.

4.2. Kết quả khảo sát

Việc khảo sát được thực hiện trong khoảng thời gian từ ngày 11/11/2021 đến ngày 05/02/2022. Trên cơ sở nghiên cứu các lý thuyết về đo lường chất lượng dịch vụ, nghiên cứu sử dụng 20 biến quan sát được đưa vào mô hình, chia làm 4 nhóm nhân tố. Các biến nghiên cứu được đo lường chủ yếu trên thang đo Likert 5 mức độ. Số liệu qua khảo sát online là 186 mẫu quan sát với đối tượng là các DN ngành Dịch vụ đồ uống trên địa bàn Hà Nội.

4.2.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo (Bảng 1)

Kết quả kiểm định cho thấy, các biến quan sát đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$). Hệ số Cronbach Alpha = 0,640 $\geq 0,6$ nên đạt yêu cầu về độ tin cậy. Hệ số cronbachs alpha sẽ giảm

Bảng 1. Kết quả phân tích độ tin cậy của 4 nhóm nhân tố ảnh hưởng

Nhân tố	Biến số quan sát	Biến số quan sát sau kiểm định	Cronbach's Alpha	Biến bị loại
Thái độ của nhà quản trị	5	5	0,646	
Thái độ của nhân viên	5	5	0,707	
Quan điểm, lợi ích của KTQT chi phí	5	5	0,654	
Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin	5	4	0,640	BMQLCNTT2

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu

nếu loại bất cứ biến đo lường nào. Do đó, các biến được giữ lại và sẽ được sử dụng phân tích các nhân tố tiếp theo. Như vậy, sau khi kiểm định Cronbachs Alpha có một biến quan sát “BMQLCNTT2” bị loại bỏ trước khi đưa vào phân tích EFA.

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) (Bảng 2)

Bảng 2. Ma trận nhân tố xoay sau khi bỏ một số biến không cần thiết

Rotated Component Matrix (Ma trận nhân tố xoay)				
	Component (Nhân tố)			
	1	2	3	4
QĐLIKTCP4	,730			
QĐLIKTCP2	,690			
TĐNQT5	,662			
TĐNQT2	,653			
TĐNV4		,759		
TĐNV5		,718		
TĐNV1		,620		
QĐLIKTCP1			,673	
QĐLIKTCP5			,587	
QĐLIKTCP3			,568	
BMQLCNTT3				,739
BMQLCNTT4				,696

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu

Từ kết quả bảng ma trận nhân tố xoay từ 20 biến ban đầu sau khi kiểm định và loại bỏ, còn lại 12 biến chia thành 4 nhóm nhân tố:

- Nhóm nhân tố 1 gồm 4 biến: QĐLIKTCP4, QĐLIKTCP5, TĐNQT5, TĐNQT2, lấy tên là “Thái độ của nhà quản trị”.

- Nhóm nhân tố 2 gồm 3 biến: TĐNV4, TĐNV5, TĐNV, lấy tên là “Thái độ của nhân viên”.

- Nhóm nhân tố 3 gồm 3 biến: QĐLIKTCP1, QĐLIKTCP 5, QĐLIKTCP3, lấy tên là “Quan điểm, lợi ích của KTQT chi phí”.

- Nhóm nhân tố 4 gồm 2 biến: BMQLCNTT3, BMQLCNTT4. lấy tên là “Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin”.

Hệ số KMO = 0,760, hệ số này đã thỏa mãn điều kiện $0,5 \leq KMO \leq 1$. Kết quả này cho thấy, các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích nhân tố EFA được chấp nhận với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả tính toán cho thấy, 57,214% sự thay đổi của nhân tố kết quả là do các yếu tố đưa ra trong mô hình tạo nên, tức các biến quan sát được đưa ra trong đề tài này đã giải thích được 57,214% ảnh hưởng của các nhân tố đến việc áp dụng KTQTCP cho ngành Dịch vụ đồ uống trên địa bàn Hà Nội. (Bảng 3)

Bảng 3. Kiểm định KMO và Bartlett các biến độc lập

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,760
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	367.297
	df	66
	Sig.	,000

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu

4.2.3. Đánh giá sự phù hợp của mô hình tuyến tính hồi quy bội

Để giải thích sự biến thiên của biến phụ thuộc ta sử dụng hệ số R Square (R^2), giá trị R^2 càng cao là một dấu hiệu cho thấy mối liên hệ giữa biến độc lập và biến phụ thuộc càng chặt chẽ (Bảng 4).

Kết quả cho thấy, R^2 (hiệu chỉnh) = 0,383 cho biến các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 38,3% sự biến đổi của biến phụ thuộc. Tức 38,3% yếu tố ảnh hưởng các nhân tố đến việc áp dụng KTQTCP cho ngành Dịch vụ đồ uống trên địa bàn Hà Nội.

Được giải thích bởi 4 biến phát hiện trong mô hình, còn 61,7% được giải thích bởi các yếu tố khác chưa đưa vào mô hình.(Bảng 5)

Từ kết quả hồi quy trên, ta có hàm hồi quy được viết lại như sau:

$$ADKTQTCP = 4,188 + 0,272 * TĐNQ + 0,161 * TĐNV + 0,325 * QĐLIKTCP + 0,102 * BMQLCNTT$$

Trong mô hình trên, cả 4 hệ số hồi quy đều có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa 95% (Sig. < 0,05) (giá trị cột Sig của 4 nhóm nhân tố lần lượt là 0,000; 0,000; 0,022; 0,000; 0,043 < 0,05) cho thấy sự ảnh hưởng của các biến này đến biến phụ thuộc được kiểm định qua công cụ thống kê.

Giải thích ý nghĩa mô hình:

- Hệ số $\beta_0 = 4,188$ có nghĩa khi không có sự tác động của các nhân tố Trình độ của nhà quản trị, Trình độ của nhân viên, Quan điểm, lợi ích của kế toán chi phí và bộ máy quản lý CNTT, hay $TĐNQ=TĐNV=QĐLIKTCP=BMQLCNTT=0$ thì việc áp dụng KTQTCP cho ngành Dịch vụ đồ uống trên địa bàn Hà Nội là 4,188 lần.

Bảng 4. Kết quả tổng hợp mô hình Model Summary

Model	R	R Square (R bình phương)	Adjusted R Square (R bình phương hiệu chỉnh)	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	,546a	,398	,383	,683	2,114

a. Predictors: (Constant), REGR factor score 4 for analysis 1, REGR factor score 3 for analysis 1, REGR factor score 2 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu

Bảng 5. Hệ số hồi quy (Coefficients)

Model		Unstandardized Coefficients (hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa)		Standardized Coefficients (hệ số hồi quy chuẩn hoá)	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,188	,050		83,597	,000		
	REGR factor score 1 for analysis 1	,272	,050	,338	5,422	,000	1,000	1,000
	REGR factor score 2 for analysis 1	,161	,050	,175	2,210	,022	1,000	1,000
	REGR factor score 3 for analysis 1	,325	,050	,403	6,474	,000	1,000	1,000
	REGR factor score 4 for analysis 1	,102	,050	,127	2,038	,043	1,000	1,000

a. Dependent Variable: áp dụng KTQT chi phí

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu

Bảng 6. Mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập

STT	Tên biến	Giải thích	Beta	%	Thứ tự tầm quan trọng
1	REGR factor score 1 for analysis 1	Trình độ của nhà quản trị	0,338	32,41	2
2	REGR factor score 2 for analysis 1	Trình độ của nhân viên	0,175	16,78	3
3	REGR factor score 3 for analysis 1	Quan điểm, lợi ích của kế toán KTQTCP	0,403	38,64	1
4	REGR factor score 4 for analysis 1	Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin	0,127	12,18	4
Σ			1,043	100 %	

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu

- Biến “Trình độ của nhà quản trị” có hệ số $\beta_1 = 0,272$ cho biết khi nâng cao trình độ của nhà quản trị sẽ cải thiện việc áp dụng KTQTCP lên 0,272 lần.

- Biến “Trình độ của nhân viên” có hệ số $\beta_2 = 0,161$ cho biết khi nâng cao trình độ của nhân viên sẽ cải thiện việc áp dụng KTQTCP lên 0,161 lần.

- Biến “Quan điểm, lợi ích KTQT chi phí” có hệ số $\beta_3 = 0,325$ cho biết Quan điểm, lợi ích KTQTCP sẽ tác động đến việc áp dụng KTQTCP tăng lên 0,325 lần.

- Biến “Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin” có hệ số $\beta_4 = 0,102$ cho biết Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin sẽ tác động đến việc áp dụng KTQTCP tăng lên 0,102 lần.

Bên cạnh đó, từ bảng Coefficients ta có thể xác định được tầm quan trọng về mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập.

Để xác định tầm quan trọng của các biến độc lập đóng góp vào mô hình chúng ta căn cứ vào giá trị của cột Beta (Hệ số hồi quy qua chuẩn hóa - Standardised Coefficients) để xác định tầm quan trọng như tại Bảng 6:

Như vậy, kết quả mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập được giải thích trong mô hình cho thấy, Quan điểm, lợi ích của KTQTCP có mức độ đóng góp quan trọng nhất tới việc áp dụng KTQTCP cho ngành Dịch vụ đồ uống trên địa bàn Hà Nội chiếm 38,64% trong mô hình. Bên cạnh đó, Trình độ của nhà quản trị cũng chiếm vai trò hết sức quan trọng, xếp thứ hai, chiếm 32,41% trong tổng số. Tiếp theo là mức độ ảnh hưởng của Trình độ của nhân viên, Bộ máy quản lý, công nghệ thông tin chiếm 16,78% và 12,18%.

5. Kết luận

Với việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới việc áp dụng KTQTCP ở các DN ngành Dịch vụ đồ uống ở Hà Nội, nhóm nghiên cứu đã xác định được mức độ tác động của các nhân tố, đây là cơ sở giúp nhà quản trị có thông tin phục vụ cho việc thay đổi hay hoàn thiện KTQTCP cho DN của mình. Khác với tư duy thông thường là công tác kế toán lệ thuộc vào chất lượng của nhân viên kế toán, kết quả nghiên cứu chỉ ra việc áp dụng KTQTCP trước hết xuất phát từ nhà quản trị: gồm cả quan điểm của họ về chi phí - lợi ích và trình độ của họ, sau đó mới là yếu tố đến từ kế toán viên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Thế Nữ (2013). *Xây dựng mô hình kế toán quản trị chi phí trong các doanh nghiệp thương mại quy mô vừa và nhỏ ở Việt Nam*. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
2. Đỗ Thị Hồng Hạnh (2017). *Hoàn thiện kế toán chi phí, doanh thu, kết quả kinh doanh trong các doanh nghiệp sản xuất thép thuộc Tổng công ty Thép Việt Nam*. Đại học Kinh tế Quốc dân.

3. Lê Thế Anh (2017). *Xây dựng mô hình kế toán quản trị chi phí trong các doanh nghiệp xây dựng giao thông Việt Nam*. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương
4. Laudon, Kenneth C, and Jane P, Laudon. (2003). *Essentials of management information*. New Jersey: Prentice-Hall.
5. Jonas Gerdin. (2005). Management accounting system design in manufacturing departments: an empirical investigation using multiple contingencies approach. *Accounting, Organizations and Society* 30 (2), 99-126.

Ngày nhận bài: 10/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TRẦN THẾ NỮ

2. HOÀNG THỊ THU QUYÊN

3. NGUYỄN THỊ NGỌC HUYỀN

4. KIỀU THỊ THU HƯƠNG

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội

FACTOR AFFECTING THE USE OF COST MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE BEVERAGE SERVICE INDUSTRY: A STUDY ON BEVERAGE SERVICE COMPANIES IN HANOI

● **TRAN THE NU¹**

● **HOANG THI THU QUYEN¹**

● **NGUYEN THI NGOC HUYEN¹**

● **KIEU THI THU HUONG¹**

¹University of Economics and Business
Vietnam National University - Hanoi

ABSTRACT:

Cost management accounting is an effective support tool for managers in planning and controlling costs to ensure that resources are used efficiently to create added value to the business. Alcohol, beer, soft drinks, mineral water, etc., are products of the beverage service industry and beverage service companies experience accounting difficulties in the processes of tracking revenue, expenses, profit and loss as well as manage goods. This study analyzes the factor affecting the use of cost management accounting in the beverage service industry. This study is expected to improve the competitive position of beverage service companies in Hanoi in particular and in Vietnam in general.

Keywords: management accounting, cost management accounting, beverage service industry.

NGHIÊN CỨU VỀ MỐI QUAN HỆ CỦA HỆ THỐNG THUẾ VÀ KẾ TOÁN

● NGUYỄN THANH HUYỀN

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích mối quan hệ giữa hệ thống kế toán và thuế trên thế giới qua 2 quốc gia tiêu biểu, đó là Mỹ và Phần Lan, đồng thời chỉ ra được sự khác biệt cụ thể giữa 2 hệ thống này dẫn đến sự khác nhau trong việc ghi nhận doanh thu được quy định trong hai hệ thống. Sự khác biệt này đến từ 2 nguyên nhân, đó là: cơ sở khác nhau và mục đích khác nhau.

Từ khóa: hệ thống thuế, hệ thống kế toán, sự khác biệt, ghi nhận, doanh thu, chi phí.

1. Các nghiên cứu trên thế giới về mối quan hệ của hệ thống thuế và kế toán

Tại mỗi quốc gia trên thế giới đều có lịch sử và mối quan hệ khác nhau giữa 2 hệ thống này, cụ thể tại một số quốc gia điển hình như sau:

1.1. Mỹ - Quốc gia đầu tiên và tiêu biểu trong nền kinh tế thế giới.

Sự phát triển của hệ thống kế toán là đồng thời và tách biệt với sự phát triển của hệ thống thuế liên bang. Tuy nhiên, do có nhiều người làm trong lĩnh vực kế toán cũng liên quan nhiều đến lĩnh vực thuế liên bang, dẫn đến nhiều người hiểu lầm rằng sự phát triển của hệ thống thuế liên bang đã dẫn đến sự phát triển của hệ thống kế toán. Hệ thống thuế và kế toán của Mỹ không phát triển quá phụ thuộc hay liên quan vào nhau mà song song theo các hướng khác nhau. Kế toán phát triển do nhu cầu của phương pháp ghi nhận thực tiễn cho các giao dịch kinh doanh, phục vụ cho các quyết định kinh doanh một cách hiệu quả nhất. Nó thay đổi và phát triển tùy theo nhu cầu của hoạt động thương mại. Trong khi đó, việc kinh doanh của doanh nghiệp cũng có loại bỏ đi các

hoạt động cá nhân và hình thành hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp làm cho hệ thống thuế thu nhập của doanh nghiệp phát triển.

Nhìn chung, mối quan hệ giữa thuế thu nhập liên bang và lý thuyết kế toán mang tính hai mặt: Một mặt, lý thuyết kế toán là những nền tảng cơ bản để cho việc tính thuế trên thu nhập dựa vào, nếu không có những lý thuyết kế toán này thì việc tính thuế là không thể. Mặt khác thì sự tồn tại và phát triển của các hệ thống thuế thu nhập cùng với sự gia tăng của các yếu tố không thuộc kế toán được như kinh tế, chính trị, xã hội, môi trường,... đã làm cho việc sử dụng các thuyết kế toán kia bị hạn chế và vẫn gặp nhiều khó khăn.

1.2. Phần Lan - Quốc gia khác tiêu biểu cho những nghiên cứu về thuế và kế toán.

Phần Lan áp dụng hệ thống thuế đầu tiên dưới luật của Thụy Điển khi nó vẫn còn là một phần của Thụy Điển. Sau đó, hệ thống thuế thu nhập chuẩn mực được ra đời vào năm 1865. Hệ thống kế toán ở Phần Lan có những đặc điểm rất đặc trưng, sau đó là dựa theo lý thuyết kế toán, dựa theo luật quy định (các luật cũng dựa theo các lý thuyết kế toán). Hệ

thống thuế liên quan khá chặt chẽ đến hệ thống kế toán này. Những luật thuế đặt ra đều có những ảnh hưởng quan trọng đến các hệ thống kế toán, tuy các luật thuế đã được điều chỉnh một cách phù hợp với hệ thống kế toán trong một mức độ nhất định. Trong hệ thống thuế ở nước này không có thuế hoãn lại. Nhờ vào sự độc lập của Phần Lan và cuộc nội chiến, luật thuế và kế toán của quốc gia này đã được thông qua chính thức vào năm 1920, luật kế toán là tự do và không hướng dẫn đến các chi tiết về phương pháp. Về cơ bản thì các lý thuyết không thay đổi nhưng có những đánh giá tài sản và khấu hao khác nhau dẫn đến nhiều quan điểm bất đồng nên đến những năm 1940, những thay đổi rõ ràng được đặt ra đó là kế toán phải tăng tính kiểm soát sao cho phù hợp để phục vụ cho mục đích chiến tranh và tính thuế. Các nội dung và các mẫu biểu của kế toán phải được thực hiện giống nhau trong mọi doanh nghiệp.

