

Kỹ năng số của lực lượng lao động ở Việt Nam: thực trạng và giải pháp

Vương Thị Hồng

Khoa Kinh tế & Quản lý, Trường Đại học Điện lực

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, cơ cấu việc làm trên toàn cầu đã và đang có xu hướng chuyển đổi sang tự động hóa, số hóa. Điều này đặt ra những thách thức không nhỏ về kỹ năng số của lực lượng lao động. Bài viết phân tích thực trạng về kỹ năng số của lực lượng lao động ở Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường kỹ năng số cho người lao động ở Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

1. Đặt vấn đề

Trong dòng chảy của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, thuật ngữ chuyển đổi số (digital transformation) trở nên phổ biến và được sử dụng khá rộng rãi trên thế giới. Chuyển đổi số (CDS) không chỉ là một xu thế về công nghệ trên toàn cầu, mà nó có tác động vô cùng sâu rộng lên các lĩnh vực của nền kinh tế - chính trị - xã hội. Nhận thức được vai trò quan trọng của chuyển đổi số, Đại hội XIII của Đảng đã khẳng định: “Thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số quốc gia, phát triển kinh tế số, xã hội số để tạo bứt phá về nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế”.

Bên cạnh việc thúc đẩy phát triển hạ tầng số, đẩy mạnh nghiên cứu công nghệ số mới, hoàn thiện môi trường pháp lý... thì việc chú trọng phát triển lực lượng lao động có kỹ năng số là một trong những yếu tố then chốt đảm bảo cho quá trình CDS thành công. Chính vì vậy, việc nghiên cứu đánh giá thực trạng kỹ năng số của lực lượng lao động Việt Nam hiện nay, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao kỹ năng số cho lực lượng lao động, qua đó góp phần thực hiện thành công chương trình CDS quốc gia là cần thiết, có ý nghĩa thực tiễn.

2. Kỹ năng số - kỹ năng quan trọng đối với người lao động trong bối cảnh hiện nay

Theo UNESCO, kỹ năng số (digital skills) là các khả năng sử dụng thiết bị kỹ thuật số, ứng dụng truyền thông và mạng internet để truy cập và quản lý thông tin, cho phép mọi người tạo và chia sẻ nội dung kỹ thuật số, giao tiếp và cộng tác cũng như giải quyết các vấn đề theo mong đợi của bản thân một cách hiệu quả và sáng tạo trong cuộc sống, học tập, công việc và các hoạt động xã hội nói chung ở các mức độ khác nhau.

World Bank (2020) cho rằng, kỹ năng số là khả năng truy cập, quản lý, hiểu, tích hợp, giao tiếp, đánh giá và tạo ra thông tin an toàn và phù hợp. Đối với

người lao động, khung kỹ năng số đòi hỏi đáp ứng bảy tiêu chí: vận hành phần mềm và thiết bị; kiến thức về dữ liệu và thông tin; giao tiếp và cộng tác; sáng tạo nội dung kỹ thuật số; an toàn; giải quyết vấn đề; các năng lực liên quan đến nghề nghiệp ở 4 cấp độ thành thạo.

Để có sự thích nghi với thời đại số hóa, để đáp ứng nhu cầu công việc trong kỷ nguyên số; việc trang bị kỹ năng số được xem là vấn đề mang tính sống còn đối với lực lượng lao động. Bởi như theo báo cáo năm 2020 của Microsoft thì trong giai đoạn 2020-2025 sẽ có thêm khoảng 149 triệu công việc liên quan đến các công nghệ mới được tạo ra, trong đó 98 triệu công việc liên quan đến phát triển phần mềm, 23 triệu công việc liên quan đến dữ liệu và điện toán đám mây và khoảng 20 triệu công việc liên quan đến AI, học máy, phân tích dữ liệu.

Hay theo Sabina Weston (2021), đến năm 2030 có tới 75% công việc sẽ yêu cầu các kỹ năng số nâng cao. Điều này có nghĩa là sẽ có sự chuyển đổi công việc trong lực lượng lao động toàn cầu và người lao động phải trang bị cho mình nhiều kỹ năng mới, đặc biệt là kỹ năng số để đáp ứng nhu cầu mới của thị trường lao động nếu không muốn bị thất nghiệp.

Năm 2022, PwC đã khảo sát 52.195 người lao động khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, đang làm việc hoặc hoạt động trong thị trường lao động. Kết quả khảo sát cho thấy, nhu cầu lao động có tay nghề đang tăng cao trong khu vực. Việc được trang bị kỹ năng số và chuyên môn sẽ mang tới cho người lao động sự tự tin, hiệu quả công việc cao hơn và chế độ đãi ngộ tốt hơn, trung bình những người lao động kỹ thuật số có tay nghề cao hơn sẽ nhận được mức lương cao hơn 58% so với đồng nghiệp hoàn toàn không sử dụng kỹ năng kỹ thuật số. 79% người lao động có kỹ năng số tiên tiến bày tỏ mức độ hài lòng cao hơn trong công việc, so với 50% người lao động với kỹ năng trung cấp và 46% người lao động với kỹ năng số cơ bản.

3. Thực trạng kỹ năng số của lực lượng lao động Việt Nam hiện nay

Để nâng cao kỹ năng cho người lao động (NLĐ), thích ứng xu hướng số hóa, tự động hóa của CMCN 4.0, thời gian qua, Chính phủ đã ban hành hàng loạt các văn bản, chính sách tập trung đào tạo kỹ năng cho người lao động như: Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”; Quyết định số 2289/QĐ-TTg ngày 31/12/2020 ban hành Chiến lược quốc gia về Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến năm 2030 với kỳ vọng về sự bứt phá cho Việt Nam trong những thập niên tới, đảm bảo việc làm và tăng cường kỹ năng cho NLĐ trong bối cảnh CDS; 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; Quyết định số 1446/QĐ-TTg ngày 30/8/2021 Phê duyệt Chương trình “Đào tạo, đào tạo lại nâng cao kỹ năng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của cách mạng công nghiệp lần thứ tư”; Quyết định 146/QĐ-TTg ngày 28/01/2022 phê duyệt Đề án “Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” với một số mục tiêu chủ chốt: 90% người dân trong độ tuổi lao động biết đến các loại hình dịch vụ công trực tuyến và các dịch vụ số thiết yếu khác; Hoàn thiện và mở rộng triển khai mô hình “Giáo dục đại học số” tới tối thiểu 50% các trường đại học công lập trong toàn quốc; Đào tạo được 20.000 kỹ sư, cử nhân, cử nhân thực hành chất lượng cao chuyên ngành công nghệ số tại các trường đại học, cao đẳng có thể mạnh trong đào tạo về chuyển đổi số; 80% cơ sở giáo dục các cấp từ tiểu học đến trung học phổ thông có tổ chức các hoạt động giáo dục STEM và kỹ năng số

Công tác đào tạo kỹ năng cho NLĐ được chú trọng trong những năm qua song trên thực tế nguồn nhân lực có trình độ, kỹ năng nói chung và kỹ năng

số nói riêng của nước ta còn hạn chế cả về chất và lượng. Theo báo cáo của Diễn đàn kinh tế thế giới năm 2019 cho thấy điểm số kỹ năng số của lực lượng lao động của Việt Nam đang ở mức rất thấp so với quốc gia khác trong khu vực.

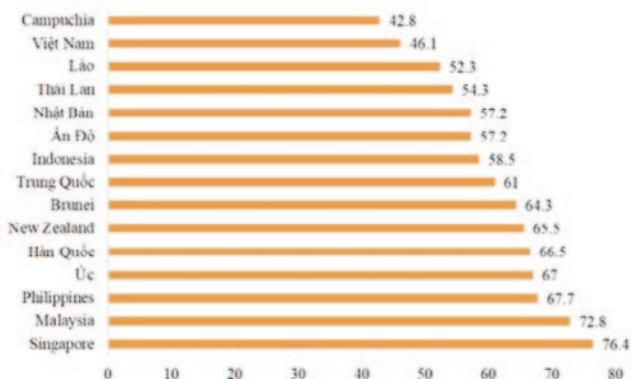
Trong các năm 2019-2021, Việt Nam gần như không có sự cải thiện nhiều trong bảng xếp hạng Chỉ số Đổi mới sáng tạo Toàn cầu (GII). Cụ thể, Việt Nam luôn giữ vị trí thứ 42 trong 2 năm liên tiếp 2019 và 2020. Trong bảng xếp hạng GII 2021, Việt Nam xếp thứ 44 trên 132 quốc gia, nền kinh tế sau khi WIPO đã cập nhật số liệu GDP theo tính toán mới của Việt Nam (tức là vị trí này vẫn chỉ tương ứng với thứ hạng của những năm trước). Các chuyên gia đã nhận định, trình độ kỹ năng số của Việt Nam chưa bắt kịp một số quốc gia láng giềng như Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Singapore. Nếu Việt Nam không đáp ứng được số lượng lao động có tay nghề cao trong quá trình chuyển đổi số đang diễn ra nhanh chóng, thì nền kinh tế có thể mất tới 2 triệu việc làm vào năm 2045.

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tính chung 9 tháng năm 2023, lực lượng lao động đã qua đào tạo có bằng, chứng chỉ ước tính là 14,0 triệu người, chiếm 26,8%, tăng gần 0,5 triệu người so với cùng kỳ năm trước. Tính đến Quý III năm 2023, cả nước vẫn còn 38,1 triệu người lao động chưa qua đào tạo. Con số này cho thấy thách thức không nhỏ trong việc nâng cao trình độ chuyên môn kỹ thuật nói chung và kỹ năng số cho người lao động nói riêng.

Đây cũng chính là một trong những nguyên nhân dẫn tới năng suất lao động của Việt Nam hiện nay vẫn rất thấp so với các nước trong khu vực, đáng chú ý là chênh lệch tuyệt đối vẫn tiếp tục gia tăng.

Tính theo PPP (sức mua tương đương) 2017 - 2020, năng suất lao động của Việt Nam năm 2020 đạt 18,4 nghìn USD, chỉ bằng 11,3% mức năng suất của Singapore; 23% của Hàn Quốc; 24,4% của Nhật Bản; 33,1% của Malaysia; 59,1% của Thái Lan; 60,3% của Trung Quốc; 77% của Indonesia và bằng 86,5% năng suất lao động của Philippines.

Công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) là một trong những lĩnh vực phát triển nhanh nhất ở Việt Nam. Mặc dù mức lương và phúc lợi của ngành này vẫn giữ xu hướng tăng và có phần cao hơn so với mặt bằng chung. Dựa trên Báo cáo về thị trường IT Việt Nam 2023 của TopDev, đến năm 2025 Việt Nam sẽ còn cần đến 700.000 nhân lực trong ngành công nghệ thông tin. Trong khi đó, số lượng lập trình viên hiện tại của Việt Nam mới chỉ đạt khoảng 530.000 người. Theo báo cáo, trong số hơn 57.000 sinh viên công nghệ thông tin tốt nghiệp mỗi năm chỉ có khoảng 30% lực lượng nhân sự đáp ứng được những kỹ năng và chuyên môn yêu cầu thực tế mà doanh nghiệp đặt ra, 70% còn lại cần được bổ trí đào tạo thêm tại doanh nghiệp trong 3 - 6 tháng để đạt hiệu quả công việc tương ứng.



Theo ước tính của Cameron A và cộng sự, đến năm 2035, khoảng 15% tổng số việc làm ở Việt Nam sẽ được tự động hóa và có tới 38,1% việc làm hiện tại của Việt Nam có thể được chuyển đổi hoặc di dời do tác động của tự động hóa vào năm 2045. Điều này hàm ý rằng, nếu không được nâng cấp hoặc trang bị kỹ năng mới, đặc biệt là kỹ năng số, thì một tỷ lệ đáng kể lao động Việt Nam sẽ đứng trước nguy cơ thất nghiệp. Báo cáo của World Bank (2021) cho thấy, nền kinh tế Việt Nam sẽ mất khoảng 2 triệu việc làm vào năm 2045 nếu không có giải pháp lấp đầy khoảng chênh lệch cung - cầu về nhân lực phục vụ cho quá trình chuyển đổi số.

Thực tế đó đòi hỏi Việt Nam cần thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ nhằm thúc đẩy về số lượng cũng như chất lượng chuyên môn kỹ thuật, kỹ năng số của NLĐ, giúp NLĐ ổn định việc làm, góp phần cải thiện năng suất lao động, giảm thiểu chi phí, tăng cường năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam, thu hút nguồn vốn đầu tư nước ngoài, tạo động lực cho phát triển kinh tế - xã hội theo tinh thần của Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2021-2030.

4. Một số giải pháp nhằm nâng cao kỹ năng số cho lực lượng lao động Việt Nam trong bối cảnh hiện nay

Một là, Nhà nước cần tiếp tục xây dựng hành lang pháp lý cũng như thiết lập cơ sở hạ tầng kỹ thuật số phục vụ quá trình chuyển đổi số và phát triển kỹ năng số cho lực lượng lao động; hoàn thiện các chính sách về đổi mới giáo dục, đào tạo, chú trọng nâng cao chất lượng đào tạo nghề, phát triển đội ngũ lao động có trình độ cao, làm chủ khoa học - công nghệ. Bên cạnh đó, chính phủ cũng có thể hoạch định ngân sách, chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong quá trình chuyển đổi số, cũng như đào tạo, nâng cấp kỹ năng số cho người lao động. Ứn đổi công việc phù hợp với kỹ năng nghề nghiệp.

Hai là, doanh nghiệp cần xác định rõ nhu cầu về các kỹ năng số cần trang bị cho người lao động để phù hợp chiến lược, mô hình kinh doanh cũng như định hướng chuyển đổi số của mình. Từ đó đưa ra các phương án đào tạo, nâng cấp kỹ năng cho lực lượng lao động hiện hữu, cũng như tuyển dụng lao động mới với các kỹ năng chuyên môn phù hợp. Bên cạnh đó, việc tăng cường kết nối với chính phủ, cơ quan quản lý và các nhà cung cấp dịch vụ đào tạo cũng cần được chú trọng.

Ba là, người lao động cần tăng cường tính chủ động, tự học và khả năng thích ứng với CDS. Đặc biệt là thế hệ Z - những người được dự báo đến 2025 sẽ chiếm 1/3 dân số trong độ tuổi lao động của Việt Nam có thể làm chủ quá trình trau dồi, nâng cấp kỹ

năng số của mình để thích ứng với nhu cầu về lao động số đang gia tăng không ngừng của thị trường lao động thông qua hàng loạt khóa đào tạo kỹ năng số được cung cấp miễn phí qua các cổng đào tạo trực tuyến như Công dân số của Việt Nam, Bộ phận Việt Nam Digital 4.0 - sáng kiến của Google hỗ trợ Việt Nam, AWS Skill Builder của AWS hay Google Digital Garage...

Bốn là, các phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, bản tin v.v. cần tăng cường, đẩy mạnh các bài viết, bản tin về định hướng chương trình CDS, các xu hướng CDS trên thế giới và Việt Nam, các dịch vụ công trực tuyến phục vụ công dân, ... từ đó, người dân, doanh nghiệp, NLĐ sẽ có nhận thức rõ ràng hơn thế nào vai trò, sự cần thiết của CDS và việc tăng cường kỹ năng số trong xã hội hiện nay.

5. Kết luận

Nếu xu hướng CDS là tất yếu thì việc nâng cấp cả về kiến thức và kỹ năng số đối với lực lượng lao động là cực kỳ quan trọng và cấp thiết. Việc nâng cao kỹ năng số không chỉ giúp người lao động ổn định việc làm, mà còn góp phần cải thiện năng suất lao động, giảm thiểu chi phí, tăng cường năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam, cũng như thu hút đầu tư nước ngoài. Phát triển nhanh nguồn nhân lực chất lượng cao nói chung và phát triển kỹ năng số cho người lao động nói chung là một trong những yêu cầu cấp thiết để phát triển kinh tế đất nước trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, đòi hỏi sự hợp tác và phối hợp chặt chẽ giữa chính phủ, doanh nghiệp sử dụng lao động và bản thân người lao động để xây dựng được lực lượng lao động có kỹ năng số, sẵn sàng đáp ứng quá trình chuyển đổi số hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

A. Cameron, T.H. Pham, J. Atherton, D.H. Nguyen, T.P. Nguyen, S.T. Tran, T.N. Nguyen, H.Y. Trinh, S. Hajkowicz (2019), Vietnam's future digital economy - Towards 2030 and 2045.

<https://blogs.microsoft.com/blog/2020/06/30/microsoft-launches-initiative-to-help-25-million-people-worldwide-acquire-the-digital-skills-needed-in-a-covid-19-economy/>.

<https://congthuong.vn/nhan-luc-voi-ky-nang-so-gop-phan-thuc-day-gdp-khu-vuc-chau-a-thai-binh-duong-244558.html>

<https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>.

<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35080>.

<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/36190> License: CC BY 3.0 IGO.

Một số giải pháp phát huy hiệu quả hợp tác công tư – PPP tại Việt Nam

Phạm Đức Tấn

Trường Đại học Công nghệ Giao thông Vận tải

Bài báo đã thống hóa cơ sở lý thuyết về PPP và thực tiễn triển khai các dự án PPP tại Việt Nam trong thời gian vừa qua. Từ đó làm nổi bật những kết quả, tồn tại, hạn chế làm cơ sở đề xuất một số giải pháp phát huy hiệu quả từ hình thức này.

1. Đặt vấn đề

Tại Việt Nam nhu cầu đầu tư bình quân giai đoạn 2011-2015 khoảng 12,6 tỷ USD, giai đoạn 2016-2020 khoảng 25 tỷ USD, dự báo đến năm 2030 ước tính khoảng 30 tỷ USD. Phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng toàn diện là một trong những trọng tâm của Việt Nam để phục vụ mục tiêu phát triển bền vững và tăng cường tính cạnh tranh của đất nước theo hướng đồng bộ, hiện đại đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên nguồn vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước hạn chế là thách thức khả năng đáp ứng nhu cầu đầu tư. Trong điều kiện đó, chủ trương của Việt Nam là huy động tối đa nguồn lực cho đầu tư cơ sở hạ tầng thông qua chính sách xã hội hóa đầu tư với một trong những kênh chủ yếu là hình thức hợp tác công tư (PPP).

Hình thức hợp tác công tư (PPP) có tầm quan trọng đặc biệt trong việc thu hút nguồn vốn tư nhân để xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng, phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Dư địa để phát triển hình thức PPP ở Việt Nam còn rất lớn, nếu xử lý được những vướng mắc hiện hữu sẽ tạo động lực cho tăng trưởng kinh tế trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết về PPP

Có rất nhiều định nghĩa khác nhau về quan hệ đối tác công tư (Public Private Partnership - PPP). Theo ngân hàng tái thiết và phát triển châu Âu (EBRD) “PPP là hợp đồng dài hạn giữa một bên tư nhân và một tổ chức Chính phủ, để cung cấp tài sản công hoặc dịch vụ trong đó bên tư nhân chịu trách nhiệm quản lý và rủi ro đáng kể và được hưởng lợi nhuận liên quan đến hiệu quả”. Theo tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) “PPP là “thỏa thuận hợp đồng dài hạn giữa Chính phủ và đối tác tư nhân, theo đó việc phân phối và tài trợ cho các dịch vụ

công bằng tài sản vốn, chia sẻ các rủi ro liên quan”. Ở Việt Nam “PPP là phương thức đầu tư được thực hiện trên cơ sở hợp tác có thời hạn giữa Nhà nước và nhà đầu tư tư nhân thông qua việc ký kết và thực hiện hợp đồng dự án PPP nhằm thu hút nhà đầu tư tư nhân tham gia dự án PPP”.

Ưu điểm chính của PPP là có thể tiết kiệm nguồn lực của Chính phủ. Chính phủ chỉ cần tập trung vào việc quản lý dự án mà không cần phải dựa vào nguồn lực của mình để thực hiện dự án. Bởi vậy, tài sản, nguồn lực của Chính phủ được sử dụng hiệu quả hơn, nâng cao chất lượng của các cơ sở công cộng và dịch vụ công được nâng cao. Mặt khác, việc sử dụng hợp lý các kỹ năng, kinh nghiệm của khu vực tư nhân, kỹ thuật, sáng tạo và đổi mới, các dịch vụ công có thể được thực hiện nhiều hơn.

Thông qua PPP, Chính phủ và các khu vực tư nhân có thể chia sẻ rủi ro ở các giai đoạn khác nhau. Khi khu vực tư nhân tham gia đầu tư vào các dự án công, rủi ro của việc vượt quá chi phí vốn và chậm tiến độ của dự án có thể được giảm mạnh. Đồng thời, cùng với việc hoàn thành thiết kế, xây dựng và vận hành các dự án PPP, khu vực tư nhân có thể giúp tạo ra một mô hình cấu trúc dịch vụ công với một hệ thống phân cấp hiệu quả hơn.

Tuy nhiên, hình thức đầu tư PPP vẫn còn nhiều mặt hạn chế như: Các nhà đầu tư, doanh nghiệp chưa nắm rõ về các quyền và nghĩa vụ trong mô hình đầu tư PPP; Nhiều công trình hiện nay không đáp ứng được hầu hết các yêu cầu về tiến độ và chất lượng thi công; Việc thu hút các vốn đầu tư nước ngoài còn kém, chưa phát huy được hết mục tiêu dự án. Một số trường hợp hợp đồng xây dựng - kinh doanh - chuyển giao (BOT) xảy ra các vấn đề do vượt quá chi phí, giá thành không thực tế, dự báo thu nhập không chính xác, và tranh chấp pháp lý giữa tư nhân, nhà khai thác và chính phủ. Trong

hiều trường hợp, Chính phủ cũng như khu vực tư nhân không gánh nổi chi phí dẫn đến nguy cơ phá sản của doanh nghiệp tư nhân và kém hiệu quả của PPP. Bên cạnh đó, cũng có nhiều trở ngại chính trị phần nào làm ảnh hưởng đến hiệu quả của PPP.

3. Thực trạng phát triển PPP tại Việt Nam

Mô hình đầu tư theo phương thức PPP bắt đầu được thực hiện từ năm 1997 khi Chính phủ ban hành Nghị định 77-CP về Quy chế đầu tư theo hình thức hợp đồng BOT áp dụng cho đầu tư trong nước. Qua nhiều lần bổ sung, sửa đổi để từng bước tiếp cận với thông lệ quốc tế, năm 2020 Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư (PPP) được Quốc hội ban hành kỳ vọng sẽ giúp thu hút vốn tư nhân đầu tư vào lĩnh vực cơ sở hạ tầng, tránh được các tiêu cực không mong muốn của các dự án thực hiện theo phương thức PPP.

Theo số liệu thống kê (trước khi có Luật PPP) của Chính phủ tại Bản cáo số 25/BC-CP ngày 30/01/2019 về tổng kết tình hình thực hiện dự án PPP, tổng số dự án PPP là 336 dự án đã ký kết hợp đồng (trong đó 140 dự án áp dụng loại hợp đồng BOT, 188 dự án áp dụng loại hợp đồng BT và 8 dự án áp dụng các loại hợp đồng khác).

Những năm gần đây (sau khi Luật PPP ra đời), nguồn vốn đầu tư và lĩnh vực đầu tư theo hình thức PPP đã có sự thay đổi đáng kể, ngoài đầu tư vào ngành điện, các dự án PPP được đề xuất và thực hiện trong nhiều lĩnh vực như: giao thông, xây dựng, cấp thoát nước... trong đó chủ yếu là dành cho cơ sở hạ tầng giao thông. Tổng nguồn vốn bố trí giai đoạn này đạt khoảng 470.000 tỷ đồng, gấp gần 03 lần so với giai đoạn 2016-2020. Nguồn vốn đầu tư công đã phân bổ theo kế hoạch cho lĩnh vực giao thông vận tải không ngừng tăng lên trong những năm gần đây: Năm 2021 là 42.995,964 tỷ đồng, năm 2022 là 50.327,632 tỷ đồng và năm 2023 là 94.161,562 tỷ đồng.

Theo Quy hoạch mạng lưới đường bộ thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1454/QĐ-TTg ngày 01/9/2022, định hướng đến năm 2050, mạng lưới đường bộ có 29.795km quốc lộ, 9.014km đường cao tốc (đến năm 2030 có 5.000km đường cao tốc); nhu cầu vốn đầu tư mạng lưới đường bộ đến năm 2030 là khoảng 900.000 tỷ đồng, được huy động từ nguồn vốn NSNN, vốn ngoài ngân sách và các nguồn vốn khác. Trong đó, vốn cho các dự án đường bộ cao tốc khoảng 728.000 tỷ đồng (giai đoạn 2021 - 2025 khoảng 400.000 tỷ đồng và giai đoạn 2026 - 2030 dự kiến khoảng 328.000 tỷ đồng).

PPP đã góp phần tích cực vào việc hoàn thiện số lượng, chất lượng, kịp thời giải quyết các nhu cầu

bức xúc về dịch vụ công của người dân và nhu cầu cấp bách về cơ sở hạ tầng để phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, trong thực tiễn triển khai, các dự án được thực hiện chưa có chính sách và tầm nhìn chiến lược để tạo dựng thị trường PPP, thiếu sự chuẩn bị của khu vực nhà nước trong việc hợp tác với khu vực tư nhân. Quy định về PPP ở nước ta được các nhà đầu tư đánh giá có tính ổn định chưa cao, trong khi đó Hợp đồng dự án PPP thường kéo dài 20 - 30 năm, nhà đầu tư cũng như các bên cho vay thường yêu cầu tính bền vững của các quy định pháp luật điều chỉnh hợp đồng. Do vậy, rủi ro khi chính sách thay đổi là hiện hữu đối với nhà đầu tư, dẫn tới việc nhiều nhà đầu tư đề xuất áp dụng bảo lãnh hoặc yêu cầu mức lợi nhuận cao hơn, thời gian thu hồi vốn dài hơn, nhằm bù đắp những rủi ro mà nhà đầu tư phải chịu. Điều này gián tiếp làm tăng chi phí dự án, chi phí xã hội để thực hiện dự án PPP, cũng như chưa thu hút được nhiều nhà đầu tư nước ngoài.

Bên cạnh đó còn một số tồn tại, bất cập như: Khung pháp lý thể chế chồng chéo, không hiệu quả. Dự án không được chuẩn bị tốt, cơ chế chia sẻ rủi ro không hiệu quả, hợp đồng dự án lỏng lẻo. Hầu hết các dự án được thực hiện kiểm toán đều áp dụng hình thức chỉ định thầu để lựa chọn nhà đầu tư, tiềm ẩn rủi ro lãng phí, thất thoát và chọn nhà đầu tư không có đủ năng lực thực hiện dự án. Dự án kém hấp dẫn nhà đầu tư do thiếu cơ chế bố trí vốn đầu tư công tham gia đầu tư trong dự án PPP cũng như thiếu công cụ chia sẻ rủi ro cho dự án (như: Bảo lãnh doanh thu, lưu lượng, chuyển đổi ngoại tệ, thay đổi quy hoạch...). Việc công bố dự án, danh mục dự án chưa được thực hiện nghiêm túc, công khai. Công tác giám sát trong quá trình thực hiện hợp đồng còn lỏng lẻo.

Ngoài ra, chế tài xử lý vi phạm của nhà đầu tư cũng như cơ quan có liên quan phía Nhà nước còn thiếu, chưa chặt chẽ; Thiếu quy định về vai trò, trách nhiệm của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền và nhà đầu tư như về cơ chế chính sách chia sẻ rủi ro, giải quyết tranh chấp giữa các bên tham gia dự án....

Hạn chế trong khâu lựa chọn dự án, chuẩn bị dự án, nhiều danh mục dự án kêu gọi đầu tư được phê duyệt nhưng đến nay kết quả thu hút đầu tư còn hạn chế. Việc lựa chọn dự án còn nóng vội dẫn đến công tác chuẩn bị dự án, thẩm định dự án còn chưa khảo sát kỹ, chưa lấy ý kiến rộng rãi đến người dân. Trong quá trình thực hiện dự án, thiếu cơ chế người sử dụng dịch vụ phản hồi việc cung cấp dịch vụ đối với các cơ quan quản lý nhà nước.

Vấn đề minh bạch thông tin, công tác công bố dự án, danh mục dự án chưa được thực hiện nghiêm túc, công khai. Người dân chưa được tiếp cận các nội dung về thông tin hợp đồng (giá, phí hàng hóa, dịch vụ), tình

hình thực hiện hợp đồng của nhà đầu tư trúng thầu. Bên cạnh đó, việc áp dụng loại hợp đồng chưa phù hợp. Điển hình như trong lĩnh vực giao thông, một số tuyến đường chỉ nâng cấp, cải tạo nhưng người dân vẫn phải trả phí hoặc người dân không có sự lựa chọn đối với các tuyến đường độc đạo.

Vai trò, trách nhiệm của cơ quan nhà nước có thẩm quyền còn chưa rõ ràng; còn thiếu, cơ chế chính sách chia sẻ rủi ro, giải quyết tranh chấp giữa các bên tham gia thực hiện dự án; Thiếu cơ chế giám sát, đặc biệt là các cơ chế giám sát doanh thu của nhà đầu tư, chế tài xử lý vi phạm của nhà đầu tư cũng như cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Để tăng năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, các vấn đề về kết cấu hạ tầng, đặc biệt là giao thông, năng lượng, thủy lợi cần tiếp tục được đầu tư, đi trước một bước. Tiềm năng thị trường hạ tầng của Việt Nam được các nhà đầu tư quốc tế đánh giá rất cao. Ngân hàng ADB ước tính, trong giai đoạn 2017-2030 nhu cầu đầu tư cơ sở hạ tầng của Việt Nam sẽ vào khoảng 480 tỷ USD. Trong những năm tới, chỉ riêng nguồn vốn cho xây dựng cơ sở hạ tầng cần ít nhất 20 tỷ USD/năm. Còn theo Báo cáo “Khảo sát nhà đầu tư kết cấu hạ tầng toàn cầu năm 2019” do Viện Nghiên cứu cơ sở hạ tầng EDHEC (Singapore) phối hợp với Global Infrastructure Hub thực hiện, Việt Nam đứng trong top 5 quốc gia đang phát triển, cùng với Ấn Độ, Trung Quốc, Brazil và Indonesia, là nơi có thị trường hạ tầng nhiều tiềm năng nhất trong 5 năm tới.

4. Giải pháp phát huy vai trò của PPP

Để khắc phục tồn tại và phát huy lợi thế từ PPP mang lại, trong thời gian tới, cần tập trung vào thực hiện một số nội dung sau:

Hoàn thiện khuôn khổ cơ sở pháp lý. Cần khẩn trương rà soát lại các văn bản pháp lý hiện hành và đề xuất những điều chỉnh cần thiết nhằm tạo lực khơi thông vốn đầu tư từ khu vực tư nhân, đặc biệt là nhà đầu tư nước ngoài, qua đó, tạo môi trường đầu tư lành mạnh, đủ sức hấp dẫn và khuôn khổ pháp lý rõ ràng, đầy đủ, tạo lòng tin cho nhà đầu tư và người dân.

Tăng cường công tác chọn lựa nhà thầu, nhà đầu tư là khâu hết sức quan trọng, ảnh hưởng lớn đến sự thành bại của dự án. Do đó, thay vì chỉ định nhà đầu tư theo cơ chế “xin - cho”, các dự án PPP cần tổ chức đấu thầu rộng rãi, công khai, minh bạch, tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng, nâng cao tính giải trình để lựa chọn nhà đầu tư có đủ năng lực (năng lực tài chính, kỹ thuật, công nghệ, kinh nghiệm thi công, khả năng quản lý...), giúp dự án triển khai đúng kế hoạch, đảm bảo về chất lượng và thời gian thu hồi vốn. Quy trình lựa chọn nhà đầu tư được xây

dựng theo hướng đơn giản hóa, cụ thể là các nội dung trong kế hoạch lựa chọn nhà đầu tư được phê duyệt đồng thời tại báo cáo nghiên cứu khả thi.

Tăng cường công khai minh bạch thông tin. Đẩy mạnh việc công khai, minh bạch thông tin ở tất cả các bước như: Chuẩn bị dự án, lựa chọn nhà đầu tư, ký kết hợp đồng được công khai, minh bạch trên hệ thống mạng đấu thầu quốc gia. Đặc biệt là đối tượng chịu tác động của dự án, dự thảo Luật Đầu tư theo hình thức PPP đã bổ sung cơ chế tham vấn ý kiến của các đối tượng chịu ảnh hưởng của dự án.

Tạo lập cơ chế chia sẻ rủi ro của Chính phủ đối với nhà đầu tư. Sự tham gia của tư nhân trong PPP có nghĩa là Nhà nước chuyển giao một phần rủi ro sang nhà đầu tư tư nhân, trong khi mục tiêu của nhà đầu tư là tìm kiếm lợi nhuận. Vì vậy, việc phân bổ rủi ro và lợi ích kinh tế giữa các nhà đầu tư dự án PPP cần tính toán cẩn thận, đảm bảo thu hút được nhà đầu tư tham gia dự án.

Tăng cường kiểm tra, thanh tra, kiểm toán dự án PPP, chế tài xử phạt, quy định rõ ràng về trách nhiệm, nghĩa vụ của cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Trong đó, cần có quy định cụ thể về giải quyết kiến nghị, tranh chấp và xử lý vi phạm; kiểm tra, thanh tra chuyên ngành, kiểm toán nhà nước và giám sát hoạt động đầu tư theo phương thức PPP; nhiệm vụ, quyền hạn, trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức, cá nhân PPP.

Hoàn thiện cơ chế tài chính cho PPP. Theo đó, về phía vốn nhà nước, có thể nghiên cứu bố trí nguồn vốn ngân sách tập trung ở Trung ương dành riêng cho các dự án PPP được lựa chọn theo từng thời kỳ, phù hợp với kế hoạch đầu tư công và kế hoạch tài chính trung và dài hạn. Về phía tư nhân, các nhà đầu tư cần được cho phép có nhiều lựa chọn khác nhau để huy động vốn đầu tư bên cạnh vay vốn ngân hàng, như tiếp cận vay vốn ODA và các nguồn vốn ưu đãi khác./.

Tài liệu tham khảo

Chính phủ (2020), Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư số hiệu 64/2020/QH14;

Chính phủ (2021), Nghị định số 35/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 về việc hướng dẫn thi hành luật đầu tư theo phương thức đối tác công tư;

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2022), Tổng quan về PPP tại Việt Nam;

Ủy ban Thường vụ Quốc hội (2017), Nghị quyết số 437/NQ-UBTVQH ngày 21/10/2017 về một số nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục hoàn thiện và đẩy mạnh việc thực hiện chính sách pháp luật về đầu tư và khai thác các công trình giao thông theo hình thức hợp đồng xây dựng – kinh doanh – chuyển giao.

Chuyển đổi số: cơ hội thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam phát triển bền vững

Mai Thanh Hằng

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Thế giới đang bước vào một kỷ nguyên mới với những thay đổi phi thường, trong đó công cuộc chuyển đổi số rộng khắp trên mọi lĩnh vực và ở mọi quốc gia đóng vai trò nền tảng và là động lực chủ đạo. Trong kỷ nguyên với những thách thức và cơ hội chưa từng có này, các quốc gia và doanh nghiệp có khát vọng lớn, tầm nhìn thời đại và chiến lược thực thi sắc bén có thể làm nên những thành quả phát triển vượt bậc. Bài viết khái quát đặc trưng, xu hướng và những lợi ích to lớn của chuyển đổi số (CĐS) với sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp Việt Nam (DNVN), từ đó có giải pháp hiệu quả thúc đẩy quá trình chuyển đổi số tại các DNVN trong nỗ lực thiết kế và triển khai công cuộc chuyển đổi số của mình.

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số là sự thay đổi quy mô lớn, đòi hỏi phải điều chỉnh cấu trúc, quy trình hoặc văn hóa kinh doanh cơ bản song mang lại tác động tích cực lớn đến sự phát triển lâu dài và bền vững của DN. Đồng thời nâng cao năng lực quản trị nội bộ để chuẩn bị đủ điều kiện thực hiện CĐS. Theo đó, mô hình quản trị cần được tổ chức một cách linh hoạt, phù hợp với yêu cầu quản trị của từng thời kỳ. Doanh nghiệp cần chuẩn hóa quy trình kinh doanh trước khi ứng dụng công nghệ CĐS. Để thực hiện thành công công cuộc CĐS mô hình kinh doanh, sớm đạt được các mục tiêu về năng suất, chất lượng, hiệu quả hướng tới nền sản xuất xanh, tuần hoàn, bền vững, các DNVN cần chủ động ứng dụng các công nghệ của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 như: Cloud Computing, IoT, Công nghệ Robotica, Công nghệ thực tế ảo VR... vào các hoạt động của DN, tận dụng các yếu tố công nghệ để thay đổi cách thức vận hành, chuyển sang mô hình sản xuất kinh doanh xanh, bền vững. Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên công nghệ số. Tuy nhiên, bản thân việc áp dụng công nghệ chưa chắc đảm bảo được kết quả kinh doanh cho DN, mà sự thành công của CĐS phải nằm ở trong tư duy, trong cách nhân viên của doanh nghiệp tiếp cận và thực hiện hàng ngày. Khi CĐS, văn hóa kinh doanh và quy trình hoạt động của DN sẽ thay đổi nên DN cần có kế hoạch đào tạo nâng cao trình độ cho nhân sự, bố trí hoặc luân chuyển nhân sự phù hợp để CĐS được thành công. Bởi vậy, CĐS số được xem là “chìa khóa” để DN phát triển bền vững trong thời kỳ hội nhập quốc tế.

2. Tổng quan về chuyển đổi số doanh nghiệp

Theo Gartner cho rằng chuyển đổi số (Digital Transformation) là việc ứng dụng công nghệ để thay đổi mô hình kinh doanh, tạo ra thêm nhiều cơ hội và giá trị mới, giúp doanh nghiệp đạt doanh số tốt hơn và gia tăng tốc độ tăng trưởng.

Chuyển đổi số trong tổ chức, doanh nghiệp là quá trình thay đổi từ mô hình truyền thống sang doanh nghiệp số bằng cách áp dụng công nghệ mới như dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây (Cloud)... thay đổi phương thức điều hành, lãnh đạo, quy trình làm việc, văn hóa công ty. Chuyển đổi số mang lại nhiều lợi ích như cắt giảm chi phí vận hành, tiếp cận được nhiều khách hàng hơn trong thời gian dài hơn, lãnh đạo ra quyết định nhanh chóng và chính xác hơn nhờ hệ thống báo cáo thông suốt kịp thời. Qua đó, hiệu quả hoạt động và tính cạnh tranh của tổ chức, doanh nghiệp được nâng cao hướng tới sự phát triển bền vững.

Mục đích cuối cùng của chuyển đổi số trong DN là sự tồn tại và sức mạnh trong tương lai, nhưng các sáng kiến về chuyển đổi số đã mang lại nhiều lợi ích khác cho doanh nghiệp, bao gồm:

Thứ nhất, hiệu suất và hiệu quả tăng lên, việc triển khai các công nghệ góp phần giảm sai sót và đẩy nhanh tiến độ đưa sản phẩm ra thị trường. Trong khi đó, quy trình kinh doanh được cải tiến nhờ công nghệ kỹ thuật số, từ đó giúp tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh.

Thứ hai, cung cấp lượng thông tin lớn một cách chi tiết, CĐS trong doanh nghiệp cho phép đội ngũ nhân sự có quyền truy cập vào lượng lớn dữ liệu một cách chi tiết. Theo đó, DN có thể theo dõi, đo lường các loại chỉ số, tỷ lệ chuyển đổi, giá trị khách hàng, sự hài lòng của khách hàng, Điều này không

chỉ cho phép doanh nghiệp sắp xếp dữ liệu một cách trực quan, rõ ràng và dễ truy cập mà còn cho phép đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu này. Nhờ đó, các nhà quản lý có thể đưa ra quyết định linh hoạt hơn.

Thứ ba, duy trì tính cạnh tranh của doanh nghiệp. Chuyển đổi số trong cuộc cách mạng 4.0 đã trở thành vấn đề sống còn của hầu hết doanh nghiệp. Bây giờ đó không còn là sự chọn lựa, mà là điều sớm muộn để duy trì tính cạnh tranh. Các doanh nghiệp cần lựa chọn công nghệ phù hợp để đáp ứng quá trình chuyển đổi số, đồng thời làm hài lòng khách hàng trong cả hiện tại và tương lai.

Thứ tư, Nâng cao trải nghiệm khách hàng: Khách hàng ngày nay có nhiều thay đổi trong kỳ vọng và xu hướng mua hàng, họ yêu cầu cá nhân hóa và điều này cần đến chuyển đổi số. Việc cá nhân hóa giúp trải nghiệm khách hàng tốt hơn, khiến khách hàng cảm thấy mình đặc biệt với doanh nghiệp. Chuyển đổi số giúp phân tích dữ liệu khách hàng một cách nhanh chóng và chi tiết. Nhờ đó có thể nâng cao trải nghiệm và mong đợi của khách hàng.

Thứ năm, Thúc đẩy mối liên kết giữa các phòng ban: Chuyển đổi số cho phép đội ngũ nhân sự giữa các bộ phận/ phòng ban trong doanh nghiệp giao tiếp dễ dàng và linh hoạt hơn. Bằng cách sử dụng các nền tảng quản trị tự động hóa, các bộ phận/ phòng ban có thể dễ dàng chia sẻ dữ liệu, thông tin ở bất cứ đâu, bất cứ khi nào. Nhờ đó giúp tăng cường liên kết giữa các phòng ban.

Thứ sáu, Nâng cao hiệu quả và giảm chi phí cho doanh nghiệp: Chuyển đổi số là quá trình tốn kém nhiều chi phí của doanh nghiệp. Tuy nhiên, khi chuyển mình thành công, doanh nghiệp có thể tiết kiệm tối đa chi phí cho các hoạt động

Thứ bảy, tăng lợi nhuận (Chuyển đổi số dẫn tới lợi nhuận tốt hơn): Khi DN chuyển đổi số sẽ tích hợp cơ sở hạ tầng và hệ thống công nghệ mới để cải thiện hoạt động kinh doanh và có được thông tin chi tiết hơn, rộng hơn về dữ liệu, các doanh nghiệp sẽ cải thiện trải nghiệm của khách hàng của mình và mở rộng đối tượng tiếp cận trong suốt quá trình. Qua đó có thể thấy, lợi ích của chuyển đổi số là rất lớn đối với doanh nghiệp, nó biến đổi toàn bộ hoạt động kinh doanh và khi được thực hiện đúng cách, nó sẽ cải thiện đáng kể lợi nhuận tổng thể của DN.

3. Ứng dụng công nghệ chuyển đổi số trong các doanh nghiệp Việt Nam

Các hoạt động chuyển đổi số của doanh nghiệp bao gồm: Số hóa dữ liệu quản lý, kinh doanh của DN; áp dụng công nghệ số để tự động hóa, tối ưu hóa các quy trình nghiệp vụ, quy trình quản lý, sản xuất kinh doanh, quy trình báo cáo, phối hợp công việc trong

DN; chuyển đổi toàn bộ mô hình kinh doanh, tạo thêm giá trị mới cho DN. Công nghệ chủ đạo ứng dụng chuyển đổi số trong các DN như Cloud computing, IoT, AI, Cybersecurity và các công nghệ nổi bật khác như Blockchain, Big Data, Data... đang ứng dụng rộng rãi cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của các DN.

Điện toán đám mây (Cloud computing): giúp cho DN lưu trữ và quản lý dữ liệu một cách hiệu quả, tạo cơ hội cho DN tiếp cận trực tuyến năng lực xử lý hoặc dung lượng lưu trữ bổ sung, cũng như cơ sở dữ liệu và phần mềm, với số lượng phù hợp và theo nhu cầu. Ngoài tính linh hoạt và khả năng mở rộng, điện toán đám mây còn giảm chi phí nâng cấp công nghệ vì doanh nghiệp không cần bỏ ra các khoản đầu tư trả trước cho phần cứng và chi phí bảo trì thường xuyên.

Internet vạn vật (IoT: internet of things): đề cập đến một mạng lưới các đối tượng vật lý được tích hợp với cảm biến, phần mềm và các công nghệ khác với mục tiêu kết nối và trao đổi dữ liệu với các thiết bị và hệ thống qua Internet. IoT được coi là một trong những công nghệ chuyển đổi kỹ thuật số được nhiều DNVN sử dụng vào quá trình chuyển đổi số doanh nghiệp của mình. Công nghệ này cung cấp khả năng hiển thị chi tiết, minh bạch về hàng hóa và hoạt động của doanh nghiệp.

Trí tuệ nhân tạo (AI): AI được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau, từ giáo dục, y tế, tài chính đến sản xuất, bán lẻ và giải trí. AI đã cung cấp cho chúng ta những ứng dụng và công nghệ mới, như xe tự lái, hệ thống tư vấn y tế, chatbot hỗ trợ khách hàng, hệ thống phát hiện gian lận tài chính, và nhiều hơn nữa. AI giúp cho các hoạt động của DN trở nên hiệu quả hơn, tiết kiệm thời gian và chi phí, và tăng cường đáng kể khả năng dự đoán và quản lý. Với những tiềm năng vô hạn, AI đang trở thành một trong những trọng tâm của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong tương lai.

Chuỗi khối (Blockchain): Công nghệ này là một cơ chế cơ sở dữ liệu tiên tiến cho phép chia sẻ thông tin minh bạch trong một mạng lưới kinh doanh. Cơ sở dữ liệu chuỗi khối lưu trữ dữ liệu trong các khối được liên kết với nhau trong một chuỗi. Dữ liệu có sự nhất quán theo trình tự thời gian, không thể xóa hoặc sửa đổi chuỗi mà không có sự đồng thuận từ mạng lưới. Do đó, DN có thể sử dụng công nghệ chuỗi khối để tạo một sổ cái không thể chỉnh sửa hay biến đổi để theo dõi các đơn đặt hàng, khoản thanh toán, tài khoản và những giao dịch khác. Hệ thống có những cơ chế tích hợp để ngăn chặn các mục nhập giao dịch trái phép và tạo ra sự nhất quán trong chế độ xem chung của các giao dịch.

Big data: xu hướng gần đây cũng cho thấy phân tích dữ liệu lớn được ứng dụng nhiều trong DN để hỗ trợ tăng hiệu quả của quá trình ra quyết định và lập kế hoạch chiến lược, quản trị chung, sản xuất, tiền sản xuất và logistics hoặc tiếp thị, quảng cáo và thương mại hóa. Phân tích dữ liệu đề cập đến việc sử dụng các kỹ thuật, công nghệ và công cụ phần mềm để phân tích khối lượng lớn dữ liệu bắt nguồn từ các hoạt động được thực hiện bằng phương thức điện tử và thông qua giao tiếp giữa máy với máy.

An ninh mạng (Cybersecurity): Các DN đang triển khai vận hành và kinh doanh ngày càng nhiều trên môi trường số, đồng thời công nghệ thông tin phát triển với tốc độ ngày càng nhanh nên rủi ro trên không gian mạng không ngừng gia tăng. Do đó, các DN cần được trang bị đầy đủ hệ thống về an ninh mạng, giảm thiểu tối đa các nguy cơ ảnh hưởng đến việc hoạt động của DN.

Như vậy, các công nghệ này không chỉ giúp tối ưu hóa quá trình sản xuất kinh doanh của DN, mà còn nâng cao chất lượng, giảm chi phí sản phẩm, giúp cho quá trình quản lý và theo dõi các hoạt động sản xuất kinh của DN được đơn giản hóa và tối ưu hóa hơn, đồng thời giảm thiểu sự cố và tăng tính đáng tin cậy trong hoạt động của DN. Tuy nhiên, việc áp dụng các công nghệ này phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau như chính sách hỗ trợ, lộ trình đầu tư và sự sẵn sàng chuyển đổi số của DN.

4. Giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số phát triển bền vững cho doanh nghiệp Việt Nam

Doanh nghiệp cần phải thực hiện giải pháp để chuyển đổi số một cách toàn diện và hiệu quả nhất

Thứ nhất, ứng dụng các công nghệ của cuộc CMCN 4.0. Ứng dụng công nghệ mới đang giúp cho các DNVN sẽ có nhiều cơ hội trong việc nâng cao trình độ công nghệ, năng lực sản xuất và cạnh tranh trong chuỗi giá trị toàn cầu; tạo ra sự thay đổi lớn về mô hình kinh doanh và cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo; các nước đang phát triển như Việt Nam có thể rút ngắn quá trình công nghiệp hóa bằng cách đi tắt, đón đầu công nghệ cao hơn. Các DN phải linh động điều chỉnh sản phẩm theo nhu cầu người tiêu dùng, tích hợp các công nghệ tiên tiến để giảm thiểu quy trình sản xuất, giảm thời gian giao hàng, rút ngắn vòng đời sản phẩm nhưng vẫn đảm bảo khả năng quản lý sản xuất và chất lượng sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh.

Thứ hai, giải pháp về nguồn nhân lực. Chuyển đổi số cần có nguồn nhân lực chất lượng cao để có thể làm chủ công nghệ mới, phục vụ cho việc triển khai chuyển đổi số và đó cũng là điều mà các doanh nghiệp. Do đó, chiến lược phát triển nguồn nhân lực phải là một chiến lược phát triển dài hạn của doanh nghiệp. Trong đó, trước hết, cần có giải pháp nâng

cao chất lượng nguồn nhân lực hiện hữu của doanh nghiệp, đặc biệt là đội ngũ cán bộ, chuyên viên chủ chốt thông qua các hoạt động huấn luyện, cập nhật kiến thức, trang bị kỹ năng cần thiết; thành thạo năng lực chuyên môn, nghiệp vụ; biết ngoại ngữ, trước hết là tiếng Anh; thành thạo công nghệ thông tin, máy tính... để nâng cao năng suất lao động; coi trọng công tác tuyển dụng, có chiến lược để bổ sung nguồn nhân lực chất lượng cao cho doanh nghiệp.

Thứ ba, giải pháp về vốn đầu tư. Chuyển đổi số đòi hỏi nguồn lực tài chính lớn, đồng thời tiềm ẩn rủi ro thất bại là “rào cản” lớn đối với nhiều doanh nghiệp. Đầu tư cho CĐS là đầu tư để thay đổi, từ nhận thức, chiến lược, nhân lực, cơ sở hạ tầng tới giải pháp công nghệ chính, vì vậy, đây là công cuộc đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn. Tuy nhiên, việc sẽ phải đầu tư lớn về tài chính và nhân lực, trong khi chưa chắc chắn về hiệu quả cũng như đối mặt với nguy cơ thất bại, từ đó tạo nên rào cản lớn với các doanh nghiệp Việt Nam.

Thứ tư, giải pháp từ nhận thức của doanh nghiệp. Chuyển đổi số tại mỗi doanh nghiệp sẽ tác động lớn đến chiến lược kinh doanh, hình thức hoạt động của doanh nghiệp, vì vậy, đó sẽ là một sự thay đổi lớn tới toàn bộ doanh nghiệp, điều này gây áp lực cho các nhà lãnh đạo tại các doanh nghiệp này.

Thứ năm, giải pháp tăng cường hợp tác với các DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI): Kinh nghiệm thành công của các doanh nghiệp thế giới cho thấy, bộ phận nghiên cứu và phát triển trong một doanh nghiệp rất quan trọng, cho dù hoạt động trong lĩnh vực nào, từ tiêu dùng đến sản xuất. Các doanh nghiệp đều đề cao nhiệm vụ nghiên cứu và phát triển để đưa ra những phát kiến, sản phẩm và cải tiến mới phục vụ tốt nhất nhu cầu thị trường. Tuy nhiên, để đạt được hiệu quả tối đa, các doanh nghiệp trong nước cần chuẩn bị tốt về yếu tố nhân lực để có thể hấp thụ tốt nhất thành quả của tiến bộ công nghệ toàn cầu./.

Tài liệu tham khảo

Berman, S. J. (2012). Digital Transformation: Opportunities to Create New Business Models. *Strategy & Leadership*, 40(2), 16-24.

Hà Thanh. (2021). Mô hình kinh doanh mới của kinh tế số: Pháp lý “kim” phát triển. *Kinh tế và đô thị*. Retrieved from <https://kinhtedothi.vn/mo-hinh-kinh-doanh-moi-cua-kinh-te-so-phap-ly-kim-phat-trien.html>

Lan Anh. (2021). Nền tảng số- xu hướng phát triển các mô hình kinh doanh mới. *Tạp chí Công thương*. <https://congthuong.vn/nen-tang-so-xu-huong-phat-trien-cac-mo-hinh-kinh-doanh-moi-167218.html>

Con người và kỹ năng tương lai trong kế toán kiểm toán

Đỗ Thị Tuyết

Khoa Kế toán Kiểm toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Bài viết này phân tích những thay đổi trong môi trường làm việc của ngành kế toán kiểm toán dưới tác động của công nghệ số hóa và cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0. Để thích ứng với xu thế mới, bài viết nhấn mạnh tầm quan trọng của việc nâng cao kỹ năng công nghệ, kỹ năng mềm và khả năng học hỏi liên tục đối với người làm kế toán trong tương lai. Đồng thời, đề xuất giải pháp đào tạo, bồi dưỡng nhằm phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu mới của ngành.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, quá trình chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong mọi lĩnh vực, trong đó ngành kế toán kiểm toán là một trong những ngành tiên phong ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo được đẩy mạnh. Các phần mềm, công cụ kế toán và hệ thống quản trị doanh nghiệp ngày càng hiện đại đã giúp rút ngắn đáng kể thời gian thực hiện các công việc và nâng cao chất lượng kết quả.

Bên cạnh những lợi ích của quá trình chuyển đổi số mang lại như hiệu quả hoạt động cao hơn, giảm chi phí, thì nó cũng đòi hỏi những thay đổi căn bản ở cách thức làm việc cũng như kỹ năng của người lao động toàn ngành. Những kỹ năng truyền thống của người kế toán dường như không còn phù hợp với xu thế của thời đại. Người làm kế toán trong tương lai sẽ phải thường xuyên nâng cao trình độ, bổ sung kiến thức công nghệ để theo kịp sự phát triển của công nghệ.

Bài viết nhằm làm rõ hơn những thách thức, xác định cụ thể các kỹ năng cần thiết và đề xuất giải pháp đào tạo, bồi dưỡng để người lao động trong ngành này có thể chủ động thích ứng và phát triển bản thân trong cuộc chuyển đổi số đang diễn ra. Qua đó góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh toàn cầu của lực lượng lao động ngành.

2. Sự thay đổi của môi trường làm việc trong lĩnh vực kế toán – kiểm toán

Môi trường làm việc trong lĩnh vực kế toán kiểm toán ngày nay đang chịu ảnh hưởng lớn bởi sự phát triển của công nghệ số. Các công ty kế toán kiểm toán phải thích ứng nhanh với xu thế để tiếp tục phát triển và cung cấp dịch vụ chất lượng cao. Dự báo các xu hướng chính sẽ tác động đến môi trường làm việc trong tương lai như sau:

Ứng dụng công nghệ cao vào công việc: Các phần mềm kế toán, phân tích dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo... sẽ được ứng dụng rộng rãi để tự động hóa công

việc lặp đi lặp lại, đơn giản. Điều này sẽ giảm bớt áp lực công việc cho nhân viên và tăng năng suất làm việc. Song song với đó, những công việc yêu cầu trí tuệ, sáng tạo của con người vẫn được duy trì.

Làm việc linh hoạt, không gian văn phòng ảo: Xu hướng làm việc tại nhà, từ xa đang ngày càng phổ biến. Việc áp dụng chế độ làm việc linh hoạt giúp nhân viên tự chủ thời gian làm việc, cân bằng công việc và cuộc sống. Điều này giúp tuyển dụng được nhiều nhân tài trên phạm vi rộng hơn.

Thay đổi phong cách lãnh đạo: Vai trò của lãnh đạo đối thay từ quản lý chặt chẽ sang hướng dẫn, định hướng. Lãnh đạo trao quyền cho nhân viên xử lý công việc, sáng tạo và đưa ra quyết định. Phong cách lãnh đạo dựa trên tinh thần đồng đội và khuyến khích sáng tạo.

Đào tạo liên tục: Do công nghệ phát triển nhanh, kỹ năng cần thiết trong ngành cũng thay đổi. Các công ty phải đầu tư mạnh cho đào tạo, nâng cao kiến thức của nhân viên thông qua các chương trình đào tạo, luyện tập trực tuyến.

Tuyển dụng nhân tài toàn cầu: Việc áp dụng làm việc linh hoạt, từ xa giúp các công ty tuyển dụng được nhân sự chất lượng trên toàn thế giới, thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao.

Nhìn chung, sự phát triển của công nghệ sẽ tạo ra một môi trường làm việc thông minh, sáng tạo hơn cho ngành kế toán kiểm toán trong tương lai, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

3. Yêu cầu về kỹ năng của nhân viên kế toán kiểm toán trong tương lai

3.1. Kỹ năng công nghệ thông tin, kỹ thuật số

Yêu cầu về kỹ năng công nghệ thông tin, số hóa của nhân viên kế toán kiểm toán ngày càng cao khi công nghệ phát triển mạnh mẽ. Một số kỹ năng cụ thể cần chú trọng đối với nhân viên trong ngành kế toán kiểm toán:

Kỹ năng sử dụng phần mềm kế toán chuyên

dụng: Phần mềm kế toán đóng vai trò quan trọng trong công việc hằng ngày. Việc ứng dụng phần mềm kế toán ngày càng phổ biến giúp tự động hóa quy trình kế toán, kết hợp hệ thống thông tin doanh nghiệp. Do đó, nhân viên kế toán cần nắm vững kiến thức và kỹ năng sử dụng phần mềm kế toán chuyên dụng như ERP, MRP, CRM...

Cụ thể, họ cần khả năng tự học, nắm bắt nhanh các tính năng cơ bản cũng như chuyên sâu trong phần mềm. Đồng thời, kỹ năng thao tác nhập, cập nhật, trích xuất dữ liệu nhanh chóng và chính xác trên phần mềm.

Bên cạnh đó, nhân viên cần có khả năng tìm hiểu và ra quyết định áp dụng các module phù hợp với quy trình công việc của doanh nghiệp. Khi xảy ra vấn đề kỹ thuật, họ cần nhanh chóng khắc phục hoặc tìm kiếm hỗ trợ.

Việc nắm vững kiến thức và kỹ năng sử dụng phần mềm kế toán sẽ giúp nhân viên kế toán hoàn thành công việc một cách hiệu quả hơn. Đây là yếu tố quan trọng đáp ứng yêu cầu công việc ngày càng chuyên nghiệp trong tương lai.

Kỹ năng làm việc trên môi trường điện toán đám mây: Với sự phát triển của công nghệ và xu hướng chuyển đổi số, việc sử dụng các dịch vụ điện toán đám mây để lưu trữ, xử lý dữ liệu và làm việc cộng tác trở nên ngày càng phổ biến.

Một trong những yêu cầu quan trọng là hiểu về các dịch vụ điện toán đám mây phổ biến như công cụ lưu trữ đám mây, dịch vụ tính toán đám mây và phần mềm cộng tác trực tuyến. Nhân viên kế toán kiểm toán cần nắm vững các khái niệm cơ bản và hiểu cách sử dụng các dịch vụ này để làm việc hiệu quả và an toàn trên môi trường điện toán đám mây.

Ngoài ra, kỹ năng quản lý dữ liệu trên môi trường điện toán đám mây cũng là một yêu cầu quan trọng. Nhân viên kế toán kiểm toán cần biết cách tổ chức và quản lý dữ liệu trên các nền tảng điện toán đám mây, bao gồm việc tạo, sắp xếp và tìm kiếm tệp tin. Các kỹ năng này sẽ giúp họ làm việc hiệu quả và nhanh chóng truy cập vào thông tin cần thiết khi kiểm toán hoặc xử lý dữ liệu.

Bảo mật dữ liệu cũng là một yêu cầu quan trọng khi làm việc trên môi trường điện toán đám mây. Nhân viên kế toán kiểm toán cần biết về các biện pháp bảo mật dữ liệu như mã hóa, kiểm soát quyền truy cập và quản lý chứng chỉ. Việc áp dụng các biện pháp bảo mật này sẽ giúp đảm bảo an toàn thông tin và ngăn chặn các rủi ro bảo mật trên môi trường điện toán đám mây.

Kỹ năng cộng tác và chia sẻ dữ liệu trên môi trường điện toán đám mây cũng là một yêu cầu quan trọng. Nhân viên kế toán kiểm toán cần biết cách sử dụng các công cụ cộng tác trực tuyến để làm

việc chung và chia sẻ dữ liệu với các thành viên khác trong nhóm. Điều này sẽ tăng cường khả năng làm việc đội nhóm và tạo ra sự linh hoạt trong việc truy cập và cập nhật dữ liệu.

Cuối cùng, kỹ năng giải quyết vấn đề và khắc phục sự cố trên môi trường điện toán đám mây cũng là một yêu cầu quan trọng. Nhân viên kế toán kiểm toán cần có khả năng nhận diện và giải quyết các vấn đề kỹ thuật liên quan đến việc sử dụng các dịch vụ điện toán đám mây. Họ cần biết cách xử lý các sự cố như mất kết nối, lỗi truy cập dữ liệu, hoặc xung đột trong việc cập nhật dữ liệu. Kỹ năng này sẽ giúp họ duy trì và khôi phục hoạt động hiệu quả trên môi trường điện toán đám mây.

Kỹ năng phân tích và xử lý dữ liệu lớn: Nhân viên cần nắm vững các công cụ phân tích dữ liệu lớn phổ biến để phân tích hiệu quả thông tin trong doanh nghiệp, phát hiện mẫu hóa, dự báo xu hướng.

Việc số hóa các quy trình kinh doanh đã tạo ra khối lượng dữ liệu lớn. Do đó, kỹ năng phân tích dữ liệu được coi là một yêu cầu quan trọng đối với nhân viên kế toán. Họ cần khả năng đặt câu hỏi đúng đắn để tận dụng dữ liệu phục vụ ra quyết định kinh doanh, truy vết nguồn gốc vấn đề và dự báo xu hướng phát triển. Bên cạnh đó, kỹ năng giải thích kết quả phân tích một cách đơn giản và thuyết phục sẽ giúp nhân viên kế toán đóng vai trò cố vấn tốt hơn cho doanh nghiệp.

An toàn thông tin và bảo mật dữ liệu: Trong tương lai, yêu cầu về an toàn thông tin và bảo mật dữ liệu của nhân viên kế toán kiểm toán sẽ ngày càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và sự gia tăng của các cuộc tấn công mạng, việc bảo vệ thông tin và dữ liệu quan trọng trở thành một ưu tiên hàng đầu đối với các doanh nghiệp và tổ chức.

Trước hết, nhân viên kế toán kiểm toán cần hiểu rõ về các quy định và quy tắc về an toàn thông tin và bảo mật dữ liệu. Điều này bao gồm việc nắm vững các nguyên tắc cơ bản của bảo mật thông tin, như quản lý quyền truy cập, mã hóa dữ liệu và giám sát hệ thống. Nhân viên cần được đào tạo về việc nhận diện và phòng ngừa các mối đe dọa tiềm tàng như phishing, tấn công mạng và rò rỉ dữ liệu.

Một yêu cầu quan trọng khác là việc xây dựng và duy trì các chính sách và quy trình bảo mật mạnh mẽ. Các chính sách này nên bao gồm việc xác định trách nhiệm của từng nhân viên trong việc bảo vệ thông tin và dữ liệu, quy định về việc sử dụng mật khẩu an toàn và định kỳ thay đổi, cũng như hướng dẫn về việc xử lý thông tin nhạy cảm và dữ liệu cá nhân.

Ngoài ra, việc sử dụng các công cụ và phần mềm bảo mật phù hợp là một yêu cầu quan trọng khác. Các công cụ này bao gồm phần mềm chống virus, tường lửa mạng và hệ thống phát hiện xâm nhập.

Nhân viên kế toán kiểm toán cần được hướng dẫn về việc cài đặt và sử dụng các công cụ này một cách chính xác và hiệu quả.

3.2. Kỹ năng giải quyết vấn đề, suy luận, phân tích dữ liệu

Bối cảnh kinh tế ngày càng đa dạng và phức tạp đặt ra những thách thức mới đối với công việc của nhân viên kế toán kiểm toán. Họ không chỉ thực hiện công việc thu thập, xử lý số liệu mà còn phải giải quyết các vấn đề, hỗ trợ ra quyết định cho doanh nghiệp. Một số kỹ năng được coi trọng trong lĩnh vực kế toán kiểm toán:

Kỹ năng giải quyết vấn đề: Xác định vấn đề, đề xuất các giải pháp, đưa ra quyết định phù hợp. Kỹ năng giải quyết vấn đề là một trong những kỹ năng quan trọng bởi môi trường kinh doanh ngày nay mang nhiều tính đa dạng và phi tuyến tính, đặt ra không ít những thách thức đòi hỏi phải có khả năng xử lý linh hoạt, sáng tạo. Cụ thể, khi giải quyết một vấn đề, nhân viên cần nắm bắt tình hình bằng cách thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác nhau để đưa ra định nghĩa rõ ràng về vấn đề. Tiếp theo, họ phân tích nguyên nhân gốc rễ của vấn đề bằng phương pháp 5 tại sao để nhận dạng được yếu tố then chốt.

Kỹ năng suy luận, phỏng đoán: Rút ra những kết luận, dự đoán từ các dấu hiệu, manh mối. Kỹ năng suy luận, phỏng đoán là khả năng rút ra kết luận hay dự đoán từ các thông tin, manh mối có sẵn một cách logic. Đây là kỹ năng quan trọng đối với nhân viên kế toán trong bối cảnh thông tin luôn thiếu sót, môi trường kinh doanh có nhiều yếu tố bất định.

Cụ thể, để suy luận và phỏng đoán chính xác, trước tiên người ta cần phải quan sát và lĩnh hội kỹ các manh mối thông tin có được dù chưa đầy đủ. Tiếp theo, họ áp dụng phương pháp suy diễn logic để liên kết các manh mối đó thành một kết luận hợp lý nhất. Đồng thời cũng cần nhắc đến yếu tố bối cảnh để tránh đưa ra kết luận mang tính hiểu lầm. Khi đưa ra dự đoán, họ cũng phải dựa trên kết luận và dấu hiệu rõ ràng nhất để dự báo xu hướng phát triển.

Bên cạnh đó, kinh nghiệm là yếu tố quan trọng giúp người suy luận phán đoán chính xác hơn khi đối chiếu với các tình huống tương tự trước đây. Và việc liên tục rèn luyện kỹ năng này sẽ giúp nâng cao khả năng phán đoán của bản thân.

Kỹ năng phân tích dữ liệu: Phân tích, đánh giá tình hình từ số liệu, chứng cứ để hỗ trợ ra quyết định. Kỹ năng phân tích dữ liệu là kỹ năng then chốt đối với nhân viên kế toán kiểm toán trong bối cảnh hiện nay. Để có thể phân tích dữ liệu một cách hiệu quả, các bước sau cần được thực hiện:

Trước tiên, cần xác định rõ mục tiêu phân tích, lựa chọn nguồn dữ liệu phù hợp từ các hệ thống kế toán, quản trị doanh nghiệp. Tiếp theo, tiến hành thu thập, xử lý và kiểm tra chất lượng dữ liệu đảm

bảo tính đầy đủ, chính xác. Sau đó, sử dụng các phương pháp thống kê như phân tích biến số, phân tích xu hướng, phân tích cụm để phân tích và tiểu tích từng mặt của dữ liệu. Đồng thời áp dụng phân tích so sánh để phát hiện mối quan hệ, tương quan giữa các yếu tố.

Kỹ năng thuyết phục: Trình bày kết quả phân tích, giải quyết vấn đề một cách logic, thuyết phục. Kỹ năng thuyết phục là kỹ năng quan trọng đối với mọi chức danh trong công việc hiện nay. Đặc biệt đối với nhân viên kế toán kiểm toán, đây là kỹ năng then chốt khi họ tham gia đề xuất, tư vấn các giải pháp kinh doanh và phải thuyết phục thủ trưởng, đối tác chấp nhận.

Khi trình bày, người thuyết phục cần diễn đạt thuyết phục với lý lẽ chặt chẽ, cung cấp đầy đủ thông tin minh chứng, điểm nhấn bằng con số, dữ liệu hữu hình. Cùng với đó là khả năng biểu cảm, ngôn ngữ cơ thể phù hợp để thu hút và duy trì sự chú ý của đối tượng. Sau khi trình bày xong, người thuyết phục cần lắng nghe phản ứng của đối tượng để điều chỉnh, thuyết phục sâu hơn những vấn đề chưa thuyết phục được. Đồng thời dành thời gian trả lời mọi thắc mắc, do dự để đạt được sự đồng thuận.

Khả năng làm việc nhóm: Hợp tác, lắng nghe ý kiến để giải quyết các vấn đề phức tạp. Khả năng làm việc nhóm là một kỹ năng quan trọng đối với bất kỳ chuyên viên kế toán nào trong thời đại công nghệ ngày nay. Làm việc nhóm giúp tối ưu hóa nguồn lực, đa dạng hóa ý kiến và nâng cao chất lượng công việc.

Để có khả năng làm việc nhóm tốt, trước hết các thành viên cần hiểu rõ vai trò và trách nhiệm của mình, tôn trọng và hỗ trợ lẫn nhau. Không để cá nhân chi phối mà cộng tác cùng nhau hoàn thành mục tiêu chung. Đồng thời cần kỹ năng giao tiếp tốt, lắng nghe và chia sẻ ý kiến một cách tích cực, xây dựng. Cuối cùng, nhóm cần có khả năng giải quyết mâu thuẫn một cách hòa bình, đưa ra quyết định bằng sự đồng thuận để đảm bảo kết quả tốt nhất./

Tài liệu tham khảo

ACCA (2016), Professional Accountants—The Future: Drivers of Change and Future Skills, ACCA London, UK, London, UK.

Đỗ Tất Cường (2020), “Dự báo những xu hướng thay đổi trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán”, Tạp chí Tài chính, số tháng 4/2020, tr. 21-24.

Hay, David (2019), The Future of Auditing, Routledge.

PwC (2018), Financial Statement Audit: Tech-Enabling the Audit for Enhanced Quality and Greater Insights, Pricewaterhouse and Coopers.

Thử tìm hiểu về khả năng xây dựng và ứng báo chỉ số giá tiêu dùng dựa trên giá cả trực tuyến dữ liệu lớn cho Việt Nam

Nguyễn Đức Thành
Nguyễn Đức Hiếu

Trung tâm Nghiên cứu Kinh tế và Chiến lược

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Hà Nội trong đề tài mã số QG.19.41.

Đây là nghiên cứu đầu tiên tại Việt Nam sử dụng kỹ thuật cào dữ liệu trực tuyến quy mô lớn để thu thập dữ liệu lớn về giá cả niêm yết trên các trang thương mại điện tử bán hàng trực tuyến lớn nhất ở Việt Nam, liên tục theo ngày trong thời gian 3 năm. Chúng tôi xây dựng một chỉ số giá tiêu dùng phản ánh hành vi của giá các mặt hàng được bày bán trên thị trường thương mại điện tử Việt Nam, tạm gọi là chỉ số giá trực tuyến (OPI). Do sự khác biệt trong cơ chế đặt giá cũng như độ phủ của rổ hàng hóa, chỉ số OPI biểu lộ những tính chất rất khác biệt so với chỉ số giá tiêu dùng (CPI) truyền thống, dù trong một số nhóm ngành hai chỉ số có khuynh hướng hội tụ. Với quy mô lớn và gần như tức thời, OPI biểu lộ nhiều tính chất cụ thể hơn CPI một cách đáng kể, đặc biệt trong việc nắm bắt và ứng báo diễn biến giá.

1. Mở đầu

Thống kê giá và tính toán CPI sử dụng Dữ liệu lớn đang là xu hướng mới trên toàn cầu bởi dữ liệu về giá hàng hóa được bán bởi người bán trực tuyến có một số lợi thế ưu việt so với dữ liệu ngoại tuyến. Một trong những lợi thế chính là tần suất dữ liệu hàng ngày cho phép đo lường lạm phát theo thời gian thực mà không có bất kỳ sự chậm trễ nào. Hơn nữa, dữ liệu trực tuyến bao gồm toàn bộ lịch sử giá hàng hóa rất hữu ích để kiểm soát các xu hướng tốt mới phát sinh từ các phương pháp thu thập dữ liệu truyền thống. Tại Việt Nam, với sự phổ biến ngày càng tăng của các trang thương mại điện tử thương mại điện tử và dân số trẻ, dữ liệu từ thị trường trực tuyến đang trở thành một sự thay thế đầy hứa hẹn cho dữ liệu giá truyền thống, được thu thập bởi các cuộc khảo sát từ các cửa hàng truyền thống.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi đã so sánh: (1) cách tiếp cận truyền thống, trong đó chỉ số giá được tạo ra bằng cách thực hiện thay đổi giá mẫu phản ánh chu kỳ sống của sản phẩm và điều chỉnh chất lượng giữa sản phẩm cũ và sản phẩm mới; (2) cách tiếp cận phi truyền thống, trong đó một chỉ số giá được tổng hợp bằng cách sử dụng lượng dữ liệu khổng lồ và cải thiện khả năng tính toán trực tiếp. Tiếp đó, (3) tiến hành tính toán chỉ số giá của một số nhóm hàng hóa cơ bản được coi là khả dụng trên internet từ dữ liệu lớn thu được từ các trang thương mại điện tử (4) và cuối cùng tổng hợp một chỉ số CPI online so sánh với CPI truyền thống của Tổng cục Thống kê Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Thu thập, lưu trữ và quản lý dữ liệu

Trong nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu sử dụng kỹ thuật cào dữ liệu trực tuyến để thu thập dữ liệu giá cả trực tuyến, các bước lưu trữ, làm sạch và xử lý được thực hiện dựa trên nghiên cứu của Talavera, Gorodnichenko và Sheremirov (2018). Nhóm nghiên cứu áp dụng kỹ thuật webscraping (cào dữ liệu trực tuyến), sử dụng ngôn ngữ lập trình Python để xây dựng quy trình tự động nhằm ghi lại giá trực tuyến từ 13 trang thương mại điện tử lớn nhất Việt Nam. Mỗi quan sát bao gồm tên của mặt hàng, giá niêm yết, phân loại mặt hàng theo phần đặt tên của trang thương mại điện tử và ngày mà dữ liệu được thu thập. Chúng tôi xây dựng một từ điển phiên dịch cách phân loại sản phẩm của từng trang thương mại điện tử tương ứng với danh mục phân loại trong giỏ hàng hóa tính CPI của Tổng cục thống kê. Dữ liệu thu thập sẽ được phân loại theo từ điển này.

Chúng tôi cũng loại bỏ các trường hợp một mặt hàng giống nhau nhưng được bày bán trong nhiều mục khác nhau trên cùng một trang thương mại điện tử bán hàng trực tuyến. Ví dụ, mặt hàng "Bếp điện từ" trên trang thương mại điện tử lazada.vn được liệt kê trong mục "Thiết bị nhà bếp", đồng thời cũng được liệt kê trong mục "Thiết bị điện trong gia đình". Thuật toán cào dữ liệu thu thập và lưu trữ cả hai quan sát trên như là hai mặt hàng khác nhau được bày bán trong cùng một ngày, nhưng trên thực tế cả hai đều là một sản phẩm. Điều này được xác định là

do đường dẫn đến trang thông tin riêng của hai sản phẩm là giống nhau. Trong trường hợp này, chúng tôi loại bỏ quan sát trùng lặp và giữ lại quan sát về "Bếp điện từ", được phân loại là "Thiết bị nhà bếp".

Đối mặt với nguồn số liệu có quy mô lớn, để giảm thiểu gánh nặng tính toán, nhóm nghiên cứu tiến hành tổng hợp số liệu ở tần suất theo từng ngày thành từng tuần. Nhóm nghiên cứu cũng xác định và loại bỏ các trường hợp giảm giá tạm thời, hay còn được gọi là giảm giá hình chữ V, là trường hợp mà trong đó giá của một mặt hàng giảm xuống trong một tuần và quay trở lại ngưỡng ban đầu ngay tuần sau đó.

2.2 Tính toán chỉ số giá tiêu dùng

Tính toán này được thực hiện dựa trên hai giả định quan trọng:

Giả định 1: Các mặt hàng được đăng bán trong cùng một mục nhỏ trên các website khác nhau, được đăng bán mỗi tuần có tỷ lệ được chọn mua là bằng nhau. Vì vậy, mức thay đổi về giá của mỗi nhóm mặt hàng (phân loại cấp 4 trong COICOP) được tính bằng trung bình cộng của tỷ lệ phần trăm đối với tất cả thay đổi về giá trong tuần đó.

Giả định 2: Tỷ lệ tiêu dùng các loại mặt hàng là tương đương với cơ cấu chi tiêu của từng hộ gia đình. Từ đó, nhóm nghiên cứu áp dụng công thức Laspeyres để tính chỉ số giá tiêu dùng trực tuyến đối với từng nhóm mặt hàng.

Số liệu thô bao gồm mức giá đối với từng loại mặt hàng được đăng bán trên 13 trang thương mại điện tử lớn nhất tại Việt Nam. Số liệu kéo dài trong 3 năm kể từ giữa tháng 4 năm 2018 đến đầu tháng 4 năm 2021. Chỉ số giá trực tuyến cho tuần thứ 15 năm 2018 được đặt là 100. Nhóm nghiên cứu so sánh OPI của nhóm nghiên cứu với CPI chính thức, được cung cấp bởi Tổng cục Thống kê Việt Nam, từ tháng 03 năm 2018 đến tháng 04 năm 2021. Chỉ số giá tiêu dùng này được tổng hợp theo từng tháng, với chỉ số cho tháng gốc (tháng 02 năm 2018 được đặt là 100).

3. Các kết quả chính

Kết quả phân loại các mặt hàng trực tuyến vào COICOP cho thấy số liệu trực tuyến phản ánh 151 trên tổng số 267 danh mục trong COICOP. Tổng trọng số của 151 danh mục này là 4162 trên tổng số 10000. Điều này có nghĩa là chỉ số giá trực tuyến có thể phản ánh 41,62% sự thay đổi của chỉ số giá tiêu dùng.

3.1 Hàng ăn và dịch vụ ăn uống

Chỉ số OPI đối với nhóm Hàng ăn và dịch vụ ăn uống giảm dần xuống chỉ còn hơn 80% mức ban đầu kể từ giữa tháng 4/2018 cho đến đầu tháng 4/2019. Sau đó, mức giá của nhóm mặt hàng này tương đối ổn định ở mức 80-85% (so với đầu tháng 3/năm 2019).

Về trọng số, tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 1528, chỉ tương đương với 39,26% của nhóm tương ứng trong CPI (với tổng trọng số là 3892). Các mặt hàng quan trọng nhưng không được bao gồm trong giá cả trực tuyến có thể kể đến giá thịt lợn, giá cá tươi hoặc ướp lạnh. Thay vào đó, thay đổi về giá trong nhóm hàng này chủ yếu biểu diễn bởi giá đồ ăn ở hàng quán/bình dân.

3.2 Đồ uống và thuốc lá

OPI đối với nhóm này giảm xuống ở mức 95 trong giai đoạn một năm đầu tiên của chuỗi quan sát. Sau đó, có hai đợt giảm lớn đối với nhóm mặt hàng này: (1) Mức giá này giảm mạnh và tăng trở lại chỉ trong tháng 6/2019. (2) trong khoảng tháng 8 vào tháng 9 năm 2019, OPI của nhóm này tiếp tục giảm 10 đơn vị, và duy trì quanh mức 85 kể từ đó đến nay.

Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 247, tương đương với 62,53% của nhóm tương ứng trong CPI (với tổng trọng số là 395). Thay đổi trong nhóm mặt hàng này chủ yếu biểu diễn bởi giá thuốc lá.

3.3 May mặc, mũ nón và giày dép

Nhóm May mặc, mũ nón và giày dép là một trong các nhóm mặt hàng được bao phủ khá chi tiết trong số liệu trực tuyến. Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 570, bao phủ xấp xỉ 91,34% tổng trọng số của nhóm tương ứng trong CPI là 624.

Tuy nhiên, xu hướng thay đổi của CPI và OPI là trái ngược nhau. Trong khi CPI tăng đều đặn trong 3 năm quan sát, OPI của nhóm này duy trì trong khoảng 95-100 từ thời kỳ đầu tiên cho đến khoảng giữa tháng 8/2020 (khoảng 96 điểm). Sau đó, mức giá niêm yết trên trực tuyến của các mặt hàng nhóm này giảm dần, xuống còn khoảng 89 điểm tại thời điểm tháng 4/2021.

3.4 Thiết bị và đồ dùng gia đình

Nhóm Thiết bị và đồ dùng gia đình cũng là một trong các nhóm mặt hàng được bao phủ khá chi tiết trong số liệu trực tuyến. Tuy nhiên, xu hướng thay đổi giữa CPI và OPI trong nhóm này thể hiện nhiều nét tương đồng, chỉ khác biệt về quy mô biến động tần suất biến động. Chỉ số OPI của nhóm này thể hiện xu hướng tăng giá đều đặn, tăng khoảng 6,5% sau 3 năm khảo sát. Trong khi đó CPI tăng khoảng hơn 3% trong cùng quãng thời gian. Cả hai chuỗi đều cho thấy có một khoảng tụt giá từ tháng 9/2020 và bình ổn trở lại vào đầu năm 2021.

Nhóm Thiết bị và đồ dùng gia đình cũng là nhóm mà số liệu trực tuyến bao phủ rộng rãi. Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 715, bao phủ xấp xỉ 94,57% tổng trọng số của danh mục tương ứng trong CPI là 756.

3.5 Thuốc và dịch vụ y tế

Giá thuốc và dịch vụ y tế phản ánh trong giá cả trực tuyến không bao gồm một lượng lớn thuốc men y tế quan trọng như thuốc chống nhiễm, điều trị ký sinh trùng; thuốc tim mạch; thuốc chống dị ứng và các trường hợp quá mẫn; nhóm thuốc giảm đau; thuốc hạ sốt; chống viêm không steroid và thuốc điều trị gút và các bệnh xương; hóc môn và các thuốc tác động vào hệ nội tiết v.v.. Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 256 trong OPI, bao phủ xấp xỉ 47,67% tổng trọng số của danh mục tương ứng trong CPI là 516.

Tuy vậy, biến động giá cả đối với OPI và CPI vẫn có nhiều nét tương đồng, có thể kể đến đợt tăng giá trong khoảng tháng 8 đến tháng 10 năm 2018. Giá cả trong nhóm này tăng đột biến khoảng 20% vào tháng 5 năm 2019 và từ đó giữ tương đối ổn định.

3.6 Giao thông

Sự thay đổi về giá trong nhóm này chủ yếu được biểu diễn bởi giá xe máy. Chỉ số OPI đối với nhóm này bắt đầu tăng từ khoảng đầu năm 2019 và tăng mạnh vào đầu năm 2021 (tăng tới 10 điểm trong tháng 2/2021). Vào tháng 4/2021, chỉ số này ở mức 113,8.

Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 353 trong OPI, chỉ bao phủ xấp xỉ 37,43% tổng trọng số của danh mục tương ứng trong CPI là 943. Số liệu trực tuyến bao phủ một trong hai mặt hàng quan trọng của nhóm này là xe máy, nhưng không bao phủ được diễn biến của giá xăng, dầu diesel (với trọng số là 441, tương ứng với 46,77% tổng trọng số của nhóm).

3.7 Bưu chính viễn thông

Một đợt giảm giá mạnh được ghi nhận đối với cả CPI của nhóm Bưu chính viễn thông trong giai đoạn từ tháng 04 đến tháng 10 năm 2020. Trong khi đó, OPI của nhóm này đều hơn, từ khoảng Q4/2019 cho đến Q4/2020 và đang dừng ở mức khoảng 82 điểm.

Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 54 trong OPI, chỉ bao phủ xấp xỉ 18,56% tổng trọng số của danh mục tương ứng trong CPI là 291. Các loại máy điện thoại di động được đăng bán nhiều trên mạng, và là nhân tố chủ yếu trong nhóm Bưu chính viễn thông. Trong khi đó mặt hàng quan trọng là cước dịch vụ viễn thông không được bao gồm trong bộ số liệu trực tuyến.

3.8 Giáo dục

Nhóm này chủ yếu bao gồm sách giáo khoa, giấy vở, bút viết – tránh nhầm lẫn với chi phí của các dịch vụ giáo dục, hiện không được thể hiện trong bộ giá cả trực tuyến. Vì vậy, độ bao phủ của nhóm này cũng thấp. Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 117 trong OPI, chỉ bao phủ xấp xỉ

21,74% tổng trọng số của danh mục tương ứng trong CPI là 538.

3.9 Văn hóa giải trí và du lịch

Ngoài số ít các dịch vụ du lịch, nhóm này hầu như bao gồm các loại thiết bị, máy móc phục vụ nhu cầu giải trí. Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 223 trong OPI, chỉ bao phủ xấp xỉ 46,94% tổng trọng số của danh mục tương ứng trong CPI là 475. Các mặt hàng quan trọng không được bao gồm trong số liệu trực tuyến bao gồm giá thuê nhà trọ, khách sạn hay phí truyền hình và Internet.

Chỉ số OPI của nhóm này tăng khoảng 4% trong khoảng tháng 4 đến tháng 8 năm 2018, sau đó giảm dần và dừng ở mức 96 điểm trong khoảng từ tháng 10/2019 đến nay. Trái lại, chỉ số CPI của nhóm này tăng mạnh nhất là trong tháng 01/2020 (tăng khoảng 5 điểm) và tháng 10/2020 (tăng khoảng 2 điểm)

3.10. Hàng hóa và dịch vụ khác

Đối với nhóm Hàng hóa và dịch vụ khác, số liệu trực tuyến chủ yếu phản ánh các hàng hóa và dịch vụ cho cá nhân như cắt tóc gội đầu, hàng chăm sóc cơ thể, v.v... Tổng trọng số đối với các mặt hàng thuộc nhóm này là 109 trong OPI, chỉ bao phủ xấp xỉ 40,07% tổng trọng số của danh mục tương ứng trong CPI là 272. Các thành phần quan trọng khác nhưng không được bao gồm trong số liệu trực tuyến có thể kể đến như vật dụng và dịch vụ hiếu hỉ, các loại bảo hiểm y tế, bảo hiểm giao thông, v.v...

4. Kết luận

Chỉ số giá tiêu dùng trực tuyến mặc dù mới chỉ ở giai đoạn thử nghiệm tiềm năng của số liệu giá trực tuyến là rất lớn, không chỉ trong ứng báo lạm phát mà còn là tiền đề để chúng ta tìm hiểu một cách sâu sắc hơn về những cơ chế đặt giá trong thị trường thương mại điện tử. Việc mở rộng thu thập số liệu về giá cũng sẽ mở đường cho các nghiên cứu quy mô khác về ảnh hưởng liên ngành của các cú sốc trên về giá của một nhóm mặt hàng đến sức khỏe của nền kinh tế./.

Tài liệu tham khảo

- Cavallo, A. (2013). Online and official price indexes: Measuring Argentina's inflation. *Journal of Monetary Economics*, Elsevier BV, 2013, Vol. 60(2), pp. 152-165.
- Gorodnichenko, Yuriy, Viacheslav Sheremirov, and Oleksandr Talavera (2018). Price setting in online markets: Does IT click?. *Journal of the European Economic Association* 16.6, pp. 1764–1811.
- Michele Modugno (2011). Nowcasting inflation using high frequency data. *European Central Bank*.

Năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam trong quá trình xây dựng quốc gia thịnh vượng

Đỗ Vũ Phương Anh
Phạm Thị Hồng Điệp

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Toàn cầu hoá đã và đang đặt ra những yêu cầu mới đối với các thể hệ lãnh đạo doanh nghiệp. Các phương pháp lãnh đạo cũ có thể không còn hiệu quả trong bối cảnh toàn cầu. Bối cảnh mới đòi hỏi tìm ra những năng lực lãnh đạo thích hợp của doanh nhân để đáp ứng với những thay đổi đó. Trên cơ sở khảo cứu tài liệu, nghiên cứu này tổng quan năng lực lãnh đạo toàn cầu cần thiết trong bối cảnh mới, đánh giá năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam, từ đó đưa ra một số gợi ý góp phần nâng cao năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam trong quá trình xây dựng quốc gia thịnh vượng.

1. Quan niệm về năng lực lãnh đạo, năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân

Về quan niệm về năng lực lãnh đạo của các quan điểm trong và ngoài nước, có thể nhận thấy 2 xu hướng tiếp cận được sử dụng khá phổ biến trong nghiên cứu về năng lực lãnh đạo của chủ doanh nghiệp đó là: (1) Tiếp cận về kiến thức - kỹ năng - phẩm chất/hành vi/thái độ của nhà lãnh đạo; (2) Tiếp cận các bộ phận cấu thành, hay còn gọi là các “năng lực con”. Với xu hướng tiếp cận về năng lực lãnh đạo dựa trên các yếu tố kiến thức, kỹ năng, hành vi, thái độ, tố chất... của nhà lãnh đạo thì các mô hình được sử dụng là: BKD (viết tắt của Be, Know, Do), ASK (Attitude, Skills, Knowledge) và mô hình của Jeffrey D. Horey. Trong đó, tố chất lãnh đạo (Be) liên quan đến các đặc tính, tố chất cá nhân lãnh đạo, là những tố chất liên quan đến khả năng lãnh đạo của cá nhân; kiến thức lãnh đạo (Know) liên quan đến kiến thức và kỹ năng cần có để có thể lãnh đạo tổ chức; hành động lãnh đạo (Do) liên quan đến hành động, những việc mà người lãnh đạo làm để lãnh đạo tổ chức. Mô hình ASK đưa ra các tiêu chuẩn nghề nghiệp cho các chức danh công việc trong tổ chức dựa trên 3 nhóm tiêu chuẩn chính: thái độ (attitude), kỹ năng (skills), kiến thức (knowledges). Trong đó, nhóm thái độ thiên về cảm xúc, tình cảm; nhóm kỹ năng thiên về thao tác và nhóm kiến thức thiên về tư duy. Với mô hình tiếp cận theo bộ phận cấu thành năng lực lãnh đạo được đo lường tập trung, chi tiết cụ thể hơn bởi các “năng lực con”, tuy nhiên bản thân các năng lực con này thực chất cũng chính là tổng hợp các kiến thức, kỹ năng và hành vi, thái độ, tố chất của người lãnh đạo. Mô hình BKD có các thành phần nghiêng về lãnh đạo ở lĩnh vực chính trị, quân sự và có nhiều yếu tố sẽ rất khó phù hợp với đặc điểm của doanh nghiệp Việt Nam. ASK là mô

hình được sử dụng nhiều trong nghiên cứu và phát triển năng lực, đặc biệt là nghiên cứu và phát triển năng lực lãnh đạo của doanh nhân, doanh nghiệp. Nhiều tác giả sử dụng mô hình năng lực ASK trong việc nghiên cứu năng lực của các tổ chức cá nhân, doanh nghiệp như: Nghiên cứu đánh giá năng lực giám đốc điều hành doanh nghiệp Việt Nam qua mô hình ASK của Lê Quân (2012), Trần Thị Thanh Huyền và cộng sự (2020)... Kế thừa các nghiên cứu trước đó cùng với việc phân tích mô hình ASK, tác giả lựa chọn xu hướng tiếp cận theo mô hình ASK để đề xuất các năng lực lãnh đạo cho doanh nhân Việt Nam (với tư cách là các chủ doanh nghiệp).

Nhà lãnh đạo toàn cầu là người có khả năng làm việc đa dạng và phức tạp. Mặc dù năng lực lãnh đạo trong nước và năng lực lãnh đạo toàn cầu có sự tương đồng [13] nhưng hai yếu tố này cũng có điểm khác biệt. Qua tổng hợp và khảo cứu các tác giả trong và ngoài nước, bài viết này xác định nội hàm của năng lực lãnh đạo toàn cầu như sau: Năng lực lãnh đạo toàn cầu là tổng hợp kiến thức, kỹ năng và phẩm chất, thái độ mà một doanh nhân cần phải có nhưng những năng lực đó phải đặt trong bối cảnh lãnh đạo ở môi trường toàn cầu. Vì vậy, các nhà lãnh đạo toàn cầu cần phát triển hoặc có thêm các năng lực sau:

Thứ nhất, các nhà lãnh đạo toàn cầu cần có kiến thức về văn hóa. Trong số tất cả các năng lực thuộc kiến thức, thì nhận thức (hiểu biết) về văn hóa được xếp hạng cao hơn [10]. Kiến thức họ cần không chỉ là về văn hóa của nước sở tại mà còn về văn hóa của các nhà lãnh đạo nước ngoài cũng như văn hóa của các quốc gia [10]. Thứ hai, kỹ năng tư duy phản biện toàn cầu tạo nên nhà lãnh đạo toàn cầu [10]. Ngoài ra, cần có các kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng năng lãnh đạo. Bởi một xã hội toàn cầu sẽ có môi trường

làm việc gồm nhiều thể hệ khác nhau và chịu tác động của nhiều yếu tố văn hóa, tôn giáo, ngôn ngữ...(Báo cáo từ State of HR). Thứ ba, trong số tất cả các loại phẩm chất lãnh đạo thì tư duy cởi mở được xếp hạng cao nhất. Một người có tư duy cởi mở có thể đánh giá cao sự khác biệt và có thể chấp nhận những ý tưởng khác nhau. Một người cởi mở không chỉ là người biết lắng nghe mà còn sẵn sàng lựa chọn ý tưởng tốt nhất ngay cả khi ý tưởng đó không phải của mình. Khả năng thích ứng với văn hóa sở tại là chìa khóa để các nhà lãnh đạo thành công và hiệu quả. Sự sẵn sàng và không sợ rủi ro là một năng lực quan trọng đối với các nhà lãnh đạo toàn cầu.

2. Thực trạng năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam hiện nay

Doanh nhân Việt Nam là sản phẩm của quá trình Đổi mới, công nghiệp hóa, hiện đại hóa (CNH, HĐH) đất nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa (XHCN); chủ yếu được hình thành trong thời kỳ đổi mới, từ năm 1986 đến nay. Doanh nhân Việt Nam là đội ngũ những người làm nghề kinh doanh, trước hết là bộ phận những người chủ sở hữu, lãnh đạo, quản lý, hoạt động nghiệp vụ kinh doanh (có mục tiêu vị lợi) của các hộ gia đình và doanh nghiệp. Doanh nhân Việt Nam gồm 5 nhóm chính: (i) Những người điều hành, quản lý hoặc sở hữu các doanh nghiệp vừa và nhỏ; (ii) Những người quản lý, điều hành, làm nghiệp vụ kinh doanh trong các doanh nghiệp nhà nước; (iii) Những người quản lý, điều hành, làm nghiệp vụ kinh doanh cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; (iv) Những người làm chủ trong các trang trại, hợp tác xã, cơ sở kinh tế phi nông nghiệp và các hộ gia đình nông dân hoạt động sản xuất kinh doanh có đăng ký thành lập và hoạt động theo Luật doanh nghiệp; (v) Những doanh nhân gốc Việt (mang quốc tịch Việt Nam hoặc quốc tịch nước sở tại) điều hành, quản lý, sở hữu hoặc làm nghiệp vụ kinh doanh ở nước ngoài.

Trong bối cảnh toàn cầu hoá, cùng với sự tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ của kinh tế quốc tế, một số doanh nhân Việt Nam đã đề ra kế hoạch phát triển đáp ứng nhu cầu thị trường những sản phẩm, dịch vụ kinh doanh, chất lượng tạo nên thương hiệu quốc gia. Nhiều doanh nhân đã làm rạng rỡ trí tuệ, nghĩa khí, tài năng Việt Nam khi tên tuổi đã vượt khỏi phạm vi quốc gia, được xếp hạng cùng những doanh nhân lớn trên thế giới.

Thứ nhất, về kiến thức lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam, doanh nhân Việt Nam là những người có hiểu biết, có những kiến thức trong lĩnh vực hoạt động của mình. Về kiến thức cơ bản, doanh nhân Việt Nam đã có sự phát triển về chất lượng. Tuy nhiên, vẫn còn 8% doanh nhân Việt Nam

chưa có trình độ đại học. Hầu hết các nhà lãnh đạo đều không được đào tạo về quản lý và 34% trong số họ có dưới 5 năm kinh nghiệm quản lý. Điều này ảnh hưởng đến hiểu biết cơ bản phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh toàn cầu. Thông tin trên cho thấy phần lớn doanh nhân Việt Nam hiện nay không được đào tạo bài bản về nghề kinh doanh. Mặt khác, trình độ học vấn còn nhiều hạn chế, bất cập so với khu vực và quốc tế. Do đó, để xây dựng được mạng lưới kinh doanh rộng lớn, thâm nhập sâu vào thị trường quốc tế đối với doanh nhân Việt Nam là khó khăn. Điều này gây hạn chế đối với việc mở rộng cơ hội kinh doanh và tiếp thu kinh nghiệm, công nghệ từ các nước.

Thứ hai, kỹ năng lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam đã có nhưng chưa thực sự đầu tư và phát huy hiệu quả. Trong các kỹ năng lãnh đạo toàn cầu thì kỹ năng tư duy phản biện có vai trò quan trọng đối với doanh nhân, kỹ năng này được dùng trong các cuộc họp của doanh nghiệp, trong đàm phán kinh doanh... Kỹ năng tư duy phản biện là khả năng tiếp cận và phân tích một vấn đề theo hướng khách quan, dựa trên bằng chứng chắc chắn và xem xét từ nhiều góc độ khác nhau, sau đó hình thành kết luận/đánh giá vấn đề theo lý luận logic (Diễn đàn Kinh tế Thế giới, 2018). WEF khẳng định việc máy móc vẫn phải được vận hành và tối ưu bởi con người. Số hóa được sử dụng, nhu cầu lý luận và tư duy logic cũng được tăng lên ở doanh nghiệp. Doanh nhân có tư duy phản biện tốt để sử dụng hiệu quả nguồn lực công nghệ, tránh lạm dụng chúng làm ảnh hưởng xấu đến vấn đề vận hành trong doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện nay các chủ doanh nghiệp nói chung và doanh nhân nói riêng chưa quan tâm đến kỹ năng tư duy phản biện và hướng tới phát triển kỹ năng tư duy phản biện toàn cầu. Trong nghiên cứu của Nguyễn Hữu Long và cộng sự (2022) khi xem xét mức độ cần thiết các tiêu chí đánh giá kỹ năng lãnh đạo các chủ doanh nghiệp Quảng Bình thì các chủ doanh nghiệp cho rằng các kỹ năng sau quan trọng nhất với họ: kỹ năng ra quyết định, kỹ năng xây dựng mối quan hệ, kỹ năng lắng nghe (4,3438 điểm). Các kỹ năng: tư duy phản biện (4,2813), giao tiếp (4,28130 và làm việc nhóm (4,2500) được đánh giá là những kỹ năng kém quan trọng.

Thứ ba, phẩm chất lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam trong bối cảnh mới đã có sự thay đổi linh hoạt, phù hợp. Doanh nhân Việt Nam hiện nay kết tinh và tiêu biểu cho ý chí, nghị lực vươn lên làm giàu của dân tộc Việt Nam. Đội ngũ doanh nhân góp phần hình thành lối sống sáng tạo, tự lập, tự chủ, dám nghĩ, dám làm, dám đương đầu với khó khăn, dám chấp nhận rủi ro, có chí làm giàu, sống có trách nhiệm với bản thân, gia đình và cộng đồng xã hội. Thích ứng trước bối cảnh kinh doanh mới là vấn đề

quan trọng đối với các doanh nhân. Trong thời gian 2020 -2022, COVID – 19 đã ảnh hưởng toàn quốc, khiến nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa hoặc thu hẹp quy mô. Các doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam thể hiện khả năng phục hồi và nhanh chóng thích ứng, đổi mới hoạt động của mình. Tuy nhiên, việc thích ứng và dám mạo hiểm trong kinh doanh của chủ doanh nghiệp nói chung và doanh nhân nói riêng còn hạn chế. Trong nghiên cứu của Nguyễn Hữu Long và cộng sự (2022), kết quả phỏng vấn xếp hạng mức độ cần thiết của nhóm năng lực liên quan đến phẩm chất lãnh đạo của chủ doanh nghiệp cho thấy, tiêu chí năng lực (sáng tạo) được đánh giá và xếp hạng điểm cao nhất (4,469 điểm), tiêu chí mạo hiểm được xếp hạng thấp nhất (4,063 điểm).

3. Gợi ý nâng cao năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân Việt Nam để xây dựng quốc gia thịnh vượng

Thứ nhất, đối với chính doanh nhân Việt Nam, cần nêu cao vai trò đầu tàu, dẫn dắt lãnh đạo doanh nghiệp, hộ kinh doanh. Doanh nhân không chỉ là người xây dựng doanh nghiệp, mà còn là hiện thân của tổ chức, sức mạnh dân tộc. Vì vậy, cần tự ý thức việc nâng cao năng lực lãnh đạo toàn cầu là vấn đề của chính mình trong bối cảnh mới. Điều này góp phần nâng cao vị thế doanh nghiệp và đóng góp lớn cho tổ quốc. Tiếp đến, doanh nhân cần lan toả những phẩm chất, năng lực, kỹ năng lãnh đạo cần có cho các doanh nhân khác.

Doanh nhân luôn xác định kiến thức là yếu tố quan trọng để kinh doanh toàn cầu. Sự hiểu biết các lĩnh vực sẽ giúp doanh nhân theo kịp sự thay đổi của xã hội và để bảo vệ chính mình trên thị trường quốc tế. Doanh nhân phải xem việc học hỏi mọi lúc mọi nơi, học tập suốt đời là nhiệm vụ song hành cùng sản xuất kinh doanh, vì vậy cần tham gia các khoá đào tạo chuyên đề, hội thảo trong và ngoài nước để phát triển chính mình và phát triển doanh nghiệp. Đặc biệt trong bối cảnh hiện nay, doanh nhân cần tìm hiểu sâu hơn về văn hoá đa quốc gia để linh hoạt trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Ngoài tuân thủ quy định về pháp luật, doanh nhân cần tuân thủ các quy định văn hoá kinh doanh nước sở tại. Đồng thời, doanh nhân cần bổ sung các kiến thức về công nghệ thông tin, ngoại ngữ; rèn luyện các kỹ năng như tư duy phản biện toàn cầu, kỹ năng làm việc nhóm...

Thứ hai, đối với Nhà nước, cần có chính sách gắn nâng cao chất lượng giáo dục đào tạo với phát triển doanh nhân; có những chương trình đào tạo cho doanh nhân kinh doanh toàn cầu; đưa các môn tự duy phản biện vào giảng dạy ở các trường đại học kinh doanh. Đồng thời, tiếp tục hoàn thiện chương trình trợ giúp đào tạo phát triển doanh nhân. Hiện nay, mô hình năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh

nhân Việt Nam chưa có, Nhà nước và Bộ khoa học và Công nghệ, trường đại học liên quan cần xây dựng chính sách, hướng dẫn về khung năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nghiệp nói chung và doanh nhân nói riêng. Mặt khác, nhà nước cần đổi mới cơ chế, chính sách, thiết lập khung pháp lý mới khuyến khích doanh nhân có tư duy đổi mới, ứng dụng công nghệ, đồng thời thúc đẩy, hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện số hóa. Tăng cường năng lực khoa học công nghệ quốc gia để doanh nhân có khả năng làm chủ và ứng dụng, sáng tạo tri thức khoa học công nghệ mới vào nền kinh tế và vào doanh nghiệp.

4. Kết luận

Các nhà lãnh đạo toàn cầu cần có một tập hợp các năng lực lãnh đạo toàn cầu để thực hiện hiệu quả vai trò của họ. Trong bối cảnh toàn cầu hoá, năng lực lãnh đạo của doanh nhân Việt Nam cũng có sự thay đổi và cần phải thay đổi. Nghiên cứu đã đề xuất khung năng lực lãnh đạo toàn cầu cho doanh nhân Việt Nam trong bối cảnh mới, từ đó phân tích thực trạng năng lực lãnh đạo toàn cầu của doanh nhân hiện nay. Từ bất cập và nguyên nhân, nghiên cứu nêu lên một số gợi ý nhằm phát huy hơn nữa năng lực lãnh đạo toàn cầu cho doanh nhân Việt Nam, hướng tới một Việt Nam thịnh vượng. Đó là: phát huy tinh thần tự ý thức và rèn luyện kỹ năng của doanh nhân Việt, xây dựng mô hình năng lực lãnh đạo toàn cầu cho doanh nhân Việt Nam. Nhà nước cần có chính sách khuyến khích doanh nhân Việt Nam đổi mới, ứng dụng công nghệ và hoàn thiện những kỹ năng lãnh đạo toàn cầu trong bối cảnh mới./.

Tài liệu tham khảo

- Beechler, S., & Javidan, M. (2007). Leading with a global mindset. In Javidan, M., Steers, R., & Hitt, M. (Eds.), *Advances in international management* (Vol. 19, pp. 131-169). Oxford, UK: Elsevier
- Caligiuri, P. (2006). Developing global leaders. *Human Resource Management Review*, 16: 219-228
- Trần Thị Thanh Huyền, Nguyễn Quốc Chính, Trần Hữu Cường (2020), “Nâng cao năng lực lãnh đạo của giám đốc doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 19(9), tr.1215-1128.
- Maryam Hassanzadeh. (2015). Global Leadership Competencies. *Journal of Educational and Social Research*.
- Lê Thị Phương Thảo (2016), Nghiên cứu năng lực lãnh đạo của giám đốc các doanh nghiệp nhỏ và vừa khu vực Bắc miền Trung, *Luận án tiến sỹ quản trị kinh doanh*, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Một số đánh giá về triển vọng nguồn cung năng lượng của Nga

Trần Đức Hiệp

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Hiện nay, các biện pháp trừng phạt của Mỹ và đồng minh phương Tây đối với Nga và việc Nga giảm cung cấp khí đốt tự nhiên cho châu Âu làm xáo trộn trạng thái cân bằng cung cầu trên thị trường năng lượng hóa thạch. Trong khi châu Âu có các lựa chọn thay thế nguồn năng lượng nhập khẩu từ Nga, vị thế cường quốc xuất khẩu nguyên liệu thô toàn cầu của Nga đang bị đe dọa. Tuy nhiên, trong trung và dài hạn, các biện pháp trừng phạt và cô lập ngày càng cứng rắn từ các thị trường phương Tây đối với Nga có thể gây ra hậu quả nghiêm trọng đối với ngành năng lượng của Nga và tương lai của nước này với tư cách cường quốc nguyên liệu hóa thạch.

1. Doanh thu từ xuất khẩu nhiên liệu

Việc can thiệp vào thị trường năng lượng toàn cầu là một vấn đề nhạy cảm, vì nó có thể phá vỡ thế cân bằng mong manh giữa cung và cầu, khiến giá cả tăng lên. Rủi ro này chủ yếu tồn tại trên thị trường dầu mỏ toàn cầu hóa mạnh mẽ. Do nhu cầu ngày càng tăng, giá cả trên thị trường dầu đã ở mức cao từ trước khi có chiến tranh bùng phát. Việc Nga bắt đầu cuộc chiến tại Ukraine và các nước phương Tây công bố dừng nhập khẩu dầu mỏ của Nga trong tương lai đã làm đẩy lên sự nghi ngờ khiến giá dầu tăng cao hơn nữa. Nếu một thùng dầu thô Brent được giao dịch ở mức khoảng 90 USD ngay trước khi chiến tranh bắt đầu, thì sau đó giá tạm thời tăng vọt lên 120 USD.

Vì EU – nơi nhập khẩu khoảng 1/4 lượng dầu từ Nga và do đó là khách hàng dầu thô quan trọng nhất của Nga – không áp đặt lệnh cấm vận ngay lập tức, nên Nga có thể kiếm được nhiều tiền hơn từ xuất khẩu do giá dầu tăng. Hơn nữa, các công ty năng lượng của Nga có ý định bán nhiều dầu hơn cho các quốc gia không thực thi lệnh trừng phạt, đặc biệt là Trung Quốc, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ. Để nhanh chóng giành được thị phần lớn, Nga đã cung cấp dầu cho những quốc gia này với giá thấp hơn nhiều so với giá thị trường toàn cầu, và Nga đã thành công. Tỷ lệ dầu Ấn Độ nhập khẩu từ Nga tăng vọt từ chỉ 1% vào tháng 2/2022 lên 18% vào tháng 6/2022. Lượng dầu Trung Quốc nhập khẩu cũng tăng đáng kể lượng dầu nhập khẩu từ Nga. Nhìn chung, khối lượng xuất khẩu xăng dầu của Nga không giảm đáng kể vào cuối năm 2022. Thay vào đó, chỉ có sự thay đổi về mặt địa lý.

Không giống như thị trường dầu mỏ, thị trường khí đốt tự nhiên của Nga được khu vực hóa mạnh

mẽ, vì Nga vận chuyển phần lớn khí đốt thông qua các đường ống dẫn đến châu Âu và Thổ Nhĩ Kỳ. Tuy nhiên, thị trường khí đốt cũng bị gián đoạn. Chiến tranh đã nổ ra ở Ukraine trùng với thời điểm diễn ra cuộc khủng hoảng năng lượng ở châu Âu. Trước chiến tranh, giá khí đốt tự nhiên trên thị trường giao ngay ở châu Âu tăng gấp 6 lần. Vì khí đốt là nguồn nguyên liệu đầu vào quan trọng để tạo ra điện, nên điều này khiến giá điện cũng tăng mạnh. Việc giá năng lượng leo thang là nguyên nhân chính thúc đẩy lạm phát ở châu Âu. Ngược lại, Nga, quốc gia cung cấp gần 40% tổng lượng khí đốt nhập khẩu của EU trước chiến tranh, đã tận dụng sự tăng giá này và kiếm được khoản lợi nhuận cao chưa từng có từ xuất khẩu khí đốt. Việc Nga cắt giảm lượng khí đốt cung cấp cho châu Âu không phải là do những hành động của EU. Để đáp trả các lệnh trừng phạt của phương Tây, tập đoàn năng lượng nhà nước Gazprom của Nga đã giảm dần việc cung cấp khí đốt tự nhiên tới châu Âu xuống còn khoảng 20% so với mức của năm trước. Trong khi các đường ống khí đốt đi qua Ba Lan (Yamal) và đến Đức (Dòng chảy phương Bắc 1 và 2) phải ngừng hoạt động hoặc bị hỏng, việc giao hàng (khí đốt) qua các đường ống ở Biển Đen đến Thổ Nhĩ Kỳ không bị hạn chế đáng kể. Bất chấp chiến tranh, Gazprom hiện vẫn cung cấp một lượng khí đốt đáng kể cho các khách hàng châu Âu thông qua hệ thống vận chuyển qua Ukraine.

Nếu như một trong những mục tiêu mà các biện pháp trừng phạt của phương Tây nhắm đến là ngăn chặn nguồn thu Nga có được từ xuất khẩu nguyên liệu thô, thì các biện pháp này cho đến nay vẫn chưa mang lại kết quả. Hiện tại, giá nguyên liệu hóa thạch ở mức cao trên thị trường thế giới, và việc Nga lựa chọn chuyển hướng một phần xuất khẩu dầu sang Thổ Nhĩ Kỳ và châu Á đã bảo vệ các công ty Nga

trước nguy cơ bị sụt giảm về doanh thu. Theo ước tính của Trung tâm Nghiên cứu năng lượng và không khí sạch (CREA), trong 9 tháng kể từ khi cuộc chiến tại Ukraine bắt đầu, Nga kiếm được doanh thu kỷ lục 230 tỷ euro từ việc bán dầu mỏ, khí đốt và than. Khoảng một nửa doanh thu đến từ việc xuất khẩu hàng hóa của Nga đến từ các nước EU. Vì Nga đã xây dựng cho mình “tấm đệm” tài chính lớn từ trước chiến tranh nhằm giảm nhẹ tác động của các biện pháp trừng phạt, nên Chính quyền Nga sẽ không cạn tiền sớm, ngay cả trong trường hợp doanh thu từ xuất khẩu hàng hóa giảm trong tương lai. Đất nước này chưa phải đối mặt với nguy cơ vỡ nợ, nhưng Nga sẽ cảm thấy rất rõ tác động của các biện pháp trừng phạt đối với lĩnh vực năng lượng trong trung và dài hạn.

2. Khí đốt và khí hóa lỏng

Ngay cả khi nhiều quốc gia châu Âu đang gặp khó khăn do việc cung cấp khí đốt của Nga bị gián đoạn, thì châu Âu nói chung vẫn có ưu thế để vượt qua sự thiếu hụt nhiên liệu hóa thạch của Nga so với khả năng Nga đối phó với việc châu Âu cắt giảm năng lượng nhập khẩu và tiến hành các lệnh trừng phạt.