Các luật thuế tính giá trị của hàng tồn kho được tính dựa theo quy tắc của kế toán. Lý thuyết về doanh thu và chi phí đã được trở thành nền tảng cơ bản cho hoạt động của thuế và kế toán với sự phát triển mạnh mẽ của Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp (1968) và Luật Kế toán (1973). Quy định về chính sách kinh tế ngày càng được nhấn mạnh để tăng tính kiểm soát cho các hoạt động. Để hòa hợp với các hoạt động của hội đồng chung châu Âu, Phần Lan lại phải sửa đổi một lần nữa đạo luật về Thuế thu nhập doanh nghiệp vào năm 1993. Tuy nhiên, vẫn giữ nguyên sự kết nối giữa kế toán tài chính và thuế, luật kế toán vẫn luôn song hành cùng hệ thống thuế và còn có cả một số luật nghiêm ngặt hơn trước khi có thuế.

Những quy tắc của thuế và kế toán ngày càng thay đổi và phát triển để phục vụ cho việc so sánh các hiệu quả của kế toán tài chính trong khu vực quốc tế nhưng hệ thống kế toán và thuế vẫn có những điểm khác nhau cần phải cân nhắc.

Qua nghiên cứu 2 quốc gia là Mỹ và Phần Lan đã cho thấy được sự khác biệt giữa hệ thống kế toán và thuế.

2. Sự khác nhau trong quy định giữa kế toán và thuế

Những quốc gia có sự khác nhau giữa kế toán

và thuế, trong thực tế thực hiện việc ghi chép kế toán cần tuân thủ 2 hệ thống pháp lý khác nhau một là về kế toán và hai là về thuế. Hai hệ thống hành lang pháp lý này tồn tại những qui định khác nhau trong ghi nhận doanh nghiệp và chi phí trong việc xác định lợi nhuận, dẫn tới lợi nhuận kế toán khác biệt so với lợi nhuận tính thuế. Cụ thể, trong khi quy định kế toán ghi nhận tất cả những doanh thu và chi phí theo nguyên tắc phù hợp thì quy định thuế ghi nhận doanh thu và chi phí theo quy định về thuế thu nhập doanh nghiệp. Sự khác biệt này dẫn tới giữa kế toán và thuế sẽ phát sinh các khoản chênh lệch. Theo IAS 12: Chuẩn mực kế toán quốc tế về thuế thu nhập doanh nghiệp có đưa ra các khoản chênh lệch này được phân thành 2 loại liên quan đó là chênh lệch tạm thời và chênh lệch vĩnh viễn.

Chênh lệch vĩnh viễn và chênh lệch tạm thời trong kế toán là sự chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập chịu thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) phát sinh từ các khoản doanh thu và chi phí giữa kế toán và thuế.

Chênh lệch vĩnh viễn

Chênh lệch vĩnh viễn là các khoản chênh lệch phát sinh khi thực hiện quyết toán thuế, cơ quan thuế loại hoàn toàn ra khỏi doanh thu/chi phí khi xác định thu nhập chịu thuế trong kỳ căn cứ theo luật và các chính sách thuế hiện hành.

Chênh lệch tạm thời

Chênh lệch tạm thời là chênh lệch phát sinh do sự khác biệt về thời điểm doanh nghiệp ghi nhận thu nhập hoặc chi phí và thời điểm pháp luật về thuế quy định tính thu nhập chịu thuế hoặc chi phí được khấu trừ khỏi thu nhập chịu thuế. Có 2 loại chênh lệch tạm thời, đó là:

+ *Chênh lệch tạm thời phải chịu thuế TNDN*: Là các khoản chênh lệch tạm thời làm phát sinh thu nhập chịu thuế khi xác định thu nhập chịu thuế TNDN trong tương lai khi mà giá trị ghi sổ của các khoản mục Tài sản hoặc Nợ phải trả liên quan được thu hồi hay được thanh toán.

+ *Chênh lệch tạm thời được khấu trừ*: Là các khoản chênh lệch tạm thời làm phát sinh các khoản được khấu trừ khi xác định thu nhập chịu thuế TNDN trong tương lai khi mà giá trị ghi sổ của các

khoản mục Tài sản hoặc Nợ phải trả được thu hồi hay được thanh toán.

Theo Chuẩn mực Kế toán quốc tế (IAS) 12 cũng đưa ra định nghĩa về tài sản thuế thu nhập hoãn lại và thuế thu nhập hoãn lại phải trả:

+ Tài sản thuế thu nhập hoãn lại: Là thuế thu nhập doanh nghiệp sẽ được hoàn lại trong tương lai tính trên các khoản:

- a. Chênh lệch tạm thời được khấu trừ;
- b. Giá trị được khấu trừ chuyển sang các năm sau của các khoản lỗ tính thuế chưa sử dụng và Giá trị được khấu trừ chuyển sang các năm sau của các khoản ưu đãi thuế chưa sử dụng.

+ *Thuế thu nhập hoãn lại phải trả*: Là thuế thu nhập doanh nghiệp sẽ phải nộp trong tương lai tính trên các khoản chênh lệch tạm thời chịu thuế thu nhập doanh nghiệp trong năm hiện hành.

Thuế thu nhập hoãn lại phải trả được ghi nhận cho tất cả các khoản chênh lệch tạm thời chịu thuế, trừ trường hợp:

- a. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả phát sinh từ ghi nhận ban đầu của lợi thế thương mại;
- b. Ghi nhận ban đầu của một tài sản hay nợ phải trả của một giao dịch mà giao dịch này không phải trong quá trình hợp nhất kinh doanh và không có ảnh hưởng đến lợi nhuận kế toán hoặc lợi nhuận tính thuế thu nhập tại thời điểm phát sinh giao dịch;
- c. Các chênh lệch liên quan tới các khoản đầu tư vào công ty con, chi nhánh, công ty liên kết và các khoản đầu tư vào các công ty liên doanh, do công ty có thể kiểm soát được thời gian hoàn nhập của các khoản chênh lệch đó, việc hoàn nhập có thể không xảy ra trong tương lai gần và lợi nhuận chịu thuế sẽ bù đắp cho các chênh lệch này.

3. Nguyên nhân của sự khác nhau giữa hệ thống kế toán và hệ thống thuế

Có nhiều nguyên nhân tại sao các quy tắc và thực hành báo cáo tài chính có thể không phải lúc nào cũng là thích hợp để xác định nghĩa vụ thuế chính thức, trong đó nguyên nhân sâu sa là do có sự khác nhau về mục đích và khác nhau về cơ sở áp dụng của kế toán và thuế. Cụ thể:

Nguyên nhân do mục đích của kế toán và thuế là khác nhau

Mục đích của kế toán thường được ghi nhận là

việc cung cấp thông tin cho các bên quan tâm liên quan đến quản lý, kiểm soát và ra quyết định. Họ có thể được hiểu là bên trong (các nhà quản lý) hoặc bên ngoài (như các cổ đông, các chủ nợ, thuế cơ quan chức năng).

Mục tiêu chính của kế toán tài chính là cung cấp thông tin hữu ích cho nhà quản lý, cổ đông, chủ nợ và những người khác quan tâm; phần lớn trách nhiệm của kế toán là để bảo vệ các bên bị tránh đánh lừa. Còn các mục tiêu chính của hệ thống thuế thu nhập, ngược lại, là thu thập doanh thu một cách công bằng. Nhất quán với mục tiêu và trách nhiệm của mình, kế toán tài chính đo lường theo hướng ghi nhận thấp hơn là sẽ ghi nhận cao hơn về thu nhập ròng và tài sản thuần. Do đó, thậm chí xung đột về mục tiêu, bất kỳ khoản tương đương giữa thuế và kế toán tài chính sẽ là không thể chấp nhận.

Hơn nữa, vẫn có thêm những lí do khác khiến thu nhập có thể được ghi nhận khác nhau giữa thuế và kế toán. Trong khi mục đích rõ ràng nhất của thuế là để sử dụng cho chi tiêu công, mức độ và cường độ thuế trong nền kinh tế hiện đại cũng làm cho nó trở thành một công cụ quyền lực của các chính sách kinh tế xã hội của chính phủ trong quyền hạn của nó. Trong khi đúng là một số chính sách thuế được ban hành để phục vụ ra quyết định kinh tế tốt hơn. Cũng có thể có những quy tắc để chuyển đổi thành thu nhập vì nó thường được hiểu là số liệu đúng trước khi tính thuế.

Nguyên nhân do cơ sở áp dụng khác nhau:

Với một số quốc gia, hệ thống kế toán (kế toán tài chính) cơ sở kế toán sử dụng để lập các báo cáo tài chính là để báo cáo các giao dịch và cung cấp những thông tin, là cơ sở kế toán dồn tích, là lựa chọn duy nhất được cho phép bởi các nguyên tắc kế toán được chấp nhận chung. Theo đó, cơ sở kế toán dồn tích được hiểu là một trong các nguyên tắc kế toán cơ bản nhất chi phối các phương pháp kế toán cụ thể trong kế toán doanh nghiệp, mọi giao dịch kinh tế liên quan đến tài sản, nợ phải trả, nguồn vốn chủ sở hữu, doanh thu và chi phí được ghi nhận tại thời điểm phát sinh giao dịch, không quan tâm đến thời điểm thực tế thu hoặc chi tiền ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cuzdriorean Dan Dacian Đại học Babes-Bolyai, Cluj-Napoca. (2017). The relationship between accounting and taxation: a brief international literature review. <http://scholarship.law.wm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1665&context=tax>.
2. Hội đồng Chuẩn mực Kế toán quốc tế - IASB (2012), *IAS 18 Revenue*.
3. Mark E. Richardson. (1955). Accounting Theory and Taxation (wm.edu). <http://scholarship.law.wm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1665&context=tax>.

Ngày nhận bài: 24/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THANH HUYỀN

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

**ANALYZING THE RELATIONSHIP
BETWEEN THE ACCOUNTING AND TAX SYSTEMS**

● Master. **NGUYEN THANH HUYEN**

Faculty of Accounting

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

This paper analyzes the relationship between the accounting and tax systems in the world through two typical countries, namely the United States and Finland. The paper also points out the specific differences between these two systems that lead to the differences in the revenue recognition. These differences are due to differences in bases and purposes of the accounting and tax systems.

Keywords: tax system, accounting system, difference, recognition, revenue, expenses.

ẢNH HƯỞNG CỦA TỶ LỆ PHỐI TRỘN ĐẾN CHẤT LƯỢNG CỦA NƯỚC DƯA HẤU - DÂU TẦM LÊN MEN

● PHAN THỊ KIỀU LINH

TÓM TẮT:

Nước trái cây lên men là một loại đồ uống có cồn được chế biến bằng cách lên men các loại nước trái cây (nho, dâu, táo,...) và một số loại nấm men. Nước trái cây lên men có độ cồn nhẹ (10 - 15%), là thức uống có giá trị dinh dưỡng cao, hương vị thơm ngon, tốt cho sức khỏe con người khi uống điều độ mỗi ngày, đặc biệt phù hợp với phụ nữ và có tác dụng hỗ trợ điều trị như ngăn ngừa lão hóa, chống ung thư và tốt cho tim mạch. Trong công nghiệp chế biến thực phẩm, phối trộn là một nghệ thuật để phát triển màu sắc, mùi thơm, vị khác nhau cho phù hợp với yêu cầu. Nước ép dưa hấu và dâu tằm tạo thành nước trái cây lên men theo các tỷ lệ khác nhau (6:4; 7:3; 8:2). Quá trình lên men được thực hiện ở 25°C - 28°C, pH = 5.0. Kết quả thu được tỷ lệ phối trộn thích hợp là tỷ lệ 7:3, hàm lượng chất khô hòa tan là 26°Bx, mật độ nấm men được sử dụng là 107 tế bào/mL và nồng độ ethanol là 11.97 % v/v.

Từ khóa: nước dưa hấu, dâu tằm, dưa hấu, nấm men, đồ uống có cồn.

1. Đặt vấn đề

Trong nhiều năm qua, dưa hấu đã trở thành một loại hoa quả có giá trị xuất khẩu cao, được nhiều thị trường trong và ngoài nước ưa chuộng nhất. Sản lượng dưa hấu tăng trong nhiều năm qua đã đặt ra những tiềm năng và thách thức mới cho ngành công nghiệp bảo quản và chế biến từ nguồn nguyên liệu này. Dưa hấu có độ đường 12 - 14%, hàm lượng đường fructose có độ ngọt cao, ngoài ra còn chứa một lượng lớn chất chống oxy hóa như phenolic và lycopene [1]. Quả dâu tằm thường được sử dụng để làm mứt, bánh kẹo, cũng như tạo ra nguồn kinh tế và để làm rượu. Trong dâu tằm có anthocyanin (hàm lượng anthocyanin có trong quả dâu tằm là

1.188%) là một chất màu thực phẩm tự nhiên thường có trong rượu vang giúp cho rượu có màu đẹp, màu trái dâu tằm rất đậm và có đặc điểm rất riêng để tạo ra vang đỏ [2]. Trong công nghiệp chế biến thực phẩm, phối trộn là một nghệ thuật để phát triển các màu sắc, mùi thơm, vị khác nhau để tạo ra các sản phẩm khác nhau [3]. Sản xuất nước trái cây lên men từ dưa hấu kết hợp dâu tằm nhằm đa dạng hóa sản phẩm cũng như tăng hiệu quả đối với loại cây trồng này, đặc biệt trong trường hợp vào mùa thu hoạch chính và chưa có đầu ra bền vững. Dựa vào các yếu tố trên, hai loại trái cây trên có tiềm năng phối hợp là nguyên liệu thích hợp để lên men rượu trái cây dưa hấu - dâu tằm.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng

Dưa hấu Long An có độ Brix là 9, pH: 5.22, độ ẩm 87.045%.

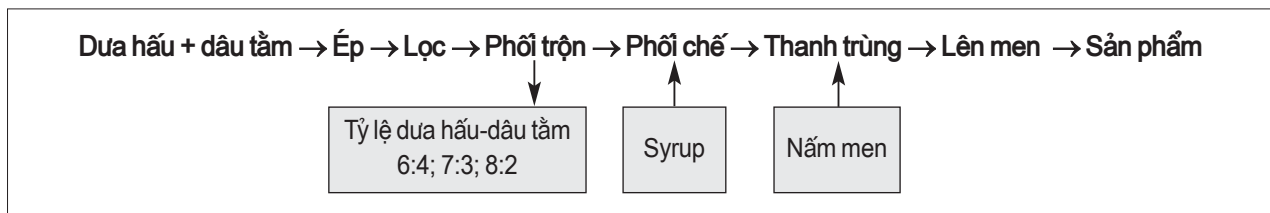
Dâu tằm Đà Lạt có độ Brix là 6, pH: 3.53, độ ẩm 85.335%.

Nấm men *Saccharomyces cerevisiae* do Công ty Brentag phân phối. Bảo quản trong tối ở 15-25°C trong suốt quá trình.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp lên men (Sơ đồ 1)

Sơ đồ 1: Phương pháp lên men



men của mẫu có tỷ lệ 6:4 là 50.45 g/L và đối với 2 mẫu còn lại tỷ lệ 7:3 và 8:2 là 60.77 g/L và 70.14 g/L. Từ kết quả ở Hình 2, °Brix ở ngày thứ 6 lên men của các mẫu là tỷ lệ 6:4 (8.27°Bx), tỷ lệ 7:3 (10.44 °Bx) và tỷ lệ 8:2 (11.04°Bx). Kết quả này tương tự với nghiên cứu của tác giả Hoa về khảo sát ảnh hưởng của một số yếu tố đến quá trình lên men rượu vang từ trái chùm ruột (*Phyllanthus acidus*), °Brix còn lại của sản phẩm vang sau 5 ngày lên men là 10.4 °Brix. Ở thí nghiệm khảo sát tỷ lệ phối trộn thì hàm lượng đường khử và hàm lượng chất

2.2.2 Phương pháp phân tích

- Độ ẩm nguyên liệu được xác định bằng cân sấy ẩm [4].

- Nồng độ chất khô hòa tan (Brix) xác định bằng khúc xạ kế cầm tay [4].

- pH xác định bằng máy đo pH [4].