Nhờ một loạt nhà cung cấp thay thế (Na Uy và Algeria cũng như khí hóa lỏng vận chuyển từ Qatar, Mỹ và Nigeria) mà nhập khẩu khí đốt của châu Âu đã trở nên đa dạng hơn nhiều so với xuất khẩu khí đốt của Nga, quốc gia cung cấp khoảng 3/4 lượng khí đốt cho châu Âu trong năm 2021. Trong khi đó, cùng năm, Trung Quốc chỉ tiếp nhận hơn 3% tổng lượng khí đốt xuất khẩu của Nga. Khí đốt xuất khẩu sang Trung Quốc bắt nguồn từ các mỏ ở phía Đông Siberia và được chuyển đến Trung Quốc thông qua đường ống được khai trương năm 2019. Trong vài năm tới, EU có thể nhập khẩu nhiều khí đốt hơn nhờ kế hoạch tăng khả năng vận chuyển bằng đường ống từ các địa điểm thay thế như Azerbaijan và xây dựng các trạm đầu mối khí hóa lỏng mới. Hơn nữa, Đức và các quốc gia EU khác đã quyết định giảm mức tiêu thụ khí đốt trong thời gian này và các nước châu Âu có kế hoạch tăng ngân sách cho các nguồn năng lượng tái tạo.

Nga cũng đã mở rộng năng lực sản xuất khí hóa lỏng trong những năm qua. Với thị phần xấp xỉ 10% lượng khí hóa lỏng giao dịch trên thị trường thế giới, Nga nằm trong số những nhà xuất khẩu chính mặt hàng này, cùng với Mỹ, Qatar và Australia. Nga một mặt cắt giảm mạnh sản lượng khí đốt cung cấp cho thị trường châu Âu thông qua các đường ống dẫn khí đốt hiện có, mặt khác lại tăng 50% sản lượng xuất khẩu khí hóa lỏng của mình sang thị trường EU. Hiện tại, Nga sản xuất khoảng 15% sản lượng khí hóa lỏng cung cấp cho châu Âu. Trong khi EU đã thành công trong việc bù đắp tổn thất khí đốt trong đường ống dẫn của Nga bằng cách tìm đến các

nhà nhập khẩu thay thế, sử dụng tiết kiệm và hiệu quả, cũng như tái phân bổ nguồn năng lượng, thì việc tăng mạnh nhập khẩu khí hóa lỏng của Nga hoàn toàn trái ngược với ý định đã được công bố là giảm tiếp nhận năng lượng từ Nga. Nếu các biện pháp trừng phạt của EU có hiệu lực đối với nhập khẩu khí hóa lỏng từ Nga, thì nước này vẫn có thể bán cho châu Á mà không gặp vấn đề gì. Hiện nay, khoảng 10% tổng lượng khí đốt xuất khẩu của Nga được vận chuyển đến châu Á-Thái Bình Dương dưới dạng hóa lỏng.

Tuy nhiên, sự rút lui của các công ty phương Tây từng đóng vai trò là nhà cung cấp chính công nghệ hóa lỏng, công nghệ khoan và phần mềm có liên quan lại là tổn thất không dễ bù đắp, đặc biệt trong lĩnh vực khí hóa lỏng. Bản thân Nga không có khả năng thay thế hoàn toàn các công nghệ này. Trong bối cảnh đó, công ty năng lượng tư nhân Novatek của Nga, nhà sản xuất khí tự nhiên lớn thứ hai sau Gazprom và là nhà sản xuất khí hóa lỏng quan trọng nhất ở Nga, đã thông báo kế hoạch trì hoãn hoạt động sản xuất của Arctic LNG 2 – một dự án khí hóa lỏng lớn trên bán đảo Yamal – thêm 1 năm kể từ đầu năm 2023. Các công ty phương Tây tham gia vào dự án, trong đó có Total (Pháp), Linde và Siemens (Đức) và Mitsui (Nhật Bản), vốn cung cấp cả chuyên môn kỹ thuật, dịch vụ và nguồn tài chính, đã quyết định ngừng hợp tác. Ngoài ra, công ty Daewoo Heavy của Hàn Quốc cũng rút lại đơn đặt hàng đóng 15 tàu chở khí hóa lỏng.

Do những yếu tố hạn chế mở rộng sản xuất khí hóa lỏng, Nga sẽ tiếp tục xuất khẩu phần lớn khí đốt của mình bằng đường ống. Theo ước tính của Cơ quan Năng lượng Quốc tế (IEA), Nga phải mất 10 năm nữa mới có đủ công suất đường ống dẫn khí để xuất khẩu sang Trung Quốc và các nước châu Á khác với khối lượng tương đương với xuất khẩu sang EU vào năm 2021 (155 tỷ m³). Tuy nhiên, điều này đòi hỏi Nga phải có khả năng tiếp cận vốn và công nghệ cần thiết, đồng thời duy trì sản lượng khí tự nhiên ở mức cao. Tuy nhiên, từ tháng 1 đến tháng 10/2022, sản lượng khí hóa lỏng của Nga đã giảm gần 20% so với cùng kỳ năm 2021.

3. Sản xuất và xuất khẩu dầu mỏ

Châu Âu dường như cũng có lợi thế về dầu mỏ. Mặc dù Nga xuất khẩu phần lớn dầu mỏ bằng đường biển và điều này cho phép họ phản ứng linh hoạt hơn trước những thay đổi của môi trường kinh tế toàn cầu, nhưng các công ty Nga lại phụ thuộc rất nhiều vào tàu chở dầu của các công ty phương Tây để vận chuyển hàng hóa. EU và Mỹ đã quyết định rằng các tàu vận tải sẽ không còn được bảo hiểm nếu chở dầu cho Nga. Mặt khác, các nước G7 và EU đã nhất trí về một hệ thống kiểm soát giá cấm chủ tàu chở dầu, công ty bảo hiểm và các nhà cung cấp

dịch vụ hàng hải khác thuộc thẩm quyền của họ cung cấp dịch vụ cho ngành dầu mỏ của Nga, trừ khi dầu được bán với giá xác định trước không vượt quá mức trần hiện tại là 60 USD/thùng. Người ta có thể giả định rằng các nước như Ấn Độ, Trung Quốc và Thổ Nhĩ Kỳ sẽ nhập khẩu nhiều dầu mỏ và sản phẩm dầu mỏ của Nga hơn trước, nhưng thực tế là sẽ rất khó để các nước ngoài phương Tây có thể bù đắp hoàn toàn cho sự thiếu hụt dầu mỏ Nga trên thị trường châu Âu. Do đó, trong tương lai, Nga có thể sẽ phải bán dầu với giá thấp hơn.

Ngoài ra, phần lớn dầu của Nga hiện nay có nguồn gốc từ các mỏ đã được phát hiện từ thời Liên Xô. Sản lượng khai thác các mỏ này đã qua mức đỉnh từ lâu. Do đó, các tập đoàn năng lượng của Nga buộc phải khai thác các nguồn dự trữ đòi hỏi khắt khe hơn về mặt kỹ thuật, nằm ở các vùng Bắc Cực xa xôi và biển khơi. Nga đã bắt đầu sản xuất một số công nghệ nhất định cho ngành năng lượng sau lệnh trừng phạt do phương Tây áp đặt vào năm 2014. Tuy nhiên, trước khi cuộc chiến giữa Nga và Ukraine bắt đầu vào tháng 2/2022, các sản phẩm nước ngoài vẫn chiếm 50% – 60% thiết bị được sử dụng cho các dự án khó, đòi hỏi yêu cầu kỹ thuật cao. Khó có thể biết được các công ty Nga có khả năng quản lý, vận hành và nhập khẩu các công nghệ của phương Tây thông qua nước thứ ba ở mức độ nào. Hơn nữa, Nga cũng không thể chắc chắn về phạm vi và chi phí để các công ty ngoài phương Tây có thể thay thế một số công nghệ phương Tây.

4. Tương lai ngành năng lượng hóa thạch của Nga

Dù kết quả của cuộc chiến giữa Nga và Ukraine ra sao, hệ thống năng lượng toàn cầu sẽ có những thay đổi quan trọng và lâu dài. Nền kinh tế Nga tách rời khỏi các thị trường châu Âu truyền thống, sự chuyển hướng dòng năng lượng sang Thổ Nhĩ Kỳ và khu vực châu Á-Thái Bình Dương, và sự gia tăng tầm quan trọng của khí hóa lỏng trên toàn cầu là 3 bước phát triển sẽ xác định vai trò và vị trí của nhiên liệu hóa thạch của Nga trong tương lai. Thị trường dầu mỏ toàn cầu hóa nhiều khả năng sẽ thích ứng nhanh chóng, nhưng việc Nga chuyển hướng sang Thổ Nhĩ Kỳ và châu Á chắc chắn sẽ mất nhiều thời gian hơn trên thị trường khí đốt, vốn vẫn bị khu vực hóa nghiêm trọng. Nếu muốn tăng đáng kể việc cung cấp khí đốt tự nhiên cho Trung Quốc, Nga sẽ phải phát triển mạnh cơ sở hạ tầng giao thông hiện có ở khu vực Đông Siberia và Viễn Đông – bao gồm việc kết nối các trung tâm sản xuất xa xôi ở Tây Siberia với hệ thống đường ống khí đốt Đông Siberia. Tuy nhiên, những khoản đầu tư khổng lồ vào dự án này chỉ mang lại lợi nhuận nếu nhu cầu về năng lượng hóa thạch vẫn ở mức cao trong vòng 20 – 30 năm tới.

Đây chính là yếu tố không chắc chắn nhất đối với Nga hiện nay. Những toan tính địa chính trị không phải là nguyên nhân duy nhất khiến các nước châu Âu cố gắng đẩy mạnh đa dạng hóa việc nhập khẩu năng lượng và giảm phụ thuộc vào năng lượng của Nga. Những thay đổi này trên thị trường năng lượng toàn cầu diễn ra vào thời điểm nhiều quốc gia đang đặt mục tiêu trung hòa carbon dài hạn cho nền kinh tế của họ nhằm đạt được các mục tiêu khí hậu toàn cầu. Chẳng hạn Anh, Mỹ và EU muốn ngừng sử dụng nhiên liệu hóa thạch để phát điện muộn nhất vào năm 2040. Trong nửa đầu năm 2022, Đức đã sản xuất gần 50% điện năng từ các nguồn năng lượng tái tạo (điện gió, khí sinh học, quang điện, thủy điện và các nguồn khác). Nhu cầu nhiên liệu hóa thạch giảm trên toàn cầu có thể ảnh hưởng đến mức giá thị trường toàn cầu và gây ra sự không chắc chắn về khả năng tồn tại lâu dài của các khoản đầu tư mới vào các dự án dầu khí.

Nga có tiềm năng to lớn trong việc sản xuất năng lượng thay thế. Tuy nhiên, doanh số bán dầu khí trong vài năm qua đã tạo ra lợi nhuận đặc biệt cao, khiến cho nhà nước Nga hiện nay ít quan tâm đến việc tích cực tài trợ cho lĩnh vực năng lượng phi hóa thạch. Trong 20 năm qua, nguồn năng lượng hóa thạch dồi dào là một trong những trụ cột của hệ thống quyền lực được tạo ra dưới thời Vladimir Putin, dựa trên sự kiểm soát của nhà nước đối với các công ty năng lượng lớn. Và cũng chính mối liên hệ có vấn đề giữa năng lượng và quyền lực này đã tiếp tay cho các khuynh hướng độc đoán và cản trở cải cách kinh tế. Tuy nhiên, nếu vị thế cường quốc hàng hóa toàn cầu của Nga bị tổn hại lâu dài thì chắc chắn nó sẽ ảnh hưởng đến các chức năng của nền kinh tế quốc gia Nga và cùng với đó là hệ thống chính trị của nước này./.

Tài liệu tham khảo

Chí Thanh (2022). Giải bài toán năng lượng châu Âu và chuyện trừng phạt Nga. <https://plo.vn/giai-bai-toan-nang-luong-chau-au-va-chuyen-trung-phat-nga-post698109.html>

Khắc Nam (2022). Dự báo thay đổi dòng chảy năng lượng toàn cầu hậu xung đột Nga – Ukraine. <https://nangluongvietnam.vn/du-bao-thay-doi-dong-chay-nang-luong-toan-cau-hau-xung-dot-nga-ukraine-29147.html>

Bùi Việt Hưng, Ngô Sỹ Tiệp (2023). Điều chỉnh chính sách năng lượng của Liên minh châu Âu trong bối cảnh cuộc xung đột Nga - Ukraine. Tạp chí Cộng sản Điện tử. <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/th-e-gioi-van-de-su-kien/-/2018/827594/dieu-chinh-chinh-sach-nang-luong-cua-lien-minh-chau-au-trong-boi-canhh-cuoc-xung-dot-nga---ukraine.aspx>

Giải pháp đẩy mạnh đổi mới trong doanh nghiệp phân phối điện

Dương Văn Hùng

Khoa Kinh tế và Quản lý, Trường Đại học Điện Lực

Đổi mới (innovation) được coi là một tiền đề quan trọng để tạo ra năng lực cạnh tranh nhằm đạt được sự tăng trưởng dài hạn của công ty trong môi trường kinh doanh luôn biến đổi như hiện nay. Không thể phủ nhận những kết quả đạt được của ngành điện nói chung và doanh nghiệp phân phối điện nói riêng do đổi mới. Tuy nhiên, sau đại dịch Covid 19 và áp lực từ phục hồi kinh tế nhanh chóng đòi hỏi cần có sự thúc đẩy đổi mới mạnh mẽ hơn nữa. Bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh đổi mới mà đặc biệt đổi mới quản lý trong lĩnh vực phân phối điện năng.

1. Quan điểm về đổi mới

1.1. Quan điểm của Tập đoàn điện lực quốc gia Việt Nam

Đổi mới đóng vai trò là nhân tố quan trọng đối cho sự tồn tại và phát triển của EVN, giúp EVN vượt qua những khó khăn, thách thức, nắm bắt được những cơ hội, hoàn thành được các nhiệm vụ chính trị, các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp, cải thiện đời sống CBCNV.

Trong số bốn đặc trưng tiêu biểu cho văn hóa EVN có một đặc trưng là “Một EVN tiên phong và sáng tạo”, hay “Sáng tạo” cũng là một trong số năm giá trị cốt lõi của EVN, đây là đặc trưng và giá trị dẫn dắt mang tính chất định hướng, mở đường cho văn hóa đổi mới sáng tạo của EVN. Cùng với Tầm nhìn: “EVN là tập đoàn kinh tế hàng đầu trong lĩnh vực năng lượng tại Việt Nam và khu vực châu Á” đã được điều chỉnh để phù hợp với tình hình của EVN, bối cảnh ngành điện Việt Nam thời gian tới và đưa ra một mục tiêu thách thức hơn đối với EVN để nỗ lực phấn đấu thời gian tới và Sứ mệnh của EVN là “Cung cấp điện với chất lượng và dịch vụ ngày càng tốt hơn, đảm bảo trách nhiệm với môi trường và cộng đồng”, để triển khai, thực hiện và hoàn thành các mục tiêu, sứ mệnh và tầm nhìn của EVN, mọi CBCNV cần nỗ lực phát huy tinh thần đổi mới và sáng tạo, dẫn biến đổi và hình thành đổi mới sáng tạo trở thành văn hóa, được thực hành hàng ngày một cách tự nhiên.

1.2. Quan điểm của Tổng công ty điện lực

EVNNPC đã chủ động, tích cực triển khai các nhiệm vụ về sắp xếp, đổi mới doanh nghiệp theo chỉ đạo của EVN với mục tiêu đổi mới quyết liệt và toàn diện trên mọi lĩnh vực sản xuất kinh doanh. Để nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, EVNNPC đã phê duyệt và triển khai thực hiện đồng bộ các đề án, phương án, kế hoạch trong mọi lĩnh vực hoạt động sản xuất kinh doanh, tập trung vào 10 nhiệm vụ trọng tâm.

2. Vai trò của đổi mới

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự cạnh tranh trong môi trường kinh ngày càng khốc liệt, đổi mới (tiếng anh là Innovation) được thừa nhận rộng rãi là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và là nguồn lợi thế cạnh tranh cho các công [1-3]. Trong nhiều nghiên cứu, trong các tài liệu và quy định của pháp luật Việt Nam hiện nay, đổi mới được coi là vũ khí then chốt trong phát triển doanh nghiệp và tăng trưởng kinh tế quốc gia. Vai trò của đổi mới đã được khẳng định một cách rõ nét trong Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030, nhấn mạnh đổi mới là động lực quan trọng để phát triển kinh tế-xã hội của đất nước, tạo bứt phá nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế.

Ở Việt Nam cũng như các nước trên thế giới, điện năng là một trong những nguồn năng lượng có vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của quốc gia, một trong những nhu cầu thiết yếu đối với sinh hoạt của nhân dân và là nhân tố đầu vào không thể thiếu của các ngành kinh tế. Ngày 01/04/2021, Thủ tướng chính phủ đã ký ban hành Quyết định 538/QĐ- TTg phê duyệt Chiến lược phát triển EVN đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, trong đó đã đặt ra 9 mục tiêu và 11 định hướng phát triển. Ngành điện được ưu tiên phát triển trước để tạo tiền đề cho các ngành khác phát triển. Những áp lực, thách thức ngày càng lớn, cơ hội ngày càng nhiều đòi hỏi năng lực đổi mới của EVN phải được nâng cao hơn, hoạt động đổi mới cần được thực hiện hiện một cách bài bản hơn để có thể kịp thời thích ứng, giải quyết những vấn đề mới cũng như tận dụng, nắm bắt được những cơ hội mới, hoàn thành được vai trò nhiệm vụ chính trị đảm bảo cung ứng điện của EVN trong lĩnh vực điện lực vừa phát triển EVN thành một tập đoàn kinh tế mạnh, kinh doanh hiệu quả, bền vững và có lãi.

Hiểu rõ vai trò của đổi mới trong giai đoạn kinh tế hiện nay, đặc biệt trong quá trình phát triển thị trường điện cạnh tranh, Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) đang triển khai xây dựng Đề án Nâng cao năng lực đổi mới trong Tập đoàn Điện lực Quốc gia Việt Nam, nhằm đẩy mạnh các đổi mới, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và năng suất lao động. Thời gian qua, mặc dù chưa có Đề án về đổi mới, nhưng Chiến lược phát triển của EVN, các đề án, các kế hoạch sản xuất kinh doanh, đầu tư xây dựng của tập đoàn và các đơn vị hàng năm đều đưa ra các nội dung, nhiệm vụ, giải pháp về phát triển ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao hiệu quả hoạt động, nâng cao năng suất lao động. Đây chính là tiền đề triển khai các dự án đổi mới. Đặc biệt, EVN đã tổ chức một số cuộc thi đề xuất ý tưởng đổi mới như: Cuộc thi Tìm kiếm ý tưởng, sáng kiến chuyển đổi số, Cuộc thi Tìm kiếm ý tưởng đổi mới trong công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực, Cuộc thi Ý tưởng Chiến lược Đại dương xanh (của khối Kinh doanh - Dịch vụ khách hàng)... Trong năm 2021, EVN đã phát động cuộc thi tìm kiếm ý tưởng chuyển đổi số trong toàn Tập đoàn và đã nhận được sự hưởng ứng mạnh mẽ của CBCNV. Chỉ sau vài tháng phát động, số lượng ý tưởng đề xuất đã lên đến 1000 ý tưởng. Điều này chứng tỏ sức sáng tạo, tiềm năng đổi mới là rất lớn. Tuy nhiên, nhiều câu hỏi cần được đặt ra dưới góc độ người quản lý. Trong lĩnh vực phân phối điện, hiện nay các doanh nghiệp phân phối điện còn sử dụng nhiều công nghệ cũ, hệ thống đường dây nhiều nơi đã xuống cấp cần thay thế, cách thức quản lý còn chưa hiệu quả. Trong những năm qua, kết quả đạt được của các doanh nghiệp phân phối điện khi thực hiện đổi mới đang đạt được những hiệu quả nhất định tuy nhiên vẫn còn khiêm tốn do chưa tập trung vào những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến đổi mới và kết quả kinh doanh.

3. Đề xuất giải pháp

3.1. Đề xuất mô hình đổi mới toàn diện tại các công ty điện lực

Trong bối cảnh cạnh tranh hóa thị trường điện, các công ty phân phối điện cần thấy rõ vai trò của đổi mới trong mọi hoạt động của công ty, tác giả mạnh dạn đề xuất mô hình đổi mới toàn diện. Từ mô hình này, quy trình tham gia của các thành phần quan trọng cần được quy trình hóa cụ thể phụ thuộc vào đặc điểm của đơn vị.

(1) Quản lý cấp cao với vai trò lãnh đạo đơn vị, tự xây dựng tầm nhìn đổi mới, các giá trị cần được chia sẻ và sự liên kết của các biện pháp khuyến khích, cả vật chất và vô hình, cho tất cả các bên liên quan chính.

(2) Môi trường học tập tổ chức, tạo nền tảng để thu hút năng lực sáng tạo của nhân viên, tạo cơ hội cho các tương tác sáng tạo và tận dụng tốt các ý tưởng được tạo ra từ các nguồn khác. Các thuộc tính chính của văn

hóa “đổi mới” bao gồm mức độ tin cậy phổ biến, thái độ mạo hiểm khi thử nghiệm những ý tưởng mới, khả năng chịu đựng thất bại, mức độ đa dạng trong giáo dục và nền tảng của nhân viên, sẵn sàng chia sẻ kiến thức và hợp tác và những người khác.

(3) Một chiến lược đổi mới xác định và tận dụng các cơ hội mới xuất hiện trong bối cảnh kinh doanh đang thay đổi. Chiến lược này được phản ánh trong danh mục các dự án đổi mới của công ty, nhằm mục đích cân bằng lợi ích và rủi ro từ những đổi mới gia tăng trong ngắn hạn nhằm cải thiện kết quả hoạt động của công ty hiện có và những đổi mới mang tính đột phá dài hạn, tạo ra những cách thức mới về giá trị quan trọng nâng cao hiệu quả hoạt động của tổ chức.

(4) Quá trình tham gia của nhân viên cung cấp thông tin đầu vào có giá trị và cung cấp hỗ trợ cho chiến lược đổi mới, đặc biệt liên quan đến các tính năng của sản phẩm và cải tiến quy trình sản xuất.

(5) Các nguồn lực đổi mới, tức là năng lực con người sẵn có bên trong, các khoản đầu tư cần thiết và các mối quan hệ đối tác bên ngoài mong muốn có thể bổ sung cho sức mạnh, tri thức và kỹ năng riêng của tổ chức.

(6) Quy trình tham gia của các chuyên gia, các nhà nghiên cứu cho phép tổ chức thu thập các thông tin về giải pháp đổi mới công nghệ, quản lý một cách thường xuyên.

(7) Quá trình tham gia của nhà cung cấp sử dụng chuyên môn, năng lực độc đáo và lời khuyên của các đối tác trong việc phát triển giải pháp mới mong muốn.

(8) Quá trình đổi mới sử dụng tất cả các nhân tố đầu vào trên để chọn ra những ý tưởng tốt nhất cho việc phát triển giải pháp mới.

3.2. Một số đề xuất triển khai tại cấp công ty điện lực

(1) Giải pháp tăng cường sự ủng hộ của quản lý cấp cao. Trong doanh nghiệp, sự ủng hộ của quản lý cấp cao là vô cùng quan trọng, thiếu sự ủng hộ của họ thì mọi hoạt động, kể cả hoạt động đổi mới sáng tạo, không thể triển khai và đạt được hiệu quả. Do vậy, để hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp được hiệu quả, nhà quản lý cấp cao cần sẵn sàng dành thời gian để lắng nghe và khuyến khích nhân viên trình bày các ý tưởng, quan điểm và sáng kiến trong công việc.

Quản lý cấp cao doanh nghiệp cần đưa ra các chính sách động viên, khuyến khích người lao động tích cực tham gia đổi mới sáng tạo:

- Có chính sách rõ ràng nhằm khuyến khích ý tưởng mới phục vụ cho sản xuất điện thông qua việc đưa tiêu chí “ý tưởng mới hiệu quả” vào việc đánh giá kết quả thực hiện công việc, kết quả thi đua hàng tháng, hàng quý và hàng năm.

- Để khuyến khích người lao động đổi mới, các công ty sản xuất điện nên cung cấp phần thưởng có giá trị hợp lý cho sáng kiến mới được áp dụng thành công. Ngoài ra, người có sáng kiến áp dụng thành công còn được vinh danh trong toàn công ty để mọi người noi theo.

- Các công ty sản xuất điện nên tích cực ủng hộ và tạo điều kiện thuận lợi cho việc áp dụng những ý tưởng mới trong công ty.

(2) Giải pháp nâng cao liên kết mạng lưới

Thứ nhất, Thúc đẩy mối quan hệ với các doanh nghiệp phân phối điện trong ngành:

Ngoài việc tiếp thu tri thức từ nhà cung cấp, các công ty phân phối điện nên phát triển mạnh mối quan hệ hợp tác với các doanh nghiệp phân phối điện trong ngành nhằm chia sẻ, tiếp thu kiến thức. Khi tạo dựng và duy trì được mối quan hệ tốt giữa các doanh nghiệp phân phối điện, các doanh nghiệp đều được hưởng lợi. Cụ thể:

- Trao đổi chuyên gia giỏi giữa các doanh nghiệp để hỗ trợ về mặt kỹ thuật. Thực tế, mỗi doanh nghiệp đều có những chuyên gia giỏi về một lĩnh vực chuyên sâu. Do vậy, khi các doanh nghiệp phân phối điện duy trì được mối quan hệ tốt, họ có thể trao đổi chuyên gia để hỗ trợ nhau một cách kịp thời và hiệu quả.

- Mượn thiết bị dự phòng của nhau trong tình huống khẩn cấp. Vì các thiết bị dự phòng có giá cả rất đắt, một số mặt hàng không có sẵn trên thị trường, do vậy khi các doanh nghiệp phân phối điện có mối quan hệ hợp tác tốt, họ có thể mượn tạm những thiết bị dự phòng này của nhau để kịp thời khắc phục sự cố, giảm thời gian ngừng hệ thống sản xuất.

Thứ hai, Thúc đẩy sự hợp tác với các cơ sở giáo dục: Các công ty cần phát triển mạnh mối quan hệ hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu. Thời gian qua, việc hợp tác giữa các trường đại học, viện nghiên cứu với doanh nghiệp ở Việt Nam còn hạn chế về số lượng, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ còn nhiều bất cập, chưa theo kịp sự thay đổi của nền kinh tế. Trong khi đó, sự thiếu hụt thông tin từ cả hai phía, thiếu đầu mối liên lạc trong việc hợp tác là rào cản không nhỏ của việc liên kết này.

Quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là tất cả mọi hình thức tương tác trực tiếp hay gián tiếp, có tính chất cá nhân hay tổ chức giữa trường đại học và các doanh nghiệp nhằm hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của cả hai: hợp tác trong nghiên cứu và phát triển, kích thích sự vận động năng động qua lại của giảng viên, sinh viên và các nhà chuyên môn đang làm việc tại các doanh nghiệp; thương mại hóa các kết quả nghiên cứu; xây dựng chương trình đào tạo; tổ chức học tập suốt đời; hỗ trợ các nỗ lực sáng

nghiệp và quản trị tổ chức.

Thứ ba, Xây dựng và phát triển những đối thoại và quan hệ đối tác các trường đại học: Cả trường đại học và các doanh nghiệp đều có lợi khi làm việc cùng nhau, và điều này chỉ thực hiện được trên cơ sở tăng cường đối thoại giữa khu vực giáo dục và thế giới việc làm. Điểm trọng yếu trong việc đối thoại này là chương trình đào tạo và những kỹ năng mà thế giới việc làm đòi hỏi. Những mô hình thành công trong mối quan hệ này thì rất phong phú, từ những quan hệ trực tiếp giữa một trường đại học với bộ phận nhân sự hay R&D của các doanh nghiệp, hay các cơ hội gặp gỡ trao đổi cá nhân trong những hội thảo chuyên ngành giúp khơi gợi ý tưởng mới. Việc tăng cường mối quan hệ này sẽ giúp nhà trường đào tạo phù hợp hơn với doanh nghiệp. Doanh nghiệp sẽ có khả năng tuyển dụng nhân lượng đảm bảo yêu cầu mong muốn. Đồng thời mối quan hệ này cũng có khả năng tăng cường việc nâng cao năng lực của nhân lực tại doanh nghiệp thông qua các khóa đào tạo theo nhu cầu tại các cơ sở đào tạo.

Thứ tư, Thúc đẩy sự hợp tác với các công ty tư vấn: Các công ty nên phát triển mạnh mối quan hệ với các công ty tư vấn để cải tiến công nghệ, máy móc thiết bị phục vụ sản xuất: Việc các công ty tham gia vào chuyển giao công nghệ thường gặp nhiều khó khăn do hạn chế về thông tin công nghệ, nguồn nhân lực để tìm kiếm và đánh giá, lựa chọn công nghệ phù hợp với doanh nghiệp. Do đó, để quá trình chuyển giao công nghệ đạt hiệu quả, công ty nên thiết lập mối quan hệ hiệu quả với các công ty tư vấn, họ sẽ giúp doanh nghiệp:

- Hỗ trợ việc đánh giá công nghệ, tìm ra và đề xuất các giải pháp công nghệ tối ưu cho doanh nghiệp: Qua tiến trình này, doanh nghiệp có thể được chẩn đoán về các lỗi do không tương thích giữa bốn vấn đề liên quan đến chuyển giao công nghệ.

- Cung cấp danh mục các công nghệ thích hợp cho doanh nghiệp lựa chọn.

- Đánh giá sự thích hợp cũng như độ hoàn chỉnh của công nghệ cho doanh nghiệp./.

Tài liệu tham khảo

Abernathy and Clark (1985), "Innovation: Mapping the winds of creative destruction", Research Policy

Damanpour and Aravind (2011), "Managerial Innovation: Conceptions, Processes and Antecedents", Management and Organization Review. 8(2), pp. 423-454.

Schumpeter (1983), "The Theory of Economic Development".

Ứng dụng mô hình Neural Network trong việc phân loại cảm xúc khách hàng tiêu dùng trực tuyến

Hoàng Nữ Thanh Tuyền

Lớp K61C, Trường Đại học Ngoại Thương, Cơ sở II tại Tp. Hồ Chí Minh

Nguyễn Thế Cường

Lớp CNCL2021, Trường Đại học Công nghệ Thông tin, Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh

Bùi Đức Minh

Lớp Dotnet kỳ 5, Trường Đại học FPT Hà Nội

Vương Thị Thảo Bình (tác giả liên hệ)

Trường Đại học Ngoại Thương, Cơ sở II tại Tp. Hồ Chí Minh

Nghiên cứu giới thiệu phương pháp ứng dụng mô hình mạng Neural network trong việc xác định tâm lý tiêu dùng trực tuyến nhằm giúp các doanh nghiệp dựa vào đánh giá sản phẩm để có đánh giá chung về tâm lý tiêu dùng. Bài viết này trình bày ứng dụng phân loại cảm xúc khách hàng khi mua thiết bị điện tử online qua shopee, mua bán ngôn ngữ tiếng Việt. Kết quả nghiên cứu cho thấy khả năng phân loại chính xác các đánh giá tiêu cực và không tiêu cực đạt độ chính xác xấp xỉ 90% cho thấy mô hình có khả năng phân loại tốt trong việc phân loại các đánh giá tiêu cực và không tiêu cực và phù hợp cho việc áp dụng phân loại đối với các dữ liệu thực tế.

1. Đặt vấn đề

Đánh giá khách hàng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động quản trị và phát triển các doanh nghiệp, đặc biệt trong việc tăng trưởng doanh thu doanh nghiệp và phát triển sản phẩm. Nhận xét của khách hàng cũ ảnh hưởng lớn trong việc đưa ra quyết định mua sắm của khách hàng mới với các sản phẩm của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Nielsen chỉ ra rằng, 90% người tin tưởng những đánh giá từ gia đình và đồng nghiệp trong khi con số này đạt hơn 70% với những người hoàn toàn xa lạ. Nhờ sự tin tưởng, khả năng đưa ra quyết định mua sắm các sản phẩm đặc biệt là các sản phẩm trực tuyến được thúc đẩy. Bên cạnh đó, thông qua việc phân tích các đánh giá khách hàng, doanh nghiệp có thể thu thập được các thông tin hữu ích để phát triển sản phẩm. Các đánh giá của khách hàng, đặc biệt là các đánh giá tiêu cực, thường mang lại nhiều thông tin về các lỗi sản phẩm, chất lượng dịch vụ mà sản phẩm gặp phải. Thông qua việc phân tích kỹ lưỡng các nguồn thông tin này, doanh nghiệp có thể cải thiện chất lượng sản phẩm.

Trong nghiên cứu này, các dữ liệu không có cấu trúc về đánh giá các sản phẩm thiết bị điện tử được trích xuất từ trang thương mại điện tử Shopee. Các dữ liệu này sau đó được xử lý để làm đầu vào cho mô hình mạng nơ ron thần kinh tiến hành phân loại thành hai nhóm là tiêu cực hay không tiêu cực. Mô hình sau đó được đánh giá với bộ dữ liệu kiểm tra để kiểm tra tính chính xác và khả năng áp dụng thực tế của mô hình.

2. Cơ sở lý thuyết

Đánh giá trực tuyến của khách hàng là nguồn thông tin quảng bá truyền miệng điện tử (eWOM) dễ dàng nhất trong thương mại điện tử. Các thông tin về quảng cáo trực tuyến này có ảnh hưởng quan trọng tới nhận định về chất lượng sản phẩm (Duan et al., 2008) cũng như giúp khách hàng cảm giác thiếu chắc chắn về sản phẩm trước khi đưa ra quyết định mua sắm (Ho-Dac et al., 2013). Bởi vậy, các nhà quản lý không chỉ sử dụng đánh giá trực tuyến như một nguồn thông tin đáng tin cậy trong việc dự báo doanh số mà còn tập trung phát triển sản phẩm để tạo ra các đánh giá tích cực, từ đó doanh nghiệp có thể thu về những lợi ích kinh tế từ những đánh giá tích cực đó.

Động lực để khách hàng đưa ra hay tìm cách tiếp cận các đánh giá trực tuyến rất đa dạng, phụ thuộc vào các trải nghiệm mua hàng, tâm lý không chắc chắn trước khi đưa ra quyết định mua hàng và nhiều nhân tố xã hội khác. Nghiên cứu của Anderson (1998) chỉ ra rằng những khách hàng mà rất hài lòng hay rất không hài lòng thì thường có xu hướng tích cực hơn trong việc đánh giá trực tuyến. Bên cạnh đó, khách hàng cũng tiến hành đánh giá trực tuyến từ những mong muốn các phần thưởng khi tham gia đánh giá (như tiền thưởng, phiếu ưu đãi của nhãn hàng), tạo ảnh hưởng xã hội, hay sự quan tâm đến người khác (Tong et al., 2013).

Doanh nghiệp có thể áp dụng quan điểm khách hàng trong các hoạt động, bao gồm marketing và nghiên cứu phát triển sản phẩm. Các đánh giá khách

hàng trực tuyến đóng vai trò quan trọng trong việc xác định các chiến lược marketing phù hợp cho doanh nghiệp. Doanh nghiệp có thể áp dụng quan điểm khách hàng trong hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm. Các công ty sử dụng các thông tin từ khai phá đánh giá trực tuyến trong việc khám phá các nhu cầu khách hàng và cải thiện các sản phẩm trong tương lai.

Mô hình Neural Network là tập hợp của những thông tin đầu vào được xếp mô phỏng như hoạt động của não bộ con người (Islam et al., 2019). Mô hình Neural Network có khả năng được huấn luyện với các dữ liệu giám sát ban đầu, để từ đó xác định các mô hình học tập cụ thể của bộ dữ liệu. Do vậy, mô hình Neural Network có khả năng đưa ra các dự báo mà không cần các quy tắc lập trình trước. Mô hình Neural Network có khả năng hữu ích trong việc giải quyết các bài toán phân nhóm, phân loại, và dự báo. Mô hình Neural Network được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực, bao gồm nhận diện giọng nói, thị giác máy tính và nhận diện gương mặt (Abiodun et al., 2018). Trong phạm vi nghiên cứu này hướng đến, Neural Network đóng vai trò quan trọng trong các bài toán phân loại, đặc biệt là khi sử dụng kiến trúc Recurrent Neural Network.

3. Dữ liệu nghiên cứu

Sau khi tiến hành thu thập dữ liệu, tổng số 955 quan sát đã được chọn ngẫu nhiên từ các ý kiến, bình luận trên trang thương mại điện tử Shopee. Trong đó, những đánh giá từ ba sao trở lên chiếm 886 quan sát, những đánh giá nhỏ hơn ba sao chiếm 59 quan sát.

Mẫu nghiên cứu sau khi thu thập được gán nhãn thành hai nhóm: tích cực và tiêu cực. Trong đó, nhóm tích cực bao gồm các đánh giá có từ ba sao trở lên và nhóm tiêu cực bao gồm các đánh giá có nhỏ hơn ba sao.

Tâm lý tiêu dùng trực tuyến được phân tích được trên các đánh giá bằng văn bản của người tiêu dùng. Để máy tính có thể hiểu và xử lý, các đánh giá bằng chữ phải được chuyển thành các vector số học. Số chiều của mỗi vector sẽ bằng tổng số lượng các "Token" trong mỗi đánh giá của người tiêu dùng. Trong đó, "Token" trong NLP là một thuật ngữ chỉ một đơn vị cơ bản trong việc xử lý văn bản. Trong ngôn ngữ Tiếng Việt, mỗi token sẽ đại diện cho một từ. Ví dụ: câu "Hôm nay tôi đi học" sẽ có 4 token là "hôm nay", "tôi", "đi", "học".

Trong việc sử dụng các đánh giá bằng ngôn ngữ để phân tích tâm lý tiêu dùng, các từ ngữ thể hiện cảm xúc thường có vai trò quan trọng trong xác định một đánh giá là tích cực hay tiêu cực. Với những đánh giá tích cực, ngôn từ được sử dụng thường thể hiện sự hài lòng của khách hàng như "chất lượng

tốt", "giao hàng nhanh", "tính năng nổi bật". Ngược lại, với các đánh giá tiêu cực, khách hàng thường thể hiện sự không hài lòng qua các từ ngữ như "không đẹp", "thất vọng" và thường kèm theo những mô tả chi tiết về sản phẩm như "chất lượng kém", "không phản hồi", "không dùng được".

Để phân biệt được các đánh giá là tích cực hay tiêu cực, nghiên cứu xác định dựa trên tần suất xuất hiện của các từ trong đánh giá. Sau khi tách đánh giá dạng câu thành từng token, nhóm tác giả sẽ tiến hành so sánh tần suất xuất hiện của các token trong hai nhóm tích cực và tiêu cực, nhóm nào có tần suất xuất hiện cao hơn sẽ có khả năng chứa những thông tin cảm xúc trong nhóm đó nhiều hơn.

Nghiên cứu phân biệt giữa các đánh giá tích cực hay tiêu cực dựa vào tần suất mà từ ngữ xuất hiện trong các đánh giá. Tần suất được so sánh tần suất này trong hai nhóm xem nhóm nào có tần suất cao hơn thì từ ngữ đó sẽ có khả năng là hàm chứa thông tin về cảm xúc về nhóm đó nhiều hơn.

4. Kết quả nghiên cứu về mô hình mạng Nơ ron nhân tạo đánh giá quan điểm

Đề tài ứng dụng mô hình Neural Network bao gồm mô hình MLP, LSTM – RNN và CNN để xây dựng mô hình nhằm phân loại đánh giá tiêu cực và tích cực các sản phẩm trong ngành hàng thiết bị điện tử.

4.1. Mô hình MLP

Đề tài huấn luyện 10 lần đối với mô hình MLP. Trong đó, 64 quan sát được đưa vào mỗi lần cập nhật trọng số tại tốc độ học tập là $2 \cdot 10^{-5}$. Bảng 1 thể hiện kết quả của mô hình huấn luyện và hình 5 cho thấy xu hướng chính xác và mất mát của mô hình MLP.

Bảng 1. Kết quả mô hình huấn luyện MLP

Epochs	Training Loss	Training Accuracy	Validation Loss	Validation Accuracy
1	0.0136	82.79%	0.0120	87.89%
2	0.0105	89.61%	0.0120	88.59%
3	0.0099	89.61%	0.0118	88.62%
4	0.0094	89.61%	0.0113	88.87%
5	0.0090	89.61%	0.0110	89.38%
6	0.0083	89.61%	0.0109	89.38%
7	0.0080	89.61%	0.0102	89.38%
8	0.0068	90.50%	0.0101	89.38%
9	0.0063	91.10%	0.0099	89.38%
10	0.0063	91.99%	0.0097	89.38%

Dựa vào bảng kết quả, độ chính xác của mô hình với các bộ dữ liệu huấn luyện được tăng dần từ 82.79% tại lần huấn luyện thứ nhất, lên đến 90.50% ở lần thứ 8 và 91.99% trong lần huấn luyện thứ 10. Kết quả chứng minh mô hình đang học được các đặc trưng quan trọng trong dữ liệu và có khả năng áp dụng cho các dữ liệu mới.

4.2. Mô hình Long Short – Term Memory Recurrent Neural Network

Đề tài huấn luyện 10 lần đối với mô hình LSTM – RNN. Trong đó, 64 quan sát được đưa vào mỗi lần cập nhật trọng số tại tốc độ học tập là $2 \cdot 10^{-5}$. Bảng 2 thể hiện kết quả của mô hình huấn luyện và

hình 6 cho thấy xu hướng chính xác và mất mát của mô hình LSTM – RNN.

Bảng 2. Kết quả mô hình huấn luyện LSTM-RNN

Epochs	Training Loss	Training Accuracy	Validation Loss	Validation Accuracy
1	0.0110	83.53%	0.0092	87.21%
2	0.0080	88.71%	0.0083	88.44%
3	0.0070	90.32%	0.0083	88.77%
4	0.0063	91.57%	0.0086	88.59%
5	0.0056	92.53%	0.0100	88.07%
6	0.0047	94.19%	0.0105	87.89%
7	0.0041	94.82%	0.0102	88.37%
8	0.0034	95.89%	0.0121	87.47%
9	0.0030	96.62%	0.0119	87.82%
10	0.0027	97.16%	0.0122	87.79%

Mô hình LSTM – RNN đã thể hiện tốt khả năng huấn luyện bộ dữ liệu, với độ chính xác của mô hình tăng dần sau những lần huấn luyện. Ở lần huấn luyện thứ nhất, mô hình đã đạt kết quả cao trên tập dữ liệu huấn luyện đến 83.53%, sau đó ghi nhận mức chính xác được tăng lên 97.16% ở lần thử thứ 10 cho thấy khả năng học hỏi nhanh. Nhưng khi xem xét các chỉ số của validation accuracy, lần huấn luyện thứ 3 trên tập kiểm tra cho kết quả cao nhất, kết quả sau đó bắt đầu giảm dần. Điều này chứng tỏ mô hình đang có hiện tượng quá khớp từ lần thứ 4. Hình 6 cho thấy rõ hơn xu hướng của độ chính xác trên 2 tập dữ liệu huấn luyện và tập dữ liệu kiểm định.

4.3. Mô hình Convolution Neural Network

Đề tài huấn luyện 10 lần đối với mô hình CNN. Trong đó, 64 quan sát được đưa vào mỗi lần cập nhật trọng số tại tốc độ học tập là 2×10^{-5} . Bảng 3 thể hiện kết quả của mô hình huấn luyện cho thấy xu hướng chính xác và mất mát của mô hình CNN.

Bảng 3. Kết quả mô hình huấn luyện CNN

Epochs	Training Loss	Training Accuracy	Validation Loss	Validation Accuracy
1	0.0174	81.60%	0.0153	83.53%
2	0.0115	82.50%	0.0124	87.21%
3	0.0103	88.46%	0.0119	88.37%
4	0.0106	88.62%	0.0119	88.71%
5	0.0105	89.61%	0.0119	89.38%
6	0.0099	89.61%	0.0117	89.38%
7	0.0099	89.61%	0.0116	89.38%
8	0.0099	89.61%	0.0114	89.38%
9	0.0097	89.61%	0.0112	89.38%
10	0.0094	89.61%	0.0111	89.38%

Dựa trên bảng kết quả mô hình huấn luyện CNN, độ chính xác ở lần huấn luyện thứ nhất là 81.60%, sau đó được tăng dần qua từng epoch, ghi nhận 89.61% ở epoch 5 và không có sự tăng trưởng kể từ sau epoch thứ 5. Điều này thể hiện mô hình đã hội tụ và có thể không cần huấn luyện thêm nữa.

Bên cạnh đó, kết quả cho thấy cái nhìn rõ ràng hơn về độ chính xác trên tập huấn luyện liên tục tăng qua các lần huấn luyện, đồng thời độ chính xác trên tập kiểm định cũng có xu hướng tăng lên và ổn định.

4. Kết luận

Phân loại cảm xúc khách hàng thông qua bình luận tiếng Việt là một công việc khó so với phân loại bình luận tiếng Anh. Nghiên cứu đã chỉ ra khả năng của mô hình Recurrent Neural Network đánh giá

tâm lý khách hàng trực tuyến với độ chính xác đến 90%. Vì vậy, mô hình bộc lộ khả năng áp dụng đối với các bình luận trực tuyến, đặc biệt là với các bình luận không được gắn nhãn như trên các trang đánh giá sản phẩm, các bình luận trên fanpage của doanh nghiệp hoặc trang thương mại điện tử của doanh nghiệp. Việc áp dụng mô hình này có thể giúp các doanh nghiệp và người tiêu dùng tiết kiệm thời gian khi nhìn nhận vào tổng thể các đánh giá sản phẩm để đưa ra quyết định đối với sản phẩm phù hợp. Nghiên cứu có thể xem xét ứng dụng đến các sản phẩm mang lỗi của sản phẩm và các sản phẩm không hàm chứa lỗi của sản phẩm. Như vậy, các nhà phát triển sản phẩm có thể dễ dàng định vị lỗi và khắc phục sản phẩm. Đồng thời, nghiên cứu có thể phát triển phân loại thành các mức đánh giá từ một sao đến năm sao nhằm mục đích tạo sự đánh giá công bằng hơn về đánh giá sao sản phẩm. Các nghiên cứu được đề xuất này sẽ mang lại lợi ích cho ngành thương mại điện tử và thoải mái, tạo sự tin tưởng cho khách hàng./.

Bài viết này là sản phẩm của Đề tài Khoa học và Công nghệ Cấp Cơ sở của Trường Đại học Ngoại thương, mã số: NTCS2022-10.

Tài liệu tham khảo

- Abiodun, O. I.; Jantan, A.; Omolara, A. E.; Dada, K. V.; Mohamed, N. A. and Arshad, H. (2018). "State-of-the-art in artificial neural network applications: A survey". Heliyon. 4(11).
- Anderson, E. W. (1998). "Customer satisfaction and word of mouth". Journal of service research. 1(1), 5-17.
- Duan, W.; Gu, B. and Whinston, A. B. (2008). "The dynamics of online word-of-mouth and product sales—An empirical investigation of the movie industry". Journal of retailing. 84(2), 233-242.
- Goldsmith, R. E. and Horowitz, D. (2006). "Measuring motivations for online opinion seeking". Journal of interactive advertising. 6(2), 2-14.
- Ho-Dac, N. N.; Carson, S. J. and Moore, W. L. (2013). "The effects of positive and negative online customer reviews: do brand strength and category maturity matter?". Journal of marketing. 77(6), 37-53.
- Islam, M.; Chen, G. and Jin, S. (2019). "An overview of neural network". American Journal of Neural Networks and Applications. 5(1), 7-11.
- Tong, Y.; Wang, X.; Tan, C.-H. and Teo, H.-H. (2013). "An empirical study of information contribution to online feedback systems: A motivation perspective". Information & Management. 50(7), 562-570.

Nội dung tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến tăng cường tiềm lực quốc phòng ở Việt Nam

Trịnh Xuân Việt
Học viện Chính trị

Việc nghiên cứu hội nhập kinh tế quốc tế và tác động của nó đối với các mặt trong đời sống xã hội trong đó có quốc phòng ngày càng được nhiều quốc gia, nhiều tổ chức quốc tế, nhiều viện nghiên cứu và nhiều nhà khoa học đặc biệt quan tâm. Tuy nhiên, do xuất phát điểm, góc độ tiếp cận, quan điểm ý thức hệ, mục tiêu nghiên cứu có những sự khác biệt nên các công trình nghiên cứu về hội nhập kinh tế quốc tế và sự tác động của nó mà các nhà khoa học, các tổ chức nghiên cứu có sự khác nhau.

Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến tăng cường tiềm lực quốc phòng ở Việt Nam bao gồm cả những tác động tích cực và tiêu cực, cả tác động trực tiếp và gián tiếp; phương thức tác động cũng rất đa dạng, đan xen giữa tự phát và tự giác, giữa tích cực và tiêu cực. Kết quả của sự tác động đó có thể thấy ngay, nhưng cũng có thể thâm thấu dần, khó thấy. Nội dung tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến tăng cường tiềm lực quốc phòng ở Việt Nam gồm các nội dung chủ yếu sau đây:

Hội nhập kinh tế quốc tế tác động đến tăng cường tiềm lực kinh tế của đất nước.

Hội nhập kinh tế quốc tế sẽ giúp Việt Nam phát huy nội lực, tận dụng ngoại lực, tận dụng thời cơ, hạn chế thách thức trong phát triển tiềm lực kinh tế và tiềm lực kinh tế quân sự. Đến lượt mình, phát triển tiềm lực kinh tế trực tiếp tác động đến tiềm lực quốc phòng nói chung và đến tiềm lực quân sự nói riêng. Theo đó, sự tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến tiềm lực kinh tế và tiềm lực kinh tế quân sự được biểu hiện cụ thể:

Một là, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ giúp Việt Nam tham gia vào các tổ chức kinh tế quốc tế, qua đó góp phần xây dựng môi trường hoà bình, ổn định tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển tiềm lực kinh tế và kinh tế quân sự của đất nước. Bởi thông qua hội nhập sẽ đưa nước ta trở thành thành viên của các thể chế kinh tế quốc tế và khu vực, tham gia vào các chương trình hợp tác song phương, đa phương qua đó tạo sự đan cài lợi ích kinh tế giữa nước ta với các nước trong khu vực và trên thế giới, tạo điều kiện bảo vệ Tổ quốc từ xa.

Hai là, hội nhập kinh tế quốc tế một mặt sẽ tạo điều kiện Việt Nam mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ. Mặt khác, hội nhập kinh tế quốc tế, nhất là tham gia vào các hiệp định thương mại tự

do song phương, đa phương sẽ góp phần nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam nhất là khả năng cạnh tranh về giá trên thị trường thế giới do những ưu đãi về thuế tạo ra nhờ đó mà thúc đẩy phát triển kinh tế trong nước phát triển.

Ba là, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ tạo điều kiện cho Việt Nam thu hút đầu tư, tận dụng vốn, khoa học - công nghệ và kinh nghiệm quản lý tiên tiến của các nước để phát triển kinh tế trong nước. Là nước đang trong quá trình phát triển, Việt Nam rất cần vốn, công nghệ, trình độ quản lý tiên tiến để thực hiện phát triển kinh tế trong nước. Do đó, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ tạo cơ hội cho các nước, các tổ chức kinh tế trên thế giới đầu tư ngày càng nhiều hơn vào nước ta, nhờ đó mà kinh tế phát triển, tiềm lực kinh tế được tăng cường và khả năng bảo đảm kinh tế cho quốc phòng được nâng cao. Đồng thời, nhờ sự phát triển của kinh tế và sự phát triển của khoa học - công nghệ sẽ cho phép từng bước phát triển công nghiệp quốc phòng từ đó tạo khả năng sửa chữa, sản xuất một số loại vũ khí trang bị cho lực lượng vũ trang.

Bốn là, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ giúp Việt Nam tìm kiếm được nhiều hàng hóa, dịch vụ có chất lượng tốt mà Việt Nam chưa khả năng sản xuất đặc biệt là hàng hóa, dịch vụ quân sự, nhờ đó tiềm lực quốc phòng của đất nước được củng cố, tăng cường.

Năm là, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ giúp Việt Nam đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Từ đó, tạo điều kiện cho nền kinh tế phát triển cân đối, bền vững và đồng đều. Góp phần ổn định chính trị, văn hóa, xã hội tăng cường tiềm lực quốc phòng, an ninh của đất nước.

Sáu là, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ giúp Việt Nam tăng nguồn thu cho ngân sách nhà nước nhất là từ thuế và các loại phí. Nhờ đó có cơ sở để tăng ngân

sách quốc phòng, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho việc duy trì số lượng, đào tạo bồi dưỡng nâng cao chất lượng, phát triển các ngành, lĩnh vực quốc phòng qua đó điều chỉnh biên chế, tổ chức lực lượng vũ trang; mua sắm trang bị vũ khí kỹ thuật cho lực lượng vũ trang.

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực trên đây, hội nhập kinh tế quốc tế cũng có thể làm nảy sinh những khó khăn, thách thức đối với tăng cường tiềm lực kinh tế, tiềm lực kinh tế quân sự của Việt Nam. Bởi, hội nhập kinh tế quốc tế không chỉ có hợp tác mà còn có đấu tranh, cạnh tranh, trong khi đó nền kinh tế nước ta có trình độ phát triển thấp so với nhiều nước trong khu vực và thế giới; năng lực cạnh tranh của nền kinh tế cũng như của các doanh nghiệp còn non kém so với các đối thủ trên nhiều phương diện. Điều đó dễ dẫn đến nguy cơ phá sản của nhiều doanh nghiệp trên các lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế, kể cả lĩnh vực nông nghiệp, làm tổn hại đến tiềm lực kinh tế, tiềm lực kinh tế quân sự của đất nước.

Cùng với quá trình hội nhập, sự có mặt của các nhà đầu tư nước ngoài mà chủ yếu là các nhà tư bản ở nước ta ngày càng tăng, từ đó làm tăng nguy cơ lệ thuộc về kinh tế của nước ta vào nước ngoài. Sự lệ thuộc đó đến một mức độ nhất định có thể sẽ gây nên sự mất ổn định về kinh tế, chính trị, xã hội của đất nước. Điều đó làm cho tính chủ động và khả năng huy động các nguồn lực trong đáp ứng các nhu cầu cho hoạt động quốc phòng - an ninh của Việt Nam trở nên khó khăn hơn.

Hội nhập kinh tế quốc tế tác động đến tiềm lực chính trị, văn hóa, tinh thần của đất nước.

Hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam sẽ góp phần thúc đẩy kinh tế phát triển đồng thời đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân cũng được nâng lên. Vì vậy, niềm tin của nhân dân vào Đảng, Nhà nước được tăng cường, “thế trận lòng dân” được củng cố và giữ vững. Từ đó, ý chí quyết tâm bảo vệ chủ quyền của đất nước, bảo vệ lợi ích quốc gia - dân tộc và giữ vững sự ổn định chính trị - xã hội trong các tầng lớp nhân dân, cán bộ, chiến sỹ lực lượng vũ trang được nâng lên. Hội nhập kinh tế quốc tế còn tạo ra năng lực phát triển mới cho nền kinh tế góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trong khu vực và trên trường quốc tế, nhờ đó tranh thủ sự ủng hộ, giúp đỡ ngày càng nhiều hơn của cộng đồng quốc tế cho sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Tuy nhiên, hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam cũng dẫn đến sự phân hóa giàu nghèo giữa các tầng lớp dân cư, giữa các vùng trong nước ngày càng cách xa. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, cũng đồng thời là quá trình hội nhập các lĩnh vực khác,

trong đó có lĩnh vực văn hóa. Bên cạnh việc tiếp thu những tinh hoa văn hóa nhân loại thì nhiều yếu tố văn hóa tiêu cực khác sẽ du nhập vào Việt Nam, như: lối sống thực dụng, đề cao lợi ích cá nhân coi nhẹ lợi ích cộng đồng, chỉ quan tâm đến lợi ích trước mắt mà xem nhẹ lợi ích cơ bản lâu dài... Vì vậy, nếu quản lý nhà nước trên lĩnh vực văn hóa không tốt thì những mặt trái đó càng có cơ hội tăng lên. Thực tế cho thấy, đi cùng với các dòng đầu tư của tư bản nước ngoài vào Việt Nam vừa qua, bên cạnh những giá trị văn hoá lành mạnh có cả sự xâm nhập của những trào lưu văn hoá, lối sống không lành mạnh như: tệ sùng bái đồng tiền, lối sống hưởng thụ, ích kỷ, tham nhũng, mại dâm, ma túy, bạo lực...

Hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam ngày càng sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới cũng dễ làm cho một bộ phận nhân dân, cán bộ, chiến sỹ trong lực lượng vũ trang có nhận thức giản đơn, không phân biệt được địch - ta, bạn - thù, đối tượng - đối tác, độc lập và phụ thuộc, chủ quyền và làm thuê... Từ đó việc giải quyết mối quan hệ giữa phát triển kinh tế - xã hội với củng cố quốc phòng - an ninh trở nên khó khăn, phức tạp hơn so với trước đây, do khó có thể có được sự thống nhất cao về ý chí và hành động trong toàn xã hội.

c) Hội nhập kinh tế quốc tế tác động đến tiềm lực khoa học công nghệ của đất nước.

Sự vững mạnh về tiềm lực khoa học - công nghệ của quốc gia là cơ sở nền tảng vững chắc cho sự phát triển của tiềm lực khoa học - công nghệ quân sự. Theo đó, việc xây dựng tiềm lực khoa học - công nghệ quân sự của quốc phòng phải trên cơ sở phát triển kinh tế - xã hội và khoa học công nghệ của đất nước, gắn với những thành tựu đạt được của quá trình CNH, HĐH. Tuy nhiên, tiềm lực khoa học - công nghệ quân sự lại có tính chất đặc thù gắn với nhu cầu quân sự và tính chất của chiến tranh, nhất là chiến tranh hiện đại, chiến tranh bằng vũ khí công nghệ cao.

Hội nhập kinh tế quốc tế sẽ giúp Việt Nam tận dụng tối đa thành tựu của khoa học - công nghệ và nghiên cứu, ứng dụng khoa học - công nghệ vào hoạt động quân sự như sửa chữa, bảo dưỡng, nâng cao năng suất và hiệu quả sản xuất hàng quốc phòng, hàng lưỡng dụng phục vụ quân sự và dân sinh, phát triển công nghiệp quốc phòng; thiết kế chế tạo vũ khí mới; chế tạo các loại vật liệu, khí tài, vật tư kỹ thuật phục vụ bảo đảm kỹ thuật trong huấn luyện và sẵn sàng chiến đấu.

Quá trình chủ động hội nhập kinh tế quốc tế còn tạo điều kiện để các nhà khoa học Việt Nam có cơ hội tiếp cận và chiếm lĩnh các thành tựu mới về khoa học - công nghệ tiên tiến trên thế giới, tạo cơ sở

thuận lợi cho phát triển khoa học - công nghệ trong nước. Thông qua các hoạt động chuyển giao công nghệ, trao đổi chuyên gia, hợp tác đào tạo nhân lực giữa nước ta với các nước sẽ góp phần phát triển đội ngũ cán bộ khoa học - công nghệ trong các ngành, lĩnh vực của Việt Nam trong đó có lĩnh vực quân sự.

Như vậy, có thể thấy thông qua hội nhập kinh tế quốc tế sẽ giúp Việt Nam tranh thủ được công nghệ tiên tiến của các nước đi trước. Đây là bước đi đúng đắn tạo tiền đề cho phát triển rút ngắn, nâng cao tiềm lực khoa học - công nghệ quốc gia nói chung, phát triển khoa học - công nghệ trực tiếp phục vụ nhiệm vụ quốc phòng nói riêng. Tuy nhiên, nếu quá trình hợp tác, tiếp nhận, chuyển giao khoa học - công nghệ của các ngành, doanh nghiệp thiếu sự kiểm soát chặt chẽ của nhà nước sẽ làm tăng nguy cơ nhập thiết bị công nghệ lạc hậu của khu vực và thế giới vào Việt Nam, lúc đó Việt Nam sẽ trở thành bãi thải công nghiệp của quốc tế. Ngoài ra, do quá chú trọng đến việc tiếp nhận chuyển giao công nghệ từ nước ngoài, ít chú trọng đến phát triển khoa học - công nghệ trong nước có thể dẫn đến hậu quả là khoa học - công nghệ nội sinh không được sử dụng dẫn đến nguy cơ “hẫng hụt” ngày càng lớn về trình độ khoa học - công nghệ của nước ta so với các nước trong khu vực và trên thế giới.

d) Hội nhập kinh tế quốc tế tác động đến tiềm lực quân sự - quốc phòng của đất nước

Hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam sẽ tác động đến tất cả các yếu tố cấu thành tiềm lực quân sự của đất nước, trong đó trước hết là tác động đến Quân đội ta (yếu tố đặc trưng của tiềm lực quân sự), cả về lực lượng, phương tiện, tinh thần và chiến lược, chiến thuật nghệ thuật tác chiến của quân đội.

Hội nhập kinh tế quốc tế sẽ làm cho Việt Nam tận dụng được ngoại lực, phát huy nội lực để phát triển kinh tế. Theo đó, ngân sách quốc phòng được tăng cường cho quốc phòng để mua sắm vũ khí, trang thiết bị hiện đại từ đó hoàn thiện tổ chức, biên chế cho quân đội phù hợp với yêu cầu tác chiến trong tình hình mới. Đây lại là điều kiện để quân đội hoàn thiện phương thức tác chiến, chiến lược, chiến thuật, nghệ thuật quân sự và phương thức tiến hành chiến tranh theo mô thức hiện đại như chiến tranh thông tin, chiến tranh sử dụng vũ khí công nghệ cao, chiến tranh không tiếp xúc.

Bên cạnh đó, chúng ta có điều kiện nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho bộ đội. Công tác giáo dục - đào tạo, phát triển nguồn nhân lực cho quân đội cũng được tăng cường, chính sách hậu phương quân đội được thực hiện ngày càng tốt, nhờ đó, tiềm lực chính trị tinh thần của quân đội được tăng củng cố, tăng cường.

Tuy nhiên, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế cũng có thể có những tác động tiêu cực đến quân đội ta, như: quân đội phải điều chỉnh lại thể bố trí cho phù hợp với điều kiện tình hình mới, nhất là việc kêu gọi đầu tư nước ngoài; hội nhập kinh tế quốc tế là cơ hội cho Việt Nam tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, song cũng là cơ hội để lối sống phương Tây thực dụng, tệ nạn xã hội du nhập vào nước ta, ảnh hưởng trực tiếp đến tư tưởng chính trị, tinh thần của người dân nói chung, bộ đội nói riêng. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để các thế lực phản động, thù địch trong và ngoài nước câu kết tăng cường các hoạt động chống phá.

Trên đây, là những nội dung cơ bản của sự tác động hội nhập kinh tế quốc tế đến tăng cường tiềm lực quốc phòng ở Việt Nam hiện nay. Tuy nhiên, cũng cần chú ý rằng, những nội dung nói trên không phải chỉ do tác động của sự hội nhập kinh tế quốc tế, mà còn do nhiều yếu tố khác, ở đây chỉ đề cập dưới góc độ mối quan hệ giữa kinh tế và quốc phòng cũng như quốc phòng và kinh tế trong quá trình hội nhập. Những nội dung tác động nói trên, có tác dụng tích cực trong củng cố quốc phòng. Song việc củng cố quốc phòng trên góc độ nào đó cũng tạo ra những hạn chế nhất định đối với sự phát triển kinh tế nói chung và quá trình hội nhập nói riêng. Vì vậy, trong quá trình hội nhập phải kết hợp chặt chẽ giữa phát triển kinh tế với củng cố quốc phòng./.

Tài liệu tham khảo

Nguyễn Tiến Quốc, Đề tài KX.04.22/11-15, năm 2015, “Xây dựng và phát triển bền vững nền quốc phòng toàn dân trong tình hình mới”,

Bùi Ngọc Quỳnh (2004), “Tác động của hội nhập kinh tế Việt Nam - ASEAN đối với sự nghiệp quốc phòng ở Việt Nam hiện nay”, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Học viện Chính trị quân sự, H 2004.

Suvanthong hieengThepVongSa (2015), “Tác động của kinh tế thị trường đối với nền quốc phòng ở cộng hòa dân chủ nhân dân Lào”, luận án tiến sĩ kinh tế, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, 2015.

Hoàng Châu Sơn (2008), “Tiếp tục xây dựng lực lượng dân quân, tự vệ vững mạnh, đáp ứng nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc”, Tạp chí QPTD, số 2/2008

Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao khu vực công tỉnh Sóc Trăng

Triệu Thị Ngọc Diễm
Đoàn TNCS Hồ Chí Minh Tỉnh Sóc Trăng

Nguồn nhân lực chất lượng cao khu vực công đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Sóc Trăng. Vì vậy, việc nhận thức về nhiệm vụ, vị trí của đội ngũ nguồn nhân lực chất lượng cao và chọn lựa phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao như là giải pháp tối ưu có một ý nghĩa hết sức quan trọng quyết định hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, điều hành xã hội. Điều này góp phần tận dụng và khai thác tối đa tiềm năng, ưu thế địa phương, hoàn thành các nhiệm vụ đột phá chiến lược và nhiệm vụ trọng tâm trong giai đoạn tới cũng như nâng cao chất lượng toàn diện các lĩnh vực của đời sống kinh tế, xã hội của tỉnh Sóc Trăng.

1. Đặt vấn đề

Khu vực công là khu vực hoạt động do Nhà nước giữ vai trò quyết định, và được hiểu là khu vực thuộc sở hữu Nhà nước. Thông qua khu vực công, Nhà nước điều tiết các khu vực khác trong xã hội. Để thực hiện vai trò toàn diện và quan trọng đó của khu vực công, đòi hỏi phải có đội ngũ nhân lực thực sự mạnh về chất, phù hợp về cơ cấu và đủ về lượng để triển khai hiệu quả những định hướng chiến lược của các địa phương, đơn vị, cũng như hiện thực hóa các chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước vào thực tiễn.

Thời gian qua, bên cạnh những mặt tích cực và thành tựu đạt được trong nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của tỉnh Sóc Trăng, nguồn nhân lực khu vực công của tỉnh vẫn còn một số hạn chế nhất định, điều này đã ảnh hưởng và tác động trực tiếp tới hiệu quả và chất lượng hoạt động công vụ. Nghị quyết số 06-NQ/TU ngày 11 tháng 7 năm 2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Sóc Trăng khóa XIV về phát triển nguồn nhân lực tỉnh Sóc Trăng giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030 chỉ ra: “Chất lượng nguồn nhân lực của tỉnh còn nhiều vấn đề quan tâm, thiếu lao động có chuyên môn, thừa những lao động có bằng cấp nhưng không đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động; Chất lượng giáo dục và đào tạo vẫn còn thấp so với khu vực đồng bằng sông Cửu Long; Cơ chế, chính sách thu hút nguồn nhân lực chưa hiệu quả...”. Thực tế cho thấy nhân lực khu vực công tỉnh Sóc Trăng hiện nay nhiều nhưng chưa mạnh, thiếu đội ngũ chuyên gia kỹ thuật; đội ngũ cán bộ trẻ, có năng lực nổi trội còn ít; năng lực sáng tạo, khả năng thích nghi và kỹ năng lao động nghề nghiệp của một bộ phận cán bộ, công chức, viên chức (CB, CC, VC) chưa cao. Từ đó ảnh hưởng trực tiếp tới năng suất, chất lượng, hiệu quả

lao động và công tác tham mưu, quản lý, chỉ đạo, điều hành. Một số CB, CC, VC chưa nhận thức đúng về vai trò, trách nhiệm của bản thân, còn có tư tưởng làm việc “cầm chừng”, thụ động, chưa năng động, sáng tạo, đột phá, hiến kế để công việc đạt hiệu quả hơn và vì sự phát triển của cơ quan, đơn vị. Điều này không chỉ là yêu cầu mà còn mang ý nghĩa, tác động kếp dưới góc độ nhiệm vụ chiến lược giúp Tỉnh triển khai các giải pháp trước mắt và lâu dài để thực hiện mục tiêu, lộ trình hướng tới năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

2. Thực trạng nguồn nhân lực chất lượng cao khu vực công tỉnh Sóc Trăng

Hiện nay, dân số tỉnh Sóc Trăng gồm 1.206.800 người(4). Số lượng CB, CC, VC các cấp gồm 27.906 người (Trong đó, khối Đảng, Đoàn thể gồm 1.798 người, chiếm 6.44%; khối chính quyền gồm 26.108 người, chiếm 93.56%; CB, CC, VC cấp tỉnh gồm 9.453 người, chiếm 33.87%, cấp huyện gồm 15.548 người, chiếm 55.72%, cấp xã gồm 2.905 người, chiếm 10.41%). Theo Quyết định số 72-QĐ/TW, ngày 18/7/2022 của Bộ Chính trị và Quyết định số 83-QĐ/BTCTW ngày 28/9/2022 của Ban Tổ chức Trung ương, giai đoạn 2022 – 2026, tỉnh Sóc Trăng được giao 2.628 biên chế khối cơ quan Đảng, Mặt trận tổ quốc, các tổ chức chính trị - xã hội và 19.077 biên chế khối chính quyền.

Tỉ lệ CB, CC, VC toàn tỉnh có trình độ Đại học, sau Đại học chiếm gần 80,19%. Đặc biệt, trong khối Đảng, Đoàn thể, tỉ lệ này rất cao (97,99%, trong đó, cấp tỉnh và huyện chiếm 100%). Đối với trình độ Lý luận chính trị, toàn tỉnh có 28,6% đội ngũ CB, CC, VC các cấp được học các lớp bồi dưỡng Cao cấp, Trung cấp Lý luận chính trị. Riêng đối với đội ngũ CB, CC, VC khối Đảng, đoàn thể của tỉnh, tỉ lệ này chiếm 95,7% (cấp tỉnh và cấp huyện đạt 100%, cấp xã đạt 90,1%).

Đội ngũ CB quản lý, CB, CC, VC toàn tỉnh được tham gia đầy đủ các lớp bồi dưỡng chức danh lãnh đạo, quản lý các cấp và chuyên môn nghiệp vụ thường xuyên liên quan đến lĩnh vực phụ trách đạt 100%.

Về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, toàn tỉnh chỉ có 6,35% CB, CC, VC đạt trình độ đào tạo sau Đại học; 10,44% đội ngũ CB, CC, VC khối chính quyền có trình độ Trung cấp và khác (trong đó, cấp tỉnh 19,2%, cấp huyện 6,4%, cấp xã 8,3%). Con số này khá cao so với tỉ lệ CB, CC, VC hiện có của tỉnh. Tỉ lệ CB, CC, VC được học Lý luận chính trị thời gian qua mặc dù được cấp ủy các cấp quan tâm nhưng số lượng vẫn còn thấp so với nhu cầu thực tế. Điển hình khối chính quyền, tỉ lệ này toàn tỉnh chỉ đạt khoảng 24%, riêng cấp huyện chỉ đạt 16%.

Về thể lực, đa số nguồn nhân lực khu vực công của tỉnh có sức khỏe và thể lực tốt, được khám sức khỏe định kỳ hàng năm. Các cơ sở y tế của tỉnh cơ bản đáp ứng nhu cầu khám, chữa bệnh cho đội ngũ. Tuy nhiên, so với bình quân chung và yêu cầu hiện nay, thể lực của nguồn nhân lực khu vực Tây Nam Bộ nói chung và Sóc Trăng vẫn còn rất thấp.

Với sự nỗ lực của cả hệ thống chính trị, tuy nguồn lực còn nhiều khó khăn, nhưng khối CB, CC của tỉnh đã từng bước nâng cao chất lượng hoạt động, đẩy mạnh cải cách hành chính trên các lĩnh vực và công tác này thực sự đã có nhiều chuyển biến tích cực, góp phần minh bạch hoá thông tin, cung cấp hành lang pháp lý cụ thể cho các hoạt động hành chính; đặc biệt là đội ngũ CB, CC từng bước tinh gọn, hiện đại, hiệu quả. Tuy nhiên, với một số lĩnh vực, nội dung mới liên quan CB, CC khối cơ quan Đảng, Mặt trận tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội cần được cải cách hành chính vẫn chưa mang lại hiệu quả rõ nét, cần được tập trung đẩy mạnh hơn nữa trong thời gian tới như lĩnh vực thủ tục, tổ chức bộ máy và chất lượng đội ngũ CB, CC. Trong đó, thủ tục của hành chính của một số cơ quan Đảng, đoàn thể vẫn còn rườm rà, quy trình, thủ tục phức tạp, có lúc nặng về hình thức, chưa thực sự thiết thực và tinh gọn, khoa học.

Số lượng CB, CC, VC đạt trình độ đào tạo sau đại học và tham gia các lớp đào tạo chuyên sâu còn ít; số lượng CB, CC, VC có trình độ trung cấp và khác còn cao; vẫn còn một số CB, CC, VC có bằng cấp, được đào tạo, bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ nhưng chưa đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ, giá trị đóng góp chưa nhiều, chủ yếu còn thực hiện nhiệm vụ ở mức bình thường, chưa có những biểu hiện tiêu biểu, xuất sắc; chưa có ý chí cầu tiến, phấn đấu và tự học tập nâng cao trình độ mọi mặt cho bản thân.

Những tồn tại trên xuất phát từ nhiều nguyên nhân. Một trong những nguyên nhân cơ bản là tỉnh Sóc Trăng chưa có trường đại học, chính vì thế không tập trung được đội ngũ khoa học kỹ thuật, giảng viên có trình độ chuyên môn cao và sự đa

dạng của ngành nghề dành cho người học, góp phần nâng cao trình độ, chất lượng mọi mặt cho đội ngũ nguồn nhân lực để phát triển toàn diện người học và đáp ứng nhu cầu thực tế của địa phương, đào tạo nguồn lực phục vụ cho những lĩnh vực địa phương cần. Hiện nay, tỉnh có trường Cao đẳng Cộng đồng và Cao đẳng Nghề đang hoạt động nhưng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu học nghề của sinh viên, cơ cấu ngành đào tạo chưa có sức thu hút và thực sự phù hợp với yêu cầu, định hướng phát triển của tỉnh trong thời gian tới. Tỉ lệ sinh viên tham gia theo học các ngành nông nghiệp vẫn còn ít.

3. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao khu vực công tỉnh Sóc Trăng

Thứ nhất, đào tạo nguồn nhân lực gắn với chiến lược phát triển nguồn nhân lực và chiến lược phát triển kinh tế xã hội của tỉnh thông qua việc nâng cao chất lượng giáo dục đào tạo, tăng cường chính sách đầu tư cho giáo dục và đào tạo, đẩy mạnh hợp tác trong nước và quốc tế trong giáo dục và đào tạo

Quá trình đó phải bắt đầu ngay từ chương trình giáo dục phổ thông, chương trình học phải tập trung vào việc trang bị kỹ năng, phương pháp cho người học để người học tự chiếm lĩnh tri thức và hình thành năng lực tự học, tự hoàn thiện bản thân. Cũng đa dạng các loại hình đào tạo, đào tạo theo nhu cầu của xã hội. Muốn vậy, cần xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực gắn với các yêu cầu cụ thể của địa phương. Cần có những đột phá trong đánh giá, chọn lựa CB có tiềm năng để đưa đi đào tạo các lớp chiến lược, chuyên sâu tại các cơ sở đào tạo có chất lượng cao, uy tín trong và ngoài nước. Qua đó, góp phần chuẩn bị nguồn lực dài hạn, tránh tình trạng tư duy nhiệm kỳ, tư duy ngắn hạn trong công tác quy hoạch, bố trí, sử dụng CB.

Song song đó, Tỉnh cần có chính sách đặc thù thu hút người giỏi trong và ngoài nước về đóng góp cho quá trình hoạch định, phản biện các chính sách hoặc đóng góp tri thức khoa học cho các cơ quan hành chính, giúp các cơ quan có điều kiện tiếp cận và vận dụng đúng đắn, sáng tạo các tri thức mới vào công việc. Rà soát nhu cầu vị trí việc làm trong các cơ quan tỉnh theo giai đoạn 5 năm, 10 năm và tầm nhìn dài hạn để có các bước chuẩn bị, đặt hàng các lớp đào tạo mới cho tân sinh viên hoặc bồi dưỡng chuyên sâu, nâng cao cho đội ngũ CB, CC, VC đang công tác tại các cơ quan, đơn vị khu vực công.

Ưu tiên đầu tư ngân sách cho phát triển nguồn nhân lực thông qua các chương trình, dự án. Thu hút đầu tư trong và ngoài nước trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao.

Thứ hai, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trong việc phát triển nguồn nhân lực. Tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, phổ biến sâu rộng

tới CB, CC, VC và các tầng lớp nhân dân về chủ trương, đường lối, chính sách của Tỉnh đối với nguồn nhân lực chất lượng cao khu vực công. Các cấp ủy Đảng và lãnh đạo các đơn vị cần nhận thức rõ và xác định đào tạo, phát triển nguồn nhân lực vừa là chiến lược, vừa là biện pháp trước mắt và lâu dài đáp ứng yêu cầu phát triển tỉnh nhà. Do đó, cần hoàn thiện bộ máy, cơ chế chính sách, phương pháp quản lý về phát triển nguồn nhân lực thông qua các chiến lược, kế hoạch, chương trình từng năm, giai đoạn... Đồng thời, hoàn thiện, nâng cao năng lực các cơ quan chuyên trách tham mưu công tác phát triển nguồn nhân lực của tỉnh, đảm bảo đội ngũ có tầm nhìn, công tâm, đạo đức nghề nghiệp tốt. Xuất phát từ thuận lợi, khó khăn và thực trạng chung về chất lượng nguồn nhân lực chất lượng cao của tỉnh, các địa phương, đơn vị cần khẩn trương rà soát, đưa CB, CC, VC chưa đạt trình độ, điều kiện, năng lực tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng nhằm đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ và nâng cao tay nghề, năng suất, chất lượng, hiệu quả lao động.

Hoàn thiện cơ chế thi đua, khen thưởng, kỷ luật đối với đội ngũ nhân lực trong các cơ quan, đơn vị khu vực công. Cần xây dựng quy chế riêng của mỗi đơn vị gắn với đặc thù của từng cơ quan, đơn vị; tăng cường trách nhiệm của người đứng đầu và có cơ chế phát huy CB, CC, VC dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm, sẵn sàng đảm nhận những việc khó; khuyến khích và bảo vệ CB năng động, sáng tạo vì lợi ích chung.

Thứ ba, tạo môi trường, điều kiện, cơ chế thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực. Nguồn nhân lực muốn được sử dụng và phát huy tốt cần đặt trong môi trường thuận lợi, tăng trưởng kinh tế tốt để tăng nhu cầu lao động, tạo nền tảng hỗ trợ ngược lại về không gian, tài nguyên để nguồn nhân lực được phát huy. Vì vậy, việc đầu tư kinh tế và xác định ngành nghề mũi nhọn, tiềm năng của tỉnh là vấn đề rất quan trọng để thu hút, kêu gọi đầu tư cũng như ưu tiên ngân sách tập trung vào một số ngành kinh tế trọng điểm, tạo đà cho sự phát triển, bứt phá của tỉnh. Bên cạnh đó, tỉnh cần hoàn thiện chính sách giải quyết việc làm; chính sách tiền lương, trợ cấp, đãi ngộ, thu hút và sử dụng nhân tài có trọng tâm trọng điểm, khuyến khích người giỏi, người tài được phát triển năng lực, sở trường và thể hiện khát vọng cống hiến cho sự phát triển bền vững của tỉnh nhà.

Thứ tư, nâng cao sức khỏe, cải thiện môi trường sống, môi trường làm việc nhằm tạo điều kiện thuận lợi để phát triển nguồn nhân lực

Đẩy mạnh công tác truyền thông, giáo dục về sức khỏe và dinh dưỡng cho toàn thể đội ngũ; tạo không khí, môi trường sống, làm việc văn minh, lành mạnh, thoải mái, dân chủ để đội ngũ được thỏa sức làm việc, cộng tác và thể hiện tài năng, bộc lộ năng khiếu, sở trường; mạnh dạn đề đạt những ý tưởng, sáng

kiến đóng góp cho sự phát triển của cơ quan, đơn vị và hiến kế để đạt hiệu suất công việc tối đa trong một trạng thái tinh thần tốt nhất và ý chí quyết tâm nhất, mức độ cống hiến cao nhất.

4. Kết luận

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Sóc Trăng lần thứ XIV, nhiệm kỳ 2020 – 2025 đề ra 3 khâu đột phá chiến lược, trong đó “Đẩy mạnh phát triển toàn diện nguồn nhân lực phục vụ nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội địa phương, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao” được xác định là nhiệm vụ đột phá quan trọng hàng đầu để góp phần hoàn thành 05 nhiệm vụ trọng tâm và 23 chỉ tiêu trong nhiệm kỳ 2020 - 2025(6). Với vai trò quan trọng đó và trước thực trạng về nguồn nhân lực chất lượng cao khu vực công tỉnh Sóc Trăng hiện nay; đặc biệt, để chất lượng đội ngũ có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng cao, tiệm cận với yêu cầu trong bối cảnh hội nhập, toàn cầu hóa, đòi hỏi các cấp, các ngành trong hệ thống chính trị tỉnh Sóc Trăng phải đánh giá nghiêm túc, tổng quan, khoa học, chất lượng, vai trò của đội ngũ nhân lực chất lượng cao đối với việc đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh, bền vững tỉnh Sóc Trăng đến năm 2030 và định hướng đến năm 2045. Từ đó, có những định hướng mang tính chiến lược, góp phần đầu tư xứng đáng để nguồn lực này ra sức phát huy và đóng góp cho việc thực hiện và hoàn thành những mục tiêu quan trọng trong thời gian tới của tỉnh nhà./.

Tài liệu tham khảo

Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Hội nghị lần thứ hai Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII. Nxb Chính trị Quốc gia, 1997, tr.21.

Niên giám Thống kê Việt Nam, Nxb Thống kê, 2021, tr.19.

Chương trình số 37-CTr/TU, ngày 05 tháng 4 năm 2022 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy Sóc Trăng về triển khai thực hiện Nghị quyết số 13-NQ/TW ngày 02 tháng 4 năm 2022 của Bộ Chính trị khóa XIII về “Phương hướng phát triển kinh tế xã hội, bảo đảm Quốc phòng, an ninh vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” trên địa bàn tỉnh Sóc Trăng.

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Sóc Trăng lần thứ XIV, 2020, nhiệm kỳ 2020 – 2025.

Mối quan hệ giữa kinh tế số và kinh tế xanh trong các doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay

Hồ Thị Hiền, Lê Thị Trang

Khoa Kinh tế Quản trị Kinh doanh – Trường ĐH Kinh tế Nghệ An

Hoàng Thị Mai

Sinh viên lớp ĐH Kinh tế K9 - Trường ĐH Kinh tế Nghệ An

Để thích ứng với tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 ở Việt Nam cần chuẩn bị nền tảng kinh tế số và thực hiện chuyển đổi số nền kinh tế đồng thời đảm bảo về môi trường sinh thái. Phát triển kinh tế số gắn với sự phát triển bền vững là vấn đề quan trọng và rất được quan tâm trong thời gian vừa qua để nền kinh tế phát triển, tăng trưởng xanh. Kinh tế số gắn với kinh tế xanh trong doanh nghiệp sẽ góp phần bảo vệ môi trường, tiết kiệm tài nguyên, tạo sự phát triển bền vững bao gồm phát triển đồng đều cả về kinh tế, xã hội và đảm bảo về môi trường. Bài viết đánh giá mối quan hệ giữa kinh tế số và kinh tế xanh trong các doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay nhằm hướng đến sự phát triển bền vững.

1. Cơ sở lý thuyết về kinh tế số và kinh tế xanh

1.1. Kinh tế số

Kinh tế số được hiểu là nền kinh tế được vận hành chủ yếu dựa trên nền tảng công nghệ số, đặc biệt là các giao dịch điện tử tiến hành thông qua các hệ thống, phương tiện và ứng dụng điện tử có kết nối internet. Như vậy, kinh tế số thực chất là nền kinh tế sử dụng các kiến thức, thông tin, mô hình tổ chức và phương thức hoạt động được số hóa để phân bổ các nguồn lực, nâng cao năng suất, tạo ra những mô hình sản xuất kinh doanh mới mang lại giá trị lớn hơn, góp phần thúc đẩy phát triển đất nước. Đặc biệt, tất cả các tỉnh thành trong cả nước hay tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế, từ công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ; sản xuất, phân phối, lưu thông hàng hóa, giao thông vận tải, logistic đến tài chính ngân hàng ... đều có thể ứng dụng công nghệ số với các mức độ và quy mô khác nhau. Việc ứng dụng công nghệ số góp phần quan trọng trong việc làm giảm khoảng cách giữa thành thị và nông thôn, giữa các quốc gia khu vực.

1.2. Kinh tế xanh

Ngân hàng Thế giới đưa ra định nghĩa kinh tế xanh là “phát triển kinh tế đảm bảo sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên, trong đó giảm thiểu ô nhiễm và tác động đến môi trường, tăng cường khả năng phục hồi trước biến đổi tự nhiên, đẩy mạnh vai trò của quản lý nhà nước về môi trường và nguồn lực tự nhiên trong việc ngăn ngừa các thảm họa từ thiên nhiên”. Tháng 9/2015, Liên

hợp quốc công bố chương trình Nghị sự 2030, bao gồm 17 mục tiêu phát triển bền vững nhằm xóa đói giảm nghèo, giảm thiểu bất bình đẳng và bảo vệ hành tinh.

Hiện nay, kinh tế xanh được hiểu là sự kết hợp giữa ba yếu tố: kinh tế (xóa đói giảm nghèo, nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe cộng đồng, phát triển năng lượng sạch, đáp ứng nhu cầu việc làm của người dân và thúc đẩy tăng trưởng...), môi trường (đảm bảo sản xuất và tiêu dùng bền vững, bảo tồn tài nguyên biển, bảo vệ, tái tạo và khuyến khích sử dụng bền vững các hệ sinh thái trên cạn...) và xã hội (nâng cao chất lượng giáo dục, thu hẹp khoảng cách bất bình đẳng giới và giảm thiểu bất bình đẳng xã hội...). Kinh tế xanh có tính chất bền vững, có nghĩa là những hoạt động trong nền kinh tế tạo ra lợi nhuận hoặc giá trị có ích lợi, hướng đến phát triển cuộc sống của cộng đồng xã hội con người; đồng thời, những hoạt động này thân thiện với môi trường.

1.3. Mối quan hệ giữa kinh tế số và kinh tế xanh

Mối quan hệ giữa kinh tế số và kinh tế xanh ở cấp vĩ mô, đã có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng sự phát triển của internet có vai trò tích cực và đáng kể trong việc thúc đẩy năng suất tổng nhân tố xanh. Việc chuyển đổi công nghệ kỹ thuật số và chuyển đổi năng lực đổi mới kỹ thuật số có tác động đáng kể đến hiệu suất sản xuất xanh và hiệu suất dịch vụ xanh. Trong quan điểm CNTT-TT có thể hỗ trợ sự phát triển của nền kinh tế xanh thể hiện ở các điểm chính:

- Bằng cách giảm tác động trực tiếp lên môi trường của quá trình sản xuất, phân phối, vận hành và xử lý CNTT-TT thông qua việc nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng và vật liệu, tăng cường sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo, giảm việc sử dụng các vật liệu độc hại và cải thiện khả năng tái chế và xử lý chất thải CNTT-TT;

- Bằng cách tăng cường tác dụng của CNTT-TT đối với sự phát triển của nền kinh tế xanh thông qua việc cải thiện hiệu quả của sản xuất, phân phối và tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ trong toàn bộ nền kinh tế và xã hội;

- Bằng cách giảm nhu cầu về năng lượng và vật liệu thông qua việc thay thế toàn bộ hoặc một phần các sản phẩm và dịch vụ ảo bằng các sản phẩm và dịch vụ tương đương vật lý của chúng và thông qua việc phi vật chất hóa các hoạt động và tương tác của con người. Do đó, ảnh hưởng lớn nhất của CNTT-TT có thể là trong việc thúc đẩy hiệu quả năng lượng trong các lĩnh vực khác.

- Bằng cách hỗ trợ các tác động hệ thống dẫn đến việc chuyển đổi hành vi, thái độ và giá trị của các cá nhân với tư cách là công dân và người tiêu dùng; cơ cấu kinh tế và xã hội và các quy trình quản trị.

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực, việc mở rộng phạm vi và nhu cầu ngày càng tăng đối với các thiết bị, cũng như tăng thời gian sử dụng hàng ngày của chúng ảnh hưởng đáng kể (tăng) mức tiêu thụ năng lượng và do đó kéo theo sự gia tăng phát thải khí nhà kính. Cụ thể, Vishnevsky (2021) đã chỉ ra những tác động tiêu cực rõ ràng của việc phát triển số hóa đến môi trường đó là do việc sử dụng ngày càng phổ biến các thiết bị điện tử, các công nghệ số sẽ làm tăng lượng tiêu thụ năng lượng một cách đáng kể và ảnh hưởng xấu đến môi trường cũng như hệ sinh thái

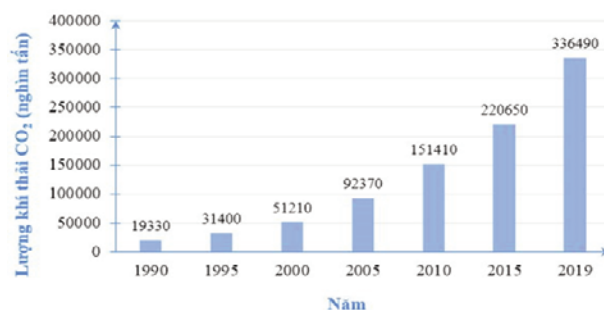
2. Thực trạng về mối quan hệ giữa kinh tế số và kinh tế xanh trong các doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay

Trong hai thập kỷ qua, Việt Nam là một trong những quốc gia có mức phát thải khí nhà kính (GHG) tính theo đầu người tăng nhanh nhất trên thế giới. Phát thải khí CO₂ năm 2021 của Việt Nam bình quân đầu người là 3,447 tấn/người, cao hơn 24,61% so với riêng tổng phát thải khí CO₂ từ sử dụng năng lượng.

Thực tế cho thấy, mức độ hiểu biết, quy định môi trường của doanh nghiệp Việt Nam còn hạn chế, 31,8% doanh nghiệp tư nhân trong nước hiểu rõ các quy định môi trường, 68% doanh nghiệp bị ảnh hưởng tiêu cực bởi biến đổi khí hậu; 44% doanh nghiệp trong nước và 38% doanh nghiệp FDI thừa

nhận chưa tuân thủ đầy đủ các quy định về môi trường.

Hình 1: Lượng khí thải CO₂ của Việt Nam



Nguồn: Ngân hàng thế giới

Một số khu vực doanh nghiệp nhận thức chưa đúng, chưa đầy đủ về kinh tế xanh; vẫn lấy mục tiêu lợi nhuận ngắn hạn mà không tính đến lợi ích lâu dài, bền vững từ bảo vệ môi trường và sản xuất tuần hoàn. Thị trường hàng hóa, dịch vụ môi trường, sản phẩm thân thiện với môi trường, sản phẩm tái chế chưa được quan tâm nhiều và được hỗ trợ hoạt động phù hợp với thị trường quốc tế.

Do vậy, việc nhận thức và chuyển đổi sản xuất xanh, phân phối xanh là điều bắt buộc đối với các doanh nghiệp và đây chính là con đường chiến lược để các doanh nghiệp hướng tới phát triển bền vững.

Nếu chỉ tập trung phát triển kinh tế số, không phát triển kinh tế xanh, việc tăng trưởng của Việt Nam có thể nhanh, GDP đạt đến 8%-10 %/năm. Phát triển kinh tế số cần có sự đóng góp của yếu công nghệ, khai thác và sử dụng nhiều năng lượng do khai thác nhiều tài nguyên thiên nhiên. Các trung tâm dữ liệu sử dụng rất nhiều điện và hầu hết các doanh nghiệp không thể bù đắp được lượng phát thải khí CO₂ tương ứng. Thương mại điện tử trong nền kinh tế số sử dụng nhiều bao bì đóng gói không thân thiện với môi trường trong khâu logistics. Do đó, phát triển kinh tế số như trên sẽ thải ra môi trường nhiều chất độc hại do không xử lý thải hiệu quả và phát sinh chi phí rất lớn để khắc phục những hậu quả nghiêm trọng từ ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu..., ảnh hưởng đến lộ trình phát triển của Việt Nam trong giai đoạn sau. Tuy nhiên, mô hình tăng trưởng kinh tế số theo hướng phát triển theo chiều sâu sẽ góp phần bảo vệ môi trường, tiết kiệm tài nguyên. Kinh tế số cũng giúp tăng trưởng bền vững vì có sử dụng tri thức nhiều hơn là tài nguyên.

Kinh tế xanh nếu không ứng dụng các thành tựu của kinh tế số sẽ không khai thác hiệu các nguồn lực, gia tăng năng suất. Sản xuất - tiêu dùng xanh là một trong những xu hướng tất yếu không chỉ ở Việt Nam mà còn ở các nước trên thế giới, đặc biệt trong bối cảnh các nguồn nguyên vật liệu sơ cấp ngày càng cạn kiệt.

Do đó, nếu kinh tế số gắn với kinh tế xanh, phát triển bền vững bao gồm phát triển đồng đều cả về kinh tế, xã hội và đảm bảo về môi trường thì kỳ vọng GDP có thể sẽ đạt được ở mức 6,5%-7 %/năm. Chính vì vậy, các quốc gia, trong đó có Việt Nam, cần nhìn nhận vấn đề này một cách nghiêm túc, hướng nền kinh tế ứng dụng công nghệ số nhưng tích hợp với kinh tế xanh, phát triển gắn với bảo vệ môi trường. Sự phát triển đồng hành và liên kết lẫn nhau giữa kinh tế số và kinh tế xanh không chỉ có tầm quan trọng về mặt thực tiễn, mà còn có giá trị lý thuyết to lớn trong việc cung cấp bằng chứng mới để giải mã “nghịch lý năng suất Solow” trong mô hình tăng trưởng truyền thống.

3. Một số giải pháp phát triển kinh tế số gắn với kinh tế xanh trong các doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay

- Nâng cao nhận thức và hiểu biết một cách đúng đắn, toàn diện cả về lợi ích cũng như thách thức về môi trường đối với phát triển kinh tế số là điều kiện tiên quyết để phát triển bền vững. Các bộ phận khác nhau của kinh tế số sẽ có những tác động môi trường các mức độ khác nhau, do vậy trong phát triển một số doanh nghiệp viễn thông, công nghệ thông tin, doanh nghiệp số chủ lực thực hiện vai trò dẫn dắt về hạ tầng công nghệ số, làm nền tảng cho nền kinh tế số, xã hội số cần gắn với đảm bảo yêu cầu môi trường.

- Cần bổ sung một số chỉ tiêu tăng trưởng xanh vào hệ thống chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội nói chung và các mục tiêu phát triển kinh tế số và xã hội số, sớm hoàn thiện và áp dụng bộ chỉ tiêu tăng trưởng xanh vào xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm. Cùng với đó, các ngành và địa phương cần lồng ghép các đề án và hoạt động chuyển đổi số, phát triển kinh tế số với các giải pháp thúc đẩy thực hiện Chiến lược tăng trưởng xanh ở Việt Nam, tiếp tục xây dựng lộ trình cụ thể các hoạt động tăng trưởng xanh và triển khai thực hiện.

- Trong kế hoạch gia tăng đầu tư, đặc biệt là đầu tư công nhằm nâng cấp đồng bộ kết cấu hạ tầng và dịch vụ số thiết yếu và rộng khắp, cần gắn kết với việc xây dựng kế hoạch phân bổ và quản lý ngân sách quốc gia phục vụ thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh. Bên cạnh đó, hoàn thiện các chính sách tài chính hỗ trợ chuyển đổi số và tăng trưởng xanh hợp lý và nhất quán, bao gồm thuế, phí, trợ giá, các quỹ hỗ trợ, chế tài, các tiêu chí xanh và số.

- Chính phủ cần quan tâm đến việc nâng cao trình độ quản trị, tập trung vào việc tăng cường cải cách hệ thống, không ngừng cải thiện môi trường kinh doanh, giảm thiểu rủi ro pháp lý kinh doanh, giảm

đáng kể các tác động bên trong và bên ngoài làm phát sinh chi phí đối với doanh nghiệp, khai thác đầy đủ tiềm năng của sự phân công lao động trên thị trường. Cần tăng cường giám sát bảo vệ môi trường và thực thi pháp luật, tăng phí phát thải ô nhiễm của doanh nghiệp và buộc doanh nghiệp phải cải thiện mức độ đổi mới xanh, cải thiện hệ thống và cơ chế liên quan để khuyến khích đổi mới sáng tạo xanh, nâng cao ý thức trách nhiệm xã hội.

- Các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số cần chủ động nắm bắt cơ hội, tối ưu hóa mô hình kinh doanh, triển khai tích hợp công nghệ số hóa, thúc đẩy phát triển những giải pháp sản xuất và kinh doanh dựa trên số hóa, tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu, nâng cao năng lực quản trị phù hợp với những mô hình sản xuất, kinh doanh và hợp tác mới. Đồng thời, tăng cường khả năng đổi mới sáng tạo xanh của doanh nghiệp thông qua việc cải thiện các hệ thống và cơ chế liên quan, như mua sắm xanh, đánh giá và chứng nhận sản phẩm xanh, chuyển đổi các thành tựu đổi mới công nghệ xanh, nhằm cải thiện tỷ lệ hoàn vốn của đổi mới công nghệ xanh và kích thích sức sống đổi mới công nghệ xanh của các doanh nghiệp. Trong quá trình chuyển đổi số và đổi mới xanh, cần tận dụng giảm chi phí nội bộ và bên ngoài, thúc đẩy sự phân công lao động chuyên nghiệp trong các doanh nghiệp, tăng cường liên kết giữa chuyển đổi số và đổi mới xanh trong các kế hoạch kinh doanh, nâng cao trách nhiệm xã hội, góp phần thúc đẩy tác động lan tỏa của chuyển đổi số và đổi mới công nghệ xanh./.

Tài liệu tham khảo

Báo cáo tóm tắt “Tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết 24-NQ/TW của Hội nghị lần thứ 7, Ban chấp hành Trung ương khóa XI về chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường”

Cục Phát triển doanh nghiệp- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2022), “Cơ hội và thách thức của cách mạng công nghiệp 4.0 đến doanh nghiệp Việt Nam”, <https://business.gov.vn>

Trần Thọ Đạt (2023) “Kinh tế số và kinh tế xanh cần sự song hành” https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/tin-tieu-diem/-/asset_publisher/s5L7xhQijKe/content/

Hội đồng lý luận Trung ương (2021), “Toàn cảnh kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2021”, <http://hdl.vn/vi/thong-tin-ly-luan---thuc-tien/toan-can-kinh-te-xa-hoi-viet-nam-nam-2021.html>.

Thực hiện chính sách phát triển du lịch theo hướng bền vững của chính quyền thành phố Hồ Chí Minh: thực trạng và giải pháp

Phùng Ngọc Thúy

TP Hồ Chí Minh

Đào Quang Thắng

Trường Đại học Vinh

Nguyễn Ngọc Quang

Công ty du lịch Anpha Travel

Thực hiện chính sách phát triển du lịch theo hướng bền vững (CSPTDLBV) của chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh là một trong những bước rất quan trọng của chu trình chính sách công. Mục tiêu của việc thực hiện chính sách chính sách phát triển du lịch theo hướng bền vững của chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh là nhằm đảm bảo thực hiện mục tiêu bền vững về mặt kinh tế, văn hóa xã hội, môi trường và liên kết du lịch. Vì vậy, bài viết nghiên cứu phân tích và đánh giá thực trạng thực hiện chính sách phát triển du lịch theo hướng bền vững của chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh và đề xuất một số giải pháp nhằm đảm bảo việc thực hiện các mục tiêu chính sách này trong thời gian tới.

1. Mở đầu

Phát triển du lịch hướng bền vững được hiểu là sự phát triển du lịch dựa trên sự khai thác hợp lý, hiệu quả tài nguyên và các nguồn lực, bảo đảm đạt được đồng thời cả ba mục tiêu bền vững về kinh tế, bền vững về văn hóa - xã hội, và bền vững về môi trường của địa phương, của vùng và của quốc gia theo đúng yêu cầu và nguyên tắc của phát triển bền vững. Theo đó, nội hàm của phát triển du lịch theo hướng bền vững là quá trình phát triển có sự kết hợp chặt chẽ, hợp lý, hài hòa giữa ba mặt của sự phát triển là bền vững về kinh tế, bền vững về môi trường và bền vững về văn hóa xã hội. Thời gian quan chính quyền thành phố Hồ Chí Minh cũng đã có nhiều giải pháp chính sách để thực hiện mục phát triển theo hướng bền vững, tuy nhiên quá trình thực thi cũng đã cho thấy còn nhiều vấn đề bất cập cần giải quyết cả trước mắt và lâu dài. Vì vậy, cần phải nghiên cứu phân tích thực trạng quá trình thực thi các chính sách này để đánh giá xem có đảm bảo thực hiện các mục tiêu theo hướng bền vững không, từ đó có các giải pháp phù hợp nhằm đảm bảo các mục tiêu phát triển du lịch của Thành phố Hồ Chí Minh theo hướng bền vững trong thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận một cách hệ thống (nhìn nhận vấn đề trong mối tương tác tổng thể bên trong và bên ngoài) để phân tích, đánh giá

những vấn đề liên quan đến nội dung nghiên cứu. Đồng thời, trên cơ sở tiếp cận nghiên cứu dưới góc độ quản lý kinh tế nghiên cứu vận dụng phương pháp nghiên cứu liên ngành và đa ngành để phục vụ nhiệm vụ nghiên cứu. Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với các nhiệm vụ nghiên cứu cụ thể. Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng bao gồm các phương pháp truyền thống như phương pháp duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, lịch sử và lôgic, phân tích và tổng hợp, quy nạp và diễn dịch. Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở các hướng tiếp cận nghiên cứu sau: tiếp cận thể chế; tiếp cận hệ thống; tiếp cận lĩnh vực và sản phẩm; tiếp cận hình thức tổ chức kinh tế; tiếp cận có sự tham gia.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Kết quả

* Kết quả về mặt kinh tế

- Về số lượng khách du lịch: là địa phương có mức tăng trưởng về số lượng khách du lịch quốc tế và nội địa cao nhất trong cả nước, trong năm 2022 và 2023 có mức tăng về khách du lịch trong nước.

- Cơ cấu khách du lịch: Có sự thay đổi khá rõ rệt trong cơ cấu thị trường khách du lịch quốc tế so với những năm trước, thị trường khách du lịch Mỹ từ vị trí thứ 5 lên vị trí thứ 2. Kết quả bước đầu đạt được này là nhờ có một số giải pháp chính sách du lịch được cải thiện, biện pháp kích thích du lịch như

miễn visa du lịch, mở thêm nhiều đường bay quốc tế, các hãng hàng không tham gia khai thác khách thị trường Việt Nam nhiều hơn, giá vé máy bay giảm xuống, linh hoạt về chính sách giá bán và đặc biệt có sự đóng góp tác động của một số chương trình quảng bá xúc tiến mà ngành du lịch thành phố đã thực hiện trong thời gian vừa qua

- Đóng góp của doanh thu du lịch trong RGDP của TP Hồ Chí Minh: Tỷ trọng đóng góp của du lịch vào RGDP của thành phố thường xuyên ở mức trên 10%, chỉ có các năm do đại dịch Covid-19 (2020, 2021) thì tỷ trọng này mới giảm xuống còn 6,3% năm 2020 và 3,34% năm 2021. Đến năm 2022 tỷ trọng đóng góp của ngành du lịch vào RGDP đã tăng lên đến 8,01%, đến hết tháng 8 năm 2023 tổng thu từ du lịch đạt khoảng 106 nghìn tỷ đồng, tăng 42,3% so với cùng kỳ năm trước. Doanh thu từ du lịch TP. Hồ Chí Minh cùng tỉnh Quảng Ninh đang nằm trong top đầu cả nước khi cùng tăng 57,6%.

- Công tác quảng bá xúc tiến du lịch được chú trọng nâng tầm. Rất nhiều lễ ký kết hợp tác phát triển du lịch, giao lưu trao đổi học tập kinh nghiệm giữa TpHCM với các tỉnh thành trong nước và trên thế giới được thiết lập tạo tiền đề thuận lợi cho công tác xúc tiến quảng bá du lịch phát triển hơn nữa.

- Trình độ nghiệp vụ của các hướng dẫn viên du lịch ngày càng được nâng cao và đạt đến mức độ chuyên nghiệp. Phần lớn hướng dẫn viên được cấp thẻ có trình độ ngoại ngữ tiếng Anh, chiếm hơn một nửa số lượng hướng dẫn viên được cấp thẻ, tiếp theo là Trung, Pháp, Nhật

* Về mặt văn hóa xã hội: Thành phố Hồ Chí Minh cũng đã quan tâm chỉ đạo đến việc phát huy sử dụng các di tích lịch sử, văn hoá thành những không gian du lịch, mang lại lợi ích hài hoà giữa bảo tồn di tích và phát triển du lịch.

* Về mặt liên kết du lịch: Ngành du lịch thành phố cũng đã mở rộng việc ký kết hợp tác phát triển du lịch với 49 địa phương/6 cụm kinh tế của cả nước, và nhận được kết quả đáng khích lệ. Hơn 30 triệu lượt khách quốc tế và nội địa đã đến thành phố, tăng 167,4% so với cùng kỳ năm 2021.

3.2. Một số hạn chế và nguyên nhân

Về mặt kinh tế: Trong giai đoạn 2020-2021 doanh thu sụt giảm nghiêm trọng do dịch Covid, doanh thu du lịch của TpHCM giảm 41,75% năm 2020 so với 2019, chỉ đạt 86,408 tỷ đồng. Doanh thu du lịch năm 2021 thậm chí chỉ đạt 44.247, giảm tiếp 48,83%.

Về chính sách sản phẩm thì TP HCM mặc dù không thiếu sản phẩm du lịch nào, nhưng độ hấp dẫn của các sản phẩm này của thành phố thì còn mờ nhạt, sản phẩm còn đơn điệu, thiếu sản phẩm đặc thù, để "giữ chân" du khách lưu trú lâu dài. Du lịch

đường sông ở thành phố có rất nhiều lợi thế nhưng vẫn chưa phát triển đột phá như kỳ vọng và tiềm năng. Sản phẩm du lịch đường sông vẫn còn thiếu bến thủy, cầu tàu, môi trường kênh rạch còn ô nhiễm nên có nhiều tuyến du lịch đường thủy nội đô bị ảnh hưởng. Đến nay, thành phố vẫn chưa có cảng chuyên dụng đón khách tàu biển quốc tế.

Hạ tầng cơ sở chưa được mở rộng nâng cấp theo nhịp phát triển đô thị, mật độ phương tiện lưu thông cao nên thiếu điểm dừng, đỗ đón trả khách tại các tuyến điểm tham quan.

Nguồn nhân lực du lịch của TP. Hồ Chí Minh chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của ngành về cả số lượng và chất lượng. Về số lượng, các cơ sở đào tạo của Thành phố mới đáp ứng được 60% nhu cầu. Về chất lượng, nguồn nhân lực được đào tạo còn yếu về ngoại ngữ và thiếu những kiến thức chuyên môn, chưa cập nhật kịp thời những kiến thức, hiểu biết về kinh tế - xã hội, văn hóa, lịch sử. Tỷ lệ lao động qua đào tạo của ngành còn thấp, chưa có chính sách và chiến lược thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, trong khi phải đối diện với sự cạnh tranh từ nguồn nhân lực của các quốc gia khác khi thực hiện các thỏa thuận về di chuyển dòng lao động tự do giữa các nước. Cơ cấu, chỉ tiêu đào tạo chưa thật hợp lý giữa các loại hình, các nghề của ngành Du lịch. Số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành du lịch chiếm tỷ lệ cao nên khả năng cạnh tranh, thâm nhập thị trường và mở rộng thương hiệu quốc tế còn hạn chế.

Các cơ sở lưu trú du lịch vừa và nhỏ (khách sạn 1-3 sao) chiếm tỷ lệ còn khá cao và đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức về nguồn khách, nguồn lực nhân sự, mức độ ứng dụng chuyển đổi số còn hạn chế nên tính cạnh tranh không cao... Tình trạng khách sạn đóng cửa kinh doanh hoặc thay đổi loại hình kinh doanh để bám trụ xảy ra khá nhiều trong vài năm trở lại đây.

Về mặt xã hội:

Vấn đề tệ nạn xã hội, trên địa bàn TP HCM diễn biến phức tạp, hoạt động dưới nhiều hình thức biến tướng, trá hình, thủ đoạn ngày càng tinh vi nhất là tại các cơ sở kinh doanh dịch vụ "nhạy cảm" như cơ sở massage, xông hơi, xoa bóp, nhà hàng, karaoke, quán bar, beer club, vũ trường... ngoài ra tình trạng cướp giật công khai đang là yếu tố cản trở rất lớn tới vấn đề an toàn trong du lịch.

Các di tích văn hoá và bảo tồn di tích cũng chưa được quan tâm một cách thoả đáng. Những di tích này đang nằm trong tình trạng kêu cứu do hầu hết đã xuống cấp. Không những vậy, một số di tích bị thay đổi công năng, tư nhân hóa. các doanh nghiệp kinh doanh du lịch chưa thể hiện được trách nhiệm của họ trong việc đóng góp cho công tác bảo tồn di tích và tài

sản quan trọng có giá trị lịch sử, văn hoá, khảo cổ. Nguồn đóng góp của xã hội chỉ có 17,1% số tiền phục vụ cho trùng tu, bảo vệ di sản văn hoá. Hoạt động khai thác di sản văn hoá vào phát triển du lịch ở TP.HCM chưa hiệu quả và còn khiêm tốn. Tuy TP.HCM có nhiều di sản văn hoá nhưng trên thực tế vẫn chưa khai thác hết. Hiện chỉ có khoảng 40/172 công trình, di tích là thực sự được du khách trong nước và quốc tế quan tâm, có nhu cầu tham quan du lịch và nằm trong tour của các công ty du lịch, lữ hành.

Về mặt môi trường: Tỷ lệ rác thải của TP.HCM tăng lên ngày càng nhanh và nhiều. Nguồn tài nguyên nước của TP.HCM cũng đang bị ô nhiễm nghiêm trọng. TP.HCM đang phải đối mặt với nhiều sức ép trong công tác bảo vệ đa dạng sinh học. TP.HCM là 1 trong 5 điểm nóng của cả nước về hoạt động buôn bán động, thực vật hoang dã bất hợp pháp. Nơi đây mỗi năm tiêu thụ cả ngàn tấn động vật và hàng chục ngàn tấn thực vật hoang dã, trong đó có nhiều loài quý hiếm.

4. Một số giải pháp đặt ra cho chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh

Lãnh đạo TP.HCM cần tạo ra cơ chế phối hợp bằng những văn bản cụ thể. Một trong những nền tảng của sự phối hợp giữa các Sở, ban ngành là văn bản quy định về vấn đề này. Nếu không quy định cơ chế phối hợp, các đơn vị sẽ rất khó phối hợp, thậm chí là không thể phối hợp vì các đơn vị, cơ quan này đều có tâm lý đùn đẩy, sợ trách nhiệm.

Cần nhấn mạnh vai trò của Sở Du lịch và phát triển du lịch bền vững cho tất cả các sở, ban ngành. Mục đích của hành động này là để nâng cao vị thế của Sở Du lịch và vai trò của chính sách phát triển du lịch bền vững. Trong thời gian tới, cần tập trung hình thành các mối liên kết giữa bốn nhà, bao gồm các nhà: nhà nước, nhà nông, nhà trường và nhà doanh nghiệp.

Du lịch bền vững phải gắn với một không gian an toàn cho du khách. Trong quá trình tham quan, do phần lớn du khách từ các quốc gia hoặc các vùng khác trong nước tới TP.HCM, nên họ cảm thấy xa lạ, và cần có được cảm giác an toàn. Các điểm đến du lịch hấp dẫn là nguyên nhân của du khách đến tham quan, nhưng sự an toàn giúp cho họ yên tâm và giúp họ có lý do để quay lại. Điểm đến dù hấp dẫn đến đâu, nhưng họ bị đe dọa và cảm thấy không an toàn thì họ không có kì vọng sẽ quay lại. Vì vậy, chính quyền TP.HCM cần phải nhận thức rằng sự an toàn cũng là một yếu tố tạo nên sự yên tâm và hấp dẫn của điểm du lịch. Nhận thức này giúp cho thành phố thấy rằng phát triển du lịch bền vững đồng nghĩa với đảm bảo an ninh, trật tự xã hội và quyền lợi của du khách.

Cần hình thành tư duy rằng những hình ảnh thân

thuộc, thân thiện và tin tưởng của lực lượng công an, cảnh sát cũng là một trong những yếu tố góp phần phát triển du lịch bền vững. Theo đó, cần phải hoàn thiện về phong cách, thái độ và trách nhiệm trong quá trình thi hành nhiệm vụ để xây dựng hình ảnh tốt đẹp về một thành phố du lịch hiện đại, thân thiện và nghĩa tình.