- Đo đường khử bằng phương pháp DNS [5].

- Hàm lượng ethanol xác định bằng phương pháp tỷ trọng TCVN 8008 : 2009.

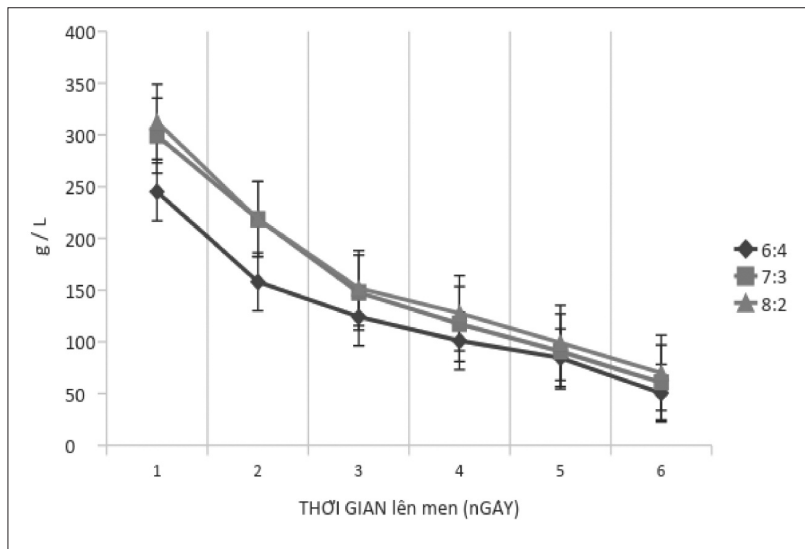
- Mật độ nấm men được kiểm tra bằng kính hiển vi, sử dụng buồng đếm hồng cầu [6].

3. Kết quả và bàn luận

3.1. Ảnh hưởng của tỷ lệ phối trộn dưa hấu - dâu tằm lên rượu vang đến hàm lượng đường

Hàm lượng đường khử và °Brix giảm nhanh qua các ngày của quá trình lên men và tỷ lệ 6:4 là giảm nhanh nhất, vì ở tỷ lệ 6:4 môi trường chứa nhiều acid hơn 2 tỷ lệ 7:3 và 8:2. Kết quả Hình 1 cho thấy, hàm lượng đường khử còn sót lại ở ngày thứ 6 lên

Hình 1: Ảnh hưởng của hàm lượng đường khử



men khô hòa tan ở tỷ lệ 6:4 khác biệt có ý nghĩa so với 2 tỷ lệ 7:3 và 8:2 [7].

3.2. Ảnh hưởng của độ pH đến tỷ lệ phối trộn trong quá trình lên men

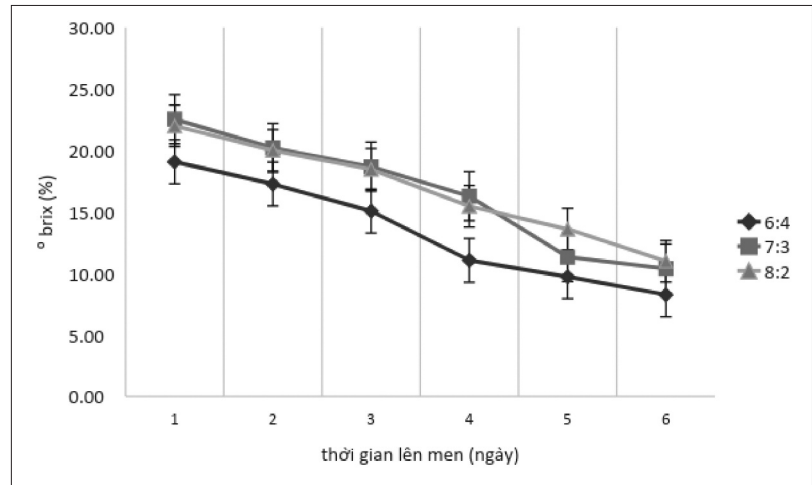
pH thấp sẽ làm tăng màu đỏ, độ tươi, độ sáng cũng như làm tăng hương vị chua của dịch quả lên men. pH cao làm ảnh hưởng đến màu đỏ của rượu vang, hương vị và làm hoạt hóa một số enzyme bên

hiệt, xúc tác phản ứng hóa sinh không mong muốn, ảnh hưởng đến mùi vị, cảm quan và một số vitamin có trong dịch quả [8].

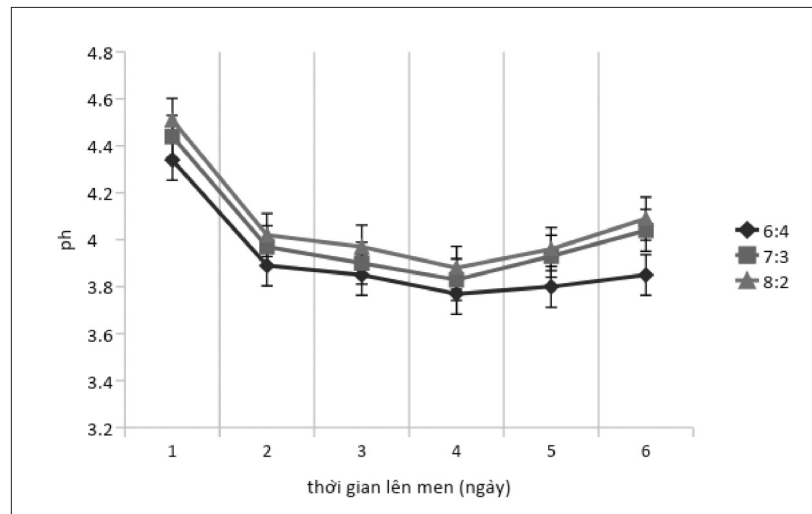
Qua kết quả ở Hình 3 cho thấy pH ở các mẫu đều có xu hướng giảm và tăng nhẹ ở những ngày cuối của quá trình lên men. Ở cùng pH ban đầu, mẫu tỷ lệ 6:4 có xu hướng giảm nhanh hơn so với mẫu tỷ lệ 7:3 và 8:2. Trong khoảng thời gian đầu (trong 4 ngày đầu) của quá trình lên men giảm nhanh ở các tỷ lệ 6:4, 7:3 và 8:2 tương ứng với pH là 4.43 xuống 3.77, 4.44 xuống 3.83 và 4.51 xuống 3.88, ở giai đoạn này acid lactic, acid malic của dịch quả tăng lên để hình thành rượu làm cho pH giảm đi rõ rệt... [9]. Ở 2 ngày cuối của quá trình lên men chính ở các tỷ lệ 6:4, 7:3 và 8:2 tương ứng là 3.85, 4.04 và 4.09 thì khi hàm lượng cơ chất giảm, tốc độ lên men cũng giảm làm cho pH trong dịch quả tăng lên. Theo Sossou et al, sự khởi đầu của quá trình hình thành acid acetic có liên quan đến sự tăng trưởng tối đa của tế bào và đủ sinh khối để bắt đầu quá trình chuyển hóa ethanol thành acid acetic [10].

Suốt trong quá trình lên men rượu trở nên ít acid hơn vì phản ứng của ethanol với các acid hữu cơ để tạo ra rất nhiều hỗn hợp vòng thơm được gọi là este. Theo thời gian, tính acid của acid acetic và tannin trong rượu vang sẽ xúc tác protonate của các acid hữu cơ khác (bao gồm cả acid acetic). Kết quả là etyl acetaat và acid acetic là 2 acid nhiều nhất trong rượu. Các kết hợp rượu hữu cơ khác (phenol) và các acid hữu cơ dẫn đến nhiều loại este khác nhau trong rượu vang, góp phần làm cho chúng hương vị, mùi và vị khác nhau [11]. Ở thí nghiệm

Hình 2: Ảnh hưởng của hàm lượng chất khô hòa tan



Hình 3: Ảnh hưởng của pH đến tỷ lệ phối trộn qua các ngày lên men

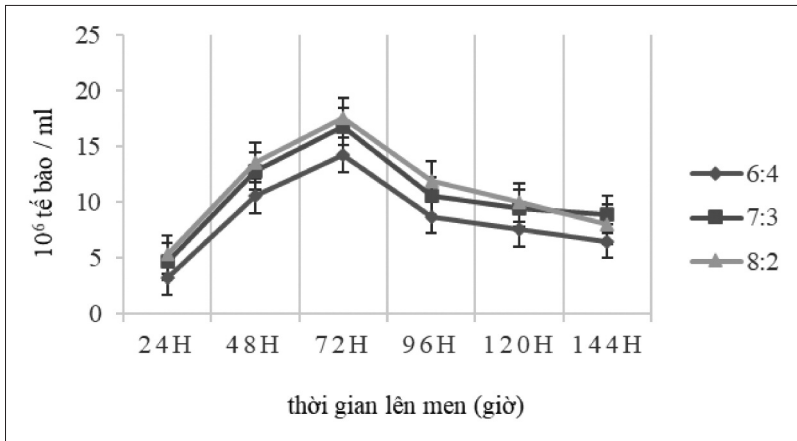


khảo sát tỷ lệ phối trộn thì độ pH ở tỷ lệ 7:3 khác biệt không có ý nghĩa so với tỷ lệ 6:4 và 8:2.

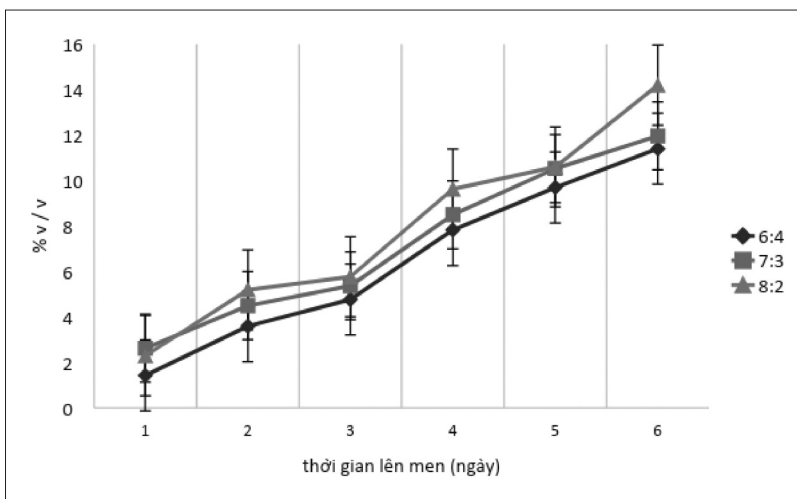
3.3. Ảnh hưởng của mật độ nấm men đến tỷ lệ phối trộn trong quá trình lên men

Theo kết quả từ Hình 4, ở cùng mật độ nấm men nhưng tỷ lệ 6:4 mật độ nấm men thấp nhất so với tỷ lệ 7:3 và tỷ lệ 8:2; mật độ nấm men tăng dần trong 72 giờ đầu (kể từ khi cấy giống) nấm men sinh sản nhanh nhất và đạt mức cực đại, số lượng tế bào nấm men tăng dần theo các mẫu tỷ lệ 6:4 (3.21*10⁶ tế bào/mL lên 14.27*10⁶ tế bào/mL), tỷ lệ 7:3 (4.68*10⁶ tế bào/mL lên 16.83*10⁶ tế bào/mL) và

Hình 4: Ảnh hưởng của mật độ nấm men đến tỷ lệ phối trộn qua các ngày lên men



Hình 5: Ảnh hưởng của ethanol đến tỷ lệ phối trộn qua các ngày lên men



tỷ lệ 8:2 °Bx (5.32*10⁶ tế bào/mL lên 17.55*10⁶ tế bào/mL). Trong 72 giờ đầu tiên nấm men đang trong giai đoạn sinh trưởng mạnh, môi trường còn giàu dinh dưỡng, lượng ethanol sinh ra ít, nên không gây ảnh hưởng tới sinh trưởng của nấm men. Số lượng tế bào nấm men giảm dần ở giai đoạn 96 giờ đến 144 giờ tiếp theo, số lượng tế bào nấm men còn lại ở các nồng độ 6:4 (6.52*10⁶ tế bào/mL), 7:3 (8.88*10⁶ tế bào/mL) và 28 (8.02*10⁶ tế bào/mL). Ở giai đoạn này, nguồn dinh dưỡng giảm dần trong khi lượng ethanol tăng dần và môi trường yếm khí nên đã ức chế sự sinh trưởng của nấm men, ngoài ra khi thời gian lên men kéo dài nên một lượng tế bào

nấm men cũng bị kết lắng đã làm cho số tế bào trong dịch lên men giảm mạnh [12]. Từ khảo sát tỷ lệ phối trộn mật độ nấm men ở tỷ lệ 6:4 khác biệt có ý nghĩa so với 2 tỷ lệ 7:3 và 8:2.

3.4. Ảnh hưởng của hàm lượng ethanol đến tỷ lệ phối trộn trong quá trình lên men

Theo kết quả ở Hình 5 cho thấy ethanol tăng dần qua các ngày lên men. Ethanol thu được kết quả tương ứng là tỷ lệ 6:4 (11.4 % v/v), tỷ lệ 7:3 (11.97 % v/v) và tỷ lệ 8:2 (14.2 % v/v). Hàm lượng đường trong dịch lên men giảm dần theo thời gian lên men hàm lượng ethanol tạo ra lại tăng dần. Mật độ nấm men ở tỷ lệ 6:4 là thấp nhất nên sản sinh ra ethanol là thấp nhất. Từ khảo sát tỷ lệ phối trộn thì ethanol ở tỷ lệ 6:4 khác biệt có ý nghĩa so với 2 tỷ lệ 7:3 và 8:2.

3.5. Nhận xét màu sắc của các tỷ lệ phối trộn (Bảng 1, Hình 6)

Sau khi tiến hành thực hiện thí nghiệm khảo sát tỷ lệ phối trộn nguyên liệu dưa hấu Long An: dưa hấu Đà Lạt với các tỷ lệ 6:4, 7:3 và

8:2 được theo dõi mỗi ngày, nhằm mục đích tăng tính cảm quan của sản phẩm, tác giả chọn tỷ lệ phối trộn của dịch quả là 7:3 vì các nguyên nhân sau:

Bảng 1. Sự thay đổi về màu sắc của dịch quả sau khi phối trộn

Tỷ lệ phối trộn Dưa hấu:Dâu tằm (mL)	Màu sắc
6:4	Màu đỏ rất đậm, đẹp
7:3	Màu đỏ đậm, đẹp
8:2	Màu đỏ đậm, đẹp

Hình 6: Màu sắc của các tỷ lệ phối trộn dịch quả theo các tỷ lệ 6:4, 7:3, 8:2



- Mẫu có tỷ lệ phối trộn 7:3 và 8:2 cho màu sắc đỏ đậm, đẹp, đặc trưng của màu rượu vang đỏ, hàm lượng ethanol đạt yêu cầu.

- Để tiết kiệm chi phí làm thí nghiệm.

- Mùi vị của sản phẩm sau khi lên men của tỷ lệ 7:3 có độ ngọt vừa phải hơn tỷ lệ phối trộn dịch quả 8:2.

- Từ các kết quả của hàm lượng chất khô hòa tan, pH, đường khử, ethanol và mật độ nấm men thì kết quả tỷ lệ 7:3 ổn định nhất trong quá trình lên men so với 2 tỷ lệ 6:4 và 8:2 ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Hồng Cúc (2003). *Kỹ thuật trồng dưa hấu*. TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Nông Nghiệp.
2. H. T. K. C. Đào Hùng Cường (2010). Nghiên cứu thành phần chất màu ANTHOCYANIN chiết từ quả dâu tằm Quảng Nam. *Tạp chí Hóa học*, 48(4), 491-496.
3. C. Chaudhary, B. S. Yadav, and R. Grewal (2014). Preparation of Red Wine by Blending of Grape (*Vitis vinifera* L.) and Jamun (*Syzygium cumini* L. Skeels) Juices Before Fermentation. *Int. J. Agric. Food Sci. Technol.*, 5(4), 2249-3050.
4. Lê Thanh Mai (2005). *Các phương pháp phân tích ngành công nghệ lên men*. Hà Nội: Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
5. G. Lorentz Miller (1959). Use of Dinitrosalicylic Acid Reagent for Determination of Reducing Sugar. *Anal. Chem.*, 31(3), 426-428.
6. L. M. H. Lê Văn Việt Mẫn (2010). *Thí nghiệm Vi sinh vật học thực phẩm*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Phạm Thị Cẩm Hoa, Nguyễn Phan Khánh Hòa, Nguyễn Bảo Toàn*, Nguyễn Thị Tố Nga (2017). *Khảo sát ảnh hưởng của một số yếu tố đến quá trình lên men rượu vang từ trái chùm ruột (Phyllanthus acidus)*. Kỷ yếu kỷ niệm 35 năm thành lập Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh (pp. 135-142), TP. Hồ Chí Minh.
8. I. Mato, S. Suárez-Luque, and J. F. Huidobro (2005). A review of the analytical methods to determine organic acids in grape juices and wines. *Food Res. Int.*, 38(10), 1175-1188.
9. Ameyapoh Y., Leveau J.Y., Karou S.D., Bouix M., Sossou S.K., De Souza C. (2010). Vinegar production from Togolese local variety Mangovi of *Mango mangifera indica* Linn. (Anacardiaceae). *Pak. J. Biol. Sci.*, 13(3), 132-7.