Cần hình thành tư duy phát triển du lịch liên kết vùng, điều này xuất phát từ đặc tính liên vùng trong phát triển du lịch. Các tour du lịch thường liên kết các điểm du lịch ở nhiều vùng khác nhau. Có thể nói liên kết vùng là hướng mở phát triển du lịch cho các địa phương. Có thể kết hợp giữa du lịch TP.HCM với du lịch Nha Trang, Đà Lạt trong các tour du lịch giành cho du khách nước ngoài. Ngoài ra mối quan hệ giữa Du lịch TP.HCM với du lịch các tỉnh duyên hải miền Đông Nam Bộ như Bình Thuận, Bà Rịa - Vũng Tàu, hoặc liên kết với du lịch ở khu vực Tây nguyên và Đồng bằng Sông Cửu Long

5. Kết luận

Du lịch Tp. Hồ Chí Minh nói riêng, du lịch Việt Nam nói chung là ngành kinh tế có vai trò quan trọng với nhiều đóng góp vào phát triển kinh tế - xã hội địa phương cũng như cho đất nước. Thực hiện có hiệu quả chính sách phát triển du lịch bền vững từ thực tiễn Tp. Hồ Chí Minh là một vấn đề có tính cấp thiết trong giai đoạn hiện nay. Vì vậy, trong thời gian qua, Chính quyền Tp. Hồ Chí Minh cần tiếp tục có các chính sách hữu hiệu để đảm bảo du lịch phát triển có hiệu quả về mặt kinh tế, bảo tồn văn hoá và di tích lịch sử trong phát triển du lịch, bảo vệ môi trường cũng như đóng góp phát triển kinh tế cộng đồng./.

Tài liệu tham khảo

Bộ Chính trị. (2023). Nghị quyết số 31-NQ/TW của Bộ Chính trị về phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Lê Chí Công (2015), "Xây dựng chỉ tiêu đánh giá du lịch bền vững; nghiên cứu điển hình tại thành phố Nha Trang", Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 217, 56-64.

Sở Du lịch TP. Hồ Chí Minh (2021). Báo cáo Kết quả hoạt động du lịch năm 2021 và phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2022, TP. Hồ Chí Minh.

UBND Thành phố Hồ Chí Minh (2017). Quyết định số 2955/QĐ-UBND ngày 8/6/2017 về triển khai Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. TP. Hồ Chí Minh.

Thực trạng du lịch và giải pháp định vị thương hiệu du lịch thành phố Hồ Chí Minh

Đặng Đình Tiến

Công ty Cổ phần Dịch vụ Di động trực tuyến (Ví Momo)

Từ đầu năm đến nay, du lịch là một trong số ít ngành kinh tế của TP.HCM có mức tăng trưởng tốt, gần cán mốc doanh thu 126.000 tỷ đồng tính đến quý 3/2023; sắp về đích các kế hoạch của năm 2023 TP.HCM đặt ra cho ngành du lịch. Bài viết này tóm tắt bức tranh của du lịch thành phố Hồ Chí Minh thời gian qua từ giai đoạn hậu Covid 19 đến nay. Từ đó cho thấy được tiềm năng, lợi thế và sự đa dạng của du lịch TP.HCM. Để đạt được những kết quả chiến lược mục tiêu cần có sự nỗ lực của nhiều đội ngũ và có những chiến lược định vị thương hiệu hiệu quả để tiến bước dài vững chắc trong thời gian tới.

1. Thực trạng của ngành du lịch thành phố Hồ Chí Minh

Với đặc trưng không gian đô thị năng động và hiện đại, thành phố Hồ Chí Minh tỏa sáng với sự đa dạng về giá trị văn hóa, từ vật thể đến phi vật thể, và sự hòa hợp giữa truyền thống và đương đại, tạo nên một sức hấp dẫn đặc biệt. Với vị trí địa lý đặc địa, thành phố Hồ Chí Minh là một trung tâm giao thông quan trọng, kết nối các tuyến đường hàng hải, hàng không và đường bộ từ Bắc vào Nam, từ Đông sang Tây. Điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển kinh tế và biến thành phố này trở thành một trong những trung tâm kinh tế lớn của cả nước.

Thành phố Hồ Chí Minh đang tiếp tục nỗ lực tạo ra và thu hút đầu tư vào các sản phẩm du lịch mới, có giá trị gia tăng cao. Trong chiến lược này, sự tập trung được đặt vào một số loại hình du lịch nhất định, bao gồm du lịch y tế, du lịch đường thủy, du lịch golf, và du lịch cộng đồng. Mục tiêu của việc phát triển các loại hình du lịch này là thu hút đối tượng khách du lịch MICE (liên quan đến sự kiện, hội thảo, hội nghị) và khách du lịch cao cấp.

Thực hiện Quyết định số 3364/QĐ-UBND ngày 13/8/2018 của Chủ tịch UBND TP.Hồ Chí Minh về phê duyệt đề cương, nhiệm vụ chiến lược phát triển du lịch Thành Phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 gồm: định hướng và phát triển thị trường, phát triển các loại hình, sản phẩm du lịch then chốt và quản trị chất lượng điểm đến, phát triển cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, phát triển nguồn nhân lực, tiếp thị truyền thông và phát triển thương hiệu điểm đến, ứng dụng khoa học công nghệ, công nghệ thông tin vào phát triển du lịch gắn với Đề án phát triển Đô thị thông minh của Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ ngày 1/8/2023, Nghị quyết số 98/2023/QH15 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển TP.Hồ Chí Minh chính thức có hiệu lực. Theo Nghị Quyết cho phép TP được quyền tự chủ về điều chỉnh quy hoạch sử dụng đất trong phạm vi dưới 500 ha, theo đó TP có thể chủ động điều chỉnh quy hoạch kêu gọi đầu tư sản phẩm chiến lược liên quan đến sản phẩm du lịch sinh thái nông nghiệp.

Thành phố Hồ Chí Minh thực hiện các chương trình du lịch liên kết Thành phố và các tỉnh, thành phố Đồng bằng sông Cửu Long nhằm kết nối những không gian văn hóa - sinh thái. Ngoài ra thành phố đã thực hiện nhiều chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp phục hồi và phát triển du lịch. Thứ nhất là hỗ trợ về cải cách thể chế và cải cách hành chính trên lĩnh vực du lịch; thứ hai hỗ trợ Chương trình đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch như: xây dựng mô hình chuyển đổi hóa dữ liệu điện tử cho doanh nghiệp du lịch làm cơ sở để phục vụ quản lý nhà nước cũng như xây dựng giải pháp phát triển ngành du lịch, cung cấp phần mềm điều hành cho doanh nghiệp, cơ sở lưu trú du lịch, cung cấp các nền tảng giao dịch thương mại điện tử cho các doanh nghiệp du lịch kinh doanh trực tuyến; Thứ ba là hỗ trợ chương trình đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch như: bồi dưỡng những kiến thức, kỹ năng về quản lý du lịch cho lực lượng quản lý nhà nước về du lịch, lực lượng quản lý doanh nghiệp về du lịch, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng cho lực lượng lao động trực tiếp trong ngành du lịch và cộng đồng dân cư đang làm du lịch; Thứ tư là hỗ trợ chương trình kích cầu du lịch như: tổ chức các Chương trình kích cầu du lịch nội địa, chú trọng hỗ trợ các doanh nghiệp lữ hành tổ chức các Chương trình kích cầu du lịch cho các đối tượng là công

nhân, người lao động tại các nhà máy, xí nghiệp.

Với nhiều nỗ lực không ngừng nghỉ của các đơn vị quản lý, các đơn vị lữ hành, các cộng đồng du lịch đã mang lại nhiều kết quả ngoài mong đợi cho ngành du lịch. Đóng góp phần lớn vào tăng trưởng chung của thành phố, bao gồm đóng góp trực tiếp, gián tiếp và đầu tư công. Tổng doanh thu trong lĩnh vực du lịch của TP.HCM trong năm 2022 sẽ đạt khoảng 131.000 tỷ đồng, tăng 171,2% so với cùng kỳ năm 2021 (do năm 2021 chịu ảnh hưởng của đại dịch COVID-19), và tăng 33,33% so với kế hoạch đề ra. Tổng doanh thu du lịch TP.HCM trong 9 tháng năm 2023 ước đạt 125.463 tỷ đồng, tăng 35,8% so với cùng kỳ năm 2022, vượt 4,5% so với kế hoạch năm 2023. Trong đó, Khách du lịch nội địa ước đạt gần 27 triệu lượt, tăng 24,9%; khách quốc tế ước đạt hơn 3,5 triệu lượt, tăng 69%.

Doanh thu bán lẻ hàng hóa tăng 10,6%; doanh thu lưu trú và ăn uống tăng 31,8%; doanh thu lữ hành tăng 68,9%. Doanh thu ngành du lịch thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2019 – 2023.

Điểm nhấn khẳng định sự trở lại của ngành Du lịch TP. Hồ Chí Minh sau thời gian dịch bệnh với 0 lượt khách quốc tế đến Việt Nam đầu năm 2021 đó là những nỗ lực trong việc làm mới mình qua việc phối hợp với các quận, huyện và các doanh nghiệp du lịch triển khai chương trình “Mỗi quận huyện một sản phẩm du lịch đặc trưng”. Đây là một trong những giải pháp sáng tạo của ngành Du lịch TP nhằm huy động các nguồn lực, đặc biệt là nguồn lực của các địa phương trong việc khai thác tài nguyên du lịch trên địa bàn TP thành sản phẩm du lịch hấp dẫn, thể hiện bản sắc văn hóa đa dạng của TP. Hồ Chí Minh. Hệ thống sản phẩm du lịch tại TP.HCM đã trở nên phong phú, đặc biệt sau cuộc vận động thực hiện chương trình “Mỗi quận, huyện có ít nhất một sản phẩm du lịch đặc trưng”, đã đóng góp đáng kể vào việc gia tăng số lượng sản phẩm du lịch tại thành phố.

Tuy số lượng sản phẩm du lịch đa dạng nhưng nhìn chung khá dàn trải, ôm đồm chưa thực sự tạo được điểm nhấn, dấu ấn đặc trưng cho thương hiệu. Các sản phẩm chưa có sự kết nối thành chuỗi bị hạn chế trong khâu đưa vào khai thác thương mại.

Thành phố Hồ Chí Minh có một vị thế đặc biệt là điểm đến đầu tiên của khách du lịch trước khi khám phá các địa phương khác. Vì vậy, cần thiết phải thiết lập liên kết giữa các khu vực để chia sẻ và phát triển các sản phẩm đặc trưng riêng. Đồng thời, ngành du lịch cần tập trung vào việc phát triển các sản phẩm chất lượng, đầu tư sâu để tạo ra giá trị gia tăng cao hơn. Cần chuẩn bị và đào tạo nguồn nhân lực chất lượng để đáp ứng yêu cầu của ngành. Đồng thời, cần

tận dụng quảng bá mạnh mẽ và sử dụng các tiến bộ khoa học - công nghệ để giới thiệu thành phố Hồ Chí Minh một cách hiệu quả.

2. Giải pháp định vị thương hiệu du lịch thành phố Hồ Chí Minh

Thành phố Hồ Chí Minh rất chú trọng đến vấn đề định vị thương hiệu du lịch, xem đây là cơ sở, bước quan trọng để thực hiện các chiến lược mục tiêu về du lịch. Tính đến quý 3/2023, thành phố Hồ Chí Minh có 42 sản phẩm du lịch, trong đó có 21 sản phẩm của các quận huyện và các bộ sản phẩm du lịch theo từng thị trường trên nền tảng nâng cấp các sản phẩm có sẵn từ trước. Các sản phẩm này góp phần xây dựng thương hiệu cho du lịch, quảng bá hình ảnh và giới thiệu thành phố Hồ Chí Minh đến đông đảo du khách.

Thông thường để định vị được thương hiệu cần quan tâm đến 7 yếu tố: i).Xác định điểm mạnh và giá trị độc đáo của địa phương: gồm di sản văn hóa và lịch sử, kiến trúc độc đáo, ẩm thực đặc trưng, sự phát triển kinh tế mạnh mẽ, văn hóa đa dạng,...; ii).Xác định đối tượng khách hàng mục tiêu: là du khách quốc tế hoặc trong nước, những người quan tâm đến di sản văn hóa, mua sắm, giải trí, hội nghị, du lịch nghỉ dưỡng,...; iii).Xây dựng thông điệp định vị: Dựa trên điểm mạnh và giá trị độc đáo cùng với đối tượng khách hàng mục tiêu, xây dựng thông điệp định vị du lịch phản ánh những trải nghiệm, giá trị và lợi ích du lịch mà thành phố mang lại. Nó cần được truyền tải một cách rõ ràng, độc đáo và hấp dẫn; iv).Quảng bá và tiếp thị: Sử dụng các kênh quảng bá và tiếp thị phù hợp để đưa thông điệp định vị tới đối tượng khách hàng mục tiêu, gồm: các kênh truyền thông truyền thống như quảng cáo trên phương tiện truyền thông, báo chí, tạp chí du lịch, cũng như kênh trực tuyến như website, mạng xã hội, video quảng cáo, v.v. Tận dụng các công cụ tiếp thị kỹ thuật số để tiếp cận đúng đối tượng khách hàng; v).Phát triển sản phẩm và trải nghiệm du lịch chất lượng: Để định vị thương hiệu du lịch, cần đảm bảo rằng các sản phẩm và trải nghiệm du lịch đáp ứng được mong đợi của khách hàng. Đầu tư vào việc phát triển các sản phẩm và trải nghiệm độc đáo, chất lượng và mang tính cạnh tranh, phát triển các điểm tham quan, sự kiện, lễ hội, hạ tầng du lịch và dịch vụ chất lượng cao; vi).Hợp tác với các đối tác liên quan: Xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đối tác liên quan như các khách sạn, nhà hàng, công ty du lịch, sở du lịch địa phương, v.v. Hợp tác này giúp tăng cường mạng lưới cung ứng dịch vụ du lịch và tạo ra các gói sản phẩm hấp dẫn cho du khách; vii).Đánh giá và cải thiện liên tục: Định vị thương hiệu du lịch là một quá trình liên tục. Quan sát và đánh giá hiệu

quả của các hoạt động định vị và tiếp thị du lịch. Từ đó, điều chỉnh và cải thiện chiến lược và hoạt động của bạn để đạt được kết quả tốt hơn theo thời gian.

Trên nền tảng các yếu tố cấu thành định vị thành công thương hiệu xác định được các yếu tố trọng yếu trong bối cảnh hội nhập quốc tế và khoa học công nghệ phát triển mạnh mẽ như hiện nay, tất nhiên không thể để ngoài yếu tố chất liệu du lịch đa dạng và phong phú của địa phương.

Thứ nhất, xác định giá trị thương hiệu đặc trưng

Hiện nay, có một xu hướng chung trong lựa chọn điểm du lịch là tìm những địa điểm có bản sắc độc đáo, chiều sâu văn hóa, lịch sử và đời sống. Khách du lịch không chỉ muốn tham quan và ngắm nhìn các danh thắng, di tích mà còn khao khát trải nghiệm và thấu hiểu bản sắc văn hóa, đắm chìm trong cuộc sống xã hội tại các địa điểm họ đến thăm.

Sự đa dạng trong khả năng trải nghiệm tại một điểm đến là rất quan trọng, vượt xa việc chỉ tập trung vào một vài giá trị nổi bật. Để thị trường có thể nhận ra và bị thu hút bởi sự đa dạng này, chúng ta cần xác định và tổ chức một cách có hệ thống việc xác định cấu trúc thương hiệu để phát triển chiến lược thương hiệu [5].

Điểm đặc trưng của TP.HCM là Nhà thờ Đức Bà, chợ Bến Thành, Bưu Điện thành phố, tuy nhiên những địa điểm này chưa thực sự níu chân được khách ở lại lâu hơn. Có thể khai thác du lịch miền quê, du lịch sông nước đưa nó trở thành điểm đặc trưng và ấn tượng sâu sắc trong lòng mỗi một vị du khách đến thăm TP.HCM.

Bên cạnh những giá trị chính đó, trong từng giai đoạn và thời điểm cụ thể, có thể xuất hiện những giá trị bổ sung khác. Ví dụ, hiện nay TP.HCM được công nhận là một thành phố không ngủ, đầy năng động, thành phố hòa bình. Điều này cũng có thể được sử dụng như một giá trị định vị để phân biệt cho giai đoạn hiện tại.

Thứ hai, chiến lược định vị thương hiệu

Định vị giá trị thương hiệu cũng như việc lựa chọn giá trị thương hiệu là một quá trình phức tạp hơn so với việc chỉ tập trung vào một vài giá trị tiêu biểu nổi bật. Đối với thương hiệu có sự đa dạng và liên quan đến các dòng sản phẩm, cần có quan điểm và phương pháp hiệu quả, đồng thời xem xét các yếu tố sau:

Xác định rõ cấu trúc thương hiệu để thực hiện định vị các giá trị thương hiệu.

Sử dụng chiến lược marketing phân biệt để tạo sự khác biệt.

Đầu tư mạnh mẽ vào việc xây dựng và phát triển thương hiệu.

Thực hiện các chiến dịch lớn, bài bản để tăng cường nhận diện thương hiệu.

Phân kỳ định vị thương hiệu để tạo sự tương tác và nhận thức từ khách hàng.

Tận dụng hiệu ứng từ việc định vị các thương hiệu địa danh đã được xác định.

Huy động tối đa sự cộng tác của các ngành và cả xã hội trong các chiến dịch chung.

Thứ ba, chiến lược thị trường

Để đạt được một định vị hiệu quả trên thị trường, cần tiếp cận việc định vị trước tiên trong các thị trường truyền thống và tiềm năng, đặc biệt là những thị trường có sự quan tâm đáng kể đối với du lịch TP.HCM. Mục tiêu là lan tỏa thông điệp định vị này ra nhiều thị trường khác.

Một cách tiếp cận hiệu quả là xây dựng chính sách và triển khai chiến dịch rộng rãi, bao gồm các biện pháp hậu mãi hấp dẫn, nhằm biến mỗi khách du lịch quốc tế thành một đại sứ, sẵn sàng chia sẻ trải nghiệm tích cực và quảng bá định vị của TP.HCM thông qua các mạng xã hội và cộng đồng của họ.

Ngoài ra, cần tiếp cận đối tượng khách hàng có tầm ảnh hưởng, những người có khả năng lan truyền thông tin nhanh chóng. Sự tham gia và ủng hộ của những người nổi tiếng về du lịch, cùng với những hình ảnh và cảm xúc tích cực, có thể thu hút sự quan tâm và tạo động lực cho hàng loạt người hâm mộ. Đặc biệt, sự hiện diện của các đại sứ du lịch địa phương, người bản xứ có ảnh hưởng trong thị trường nguồn, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy định vị của du lịch TP.HCM.

Việc định vị thương hiệu du lịch không chỉ là một quá trình tiếp thị mà còn là một quá trình xây dựng và quản lý hình ảnh và giá trị của thành phố. Điều quan trọng là đảm bảo rằng thông điệp định vị du lịch là nhất quán và phản ánh đúng bản chất và độc đáo của TP. Hồ Chí Minh./.

Tài liệu tham khảo

Lê Anh (2023), TP.HCM: Thương mại – Du lịch tăng trưởng khá. <https://tphcm.chinhphu.vn>. Truy cập: 28/11/2023.

Văn Chương (2023), TP.HCM: Đánh thức tiềm năng du lịch qua các sản phẩm đặc trưng từng vùng. Tạp chí điện tử Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh.

Trần Thanh Điền (2023), Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh – Di sản kiến trúc Sài Gòn. Bài viết tham gia chương trình Traveloka Golocal.

Quốc hội (2023), Nghị quyết số 98/2023/QH15 ngày 24/6/2023 về thí điểm cơ chế, chính sách đặc thù phát triển TP.HCM.

Vận dụng kế toán quản trị trong quản lý tài chính theo hướng tự chủ tại các trường đại học công lập hiện nay

Nguyễn Thị Thảo, Nguyễn Thị Thu Hiền

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

Lại Thùy Linh

Trường Cao đẳng Thái Nguyên

Tự chủ đại học đang trở thành xu thế của sự phát triển, đổi mới nền giáo dục trong quá trình hội nhập quốc tế, bởi nó góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh cho các trường đại học công lập. Tuy nhiên, để thích nghi và thực hiện có hiệu quả vấn đề này, các trường đại học cần áp dụng nhiều công cụ quản lý. Bài viết tập trung phân tích những lợi ích của kế toán quản trị trong hoạt động quản lý tài chính theo hướng tự chủ tại các trường đại học công lập hiện nay.

1. Kế toán quản trị trong công tác quản lý tài chính

KTQT là quy trình thu thập, xử lý, phân tích, tổng hợp và cung cấp các thông tin hữu ích một cách có hệ thống cả về thông tin tài chính và thông tin phi tài chính để phục vụ cho những nhà quản trị thực hiện chức năng hoạch định, kiểm soát, đánh giá và ra quyết định.

KTQT được khẳng định là kế toán, là một bộ phận cấu thành không thể tách rời của hệ thống kế toán, có nhiệm vụ tổ chức thông tin kế toán để phục vụ theo yêu cầu của các cấp quản trị trong tổ chức. Việc thu thập, xử lý và thiết kế thông tin của KTQT xuất phát theo yêu cầu của từng đối tượng quản trị khác nhau

Cơ chế quản lý tài chính trong ĐVSN công lập nói chung và các ĐVSN công lập thực hiện cơ chế tự chủ tài chính nói riêng đều chịu sự tác động bởi cơ chế, chính sách của Nhà nước. Nhà nước với vai trò là chủ thể quản lý, sử dụng các văn bản quy phạm pháp luật như là công cụ để quản lý hoạt động tài chính tại các ĐVSN công lập trong những điều kiện cụ thể để đạt được những mục tiêu nhất định. Các ĐVSN công lập căn cứ vào quy định của Nhà nước để hoạch định cơ chế, chính sách quản lý tài chính phù hợp với điều kiện cụ thể của đơn vị mình nhằm đạt được hiệu quả cao trong quản lý tài chính, nâng cao hiệu quả hoạt động của toàn đơn vị. Cơ chế quản lý tài chính trong ĐVSN bao gồm: cơ chế tạo lập nguồn tài chính, cơ chế sử dụng nguồn tài chính và cơ chế phân phối tài chính.

Để phục vụ chức năng lập kế hoạch của nhà quản trị, KTQT cần thực hiện các nội dung sau: (1) Nhận diện, phân loại chi phí; (2) Đối tượng tập hợp chi phí và Phương pháp tập hợp chi phí; (3) Phương pháp xác định chi phí; (4) Xây dựng định mức chi phí và (5) Lập dự toán.

Sau khi xác định được mục tiêu và kế hoạch đã được phê duyệt thì nhà quản trị phải tổ chức thực hiện. Đây là quá trình mà nhà quản trị phải liên kết giữa con người với con người trong tổ chức, mối quan hệ giữa các bộ phận trong tổ chức, sử dụng nguồn lực hợp lý để thực hiện kế hoạch đã đề ra nhằm đạt được thành quả và hiệu quả cao nhất.

Để nhà quản trị thực hiện chức năng này, trước tiên KTQT phải thực hiện chức năng cơ bản của mình đó là thu thập thông tin, hệ thống hóa thông tin, xử lý thông tin và cung cấp thông tin.

Để hỗ trợ nhà quản trị thực hiện chức năng này, trước tiên KTQT phải thực hiện chức năng cơ bản của mình đó là thu thập, ghi nhận và tập hợp thông tin về tình hình thực hiện, từ đó tổng hợp cung cấp những thông tin thực tế, thông tin chênh lệch giữa thực tế với kế hoạch, đồng thời phải phân tích những nguyên nhân gây ra chênh lệch để nhà quản trị kịp thời điều chỉnh, đảm bảo tiến độ kế hoạch. Cuối mỗi kỳ thực hiện, KTQT không chỉ phân tích chênh lệch giữa kết quả thực hiện với kết quả kỳ vọng mà còn phải phân tích, đánh giá hiệu quả của từng bộ phận và của tổng thể đơn vị để nhà quản trị có được thông tin về hiệu quả hoạt động, làm cơ sở điều chỉnh kế hoạch cho các kỳ tiếp theo. Để hỗ trợ nhà quản lý đo lường, kiểm soát và đánh giá kết quả bộ phận, KTQT vận dụng hệ thống kế toán trách nhiệm để phân loại cấu trúc tổ chức thành các trung tâm trách nhiệm, trên cơ sở đó đánh giá kết quả của từng bộ phận dựa trên trách nhiệm được giao cho từng bộ phận.

Tất cả các quyết định đều có nền tảng từ thông tin. Chất lượng thông tin KTQT cung cấp có ảnh hưởng đến chất lượng quyết định của nhà quản trị. Do đó để có những thông tin thích hợp đáp ứng cho nhu cầu ra quyết định của nhà quản lý, KTQT cần phải nắm được các loại quyết định mà từng cấp

quản trị trong tổ chức phải thực hiện gồm quyết định ngắn hạn và quyết định dài hạn. 1.4. Mô hình tổ chức KTQT Mỗi đơn vị có quy mô, đặc điểm hoạt động khác nhau nên tổ chức bộ máy kế toán nói chung và KTQT nói riêng cũng sẽ khác nhau sao cho phù hợp với đơn vị đó. Có ba cách thức tổ chức bộ máy KTQT: mô hình kết hợp, mô hình tách biệt và mô hình hỗn hợp.

2. Thực tiễn triển khai kế toán quản trị trong công tác quản lý tài chính theo hướng tự chủ tại các trường đại học công lập hiện nay

2.1. Khái quát về các trường ĐHCL tự chủ tài chính

* Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của các trường ĐHCL tự chủ tài chính

Cơ cấu tổ chức tại các trường ĐHCL tự chủ tài chính gồm: Hội đồng trường; hiệu trưởng, phó hiệu trưởng; hội đồng khoa học và đào tạo, các hội đồng tư vấn; phòng, ban chức năng; khoa; tổ chức phục vụ đào tạo, nghiên cứu khoa học và công nghệ (các trung tâm); phân hiệu.

* Cơ chế quản lý tài chính của các trường ĐHCL tự chủ tài chính

Cơ chế quản lý tài chính trong các trường ĐHCL thực hiện cơ chế tự chủ tài chính gồm cơ chế tạo lập nguồn tài chính (các nguồn thu), cơ chế sử dụng nguồn tài chính (các khoản chi) và cơ chế phân phối tài chính (trích lập các quỹ).

* Cơ chế tự chủ tài chính của các trường ĐHCL

Các trường ĐHCL khi cam kết tự đảm bảo toàn bộ kinh phí hoạt động chi thường xuyên và chi đầu tư được thực hiện tự chủ về tài chính như sau: được quyết định mức thu học phí, các khoản thu sự nghiệp ngoài học phí, quyết định thu nhập tăng thêm của người lao động, quyết định việc sử dụng nguồn thu, quyết định mức trích lập các quỹ.

2.2. Thực trạng vận dụng KTQT trong quản lý tài chính theo hướng tự chủ tại các trường ĐHCL ở Việt Nam

Thực trạng KTQT phục vụ chức năng lập kế hoạch

(1) Nhận diện, phân loại chi phí

Các trường phân loại chi phí theo tính chất các khoản chi trong ĐVSN, bao gồm: chi thường xuyên và chi không thường xuyên. Ngoài ra để phục vụ cho việc ghi chép sổ sách kế toán thì phân loại chi phí theo Thông tư 107/2017/TT-BTC.

(2) Đối tượng tập hợp chi phí và phương pháp tập hợp chi phí

Đa số các trường đều tập hợp chi phí trực tiếp theo từng hoạt động: hoạt động đào tạo, hoạt động nghiên cứu khoa học, hoạt động dịch vụ. Chi phí phát sinh liên quan đến hoạt động nào thì được tập

hợp chi phí trực tiếp cho hoạt động đó. Riêng đối với những chi phí phát sinh chung (chi phí gián tiếp) thì trước tiên kế toán sẽ ghi nhận tổng hợp chung cho tất cả các hoạt động, sau đó khi xác định chi phí sẽ thực hiện phân bổ cho các hoạt động dịch vụ khác (ngoài hoạt động đào tạo chính của nhà trường) theo tỷ lệ % được quy định trong quy chế chi tiêu nội bộ.

(3) Phương pháp xác định chi phí

- Đối với hoạt động đào tạo: các trường đều xác định chi phí theo quá trình. Tuy nhiên, không xác định chi phí đào tạo theo từng chuyên ngành cho một sinh viên/năm học mà chỉ tính tổng mức chi cho cả năm học, bao gồm cả chi phí trực tiếp và chi phí gián tiếp.

- Đối với hoạt động nghiên cứu khoa học, các khóa đào tạo ngắn hạn được các trường xác định chi phí theo công việc. Chi phí được xác định và tính theo từng đề tài, từng khóa học. Chi phí cho các hoạt động này được các trường lập dự toán cho từng đề tài, khóa học,... khi hoàn thành sẽ quyết toán theo từng nội dung thực hiện

- Đối với các hoạt động dịch vụ khác như: căng tin, ký túc xá, bãi xe...: chi phí cho các hoạt động này cũng được xác định theo công việc.

(4) Xây dựng định mức chi phí

Đa số các trường ĐHCL tự chủ tài chính đã xây dựng định mức chi phí và cụ thể hóa trong quy chế chi tiêu nội bộ được thông qua tại Hội nghị cán bộ viên chức hàng năm. Bộ phận xây dựng định mức chi phí là các đơn vị chức năng (Phòng đào tạo, phòng quản lý chất lượng, phòng quản trị thiết bị, các khoa...) chịu trách nhiệm xây dựng định mức về lượng, còn Phòng kế toán xây dựng định mức về giá. Căn cứ xây dựng định mức chi phí: căn cứ vào định mức, tiêu chuẩn do Nhà nước quy định, định mức đã xây dựng năm trước và Quy định cơ chế tự chủ của đơn vị sự nghiệp công lập.

(5) Lập dự toán

Các trường đều lập dự toán theo phương pháp truyền thống. Theo đó các chỉ tiêu trong bảng dự toán được lập căn cứ vào kết quả hoạt động thực tế của năm thực hiện dự toán và cộng thêm một giá trị phản ánh mức tăng ước tính hay lạm phát ước tính của năm tới. Tất cả các đơn vị chức năng đều tham gia vào quá trình lập dự toán gồm: các đơn vị sự nghiệp có thu, các đơn vị SXKD trực thuộc trường, các đơn vị trực thuộc có sử dụng kinh phí của trường phục vụ cho các hoạt động theo chức năng, nhiệm vụ. Đối với các nội dung dự toán liên quan đến nhiều đơn vị, Ban Giám hiệu phân công đơn vị phụ trách chính chủ động phối hợp với các đơn vị liên quan để tổng hợp số liệu trước khi chuyển về phòng kế toán.

Thực trạng KTQT phục vụ chức năng tổ chức

thực hiện

Thu thập thông tin: các trường ĐHCL tự chủ tài chính không thiết kế riêng chứng từ thu nhận thông tin ban đầu mà sử dụng từ hệ thống chứng từ ban đầu của kế toán tài chính. Chứng từ tại các đơn vị này gồm chứng từ bắt buộc và chứng từ hướng dẫn theo Thông tư 107/2017/TTBTC ngày 10/10/2017 của Bộ Tài chính.

Hệ thống hóa và xử lý thông tin: Hiện nay, các trường ĐHCL tự chủ tài chính đang áp dụng hệ thống tài khoản theo Thông tư số 107/2017/TT - BTC ngày 10/10/2017 của Bộ Tài chính. Bộ phận kế toán không thiết kế hệ thống tài khoản kế toán quản trị riêng biệt, mà tùy vào yêu cầu thông tin, yêu cầu quản lý các đơn vị tổ chức hệ thống tài khoản kế toán chi tiết theo nội dung để thuận tiện cho việc theo dõi và quản lý.

Cung cấp thông tin KTQT: hiện nay trong hệ thống báo cáo tại các trường ĐHCL được tự chủ tài chính thì chủ yếu là những báo cáo bắt buộc theo quy định như báo cáo tài chính, báo cáo quyết toán (chỉ có trường có nhận kinh phí NSNN mới thực hiện). Các báo cáo KTQT được lập định kỳ (chủ yếu là cuối năm) hoặc lập khi có yêu cầu của các cấp lãnh đạo. Các báo cáo KTQT hiện tại ở các trường chủ yếu là các báo cáo như: báo cáo tình hình thực hiện dự toán, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, báo cáo kết quả hoạt động thu – chi hoạt động đào tạo, báo cáo kết quả hoạt động đào tạo.

Thực trạng KTQT phục vụ chức năng kiểm soát, đánh giá

Các trường ĐHCL tự chủ tài chính đều có thực hiện báo cáo tình hình hoạt động của các bộ phận, trong đó có nội dung phân tích chênh lệch giữa kết quả hoạt động so với dự toán, đặc biệt chú trọng phân tích biến động về chi phí. Việc phân tích biến động chi phí được thực hiện theo năm, vào thời điểm cuối năm và chủ yếu do phòng kế toán thực hiện với mục đích là để đánh giá tình hình thực hiện so với dự toán và so với năm trước.

Tất cả các trường ĐHCL tự chủ tài chính được khảo sát đều chưa vận dụng kế toán trách nhiệm một cách đầy đủ và có hệ thống. Hiện tại các trường không phân chia cơ cấu tổ chức thành các trung tâm trách nhiệm mà thực hiện quản lý dựa vào chức năng, nhiệm vụ đã phân công cho từng đơn vị trực thuộc theo quy chế hoạt động của các trường. Cụ thể, các trường căn cứ vào văn bản của Nhà nước quy định về đánh giá, phân loại cán bộ, công chức, viên chức và căn cứ vào điều kiện hoạt động cụ thể của đơn vị để ban hành Quy định về việc thực hiện công tác đánh giá, phân loại cán bộ, công chức, viên chức, người lao động của đơn vị mình.

Thực trạng KTQT phục vụ chức năng ra quyết

định

Quyết định ngắn hạn: Phân tích mối quan hệ C-V-P thì các trường ĐHCL tự chủ tài chính không thực hiện xác định số lượng người học tối thiểu nhằm đảm bảo số thu đủ bù đắp số chi. Hay nói cách khác, việc xác định điểm hòa vốn như: số lượng người học và doanh thu hòa vốn, ở số lượng nào thì có tích lũy.... chưa được các trường ĐHCL tự chủ tài chính phân tích, cung cấp cho Ban Giám Hiệu xem xét và ra quyết định khi mở lớp.

Giá phí đào tạo

Việc xác định giá phí được các trường thực hiện như sau:

- Đối với việc xác định mức thu học phí: các trường ĐHCL tự chủ tài chính căn cứ vào chi phí đầu tư, chi phí hoạt động thường xuyên và mức tích lũy dự kiến để xác định mức thu học phí phù hợp nhưng không vượt quá mức trần do Nhà nước quy định và thông báo công khai cho từng năm học, đồng thời phải thực hiện quy chế công khai theo quy định đối với cơ sở giáo dục thuộc hệ thống giáo dục quốc dân.

- Đối với các khóa đào tạo ngắn hạn: các trường ĐHCL tự chủ tài chính căn cứ vào chi phí dự toán cho từng hợp đồng, từng khóa đào để xác định mức thu.

- Đối với các đề tài nghiên cứu khoa học: Việc xác định giá trị hợp đồng dựa vào dự toán kinh phí thực hiện đề tài do các chủ nhiệm đề tài xây dựng được hội đồng thẩm định xét duyệt và Hiệu trưởng phê duyệt.

Quyết định dài hạn: các trường ĐHCL tự chủ tài chính không sử dụng các kỹ thuật tài chính để phân tích thông tin. Cụ thể, đối với các dự án thì căn cứ vào các báo cáo kinh tế kỹ thuật để làm cơ sở tài chính để phê duyệt dự án. Đối với các quyết định dài hạn khác thì chủ yếu căn cứ vào dự toán chi cho các hoạt động để ra quyết định. Điều này làm cho thông tin tài chính sẽ không đầy đủ do đó việc đánh giá hiệu quả đầu tư chỉ xem xét đến yếu tố tác dụng của việc đầu tư đối với các hoạt động của trường mà chưa xét đến tính ảnh hưởng của hiệu quả tài chính tới phương án đầu tư./.

Tài liệu tham khảo

Chính phủ (2015), Nghị định 16/2015/NĐ- CP ngày 14/2/2015 về quy định cơ chế tự chủ đối với các đơn vị sự nghiệp công lập;

Lê Quốc Diễm (2019), Tổ chức kế toán quản trị cho các trường đại học công lập được tự chủ tài chính, Tạp chí Công Thương.

Nguyễn Thị Hạnh (2012), Vận dụng kế toán quản trị tại Đại Học Đà Nẵng, Luận văn thạc sĩ

Nguyễn Ngọc Quang (2015), Giáo trình Kế toán quản trị, NXB Đại học kinh tế quốc dân

Chính sách hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của tỉnh Nghệ An

Lương Thành Nam
Sở Tài chính tỉnh Nghệ An
Đào Quang Thắng, Thái Thị Kim Oanh
Trường Đại học Vinh

Chính sách hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng thương mại (KCHTTM) của tỉnh Nghệ An là một trong những chính sách bộ phận trong chính sách khuyến khích đầu tư phát triển thương mại của chính quyền tỉnh Nghệ An. Thực tiễn trong thời gian qua chính sách này của tỉnh Nghệ An đã mang lại nhiều kết quả đáng khích lệ, tuy nhiên vẫn còn một số bất cập, hạn chế cần phải hoàn thiện. Vì vậy, bài viết nghiên cứu, phân tích và đánh giá thực trạng chính sách hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng thương mại (KCHTTM) của tỉnh Nghệ An và đề xuất một số giải pháp để hoàn thiện chính sách này trong thời gian tới.

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, xu hướng phát triển kết cấu hạ tầng thương mại chịu tác động mạnh từ sự thay đổi trong cung cách tiêu dùng, trong cách thức sản xuất hàng hóa và sự ra đời của những phương thức kinh doanh thương mại mới, với cách thức vận hành, với đặc điểm khác biệt rất nhiều so với phương thức truyền thống. Do vậy, để phục vụ những thay đổi này và các phương thức kinh doanh thương mại mới, kết cấu hạ tầng thương mại cũng thay đổi, thậm chí hình thành những loại hình mới với những đặc trưng riêng cho phù hợp. Do đó, cần phải có những nghiên cứu đầy đủ và tổng hợp để đáp ứng yêu cầu hoàn thiện chính sách và đạt được các mục tiêu đặt ra của các chính quyền địa phương trong phát triển nền kinh tế nói chung, lĩnh vực thương mại nói riêng.

2. Phương pháp nghiên cứu

Các tác giả sử dụng đồng thời cả nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua nghiên cứu các công trình có liên quan kết hợp với phỏng vấn sâu và phỏng vấn chuyên gia. Nghiên cứu định lượng thông qua khai thác các thông tin, số liệu tại các báo cáo, tài liệu của Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Công thương, Sở Tài chính, Sở Giao thông vận tải, Liên minh Hợp tác xã tỉnh Nghệ và UBND tỉnh Nghệ An. Kết quả của nghiên cứu được dùng để khái quát hóa, đánh giá thực trạng chính sách hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của tỉnh Nghệ An.

3. Kết quả, thảo luận và một số giải pháp

3.1. Thực trạng thực hiện chính sách hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng thương mại của tỉnh Nghệ An

- Ưu điểm:

+ Qua thời gian thực hiện chính sách, hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh đã có bước phát triển khá, đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong tỉnh, đáp ứng nhu cầu của sản xuất và đời sống góp phần quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của Nghệ An. Phương thức hoạt động, công nghệ quản lý và điều hành kinh doanh của các loại hình hạ tầng thương mại dần từng bước phát triển theo hướng văn minh, hiện đại và chuyên nghiệp.

+ Chính sách hỗ trợ đầu tư xây dựng chợ nông thôn đã cải thiện hệ thống hạ tầng thương mại, nhiều chợ sau khi được đầu tư đã phát huy tác dụng tốt góp phần phát triển thương mại, dịch vụ, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế tại khu vực nông thôn và góp một phần trong xây dựng nông thôn mới. Việc hỗ trợ theo phương châm “Nhà nước và nhân dân cùng làm” đã bước đầu huy động nguồn lực xã hội hóa, tuyên truyền nâng cao ý thức và tinh thần trách nhiệm của người được hưởng lợi từ các dự án, chính sách hỗ trợ...

- Hạn chế:

+ Chưa có chính sách hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng thương mại tổng thể mà mới chỉ có những chính sách phát triển từng loại kết cấu hạ tầng thương mại riêng lẻ. Bên cạnh đó, ngoại trừ chợ nông thôn, các loại hình khác hầu như chưa có chính sách phát triển một cách cụ thể và hiệu quả, hoặc đa số các chính sách mới chỉ được lồng ghép trong các Đề án, Kế hoạch. Việc khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại còn hạn chế và chưa phù hợp.

+ Chính sách hỗ trợ đầu tư chợ nông thôn: Nguồn ngân sách nhà nước hỗ trợ đầu tư xây dựng chợ nông thôn hạn hẹp, trong khi nhu cầu đầu tư nâng cấp, xây dựng chợ lại quá lớn.

Nhiều công trình đã khởi công, xây dựng nhưng không có kinh phí hỗ trợ, tiến độ xây dựng kéo dài, chậm đưa công trình vào sử dụng. Một số chợ được đầu tư xây dựng nhưng chưa phát huy hiệu quả dẫn đến lãng phí nguồn lực.

Công tác thu hút đầu tư, xã hội hóa đầu tư chợ còn chậm và chưa nhận được sự đồng tình cao của UBND các xã, phường, thị trấn. Các doanh nghiệp, hợp tác xã mới chỉ quan tâm đầu tư chợ tại các khu vực đô thị và có lợi thế thương mại cao.

+ Mặc dù đã thu được nhiều kết quả khả quan, số lượng thành viên đăng ký tham gia sàn 37nghean.com không ngừng tăng lên, lượng thông tin cập nhật trên sàn ngày càng phong phú. Tuy nhiên qua thực tế vận hành và tiếp thu ý kiến của các đơn vị, doanh nghiệp, Sàn giao dịch thương mại điện tử Nghệ An đã bộc lộ một số nhược điểm như: kho giao diện phù hợp với đa dạng các mặt hàng, ngành hàng chưa nhiều; Các chức năng của Sàn mới chỉ hoạt động tốt khi truy cập bằng PC, chưa phù hợp với mobile và các thiết bị điện tử cầm tay...; Trong năm 2021, ngân sách nhà nước địa phương tiếp tục bố trí kinh phí cho Sở Công thương nâng cấp và hoàn thiện hình thức và chất lượng phục vụ của Sàn giao dịch thương mại điện tử Nghệ An nhưng mức độ cải tiến vẫn chưa đạt hiệu quả đáng kể.

- Nguyên nhân của hạn chế

+ Nghệ An là tỉnh có diện tích lớn, địa hình phức tạp, phân bố dân cư không đồng đều nên khó khăn trong thu hút đầu tư phát triển hạ tầng thương mại. Nguồn kinh phí của địa phương dành cho phát triển hạ tầng thương mại còn hạn hẹp. Công tác thu hút đầu tư, huy động nguồn vốn xã hội hóa vào phát triển cơ sở hạ tầng thương mại còn nhiều hạn chế do các nhà đầu tư chỉ mong muốn đầu tư vào những vị trí có lợi thế về thương mại;

+ Chưa bố trí được đất xây dựng Trung tâm hội chợ triển lãm và trung tâm Logistic dẫn đến khó khăn trong thu hút đầu tư xây dựng. Một số dự án chậm tiến độ do chưa có ngân sách hỗ trợ đầu tư theo kế hoạch hoặc khó khăn trong công tác giải phóng mặt bằng;

+ Những nhà đầu tư đề xuất khảo sát, đầu tư trung tâm thương mại, siêu thị đa phần chưa đáp ứng tiêu chuẩn và phân bố không đều, mới chỉ tập trung ở khu vực thành thị có nhiều lợi thế về mặt thương mại như thị trấn các huyện, trung tâm của thị xã Cửa Lò, thị xã Hoàng Mai và thành phố Vinh;...

+ Phương thức mua bán theo kiểu truyền thống trong đại bộ phận dân cư ảnh hưởng đến phát triển các loại hình thương mại hiện đại. Nhận thức của nhiều doanh nghiệp Nghệ An về thương mại điện tử chưa thật sự sâu sắc, cán bộ có trình độ chuyên môn về CNTT- TMĐT ở các doanh nghiệp còn thiếu; Một bộ phận dân cư, người dân lao động khả năng khai thác,

sử dụng Internet còn chưa cao nên đây là một trong những khó khăn, trở ngại nhất khi triển khai các ứng dụng TMĐT và CNTT, đặc biệt là các dịch vụ công trực tuyến. Vấn đề an ninh an toàn mạng, lừa đảo trực tuyến với các thủ đoạn ngày càng tinh vi phần nào ảnh hưởng đến tâm lý người mua sắm online.

+ Chính sách đầu tư phát triển chợ: Chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển chợ còn hạn chế và thiếu đồng bộ. Theo đó, tại Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/1/2003 về phát triển và quản lý chợ và văn bản sửa đổi, bổ sung có chính sách hỗ trợ đầu tư chợ, nhưng theo Quyết định số 60/2010/QĐ-TTg ngày 30/9/2010 ban hành các nguyên tắc, tiêu chí và định mức phân bổ vốn đầu tư phát triển bằng nguồn ngân sách nhà nước giai đoạn 2011-2015 không có hạng mục riêng cho chợ.

3.2. Giải pháp hoàn thiện chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển thương mại của tỉnh Nghệ An

- Xây dựng chính sách gắn với quy hoạch:

+ Rà soát, xây dựng quy hoạch về hạ tầng thương mại tích hợp vào Quy hoạch tỉnh Nghệ An giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

+ Rà soát quy hoạch sử dụng đất, kế hoạch sử dụng đất hàng năm để đảm bảo quỹ đất phát triển hạ tầng thương mại.

- Nghiên cứu, vận dụng các cơ chế chính sách của nhà nước để tham mưu xây dựng, ban hành cơ chế chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng thương mại phù hợp với tình hình phát triển kinh tế của tỉnh, tạo điều kiện tối đa và khuyến khích các tổ chức, cá nhân, và doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế đầu tư và nâng cao hiệu quả các nguồn vốn đầu tư phát triển hạ tầng thương mại; thực hiện các chính sách ưu đãi đầu tư theo quy định hiện hành; tăng cường công tác quản lý thu ngân sách đối với các loại hình kinh doanh.

- Xây dựng và triển khai thực hiện chính sách gắn với bảo vệ môi trường:

+ Các dự án về hạ tầng thương mại cần đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn của Việt Nam về thiết kế chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng xăng dầu, khí dầu mỏ hóa lỏng.. đảm bảo chất lượng các hạng mục công trình: hệ thống cấp thoát nước trong và ngoài, hệ thống thu gom, xử lý rác thải, hệ thống xử lý nước thải;

+ Hướng dẫn, kiểm tra, giám sát chấp hành Luật Bảo vệ môi trường của các doanh nghiệp hoạt động trong đầu tư, xây dựng các công trình hạ tầng thương mại, trong đó yêu cầu các dự án phải thực hiện được phê duyệt/xác nhận thủ tục môi trường và thực hiện theo nội dung đã được phê duyệt/xác nhận.

- Khuyến khích các doanh nghiệp, các cơ sở kinh doanh sử dụng thiết bị, công nghệ kinh doanh và quy trình quản lý hiện đại; khuyến khích, tạo điều

kiện cho mở rộng hợp tác trong nghiên cứu phát triển, chuyển giao công nghệ kinh doanh và quản lý; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu dùng chung để cung cấp thông tin cho doanh nghiệp và nâng cấp các sàn giao dịch thương mại điện tử tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua bán hàng hóa qua mạng.

- Giải pháp về đổi mới và nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hạ tầng thương mại

Tiếp tục đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, tăng cường giám sát việc tuân thủ các quy trình hành chính minh bạch, công khai nhằm tạo môi trường đầu tư hấp dẫn thu hút đầu tư phát triển hạ tầng thương mại.

Nâng cao hiệu quả công tác truyền thông để thu hút đầu tư phát triển hạ tầng thương mại và ý thức chấp hành các quy định trong phát triển, quản lý, sử dụng các công trình hạ tầng thương mại.

Tăng cường phối hợp giữa các cấp, các ngành quản lý chặt chẽ quy hoạch phát triển các hệ thống hạ tầng thương mại, không để xảy ra tình trạng phát sinh các công trình tự phát đối với loại hình hạ tầng thương mại đã có quy hoạch.

Tăng cường thanh tra, kiểm tra đảm bảo thực hiện nghiêm các quy định, kiên quyết xử lý nghiêm các hành vi vi phạm.

Các giải pháp cụ thể:

+ Đối với Phát triển hệ thống chợ

Cần tiếp tục xây dựng các chính sách hỗ trợ phát triển hệ thống chợ dân sinh trên địa bàn tỉnh theo hướng văn minh hiện đại, chú trọng yếu tố truyền thống và yếu tố tự nhiên trong quy hoạch phát triển chợ dân sinh. Có chính sách khuyến khích đầu tư phát triển hệ thống chợ biên giới đáp ứng nhu cầu sử dụng.

+ Đối với phát triển hệ thống siêu thị, hệ thống Trung tâm thương mại

Có chính sách khuyến khích đầu tư phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại hiện đại áp dụng phương thức quản lý tiên tiến, chuyên nghiệp tại thành phố Vinh, các khu đô thị, các khu dân cư tập trung và dần tiến tới thay thế các mô hình thương mại truyền thống.

+ Đối với phát triển hệ thống cửa hàng tiện ích, cửa hàng bán lẻ các mặt hàng chuyên doanh khác

Ưu tiên khuyến khích đầu tư phát triển chuỗi cửa hàng tiện ích, bán lẻ tổng hợp và bán lẻ chuyên doanh các mặt hàng thiết yếu phù hợp với nhu cầu tiêu dùng và phải gắn với công tác quản lý đô thị và trật tự đô thị, đảm bảo hệ thống các cửa hàng bán lẻ tổng hợp phát triển có hệ thống, đảm bảo quy hoạch. Phát triển đa dạng các loại hình doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực phân phối các mặt hàng thiết yếu để đảm bảo đáp ứng nhu cầu của người dân.

+ Đối với phát triển hệ thống kho, bãi hàng hóa, trung tâm Logistic, Trung tâm hội nghị triển lãm

Tập trung xây dựng chính sách, đề án, dự án và các biện pháp nhằm khuyến khích đầu tư hạ tầng giao thông kết nối dịch vụ logistic, trong đó tập trung ưu tiên đầu tư xây dựng các công trình quan trọng như: Đường bộ cao tốc Bắc - Nam đoạn qua tỉnh Nghệ An; Đường ven biển từ Nghi Sơn (Thanh Hóa) - Cửa Lò (Nghệ An); Đường giao thông nối Vinh - Cửa Lò; Nâng cấp, mở rộng cảng hàng không Quốc tế Vinh; Đồng thời, đề xuất Trung ương đầu tư xây dựng ga hàng hóa, khu vực Logistics đường sắt để kết nối với các khu công nghiệp, các trọng điểm hàng hóa và các phương thức vận tải đường bộ, đường biển nhằm phục vụ vận tải hàng hóa. Tiếp tục đề xuất và tranh thủ nguồn vốn Trung ương để sớm đầu tư Đường cao tốc Hà Nội - Vinh Chấn đi qua cửa khẩu Thanh Thủy - Nghệ An.

- Đối với phát triển hạ tầng thương mại điện tử

+ Tiếp tục hỗ trợ đầu tư duy trì, nâng cấp, phát triển sàn giao dịch thương mại điện tử Nghệ An (37 nghean.com) đảm bảo phục vụ tốt cho nhu cầu của các doanh nghiệp, hợp tác xã, làng nghề... đặc biệt trong quảng bá, chào bán các sản phẩm đặc trưng, chủ lực, OCOP của tỉnh.

+ Đầu tư hoàn thiện hạ tầng dịch vụ chuyển phát và hạ tầng logistics trong thương mại điện tử, từ đó sẽ giúp thông suốt các quy trình phân phối, xuất khẩu hàng hóa, tiết kiệm chi phí, thời gian và nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng hóa và cho doanh nghiệp của tỉnh.

+ Hoàn thiện về mặt hạ tầng thanh toán, tăng cường phát triển các tiện ích thanh toán trên nền tảng di động, ví điện tử, mã QR code, NFC, POS... để từng bước thay đổi nhận thức và thói quen người tiêu dùng đối với việc thanh toán không dùng tiền mặt...

+ Phát triển và ứng dụng các công nghệ mới trong thương mại điện tử, hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp. Đặc biệt tập trung, chú trọng vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các khu vực vùng sâu, vùng xa.

Tài liệu tham khảo

Phạm Hồng Tú (2006), Giải pháp nâng cao hiệu quả đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại (hệ thống chợ), Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, MS 2004-78-020, Bộ Thương Mại

Thái Thị Kim Oanh và cộng sự (2020), Giáo trình Phân tích Chính sách kinh tế - xã hội, NXB Đại học Vinh

Đặng Đình Đào và Hoàng Đức Thân (2019), Kinh tế thương mại, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội

Vai trò của địa phương đối với thu hút đầu tư tư nhân

Nguyễn Thị Vân

Công ty TNHH tư vấn đầu tư Quốc tế ACA

Thu hút vốn đầu tư giúp phát triển kinh tế tại các địa phương luôn là vấn đề quan tâm của chính quyền địa phương và các doanh nghiệp. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá tác động của đặc điểm địa phương đến thu hút vốn đầu tư tại tỉnh Hải Dương. Phương pháp nghiên cứu được thực hiện thông qua phân tích 220 doanh nghiệp được khảo sát trên địa bàn. Thông qua mô hình EFA và hồi quy đa biến, nghiên cứu đã chỉ ra 4 nhóm đặc điểm của địa phương đều ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đầu tư tư nhân đó là ưu đãi đầu tư, hỗ trợ của chính phủ, đào tạo kỹ năng và môi trường sống.

1. Đặt vấn đề

Thu hút vốn đầu tư bên ngoài sẽ giúp các địa phương phát triển kinh tế địa phương đây là nguồn vốn quan trọng giúp bổ sung cho nguồn vốn của địa phương để phát triển kinh tế. Bên cạnh đó, thu hút vốn đầu tư bên ngoài địa phương sẽ giúp giải quyết các vấn đề về việc làm và hệ thống giao thông; hệ thống cơ sở hạ tầng đô thị sẽ được cải thiện. Vì vậy, các địa phương cạnh tranh với nhau để thu hút vốn đầu tư từ các doanh nghiệp tư nhân ngoài địa phương (Ngọc và cộng sự, 2021).

Với việc áp dụng lợi thế so sánh sẽ không còn phù hợp với tình hình hiện nay (như lao động giá rẻ, nguồn nguyên liệu dồi dào...). Thay vào đó, việc thu hút vốn đầu tư của nhà đầu tư phải dựa trên sự hài lòng doanh nghiệp (Leung, 2001). Điều này là rất quan trọng, các địa phương sẽ phải đưa ra các chính sách ưu đãi đầu tư có tính cạnh tranh, sửa đổi và điều chỉnh môi trường đầu tư, từ đó có thể giữ lại các doanh nghiệp đầu tư lâu dài, mở rộng quy mô đầu tư và kêu gọi đối tác đầu tư vào địa phương bằng cách xây dựng môi trường đầu tư ngày càng tốt hơn.

Hải Dương là tỉnh có tổng vốn đầu tư tư nhân lớn cũng như là tỉnh có doanh nghiệp tư nhân lớn đầu tư như: Công ty TNHH Ford Việt Nam, Công ty TNHH Hyundai Kefico, Công ty TNHH Sumidenco Việt Nam,... Để tiếp tục thu hút vốn đầu tư tư nhân, tỉnh cần tiếp tục hoàn thiện các yếu tố quyết định quyết định đầu tư cũng như sự hài lòng của các doanh nghiệp tư nhân đầu tư vào khu vực. Vì vậy, nghiên cứu này được thiết kế với hai mục đích chính: (1) Xác định và đánh giá các đặc điểm cơ bản của địa phương ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhà đầu tư tư nhân (Bao gồm các doanh nghiệp trong nước ngoài tỉnh đầu tư vào Hải Dương và các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào tỉnh Hải Dương); (2) Đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng thuộc tính địa phương đến sự hài lòng của nhà đầu tư tư nhân.

Nghiên cứu được thực hiện đối với các doanh nghiệp đang kinh doanh tại Hải Dương.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Các giả thuyết nghiên cứu

Hỗ trợ của Chính phủ là hỗ trợ về giao thông, dịch vụ hành chính, hướng dẫn văn bản quy phạm pháp luật, hệ thống thuế minh bạch và công bằng, thủ tục cấp phép đầu tư và cơ sở hạ tầng cho hoạt động sản phẩm. Hơn nữa, việc công bố chỉ số PCI (Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh) hàng năm cũng bao gồm nhiều yếu tố về hỗ trợ của chính phủ, như dịch vụ hỗ trợ hành chính và tính minh bạch ảnh hưởng đến đánh giá của doanh nghiệp (Malesky & Merchant-Vega, 2011). Vì vậy, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H1: Hỗ trợ của Chính phủ có tác động tích cực đến thu hút đầu tư.