10. R. Cohen-Kerem, V. Kisilevsky, T. R. Einarson, E. Kozler, G. Koren, and J. A. Rutka (2004). Intratympanic gentamicin for Menière's disease: A meta-analysis. *Laryngoscope*, 114(12), 2085-2091.
11. N. Wada, P. J. Gaczi, and S. A. Solin (1980). Diamond-like 3-fold coordinated amorphous carbon. *J. Non. Cryst. Solids*, 35-36 (PART 1), 543-548.

Ngày nhận bài: 16/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/3/2022

Thông tin tác giả:

PHAN THỊ KIỀU LINH

Khoa Kỹ thuật thực phẩm và Môi trường,

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

EFFECT OF MIXING RATIO ON THE QUALITY OF FERMENTED MULBERRY -WATERMELON JUICE

● **PHAN THI KIEU LINH**

Faculty of Environmental And Food Engineering
Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

Fermented juice, an alcoholic beverage, is produced by fermentation of fruit juice like Grape, Strawberry, Apple, etc. by yeasts. Fermented fruit juice, which contains a small amount of alcohol (10 - 15% ABV), is a high nutritional drink with delicious taste. Moderate daily consumption of fermented fruit juice provides some health benefits, especially for women, such as anti-aging, anti-cancer and heart disease prevention. In the food processing industry, mixing is to develop different colors, aromas and flavors. Watermelon juice and mulberry juice can be mixed to make fermented fruit juice in different mixing ratios (6:4, 7:3, and 8:2). The fermentation is happened at 25°C - 28°C, and pH = 5.0. This study finds out that the appropriate mixing ratio between watermelon juice and mulberry juice is 7:3 to make fermented fruit juice and the yeast density is 10^7 cells/mL. This fermented fruit juice's solid content is 26°Bx, and the ethanol concentration is 11.97% v/v.

Keywords: watermelon juice, mulberry, watermelon, yeast, alcoholic beverages.

TỔNG HỢP VÀ XÁC ĐỊNH CẤU TRÚC VẬT LIỆU ZIF-8 SỬ DỤNG KẼM TỪ BỤI LÒ THÉP VÀ HẤP PHỤ CHẤT MÀU

● NGUYỄN THỊ LINH DIỄM - PHẠM VŨ NHẬT UYÊN - NGUYỄN THỊ THÙY DUYÊN
- TRẦN NGỌC THẮNG - NGUYỄN VĂN CƯỜNG

TÓM TẮT:

Trong nghiên cứu này, vật liệu ZIF-8 được tổng hợp từ kẽm thải nhà máy sản xuất thép và 2-methylimidazolate theo các tỷ lệ và thời gian khác nhau. Cấu trúc của các sản phẩm được nghiên cứu bằng nhiều phương pháp nhiễu xạ tia X và phổ hồng ngoại FT-IR. Kết quả SEM cho thấy, đặc điểm hình dạng và kích thước phân bố của tinh thể ZIF-8 đồng đều khi tăng thời gian tổng hợp. Vật liệu sau tổng hợp được sử dụng làm vật liệu hấp phụ chất màu Reactive Blue-19 trong nước. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu suất hấp phụ như: nồng độ, thời gian, pH, và nhiệt độ. Kết quả cho thấy, ở pH bằng 9, hiệu suất hấp phụ của ZIF-8 với chất màu Reactive Blue-19 cao nhất và đạt 77,8%. Khi nhiệt độ càng cao, khả năng hấp phụ màu của vật liệu ZIF-8 càng tốt.

Từ khóa: hấp phụ màu dệt nhuộm, reactive blue 19, ZIF-8, bụi lò thép (EAFD).

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh ngành công nghiệp dệt may phát triển kéo theo thực trạng ô nhiễm môi trường nước do nước thải dệt nhuộm ngày càng tăng, thuốc nhuộm đã được sử dụng rộng rãi để tạo màu cho nhiều loại sản phẩm, bao gồm hàng dệt, da, giấy, cao su, in ấn và nhựa. Ước tính, mỗi năm, trên toàn cầu có hơn 10.000 loại thuốc nhuộm và chất màu khác nhau được sử dụng, với khoảng 0,8 triệu tấn thuốc nhuộm được tổng hợp. Chất màu hữu cơ có trong nước thải gây ảnh hưởng đến nhiều sinh vật và thực vật trong nước cũng như gây ra các yếu tố độc hại với con người. Do đó, cần phải loại bỏ các chất màu hữu cơ trước khi chúng được thải ra môi trường.

Có nhiều phương pháp xử lý nước thải, như: oxy

hóa nâng cao, keo tụ, kết tủa, hấp phụ và sinh học. Trong đó, phương pháp hấp phụ hiện đang được nghiên cứu và sử dụng rộng rãi để xử lý nước thải dệt nhuộm do hiệu quả và chi phí thấp. ZIF-8 là vật liệu có khả năng ứng dụng cao trong hấp phụ do ZIF-8 có cấu trúc xốp, rỗng và diện tích bề mặt riêng lớn nên có khả năng hấp phụ các chất màu và kim loại có trong nước thải ngành công nghiệp dệt nhuộm. ZIF-8 đang là vật liệu thu hút được sự chú ý hơn cả do tính ổn định hóa học và bền nhiệt cao. ZIF-8 được tạo thành từ nguyên tử Zn liên kết với 2-methylimidazolate (Hmim) tạo thành Zn(Hmim)₂ [1].

Bụi lò thép (EAFD) là chất thải rắn được thu hồi từ các thiết bị thu bụi có nhiều trong nhà máy sản xuất thép [2]. Trên mỗi tấn thép được sản xuất ra thì

thu được khoảng 10 - 30 kg EAFD [3]. EAFD đang bị coi là một chất thải nguy hại ảnh hưởng đến môi trường và sức khỏe con người, vì chúng chứa nhiều kim loại không an toàn [4]. Trong EAFD chứa khoảng 10 - 50% khối lượng Zn, do đó EAFD đã được tích cực tái chế để phục hồi Zn [5]. Trong nghiên cứu này, vật liệu ZIF-8 được tổng hợp từ nguồn kẽm thải từ bụi lò điện hồ quang và ứng dụng làm chất hấp phụ chất màu ô nhiễm trong nước.

2. Phương pháp thực nghiệm

2.1. Nguyên liệu

Muối kẽm $ZnSO_4 \cdot 7H_2O$ có nguồn gốc từ bụi lò thép, thu hồi bằng phương pháp thủy luyện axit. Quy trình ươm dựa trên axit tạo ra tỷ lệ thu hồi Zn trên 92% [6, 7]. 2-methylimidazole, và methanol được mua từ J.T.BAKER nhập khẩu bởi Công ty TNHH DV-TM Phạm Nguyễn. Chất màu Reactive Blue-19, Blue-3252, Blue-86, Methyl Blue, Blue-21, Methyl Orange, Yellow-247, Rebine-3249 và Blue-198.

2.2. Phương pháp tổng hợp vật liệu ZIF-8

Cân 2.5 g, $ZnSO_4 \cdot 7H_2O$ (8 mol) hòa tan trong 50 ml CH_3OH , sau đó đem đánh siêu âm 15 phút (becher 1). Cân 5.25 gam Hmim (64 mmol) hòa tan trong 100 ml CH_3OH (becher 2). Đặt becher 1 lên máy khuấy từ và bắt đầu khuấy, sau đó đổ từ từ becher 2 vào becher 1 khuấy mạnh 24 giờ (800 vòng/phút). Sau khi khuấy xong, tiến hành ly tâm lấy chất rắn, rửa lại bằng CH_3OH 3 lần, mỗi lần 1 giờ. Lấy chất rắn thu được sấy ở nhiệt độ $80^\circ C$ đến khi khô sẽ thu được ZIF-8. ZIF-8 được tổng hợp với tỷ lệ muối kẽm $ZnSO_4 \cdot 7H_2O$ và Hmim theo lần lượt 1:4, 1:6, 1:8 và 1:12.

2.3. Phân tích cấu trúc vật liệu

Vật liệu ZIF-8 sau tổng hợp được phân tích và xác định cấu trúc bằng các phương pháp nhiễu xạ tia X (XRD), phổ hồng ngoại FT-IR và SEM. Quang phổ hồng ngoại biến đổi Fourier (FT-IR, Tensor 27 -Bruker, Đức) được đo với bước sóng trải dài từ 4000 đến 400 cm^{-1} . Hình thái của vật liệu được kiểm tra bằng kính hiển vi điện tử quét (SEM, Hitachi S-4800 và JSM-IT200, Tokyo, Nhật Bản). XRD được đo trên thiết bị LabX XRD-6100, Shimadzu, Nhật Bản từ $5^\circ C$ đến $80^\circ C$ bằng cách sử dụng bức xạ Cu-Ká.

2.4. Khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng hấp phụ chất màu của ZIF-8

Pha các chất màu (Reactive blue-19, Reactive blue 3252, Reactive blue 86, Reactive blue 198, Reactive blue 21, Methyl blue, Rebine 3249, Yellow 247 và Methyl da cam) có nồng độ 50 ppm sau đó đem đi đo mật độ quang (OD) ở bước sóng λ_{max} tương ứng của các màu ta được A0. Cho lần lượt 0.05 gam vật liệu ZIF-8 vào các Erlen có chứa 50 mL dung dịch màu nồng độ 50 ppm, lắc đều bằng máy lắc với vận tốc 200 vòng/phút. Sau 30 phút, 3 mL dung dịch được lấy ra, pha rắn của dung dịch sau hấp phụ được tách bằng máy ly tâm, nồng độ còn lại của dung dịch chất màu được phân tích bằng máy quang phổ UV - Vis (UV - Vis evolution 600, Mỹ) ở bước sóng λ_{max} tương ứng của các màu. Hiệu suất hấp phụ được xác định theo phương trình (1):

$$(C_0 - C)/C_0 \times 100 \quad (1)$$

Trong đó C_0 và C là nồng độ ban đầu và nồng độ sau hấp phụ (ppm). Thí nghiệm được tiến hành 3 lần để lấy giá trị trung bình.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tổng hợp vật liệu

Để khảo sát các mẫu vật liệu theo các tỷ lệ khác nhau, ta cố định số mol của muối kẽm $ZnSO_4 \cdot 7H_2O$ và tăng số mol của Hmim theo lần lượt là 4, 6, 8, 12 lần số mol của muối $ZnSO_4 \cdot 7H_2O$. Sản phẩm ZIF-8 thu được có tỷ lệ $ZnSO_4 \cdot 7H_2O/Hmim$ lần lượt là 1:4, 1:6, 1:8 và 1:12. Hiệu suất sản phẩm tăng khi tăng khối lượng Hmim. Cụ thể, khi tỷ lệ ban đầu là 1:4 thì hiệu suất sản phẩm là 8,81% và khi tăng tỷ lệ ban đầu lên 1:12 thì hiệu suất sản phẩm là 27,6%. Thời gian phản ứng cũng có ảnh hưởng lớn đến hiệu suất sản phẩm. Tỷ lệ ban đầu 1:8 được tiến hành phản ứng theo các khoảng thời gian 1, 4, 8, 12 và 24 h.

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy, thời gian tổng hợp càng lâu thì hiệu suất sản phẩm càng tăng lên, do khi phản ứng càng lâu, tinh thể càng hoàn thiện càng tăng kích thước dẫn đến khối lượng và hiệu suất tăng. Mặc khác, thời gian phản ứng càng lâu thì số lượng tinh thể hình thành càng nhiều, các tâm kim loại Zn liên kết với các Hmim cũng tăng lên khi tăng thời gian phản ứng. Cụ thể, hiệu suất tăng

Bảng 1. Hiệu suất sản phẩm theo tỷ lệ ZnSO₄.7H₂O/Hmim

Tỷ lệ (mol/mol)	Khối lượng ZnSO ₄ .7H ₂ O (g)	Khối lượng Hmim (g)	Khối lượng sản phẩm (g)	Hiệu suất sản phẩm (%)
1:4	0.625	0.6568	0.04	8.81
1:6	0.625	0.9856	0.07	15.42
1:8	0.625	1.3136	0.08	17.7
1:12	0.625	1.9704	0.1255	27.6

từ 17,7% ở thời gian 4 giờ lên 29,9% khi thời gian tăng lên 24 giờ. (Bảng 1)

3.2. Xác định cấu trúc vật liệu

3.2.1. Phương pháp hiển vi điện tử quét (SEM)

Hình thái bề mặt ZIF-8 tổng hợp theo các thời gian khác nhau được tiến hành chụp hình thái bề mặt bằng kính hiển vi điện tử quét bề mặt (SEM), qua đó quan sát sự khác nhau giữa các vật liệu được tổng hợp ở các mốc thời gian khác nhau. Hình 1 cho thấy bề mặt của vật liệu ZIF-8 không đồng nhất, cấu trúc của vật liệu không bằng phẳng tạo ra nhiều lỗ xốp làm cho vật liệu có khả năng hấp phụ chất màu tốt. Khi thời gian tổng hợp bị thay đổi, hình dạng tinh thể cũng thay đổi theo. Tinh thể ở thời gian tổng hợp 8 và 12h có hình dạng tương đối hoàn thiện và đồng đều về

kích thước hơn 1 và 4h. Từ đó kết luận thời gian tổng hợp là yếu tố ảnh hưởng đến hình dạng tinh thể sau khi tổng hợp, thời gian càng lâu tinh thể càng hoàn thiện. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với những nghiên cứu trước đó của Kika và cộng sự [8]

3.2.2. Phương pháp nhiễu xạ tia X (XRD)

Hình 2 cho biết kết quả XRD của vật liệu ZIF-8 được tổng hợp với tỷ lệ ZnSO₄.7H₂O/Hmim khác nhau. Vật liệu ZIF-8 tổng hợp được có mức độ tinh thể cao và tương tự với các kết quả đo XRD của ZIF-8 đã được công bố trước đó [9-11]. Các đỉnh ở 2θ = 7.42, 10.52, 12.9, 14.83, 16.52, 18.19, 22.16, 24.58, 25.7, 26.77, 29.9, 30.85, 31.76 và 32.51 cho thấy Vật liệu ZIF-8 tổng hợp có mức độ tinh thể cao. Kết quả XRD khẳng định sản phẩm thu được ở

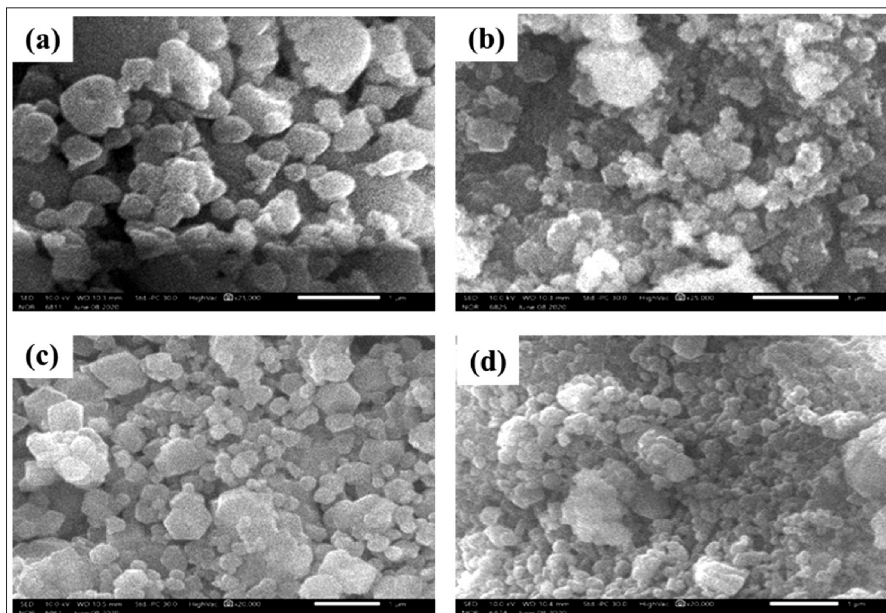
các tỷ lệ 1:4, 1:6, 1:8 và 1:12 đều là vật liệu ZIF-8.

Đồng thời, vật liệu ZIF-8 cũng được tổng hợp khác thời gian thì các mẫu tổng hợp ở thời gian càng lâu (8 giờ) có đỉnh tinh thể cao hơn các mẫu tổng hợp ở thời gian ngắn hơn (1 giờ và 4 giờ), do thời gian tổng hợp càng lâu thì hiệu suất sản phẩm tổng hợp càng cao, kéo theo lượng tinh thể ngày càng nhiều nên đỉnh thể hiện càng cao (Hình 3).

3.2.3. Phương pháp phổ hồng ngoại FT - IR

Kết quả phổ FT-IR của vật liệu ZIF-8 trong

Hình 1. Kết quả đo SEM của ZIF-8 theo thời gian tổng hợp (a) 1; (b) 4; (c) 8 và 12 h.

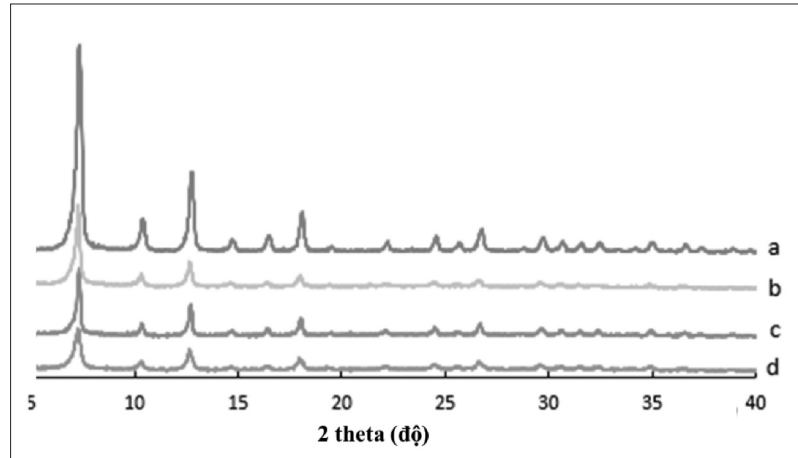


khoảng đo từ $400 - 3.900 \text{ cm}^{-1}$ được thể hiện trong Hình 4. Phổ FT-IR của vật liệu cho thấy, vân phổ ở trong dãy hấp phụ từ 3.135 và 2.930 cm^{-1} đặc trưng cho liên kết kéo dài của C-H của vòng thơm và chuỗi aliphatic trong Hmim. Các đỉnh quan sát trong vùng $1.350 - 1.550 \text{ cm}^{-1}$ đặc trưng cho liên kết với sự dao động của toàn bộ mạch vòng và liên kết kéo dài của C=N xuất hiện ở khoảng 1.584 cm^{-1} . Vùng ở bước sóng giữa 1.350 và 950 cm^{-1} cho thấy, các dải khác nhau được đặc trưng cho sự uốn cong trong mặt phẳng của vòng, trong khi ở dải hấp phụ dưới 800 cm^{-1} được thể hiện sự uốn cong ngoài mặt phẳng. Đỉnh hấp phụ 3.135 cm^{-1} đặc trưng cho liên kết N-H và liên kết C=C ở đỉnh hấp phụ 3.150 cm^{-1} . Ngoài ra, ở tất cả các tỷ lệ còn xuất hiện các đỉnh hấp phụ ở khoảng 421 cm^{-1} đặc trưng cho liên kết tâm kim loại kẽm và nitro qua liên kết Zn-N. (Hình 4).

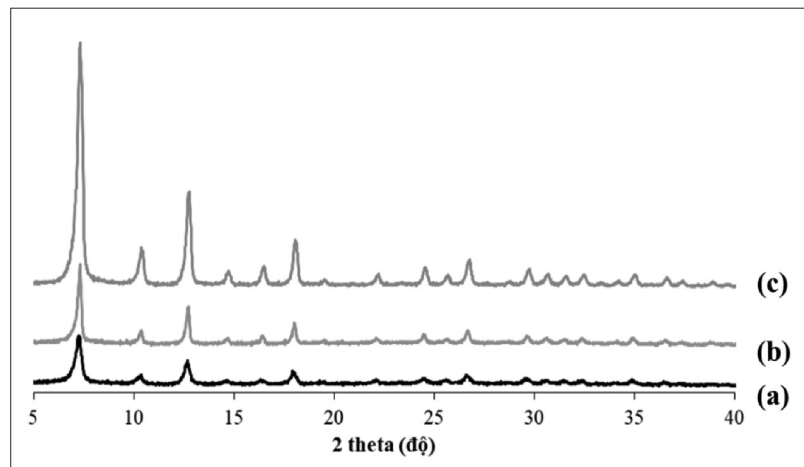
3.3. Kết quả khảo sát khả năng hấp phụ màu của ZIF-8

Cấu trúc của chất màu có ảnh hưởng nhiều đến khả năng hấp phụ. Các loại màu khác nhau sẽ cho ra hiệu suất hấp của vật liệu khác nhau. Trong nghiên cứu này, tác giả tiến hành khảo sát khả năng hấp phụ ZIF-8 với 9 màu khác nhau, đó là: Reactive blue-19, Reactive blue 3252, Reactive blue 86, Reactive blue 198, Reactive blue 21, Methyl blue, Rebine 3249, Yellow 247 và Methyl da cam nhằm đánh giá khả năng hấp phụ của vật liệu. Từ kết quả trên cho thấy, màu Reactive Blue 19 có kết quả hấp phụ vượt trội hơn các màu còn lại (77,8%). (Hình 5)

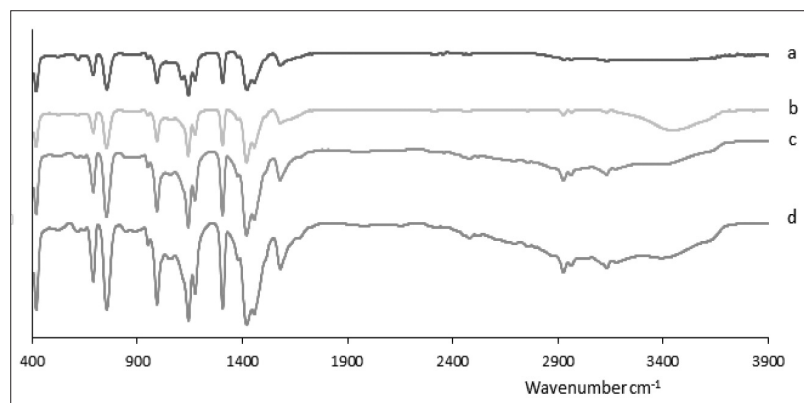
Hình 2. Kết quả XRD của ZIF-8 với tỷ lệ tổng hợp khác nhau (a) 1:12; (b) 1:4; (c) 1:6 và (d) 1:8.



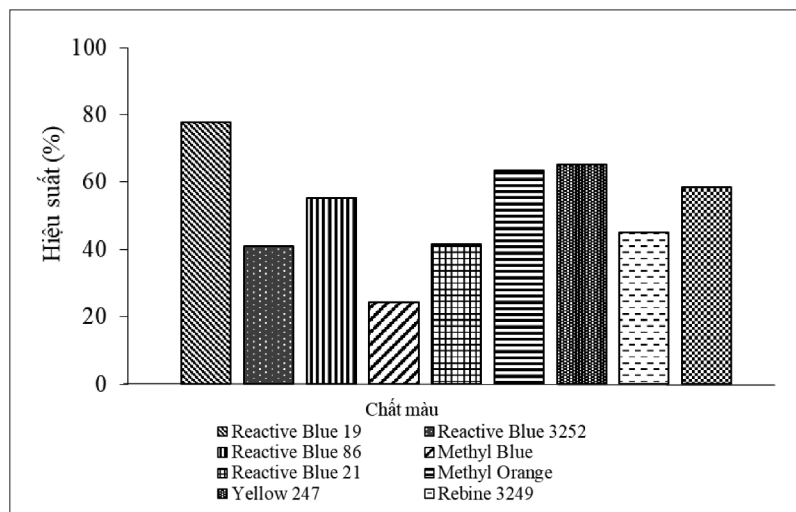
Hình 3. Kết quả XRD của ZIF-8 với thời gian tổng hợp khác nhau (a) 1; (b) 4; và (c) 8h.



Hình 4. Kết quả FT-IR của ZIF-8 với thời gian tổng hợp khác nhau (a) 1:4; (b) 1:12; (c) 1:8 và (d) 1:6.



Hình 5. Hiệu suất hấp phụ của ZIF-8 với các màu khác nhau



4. Kết luận

Vật liệu ZIF-8 đã được tổng hợp thành công từ kê thải bụi lò quang điện theo các tỷ lệ của $ZnSO_4 \cdot 7H_2O/Hmim$ khác nhau từ 1:4 đến 1:12. Cấu trúc của vật liệu ZIF-8 được xác định bằng các phương pháp phân tích hiện đại XRD, FT-IR và SEM. Thông qua SEM, X-RD) và FT-IR chứng minh ZIF-8 tổng hợp được có kết quả giống với các công bố trước đó. Khả năng hấp phụ trên chất màu Reactive Blue 19 cho hiệu suất cao nhất trong các chất màu còn lại ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Liu, J., et al. (2016). NiO-PTA supported on ZIF-8 as a highly effective catalyst for hydrocracking of Jatropha oil. *Scientific reports*, 6(1), 1-11.
2. Wu, S., et al. (2017). Cold strength and high temperature behaviors of self-reducing briquette containing electric arc furnace dust and anthracite. *ISIJ International*, ISIJINT-2017-013.
3. Lanzerstorfer, C. (2018). Electric arc furnace (EAF) dust: Application of air classification for improved zinc enrichment in in-plant recycling. *Journal of Cleaner Production*, 174: 1-6.
4. Sofilic, T., et al. (2004). Characterization of steel mill electric-arc furnace dust. *Journal of Hazardous Materials*, 109(1-3), 59-70.
5. Kukurugya, F., T. Vindt, and T. Havlík (2015). Behavior of zinc, iron and calcium from electric arc furnace (EAF) dust in hydrometallurgical processing in sulfuric acid solutions: Thermodynamic and kinetic aspects. *Hydrometallurgy*, 154, 20-32.
6. Langová, Š. and D. Matýsek (2010). Zinc recovery from steel-making wastes by acid pressure leaching and hematite precipitation. *Hydrometallurgy*, 101(3-4), 171-173.
7. Montenegro, V., et al. (2013). Hydrometallurgical treatment of steelmaking electric arc furnace dusts (EAFD). *Metallurgical and Materials Transactions B*, 44(5), 1058-1069.
8. Kida, K., et al. (2013). Formation of high crystalline ZIF-8 in an aqueous solution. *CrystEngComm*, 15(9), 1794-1801.
9. Eddaoudi, M., et al. (2001). Porous metal-organic polyhedra: 25 Å cuboctahedron constructed from 12 Cu₂ (CO₂)₄ paddle-wheel building blocks. *Journal of the American Chemical Society*, 123(18), 4368-4369.
10. Park, K.S., et al. (2006). Exceptional chemical and thermal stability of zeolitic imidazolate frameworks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 103(27), 10186-10191.
11. Zhu, M., et al. (2011). Room-temperature synthesis of ZIF-8: the coexistence of ZnO nanoneedles. *Chemistry of Materials*, 23(16), 3590-3592.

Ngày nhận bài: 15/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2022

Thông tin tác giả:

1. NGUYỄN THỊ LINH DIỄM¹

2. PHẠM VŨ NHẬT UYÊN²

3. NGUYỄN THỊ THÙY DUYÊN¹

4. TS. TRẦN NGỌC THẮNG¹

5. PGS.TS. NGUYỄN VĂN CƯỜNG¹

¹Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

²Trường Cao đẳng Y dược Pasteur

PREPARATION AND CHARACTERIZATION OF ZIF-8 BASED ON ZINC WASTE FROM ELECTRIC ARC FURNACE DUST FOR TEXTILE DYES ADSORPTION

● NGUYEN THI LINH DIEM¹

● PHAM VU NHAT UYEN²

● NGUYEN THI THUY DUYEN¹

● PhD. TRAN NGOC THANG¹

● Assoc. Prof. PhD. NGUYEN VAN CUONG¹

¹ Industrial University of Ho Chi Minh City

² College of Pharmacy Ho Chi Minh City Pasteur

ABSTRACT:

In this study, ZIF-8 material was synthesized from zinc waste from electric arc furnace dust (EAFD) and 2-methylimidazolate at different ratio and times. The structures of these material examples were analyzed by various methods such as: X-ray diffraction and FT-IR infrared spectroscopy. The SEM results show the shape and size distribution of ZIF-8 crystals become more evenly when the synthesization time is prolonged. The synthesized material is used as an adsorbent for the Reactive Blue-19 and other textile dyes in aqueous solution. The results showed that the adsorption efficiency of ZIF-8 with Reactive Blue-19 was the highest and reached 77.8%.

Keywords: textile dye absorption, reactive blue-19, ZIF-8, electric arc furnace dust.

NGHIÊN CỨU QUY TRÌNH SẢN XUẤT ĐỒ UỐNG LÊN MEN TỪ GẠO ĐEN HỮU CƠ

● PHAN VINH HƯNG

TÓM TẮT:

Bài viết tập trung nghiên cứu quy trình sản xuất đồ uống lên men từ gạo đen hữu cơ. Đầu tiên, tiến hành khảo sát nguyên liệu gạo đen hữu cơ; tiếp đó khảo sát nồng độ enzyme sử dụng và thời gian đường hóa; khảo sát tỷ lệ gạo/nước, nồng độ nấm men sử dụng và thời gian lên men; khảo sát chế độ thanh trùng (thời gian, nhiệt độ).

Từ nghiên cứu, tác giả xác định được các thông số công nghệ trong quy trình sản xuất đồ uống lên men từ gạo đen hữu cơ như sau: Nồng độ enzyme amylase sử dụng tối ưu cho quá trình đường hóa là 0,19%; Thời gian đường hóa là 40 phút; Tỷ lệ gạo/nước sử dụng là 300g/l; Nồng độ nấm men sử dụng là 25ppm; Thời gian lên men là 40 giờ; Nhiệt độ và thời gian thanh trùng là 80°C trong 20 phút. pH của sản phẩm là 4,26; Độ cồn của sản phẩm là 2,3%; Hàm lượng chất khô hòa tan của sản phẩm là 18,4g/l.

Từ khóa: quy trình sản xuất, đồ uống lên men, gạo đen hữu cơ, đồ uống, gạo đen.

1. Đặt vấn đề

Gạo đen là một loại thuộc giống lúa *Oryza sativa L.*, là loại gạo giàu dinh dưỡng, vỏ của hạt gạo này có màu đen được tạo thành do sắc tố anthocyanin. Các sản phẩm chế biến từ gạo đen rất đa dạng. Do đó việc nghiên cứu sử dụng gạo đen hữu cơ để tạo ra các sản phẩm như nước giải khát, rượu cao độ,... được xem là giải pháp hữu hiệu góp phần đa dạng các loại đồ uống dùng trong đời sống.

2. Vật liệu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Vật liệu

Gạo đen hữu cơ mua tại phòng giới thiệu sản phẩm Hoa Sua Foods thuộc Công ty Cổ phần

Thương mại và Sản xuất Viên Phú (Số 126 Võ Văn Kiệt, quận 1, TP. Hồ Chí Minh). Enzyme glucoamylase-GA-150, nấm men *Saccharomyces cerevisiae* mua tại Công ty TNHH MTV Kovin (Số 111 Xuân Hồng, phường 12, quận Tân Bình, TP. Hồ Chí Minh).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

- Khảo sát thành phần nguyên liệu gạo đen hữu cơ (độ ẩm, protein, đường khử, lipide).

- Khảo sát tỷ lệ gạo/nước, lượng enzyme sử dụng và thời gian đường hóa.

- Khảo sát hàm lượng nấm men, thời gian lên men và chế độ thanh trùng sản phẩm.