Đào tạo kỹ năng bao gồm việc đáp ứng yêu cầu nguồn lực doanh nghiệp từ các cơ sở đào tạo, lao động có tay nghề phù hợp với yêu cầu doanh nghiệp, lao động quản lý địa phương, v.v... Báo cáo PCI thường niên cũng cho thấy, đào tạo lao động là yếu tố cần thiết trong việc đánh giá cơ hội đầu tư của doanh nghiệp (Malesky & Merchant-Vega, 2011). Vì vậy, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết như sau:

H2: Đào tạo kỹ năng cho người lao động có tác động tích cực đến thu hút đầu tư.

Môi trường sống được coi là môi trường phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và là môi trường thu hút người lao động, đảm bảo các điều kiện như mong đợi của cả doanh nghiệp và người lao động như: Hệ thống y tế, môi trường không ô nhiễm, người dân thân thiện, nhiều điểm vui chơi giải trí, mua sắm, chi phí sinh hoạt thấp, v.v. Những khía cạnh này có thể ảnh hưởng đến sự lựa chọn đầu tư của doanh nghiệp. Vì vậy, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết như sau:

H3: Môi trường sống tác động tích cực đến thu

hút đầu tư.

Ưu đãi đầu tư là ưu đãi của địa phương nhằm thu hút doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất tại địa phương, bao gồm chính sách ưu đãi công bằng giữa các doanh nghiệp; các chính sách ưu đãi được truyền đạt minh bạch, kịp thời và có những ưu đãi đầu tư hấp dẫn cho doanh nghiệp. Những khía cạnh này nếu được đáp ứng tốt sẽ tạo sự hài lòng cho các nhà đầu tư trong nước. Vì vậy, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết như sau:

H4: Ưu đãi đầu tư có tác động tích cực đến thu hút đầu tư.

2.2. Phương pháp ước lượng

Phương pháp phân tích nhân tố EFA thuộc nhóm phân tích đa biến phụ thuộc lẫn nhau (interdependence techniques), nghĩa là không có biến phụ thuộc và biến độc lập mà nó dựa vào mối tương quan giữa các biến với nhau (interrelationships).

Trong nghiên cứu, để tìm hiểu mối quan hệ giữa các thành phần ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp (biến độc lập) và ý định khởi nghiệp (biến phụ thuộc), tác giả sử dụng mô hình hồi quy bội.

Mẫu nghiên cứu: Kích thước mẫu thường được tính theo công thức $n \geq 50 + 8p$, trong đó n là kích thước mẫu tối thiểu cần thiết với p là số lượng biến độc lập trong mô hình. Như vậy, theo công thức trên thì mô hình có 5 biến độc lập, cơ mẫu tối thiểu cần là 90. Từ những lập luận trên, nghiên cứu đã phát ra 300 phiếu điều tra, kết quả thu về được 220 phiếu hợp lệ.

Đối tượng điều tra: Trên cơ sở việc xây dựng thang đo, cũng như mục đích của nghiên cứu. Đối tượng khảo sát là các doanh nghiệp tư nhân trên địa bàn tỉnh Hải Dương.

3. Kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha : Kết quả nghiên cứu cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha cho thang đo của các thành phần lớn nhất là 0,858 và nhỏ nhất là 0,734. Như vậy tất cả các hệ số Cronbach's Alpha đều $> 0,6$ và các biến có hệ số tương quan biến tổng $> 0,3$. Như vậy các biến đảm bảo yêu cầu để tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA.

Kết quả phân tích nhân tố (EFA): Ta có, hệ số KMO = 0,825 điều này cho thấy dữ liệu là phù hợp để có thể tiến hành phân tích EFA. Bên cạnh đó, ta có giá trị P value của kiểm định Bartlett bằng 0, tức là các biến có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể.

Cũng thông qua phân tích nhân tố khám phá EFA, ta có phương sai trích đạt 62,025%, điều này có nghĩa rằng nhân tố được rút trích giải thích được 62,025% sự biến thiên.

Sau khi xoay nhân tố ta có 4 nhóm nhân tố.

Nhóm nhân tố thứ nhất đặt tên là Đào tạo kỹ năng, ký hiệu là DT.

Nhóm nhân tố thứ hai đặt tên là Hỗ trợ chính quyền địa phương, ký hiệu là HT.

Nhóm nhân tố thứ ba đặt tên là Môi trường sống, ký hiệu là MT.

Nhóm nhân tố thứ tư đặt tên là Ưu đãi đầu tư, đặt tên là UD.

Kiểm tra sự hội tụ của các biến sự hài lòng của doanh nghiệp

Bảng 1: Ma trận thành phần

Doanh thu kinh doanh tăng trưởng như mong muốn	.783
Doanh nghiệp đạt lợi nhuận như kỳ vọng	.762
Doanh nghiệp tiếp tục đầu tư trong dài hạn	.751
Doanh nghiệp giới thiệu cho đối tác, công ty bạn đầu tư tại địa phương	.750

Từ kết quả trên ta thấy các biến quan sát đã hội tụ thành một nhóm và các thành phần đều lớn hơn 0,5, đặt tên nhóm nhân tố này là Hài lòng của doanh nghiệp, ký hiệu nhóm nhân tố này là HL. Như vậy, ta đã có đủ điều kiện để tiến hành hồi quy.

Kết quả phân tích hồi quy

Bảng 2: Kết quả hồi quy

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.012	.267		.046	.963		
DT	.209	.043	.235	4.913	.000	.972	1.028
HT	.116	.038	.165	3.090	.002	.779	1.284
MT	.263	.054	.269	4.870	.000	.728	1.373
UD	.236	.047	.259	4.976	.000	.818	1.223

Qua bảng số liệu trên ta có hệ số VIF nhỏ hơn 2. Như vậy không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Kiểm định phương sai phần dư thay đổi. Trong nghiên cứu tác giả sử dụng kiểm định Spearman thì các biến độc lập đều có mức ý nghĩa (Sig) lớn hơn 0,05. Như vậy ta có thể khẳng định phương sai số dư không thay đổi.

Cũng qua bảng số liệu trên thì tất cả các biến độc lập đều có ý nghĩa. Điều này cho thấy các biến độc lập đều tác động đến Hài lòng của doanh nghiệp.

Sự hỗ trợ tốt của địa phương sẽ tăng sức hấp dẫn đầu tư cho doanh nghiệp. Hệ thống giao thông phát triển tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển trong tỉnh và các tỉnh vệ tinh xung quanh. Vì vậy, tạo điều kiện thuận lợi cho việc đi lại cũng như vận chuyển hàng hóa. Việc di chuyển thuận tiện giúp cho việc điều hành và phục vụ công việc của doanh nghiệp trở nên thuận tiện hơn. Đồng thời, việc hỗ trợ về thủ tục pháp lý để làm việc tại tỉnh cũng tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các công ty kinh doanh trên địa bàn. Cuối cùng là sự hỗ trợ của chính quyền địa phương khi doanh nghiệp có nhu cầu phát sinh vướng mắc trong quá trình làm việc của doanh nghiệp để được giải quyết nhanh chóng hơn.

Yếu tố đào tạo kỹ năng nghề cũng ảnh hưởng tích cực đến việc thu hút vốn đầu tư của doanh nghiệp

vào địa phương. Trên địa bàn có các trường dạy nghề đáp ứng nhu cầu nhân lực của doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp không phải lo lắng về vấn đề nhân lực. Nguồn nhân lực chất lượng trên địa bàn tỉnh được cung cấp đủ, thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc tuyển dụng lao động. Đồng thời, với lực lượng lao động có tay nghề cao trên địa bàn, công việc tại doanh nghiệp có thể hoàn thành tốt như mong đợi. Nguồn nhân lực được đào tạo tại các trường, trung tâm dạy nghề với các khóa đào tạo ngắn hạn mang lại lợi thế cho địa phương. Đào tạo nâng cao các kỹ năng như làm việc văn phòng, ngoại ngữ... cũng là một lợi thế cho các địa phương có trung tâm cung cấp dịch vụ này.

Tiếp theo, yếu tố môi trường sống tại địa phương cũng có tác động tích cực đến việc thu hút vốn đầu tư. Các hệ thống như trường học, phát triển y tế giúp đảm bảo vấn đề học tập cho con em nhân viên, hay các dịch vụ y tế phục vụ sức khỏe cho nhân viên đều được đảm bảo. Ngoài ra, yếu tố ô nhiễm môi trường cũng là chỉ số đánh giá môi trường sống đối với doanh nghiệp. Những địa phương có không khí trong lành, ít ô nhiễm sẽ thu hút đầu tư nhiều hơn cho doanh nghiệp. Ngoài ra, dịch vụ giải trí, siêu thị tiện lợi, đầy đủ cũng là yếu tố giúp doanh nghiệp đầu tư nhiều hơn.

Cuối cùng, ưu đãi đầu tư của địa phương có tác động tích cực đến thu hút đầu tư ở tỉnh Hải Dương. Với những chính sách ưu đãi kịp thời dành cho doanh nghiệp sẽ giúp doanh nghiệp phát huy lợi thế kinh doanh của mình. Đồng thời, chính sách ưu đãi đầu tư hấp dẫn tăng khả năng cạnh tranh với các địa phương khác trong việc thu hút đầu tư vào địa phương. Vì vậy, với chính sách ưu việt của địa phương so với các địa phương khác, doanh nghiệp sẽ quan tâm hơn đến lợi ích của mình khi đầu tư vào tỉnh.

4. Kết luận và kiến nghị

Nhiều địa phương đã vực dậy nền kinh tế của mình bằng cách áp dụng lý thuyết tiếp thị địa phương để phát triển và chứng minh tính ưu việt của lý thuyết tiếp thị địa phương so với lý thuyết lợi thế so sánh. Kết quả của nghiên cứu này cũng cung cấp một số hàm ý chính sách cho các nhà nghiên cứu và những người thực hiện tiếp thị địa phương để xây dựng

Thuộc tính địa phương hấp dẫn cho các nhà đầu tư:

Một là, nâng cao ưu đãi đầu tư để thu hút doanh nghiệp đầu tư. Cần lưu ý, ưu đãi đầu tư của địa phương là ưu đãi có điều kiện. Nghĩa là, các ưu đãi đầu tư của địa phương phải cởi mở nhưng cũng phải có định hướng. Địa phương tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp đáp ứng “chuẩn mực” theo định

hướng phát triển của mình như: Có chính sách đào tạo lao động, sử dụng công nghệ cao, công nghệ sạch... Đồng thời, chính sách cũng phải hạn chế các doanh nghiệp sử dụng công nghệ lạc hậu, lạc hậu. công nghệ, gây ô nhiễm môi trường, sản xuất và kinh doanh các dịch vụ không được khuyến khích. Nhìn chung, chính sách ưu đãi của địa phương phải đảm bảo (1) sự công bằng giữa các doanh nghiệp, (2) cơ chế nhận chính sách ưu đãi nhanh chóng, (3) chính sách hấp dẫn so với các địa phương khác, và (4) chính sách phải kịp thời.

Thứ hai, nâng cao yếu tố hỗ trợ của Chính phủ bằng các biện pháp như: tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận hệ thống cơ sở hạ tầng (như hệ thống giao thông), đặc biệt là tại các khu công nghiệp.

Thứ ba, thực hiện minh bạch, cụ thể hóa quy trình cấp phép đầu tư cho doanh nghiệp. Bởi sự thiếu minh bạch và đặc thù quy trình gây ra nhiều vướng mắc cho doanh nghiệp và làm tăng chi phí ẩn, hạn chế quá trình kinh doanh của doanh nghiệp. Nhìn chung, để nâng cao tính chất hỗ trợ của Chính phủ, địa phương phải tiến tới chủ động hỗ trợ doanh nghiệp. Chính phủ là “bà đỡ” giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp chứ không phải là cơ quan. Chính quyền “cấp” ưu đãi cho các nhóm kinh doanh thân thiện.

Thứ tư, nâng cao yếu tố đào tạo kỹ năng của nhân viên. Điều này có thể được thực hiện thông qua các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đào tạo lao động. Chẳng hạn, sau khi tốt nghiệp THPT, chúng tôi định hướng nghề nghiệp cho thanh niên, mở trung tâm dạy nghề, thu hút lao động đã qua đào tạo từ các trung tâm đào tạo lớn như Hà Nội, Hải Phòng về làm việc tại địa phương./.

Tài liệu tham khảo

Kheho, Y. (2015). Xem lại định luật Wagner đối với một số quốc gia châu Phi được chọn: phân tích quan hệ nhân quả trong miền tần số. Tạp chí phương pháp thống kê và kinh tế lượng. 4: 1792-6939.

Malesky, E.J., Merchant-Vega, N. (2011). Một cái nhìn sâu sắc về động cơ: Phương pháp luận về các chỉ số quản trị kinh tế địa phương. Tạp chí Hague về Pháp quyền, 3(2): 186-219.

Ngọc, H.T., Tuấn, B.A., Duy, N.V., Kiên, D.T., Đạt, N.N. (2021). Tác động của đầu tư trực tiếp nước ngoài và đô thị hóa về phát thải CO₂ ở Việt Nam. Tạp chí Quốc tế Kinh doanh và Toàn cầu hóa, 27(3): 313-332.

Ward, S. (2005). Địa điểm bán hàng: tiếp thị và quảng bá các thị trấn và thành phố 1850-2000. Nhà xuất bản Routledge.

Môi trường đầu tư kinh doanh ở Nghệ An qua các chỉ số: thực trạng và giải pháp

Cao Tuấn Phong

Viện Kinh tế Việt Nam, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam

Cải thiện môi trường đầu tư luôn là một trong những nội dung và mục tiêu quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội ở các quốc gia cũng như các tỉnh/thành phố. Nghệ An có vai trò quan trọng trong khu vực kinh tế Bắc Bộ và cũng đang rất tích cực trong việc cải thiện môi trường đầu tư. Bài viết tập trung phân tích thực trạng môi trường đầu tư của Nghệ An qua các chỉ số như PCI, PAR Index, PAPI để đưa ra một số giải pháp thích hợp cho các nhà quản lý trong tương lai.

1. Giới thiệu

Những năm qua, lãnh đạo tỉnh cùng các cấp ngành đã có rất nhiều nỗ lực trong việc cải thiện môi trường đầu tư nhằm thu hút đầu tư vào Nghệ An. UBND tỉnh đã chỉ đạo các sở, ngành triển khai thực hiện Đề án “Tập trung thu hút đầu tư có hiệu quả vào tỉnh Nghệ An đến năm 2020 và các giải pháp cải thiện môi trường đầu tư, nâng cao chỉ số cạnh tranh cấp tỉnh” với nhiều giải pháp đồng bộ. Kết quả, giai đoạn 2016-2020 môi trường đầu tư kinh doanh của tỉnh được cải thiện tích cực; thu hút đầu tư có nhiều chuyển biến; nhiều doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế trong và ngoài nước có tiềm lực, thương hiệu, uy tín đã đến đầu tư tại tỉnh. Tuy vậy, thu hút đầu tư vào Nghệ An chưa cao, chưa tương xứng với tiềm năng và thế mạnh của tỉnh (Lê Vũ Sao Mai, 2013; Thu Huyền, 2022). So với yêu cầu, môi trường đầu tư kinh doanh của tỉnh vẫn còn nhiều hạn chế, hiệu quả cải cách hành chính chưa rõ nét; các chỉ số phản ánh môi trường đầu tư kinh doanh như PCI, PAR Index, PAPI từng bước được cải thiện nhưng chưa có sự đột phá, một số chỉ số thành phần còn thấp; chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin (ICT index) còn thấp; kết cấu hạ tầng chất lượng nguồn nhân lực phục vụ thu hút đầu tư chưa đáp ứng yêu cầu; hiệu quả thu hút đầu tư chưa cao,...(UBND tỉnh Nghệ An, 2022).

Để góp phần thực hiện cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao hiệu quả thu hút đầu tư, bài viết tập trung phân tích, đánh giá thực trạng môi trường đầu tư của Nghệ An qua các chỉ số gồm Chỉ số năng lực cạnh tranh (PCI), Chỉ số Cải cách hành chính (PAR INDEX), và Chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh (PAPI). Đây là các chỉ số có ý nghĩa rất quan trọng trong việc đánh giá tính hiệu quả, chuyên nghiệp, công khai, minh bạch trong hoạt động quản lý, điều hành của bộ máy hành chính Nhà nước cấp tỉnh phục vụ Nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp, đồng thời nói lên sự thông thoáng trong môi trường kinh doanh và sự năng động sáng tạo của đội

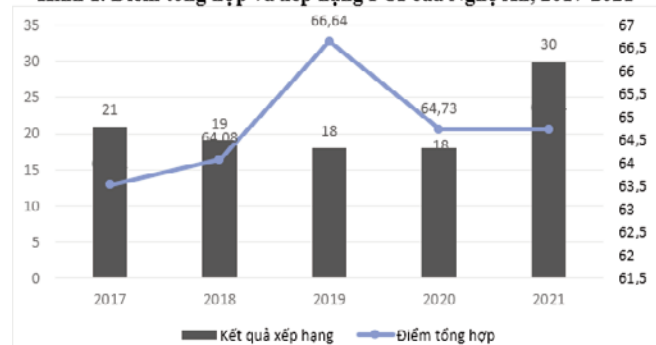
ngũ lãnh đạo ở địa phương, là cơ sở để thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước (Hà Chiến, 2018). Đây cũng là những chỉ số phổ biến nhất đánh giá môi trường đầu tư ở các tỉnh ở Việt Nam.

2. Thực trạng môi trường đầu tư kinh doanh của Nghệ An qua các chỉ số

2.1. Đánh giá môi trường đầu tư của Nghệ An theo Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh - PCI

Trong 5 năm 2017-2021, tổng điểm PCI của Nghệ An luôn ở mức khá của cả nước và ở nhóm đầu của khu vực Bắc Trung Bộ. So với năm 2016, năm 2020 chỉ số PCI tăng 7 bậc, xếp thứ 18/63 cả nước, trong đó có 05/10 chỉ số tăng điểm, tăng thứ bậc; 01/10 chỉ số tăng điểm nhưng giữ nguyên thứ bậc; 01/10 chỉ số tăng điểm nhưng giảm thứ bậc[4] (03/10 chỉ số còn lại giảm điểm, giảm thứ bậc). Năm 2021, điểm tổng hợp của Nghệ An không khác biệt nhiều so với năm 2020 (đạt 64,74 điểm) nhưng xếp hạng lùi hơn 10 hạng do sự vươn lên mạnh mẽ của các tỉnh như Nam Định, Đồng Nai, Gia Lai, Hà Tĩnh, Tuyên Quang, An Giang, Lâm Đồng, Phú Thọ.

Hình 1. Điểm tổng hợp và xếp hạng PCI của Nghệ An, 2017-2021



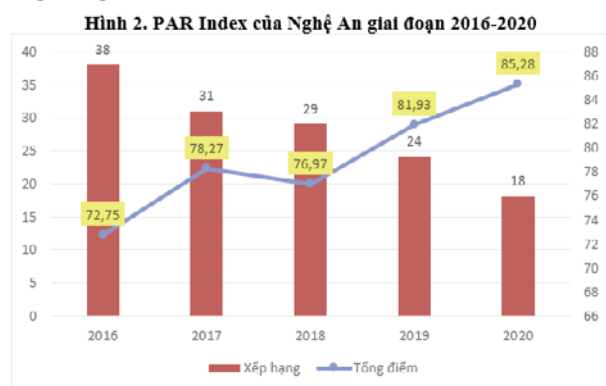
Nguồn: VCCI và USAID, 2022

Một số chỉ số thành phần có điểm số cao của tỉnh như: Gia nhập thị trường; Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp và tiếp cận đất đai. Thiết chế pháp lý và an ninh trật tự; Cạnh tranh bình đẳng có điểm số thấp nhất trong các nhóm tiêu chí. Cùng với sự tích cực

của địa phương trong việc chủ động thực hiện các biện pháp cải thiện môi trường đầu tư, chỉ số về chi phí thời gian; Tiếp cận đất đai; Chi phí không chính thức và Dịch vụ hỗ trợ được cải thiện đáng kể và điểm số có xu hướng tăng lên (xếp hạng của các tiêu chí này so với các tỉnh khác trong cả nước cũng có xu hướng tăng). Tuy nhiên, điểm số về Gia nhập thị trường, Đào tạo lao động, Tính minh bạch của Nghệ An lại đang có xu hướng giảm xuống và xếp hạng so với các tỉnh khác cũng giảm mạnh, đặc biệt là tiêu chí Gia nhập thị trường (năm 2020 giảm 37 bậc so với năm 2016) và Đào tạo lao động (năm 2020 giảm 27 bậc so với năm 2016).

2.2. Đánh giá môi trường đầu tư của Nghệ An theo Chỉ số Cải cách hành chính (PAR INDEX)

PAR Index của Nghệ An có sự cải thiện rõ rệt từ năm 2016-2020. Chỉ số PAR Index có xu hướng tăng đều qua các năm cả về điểm số lẫn xếp hạng. So với năm 2016, PAR Index của Nghệ An đã tăng 20 bậc, từ xếp thứ 38 cả nước lên xếp thứ 18; tổng điểm cũng tăng từ 72,75% lên 85,28%.



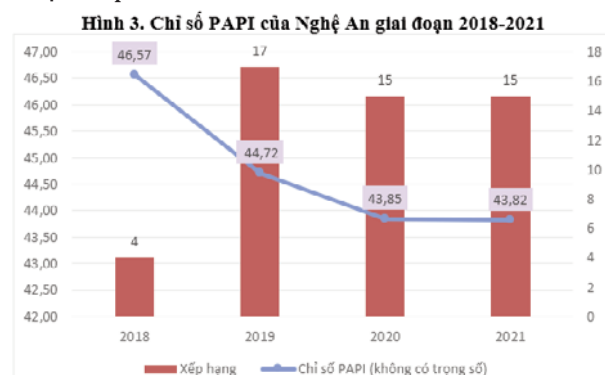
Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo PAR Index qua các năm

Điểm số của các lĩnh vực thành phần nhìn chung đều có sự cải thiện nhưng xếp hạng so với các tỉnh khác thì biến đổi không giống nhau. Cải cách tài chính công (từ xếp thứ 40 lên xếp thứ 2); tác động của CCHC đến người dân, tổ chức và các chỉ tiêu kinh tế - xã hội (từ xếp thứ 53 lên xếp thứ 5) và Xây dựng và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ (từ xếp thứ 33 lên xếp thứ 11) có sự cải thiện nhiều nhất khi xếp hạng năm 2020 tăng lên đáng kể so với năm 2017 (Năm 2017 trở đi có sự điều chỉnh về chỉ số);. Tuy nhiên, một số lĩnh vực tụt hạng khá nhiều như Cải cách thủ tục hành chính (từ xếp hạng 18 xuống 51); Cải cách tổ chức bộ máy hành chính (từ xếp hạng 35 xuống 59); Hiện đại hóa hành chính (từ 30 xuống 44).

2.3. Đánh giá môi trường đầu tư của Nghệ An theo Chỉ số quản trị hành chính công cấp tỉnh – PAPI

PAPI của Nghệ An có sự cải thiện nhiều qua các năm. Chỉ số PAPI của Nghệ An từ năm 2018 đến nay liên tục nằm trong top 15 cả nước. Đặc biệt năm 2018 bứt phá tăng 40 bậc so với năm 2017, nằm trong top 4 cả nước, xếp thứ nhất khu vực Bắc

Trung Bộ và là vị trí cao nhất từ trước đến nay của tỉnh. So với năm 2016, chỉ số PAPI năm 2021 tăng 21 bậc, xếp thứ 15 cả nước.



Nguồn: Tổng hợp từ <https://papi.org.vn/>

Mặc dù có sự cải thiện thứ hạng đáng kể so với năm 2016 nhưng so với năm 2018 và duy trì khá tốt trong 2 năm giai đoạn Covid-19 (2020, 2021), điểm chỉ số thành phần PAPI của Nghệ An lại có xu hướng giảm xuống; trừ Kiểm soát tham nhũng khu vực công (điểm số tăng) và Quản trị môi trường (xếp loại tăng). Nghệ An vẫn cần phải cải thiện nhiều về Tham gia của người dân ở cấp cơ sở; Công khai, minh bạch và Cung ứng dịch vụ công (cả điểm số và xếp loại của các chỉ số này đều giảm đáng kể).

3. Kết luận và giải pháp

3.1. Kết luận

Môi trường đầu tư kinh doanh của Nghệ An đã có chuyển biến tích cực từ năm 2016-2021 qua các chỉ số nhưng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu. các chỉ số phản ánh môi trường đầu tư kinh doanh PCI, PAR Index, PAPI từng bước được cải thiện nhưng chưa có sự đột phá; chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin (ICT index) còn thấp; cải cách hành chính chưa thực sự rõ nét; doanh nghiệp, nhà đầu tư vẫn gặp khó khăn trong thực hiện các thủ tục đầu tư, tiếp cận đất đai và triển khai thực hiện dự án; hạ tầng, nguồn nhân lực phục vụ thu hút đầu tư còn hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu;...

Nguyên nhân của thực trạng trên bao gồm cả nguyên nhân chủ quan và khách quan. Về nguyên nhân khách quan, tỉnh là một trong những địa phương có nhiều địa bàn miền núi, điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn và đặc biệt khó khăn, hạ tầng thiếu đồng bộ, lại nằm xa cực tăng trưởng khu vực miền Bắc và miền Trung; quy định về hành lang pháp lý, thủ tục đầu tư còn chưa rõ ràng và nguồn lực của tỉnh còn hạn chế nên chưa đáp ứng được các nhu cầu đang đề ra. Về nguyên nhân chủ quan, nhận thức và tư duy về môi trường đầu tư của nhiều đối tượng vẫn chưa được đầy đủ và theo kịp yêu cầu của phát triển. Công tác chỉ đạo và điều hành ở cấp tỉnh mặc dù rất quyết liệt và linh hoạt, song việc thực thi ở

cấp sở/ngành, cấp huyện/thị vẫn chưa được triển khai và thực hiện tốt, chưa đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp/nhà đầu tư; vẫn còn khoảng cách giữa quan điểm lãnh đạo, chỉ đạo với việc tổ chức thực hiện trong thực tế. Công tác phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước trong giải quyết thủ tục hành chính và tháo gỡ khó khăn cho nhà đầu tư chưa tốt, vẫn còn tư tưởng đùn đẩy trách nhiệm trong thực thi công vụ; sự tham gia phối hợp của các cơ quan với cơ quan chủ trì thiếu chặt chẽ; Ứng dụng công nghệ thông tin, dịch vụ công trong giải quyết các thủ tục hành chính (TTHC) của một số sở, ngành, địa phương chưa được thực hiện triệt để (UBND tỉnh Nghệ An, 2022).

3.2. Một số giải pháp cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh ở Nghệ An

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, ảnh hưởng mạnh mẽ của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và những khó khăn khi dịch bệnh Covid-19 vẫn còn nhiều nguy cơ tiềm ẩn và thực trạng chung môi trường đầu tư của Nghệ An qua các chỉ số, trong thời gian tới, để cải thiện môi trường đầu tư, tỉnh cần thực hiện nhiều giải pháp cụ thể:

Thứ nhất, tiếp tục thực hiện quyết liệt, hiệu quả các biện pháp phòng, chống dịch Covid-19 với tinh thần đặt sức khỏe, tính mạng người dân lên trên hết, trước hết. Thực hiện tốt phương châm thích ứng an toàn, linh hoạt, hiệu quả, vừa ngăn chặn, kiểm soát sự lây lan của dịch Covid-19, vừa phục hồi và phát triển kinh tế – xã hội.

Thứ hai, tiếp tục tăng cường, đổi mới công tác chỉ đạo điều hành. Tích cực rà soát các quy chế nội bộ, quy trình thủ tục về đầu tư tại các sở, ngành, địa phương đảm bảo đúng thời gian theo quy định của pháp luật. Tăng cường kỷ cương, kỷ luật hành chính; đẩy mạnh kiểm tra, giám sát đối với việc thực thi công vụ của cán bộ, công chức. Duy trì, đổi mới và nâng cao chất lượng, hiệu quả các hội nghị gặp gỡ, đối thoại giữa lãnh đạo tỉnh, các sở, ngành, địa phương với Hiệp hội, các hội doanh nghiệp, doanh nhân nhằm tháo gỡ kịp thời, hiệu quả những khó khăn, vướng mắc của nhà đầu tư và doanh nghiệp.

Thứ ba, tiếp tục đẩy mạnh cải cách hành chính.

- Xây dựng kế hoạch CCHC theo hướng có trọng tâm, đi vào thiết thực, hiệu quả.

- Tiếp tục rà soát, cắt giảm, đơn giản hóa TTHC, bãi bỏ các TTHC không phù hợp. Công khai đầy đủ, kịp thời, đúng quy định, quy trình xử lý các TTHC để doanh nghiệp, nhà đầu tư có thể kiểm soát tiến độ thực hiện, vướng mắc phát sinh và trách nhiệm giải quyết. Thường xuyên kiểm tra, rà soát để đảm bảo việc công khai đầy đủ, kịp thời, đúng quy định tại Trung tâm phục vụ hành chính công và bộ phận tiếp nhận và trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính của các cấp.

- Tập trung xây dựng, phát triển chính quyền điện tử, chính quyền số nhằm đổi mới, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước. Triển khai thực hiện Kế hoạch số 782/KH-UBND ngày 16/12/2021 của UBND tỉnh về thực hiện chuyển đổi số Ipv6 cho cơ quan nhà nước tỉnh Nghệ An giai đoạn 2022-2025; đẩy nhanh tiến trình xây dựng Chính quyền điện tử. Tăng số lượng TTHC đủ điều kiện được đưa vào cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 3, mức độ 4 tại các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thành phố, thị xã và Trung tâm Phục vụ hành chính công. Cải tiến chất lượng dịch vụ công mức độ 3, 4 đang áp dụng. Tích hợp TTHC lên Cổng dịch vụ công quốc gia theo lộ trình; đẩy mạnh phương thức tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu chính công ích.

- Nâng cao hiệu quả phối hợp giữa các cơ quan ngành dọc và cơ quan chuyên môn trong giải quyết TTHC cho nhà đầu tư. Triển khai phần mềm quản lý dự án đầu tư trên địa bàn toàn tỉnh; Triển khai phần mềm thực hiện TTHC liên thông tới cấp xã đối với lĩnh vực đất đai; quan tâm trang bị đầy đủ điều kiện vật chất, trang thiết bị, công nghệ hỗ trợ để nâng cao hiệu quả hoạt động của Trung tâm Phục vụ hành chính công tỉnh, Bộ phận một cửa cấp huyện, xã.

- Tập trung nâng cao chất lượng đội ngũ quản lý nhà nước làm việc tại Trung tâm Phục vụ hành chính công; bộ phận một cửa các cấp/.

Tài liệu tham khảo

Bộ Nội vụ (2021, 2020, 2019, 2018, 2017). Báo cáo Chỉ số cải cách hành chính năm 2020, 2019, 2018, 2017, 2016 của các bộ, cơ quan ngang bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

CECODES, VFF-CRT, RTA & UNDP (2022). Chỉ số Hiệu quả Quản trị và Hành chính công cấp tỉnh ở Việt Nam (PAPI) 2021: Đo lường từ kinh nghiệm thực tiễn của người dân. Báo cáo nghiên cứu chính sách chung của Trung tâm Nghiên cứu phát triển và Hỗ trợ cộng đồng (CECODES), Trung tâm Nghiên cứu khoa học và Đào tạo cán bộ Mặt trận Tổ quốc Việt Nam (VFF-CRT), Công ty Phân tích Thời gian thực (RTA) và Chương trình Phát triển Liên Hợp quốc (UNDP). Hà Nội, Việt Nam. <https://papi.org.vn/bao-cao/>

Thu Huyền (2022). Nghệ An: Bàn giải pháp cải thiện môi trường đầu tư, thu hút doanh nghiệp. <https://dbndnghean.vn/nghe-an-ban-giai-phap-cai-thien-moi-truong-dau-tu-thu-hut-doanh-nghiep-5524.htm>

VCCI, USAID (2022). Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam – Đánh giá chất lượng điều hành kinh tế để thúc đẩy phát triển doanh nghiệp. Hồ sơ 63 tỉnh, thành phố Việt Nam (Hồ sơ tỉnh PCI 2021).

Kế toán phòng ngừa rủi ro tiếp cận dự phòng

Nguyễn Thị Minh Thu
Trường Đại học Mở - Địa Chất

Rủi ro hay các yếu tố không chắc chắn là những sự kiện không thể tránh khỏi, tồn tại và gắn liền với các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp (DN). Đối với cơ sở đo lường theo giá gốc, tuân thủ nguyên tắc thận trọng, để phòng ngừa rủi ro, kế toán (KT) doanh nghiệp sử dụng kỹ thuật trích lập dự phòng (DP). KT trích lập dự phòng tổn thất tài sản khi tài sản bị giảm giá trên thị trường, các khoản công nợ khó thu hồi, các khoản đầu tư tài chính bị tổn thất... Tác giả sử dụng phương pháp phân tích và tổng hợp để làm rõ mối quan hệ giữa phòng ngừa rủi ro và kế toán dự phòng tổn thất tài sản trong doanh nghiệp.

1. Mở đầu

Khi rủi ro xảy ra như giá trị hàng tồn kho bị suy giảm, nợ phải thu không thu hồi được, khoản đầu tư tài chính bị thua lỗ... thì DN phải chịu thiệt hại, thiệt hại này gọi là tổn thất tài sản. Để đảm bảo nguyên tắc thận trọng khi công bố thông tin trên báo cáo tài chính (BCTC), trên cơ sở đo lường theo giá gốc, nếu có bằng chứng đáng tin cậy về tổn thất tài sản cũng như xác định giá trị khoản tổn thất tài sản, DN cần phải lập DP tổn thất tài sản. DP tổn thất tài sản là số tiền DN dự tính trước để đưa vào chi phí sản xuất kinh doanh phần giá trị bị giảm xuống thấp hơn giá trị đã ghi sổ kế toán của tài sản và nhằm bù đắp các khoản thiệt hại thực tế khi rủi ro xảy ra.

Theo Chuẩn mực KT Việt Nam - VAS 02 “Hàng tồn kho”, VAS 14 “Doanh thu và thu nhập khác”, để DP cho giá trị tài sản bị tổn thất trong tương lai, DN ghi nhận trước một khoản chi phí tại thời điểm lập BCTC. KT ghi tăng chi phí khi lập DP tổn thất tài sản bởi vì DP tổn thất tài sản bản chất là một khoản lỗ được nhận thấy trước. Việc lập DP tổn thất tài sản được chi phối bởi nguyên tắc thận trọng trong KT.

2. Rủi ro và nhận diện rủi ro trong kế toán

Rủi ro luôn tiềm tàng trong mỗi DN và với thuộc tính là sự kiện khó đoán trước. Nó được xem là sự không chắc chắn của một sự kiện khi xuất hiện có thể tác động tiêu cực đến việc đạt được mục tiêu kinh doanh.

DN nhận về tổn thất khi rủi ro xảy ra. Tổn thất là những thiệt hại, những ảnh hưởng tiêu cực về vật chất, tinh thần hoặc các mối quan hệ bị mất đi do rủi ro đem lại. Tổn thất được đo bằng phần lợi ích kinh tế bị mất đi khi rủi ro xảy ra. DN phải kiểm soát các khoản rủi ro này như thế nào? Theo khuôn mẫu về quản trị rủi ro của DN (The Casualty Actuarial Society (CAS), 2003), DN có 7 bước để quản trị rủi

ro, bao gồm: Thiết lập bối cảnh; Xác định rủi ro; Phân tích và định lượng rủi ro; Tích hợp rủi ro; Ưu tiên rủi ro; Xử lý rủi ro; Giám sát và đánh giá rủi ro. Từ đó DN có biện pháp đối phó với rủi ro bao gồm ngăn ngừa rủi ro, kiểm soát rủi ro, hạn chế rủi ro, lên kế hoạch DP nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Đồng thời dựa trên các thông tin về rủi ro, các DN có thể đưa ra các quyết định phù hợp, hiệu quả.

Về xác định rủi ro trong kế toán

Thứ nhất, hiện nay công tác KT được thực hiện dựa trên 2 cơ sở: cơ sở tiền và cơ sở dồn tích. Mỗi cơ sở có một nguyên tắc và quy định ghi sổ riêng. Trong Cơ sở tiền, tài sản, nợ phải trả, vốn chủ sở hữu, doanh thu, chi phí phải được ghi nhận tại thời điểm có thay đổi của tiền (tức là vào thời điểm thực thu tiền khi bán hàng và thực chi tiền khi mua hàng). Theo cơ sở này một giao dịch kinh doanh được xem là hoàn tất khi thực tế có tiền thu vào và chi ra. Do đó, trong quá trình xử lý thông tin KT, không có tài khoản phải thu, tài khoản phải trả.

Thứ hai, đối với đơn vị tiền tệ trong KT: giả định sự thay đổi sức mua của đồng tiền là không đáng kể và không ảnh hưởng đến thông tin KT thì việc lựa chọn đơn vị tiền tệ trong KT sẽ không gây thiệt hại cho DN. Tuy nhiên nền kinh tế có lạm phát, sức mua của đồng tiền bị thay đổi theo thời gian, đó là một vấn đề lớn tác động đến kết quả sản xuất kinh doanh của DN và từ đó tạo ra rủi ro trong công tác KT cho DN.

Thứ ba, đối với nguyên tắc hoạt động liên tục: Theo nguyên tắc này, DN được giả định hoạt động liên tục nếu nó tiếp tục hoạt động bình thường trong tương lai gần và không có ý định hoặc cần phải giải thể hoặc ngừng hoạt động. Khi sử dụng giả định hoạt động liên tục để lập và trình bày BCTC là phù hợp, tài sản và nợ phải trả được ghi nhận dựa trên cơ sở là đơn vị có thể thực hiện được giá trị tài sản

và thanh toán được các khoản nợ phải trả của mình trong điều kiện kinh doanh bình thường.

Về xử lý rủi ro

Xử lý rủi ro là bước quan trọng trong công tác quản trị rủi ro của DN, chuẩn bị nguồn lực tài chính cũng là nhiệm vụ quan trọng của DN khi xử lý rủi ro. Nếu lập kế hoạch xử lý rủi ro và thực hiện có hiệu quả sẽ giúp các DN giảm được những thiệt hại và ảnh hưởng tiêu cực đến DN. Trong phạm vi bài viết, tác giả tập trung vào phương pháp xử lý rủi ro thông qua trích lập DP.

Rủi ro mô tả những biến động trong dòng tiền ra của một DN, khi những yếu tố rủi ro thay đổi có khả năng làm phát sinh tăng khoản nợ phải trả ước tính. Do vậy mà cần thiết phải thực hiện những xét đoán trong điều kiện không chắc chắn để từ đó tài sản và thu nhập không bị thổi phồng, nợ phải trả và chi phí không bị giấu bớt. KT các khoản DP được xây dựng trên yêu cầu về tính thận trọng, nhằm đảm bảo chất lượng thông tin cung cấp trên BCTC. Do đó, công tác KT các khoản DP chính là việc đo lường, ghi nhận, xử lý và trình bày các yếu tố rủi ro mà DN có thể phải đối mặt trong quá trình hoạt động kinh doanh.

3. Thận trọng trong kế toán để phòng ngừa rủi ro

Theo Khung khái niệm 2018 (IASB, 2018), nguyên tắc thận trọng trong kế toán được tiếp cận theo hai cơ sở đo lường:

- Thận trọng theo cơ sở đo lường giá trị hiện tại

Thận trọng cho phép đo lường thông tin KT theo điều kiện thị trường tại ngày đo lường: cho phép đánh giá tài sản, nợ phải trả, vốn chủ sở hữu theo giá trị hiện tại: giá hiện hành (giá thay thế), giá trị sử dụng/giá trị thực hiện hoặc giá trị hợp lý. Do việc cập nhật, giá trị hiện tại của tài sản và nợ phải trả phản ánh những thay đổi kể từ ngày đo lường trước đó (khi ước tính dòng tiền và các yếu tố khác được tính đến trong giá trị hiện tại). Không giống như giá gốc, giá trị hiện tại của tài sản hoặc nợ phải trả không được tính từ giá của giao dịch hoặc sự kiện khác làm phát sinh tài sản hoặc nợ phải trả đó. Thận trọng trong trường hợp này cho phép KT sử dụng các mô hình định giá: mô hình giá hiện hành (hay còn gọi là giá thay thế); mô hình giá trị sử dụng/giá trị thực hiện; mô hình giá trị hợp lý.

Thứ nhất là mô hình giá trị hợp lý. Khi một tài sản được mua hay nợ phải trả xác lập trong một giao dịch trao đổi, giá giao dịch này là giá để mua tài sản hay giá nhận được từ việc thừa nhận một khoản phải trả (giá ghi sổ). Ngược lại, giá trị hợp lý của tài sản hay nợ phải trả là giá sẽ nhận được từ việc bán tài sản hay thanh toán nợ phải trả (giá đầu ra). DN

không cần thiết phải bán tài sản tại giá đã thanh toán để mua chúng, tương tự với nợ phải trả. KT theo giá trị hợp lý đảm bảo tính thích hợp, khách quan, trung thực, so sánh và hạn chế được rủi ro khi có biến động giá trên thị trường.

Thứ hai là mô hình giá trị sử dụng/giá trị thực hiện. Giá trị sử dụng là giá trị hiện tại của dòng tiền hoặc các lợi ích kinh tế khác mà đơn vị dự kiến thu được từ việc sử dụng hoặc thanh lý tài sản đó. Giá trị thực hiện là giá trị hiện tại của tiền mặt hoặc các nguồn lực kinh tế khác mà đơn vị dự kiến có nghĩa vụ chuyển giao khi thực hiện nghĩa vụ nợ. Vì chúng không thể được quan sát trực tiếp nên chúng được xác định bằng cách sử dụng các kỹ thuật đo lường dựa trên dòng tiền.

Thứ ba, mô hình giá hiện hành chủ yếu đề cập đến việc điều chỉnh và ghi nhận biến động giá hiện hành của tài sản, nợ phải trả. Theo mô hình này, các tài sản và nợ phải trả được ghi nhận ban đầu theo giá gốc. Sau ghi nhận ban đầu, tài sản và nợ phải trả được đánh giá lại theo giá hiện hành. Giá hiện hành của một tài sản là giá của một tài sản tương đương tại ngày đo lường, bao gồm số tiền sẽ được thanh toán tại ngày đo lường cộng với chi phí giao dịch sẽ phát sinh tại ngày đó. Giá hiện hành của một khoản nợ phải trả là số tiền sẽ nhận được cho một khoản nợ tương đương tại ngày xác định trừ đi chi phí giao dịch sẽ phát sinh vào ngày đó.

Nghiên cứu các dấu hiệu cho thấy, có thể xảy ra sự khác biệt giữa giá trị còn lại của tài sản khác biệt trọng yếu so với giá trị hiện tại, cụ thể như: Sự thay đổi công nghệ, môi trường kinh tế và pháp lý của tài sản, chỉ số giá liên quan đến tài sản thay đổi thường xuyên, dấu hiệu hư hỏng lỗi thời của tài sản.... thì cần phải đánh giá lại giá trị tài sản. Mô hình giá trị hiện tại đòi hỏi nhà quản lý phải áp dụng cho từng loại tài sản. Mô hình giá trị hiện tại có ưu điểm là đảm bảo tài sản được phản ánh trên BCTC theo mức giá phù hợp với mức giá kỳ vọng chung của thị trường. Như vậy, khi tài sản, nợ phải trả, vốn chủ sở hữu được đánh giá theo giá trị hiện tại thì trong hầu hết các trường hợp, thông tin KT thu nhận được sẽ không còn rủi ro nữa.

- Thận trọng theo cơ sở đo lường giá gốc

Các biện pháp đo lường giá gốc cung cấp thông tin về các yếu tố bắt nguồn từ giá lịch sử của giao dịch hoặc sự kiện làm phát sinh khoản mục đang được xem xét đo lường. Vì vậy, đối với một tài sản, đây sẽ là chi phí phát sinh trong quá trình mua hoặc tạo ra tài sản đó. Đối với một khoản nợ, đây sẽ là giá trị của số tiền nhận được khi phải chịu hoặc nhận trách nhiệm pháp lý đó. KT giá gốc dựa trên giá mua vào quá khứ để ghi nhận các giao dịch và lập BCTC.

KT giá gốc ghi nhận theo giao dịch thực tế xảy ra. Giá gốc được xác định tại thời điểm các đối tượng KT được ghi nhận và được xác định cụ thể phù hợp với sự hình thành từng đối tượng KT. Sau ghi nhận ban đầu, giá gốc vẫn được duy trì mà không được điều chỉnh theo diễn biến của thị trường.

Thận trọng trong đo lường theo giá gốc là việc xem xét, cân nhắc, phán đoán cần thiết để lập các ước tính KT trong điều kiện không chắc chắn. Thận trọng trong trường hợp này chính là sử dụng kỹ thuật KT DP. Tài sản và nợ phải trả được ghi nhận ban đầu theo giá gốc. Sau thời điểm ghi nhận ban đầu tài sản và nợ phải trả vẫn được trình bày theo giá gốc. Hệ quả của việc ghi nhận theo giá gốc là trong quá trình nắm giữ tài sản và nợ phải trả, không ghi nhận sự biến động về giá thị trường, giá trị hợp lý,.... Giá gốc của cả tài sản và nợ phải trả sẽ được cập nhật theo thời gian để mô tả. Ví dụ, mọi hoạt động tiêu thụ tài sản hoặc thực hiện nghĩa vụ pháp lý hoặc tác động của bất kỳ sự kiện nào khiến tài sản bị suy giảm hoặc trách nhiệm pháp lý trở nên nghiêm trọng. Như vậy, tiếp cận theo mô hình giá gốc, nguyên tắc thận trọng cho phép DN lập DP để đảm bảo tính trung thực và hợp lý của các thông tin về tài sản và nợ phải trả trên BCTC, đây chính là cơ sở để ghi nhận trong KT các khoản DP. Trích lập DP còn thể hiện ở việc ghi nhận một khoản DP tương ứng với khoản tổn thất hoặc nghĩa vụ pháp lý vì nó chắc chắn sẽ làm giảm sút các lợi ích kinh tế trong tương lai của DN. Do đó, các khoản DP chỉ tồn tại khi KT tuân thủ nguyên tắc thận trọng trong mô hình đo lường theo giá gốc.

Như vậy, khi có dấu hiệu của các khoản rủi ro trong việc kinh doanh hoặc các nghĩa vụ thanh toán theo cam kết của DN, KT sẽ thực hiện việc trích lập DP để đảm bảo nguyên tắc KT thận trọng trong mô hình đo lường theo giá gốc.

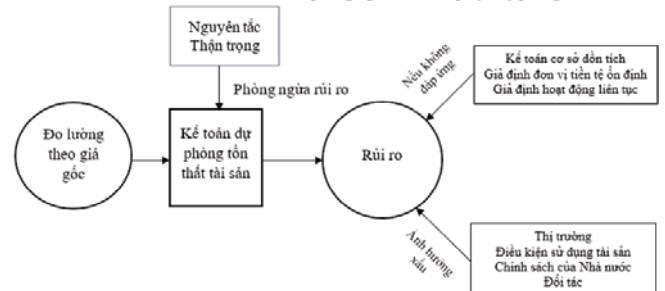
4. Kế toán phòng ngừa rủi ro tiếp cận Dự phòng

Tiếp cận đơn vị tiền tệ ổn định, KT sử dụng giá gốc để đo lường. Để làm tiền đề cho việc sử dụng giá gốc, đơn vị tiền tệ được giả định là có giá trị ổn định. Điều này có nghĩa là giả định yếu tố lạm phát và yếu tố lãi suất trong nền kinh tế không làm ảnh hưởng trọng yếu đến việc sử dụng thông tin KT. Giả định này đảm bảo thông tin KT trên cơ sở giá gốc vẫn phản ánh hợp lý tình hình tài chính và kết quả kinh doanh của DN, không có sự khác biệt lớn so với các cơ sở tính giá khác.

Khi đó, theo nguyên tắc thận trọng, KT sẽ luôn ưu tiên lựa chọn các chính sách và phương pháp KT để trong tương lai vốn chủ sở hữu ít bị ảnh hưởng nhất.

Hay nói cách khác, KT luôn phải xét đoán thận trọng để tài sản và thu nhập không bị thổi phồng. Một trong những sự vận dụng của nguyên tắc thận trọng trong trường hợp này là việc phải trích lập DP tổn thất tài sản. DP tổn thất tài sản được ghi nhận khi thỏa mãn các điều kiện sau: Giá trị thuần có thể thực hiện được của tài sản nhỏ hơn giá gốc trên sổ KT; Có bằng chứng về khả năng khó có thể thu hồi được của tài sản; Ước tính được một cách đáng tin cậy phần giá trị bị tổn thất của tài sản.

Hình 1. Sơ đồ kế toán phòng ngừa rủi ro tiếp cận dự phòng



KT sử dụng giá gốc để đo lường các đối tượng KT tuy nhiên khi có điều kiện không chắc chắn (rủi ro có thể xảy ra), KT sẽ cân nhắc và phán đoán để lập các ước tính KT là các khoản DP tổn thất tài sản để phòng ngừa rủi ro.

5. Kết luận

Như vậy, trong DN luôn tồn tại rủi ro trong quá trình sản xuất kinh doanh. Theo nguyên tắc thận trọng trong KT, khi KT sử dụng giá gốc để đo lường, để đảm bảo tài sản không bị thổi phồng và DN có nguồn tài chính nhất định để xử lý khi tài sản bị giảm giá, khoản công nợ phải thu khó thu hồi thì DN sẽ trích lập DP tổn thất tài sản. Đây là kỹ thuật để KT phòng ngừa rủi ro một cách có hiệu quả cho DN./

Tài liệu tham khảo

Bộ Tài chính Việt Nam, Chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) số 02 – Hàng tồn kho, Quyết định số 149/2001/QĐ-BTC ngày 31 tháng 12 năm 2001.

Bộ Tài chính Việt Nam, Chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) số 14 – Doanh thu và Thu nhập khác, Quyết định số 149/2001/QĐ-BTC ngày 31 tháng 12 năm 2001.

International Accounting Standards Board - IASB (2010), The Conceptual Framework.

International Accounting Standards Board - IASB (2018), The Conceptual Framework for Financial Reporting.

The Casualty Actuarial Society – CAS (2003), The Framework for Enterprise Risk Management.

Giải pháp ngăn ngừa chuyển đổi việc sử dụng dịch vụ ngân hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

Dương Thuý Hà

Viện Ngân hàng- Tài chính; Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Bài viết phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi chuyển đổi của khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam thông qua việc khảo sát thu thập dữ liệu từ 400 khách hàng có tài khoản ngân hàng tại các ngân hàng khác nhau của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cũng sẽ giúp nâng cao hiểu biết về mức độ ảnh hưởng của giá cả, uy tín, chất lượng dịch vụ, cạnh tranh quảng cáo hiệu quả, chuyển đổi không tự nguyện, khoảng cách và chi phí chuyển đổi ảnh hưởng đến hành vi chuyển đổi của khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Nghiên cứu sẽ xác định những yếu tố quan trọng nhất và ít quan trọng nhất ảnh hưởng đến hành vi chuyển đổi của khách hàng đồng thời xác định mức độ ảnh hưởng của đặc điểm nhân khẩu học đến hành vi chuyển đổi của khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

1. Mở đầu

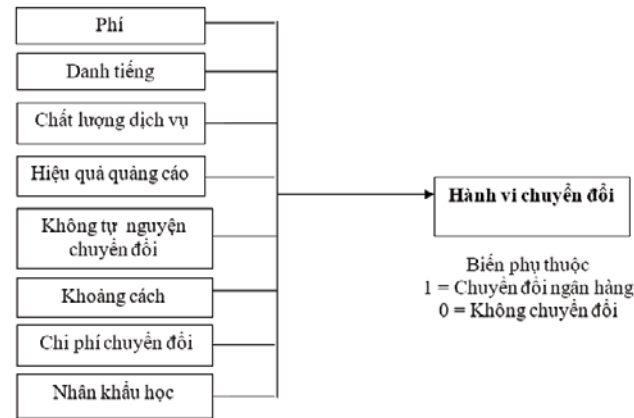
Việt Nam là một nước đang phát triển, có nền kinh tế năng động và thu nhập bình quân ngày càng tăng. Do mật độ dân số trẻ và thu nhập ở quốc gia này cao hơn nên nhu cầu mua sắm và tiêu dùng nói chung và dịch vụ tài chính cá nhân nói riêng nhằm cải thiện điều kiện sống ngày càng tăng. Xuất phát từ những tiềm năng đó, phát triển dịch vụ tài chính cá nhân đã trở thành một trong những chiến lược quan trọng của các ngân hàng thương mại. Đây là hướng đi phù hợp, giúp các ngân hàng thương mại quảng bá thương hiệu, gia tăng thị phần và đa dạng hóa sản phẩm. Nhờ đó, họ có thể nâng cao khả năng cạnh tranh, tăng doanh thu, mở rộng thị trường và đẩy mạnh quá trình phát triển.

Trong thế giới ngày nay, sự phát triển của công nghệ mới trong dịch vụ tài chính đã tác động không nhỏ đến hành vi của khách hàng. Khi họ có thể mua hầu hết các dịch vụ tài chính giống như các ngân hàng bán lẻ cung cấp, khách hàng dường như thay đổi hành vi ngân hàng của mình. Hầu hết khách hàng sẽ không chủ động chia sẻ với ngân hàng sự không hài lòng của họ về chất lượng dịch vụ. Trong trường hợp này, họ thường rời khỏi ngân hàng và không bao giờ quay lại nếu nhân viên không quan tâm cũng như không hỏi thăm về chất lượng dịch vụ được cung cấp. Hiện nay, hệ thống ngân hàng Việt Nam nói chung và các ngân hàng thương mại nói riêng đang phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt về dịch vụ. Dưới góc nhìn của các ngân hàng nước ngoài, Việt Nam được đánh giá là thị trường tiềm năng. Điều này có thể được giải thích là do khách hàng không hài lòng và các dịch vụ ngân hàng quan trọng còn hạn chế. Vì vậy, điều cần thiết là các ngân hàng Việt Nam phải hiểu rõ các yếu tố quan trọng

ảnh hưởng đến hành vi chuyển đổi của khách hàng. Xuất phát từ những thực tế nêu trên, tác giả quyết định tìm hiểu “Nghiên cứu chuyển đổi dịch vụ ngân hàng của khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại ở Việt Nam”

2. Mô hình và các giả thiết nghiên cứu

2.1. Mô hình



2.2. Các định nghĩa

Định nghĩa các yếu tố của mô hình:

Phí được coi là phí cơ hội để có được sản phẩm hoặc dịch vụ (Zeithaml, 1998). Nhận thức về phí thường gắn liền với concept về tiền tệ và phi tiền tệ (Chen, Gupta và Rom, 1994)

Danh tiếng được mô tả là sự thừa nhận của xã hội và là một loại tài sản vô hình có thể góp phần to lớn vào hiệu quả và sự tồn tại của công ty Rao(1994).

Chất lượng dịch vụ phần lớn là vô hình và đi kèm với sự xuất hiện của sản xuất và tiêu dùng, thể hiện sự tương tác giữa người mua và người bán thông qua việc cung cấp dịch vụ Gronroos(1988)

Tính cạnh tranh của quảng cáo hiệu quả: Theo lý thuyết của Cengiz et al. (2007), quảng cáo nhằm vào các hoạt động nhằm tăng doanh thu hoặc quảng bá hình ảnh của dịch vụ và hình ảnh của tổ chức hoặc doanh nghiệp tài chính.

Chi phí cơ hội của việc chuyển đổi không tự nguyện: Keaveney (1995) mô tả việc kiểm soát khách hàng và nhà cung cấp là yếu tố dẫn đến chuyển đổi không tự nguyện. Khách hàng có thể vô tình thay đổi quyết định của mình như chuyển nhà, thay đổi công việc hoặc đóng cửa chi nhánh tại khu vực của khách hàng.

Sự thuận lợi về vị trí địa lý là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến đánh giá của khách hàng về hiệu quả kinh doanh Levesque và McDougall, (1996). Chi phí chuyển đổi là thuật ngữ mô tả một trong số các loại chi phí khác, bao gồm chi phí tài chính và phi tài chính phát sinh trong trường hợp thay đổi nhà cung cấp dịch vụ Matthews và Murray (2007).