2.3. Phương pháp phân tích

- Xác định lượng chất khô hòa tan bằng khúc xạ kế.
- Xác định độ ẩm bằng phương pháp sấy.
- Xác định đạm tổng bằng phương pháp Kjeldahl.
- Xác định đường khử bằng phương pháp Bertrand.
- Xác định lipid bằng phương pháp Soxhlet.
- Xác định cường độ màu bằng phương pháp quang phổ hấp thụ.
- Xác định pH sản phẩm bằng phương pháp đo điện thế.
- Xác định hàm lượng ethanol bằng phương pháp chưng cất.
- Đánh giá cảm quan bằng phương pháp thử thị hiếu theo TCVN 7043:2013.
- Xử lý số liệu bằng phần mềm Microsoft Office Excel 2016 và phần mềm thống kê JMP. Kết quả phân tích Anova với độ tin cậy 95%.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Khảo sát thành phần nguyên liệu gạo đen hữu cơ

Kết quả phân tích gạo đen hữu cơ như sau: (Bảng 1)

Bảng 1. Thành phần của gạo đen hữu cơ

Tên chỉ tiêu	Kết quả phân tích	Công bố của nhà cung cấp
Độ ẩm (%)	12,38	≤14,00
Glucid (%)	68,40	72,00
Protein (%)	8,75	9,00
Lipid (%)	3,78	4,00

Nguồn: Tác giả tổng hợp

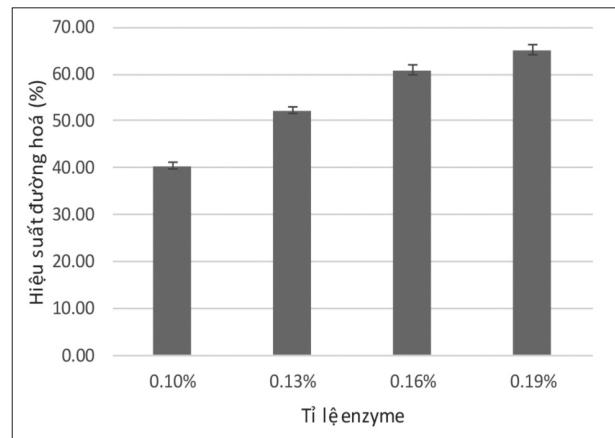
Dựa vào bảng so sánh, kết luận: Các chỉ tiêu tự kiểm tra đều nhỏ hơn so với công bố của nhà cung cấp và sự khác biệt giữa kết quả phân tích với công bố của nhà cung cấp không lớn.

3.2. Khảo sát ảnh hưởng của tỷ lệ enzyme đến hiệu suất đường hóa

Xác định tỷ lệ enzyme sử dụng trong quá trình đường hóa để đạt được hiệu suất cao nhất bằng cách đường hóa với tỷ lệ gạo/nước: 300g/1000ml; Gia nhiệt đến 90°C trong 35 phút; Thời gian đường

hóa: 40 phút; Nhiệt độ đường hóa: 60 - 62°C; pH đường hóa: 4,4; Tỷ lệ enzyme thay đổi từ 0,10% đến 0,19%. Kết quả được thể hiện ở Hình 1.

Hình 1: Ảnh hưởng của tỷ lệ enzyme đến hiệu suất đường hóa



Nguồn: tác giả thực hiện

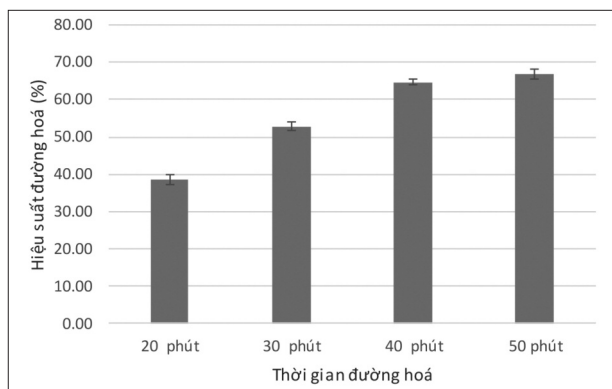
Enzyme ảnh hưởng lớn đến hiệu suất đường hóa. Lượng enzyme sử dụng càng cao thì hiệu suất đường hóa càng cao. Hiệu suất đường hóa thấp nhất ở tỷ lệ enzyme 0,10%, cao nhất ở tỷ lệ enzyme là 0,19%. Nhưng khi tăng nồng độ enzyme đến một giới hạn nhất định thì sự chênh lệch về hiệu suất đường hóa không còn đáng kể. Nếu tiếp tục tăng lượng enzyme sử dụng lớn hơn 0,19% thì hiệu suất đường hóa cũng không cải thiện nhiều. Do đó, chọn tỷ lệ enzyme sử dụng cho quá trình đường hóa là 0,19%.

3.3. Khảo sát ảnh hưởng của thời gian đến hiệu suất đường hóa

Thời gian đường hóa ảnh hưởng đến lượng cơ chất bị đường hóa. Nếu thời gian ngắn, lượng tinh bột chưa được đường hóa hết, hiệu suất đường hóa thấp. Tiến hành đường hóa với tỷ lệ gạo/nước: 300g/1000ml; Tỷ lệ enzyme: 0,19%; Nhiệt độ đường hóa: 60 - 62°C; pH đường hóa: 4,4; Thời gian đường hóa thay đổi từ 20 phút đến 50 phút. Kết quả được thể hiện ở Hình 2.

Ở khoảng thời gian từ 20 phút đến 40 phút, lượng cơ chất còn nhiều nên khi kéo dài thời gian đường hóa thì hiệu suất đường hóa tăng nhanh. Nhưng bắt đầu từ phút 40 trở đi, lượng cơ chất

Hình 2: Ảnh hưởng của thời gian đến hiệu suất đường hóa



Nguồn: tác giả thực hiện

giảm thấp, lúc này thời gian đường hóa tăng, nhưng hiệu suất tăng rất ít. Vậy, chọn thời gian đường hóa là 40 phút.

3.4. Khảo sát ảnh hưởng của tỷ lệ gạo/nước đến quá trình lên men

Việc xác định được tỷ lệ gạo/nước thích hợp sẽ giúp quá trình lên men hiệu quả, đảm bảo được tính cảm quan của sản phẩm. Nếu tỷ lệ gạo thấp, hàm lượng chất hòa tan trong sản phẩm thấp ảnh hưởng đến màu sắc, mùi, vị của sản phẩm. Nếu tỷ lệ gạo cao, nồng độ cơ chất cao có thể ức chế quá trình lên men. Thí nghiệm được bố trí với tỷ lệ enzyme amylase: 0,19%; Thời gian đường hóa: 40 phút; Thời gian lên men: 48 giờ; Tỷ lệ nấm men: 25ppm; Nhiệt độ thanh trùng: 80°C; Thời gian thanh trùng: 15 phút; Tỷ lệ gạo/nước từ 250g/1000ml đến 400g/1000ml. Kết quả được trình bày trong Bảng 2.

Bảng 2. Ảnh hưởng của tỷ lệ gạo/nước đến lượng chất khô hòa tan và hàm lượng ethanol của sản phẩm

Tỷ lệ gạo nước (g/1000ml)	Lượng chất khô hoà tan (Bx)	Hàm lượng ethanol (%V/v)
250	15,90	2,05
300	17,35	2,30
350	18,35	2,35
400	21,40	1,65

Nguồn: tác giả thực hiện

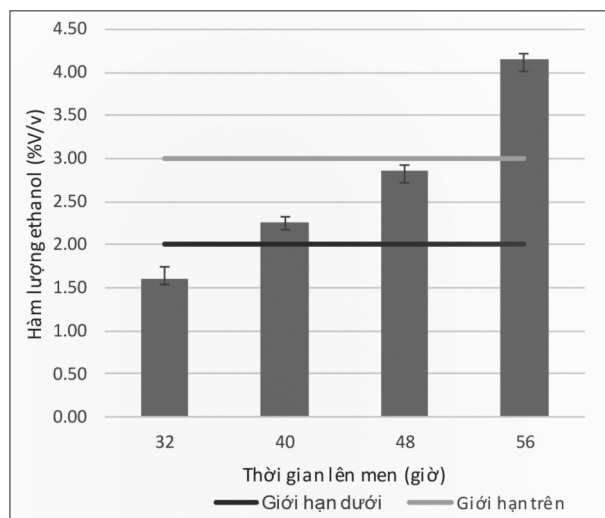
Ở các mẫu có tỷ lệ gạo nước 250g/1000ml, 300g/1000ml, 350g/1000ml, sau khi đường hóa lượng chất khô hòa tan trong môi trường lên men thích hợp cho nấm men phát triển. Do đó, khả năng lên men tốt. Ở tỷ lệ gạo/nước 400g/1000ml, hàm lượng cơ chất lớn, làm hạn chế khả năng trao đổi chất của nấm men, do đó quá trình lên men chậm. Tỷ lệ gạo/nước 300g/1000ml thu được hàm lượng chất khô hòa tan theo yêu cầu của sản phẩm. Ở tỷ lệ 250g/1000ml, hàm lượng chất khô hòa tan sau lên men thấp làm cho vị của sản phẩm hơi nhạt, còn với tỷ lệ 350g/l thì lượng chất khô hòa tan còn lại trong dịch sau lên men cao hơn yêu cầu đặt ra.

3.5. Khảo sát ảnh hưởng của thời gian lên men đến hàm lượng ethanol

Tiến hành lên men với thời gian lên men từ 32 giờ đến 56 giờ trên cơ chất đã thủy phân với các thông số đã nêu ở trên, sau khi lên men, lọc thu dịch trong, rồi thanh trùng ở nhiệt độ 80°C trong 15 phút. Kết quả khảo sát được trình bày ở Hình 3.

Thời gian lên men càng dài, hàm lượng ethanol được tạo ra càng nhiều và hàm lượng chất khô hòa tan còn lại càng ít. Ở thời gian từ 32 giờ đến 48 giờ, khả năng lên men của nấm men chậm do nấm men cần thời gian thích nghi và sinh trưởng, trong giai đoạn này, sự thay đổi các thông

Hình 3. Ảnh hưởng của thời gian lên men đến hàm lượng ethanol



Nguồn: tác giả thực hiện

số của sản phẩm diễn ra chậm. Từ 48 giờ đến 56 giờ, tốc độ lên men nhanh, sự biến đổi các chỉ tiêu của dịch lên men diễn ra nhanh. Tuy nhiên, nếu thời gian càng dài, thì sản phẩm thu được lại có mùi rượu nồng và vị nhạt, nên chọn thời gian lên men là 40 giờ.

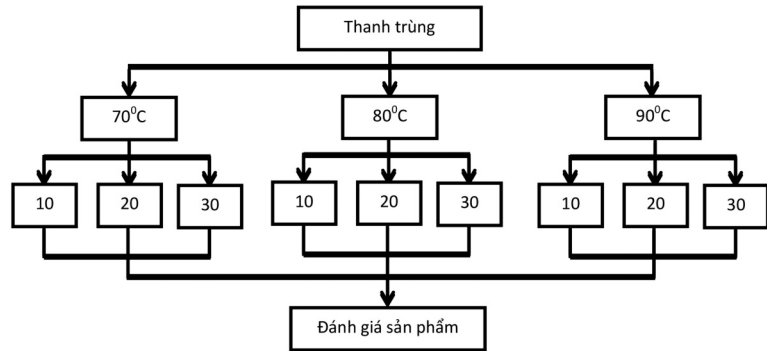
3.6. Khảo sát chế độ thanh trùng

Nếu nhiệt độ thanh trùng càng cao và thời gian càng dài thì số vi sinh vật còn sống sót trong thực phẩm sẽ càng thấp và tính an toàn vi sinh của thực phẩm sẽ càng cao. Tuy nhiên, nhiệt độ xử lý quá cao và thời gian xử lý quá dài sẽ làm giảm đi giá trị dinh dưỡng và cảm quan của sản phẩm. (Hình 4)

Sau khi lên men, chuẩn bị 10 mẫu thanh trùng. Giữ 1 mẫu không thanh trùng là mẫu trắng, 9 mẫu còn lại thanh trùng ở thời gian (10 phút, 20 phút, 30 phút) và nhiệt độ (70°C, 80°C, 90°C) được bố trí như sơ đồ trên. Sau khi thanh trùng tiến hành xác định ảnh hưởng của chế độ thanh trùng đến màu sắc của sản phẩm bằng cách đo độ hấp thụ của mẫu ở bước sóng $\lambda = 524\text{nm}$ và so sánh với mẫu không thanh trùng. Kết quả được trình bày ở Hình 5.

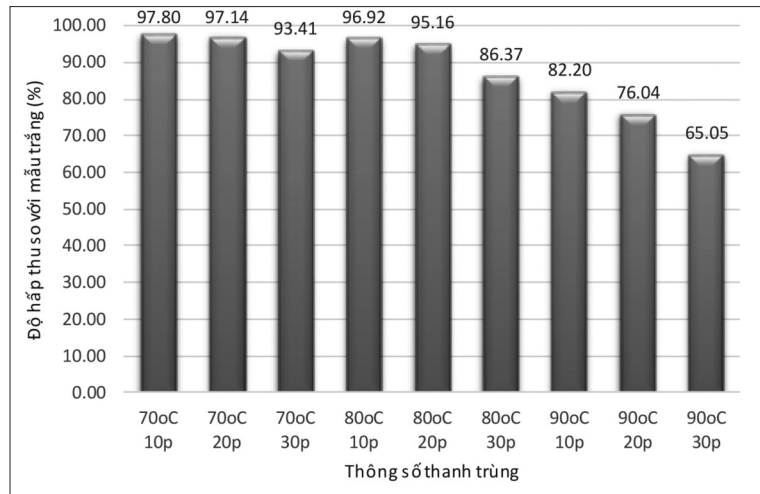
Nhiệt độ và thời gian thanh trùng ảnh hưởng đến độ bền màu của sản phẩm (độ bền của anthocyanin). Yếu tố nhiệt độ ảnh hưởng đến độ bền của anthocyanin nhiều hơn so với thời gian thanh trùng. Ở nhiệt độ 70°C và 80°C, màu của sản phẩm biến đổi rất ít. Ở nhiệt độ 90°C, màu của sản phẩm giảm nhanh dù thanh trùng ở thời gian ngắn. Có 4 mẫu với chế độ thanh trùng 70°C 10p, 70°C 20p, 80°C 10p, 80°C 20p ít thay đổi về màu so với mẫu ban đầu (cường độ màu thay đổi ít hơn 5%). Ở các mẫu còn lại, màu của sản phẩm thay đổi nhiều, đặc biệt là các mẫu thanh trùng ở 90°C. Chọn mẫu thanh trùng ở chế độ 80°C, 20p đi kiểm tra vi sinh, chọn mẫu này vì ở nhiệt độ và thời gian cao hơn thì khả năng tiêu diệt vi sinh vật tốt hơn, giúp bảo quản sản phẩm lâu hơn.

Hình 4: Sơ đồ khảo sát chế độ thanh trùng



Nguồn: tác giả thực hiện

Hình 5: Ảnh hưởng của chế độ thanh trùng đến màu sắc của sản phẩm



Nguồn: tác giả thực hiện

Kết quả kiểm tra các chỉ tiêu cảm quan, hóa lý và vi sinh được trình bày trong Bảng 3 và Bảng 4:

Bảng 3. Các chỉ tiêu cảm quan của sản phẩm

Tên chỉ tiêu	Kết quả
Độ cồn (% V/V)	2,30
Chất khô hòa tan (g/l)	18,40
pH	4,26
Tổng số vi sinh vật hiếu khí (CFU/ml)	7,00
Tổng số nấm men - nấm mốc (CFU/ml)	0,00
<i>E. coli</i> (CFU/ml)	0,00

Nguồn: tác giả thực hiện

Bảng 4. Các chỉ tiêu hóa lý, vi sinh của sản phẩm

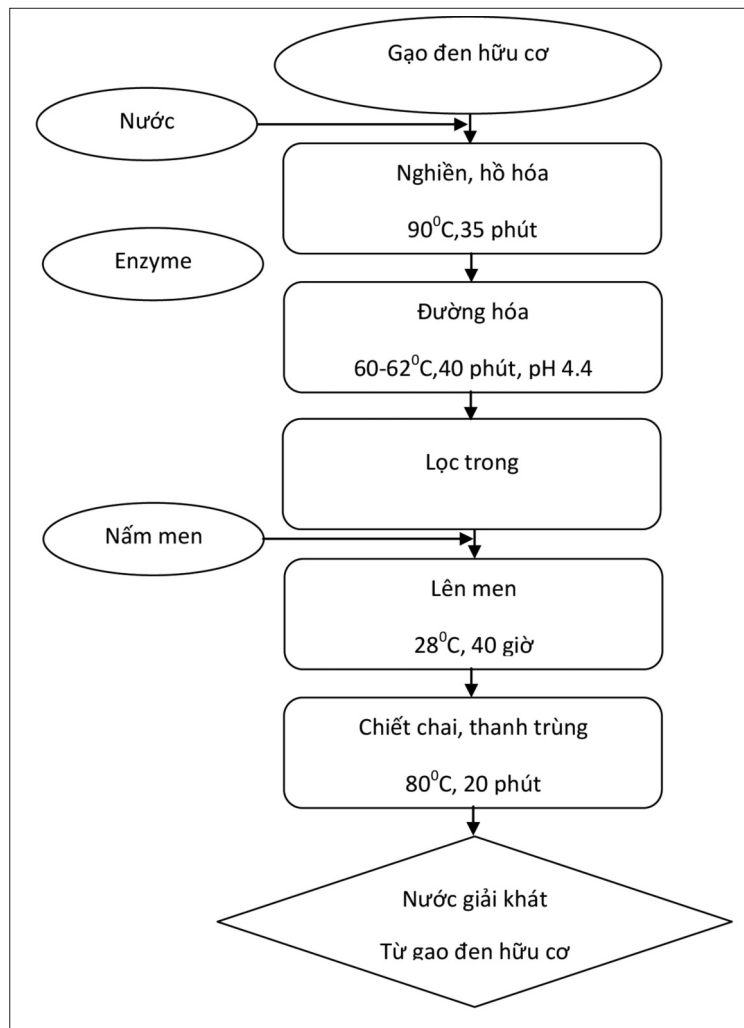
Tên chỉ tiêu	Mô tả
Màu sắc, độ trong	Sản phẩm có màu đỏ nâu, trong, không có cặn
Mùi	Sản phẩm có mùi thơm dịu kết hợp giữa mùi gạo đen và mùi rượu không có mùi lạ.
Vị	Vị ngọt vừa, dễ uống không có vị lạ

Nguồn: tác giả thực hiện

4. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất quy trình công nghệ sản xuất nước giải khát từ gạo đen hữu cơ với các thông số của quy trình như sau: Enzyme amylase sử dụng cho quá trình đường hóa 0,19%; Thời gian đường hóa 40 phút; Tỷ lệ gạo/nước 300g/l; Nồng độ nấm men 25ppm; Thời gian lên men 40 giờ; Nhiệt độ và thời gian thanh trùng 80°C trong 20 phút. (Hình 6) ■

Hình 6: Sơ đồ công nghệ sản xuất nước giải khát từ gạo đen hữu cơ



Nguồn: tác giả thực hiện

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Vanna Tulyathana, Kanitha Tananuwonga, Prapa Songjinda and Nongnuj Jaiboon. (2002). Some Physicochemical Properties of Jackfruit (*Artocarpus heterophyllus* Lam) Seed Flour and Starch. *ScienceAsia*, 28, 37-41.
2. Craig R. Elevitch and Harley I. Manner. (2006). *Artocarpus heterophyllus, Jackfruit*. USA: Permanent Agriculture Resources.
3. Amerine M. A. and Kunkee. (1968). Microbiology of wine making. *Annual Review of Microbiology*, 22, 323-358.
4. Amerine, M.A., Berg, H.W. and Cruess, W.V.(1972). *The Technology of Wine Making*. USA: AVI Publishing Co. Inc., Westport, CT.

Ngày nhận bài: 25/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/4/2022

Thông tin tác giả:

PHAN VĨNH HÙNG

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

A STUDY ON THE PRODUCTION PROCESS OF FERMENTED BEVERAGE FROM ORGANIC BLACK RICE

● **PHAN VINH HUNG**

Ho Chi Minh City University of Food Industry

ABSTRACT:

This study examined the production process of fermented beverage from organic black rice. Experiments were conducted to research the organic black rice, the concentration of used enzymes and the saccharification time, the ratio of rice to water, the concentration of used yeast and the fermentation time, and the sterilization mode in terms of time and temperature.

Based on these experiments' results, the optimal conditions for the production process of fermented beverage from organic black rice were determined. The optimal concentration of amylase enzyme used for saccharification is 0.19%; the saccharification time is 40 minutes; the ratio of rice to water is 300g/l; the concentration of yeast used is 25ppm; the fermentation time is 40 hours; the sterilization temperature and time is 80°C for 20 minutes; the pH value of the product is 4.26; the alcohol content of the product is 2.3%; and the soluble solids content of the product is 18.4g/l.

Keywords: production process, fermented beverage, organic black rice, drink.

OPTIMIZING THE EXTRACT CONDITIONS FOR α -GLUCOSIDASE INHIBITORY ACTIVITIES FROM *POLYGONUM BARBATUM L.*

● HA CAM ANH

ABSTRACT:

This study is to optimize the extraction conditions of *P. barbatum* for α -glucosidase inhibitory activities. Four factors were examined in this study, including the ethanol concentration (30, 50, 70, and 100%), the extraction temperature (40, 50, 60, and 70°C), the extraction time (30, 45, 60, and 90 minutes) and the solid to solvent ratio (1:5, 1:10, 1:15, and 1:20 g/mL). The study's results show that the appropriate extraction conditions for α -glucosidase inhibitory activities were the ethanol concentration of 70%, the extraction temperature of 60°C, extraction temperature of 60 minutes, and the solid to solvent ratio of 1:10 g/mL. The extract from *P. barbatum* under these conditions has good α -glucosidase inhibitors with IC_{50} of 6.87 μ g/mL, and anti-inflammatory activities with IC_{20} of 4.75 μ g/mL. The extract has the potential for diabetes treatment.

Keywords: diabetes, α -glucosidase inhibitory activities, medicinal plants, *Polygonum Barbatum*.

1. Introduction

Diabetes mellitus (DM) is a metabolic disorder characterized by impaired insulin synthesis, insulin action, or both. Chronic hyperglycemia is present, as well as abnormalities in carbohydrate, lipid, and protein metabolism [1]. According to the International Diabetes Federation, there were around 463 million diabetics in 2019, with the number anticipated to rise to 630 million by 2045 [2]. Low-income persons, on the other hand, are burdened by the expense of anti-diabetic medicines. Furthermore, several diabetic medications, such as metformin, thiazolidinediones, and Rosiglitazone, have a variety of negative side effects, including heart

failure, gastrointestinal symptoms (dyspepsia, nausea, and diarrhea), weight gain, fluid retention, and heart attack. As a result, using herbal medications to treat diabetes is a potential option with fewer side effects [3].

Herbal therapies are both safe and effective in the treatment of ailments, and they might be used to develop new pharmaceuticals [5]. *Polygonum barbatum*, sometimes known as "Knotweed," is a Polygonaceae herbaceous perennial plant that grows mostly in shaded, wet environments, such as along river and pond banks [6]. Polygonaceae is a family of 50 genera and 1200 species found in Asia and North America, with 19 genera and 103 species found in Pakistan [7]. *Polygonum barbatum* has

been used in traditional medicine to cure ulcers, and its roots have been utilized as an astringent by local practitioners [8]. *Polygonum barbatum* has cholinergic, antinociceptive, antitumor, anti-inflammatory, antivenom, and diuretic properties, according to a review of the literature [9]. However, there is little research focusing on the anti- α -glucosidase activities of *P. barbatum* extraction.

The present study aimed to optimize the extract condition of *P. barbatum* leaves for anti-diabetes activity. The *in vitro* α -glucosidase enzyme inhibitory activity of *P. barbatum* extracts in various conditions was also evaluated. Besides, the total phenols content, antioxidant, anti-inflammatory, and antimicrobial activities related to diabetes complications were determined in the obtained extract. This information will be prime for using the extraction as a novel medication for treating both diabetes and its complication.

2. Materials and Methods

2.1. Materials and Chemicals

Plants were collected on 02/2021 in Ho Chi Minh city before washing and drying under shade until the moisture content was less than 15%. The dry leaves of 5 herbals were grounded and stored in a sealed bag for further use. The plants were authenticated by the Department of Ecology and Evolutionary Biology, Faculty of Biology and Biotechnology, Ho Chi Minh City University of Science, Vietnam National University.

Chemicals were purchased from commercial suppliers in analytical grade, as follows: ethanol (C_2H_5OH), methanol (CH_3OH), sodium nitrite ($NaNO_2$), sodium carbonate (Na_2CO_3), sodium hydroxide ($NaOH$), aluminum chloride ($AlCl_3$), dimethyl sulfoxide (DMSO), ferric chloride ($AlCl_3$), Folin-Ciocalteu reagent, quercetin, xanthine oxidase (4.5U/ml, from bovine milk), gallic acid.

2.2. Extraction method

A total of 20g of plant powders were soaked in 200 mL of 96% ethanol for 45 minutes at 50°C. Before employing a rotary evaporator to remove the solvent, the ethanolic extract was vacuum

filtered. The TPC of extracts was measured by the Folin-Ciocalteu assay, as described by Le et al. [2]. The TFC in each extract was determined by the aluminium-chloride colorimetric assay method, as described by Do et al. [10].

2.3. *In vitro* α -glucosidase inhibitory assay

The anti-diabetes activity of the extracts *in vitro* was measured via the α -glucosidase inhibition activity because the α -glucosidase enzyme plays an important catalytic role in converting polysaccharides to monosaccharides (glucose). Thus, inhibition of α -glucosidase lowers the glucose content. The investigation regarding the α -glucosidase enzyme inhibitory activity of the extract was conducted following Liu's method [29].

2.4. DPPH radical-scavenging activity

Oxidation is one of the main complications of diabetes; thus, finding an agent with antioxidant and anti-diabetes activities is a necessity. The antioxidant activity of the samples was investigated via DPPH free radical scavenging assay according to Stagos' method [30].

2.5. *In vitro* anti-inflammatory assay

The *in vitro* anti-inflammatory activity of the extracts was evaluated via the extracts' protective activity against albumin denaturation, as described in previous studies [32].

3. Results and Discussion

3.1. Effects of extraction conditions on TFE of *P. barbatum*

The extraction yield of bioactive compounds from natural plants is affected by extraction variables such as solvent concentration (percent), temperature (C), duration (min), and LSR (g/g). The selection of a suitable solvent is a key step in optimizing the bio-active chemicals from the plant. By using different solvent concentrations from 30 to 100% (Fig. 2a), the anti-diabetes of plant extract peaks at 0.48 μ g/mL at ethanol 70%. As can be seen from Fig. 2b, temperature time greatly influence the extraction of the bioactive compounds in the plant. When extraction temperature increases from 40 to 60°C, a decrease in IC_{50} from 0.67 to 0.46 μ g/mL is witnessed. According to a previous study, some thermally

susceptible compounds such as myricetin, kaempferol, rhamnetin, and quercetin might be present in the plant extract. A similar phenomenon can be seen in Fig. 2c in which IC_{50} reaches a peak of 0.41 $\mu\text{g/mL}$ at 60 minutes. The α -glucosidase inhibition activity of the extract is low when the ratio is low (1:20 and 1:15) because the difference in concentration between the plant and the environment is not enough for bioactive compounds to diffuse into the solvent. The value of IC_{50} reaches a peak of 0.47 $\mu\text{g/mL}$ at a ratio of 1:10 and increases with increasing solvent. (Figure)

3.2. The bioactivities of enriched-flavonoid extraction

Based on the preliminary experiments, the extraction conditions for enriched flavonoids are at the ethanol concentration of 70%, the temperature of 60°C, the extraction time of 1h, and the solid to liquid ratio of 1:10. Besides TFE, the enrichment extract contained a significant amount of TPE (351 mgGAE/g), thus the extract could be had many bioactivities in inhibiting diabetic complications.

The enriched flavonoids extract of *P. barnatum* showed strong inhibitory activity against yeast α -glucosidase with IC_{50} of 0.45 $\mu\text{g/mL}$, compared to IC_{50} of acarbose of 9.81 $\mu\text{g/mL}$. Therefore, it could be concluded that the flavonoid extracts of *P. barbatum* had potential in the treatment of type II diabetes. The antioxidant ability of the enrichment sample is quite strong with IC_{50} of 6.87 $\mu\text{g/mL}$ compared to that of Vitamin C (IC_{50} of 2.75 $\mu\text{g/mL}$). Inflammation is a complicated process that involves the reaction of bodily tissues to infection, irritation, or other damage. As a result, inflammation is implicated in a variety of illnesses, including diabetes [31]. The anti-inflammatory activity of the enrichment extract had IC_{20} is 400 $\mu\text{g/mL}$. According to William et al., extracts with inflammatory inhibition over 20% after albumin denaturation can be regarded as an anti-inflammatory drug [15]. Therefore, it is possible to rely on the albumin denaturation above 20% to assess the potential anti-inflammatory activity of the enriched flavonoid extract.

Figure: Effects of ethanol concentration (a), temperature (b), extraction time (c), and solid to liquid ratio (d) on α -glucosidase inhibition activity of *P. barbatum* extracts.

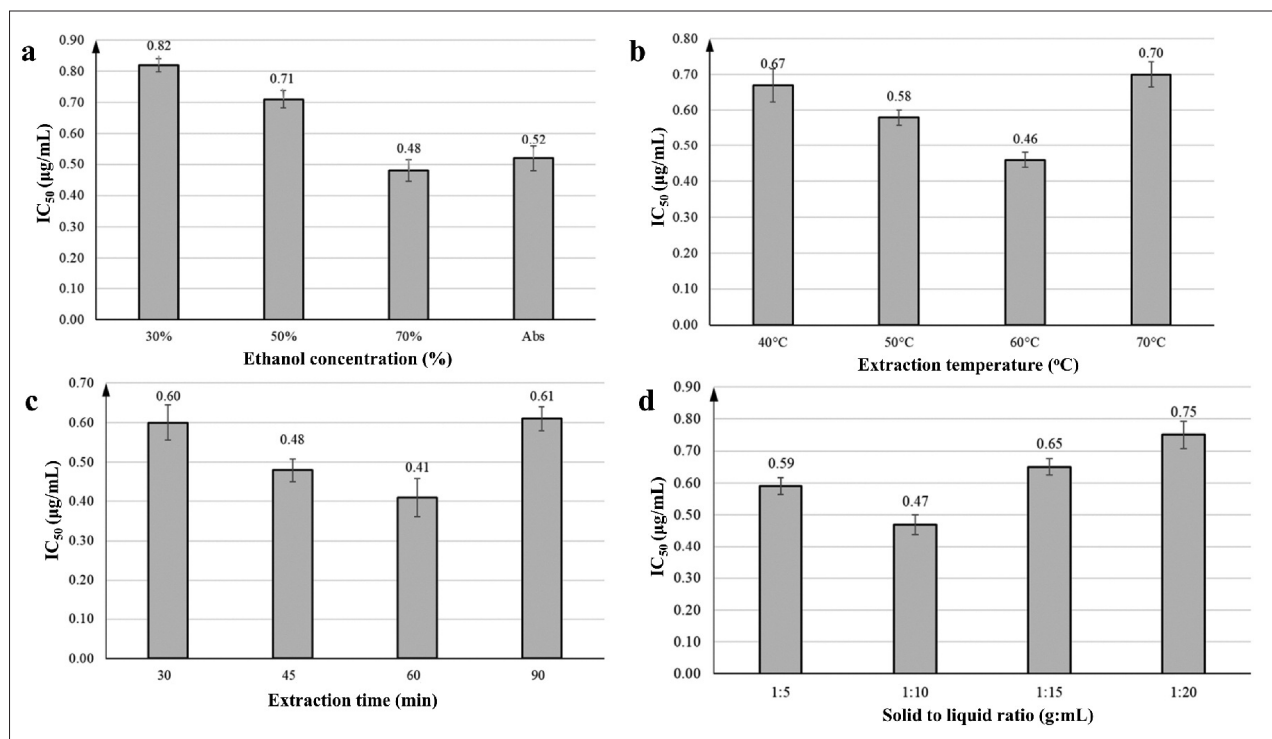


Table: The TFE, TPE, α -glucosidase inhibitory, Antioxidation, anti-inflammatory activities of enriched-flavonoids extracts of *P. barbatum*

Quantity	Sample	
TFE (mg QUE/g)	292.8 \pm 4.74	
TPE (mg GAE/g)	351.08 \pm 4.12	
Bioactivities	Sample (IC ₅₀)	Positive control (IC ₅₀)
α -glucosidase inhibitory (μ g/mL)	0.45 \pm 0.025	9.81 \pm 0.16 (Acarbose)
Antioxidation (μ g/mL)	6.87 \pm 0.195	2.75 \pm 0.16 (Ascorbic acid)
Anti-inflammatory (μ g/mL)	4.75 \pm 0.62 *	7.75 \pm 0.53* (Diclofenac)
*IC ₂₀ value		

4. Conclusions

The present study indicates the extraction conditions for anti- α -glucosidase activities from an ethanolic extract of *P. barbatum* leaves. The optimal extracts were obtained at an ethanol concentration of 70%, extracting temperature of 60°C, the heating time of 1 hour, and solid to liquid ratio of 1:10. The extracts are effective in the inhibition of α -glucosidase activity with an IC₅₀ value of 0.45 μ g/mL, lower than 20 times the IC₅₀ value of acarbose (9.81 μ g/mL). In addition, it has more bioactivities such as strongly antioxidation capacities, and anti-inflammatory ■

Acknowledgments:

We acknowledge the support of time and facilities from Ho Chi Minh City University of Technology (HCMUT), VNU-HCM for this study.