Đặc điểm nhân khẩu học của khách hàng: Theo Block và cộng sự. (1976), những đặc điểm này được coi là nền tảng để hiểu được đặc điểm và hành vi của khách hàng ở các phân khúc thị trường khác nhau.

Phương pháp lấy mẫu: Dữ liệu được thu thập bằng bảng câu hỏi khảo sát phát tới 400 khách hàng trong giai đoạn tháng 6 năm 2023. Các phương pháp được sử dụng: Phân tích nhân tố và phân tích hồi quy logistic

3. Kết quả

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
X1	Between Groups	49,025	1	49,025	56,548	,000
	Within Groups	312,975	361	,867		
	Total	362,000	362			
X3	Between Groups	4,709	1	4,709	4,758	,030
	Within Groups	357,291	361	,990		
	Total	362,000	362			
X4	Between Groups	15,282	1	15,282	15,912	,000
	Within Groups	346,718	361	,960		
	Total	362,000	362			
X5	Between Groups	26,886	1	26,886	28,963	,000
	Within Groups	335,114	361	,928		
	Total	362,000	362			

- Có mối quan hệ ngược giữa cạnh tranh quảng cáo không hiệu quả và hành vi chuyển đổi ngân hàng của khách hàng.

- Có mối quan hệ ngược giữa chất lượng dịch vụ và hành vi chuyển đổi ngân hàng của khách hàng.

- Có mối quan hệ ngược giữa nhận thức thuận lợi về khoảng cách và hành vi chuyển đổi ngân hàng của khách hàng.

- Có mối quan hệ ngược giữa chi phí chuyển đổi cao và hành vi chuyển đổi ngân hàng của khách hàng.

4. Giải pháp và kiến nghị

Hiện nay NHNN vẫn đóng vai trò lãnh đạo trong các hoạt động của ngân hàng. Để dịch vụ khách hàng cá nhân của các NHTM khác phát triển cho phù hợp với xu thế chung của thế giới thì NHNN cần thực hiện một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, hoàn thiện khung pháp lý Dịch vụ khách hàng cá nhân là một lĩnh vực mới, còn đang trong quá trình phát triển nên chưa có một văn bản pháp luật cụ thể để điều chỉnh. NHNN cần xúc tiến ngay việc đưa ra các chính sách, cơ chế hoạt động cụ thể để các NHTM thực hiện. Các pháp lệnh đưa ra về dịch vụ khách hàng cá nhân phải đảm bảo được sự chặt chẽ, thống nhất với những văn bản pháp luật đã có trước đây, phù hợp với tập quán kinh doanh của Việt Nam cũng như phải phù hợp với các chuẩn mực quốc tế để tránh tình trạng lách luật của các ngân hàng nhỏ, đảm bảo môi trường hoạt động lành mạnh, an toàn, hiệu quả cao cho một lĩnh vực dịch vụ mới. Bên cạnh đó, các văn bản cần hạn chế các yêu cầu, thủ tục với nhiều loại giấy tờ và quy trình xử lý nghiệp vụ phức tạp.

Xây dựng hệ thống pháp lý hoàn chỉnh cho hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử, thương mại điện tử phát triển, thành lập hệ thống cổng thông tin tài chính hiện đại, đảm bảo cho hệ thống ngân hàng hoạt động an toàn, hiệu quả.

Phát triển thị trường thẻ, phối hợp với các cơ quan truyền thông, báo chí để tuyên truyền quảng bá sâu rộng cho đến nhiều tầng lớp dân cư, tăng cường tính bảo mật cho các sản phẩm – dịch vụ ngân hàng điện tử, có sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngân hàng và hệ thống các cơ quan thuộc ngành tài chính: Kho bạc, Thuế, Hải quan... Hoàn thiện và phát triển hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng. Đây là hệ thống thanh toán nòng cốt của nền kinh tế trong giai đoạn công nghệ thông tin phát triển hiện nay. Mở rộng phạm vi thanh toán điện tử liên ngân hàng. Khi đó khả năng thanh toán trên toàn quốc sẽ nhanh hơn.

Phát triển thị trường thẻ, phối hợp với cơ quan truyền thông báo chí để tuyên truyền quảng bá sâu rộng cho đến nhiều tầng lớp dân cư. Xây dựng trung tâm chuyển mạch thẻ thống nhất, trong giai đoạn hiện nay để tránh thất thoát trong đầu tư cơ sở hạ tầng thẻ, NHNN đóng vai trò là cơ quan chủ quản nhanh chóng định hướng và phối hợp với liên minh thẻ và các NHTM xây dựng trung tâm chuyển mạch thẻ thống nhất, kết nối các hệ thống NHTM của các liên minh thẻ thành một hệ thống nhằm tăng khả năng tiện ích cho khách hàng sử dụng thẻ. NHNN không ngừng hoàn thiện cơ chế và chính sách điều hành, nâng cao hiệu quả của các công cụ quản lý, nhanh chóng trong việc cập nhật và ban hành các quy định chuẩn mực về những loại hình dịch vụ mới nhằm tạo điều kiện cho các NHTM có thể chủ động, linh hoạt triển khai ra thị trường, đáp ứng kịp thời

nhu cầu của khách hàng. Tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện quy định về các nghiệp vụ và DVNH mới. Khuyến khích các ngân hàng chú trọng phát triển hoạt động dịch vụ. Việc xác định mục tiêu đẩy mạnh phát triển mảng dịch vụ của các NHTM là hết sức cần thiết và phù hợp, bởi vì hoạt động dịch vụ phát triển sẽ góp phần nâng cao tính hiệu quả trong kinh doanh ngân hàng và thúc đẩy cải thiện năng lực cạnh tranh của từng ngân hàng để từ đó đảm bảo yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời DVNH phát triển sẽ đáp ứng tối đa những tiện ích cho khách hàng và cho nền kinh tế.

Thứ hai, Xây dựng danh mục sản phẩm dịch vụ dành cho khách hàng cá nhân Để làm được việc này, NHNN cần phối hợp với Tổng cục Thống kê xây dựng danh mục DVNH theo chuẩn mực quốc tế. Khi xây dựng danh mục dịch vụ này, NHNN cần chú trọng sự phù hợp với tình hình thực tế về nhu cầu phát triển, khả năng cung cấp dịch vụ của NHTM, tác động của triển khai dịch vụ đến ổn định kinh tế vĩ mô, khả năng giám sát của các cơ quan quản lý và lộ trình thực hiện cam kết quốc tế trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Ngoài ra, NHNN cần ban hành kèm theo những quy trình, quy chế hoạt động chung của ngân hàng cùng những hướng dẫn cụ thể để các ngân hàng có thể triển khai một cách thống nhất.

Thứ ba, ổn định thị trường và định hướng chính sách Với tư cách là cơ quan hoạch định chính sách, NHNN không chỉ xác định nguồn lực cần phân bổ để thúc đẩy sự tiếp cận dịch vụ tài chính mà cả đối tượng khách hàng, cách thức và thời điểm phân bổ; cho phép áp dụng mô hình kinh doanh tài chính mới với sự vào cuộc của những nhà cung cấp dịch vụ mới như Hợp thức hoá, luật hoá mô hình tài chính vi mô, tài chính tiêu dùng tại Việt Nam. Thay vì trực tiếp cung cấp dịch vụ tài chính, vai trò của NHNN là ổn định kinh tế vĩ mô, tạo ra các quy định về giám sát, đảm bảo cơ sở hạ tầng kỹ thuật và bảo vệ người sử dụng dịch vụ. Sớm ban hành và hoàn thiện các văn bản pháp quy về thanh toán và kế toán để đáp ứng nhu cầu của việc ứng dụng công nghệ mới để thay thế các văn bản cũ mà trước đây được xây dựng chủ yếu phục vụ cho các giao dịch thủ công với nhiều loại giấy tờ và quy trình xử lý nghiệp vụ phức tạp.

Thứ tư, tăng cường công tác thanh tra, giám sát hoạt động ngân hàng Hệ thống giám sát lành mạnh và tích cực là nhân tố tạo ra môi trường thuận lợi cho các DVNH phát triển. Một hệ thống tài chính hoạt động có hiệu quả và ổn định sẽ đảm bảo nhiều cơ hội cho việc phát triển, tiếp cận các dịch vụ tài chính ngân hàng có chất lượng cao với chi phí thấp. Hệ thống tài chính như thế chỉ tồn tại trong điều kiện có một hệ thống giám sát lành mạnh và tích cực. Hoạt động ngân hàng cũng không nằm ngoài phạm vi đó. Không những thế lĩnh vực ngân hàng còn là một lĩnh vực chứa đựng nhiều rủi ro, những vấn đề của hệ

thống ngân hàng có xu hướng gây hiệu ứng dây chuyền đến toàn bộ nền kinh tế. Khi hội nhập trong lĩnh vực ngân hàng càng sâu rộng, hoạt động ngân hàng ngày càng đa dạng và phức tạp đồng nghĩa với nhiều rủi ro phát sinh cho các TCTD cũng như cho toàn hệ thống ngân hàng. Cơ quan Thanh tra, giám sát sẽ là cơ quan thực hiện đầy đủ một chu trình gồm 4 khâu: Cấp phép; ban hành quy chế; thực hiện giám sát (giám sát từ xa và thanh tra tại chỗ); xử phạt và thu hồi giấy phép nhằm đảm bảo sự nhất quán và nâng cao hiệu lực của hoạt động giám sát. Điều này đã đánh dấu sự thay đổi lớn trong công tác thanh tra giám sát ngân hàng. Các hoạt động giám sát nếu được đẩy mạnh sẽ phát hiện sớm những nguyên nhân gây ra biến động bất lợi từ đó có biện pháp ngăn chặn, hạn chế những rủi ro đáng tiếc và vì thế góp phần bảo vệ cho nhà đầu tư cũng như người tiêu dùng – điều kiện cho các DVNH có thể phát triển. Để nâng cao hiệu quả công tác thanh tra giám sát đối với ngân hàng thì đổi mới phương pháp giám sát của NHNN phải được đưa vào thực hiện dần dần từng bước trước khi bắt đầu áp dụng một cách triệt để.

Thứ năm, NHNN cần tăng cường định hướng hoạt động NHTM trong nước NHNN chủ trì phối hợp với các Bộ, ngành liên quan xây dựng và trình Chính phủ ban hành các Nghị định của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt và thương mại điện tử. Thường xuyên xem xét, đánh giá thực trạng cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho chương trình áp dụng công nghệ trong thanh toán cũng như trong toàn hệ thống NHTM. Phối hợp với các tổ chức tài chính trên thế giới, nghiên cứu và học hỏi kinh nghiệm về kỹ thuật cũng như nghiệp vụ nhằm nâng cấp và cải thiện công nghệ, chất lượng dịch vụ ngân hàng bắt kịp xu hướng chung của thế giới./.

Tài liệu tham khảo

- Barney, J.B. (1991), "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, 17(1), pp.99-120.
- Beckett, A., Hewer, P., & Howcroft, B. (2000), "An exposition of consumer behaviour in the financial services industry", *The International Journal of Bank Marketing*, 18 (1), pp.15-26.
- Boote, J. (1998), "Towards a comprehensive taxonomy and model of consumer complaining behavior", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 11, pp.141-149
- Chakravarty, S., Feinberg, R., & Rhee, E. (2004), "Relationships and Individuals' bank switching behavior", *Journal of Economic Psychology*, 25, pp.501-27.

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo của Trường Đại học Công nghệ Đông Á

Nguyễn Đức Dương
Trường Đại học Công nghệ Đông Á

Bài viết nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo của trường Đại học Công nghệ Đông Á. Nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp điều tra thông qua bảng hỏi, thu thập dữ liệu sơ cấp và đưa vào mô hình hồi quy đa biến để phân tích và đánh giá. Kết quả nghiên cứu cho thấy có năm yếu tố ảnh hưởng tới mức độ hài lòng của sinh viên bao gồm: Giảng viên, cơ sở vật chất, chương trình đào tạo, yếu tố phi học thuật, danh tiếng. Trong các yếu tố này danh tiếng là nhân tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên, tiếp theo là nhóm nhân tố giảng viên, yếu tố phi học thuật và chương trình đào tạo, còn lại cơ sở vật chất tác động ít nhất. Nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo đại học.

1. Mở đầu

Chất lượng đào tạo luôn là vấn đề được các cơ sở giáo dục đặt lên hàng đầu, đặc biệt là giáo dục đào tạo đại học bởi nó có tác động trực tiếp đến nguồn nhân lực chất lượng cao của một quốc gia. Chất lượng dịch vụ đào tạo đại học trực tiếp ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm và thành công nghề nghiệp của sinh viên. Dịch vụ chất lượng đào tạo bậc đại học cũng cung cấp cho sinh viên một môi trường học tập thuận lợi, trang bị kiến thức và kỹ năng, thái độ cần thiết để sinh viên có thể khám phá ra tiềm năng của bản thân, sẵn sàng trở thành một thành viên cốt cán của đội ngũ nhân lực chất lượng cao, tham gia vào phục vụ đất nước. Có nhiều quan điểm và phương thức khác nhau để đánh giá chất lượng dịch vụ đào tạo của một trường đại học nhưng nhìn chung đều quy về một thang đo mục tiêu chính là làm hài lòng nhu cầu của khách hàng và đối tác, ở đây chúng tôi xin đề cập chủ yếu là đối tượng sinh viên. Hiểu được mối quan hệ giữa chất lượng của hệ thống đào tạo bậc đại học và sự hài lòng của sinh viên có thể giúp các cơ sở xác định các lĩnh vực cần cải thiện và chỉnh sửa hợp lý trong hệ thống các sản phẩm được đưa ra phục vụ sinh viên. Bằng cách thu thập phản hồi từ sinh viên và phân tích mức độ hài lòng của họ, các trường đại học có thể đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu để nâng cao chất lượng giáo dục và dịch vụ hỗ trợ. Nghiên cứu về chất lượng dịch vụ đào tạo giúp xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ đào tạo và đưa ra các giải pháp để cải thiện chất lượng dịch vụ đào tạo, giúp đảm

bảo rằng dịch vụ đào tạo của các cơ sở giáo dục cung cấp và đáp ứng được các yêu cầu và nhu cầu của sinh viên cũng như của thị trường lao động. Sự hài lòng của sinh viên đóng một vai trò quan trọng bởi sinh viên là một yếu tố đại diện cho sự thành công trong đào tạo của cơ sở giáo dục. Phân tích phản hồi của sinh viên và điều chỉnh chương trình giảng dạy, phương pháp giảng dạy và các dịch vụ hỗ trợ phù hợp với kỳ vọng của sinh viên sẽ thúc đẩy một môi trường học tập phong phú dẫn đến thành công cho cả hai phía. Vì vậy, chúng tôi thực hiện nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo bậc đại học trường Đại học Công nghệ Đông Á. Kết quả nghiên cứu về chất lượng dịch vụ đào tạo giúp cơ sở giáo dục có thông tin rõ hơn cho định hướng và điều chỉnh các dịch vụ đào tạo đang cung cấp từ đó giúp nâng cao mức độ hài lòng của sinh viên và đem lại lợi ích cho nhiều bên liên quan.

2. Mô hình nghiên cứu

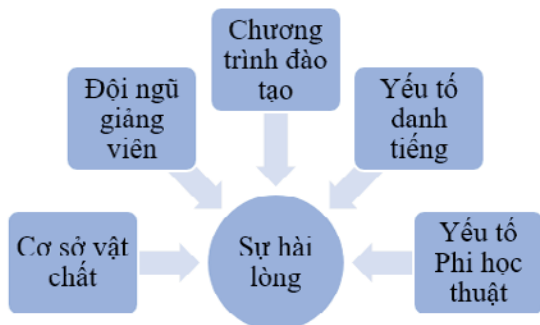
Dựa trên cơ sở về tổng quan nghiên cứu và thực tế khả năng nghiên cứu nhóm tác giả lựa chọn mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ đào tạo trường Đại học Công nghệ Đông Á gồm 5 nhóm nhân tố, mô hình hồi quy có dạng:

$$HL = \beta_0 + \beta_1*GV + \beta_2*CSVC + \beta_3*CTĐT + \beta_4*PHT + \beta_5*DT$$

trong đó: HL: Sự hài lòng; GV: Đội ngũ giảng viên (Yếu tố học thuật); CSVC: cơ sở vật chất; CTĐT:

chương trình đào tạo; PHT: Yếu tố phi học thuật ; DT: Yếu tố danh tiếng ; β_i : Hệ số hồi quy của các biến số (với $i=1\div5$).

Hình 1. Mô hình nghiên cứu thực tế



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp và xây dựng

Sau khi xây dựng mô hình, lập bảng khảo sát gồm 23 biến quan sát, mỗi biến được đánh giá theo thang đo likert từ 1 đến 5. Trong đó: 1= hoàn toàn không đồng ý/hoàn toàn không hài lòng, 2= không đồng ý/không hài lòng, 3=phân vân/bình thường, 4= đồng ý/hài lòng, 5= hoàn toàn đồng ý/hoàn toàn hài lòng. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp khảo sát điều tra qua bảng hỏi với 150 sinh viên của trường Đại học Công nghệ Đông Á. Sau khi thu thập được 150 mẫu, các dữ liệu được mã hóa, làm sạch và xử lý trên phần mềm IBM SPSS 23.0. Kiểm định chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha, Phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy bội với mức ý nghĩa thống kê 5%. Từ các bước trên xác định các nhóm nhân tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo trường. Kết quả phân tích này có thể làm cơ sở cho việc đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo từ đó nâng cao mức độ hài lòng của sinh viên. Đồng thời thực hiện các kiểm định T-test, phân tích ANOVA trong việc đánh giá sự hài lòng của các nhóm sinh viên khác nhau.

Giả thuyết nghiên cứu được đề xuất là:

H01: Đội ngũ giảng viên có chất lượng càng tốt thì mức độ hài lòng của sinh viên càng cao.

H02: Cơ sở vật chất càng tốt thì mức độ hài lòng của sinh viên càng cao.

H03: Chương trình đào tạo càng tốt và chuyên sâu thì mức độ hài lòng của sinh viên càng cao.

H04: Yếu tố phi học thuật tác động cùng chiều với mức độ hài lòng của sinh viên.

H05: Danh tiếng càng tốt thì mức độ hài lòng của sinh viên càng cao.

3. Kết quả nghiên cứu

Kiểm định chất lượng thang đo bằng hệ số

Cronbach Alpha

Hệ số Cronbach's Alpha phản ánh mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát trong cùng một nhân tố. Nó cho biết trong các biến quan sát của một nhân tố biến nào đóng góp vào việc đo lường khái niệm nhân tố, biến nào khác không. Yêu cầu để 1 thang đo được chấp nhận là loại bỏ các biến có hệ số tương quan so với biến tổng (corrected item- total correlation) nhỏ hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha của nhóm nhân tố nhỏ hơn 0,6 (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 9 trên cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các nhóm nhân tố đều lớn hơn 0.6. Như vậy mô hình vẫn giữ nguyên 5 thang đo với 22 biến quan sát đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Phương pháp phân tích nhân tố EFA dùng để rút gọn một tập k biến quan sát thành một tập F ($F < k$) các nhân tố có ý nghĩa hơn. Cơ sở của việc rút gọn này dựa vào mối quan hệ tuyến tính của các nhân tố với các biến quan sát.

Hệ số KMO=0.811 thỏa mãn điều kiện để phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế. Kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa thống kê Sig.=0,000<0,05 như vậy các biến quan sát trong thang đo đại diện có tương quan với nhau. Tần suất tích lũy (Cumulative) = 72,115 % có nghĩa là 5 nhân tố được trích giải thích được 72,115% biến thiên dữ liệu của 22 biến quan sát tham gia vào EFA.

Phân tích hồi quy đa biến

Với mức ý nghĩa Sig. < 0.01 của kiểm định F có thể thấy rằng mô hình hồi quy luôn luôn tồn tại với mức độ tin cậy 99%. Cột mức ý nghĩa thống kê (cột Sig.) ở Bảng 12 cho thấy các biến từ GV, CTĐT, PHT, DT đều có mức ý nghĩa thống kê <0,05, biến nhân tố CSVG có Sig. =0.295. Như vậy, tất cả các nhân tố trừ biến cơ sở vật chất là đều có tác động đáng kể đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ đào tạo trường Đại học Công nghệ Đông Á với độ tin cậy 95%. Các thành phần Chương trình đào tạo, Giảng viên, Yếu tố phi học thuật, Danh tiếng đều có ý nghĩa trong mô hình và tác động cùng chiều đến sự hài lòng của sinh viên. Qua kết quả phân tích hồi quy ta có phương trình hồi quy:

$$HL = 3.553 + DT*0.546 + GV* 0.198 + PHT *0.197 + CTDT* 0.183 + \varepsilon$$

Dựa vào bảng tóm tắt mô hình, hệ số R2 hiệu chỉnh là 0.648, như vậy các biến độc lập giải thích được 64,8% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Phần còn lại 35.2% được giải thích bởi các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Hệ số phóng đại phương

sai (VIF) đều nhỏ hơn 10, như vậy mô hình hồi quy không có hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số Durbin Watson ($1 < d = 2,379 < 3$), cho thấy mô hình hồi quy không có hiện tượng tự tương quan. Quan sát biểu đồ Histogram ta thấy mô hình hồi quy không có hiện tượng phương sai của sai số thay đổi vì phân bố của phần dư thuộc phân phối chuẩn.

Kết luận

Việc nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo tại trường Đại học Công nghệ Đông Á là cần thiết bởi sự cạnh tranh giữa các cơ sở giáo dục ngày càng cao và yếu tố sự hài lòng của sinh viên đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao uy tín cũng như vị thế của nhà trường. Bài nghiên cứu đã chỉ ra được 5 nhóm nhân tố ảnh hưởng chủ yếu đến sự hài lòng của sinh viên và dựa vào kết quả phân tích hồi quy đa biến rút ra được kết luận về sự ảnh hưởng của các yếu tố lần lượt là: Danh tiếng, Đội ngũ giảng viên, Yếu tố phi học thuật, chương trình đào tạo. Trong đó yếu tố Danh tiếng có tác động nhiều nhất đến sự hài lòng của sinh viên. Ngược lại, yếu tố cơ sở vật chất không giải thích được mức độ hài lòng của sinh viên.

Trên cơ sở các nhân tố ảnh hưởng, có thể thấy để nâng cao mức độ hài lòng của sinh viên cần tập trung nhất vào yếu tố Danh tiếng của nhà trường: Khuyến khích và hỗ trợ giảng viên và sinh viên tham gia vào hoạt động nghiên cứu và đóng góp tri thức. Các bài báo, sách và công trình nghiên cứu xuất sắc nâng cao uy tín của trường trong cộng đồng học thuật và tạo được sự tôn trọng từ cộng đồng xã hội. Xây dựng mối quan hệ đối tác mạnh mẽ với các doanh nghiệp và tổ chức trong cộng đồng. Các chương trình hợp tác, dự án nghiên cứu chung và cơ hội thực tập giúp sinh viên có cơ hội tiếp xúc với thực tế ngành nghề và giúp trường xây dựng danh tiếng là một trung tâm đào tạo có liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp. Tăng cường hoạt động quảng bá và tiếp thị để giới thiệu trường với công chúng. Sử dụng các phương tiện truyền thông, website, mạng xã hội, video, và sự kiện để nổi bật những ưu điểm và đặc điểm nổi bật của trường.

Thứ hai, bên cạnh yếu tố Danh tiếng thì chất lượng đội ngũ giảng viên của trường cũng chiếm phần trăm quan trọng, ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của sinh viên. Giảng viên cần liên tục điều chỉnh và cải tiến phương pháp giảng dạy phù hợp với đặc điểm và mục tiêu của mỗi môn học để có thể hướng dẫn và truyền đạt kiến thức hiệu quả nhất đến với sinh viên. Giảng viên nên nâng cao kiến thức của mình để có thể đưa ra các bài giảng sâu hơn, và tổ chức các hoạt động phù hợp để sinh viên tiếp thu kiến thức được dễ dàng hơn. Đồng thời, giảng viên

cũng chính là những người truyền động lực cho sinh viên không ngừng học hỏi, nghiên cứu và sáng tạo trong quá trình học tập. Bên cạnh đó, xây dựng mối quan hệ gần gũi và thân thiện với sinh viên, luôn sẵn sàng giải đáp và hỗ trợ những thắc mắc của sinh viên giúp giảng viên có thể tìm ra điểm mạnh và điểm yếu của từng sinh viên và hỗ trợ họ cải thiện chất lượng học tập.

Thứ ba là Yếu tố phi học thuật, Cung cấp các chương trình đào tạo và huấn luyện chuyên sâu để nâng cao kiến thức, kỹ năng và năng lực của các nhân viên hành chính. Đào tạo có thể bao gồm các khóa học về quản lý, kỹ năng giao tiếp, công nghệ thông tin, tiếng Anh chuyên ngành và các chủ đề liên quan khác. Đồng thời, cung cấp hỗ trợ và khuyến khích nhân viên hành chính phát triển cá nhân để nâng cao năng lực và khả năng làm việc của họ. Tạo cơ hội cho các nhân viên hành chính tiếp xúc và làm việc chung với giảng viên và sinh viên giúp các nhân viên hành chính hiểu rõ hơn nhu cầu và yêu cầu của cả hai nhóm này, từ đó nâng cao sự chuyên nghiệp và hiệu quả công việc.

Thứ tư là chương trình đào tạo, Ban lãnh đạo Nhà trường và Phòng Đào tạo cần phối hợp với các Khoa và Tổ bộ môn thường xuyên cập nhật các chương trình đào tạo mới, đặc biệt là tiếp cận những chương trình tiên tiến của các trường đại học ở nước ngoài. Xây dựng chương trình đào tạo phải đáp ứng đầy đủ yêu cầu của người học, đồng thời phù hợp với thị trường lao động và nhu cầu của xã hội, yêu cầu thực tế của các doanh nghiệp./.

Tài liệu tham khảo

Bruce Mwiya et al. (2017) The relationship between the quality of higher education and student satisfaction in the context of public schools in Zambia.

Abu Rashed Osman¹, Ruswiati Surya Saputra and Jashodhan Saha (2017), Determinants of student satisfaction in the context of higher education: A complete structural equation modeling approach.

Abili, K., Thani, F. N., and Afarinandehbin, M (2012), Measuring university service quality by servqual method at the international branch of Amirkabir University.

Yuyun Elizabeth Patras and Rais Hidayat (2020), The impact of student satisfaction on the quality of private university lecturer services at Universitas Pakuan.

Ao Thu Hoài và cộng sự (2020), Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đào tạo ngành quản trị kinh doanh của trường Đại học Tài chính-Marketing đến sự hài lòng của sinh viên khoa Quản trị kinh doanh.

Phát triển bền vững du lịch văn hóa: Nghiên cứu tại Lễ hội đền Lộng Khê

Nguyễn Thị Bích Ngọc
Khoa Du lịch, Trường Ngoại Ngữ - Du lịch

Thực tế cho thấy, lễ hội dân gian đang bị khai thác tràn lan, chưa mang lại hiệu quả kinh tế - xã hội như mong muốn, trong đó có du lịch. Trên cơ sở tiếp thu từ kinh nghiệm tổ chức lễ hội, hy vọng ngành du lịch Việt Nam khai thác được nguồn lực để phát triển và cạnh tranh với các nước trong khu vực và trên thế giới. Lễ hội đền Lộng Khê xã An Khê, huyện Quỳnh Phụ tỉnh Thái Bình là nơi gửi gắm cuộc sống ấm no, hạnh phúc, góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, khôi phục và phát huy giá trị văn hóa phi vật thể thông qua điệu múa Bát Dật. Đây là tài sản vô giá, là đặc sản mà chỉ Lộng Khê mới có.

1. Mở đầu

Việt Nam là đất nước có nền văn hóa đa dạng, độc đáo với khoảng 8.000 lễ hội. Lễ hội là sinh hoạt văn hóa dân gian mang tính cộng đồng được tổ chức ở khắp mọi miền đất nước. Trong lễ hội làng của người Việt xưa, việc quản lý lễ hội đều do hội đồng quan viên, cai đám và thủ từ quản lý. Hội đồng quan viên là những người được dân làng cử ra để lo việc thờ cúng thần linh, tổ chức lễ hội. Cai đám là người đứng đầu hàng quan viên có nhiệm vụ chủ tế, “sự thần” (nghĩa vụ làm các công việc với thần linh) với tiêu chuẩn lựa chọn rất khắt khe. Cai đám và hội đồng quan viên phân công người đại diện các giáp, các phe, nhóm, dòng họ thực thi các nhiệm vụ tổ chức lễ hội. Việc đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo về văn hóa Lễ hội nghiên cứu về lễ hội truyền thống làng Lộng Khê là rất cấp thiết và quan trọng.

2. Khái quát về các lễ hội truyền thống của Việt Nam

Trong các loại hình du lịch, du lịch lễ hội, trong đó có các lễ hội truyền thống địa phương, luôn được du khách, đặc biệt khách du lịch là người nước ngoài ưa thích và chọn lựa. Ở Việt Nam, theo thống kê hiện nay quanh năm đều có lễ hội, khắp các vùng miền đều có lễ hội, đã có rất nhiều lễ hội cổ truyền và lại thêm không ít các lễ hội mới. Ngành văn hóa đã đưa ra một thống kê sơ sơ như sau: Hiện cả nước có gần 9000 lễ hội, trong đó có khoảng 7000 lễ hội dân gian truyền thống, gần 1400 lễ hội tôn giáo, hơn 400 lễ hội lịch sử, cách mạng,... và ngoài ra còn khoảng gần 30 lễ hội du nhập từ nước ngoài vào.

Như chúng ta đều biết, không kể các lễ hội tôn giáo, mỗi lễ hội cổ truyền cũng như lễ hội lịch sử, cách mạng đều được hình thành trong quá trình lịch

sử hàng ngàn năm đấu tranh dựng nước và giữ nước của dân tộc. Mỗi lễ hội đều có nét tiêu biểu riêng và chứa đựng trong đó nhiều giá trị văn hóa cao đẹp, đậm đà bản sắc Việt. Mỗi lễ hội đều hướng tới một nhân vật (hoặc một tập thể nhân vật) được coi là linh thiêng, cần được tôn kính, ghi ơn, và phải được các đời sau tưởng nhớ, cúng giỗ chân thành. Đó là các anh hùng dân tộc trong chống ngoại xâm, là các danh nhân văn hóa, là những người có công lao to lớn đối với việc xây dựng đất nước, phát triển kinh tế - xã hội ở từng địa phương cũng như với cả nước, là những người có công truyền nghề, chống thiên tai, khai phá đất hoang mở đất, lập làng ấp mới, là những người hy sinh vì nghĩa lớn, là những người giàu lòng nhân ái trong hoạt động cứu trợ đồng bào,... Lễ hội chính là thái độ thể hiện lòng tôn vinh của người đời sau đối với công lao và đức độ của các đối tượng đáng kính nói trên. Do vậy mà lễ hội được coi là nhịp cầu nối quá khứ với hiện tại, là một trong những môi trường giáo dục truyền thống và văn hóa dân tộc rất tốt cho lớp trẻ, là một nhu cầu tinh thần chính đáng của mọi người, cần được trân trọng.

Xét đại thể thì lễ hội về cơ bản là một hiện tượng văn hóa đẹp, lành mạnh, cần được khai thác những yếu tố tích cực để phát huy, làm cho đời sống tinh thần của xã hội thêm phong phú, góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển tiến bộ. Từ ngày đất nước đổi mới đến nay, nhiều giá trị văn hóa truyền thống đã được phục hồi, tôn vinh và nâng cấp, trong đó đáng chú ý là các lễ hội.

3. Lễ hội làng Lộng Khê

Làng Lộng Khê - xã An Khê, huyện Quỳnh Phụ tỉnh Thái Bình có tên nôm là làng Nhổng, hình thành cách đây hơn một ngàn năm. Vào thời Lý, cùng với Đào Động, Tô Đề và A Sào, Lộng Khê đã từng được coi là một trong “tứ cổ cảnh” - bốn cảnh đẹp của

huyện Phụ Dục. Lộng Khê xưa kia ngoài đền còn có cả đình và chùa nhưng do cuộc chiến tranh chống Pháp qua đi đã tàn phá đình và chùa ở đây đều bị cháy rụi vì thế tất cả di vật tại đình và chùa đều được chuyển về thờ tại đền, từ đó dân làng lấy tên làng Lộng Khê đặt cho tên đền.

Nếu so sánh với nhiều di tích ở Thái Bình thì đền Lộng Khê không có gì nổi tiếng về qui mô song những giá trị lịch sử văn hóa ở đây thể hiện rõ nét qua kiến trúc, di vật và lễ hội gắn liền với Thiền sư Dương Không Lộ, người có công khai hoang, trị thủy giúp dân làng.

Đền Lộng Khê thờ vị Quốc sư triều Lý, họ Dương, tên húy là Minh Nghiêm, hiệu là Không Lộ (dân gian nói tránh là Khổng Lồ), quê ở Hà Nam Ninh, làng Giao Thủy (nay là làng Hộ Xá, huyện Hải Thanh, tỉnh Nam Định).

Ngoài ra, nơi đây còn phối thờ Thái úy Lý Thường Kiệt và Trần Hưng Đạo ở trung cung, hai vị này được đưa ở nơi khác về thờ khoảng 30 năm gần đây.

Cũng như bao làng quê ở Đồng bằng Bắc Bộ, tháng Ba là tháng mong đợi của cả dân làng Lộng Khê - tháng diễn ra lễ hội. Tại đây, ngoài việc được chiêm ngưỡng những nét đặc sắc của một di sản văn hóa phi vật thể, mọi người còn có cơ hội tham gia những trò chơi giải trí như bắt vịt, kéo co, pháo đất... những trò chơi không chỉ thể hiện sự thông minh, khéo léo, tài trí và cảm toát lên tính tập thể, tinh thần cố kết cộng đồng và cao hơn nữa còn gắn bó với tính máu thịt khi niềm sùng tín cho rằng sự hay dở của trò chơi trong lễ hội liên quan đến hạnh phúc của cộng đồng, hàng xóm.

Trước ngày diễn ra lễ hội, lễ vật thường là những sản vật quen thuộc của địa phương bao gồm: Xôi, rượu, gà và hoa, quả... Tất cả lễ vật này được người dân trong làng lựa chọn công phu, tỉ mỉ. Đường làng, ngõ xóm được sửa sang, quét dọn sạch sẽ, cổng chào được dựng ở 3 lối vào làng.

Ngày 22 tháng 3 lễ hội đền Lộng Khê được bắt đầu với nghi lễ rước nước - rước kinh khai mạc lễ hội. Sau khi tế lễ Thánh (các thôn lần lượt vào dâng hương lễ Thánh), lọ nước thờ được đoàn người đưa lên kiệu rước ra ngã ba Chanh. Đường đi của đám rước theo một vòng quanh làng. Đội múa lân đi trước dọn đường, kế là đội cờ, đội múa Bát Dật, phường bát âm, đoàn người mang cờ, trống, đồ bát bảo. Tiếp đến là kiệu Thánh, kiệu chầu lọ nước, kiệu long đình, đội tế nam quan, nữ quan, các cụ già làng trong trang phục áo trùng màu đỏ, đoàn hành lễ và dân chúng dự hội. Cũng trong chiều ngày 22 sau khi hoàn thành lễ rước nước - rước kinh về tắm tượng là tế lễ mở cửa đền. Tế lễ này do đội tế nam quan

trong làng thực hiện, thể hiện sự tôn nghiêm, kính trọng các vị thần, thánh.

Đến sáng ngày 23 tháng 3 lễ khai hội bắt đầu và màn trình diễn đặc sắc của điệu múa Bát Dật. Nghệ thuật múa Bát Dật ở An Khê bao gồm 16 diễn viên múa đều là nữ và phải là con em trong làng. Đệm cho điệu múa này là một ban nhạc với chủ yếu là bộ gõ.

Y phục sử dụng trong múa Bát Dật bao gồm mũ có hình 3 cánh sen màu hồng thêu kim tuyến lông lánh, bên trên cài ba ngọn đèn được gọi là mũ kiêu. Áo múa thường là áo tứ thân, có yếm đỏ hoặc hồng, dải thắt lưng màu đỏ hoặc màu sắc khác nhau tùy vào độ tuổi của người tham gia múa. Váy màu đen, bằng vải mềm, chùng sát chân tạo nên sự mềm mại, uyển chuyển trong khi múa.

Đạo cụ trong múa Bát Dật: Khăn múa, khi múa diễn viên được chia làm hai hàng, dùng khăn màu khác nhau, hàng màu đỏ, hàng màu xanh, khăn choàng qua vai và thả chùng xuống hai bên người múa. Quạt là loại quạt giấy hoặc quạt vải mềm, khi múa người múa luôn phải cầm quạt trên tay để thể hiện các động tác khi múa. Đèn là những đèn nhỏ được cài vào mũ và đội lên đầu, mỗi mũ có 3 ngọn đèn. Giầy tất và đạo cụ đi kèm giầy thường là giầy vải mềm có thêu kim tuyến và đạo cụ sử dụng chủ yếu trong múa là bộ gõ.

Múa Bát Dật trong hội làng Lộng Khê được tổ chức trước sân đền với 11 lớp múa theo thứ tự: lễ Thánh, múa hát lời 1, múa Hoa hời, múa Bát môn, múa hát lời 2, múa Quay tơ, múa Bát giác, múa Bồ đồn, múa hát lời 3, múa Tiên, múa Xoáy ốc và lễ tạ. Trong 11 lớp múa này có 3 bài hát mà diễn viên trực tiếp hát, bài 1 là Càn khôn thạch thái, bài 2 là Xuân phong đắc ý, bài 3 là Thái Bình cảnh sắc.

Thời khắc đã đến, cụ mệnh bái của làng được giao nhiệm vụ làm lễ trong cung cấm để xin lửa thánh- ngọn lửa thiêng. Sau đó lửa thánh được rước từ trong cung cấm ra sân đình châm vào dây dẫn xung quanh cây đình liệu dùng tời lên. Mọi người nín thở chờ đợi ngọn lửa leo nhanh đến ngọn. Và rồi, trên ngọn cây đình liệu, một luồng lửa bùng lên trong tiếng nổ lộp bộp của tre luồng và tiếng hò reo của những người đi hội. Lửa sẽ theo dây dẫn có tấm dầu cháy lên đến ngọn cây. Cùng với pháo hoa, cây đình liệu trở thành bó đuốc khổng lồ chiếu sáng cả một vùng trong tiếng hò reo của người dân quanh vùng. Trong khi cây đình liệu cháy các cụ bà niệm Phật cầu mong mọi điều tốt lành, hạnh phúc đến với dân làng Lộng Khê. Không chỉ thế, dân Lộng Khê còn tin rằng, làn khói của cây đuốc lớn ấy sẽ chuyển tải những lời cầu nguyện của con người lên tầng trên đến các vị thần linh, để những đấng thiêng liêng thực hiện như điều cầu nguyện của dân làng.

4. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng về văn hóa lễ hội làng Lộng Khê

Lễ hội đền Lộng Khê ngày nay không còn đảm bảo được tính nguyên trạng vốn có của lễ hội xưa, bởi tại đây những nghệ nhân dân gian, những người cao niên từng am hiểu các tục lệ, lễ thức của lễ hội đã thưa vắng dần, một số lớp trẻ do cuộc sống, do hoàn cảnh cơm áo gạo tiền đã khiến họ buông bỏ. Những người có khả năng truyền dạy, tổ chức lớp múa Bát Dật ...còn lại rất ít và ngày càng thưa vắng dần. Chính vì vậy, phải đặt ra yêu cầu cấp thiết trong việc nâng cao chất lượng về văn hóa lễ hội, bảo tồn lễ hội, phục vụ sự nghiệp "xây dựng và phát triển nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc" là hết sức cần thiết.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hàng năm đều kiểm tra và hướng dẫn công tác quản lý lễ hội nhằm nâng cao nhận thức và nghiệp vụ cho người trực tiếp quản lý di tích cũng như cộng đồng cư dân nơi đây, có biện pháp bảo vệ đảm bảo an ninh trật tự, và quản lý tốt các dịch vụ, tránh không để xảy ra các hoạt động mê tín dị đoan, chèn ép khách tham quan.

Ưu tiên đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý và nguồn nhân lực chất lượng cao; tạo điều kiện cho cán bộ giỏi, sinh viên tốt nghiệp đại học loại giỏi (đối với ngành, lĩnh vực thu hút theo quy định của tỉnh) về làm việc tại Lộng Khê.

Ban hành chính sách đãi ngộ đối với nghệ nhân, nghệ sỹ thuộc các bộ môn nghệ thuật và các ngành nghề truyền thống trong việc nâng cao trình độ, truyền dạy nghề cho thế hệ trẻ; đề nghị Nhà nước phong tặng Nghệ nhân nhân dân và Nghệ nhân ưu tú cho các cá nhân có tài năng và có đóng góp quan trọng trong việc bảo tồn và phát huy giá trị lễ hội.

Động viên, khuyến khích những người trẻ tuổi học theo các ngành nghề truyền dạy và đào tạo thế hệ những người trẻ tuổi để tiếp nối, duy trì và sáng tạo các bộ môn nghệ thuật và ngành nghề truyền thống.

Nâng cao chất lượng đào tạo các ngành nghề: dịch vụ, du lịch, lễ hành, hướng dẫn viên du lịch, chế biến món ăn, ngoại ngữ, văn hóa – nghệ thuật tại các cơ sở đào tạo trên địa bàn; xây dựng kế hoạch đào tạo phù hợp với định hướng phát triển trung tâm lễ hội và nhu cầu thực tế, tăng cường thực hiện liên thông trong giáo dục phổ thông với đào tạo nghề

Qui trình thực hành lễ hội và các nghi thức liên quan trong lễ hội được cộng đồng tổ chức và thực hiện gần nhất với nghi lễ truyền thống do các thế hệ trước truyền lại.

Không gian tổ chức lễ hội là di tích quốc gia nên đã được trùng tu tôn tạo, nhằm tái hiện lại không gian hoàn chỉnh của lễ hội, góp phần thu hút khách địa phương và khách thập phương, bảo tồn phát huy giá trị lễ hội một cách bền vững.

Tư liệu hóa toàn bộ hoạt động phỏng vấn, ghi chép, ghi âm, ghi hình các kỹ năng, tập tục liên quan đến lễ hội (bó cây đình liệu, dựng cây và đốt cây đình liệu, đốt đuốc và múa Bát Dật) và các hoạt động khác nhằm lưu giữ và bảo tồn lâu dài di sản văn hóa phi vật thể lễ hội đền Lộng Khê.

5. Kết luận

Đối với đời sống tôn giáo, tín ngưỡng của người dân, đây chính là nơi tạo nên sự đoàn kết giữa các tôn giáo tại địa phương. Người theo đạo công giáo, phật giáo đều tập trung tham dự và cùng thực hành lễ hội. Cần phải nhấn mạnh lại rằng, Lễ hội đền Lộng Khê là nơi gửi gắm cuộc sống ấm no, hạnh phúc, góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, khôi phục phát huy giá trị văn hóa phi vật thể thông qua điệu múa Bát Dật. Đây là tài sản vô giá, là đặc sản mà chỉ có Lộng Khê mới có. Múa Bát Dật gắn với đền Lộng Khê có mối quan hệ biện chứng sâu sắc, nương tựa vào nhau cùng nhau tồn tại và phát triển. Là môi trường thỏa mãn các nhu cầu tín ngưỡng và vui chơi lành mạnh của người dân.

Hy vọng lễ hội đền Lộng Khê sẽ ngày càng được quan tâm gìn giữ, để trở thành điểm tham quan du lịch tâm linh hấp dẫn du khách khi đến với Quỳnh Phụ, góp phần phát triển văn hóa, du lịch, nâng cao đời sống cho cộng đồng cư dân xã An Khê, huyện Quỳnh Phụ, tỉnh Thái Bình./.

Tài liệu tham khảo

Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2018), Thống kê lễ hội Việt Nam, tập 1, Hà Nội.

Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2014), Các văn bản của Đảng và Nhà nước về nếp sống văn hóa, NXB Hồng Đức.

Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2015), Tài liệu Hội nghị tổng kết công tác quản lý và tổ chức lễ hội dân gian năm 2015, phương hướng và nhiệm vụ năm 2016, Hà Nội.

Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2015), Văn hóa ứng xử trong lễ hội, Hà Nội.

Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2019), Tài liệu Hội nghị tổng kết công tác quản lý và tổ chức lễ hội năm 2019, phương hướng và nhiệm vụ năm 2020, Hà Nội.

Sử dụng mô hình đa tiêu chuẩn để đánh giá, xếp hạng sản phẩm Công ty bảo hiểm Manulife Việt Nam

Hoàng Xuân Vinh

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Lưu Hữu Văn

Học viện Chính sách và Phát triển

Nguyễn Thị Việt Phương

Công ty Tài chính TNHH MTV Shinhan Việt Nam

Hiện nay, Bảo hiểm nhân thọ (BHNT) không chỉ là sản phẩm bảo vệ khách hàng trước những rủi ro mà còn là sản phẩm tài chính đa năng giúp phát triển kinh tế xã hội. Để lựa chọn được sản phẩm phù hợp, phù thuộc vào rất nhiều các yếu tố. Nghiên cứu này sử dụng mô hình tích hợp AHP-Fuzzy-TOPSIS là phương pháp đánh giá và xếp hạng hiệu quả, các bước đầu tiên sử dụng AHP để xác định trọng số ưu tiên của các nhân tố, các bước thứ hai xếp hạng các gói sản phẩm bằng phương pháp Fuzzy-TOPSIS. Nghiên cứu được áp dụng tại Công ty bảo hiểm Manulife Việt Nam với số liệu năm 2023, từ đó làm căn cứ để doanh nghiệp xây dựng và phát triển các sản phẩm.

1. Mở đầu

Bảo hiểm nhân thọ đang ngày càng phổ biến hơn trong xã hội hiện đại, mang lại rất nhiều lợi ích đối với cá nhân, gia đình và cả xã hội. BHNT có vai trò bảo vệ an toàn tài chính, sức khỏe, thân thể,... cho khách hàng tham gia, giúp khách hàng có thể tích lũy tiền, đề phòng rủi ro và xây dựng kế hoạch trong tương lai như hưu trí, học hành... Để đảm bảo tính cạnh tranh và đáp ứng những mong muốn ngày càng cao của khách hàng, các công ty bảo hiểm nhân thọ đã không ngừng cải tiến sản phẩm phù hợp với nhu cầu của người tham gia bảo hiểm, khách hàng ngày càng có nhiều sự lựa chọn hơn cho những kế hoạch tiết kiệm, bảo vệ dài hạn khác nhau cho bản thân và gia đình.

Việc xếp hạng sản phẩm của Bảo hiểm nhân thọ là để người sử dụng dễ dàng hơn trong việc lựa chọn sản phẩm cho mình. Có nhiều nghiên cứu đã đề cập đến vấn đề này, tuy nhiên việc sử dụng mô hình ra quyết định đa tiêu chuẩn (MCDM) để vận dụng vào xếp hạng những sản phẩm đó rất ít nghiên cứu đề cập đến. Nghiên cứu này đề cập đến việc xếp hạng các sản phẩm của Bảo hiểm nhân thọ dựa vào mô hình AHP với số mờ để làm rõ hơn tính chất, mức độ, sự quan tâm của khách hàng đến những sản phẩm đó.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Theo Luật Kinh doanh bảo hiểm của Việt Nam, kinh doanh bảo hiểm là hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm nhằm mục đích sinh lợi, theo đó doanh

nh nghiệp bảo hiểm chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, trên cơ sở bên tham gia bảo hiểm đóng phí bảo hiểm để doanh nghiệp bảo hiểm trả tiền bảo hiểm cho người thụ hưởng hoặc bồi thường cho người được bảo hiểm khi xảy ra sự kiện bảo hiểm. Rõ ràng góc nhìn bảo hiểm khác nhau sẽ có khái niệm về bảo hiểm khác nhau nhưng nhìn chung đó là cách thức xã hội chia sẻ rủi ro trong xã hội.

Cho đến nay đã có khá nhiều công trình nghiên cứu về quyết định tham gia BHNT của khách hàng được thực hiện ở cả trong và ngoài nước: Nguyễn Nguyên Phương và Huỳnh Phương Quang (2019), Lê Quang Hiếu (2022), Nguyễn Thị Bình Minh và các cộng sự (2020) ... Các nghiên cứu này đã đưa ra được các tiêu chí tác động đến việc lựa chọn BHNT, tuy nhiên việc lựa chọn chủ yếu dựa trên những tiêu chí chưa được sát với những sản phẩm của nó. Nghiên cứu này đề xuất một cách tiếp cận Ra quyết định với bộ tiêu chí và được lượng hóa dựa vào bảng hỏi sử dụng số mờ. Sau đó sử dụng mô hình AHP và TOPSIS để đi đến kết quả.

Tiếp nối của những nghiên cứu trước đây, mục tiêu của nghiên cứu này xây dựng mô hình AHP-mờ-TOPSIS để đánh giá lựa chọn gói sản phẩm.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, phương pháp khảo sát ý kiến chuyên gia được sử dụng để thu thập số liệu đánh giá về mối quan hệ giữa các tiêu chí. Chuyên gia được mời ở đây là những người ở vị trí quản lý, chuyên viên phòng kinh doanh thuộc lĩnh vực bảo hiểm.

Phương pháp phỏng vấn trực tiếp được sử dụng trong nghiên cứu thông qua bảng câu hỏi soạn sẵn.

Dữ liệu thu thập được sẽ được phân tích bằng cách áp dụng mô hình AHP-F- TOPSIS.

Nghiên cứu phân tích dựa trên mức độ ảnh hưởng để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn sử dụng sản phẩm. Đối với dữ liệu từ bảng hỏi các chuyên gia, tác giả sử dụng mô hình AHP để chạy chương trình bằng phần mềm Excel và cho kết quả sắp xếp thứ tự các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn sản phẩm.

Mô hình kết hợp Fuzzy-TOPSIS được sử dụng đánh giá và xếp hạng đối tượng dựa trên đo lường khoảng cách từ đối tượng đến các giải pháp lý tưởng tích cực và tiêu cực, trong đó số mờ được sử dụng để hạn chế tính không chắc chắn và chủ quan của người đánh giá. Mô hình đề xuất được trình bày như sau:

Giả sử ta gọi:

Một hội đồng ra quyết định gồm l người ra quyết định ($D_t, t=1,...,l$)

A_i : Phương án lựa chọn

C_j : Tiêu chí thứ j

W_j : Trọng số tiêu chí thứ j

Quy trình của mô hình được trình bày theo các bước sau:

Bước 1: Xác định các lựa chọn tiềm năng

Các lựa chọn tiềm năng ở đây là những gói sản phẩm A_i của công ty bảo hiểm Manulife gồm:

A1: Sản phẩm bảo vệ

A2: Sản phẩm sức khỏe

A3: Sản phẩm tiết kiệm

A4: Sản phẩm đầu tư

Đây là những sản phẩm được đưa ra thực hiện nghiên cứu.

Bước 2: Xác định bộ tiêu chuẩn đánh giá

Các tiêu chí đánh giá C_j được xác định dựa trên tổng quan tài liệu để đánh giá sản phẩm gồm:

C1 - Thương hiệu: là tập hợp tất cả những cảm nhận của người tiêu dùng trong quá trình sử dụng các sản phẩm của thương hiệu đó.

C2 - Nhân viên tư vấn bảo hiểm: là người đại diện công ty bảo hiểm ký kết hợp đồng tạm thời và trực tiếp giải quyết vướng mắc của khách hàng liên quan đến sản phẩm.

C3 - Dịch vụ: là một trong những yếu tố quyết định đến sự thành công của việc kinh doanh, khách hàng rất chú trọng đến điều này.

C4 - Thu nhập: có mối quan hệ tích cực và tác động đến quyết định mua các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ của người tiêu dùng bên cạnh các nhân tố như phí bảo hiểm, thu nhập và tài chính.

C5 - Năng lực: là trình độ hiểu biết quyết định nhiều đến một hành vi của con người, khách hàng có xu hướng hiểu rõ một dịch vụ sản phẩm thì họ mới có

hành vi mua bán hay sử dụng dịch vụ đó nhất là những sản phẩm liên quan đến tài chính cho tương lai.

C6 - Môi trường xã hội: là hành động và lời khuyên của bạn bè, người thân, người nổi tiếng hoặc các nhóm tham khảo khác đến người tiêu dùng làm nảy sinh ở họ ý định thực hiện một hành vi cụ thể nào đó như mua hàng hóa, dịch vụ.

Bước 3: Xác định trọng số của các tiêu chuẩn

Để xác định trọng số của các tiêu chuẩn, nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu AHP mở rộng của Chang (1996) bởi tính phổ biến và sự đơn giản của phương pháp này.

Bước 4: Xác định trung bình tỷ lệ các lựa chọn ứng với mỗi tiêu chuẩn

Đặt $x_{ijt} = (a_{ijt}, b_{ijt}, c_{ijt})$

$i = 1, 2, \dots, n$; $j = 1, 2, \dots, m$; $t = 1, 2, \dots, l$ là mức độ đánh giá của các chuyên gia D_t cho phương án A_i dựa trên tiêu chí C_j .

Bước 5: Chuẩn hoá quyết định của các lựa chọn với các tiêu chí

Để đảm bảo tính thích hợp giữa các giá trị và đơn vị của các tỷ lệ và trọng số, các giá trị này cần được chuẩn hoá để có thể so sánh được. Đặt $r_{ij} = (o_{ij}, p_{ij}, q_{ij})$ là giá trị trung bình của các lựa chọn i cho tiêu chuẩn j .

Bước 6: Xác định giá trị tỷ lệ - trọng số đã được chuẩn hoá

Do mỗi tiêu chuẩn đánh giá có trọng số khác nhau, giá trị tỷ lệ - trọng số đã được chuẩn hoá được tính bằng cách nhân giá trị trọng số của các tiêu chuẩn với giá trị tỷ lệ của sản phẩm.

Bước 7: Tính giá trị cuối cùng, tính FPIS và FNIS, khoảng cách từ FPIS và FNIS, tính hệ số chặt chẽ

Giải pháp mờ tối ưu - dương (FPIS, A^+) và giải pháp mờ tối ưu - âm (FNIS, A^-) được tính như sau: $A^+ (1.0, 1.0, 1.0)$; $A^- (0.0, 0.0, 0.0)$.

4. Kết quả và thảo luận

Việc lựa chọn đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố phụ thuộc vào rất nhiều các tiêu chí đa dạng. Các nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn mua các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ được chia thành hai nhóm: nhóm đặc điểm cá nhân và nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sản phẩm bảo hiểm nhân thọ.

Vấn đề đặt ra là, hiện nay trong các yếu tố ảnh hưởng trên, yếu tố nào là quan trọng và ảnh hưởng lớn nhất đến lựa chọn sản phẩm bảo hiểm nhân thọ? Để giải quyết vấn đề này, nhóm tác giả sử dụng phỏng vấn chuyên gia bằng bảng hỏi của mô hình AHP. Đối với mô hình AHP, có thể lựa chọn hai hình thức gồm bảng hỏi số thực và bảng hỏi với tập mờ. Đối với tập mờ thường áp dụng với những vấn đề

đặt ra phù hợp với nhiều tiêu chí con. Trong trường hợp trên, các chuyên gia có thể đánh giá bằng hỏi, so sánh các yếu tố ảnh hưởng: C1, C2, C3, C4, C5 và C6 thông qua bảng hỏi số mờ. Do đó, nhóm tác giả sử dụng mô hình AHP ứng với số thực theo các thang điểm như sau:

Bảng 1: Bảng quy ước mức độ

	Số mờ tam giác	Số thực	Nghịch đảo	Nghịch đảo của số mờ tam giác
Quan trọng như nhau	(1,1,1)	1	Quan trọng như nhau	(1,1,1)
Quan trọng hơn vừa vừa	(2,3,4)	2	Ít quan trọng hơn vừa vừa	(1/4,1/3,1/2)
Quan trọng hơn	(4,5,6)	3	Ít quan trọng hơn	(1/6,1/5,1/4)
Rất quan trọng hơn	(6,7,8)	4	Rất ít quan trọng hơn	(1/8,1/7,1/6)
Vô cùng quan trọng hơn	(9,9,9)	5	Vô cùng ít quan trọng hơn	(1/9,1/9,1/9)

Với cách xây dựng như vậy, nhóm tác giả sau khi thu thập ý kiến từ hội đồng ra quyết định thì có bảng so sánh các cặp tiêu chí của 3 chuyên gia.