REFERENCES:

1. N. Tran et al. (2020). Bioactive compounds in anti-diabetic plants: From herbal medicine to modern drug discovery. *Biology*, 9(9), 252.
2. T. M. Le et al. (2021). Combination of *Phyllanthus amarus* Schum. & Thonn. and *Gymnema sylvestre* R. Br. for treatment of diabetes and its long-term complications. *Fine Chemical Technologies*, 16(3), 232-240.
3. A. Kumar et al. (2019). Ethnomedicinal investigation of medicinal plants of Chakrata region (Uttarakhand) used in the traditional medicine for diabetes by Jaunsari tribe. *Natural products and bioprospecting*, 9(3), 175-200.
4. S. Edwards et al. (2012). Use and efficacy of herbal medicines: Part 1-Historical and traditional use. *Pharmaceutical Journal*, 289 (7717), 161-162.
5. H.-Y. Hung et al. (2012). Recent discovery of plant-derived anti-diabetic natural products. *Natural product reports*, 29(5), 580-606.
6. M. A. Mazid et al. (2011). Phytochemical studies on *Polygonum barbatum* (L.) Hara var. *barbata* (Polygonaceae). *Records of Natural products*, 5(2), 143.
7. A. Sanchez et al. (2008). Phylogenetics of Polygonaceae with an emphasis on the evolution of Eriogonoideae. *Systematic Botany*, 33(1), 87-96.
8. A. Ramani (2011). In-vitro antioxidant activity of *Polygonum barbatum* leaf extract. *Asian Journal of Pharmaceutical and Clinical Research*, 4(1), 113-115.
9. M. A. Mazid et al. (2009). Antinociceptive, anti-inflammatory and diuretic properties of *Polygonum barbatum* (L.) Hara var. *barbata*. *Revista Brasileira de Farmacognosia*, 19(3), 749-754.
10. N. H. N. Do et al. (2020). Optimization of total flavonoid content of ethanolic extract of *Persicaria pulchra* (Bl.) Soják for the inhibition of α -glucosidase enzyme. *Fine Chemical Technologies*, 15(4), 39-50.

11. F. Liu et al. (2018). Phenolics from *Eugenia jambolana* seeds with advanced glycation endproduct formation and alpha-glucosidase inhibitory activities. *Food and Function*, 9(8), 4246-4254.
12. D. Stagos (2020). *Antioxidant activity of polyphenolic plant extracts*. Switzer: Multidisciplinary Digital Publishing Institute.
13. R. S. B. Eshwarappa et al. (2016). Anti-Lipoxygenase activity of leaf gall extracts of *Terminalia chebula* (Gaertn.) Retz.(Combretaceae). *Pharmacognosy research*, 8(1), 78.
14. B. K. Pedersen (2017). Anti-inflammatory effects of exercise: role in diabetes and cardiovascular disease. *European journal of clinical investigation*, 47(8), 600-611.
15. L. A. D. Williams et al. (2008). The in vitro anti-denaturation effects induced by natural products and non-steroidal compounds in heat treated (immunogenic) bovine serum albumin is proposed as a screening assay for the detection of anti-inflammatory compounds, without the use of animals. *West Indian Medical Journal*, 57(4).

Received date: March 25, 2022

Reviewed date: April 7, 2022

Accepted date: April 24, 2022

Author information:

ANH C. HA^{1,2}

¹Faculty of Chemical engineering, Ho Chi Minh City University of Technology (HCMUT)

²Vietnam National University Ho Chi Minh City (VNU-HCM)

TỐI ƯU HÓA KHẢ NĂNG ỨC CHẾ ENZYME α -GLUCOSIDASE TRONG DỊCH CHIẾT CỦA *POLYGONUM BARBATUM L.*

● TS. HÀ CẨM ANH^{1,2}

¹Khoa Kỹ thuật Hóa học

Trường Đại học Bách khoa TP. Hồ Chí Minh (HCMUT)

²Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh (VNU-HCM)

TÓM TẮT:

Mục tiêu của nghiên cứu này là tối ưu hóa các điều kiện chiết xuất của cây *P. barbatum* để tối đa khả năng ức chế α -glucosidase. Có 4 yếu tố được khảo sát, bao gồm: nồng độ ethanol (30, 50, 70, 100%), nhiệt độ chiết (40, 50, 60, 70°C), thời gian chiết (30, 45, 60, 90 phút) và tỷ lệ rắn trên dung môi (1: 5, 1:10, 1:15 và 1:20, g: mL). Kết quả cho thấy điều kiện chiết xuất thích hợp cho khả năng ức chế α -glucosidase tốt nhất ở nồng độ ethanol 70%, nhiệt độ chiết 60°C, thời gian chiết 60 phút, và tỷ lệ rắn trên dung môi là 1:10 g: mL. Chiết xuất tối ưu thể hiện hoạt động ức chế α -glucosidase tốt với nồng độ ức chế IC₅₀ là 0,45 μ g/mL, hoạt tính kháng oxy hóa với IC₅₀ là 6,87 μ g/mL và hoạt tính chống viêm với IC₂₀ là 4,75 μ g / mL. Các kết quả cho thấy chiết xuất có tiềm năng điều trị bệnh tiểu đường.

Từ khóa: tiểu đường, α -glucosidase, dược liệu, *Polygonum Barbatum*.

TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG THÔNG BÁO

THẺ LỆ VIẾT VÀ GỬI BÀI CÔNG BỐ CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG, CHỈ SỐ ISSN 0866 - 7756, ĐƯỢC XUẤT BẢN BẰNG TIẾNG VIỆT VÀ TIẾNG ANH. TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG ĐÃ ĐƯỢC HỘI ĐỒNG CHỨC DANH GIÁO SƯ NHÀ NƯỚC CÔNG NHẬN TÍNH ĐIỂM CHO CÁC BÀI BÁO KHOA HỌC THUỘC CÁC LIÊN NGÀNH: KINH TẾ 0 - 0,5 ĐIỂM; LUẬT HỌC 0 - 0,5 ĐIỂM VÀ HÓA HỌC - CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM 0 - 0,5 ĐIỂM.

Tạp chí Công Thương được xuất bản định kỳ 3 số/tháng, công bố Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, thuộc các ngành: Kinh tế; Luật học; Hóa học - Công nghệ thực phẩm; Cơ khí - Động lực; Cơ học; Luyện kim; Công nghệ thông tin; Điện - Điện tử - Tin học; Sinh học; Xây dựng - Kiến trúc.

Tạp chí Công Thương trân trọng thông báo và hoan nghênh các cộng tác viên có nhu cầu công bố các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ gửi bài đến Tòa soạn. Tạp chí Công Thương sẽ biên tập, thẩm định để đăng vào số thích hợp nhất và Tạp chí Công Thương điện tử.

Thể lệ viết và gửi bài báo khoa học trên Tạp chí Công Thương như sau:

1. YÊU CẦU CHUNG

- Bài gửi Tạp chí Công Thương phải là những bài báo khoa học chưa từng được công bố trên các tạp chí khoa học trong nước và quốc tế.
- Bài viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh.
- Dung lượng bài báo khoảng 4.000 từ. Các danh từ tiếng Việt nếu dịch từ tiếng nước ngoài phải viết kèm theo tiếng nước ngoài. Chữ viết tắt phải có chú thích từ gốc.
- Bài báo gửi về Tòa soạn thông qua hộp thư điện tử được viết dưới dạng file Word; Font chữ Times New Roman.
- Các công trình thuộc đề tài nghiên cứu có cơ quan quản lý, cần kèm theo giấy phép cho công bố của cơ quan (Tên đề tài, mã số, tên chủ nhiệm đề tài, cấp quản lý, ...).

2. YÊU CẦU VỀ TRÌNH TỰ NỘI DUNG

- **Tên bài báo (Title):** phản ánh được nội dung chính của bài báo, cần phải rõ ràng, không dài quá 20 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường, đậm.
- **Tên tác giả (Author's name):** bao gồm cả họ và tên, viết hoa chữ cái đầu, chữ thường, đậm.
- **Tóm tắt (Abstract):** phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài báo và thể hiện rõ những kết quả, đóng góp, điểm mới của bài báo, dài khoảng 100 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường.
- **Từ khóa (Keywords):** thể hiện chủ đề của bài viết, chọn khoảng 3 - 5 từ (bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh), chữ thường.
- **Đặt vấn đề (Introduction):** cần trình bày rõ lý do thực hiện nghiên cứu và tầm quan trọng của chủ đề nghiên cứu (có ý nghĩa như thế nào về mặt lý luận và thực tiễn); xác định rõ vấn đề nghiên cứu; nội dung chính mà bài báo sẽ tập trung giải quyết, chữ thường.
- **Tổng quan nghiên cứu và/hoặc Cơ sở lý thuyết (Literature review and/or Theoretical framework):** trình bày khái quát và tổng hợp các công trình nghiên cứu có liên quan, qua đó chỉ ra khoảng trống nghiên cứu (research gap); cơ sở lý thuyết liên quan; khung lý thuyết hoặc khung phân tích sử dụng trong bài.
- **Phương pháp nghiên cứu (Methodology):** có thể là phương pháp nghiên cứu định tính hoặc định lượng, hoặc cả hai tùy theo cách tiếp cận của tác giả, trong đó cần thể hiện mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (nghiên cứu định lượng) và/hoặc thiết kế nghiên cứu định tính; đồng thời cần chỉ ra cách thức thu thập dữ liệu.
- **Kết quả và thảo luận (Results and discussion):** trình bày, phân tích các kết quả phát hiện, thu được trong nghiên cứu; đồng thời thảo luận rút ra mối quan hệ chung, mối liên hệ giữa kết quả nghiên cứu của tác giả với những phát hiện khác trong các nghiên cứu trước đó; chữ thường. Lưu ý: Chú thích bảng/hình được đánh số thứ tự tăng dần, không đánh theo thứ tự các tiêu mục. Mỗi bảng/hình cần phải có tên tương ứng mô tả chính xác nội dung của bảng/hình. Số thứ tự và tên bảng/hình được đặt ở vị trí phía trên cùng của bảng/hình đó theo phương chiều ngang, chữ in đậm. Các bảng/hình phải được dẫn nguồn. Nguồn được đặt dưới cùng của bảng/hình, chữ trình bày in nghiêng, không in đậm.
- **Kết luận hoặc/và giải pháp/khuyến nghị/hàm ý (Conclusions or/and solutions/suggestions/implications):** xuất phát từ kết quả nghiên cứu và tùy theo mục tiêu nghiên cứu, cần có kết luận và đưa ra giải pháp hay khuyến nghị cho các nhà quản lý doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách,... có thể thêm quan điểm của nghiên cứu, chữ thường.
- **Lời cảm ơn (Acknowledgements):** không bắt buộc, dành để cảm ơn các cơ quan, tổ chức tài trợ, các cá nhân có đóng góp, giúp đỡ cho việc viết và hoàn thiện bài báo, chữ thường, đậm, nghiêng.
- **Tài liệu tham khảo (References):** bao gồm các tài liệu đã trích dẫn/ tham khảo trong bài báo; Được trình bày theo thứ tự 1, 2, 3, ... bao gồm các nội dung: Tên tác giả/tên cơ quan chủ quản, (năm xuất bản), tên bài viết/tên tài liệu, tên đơn vị xuất bản/tên địa phương, tập/số, trang nếu có. Các tài liệu tham khảo được sắp xếp theo vần ABC chữ cái đầu tiên, không phân tách tài liệu tiếng Anh hay tiếng Việt, chữ thường. Lưu ý: (1) Giữa tên các tác giả bài báo được đánh dấu phẩy (,), trường hợp bài báo 3 tác giả trở lên, cần ghi tên 3 tác giả đầu và cộng sự (et al - tiếng Anh). Giữa tên các tác giả sách được sử dụng chữ và (hoặc chữ and); trường hợp có 3 tác giả trở lên thì ghi tên tác giả thứ nhất và cụm từ cộng sự (hoặc et al. - tiếng Anh). (2) Ghi nghiêng: Với tạp chí: Tên tạp chí, tập san; Với sách: Tên sách; Với Tài liệu tham khảo là bài báo đăng trong các kỳ yếu của hội nghị, hội thảo, diễn đàn: Tên kỳ yếu/tên hội nghị/tên diễn đàn; Với Tài liệu tham khảo là các giáo trình, bài giảng hay tài liệu lưu hành nội bộ: Tên giáo trình, bài giảng, tài liệu; Với Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn internet, báo mạng: <đường dẫn để tiếp cận tài liệu đó>; Với luận án, luận văn: Tên đề tài luận án, luận văn.
- **Thông tin tác giả (Author's biography):** Ghi rõ học hàm, học vị, chức danh, đơn vị công tác, số điện thoại, email, địa chỉ nhận thư.

THÔNG TIN CHI TIẾT, LIÊN HỆ:

Tòa soạn: TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG

Địa chỉ: Tòa nhà Bộ Công Thương, số 655 Phạm Văn Đồng, Q. Bắc Từ Liêm, TP. Hà Nội (Tầng 8).

Điện thoại: (024) 22218238 - Fax: (024) 22218237 *Website: <http://www.tapchicongthuong.vn>



BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CAP SAINT JACQUES



Đội ngũ nhân sự của Viện



TIẾN SĨ VÕ MINH HÙNG
VIỆN TRƯỞNG VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC



BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CAP SAINT JACQUES

VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC
GRADUATE SCHOOL

Viện Đào tạo Sau Đại học - Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu được thành lập theo Quyết định số 897/QĐ-BVU ngày 5 tháng 01 năm 2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu. Viện Đào tạo Sau Đại học sẽ có bước phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới thông qua việc nâng cao chất lượng đào tạo, đổi mới phương pháp giảng dạy, tăng cường nghiên cứu khoa học, trải nghiệm học viên, đa dạng hoá chương trình đào tạo nhằm góp phần quan trọng vào việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

TÂM NHÌN

Trở thành Viện Đào tạo Sau Đại học hàng đầu Việt Nam và mang tầm quốc tế.

SỨ MỆNH

Tạo ra môi trường đào tạo hiện đại với phương pháp giảng dạy tích cực; đào tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao để phụng sự cho sự nghiệp phát triển đất nước; đồng hành cùng người học trong suốt con đường vươn tới tương lai.

GIÁ TRỊ CỐT LÕI

**UY TÍN - CHẤT LƯỢNG - HIỆU QUẢ
MANG TẦM QUỐC TẾ**

CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CỦA VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO THẠC SĨ

Từ năm 2015, BVU được Bộ Giáo dục & Đào tạo cấp phép đào tạo các chương trình Thạc sĩ:

- ✓ QUẢN TRỊ KINH DOANH (MBA)
- ✓ LÝ LUẬN & PHƯƠNG PHÁP DẠY HỌC BỘ MÔN TIẾNG ANH (MTESOL)
- ✓ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN (MIT)
- ✓ ĐÔNG PHƯƠNG HỌC (MOS)
- ✓ KỸ THUẬT HÓA HỌC (MCT)

Từ khi thành lập đến nay Viện Đào tạo Sau Đại học đã và đang đào tạo được gần 800 học viên trình độ Thạc sĩ.

BAN GIẢNG HUẤN

Hiện nay, đội ngũ giảng viên của Viện Đào tạo Sau Đại học lên đến 80 người (bao gồm giảng viên cơ hữu và giảng viên thỉnh giảng), trong đó có 20 Giáo sư và Phó Giáo sư, 60 Tiến sĩ. Đội ngũ giảng viên có trình độ chuyên môn cao, hiểu biết sâu rộng trên nhiều lĩnh vực được đào tạo bài bản ở các trường đại học uy tín ở Việt Nam và tiên tiến trên thế giới, có bề dày kinh nghiệm giảng dạy cùng thành tích nghiên cứu khoa học.

VIỆN ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC



Fanpage

📍 Số 01 Trương Văn Bang,
P. 7, TP. Vũng Tàu
☎️ (0254) 357 6682
🌐 <https://sdh.bvu.edu.vn/>

HOTLINE: 0962.292.519

✉️ saudaihoc@bvu.edu.vn
📘 <https://www.facebook.com/viendaoaosaudaihocbvu>



Website