Sau khi tổng hợp kết quả phỏng vấn 3 chuyên gia về lựa chọn sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, nhóm tác giả chạy chương trình AHP bằng phần mềm Excel, kết quả cho thấy, tại các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn hiện nay, thứ hạng các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn sản phẩm như sau:

Bảng 2: Xếp hạng các nhân tố

Hạng	1	2	3	4	5	6
Nhân tố	Mức thu nhập	Trình độ hiểu biết	Nhân viên tư vấn bảo hiểm	Thương hiệu	Dịch vụ công ty BHNT	Môi trường xã hội

Kết quả trên cho thấy tầm quan trọng của các yếu tố trong việc lựa chọn bảo hiểm nhân thọ hiện nay, từ đó đưa ra kế hoạch và chiến lược để nâng cao.

Hệ số Fuzzy trung bình của các phương án từ đánh giá của 3 chuyên gia được tính toán và thể hiện ở kết quả giá trị các hệ số được thể hiện ở các bảng dưới đây.

Bảng 3: Giá trị hệ số của các phương án lựa chọn

		TRUNG BÌNH CHUẨN HOÁ TRỌNG SỐ			TRUNG BÌNH TRỌNG SỐ			GIÁ TRỊ TRUNG BÌNH CHUẨN HOÁ CÓ TRỌNG SỐ		
C1	A1	0,78	0,85	0,93	5,33	6,33	7,33	4,15	5,39	6,79
	A2	0,89	0,93	0,96	5,33	6,33	7,33	4,74	5,86	7,06
	A3	0,59	0,70	0,81	5,33	6,33	7,33	3,16	4,45	5,97
	A4	0,59	0,70	0,81	5,33	6,33	7,33	3,16	4,45	5,97
C2	A1	0,89	0,93	0,96	7	7,67	8,33	6,22	7,10	8,02
	A2	0,70	0,78	0,85	7	7,67	8,33	4,93	5,97	7,10
	A3	0,89	0,93	0,96	7	7,67	8,33	6,22	7,10	8,02
	A4	0,70	0,78	0,85	7	7,67	8,33	4,93	5,97	7,10
C3	A1	0,78	0,85	0,93	4,67	5,67	6,67	3,63	4,83	6,18
	A2	0,78	0,85	0,93	4,67	5,67	6,67	3,63	4,83	6,18
	A3	0,70	0,78	0,85	4,67	5,67	6,67	3,29	4,41	5,68
	A4	0,59	0,70	0,81	4,67	5,67	6,67	2,77	3,99	5,43
C4	A1	0,89	0,93	0,96	6,33	7	7,67	5,63	6,48	7,39
	A2	0,78	0,85	0,93	6,33	7	7,67	4,92	5,96	7,10
	A3	0,67	0,78	0,89	6,33	7	7,67	4,22	5,44	6,82
	A4	0,59	0,70	0,81	6,33	7	7,67	3,75	4,93	6,25
C5	A1	0,78	0,85	0,93	8	8,33	8,67	6,22	7,10	8,03
	A2	0,78	0,85	0,93	8	8,33	8,67	6,22	7,10	8,03
	A3	0,78	0,85	0,93	8	8,33	8,67	6,22	7,10	8,03
	A4	0,78	0,85	0,93	8	8,33	8,67	6,22	7,10	8,03
C6	A1	0,89	0,93	0,96	6,33	7	7,67	5,63	6,48	7,39
	A2	0,78	0,85	0,93	6,33	7	7,67	4,92	5,96	7,10
	A3	0,63	0,70	0,78	6,33	7	7,67	3,99	4,93	5,97
	A4	0,52	0,63	0,74	6,33	7	7,67	3,28	4,41	5,68

Thiết lập Giải pháp lý tưởng tích cực (FPIS) và Giải pháp lý tưởng tiêu cực (FNIS).

Khoảng cách từ các phương án đến giải pháp lý tưởng tích cực và giải pháp lý tưởng tiêu cực được tính toán, từ đó tính hệ số tương quan và xếp hạng các phương án. Dựa vào các giá trị CCI: Khoảng cách CCI càng cao thì di+ càng nhỏ, lựa chọn càng gần với giải pháp tối ưu (+). Từ đó xếp hạng phương án

Bảng 4. Bảng xếp hạng sản phẩm

1	2	3	4
Sản phẩm bảo vệ	Sản phẩm sức khỏe	Sản phẩm tiết kiệm	Sản phẩm đầu tư

Từ kết quả trên cho thấy, sản phẩm bảo vệ là sản phẩm tốt nhất so với 4 sản phẩm còn lại.

5. Kết luận

Nghiên cứu này sử dụng mô hình tích hợp AHP-Fuzzy-TOPSIS để đánh giá và lựa chọn sản phẩm. Mô hình cho phép đánh giá các sản phẩm trên nhiều tiêu chí khác nhau, đồng thời hạn chế tính chủ quan của người đánh giá. Kết quả xếp hạng các gói sản phẩm của công ty Manulife tốt nhất. Kết quả này là cơ sở để doanh nghiệp nâng cao chất lượng các gói sản phẩm.

Qua đây ta có thể thấy Công ty cần làm rõ sự khác biệt của những sản phẩm, chính sách của sản phẩm và lợi ích của khách hàng nhận được khi mua các sản phẩm khác nhau, để giúp cho khách hàng có thể lựa chọn được sản phẩm phù hợp cho mình nhất. Công ty phải nâng cao vai trò của nhóm khách hàng hiện tại thông qua các hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán hàng để tạo ra hiệu ứng tốt nhất. Công ty phải có những biện pháp nhằm đề cập nhiều về sự bảo đảm của BHNT để giảm bớt sự lo lắng của đối tượng về nguy cơ bị lừa tiền đóng. Vì thực tế hiện nay có nhiều hình thức huy động vốn của người dân, lãi suất/lợi nhuận cao, sau đó bị phá sản, từ đó làm giảm lòng tin của người dân đối với bảo hiểm nhân thọ./.

Tài liệu tham khảo

Lê Quang Hiếu (2022), Các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định mua bảo hiểm nhân thọ của khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa, Tạp chí Kinh tế & Phát triển, số 298

Nguyễn Nguyên Phương và Huỳnh Phương Quang (2019), Mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng đến ý định và quyết định tham gia bảo hiểm nhân thọ của khách hàng tại thành phố Hồ Chí Minh, Tạp chí Khoa học và Công nghệ, số 42

Nguyễn Thị Bình Minh và các cộng sự (2020), Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ của khách hàng cá nhân tại Thành phố Hồ Chí Minh, Tạp chí khoa học đại học mở thành phố Hồ Chí Minh - kinh tế và quản trị kinh doanh, 16(2), 156-169

Tránh thuế của doanh nghiệp và lý thuyết người đại diện

Hà Kiều Oanh

Viện Ngân hàng - Tài chính, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Việt Nam đã trở thành một trong những điểm đến thu hút sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư. Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi cũng mang lại những thách thức mới, đặc biệt là về quản trị doanh nghiệp và vấn đề thuế thu nhập doanh nghiệp. Việc sử dụng rộng rãi các ưu đãi thuế để thúc đẩy đầu tư và tăng trưởng, các vấn đề trong quản lý thuế và nhận thức về tuân thủ thuế đã ảnh hưởng đến nguồn thu từ thuế. Bài viết phân tích đến tránh thuế của doanh nghiệp và lý thuyết người đại diện về mối quan hệ của các nhà quản lý và chủ sở hữu doanh nghiệp trong vấn đề ra quyết định các chiến lược liên quan đến thuế của doanh nghiệp.

1. Tổng quan về tránh thuế của doanh nghiệp

Tránh thuế doanh nghiệp được coi là một cơ chế chuyển nguồn lực từ chính phủ sang các cổ đông (Dyrengr và cộng sự, 2017). Cơ chế tránh thuế dựa trên chính sách thuế và kế toán dồn tích. Đối với các quy tắc kế toán dồn tích, để giảm chi phí thuế hiện hành, một công ty có thể sử dụng các cơ hội tính thuế hiện có bằng cách hoãn doanh thu và đẩy nhanh các chi phí như khấu hao (OECD, 2007). Dựa trên chính sách thuế, các công ty có thể tận dụng các khoản tín dụng thuế (như chi phí nghiên cứu và phát triển), khấu trừ thuế, miễn thuế hoặc các ưu đãi thuế khác để giảm gánh nặng thuế (Zolt, 2015). Mo (2003) lập luận rằng tránh thuế là cách một công ty áp dụng luật thuế và các lỗ hổng thuế để giảm số tiền nộp thuế mà không vi phạm luật thuế. Như vậy, tránh thuế được coi là hoạt động hợp pháp và khác với trốn thuế. Trên thực tế, khó có thể tách biệt các hoạt động thuế do sự phức tạp của chính sách thuế và những khoảng trống thuế không rõ ràng (Amidu, 2006).

Tránh thuế thường được suy ra từ báo cáo tài chính của công ty vì thông tin chi tiết về báo cáo thuế của doanh nghiệp không được công bố. Dựa trên báo cáo tài chính của các công ty, hai thước đo phổ biến nhất của tránh thuế là chênh lệch thuế sổ sách và thuế suất hiệu quả. Thứ nhất, chênh lệch thuế sổ sách phản ánh tổng chênh lệch giữa thu nhập trước thuế và thu nhập chịu thuế, bao gồm cả chênh lệch tạm thời và chênh lệch vĩnh viễn. Cho dù các nhà quản lý có thao túng thu nhập tăng lên hay không, họ vẫn có thể báo cáo thu nhập chịu thuế ở mức thấp hơn dẫn đến chênh lệch thuế sổ sách cao hơn. Do không có dữ liệu về thuế nên thu nhập chịu thuế được ước tính bằng cách chia chi phí thuế hiện

hành cho thuế suất luật định. Thuế suất hiệu quả đại diện cho tỷ lệ thuế và thu nhập kinh doanh, do đó, một công ty có thuế suất hiệu quả thấp hơn có khả năng trốn thuế nhiều hơn. Tuy nhiên, việc đo lường thuế suất hiệu quả gặp phải một số hạn chế bao gồm sự lệch nhau giữa kế toán dồn tích và số thuế phải trả trong kỳ tính thuế, sự lược bỏ số liệu khi doanh nghiệp bị lỗ, không phù hợp giữa việc tránh thuế tuân thủ và tránh thuế không tuân thủ.

Tránh thuế là một chủ đề phức tạp thu hút sự chú ý của các bên liên quan ở cả cấp độ vĩ mô và doanh nghiệp. Ở cấp độ vĩ mô, tránh thuế dẫn đến thất thoát đáng kể nguồn thu của chính phủ (Mo, 2003). Đặc biệt ở các nước đang phát triển có khả năng mất hơn 213 tỷ USD mỗi năm để tránh thuế (Crivelli và cộng sự, 2015) và mất 100 tỷ USD mỗi năm về thuế thu nhập doanh nghiệp (UNCTAD, 2015). Để giải quyết vấn đề này, nhiều chính phủ ở các nước đang phát triển gần đây đã thực hiện các cải cách thuế cơ bản để hạn chế mức độ tránh thuế. Tuy nhiên, các mô hình quản lý rủi ro hiện đại chưa được áp dụng rộng rãi.

Ở cấp độ doanh nghiệp, việc trốn thuế không phải lúc nào cũng nâng cao giá trị doanh nghiệp. Một công ty có thể tham gia vào các hoạt động tránh thuế để khai thác các khoản chuyển giao từ ngân sách nhà nước cho các cổ đông nhằm nâng cao giá trị sau thuế của mình (Dyrengr và cộng sự, 2017). Tuy nhiên, tránh thuế không cần thiết để nâng cao giá trị công ty vì những chi phí tiềm ẩn như lương cho chuyên gia tư vấn thuế, chi phí danh tiếng của doanh nghiệp, các khoản phạt có thể phát sinh (Chen và cộng sự, 2014). Các nghiên cứu trước đây cũng đã cung cấp bằng chứng về sự tồn tại của chi phí đại diện của tránh thuế.

2. Tránh thuế tại Việt Nam

Để đạt được mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh và xuất khẩu, khuyến khích đầu tư, tạo công ăn việc làm và thúc đẩy tăng trưởng, Việt Nam áp dụng nhiều ưu đãi về thuế cho các doanh nghiệp. Theo pháp luật hiện hành, ưu đãi thuế được áp dụng trong 57 lĩnh vực như y tế, giáo dục, công nghệ cao, nông nghiệp và bảo vệ môi trường; 53/63 tỉnh (địa bàn kinh tế - xã hội khó khăn) và trên 300 khu kinh tế, khu công nghệ cao, khu chế xuất. Các dự án lớn (vốn đầu tư trên 6 nghìn tỷ đồng cho dự án mới và 10 nghìn tỷ đồng cho dự án mở rộng) được miễn thuế nhất định cũng có thể được áp dụng ưu đãi thuế. Ở Việt Nam, ưu đãi về thuế bao gồm giảm thuế suất, miễn thuế, khấu trừ thuế và ưu đãi thuế. Ví dụ: thuế suất ưu đãi ưu đãi 10%, 15% và 17% được xác định trong một số trường hợp nhất định và người nộp thuế đủ điều kiện được miễn thuế trong tối đa 4 năm và sau đó giảm 50% thuế suất được áp dụng trong tối đa 9 năm. Các công ty có thể được phép thành lập quỹ nghiên cứu và phát triển được khấu trừ thuế (tối đa 10% lợi nhuận hàng năm trước thuế). Mặc dù không có dữ liệu công khai về hành vi thuế của các doanh nghiệp Việt Nam, nhưng trên thực tế, nhiều doanh nghiệp đã sử dụng nhiều kỹ thuật khác nhau để trốn thuế bằng cách khai thác các lỗ hổng thuế từ ưu đãi thuế, ví dụ: một doanh nghiệp có thể thay đổi dự án đầu tư của mình sau thời gian miễn thuế để đủ điều kiện hưởng ưu đãi thuế. một kỳ nghỉ mới. Các ưu đãi thuế theo địa điểm và theo ngành cũng được khai thác để giảm các khoản thuế mà các tập đoàn phải nộp. Một công ty có thể chuyển nguồn lực của mình đến nơi có mức thuế suất thấp hơn bằng cách khai thác các giao dịch của các bên liên quan.

Việt Nam cũng phải đối mặt với các khó khăn trong quản lý thuế phát sinh từ mức lương thấp trong khu vực công, văn hóa thỏa hiệp, thiếu minh bạch (Nguyen et al., 2017). Chỉ số nhận thức tham nhũng (CPI) ở Việt Nam là khoảng 30 trên thang điểm từ 0 đến 100 trong giai đoạn 2011-2016. Kết quả từ khảo sát do Ngân hàng Thế giới và Thanh tra Chính phủ Việt Nam hỗ trợ năm 2012 cho thấy các quan chức nhà nước cố tình kéo dài thời gian và gây áp lực cho các công ty bằng những quy định không rõ ràng để thực hiện các khoản thanh toán không chính thức (Ngân hàng Thế giới, 2012). Hơn 30% doanh nghiệp đã đăng ký đã thực hiện khoản thanh toán không chính thức hoặc tin rằng công ty của họ sẽ bị xử lý bất công nếu không đưa hối lộ dựa trên cuộc khảo sát do VCCI thực hiện với hơn 2.500 doanh nghiệp đã đăng ký vào năm 2015 (theo Nguyễn và cộng sự, 2017). Những điều này đã làm

suy yếu việc tuân thủ thuế tự nguyện và tạo ra nhiều cơ hội hơn cho các doanh nghiệp tránh thuế. Giang (2015) chỉ ra rằng các hình phạt đối với hành vi không tuân thủ thuế chưa được quy định rõ ràng và quy định ở các cấp độ khác nhau. Ví dụ, người nộp thuế phải chịu phạt từ 10% đến 20% số tiền thuế thiếu hụt do báo cáo thiếu nghĩa vụ thuế. Tuy nhiên, mức phạt còn tùy thuộc vào đánh giá chủ quan của cơ quan thuế. Hình phạt cũng quá nhẹ, không có tác dụng răn đe. Hệ quả là nhiều doanh nghiệp niêm yết như PV Gas (GAS), CTCP Dược phẩm DHG (DHG) gần đây đã bị xử phạt vì không tuân thủ thuế. Theo VEPR (2020), CTA ngày càng trở nên phức tạp với phạm vi, quy mô ngày càng rộng lớn và các thủ đoạn tinh vi. Ước tính thất thu thuế trung bình do tránh thuế dao động từ 13,3 đến 20,7 nghìn tỷ đồng (6,4% đến 9,9% tổng số thu thuế thu nhập doanh nghiệp) mỗi năm trong giai đoạn 2013-2017. Những con số này cao gấp 2 đến 4 lần so với con số được cơ quan quản lý phát hiện.

3. Lý thuyết người đại diện và tránh thuế

Theo Chen và Chu (2005), tránh thuế liên quan chặt chẽ đến lý thuyết đại diện tập trung vào mối quan hệ giữa người quản lý (người đại diện) và cổ đông (chủ sở hữu) trong một công ty khi người quản lý điều hành công ty thay mặt cho các cổ đông. Các nhà quản lý có thể sử dụng tránh thuế vì lợi ích riêng của họ với chi phí của các cổ đông do các giao dịch thuế không minh bạch và hợp đồng không đầy đủ giữa các cổ đông và người quản lý. Các nhà quản lý có thể nhận được khoản bồi thường trước cho những nỗ lực trong tương lai của họ nhằm giảm nghĩa vụ thuế thông qua các hoạt động tránh thuế. Tuy nhiên, mức đền bù có thể chưa tương xứng với mức độ nỗ lực thực tế của các nhà quản lý làm giảm động lực của họ trong việc quyết định chiến lược tránh thuế. Desai và Dharmapala (2006) xác định hai động cơ để các nhà quản lý khai thác các hoạt động tránh thuế, đó là tiết kiệm thuế và tối đa hóa lợi ích cá nhân của nhà quản lý. Dựa trên tính không rõ ràng của tránh thuế, các nhà quản lý có thể thực hiện các hoạt động tránh thuế để tạo cơ hội chuyển tiền thuế của người quản lý nhằm tối đa hóa lợi ích của chính họ thay vì lợi ích của cổ đông. Các nghiên cứu trước đây cho thấy kết quả khác nhau trong việc định giá chiến lược tránh thuế từ các nhà đầu tư. Ví dụ, Ariff và Hashim (2014) nhận thấy rằng việc tránh thuế mang lại tiết kiệm thuế cho các doanh nghiệp và do đó nâng cao giá trị sau thuế của 203 doanh nghiệp niêm yết ở Malaysia từ năm 2009 đến năm 2011. Tuy nhiên, Wahab và Holland (2012) lại cho thấy kết quả ngược lại đối với các doanh nghiệp

không phải chịu thuế. -các công ty tài chính niêm yết tại Sở giao dịch chứng khoán Luân Đôn (LSE) từ năm 2005–2007. Kết quả của họ chỉ ra rằng chi phí thuế lớn hơn lợi ích từ việc tiết kiệm thuế và do đó tránh thuế có thể làm giảm giá trị của công ty.

Lý do đằng sau các kết quả khác nhau về ý nghĩa định giá của tránh thuế và lợi ích đáng kể của các cổ đông từ tránh thuế có thể được điều hòa bởi các yếu tố khác. Các nghiên cứu trước đây cung cấp bằng chứng cho thấy cơ chế quản trị là một yếu tố điều tiết ảnh hưởng đến việc định giá tránh thuế (Desai & Dharmapala, 2009; Ayer et al., 2011). Ví dụ, Ayer và cộng sự. (2011) nhận thấy rằng tác động chung của quản trị doanh nghiệp và tránh thuế lên giá trị công ty là tiêu cực và có ý nghĩa trong mẫu các công ty niêm yết tại Hoa Kỳ từ năm 1987-2010. Là một phần thiết yếu của quản trị doanh nghiệp, HĐQT đóng vai trò là cơ chế nội bộ để giám sát và tư vấn cho các nhà quản lý, do đó HĐQT được kỳ vọng sẽ giảm xung đột đại diện giữa các nhà quản lý và cổ đông trong chiến lược lập kế hoạch thuế. HĐQT ảnh hưởng đến chiến lược lập kế hoạch thuế của một công ty theo hai cách. Một là HĐQT có thể lựa chọn chiến lược tránh thuế để giảm thuế cho công ty và từ đó cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, với vai trò quan trọng trong việc giám sát quản lý, HĐQT có thể ngăn cản mức độ tránh thuế do quan ngại về việc các nhà quản lý có thể sử dụng chiến lược này để tối đa hóa lợi ích cá nhân (Lanis & Richardson, 2011). Một hội đồng quản trị hiệu quả có trách nhiệm giám sát xem đội ngũ quản lý có phục vụ lợi ích tốt nhất của các cổ đông hay không và kiểm tra việc trích tiền thuế từ các hoạt động tránh thuế do các nhà quản lý sử dụng.

Các nghiên cứu trước đây cung cấp các kết quả khác nhau về vai trò của HĐQT đối với tránh thuế. Ví dụ, Zemzem và Ftouhi (2013) nhận thấy rằng, như một dấu hiệu của một cơ chế giám sát nội bộ hiệu quả, đại diện nữ trong HĐQT có tác động tiêu cực đến mức độ trốn thuế của 73 công ty niêm yết ở Pháp từ năm 2006 đến năm 2010. Lanis và Richardson (2011) nhận thấy rằng các công ty có tỷ lệ thành viên bên ngoài trong HĐQT cao hơn có mức tránh thuế thấp hơn trong mẫu các công ty phi tài chính niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Australia (ASE). Họ lập luận rằng các giám đốc bên ngoài có thể tăng cường khả năng giám sát của HĐQT và do đó làm giảm nguy cơ chuyển tiền thuế của các nhà quản lý.

4. Kết luận

Theo quy định hiện hành, số lượng thành viên HĐQT là từ 5 đến 11 thành viên; một phần ba số

thành viên phải là thành viên không điều hành. Ngoài ra, mặc dù Giám đốc điều hành của một công ty niêm yết phi tài chính có thể là Chủ tịch HĐQT nếu được đại hội đồng cổ đông (GMS) chấp thuận, nhưng tỷ lệ các công ty có Giám đốc điều hành kiêm nhiệm đã giảm theo thời gian. Hầu hết các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam đều đáp ứng các yêu cầu của quản trị công ty. Tuy nhiên vẫn còn khoảng cách giữa khuôn khổ pháp lý tiến bộ và thực tiễn liên quan đến quy tắc quản trị công ty ở Việt Nam, đặc biệt là vai trò và cơ cấu của HĐQT. Tư nhân hóa chậm, quy định chưa đầy đủ về sở hữu nước ngoài và vai trò của HĐQT trong việc giải quyết xung đột cơ quan và bảo vệ nhà đầu tư vẫn là những vấn đề cần bàn ở Việt Nam. HĐQT đóng vai trò trung tâm trong việc thực hiện các thông lệ quản trị tốt mặc dù không tham gia hoạt động hàng ngày của doanh nghiệp. Về mặt lý thuyết, HĐQT giám sát hoạt động của CEO và ban điều hành, cũng như kiểm soát tài chính để tối đa hóa giá trị công ty và lợi ích cho cổ đông. Tuy nhiên, từ góc độ cơ quan, HĐQT có lợi ích riêng của mình và có thể xung đột với lợi ích của các cổ đông (Ertimur et al., 2010). Do đó, cần nghiên cứu sâu hơn về chủ đề này, đặc biệt là ở các nước đang phát triển như Việt Nam với nhiều thách thức và tranh chấp liên quan đến thu nhập thuế doanh nghiệp và quản trị doanh nghiệp./

Tài liệu tham khảo

- Amidu, M., Kwakye, T. O., Harvey, S., & Yorke, M. S. (2016). Do firms manage earnings and avoid tax for corporate social responsibility? *Journal of Accounting and Taxation*, 8(2), 11-27
- Ariff, A. M., & Hashim, H. A. (2014). Governance and the value relevance of tax avoidance. *Management and Accounting Review*, 13(2), 87-107.
- Giang, N (2015). Legal changes in tax penalties applied to enterprises in Vietnam in the international integration. *VNU Journal of Science, Economics and Business*, 31, 23-32
- Lanis, R., & Richardson, G. (2011). The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness. *Journal of Accounting and Public Policy*, 30(1), 50-70.
- Mo, P. L. L. (2003). *Tax Avoidance and Anti-Avoidance Measures in Major Developing Economies*. Greenwood Publishing Group, Westport.
- Nguyen, N., Doan, Q., & Tran-Nam, B. (2017). Tax corruption and private sector development in Vietnam. *The eJournal of Tax Research*, 15, 290-311.

Vận dụng thẻ điểm cân bằng tại Công ty Điện lực Thanh Hóa: thực trạng và đề xuất

Trần Xuân Giao
Lê Quỳnh Anh

Khoa Kinh tế & Quản lý – Trường Đại học Điện lực

Việc lựa chọn chiến lược phát triển đối với các tổ chức luôn là một vấn đề khó, làm thế nào để biến chiến lược thành hành động còn là vấn đề khó hơn. Những thước đo truyền thống sử dụng trong đánh giá thành quả hoạt động của tổ chức, chủ yếu là các thông tin tài chính trong quá khứ đã trở nên lạc hậu và không còn phù hợp trong bối cảnh hiện nay. Bài báo này đề cập đến công cụ “Thẻ điểm cân bằng” (BSC), một hệ thống đo lường hiệu suất của một doanh nghiệp dựa trên bốn khía cạnh: Tài chính; Khách hàng; Quy trình nội bộ; Đào tạo và phát triển, giúp các doanh nghiệp chuyển tầm nhìn chiến lược thành những mục tiêu và thước đo cụ thể. Trên cơ sở nghiên cứu lý luận chung về BSC, nhóm tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm vận dụng BSC vào quá trình hoạt động của Công ty Điện lực Thanh Hóa.

1. Mở đầu

Thẻ điểm cân (BSC) bằng không chỉ là một công cụ quản trị, đó còn là một hệ thống nhằm chuyển hóa tầm nhìn và chiến lược của tổ chức thành những mục tiêu và thước đo cụ thể. Thông qua việc diễn giải và phát triển các mục tiêu chiến lược thành các mục tiêu, chương trình hành động cụ thể dựa trên bốn khía cạnh: tài chính, khách hàng, quy trình nội bộ, đào tạo và phát triển (Robert S.Kaplan & David P.Norton, 1992). Có thể nói, Thẻ điểm cân bằng là hệ thống xây dựng kế hoạch và quản trị chiến lược, được tổ chức kinh doanh, tổ chức phi lợi nhuận và chính phủ sử dụng nhằm định hướng hoạt động kinh doanh theo tầm nhìn và chiến lược của tổ chức, nâng cao hiệu quả truyền thông nội bộ và bên ngoài, theo dõi hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp so với mục tiêu đề ra. Nó mang đến cho các nhà quản lý và các quan chức cấp cao trong các tổ chức một cái nhìn cân bằng hơn về toàn bộ hoạt động của tổ chức.

Sự cân bằng được thể hiện giữa những mục tiêu ngắn hạn và mục tiêu dài hạn, giữa các thước đo tài chính và phi tài chính, giữa những chỉ số về kết quả và những chỉ số thúc đẩy hiệu quả hoạt động, giữa những khía cạnh hiệu quả hoạt động ngoại vi và nội tại. BSC gợi ý nên nhìn tổ chức từ bốn phương diện và phát triển phép đo, thu thập dữ liệu và phân tích chúng trong mối quan hệ với mỗi phương diện đó và định hướng chiến lược của tổ chức.

2. Thực trạng đánh giá kết quả hoạt động tại Công ty Điện lực Thanh Hóa

2.1. Đặc điểm tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty Điện lực Thanh Hóa

Ngoài sản xuất và kinh doanh điện năng ra, hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty hiện nay cũng có rất nhiều lĩnh vực như: Quản lý và vận hành lưới điện; Đầu tư xây dựng và cải tạo lưới điện; Kinh doanh vật tư thiết bị điện, vật liệu điện; Lập dự án, tư vấn đầu tư xây dựng công trình thiết bị đường dây và trạm biến áp; Tư vấn giám sát thi công các công trình đường dây và trạm biến áp; Gia công chế tạo các phụ tùng, phụ kiện cho lưới điện; Bán lẻ đồ điện gia dụng, đèn và bộ đèn. Công ty Điện lực Thanh Hóa đã hoàn thành tốt các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh do Tổng Công ty Điện lực miền Bắc giao. Công ty đã thực hiện hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch SXKD năm 2021 tạo đà vững chắc để thực hiện hoàn thành kế hoạch 5 năm 2021-2025 với những kết quả cụ thể như sau: Điện thương phẩm thực hiện cả năm 2022 đạt 6,78 tỷ kWh, tổng doanh thu đạt trên 77.750 tỷ đồng. Tổn thất điện năng năm 2022 còn 4,38% , giảm 0,01% so với kế hoạch mà Tổng công ty giao, giảm 0,43% so với năm 2021. Đẩy mạnh thanh toán tiền điện không dùng tiền mặt đến hiện tại tỷ lệ khách hàng thanh toán tiền điện không sử dụng tiền mặt ước đạt 94,5%, vượt 27,6% kế hoạch Tổng Công ty giao.

Bảng 1: Kết quả hoạt động của Công ty những năm gần đây (triệu đồng)

	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Tổng giá trị tài sản	3.399.860	3.425.250	3.964.850
Doanh thu thuần	5.792.400	8.924.190	9.450.330
Lợi nhuận thuần	29.910	98.940	103.240
Lợi nhuận khác	740	1460	32.480
Lợi nhuận trước thuế	30.660	100.400	135.720
Lợi nhuận sau thuế	22.690	75.010	112.200

Nguồn: BCTC Công ty Điện lực Thanh Hóa

2.2. Thực trạng đánh giá kết quả hoạt động tại Công ty Điện lực Thanh Hóa

Mặc dù chưa triển khai áp dụng BSC nhưng nhóm tác giả thực hiện khảo sát trên 4 khía cạnh: Tài chính; Khách hàng; Quy trình nội bộ; Đào tạo và

phát triển để làm cơ sở cho việc xác định mục tiêu và đưa ra kế hoạch khi vận dụng BSC tại Công ty. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp khảo sát: Phòng vấn trực tiếp một số cán bộ của Công ty, thu thập dữ liệu thông qua tài liệu và thu thập dữ liệu trực tiếp thông qua bảng câu hỏi. Sau khi tiến hành và phân tích kết quả khảo sát, kết quả như sau:

(1) **Khía cạnh tài chính:** Các chỉ tiêu thanh toán cho thấy khả năng thanh toán trong niên độ tài chính 2022 là rất tốt, tình hình thanh toán và tính thanh khoản trong tài chính của Công ty so với năm 2021 được đảm bảo tốt hơn. Cơ cấu tài chính cũng có xu hướng tốt lên, tỷ số nợ năm 2022 giảm đi so với năm 2021, trong khi tỷ số nợ tự tài trợ tăng lên. Khả năng sinh lời của Công ty cũng có những cải thiện rõ rệt. ROS tăng 0,45% và các chỉ tiêu khác cũng có xu hướng tăng lên.

(2) **Khía cạnh khách hàng:** Để đánh giá thực trạng về phương diện khách hàng tại Công ty, nhóm tác giả thông qua việc đo lường sự hài lòng của khách hàng về nội dung: Năng lực phục vụ, mức phí, chất lượng, tin cậy, đáp ứng. Kết quả khảo sát cho thấy mức phí đạt 3.47 điểm, tin cậy đạt 3.49 điểm, đáp ứng đạt 3.57 điểm cao hơn mức trung bình (3 điểm), tức là khách hàng hài lòng về 3 yếu tố này. Năng lực phục vụ đạt 2.77 điểm, chất lượng đạt 2.58 điểm nhỏ hơn mức trung bình, tức là khách hàng không hài lòng về 2 yếu tố này.

(3) **Khía cạnh quy trình nội bộ:** Quy trình nội bộ thúc đẩy việc gia tăng thị phần nhằm cải thiện hiệu quả tài chính. Quy trình nội bộ gồm 3 quy trình: Quy trình đổi mới, quy trình hoạt động và quy trình dịch vụ sau bán hàng. Quy trình đổi mới tập trung vào thước đo để nhận diện quy mô thị trường, bản chất các sở thích của khách hàng và giá thành cho sản phẩm, dịch vụ mục tiêu. Quy trình hoạt động tập trung vào đo lường các yếu tố: Thời gian, chất lượng dịch vụ và chi phí để thỏa mãn được yêu cầu của khách hàng. Quy trình dịch vụ sau bán hàng là kiểm tra các công tơ, thiết bị đo lường như hộp số,... Việc này sẽ do các kỹ sư của Công ty kiểm tra, kiểm định hàng tháng để đảm bảo tính chính xác. Công ty chịu trách nhiệm với kiểm tra nhân sự, giao công việc hàng ngày, kiểm tra các thiết bị điện theo quy trình, kiểm tra việc chấp hành nội quy, quy chế về đồng phục, bản tên của nhân viên.

(4) **Khía cạnh đào tạo và phát triển:**
Về nhân lực: Công ty rất chú trọng đến chất lượng đến đội ngũ cán bộ, kỹ sư và công nhân viên vì đây là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Đội ngũ cán bộ, công nhân viên trong Công ty đều được tuyển chọn và đào tạo đảm bảo cho việc phát triển bền vững.

Về chính sách đào tạo: Đa phần các cán bộ, kỹ sư đều có sự đào tạo từ trước khi vào làm tại các nhà máy. Bên cạnh đó, Công ty còn đào tạo các kỹ năng mềm về thuyết trình về quản lý cho các cán bộ cấp trung. Công ty chú trọng việc đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng về nghiệp vụ và chuyên môn.

Về chính sách lương: Chính sách tiền lương đối với người lao động được xây dựng trên cơ sở phân phối theo nguyên tắc sử dụng lao động, trả lương gắn với năng suất, chất lượng và hiệu quả đơn vị, cá nhân người lao động. Khắc phục tình trạng phân phối bình quân không gắn với kết quả công việc. Quỹ tiền lương được phân phối đúng mục đích, trả trực tiếp cho người lao động, không dùng vào việc khác. Quỹ tiền lương được xác định theo năm, do Công ty xây dựng và Tổng công ty Điện lực miền Bắc phê duyệt.

3. Đề xuất công cụ đánh giá kết quả hoạt động thông qua Thẻ điểm cân bằng

3.1. Mục tiêu theo từng phương diện của BSC

Công ty vẫn đang phải đối mặt với hàng loạt các khó khăn, thử thách. Đó là nhu cầu sử dụng điện tăng cao trong mùa nóng, đối mặt với tình trạng cắt điện luân phiên,... trong khi nguồn năng lượng tăng trưởng chậm, việc đảm bảo nguồn cung điện của Công ty cũng chịu ảnh hưởng rất lớn.

Khía cạnh tài chính: Mục tiêu là gia tăng giá trị cổ đông, tăng lợi nhuận hoạt động do tăng năng suất, tăng lợi nhuận hoạt động do tăng trưởng.

Khía cạnh khách hàng: Gia tăng sự thỏa mãn khách hàng.

Khía cạnh quy trình nội bộ: Cung cấp dịch vụ, sản phẩm kịp thời, cải tiến chất lượng, phát triển dịch vụ mới.

Khía cạnh đào tạo và phát triển: Tăng kỹ năng xử lý nghiệp vụ, giữ chân nhân viên, năng suất làm việc của nhân viên.

3.2. Xác định thang đo cho từng phương diện của BSC

Khía cạnh tài chính: Đây là khía cạnh quan trọng nhất mà Công ty hướng đến. Dựa trên những kế hoạch mà Công ty đưa ra, nhóm tác giả đề xuất thước đo theo khía cạnh tài chính như sau:

Bảng 2: Thẻ điểm cân bằng về khía cạnh tài chính					
Mục tiêu	Thước đo	Hành động	Kế hoạch năm		
			2022	2023	
Lợi nhuận hoạt động do tăng năng suất	Chi phí trên sản phẩm	Tiếp tục thực hiện tiết kiệm chi phí, cắt giảm các chi phí không cần thiết	5%	5%	
Lợi nhuận hoạt động do tăng trưởng	Doanh thu	Phát triển hoạt động dịch vụ truyền tải điện, phân phối điện, điều độ hệ thống điện, bán buôn điện,...	5.600 tỷ đồng	6.650 tỷ đồng	
Gia tăng giá trị cổ đông	Lợi nhuận sau thuế	Sử dụng hiệu quả nguồn vốn	77 tỷ đồng	87,5 tỷ đồng	
	ROA	Sử dụng hiệu quả tài sản	3.4%	3.9%	
	ROE	Sử dụng hiệu quả nguồn vốn	4.5%	5.4%	

Khía cạnh khách hàng: Với phương châm lấy khách hàng là trung tâm trong mọi hoạt động, Công ty đã triển khai đồng bộ các giải pháp nhằm nâng cao độ tin cậy, cung cấp điện năng chất lượng cao, ổn định, liên tục phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và đời sống nhân dân trên địa bàn tỉnh. Đồng thời nâng cao chất lượng quản lý kỹ thuật, kinh doanh và dịch vụ khách hàng. Đặc biệt, tiếp tục thực hiện các giải pháp nâng cao chỉ số tiếp cận điện năng.

Bảng 3: Thẻ điểm cân bằng về khía cạnh khách hàng

Mục tiêu	Thước đo	Hành động	Kế hoạch năm	
			2022	2023
Giảm tỷ lệ khiếu nại của khách hàng	Số lượng hoặc tỷ lệ khiếu nại	Phân tích nội dung bảng câu hỏi khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng để tìm ra và khắc phục những điểm khách hàng chưa hài lòng một cách nhanh nhất	10%	8%
	Thời gian phản hồi trên mỗi yêu cầu của khách hàng		5 ngày	4,5 ngày
	Mức độ hài lòng của khách hàng qua khảo sát		3.65 điểm	3.80 điểm

Khía cạnh quy trình nội bộ: Khía cạnh này sẽ được đo bằng:

(1) Tổng sản phẩm cung cấp dịch vụ điện. Tăng chất lượng, thời gian cung cấp dịch vụ điện. Kế hoạch đề ra tăng cung cấp sản phẩm dịch vụ 10% mỗi năm, hạn chế ngừng cung cấp điện vào khoảng thời gian cao điểm trong ngày hoặc trong năm.

(2) Chất lượng cung cấp dịch vụ điện năng phù hợp cho nhu cầu cấp thiết của khách hàng. Tương tự chỉ tiêu này cũng đưa ra đạt 90% năm 2022, 93% năm 2023.

(3) Chất lượng sản phẩm dịch vụ sử dụng thiết bị điện. Công ty đưa ra kế hoạch nâng cao chất lượng cung cấp sản phẩm, thiết bị điện hiện đại ứng dụng công nghệ 4.0. Kế hoạch năm 2022 có 1, năm 2023 có 2 sản phẩm mới.

Bảng 4: Thẻ điểm cân bằng về khía cạnh quy trình nội bộ

Mục tiêu	Thước đo	Hành động	Kế hoạch năm	
			2022	2023
Cung cấp sản phẩm dịch vụ kịp thời	Tổng thời gian cung cấp dịch vụ	Thực hiện đúng quy định, kiểm tra, kiểm soát nội bộ một cách nghiêm túc thường xuyên	10%	10%
	Số lần cung cấp sản phẩm, dịch vụ đúng hạn		90%	93%
Cải tiến chất lượng sản phẩm dịch vụ	Số lượng sản phẩm dịch vụ mới		1	2
	Năng suất của từng bộ phận, từng nhân viên	Khuyến khích ứng dụng khoa học công nghệ tạo ra sản phẩm mới	12%	20%
	Tỷ lệ sản phẩm dịch vụ đạt chất lượng trên tổng số sản phẩm dịch vụ cung cấp	Xác định nguồn gốc của vấn đề cải tiến	91%	91%
Nâng cao chất lượng dịch vụ sau bán hàng	Thời gian giải quyết khiếu nại cho khách hàng	Cải tiến dịch vụ bán hàng	-25%	-30%
	Số lần khiếu nại của khách hàng		3 lần/tháng	2 lần/tháng

Khía cạnh đào tạo và phát triển: Khía cạnh này sẽ được đo bằng: Tỷ lệ % nhân viên đạt được trong các đợt huấn luyện kỹ năng và quản lý chất lượng, kế hoạch đặt ra đạt 100%, số lượng CB – CNV đào tạo kỹ năng nghiệp vụ. Mục tiêu giữ chân nhân viên đem lại công ty lợi ích dài hạn, khả năng giữ chân nhân viên thường được đánh giá thông qua số vòng quay nhân viên.

Bảng 5: Thẻ điểm cân bằng về khía cạnh đào tạo và phát triển

Mục tiêu	Thước đo	Hành động	Kế hoạch năm	
			2022	2023
Tăng kỹ năng xử lý nghiệp vụ	Tỷ lệ % nhân viên đạt trong các đợt huấn luyện	Khuyến khích động viên tinh thần học tập	100%	100%
	Số lượt CB – CNV đào tạo kỹ năng nghiệp vụ	Tăng cường đầu tư tạo kỹ năng nghiệp vụ	45 lượt	40 lượt
Giữ chân nhân viên	Số vòng quay nhân viên	Giữ chân nhân viên chủ chốt	≥ 1	≥ 1
Năng suất làm việc của nhân viên	Doanh thu của từng nhân viên	Khen thưởng nhân viên đạt thành tích cao	+10%	+15%

Tài liệu tham khảo

Bùi Thị Hải Vân (2009), Các yếu tố ảnh hưởng đến dự định áp dụng mô hình BSC vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, Luận văn thạc sĩ, Đại học Bách Khoa – Đại học Quốc Gia TP HCM.

Kaplan, R.S. & Norton, D.P., (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance. Harvard Business Review, 9-71.

Kaplan, R. and Norton, D. (1992). The Balanced Score Card – Measures That Drive Performance. Harvard Business Review, 70(4), 71-79.

Kaplan, R.S., & Norton, D.P (1996a), The balanced scorecard: Translating strategy into action, Harvard Business Review.

Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1996b), Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System, Harvard Business Review.

Trần Quốc Việt (2012), Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ chấp nhận mô hình thẻ điểm cân bằng trong quản trị chiến lược tại các doanh nghiệp Việt Nam, Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

Vũ Thùy Dương (2017), Vận dụng thẻ điểm cân bằng để đánh giá hiệu quả hoạt động trong các doanh nghiệp may Việt Nam, Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

Những phẩm chất cần có đối với người lãnh đạo cơ sở giáo dục và đào tạo trong bối cảnh hiện nay

Lê Hữu Nhơn

Trường Đại học Lao động Xã hội (Cơ sở II tại TP. Hồ Chí Minh)

Vy Thị Thu Sinh

Trần Anh Hùng

Phân viện Học viện Hành chính Quốc gia tại TP. Hồ Chí Minh

Muốn xây dựng cho được nền kinh tế tri thức, đưa Việt Nam trở thành nước phát triển ổn định, bền vững thì việc trước tiên chúng ta cần làm là phát triển giáo dục. Bởi vì, giáo dục là con đường ngắn nhất để phát triển kinh tế - chính trị - xã hội cũng như nâng cao dân trí, và “Đầu tư cho giáo dục là đầu tư cho phát triển”. Hiểu rõ tầm quan trọng của giáo dục như một điều kiện tiên quyết để thực hiện các mục tiêu phát triển đất nước, Đảng và Nhà nước ta đã dành cho giáo dục sự quan tâm đặc biệt và xem giáo dục, đào tạo luôn được ưu tiên đầu tư nguồn lực lớn từ ngân sách nhà nước (NSNN).

1. Mở đầu

Thực hiện Nghị quyết số 29-NQ/TW về “Đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo”. Từ đó, các nhà hoạch định chính sách có thể thấy được và có được một trong những cách khắc phục khoảng cách hiện nay giữa chủ trương đổi mới và hành động đổi mới. Trong ba yếu tố được đề xuất: nguyên tắc quản trị dựa trên nhà trường, cộng đồng học hỏi chuyên môn nghiệp vụ và phương pháp học tập hành động hợp tác, thì đổi mới quản lý giáo dục theo mô hình quản lý dựa vào nhà trường có vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng và hiệu quả giáo dục, góp phần thực hiện các mục tiêu đổi mới giáo dục trong bối cảnh hiện nay.

Quan điểm “Giáo dục và đào tạo là quốc sách hàng đầu” cũng được đưa ra trong Nghị quyết số 04-NQ/TW Hội nghị lần thứ tư Ban chấp hành Trung ương Đảng (khóa VII) về Tiếp tục đổi mới sự nghiệp giáo dục và đào tạo, ngày 14/01/1993. Nghị quyết số 04-NQ/TW xác định: “Cùng với khoa học và công nghệ, giáo dục và đào tạo đã được Đại hội VII xem là quốc sách hàng đầu. Đó là một động lực thúc đẩy và là một điều kiện cơ bản bảo đảm việc thực hiện những mục tiêu kinh tế - xã hội, xây dựng và bảo vệ đất nước. Phải coi đầu tư cho giáo dục là một trong những hướng chính của đầu tư phát triển, tạo điều kiện cho giáo dục đi trước và phục vụ đắc lực sự phát triển kinh tế - xã hội. Huy động toàn xã hội làm giáo dục, động viên các tầng lớp nhân dân góp sức xây dựng nền giáo dục quốc dân dưới sự quản lý của Nhà nước”.

Nghị quyết số 29-NQ/TW của Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về đổi mới căn bản và

toàn diện giáo dục đào tạo tiếp tục khẳng định: “Giáo dục và đào tạo là quốc sách hàng đầu, là sự nghiệp của Đảng, Nhà nước và của toàn dân. Đầu tư cho giáo dục là đầu tư phát triển, được ưu tiên đi trước trong các chương trình, kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội”.

2. Các thành tố quản lý nhà trường

Quản lý nhà trường được nhiều tác giả trong và ngoài nước diễn tả theo nhiều góc độ khác nhau. Theo M.I. Kondacov đã khái quát: “Không đòi hỏi một định nghĩa hoàn chỉnh, chúng ta hiểu quản lý (QL) nhà trường (công việc nhà trường là một hệ thống xã hội - sự phạm chuyên biệt). Hệ thống này đòi hỏi những tác động có ý thức, có kế hoạch và hướng đích của chủ thể QL đến tất cả các mặt của đời sống nhà trường, nhằm đảm bảo sự vận hành tối ưu về các mặt xã hội - kinh tế, tổ chức - sự phạm của quá trình dạy - học và giáo dục thể hệ đang lớn lên”.

Quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh: “Sự học tập trong nhà trường có ảnh hưởng rất lớn cho tương lai của thanh niên và tương lai của thanh niên là tương lai của đất nước mình. Vì vậy cốt nhất là phải dạy cho học trò biết yêu nước thương nòi... phải dạy cho họ có ý chí tự lập, tự cường, quyết không chịu thua kém ai, quyết không chịu làm nô lệ”. Người cho rằng học tập ở nhà trường chính là yếu tố quyết định đến việc xây dựng đất nước, phục vụ đắc lực cho nâng cao dân trí, đẩy lùi giặc đói.

Quản lý nhà trường phải vận dụng tất cả các nguyên lý chung của quản lý giáo dục (QLGD) để đẩy mạnh hoạt động của nhà trường theo mục tiêu đào tạo. QLNT là phải quản lý toàn diện nhằm phát triển

và hoàn thiện nhân cách của thế hệ trẻ một cách hợp lý, khoa học và hiệu quả. Muốn thực hiện có hiệu quả công tác QLGD phải xem xét đến những điều kiện đặc thù của mỗi nhà trường, phải chú trọng thực hiện việc cải tiến công tác QLGD đối với nhà trường, nền tảng của hệ thống giáo dục quốc dân.

Chính vì vậy, quản lý nhà trường là một bộ phận của quản lý giáo dục; là một hệ thống những tác động sư phạm khoa học và có tính định hướng của chủ thể quản lý đến tập thể giáo viên, học sinh và các lực lượng xã hội trong và ngoài nhà trường nhằm làm cho nhà trường vận hành theo đúng đường lối và nguyên lý giáo dục của Đảng trong thực tiễn Việt Nam.

Như vậy, giáo dục đại học trong hệ thống giáo dục quốc dân, là nền tảng quan trọng để tiến tới hội nhập và làm chủ công nghệ để tiếp cận thị trường lao động có tay nghề cao đang diễn ra trên thế giới ngày càng sôi động và Việt Nam cũng không ngoại lệ.

Giáo dục đại học nói chung thường được hiểu là bao gồm giảng dạy, nghiên cứu và chuyển giao ứng dụng. Thực ra, khi phân tích kỹ những quan điểm khác nhau về giáo dục đại học, chúng ta có thể kể ra nhiều vai trò khác nhau của giáo dục đại học trong xã hội. Giáo dục đại học đóng vai trò là “hệ thống nuôi dưỡng” (feeder system) của mọi lĩnh vực trong đời sống, là nguồn cung cấp nhân lực tối cần thiết để phục vụ các công tác quản lý, quy hoạch, thiết kế, giảng dạy và nghiên cứu.

Một quốc gia muốn phát triển về khoa học công nghệ và tăng trưởng về kinh tế thì nhất thiết phải có cả hai yếu tố: Một hệ thống giáo dục đại học và một lực lượng lao động. Việc phát triển những ngành công nghệ bản địa cũng như năng lực trong lĩnh vực nông nghiệp, an toàn thực phẩm và các ngành công nghiệp khác của chúng ta. Theo Ủy ban Kothari (1996) liệt kê những vai trò sau đây của các trường đại học trong xã hội hiện đại:

- Tìm kiếm và trau dồi tri thức mới, không ngừng nghỉ và không chùn bước trong quá trình kiếm tìm chân lý, thường xuyên xem xét lại ý nghĩa của những kiến thức và niềm tin cũ dưới ánh sáng của những nhu cầu mới và khám phá mới.

- Nắm giữ vai trò lãnh đạo phù hợp trong mọi lĩnh vực của đời sống, phát hiện những con người có tài năng và giúp họ phát triển tối đa tiềm năng của mình bằng cách trau dồi sức khỏe, phát triển năng lực trí tuệ, bồi dưỡng các mối quan tâm, các thái độ, các giá trị đạo đức cũng như giá trị tinh thần đúng đắn.

- Cung cấp cho xã hội những con người được đào tạo trong các lĩnh vực nông nghiệp, nghệ thuật, y dược, khoa học và công nghệ cũng như những ngành nghề khác; những người này sẽ là những cá

nhân đầy đủ năng lực và có ý thức trách nhiệm cao đối với cộng đồng.

- Nỗ lực thúc đẩy chất lượng sống và công bằng xã hội, giảm thiểu những khác biệt về văn hoá xã hội thông qua việc phổ cập giáo dục.

- Nuôi dưỡng và khích lệ ở cả giảng viên và sinh viên, những thái độ và giá trị cần thiết cho sự phát triển bền vững, tốt đẹp của cá nhân và xã hội, và từ đó nhân rộng những thái độ và giá trị này ra cho cả cộng đồng.

Như vậy, muốn nâng cao chất lượng, đảm bảo thực hiện tốt các mục tiêu, nhiệm vụ thì việc quản lý của người lãnh đạo là quyết định đến môi trường giáo dục có nề nếp, kỷ cương, có chất lượng giáo dục... Người lãnh đạo là người dẫn dắt một tổ chức trong trường học, có tầm nhìn xa - một trong những điều kiện tiên quyết để nhà trường có thể đi đúng hướng và đi xa.

Một môi trường tốt sẽ cần một người lãnh đạo có tâm, có tầm dẫn dắt đội ngũ viên chức của trường mình ngày càng phát triển và hội nhập sâu rộng với thế giới. Người lãnh đạo trong môi trường đại học có năng lực và phẩm chất tốt sẽ truyền cảm hứng và ý chí cho sinh viên của mình hướng đến làm chủ tương lai sau khi rời ghế nhà trường.

Quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh về nhà trường ở Việt Nam: “Sự học tập trong nhà trường có ảnh hưởng rất lớn cho tương lai của thanh niên và tương lai của thanh niên là tương lai của đất nước mình. Vì vậy, cốt nhất là phải dạy cho học trò biết yêu nước thương nòi... phải dạy cho họ có ý chí tự lập tự cường quyết không chịu thua kém ai, quyết không chịu làm nô lệ”. Người cho rằng học tập ở nhà trường chính là yếu tố quyết định đến việc xây dựng đất nước, phục vụ đắc lực cho nâng cao dân trí, đẩy lùi giặc đói. Tầm quan trọng của nhà trường là không thể phủ nhận.

Như vậy, nhà trường có thể coi là một thiết chế tổ chức chuyên biệt trong hệ thống tổ chức xã hội, đóng vai trò tái tạo nguồn nhân lực phục vụ cho sự duy trì và phát triển của xã hội.

3. Một số phẩm chất cần có đối với người lãnh đạo cơ sở giáo dục và đào tạo trong bối cảnh hiện nay

Trong bối cảnh hiện nay đối với người lãnh đạo ở cơ sở giáo dục và đào tạo để đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế và cuộc cách mạng công nghệ 4.0 thì phải luôn biết hoàn thiện bản thân mình, và luôn trau dồi trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cũng như thường xuyên học tập và làm theo tư tưởng, tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh.

Như vậy, những phẩm chất cần có đối với người lãnh đạo cơ sở giáo dục để đáp ứng yêu cầu giai đoạn hiện nay được thể hiện như sau:

Thứ nhất, người lãnh đạo cơ sở giáo dục phải có phẩm chất chính trị, yêu tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa, vì lợi ích dân tộc, vì hạnh phúc của nhân dân, trung thành với Đảng Cộng Sản Việt Nam. Chấp hành chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, điều lệ, quy chế, quy định của ngành, của địa phương và của nhà trường. Tích cực tham gia các hoạt động chính trị-xã hội và thực hiện đầy đủ nghĩa vụ công dân, và thực hiện các biện pháp phòng chống tham nhũng, quan liêu, lãng phí, thực hành tiết kiệm.

Đồng thời người lãnh đạo cơ sở giáo dục phải có lối sống lành mạnh, văn minh, phù hợp với bản sắc văn hóa dân tộc và môi trường giáo dục. Sống giản dị, nhân ái, độ lượng, bao dung và có tác phong làm việc khoa học, sư phạm... luôn luôn tự học tập, bồi dưỡng và tự rèn luyện phẩm chất chính trị, đạo đức, năng lực chuyên môn, nghiệp vụ sư phạm, năng lực lãnh đạo và quản lý nhà trường.

Thứ hai, người lãnh đạo cơ sở giáo dục phải đạt thành công trong hoạt động thể lực, trí lực. Năng lực thể hiện một cách thuần thực và chắc chắn một số dạng hoạt động nào đó, năng lực phải gắn liền với phẩm chất và trí nhớ, tính nhạy cảm, trí tuệ, tính cách của cá nhân.

Thứ ba, người lãnh đạo cơ sở giáo dục phải có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ sư phạm đạt trình độ chuẩn đào tạo theo quy định của Luật giáo dục đối với giáo dục. Có năng lực chuyên môn để chỉ đạo các hoạt động giáo dục và tư vấn, hướng dẫn, giúp đỡ cán bộ, giảng viên, nhân viên về chuyên môn giáo dục. Có kiến thức phổ thông về chính trị, kinh tế, y tế, văn hóa, xã hội liên quan đến giáo dục. Có khả năng vận dụng các phương pháp đặc thù của giáo dục trong nhà trường và có năng lực triển khai chương trình giáo dục.

Thứ tư, người lãnh đạo cơ sở giáo dục phải hiểu biết được nghiệp vụ quản lý, hoàn thành chương trình, xây dựng và tổ chức thực hiện quy hoạch, kế hoạch phát triển nhà trường toàn diện và phù hợp để thực hiện kế hoạch.

Thứ năm, người lãnh đạo cơ sở giáo dục phải nắm chắc và không ngừng hoàn thiện bộ máy tổ chức nhằm đáp ứng tốt yêu cầu của nhiệm vụ. Năng lực quản lý tổ chức của cán bộ quản lý thể hiện ở chỗ: khéo léo vận dụng tư tưởng “vì công việc mà xếp người”. Đồng thời thực hiện tốt sự phân định trách nhiệm của các cá nhân, các tổ chức, duy trì nguyên tắc, nề nếp, chế độ hoạt động của từng tổ chức. Kịp thời sắp xếp lại bộ máy tổ chức khi có biến

động về nhân sự hoặc sự thay đổi về nhiệm vụ... công việc đó phải được tiến hành trên cơ sở óc tổ chức và tài xử lý các mối quan hệ có lý, có tình của người lãnh đạo cơ sở giáo dục.

Thứ sáu, người lãnh đạo cơ sở giáo dục cần có trí tuệ phát triển tốt và thường tích cực tìm tòi để phát hiện các vấn đề, có ý kiến độc lập, nhiều sáng kiến, không lệ thuộc, thụ động vào những khuôn mẫu. Có khả năng thích ứng nhanh, hoàn thiện cùng với sự phát triển của tình hình nhiệm vụ. Trình độ phát triển trí tuệ của cán bộ quản lý giáo dục qua việc rèn luyện phẩm chất tư duy, nâng cao năng lực sáng tạo.

Thứ bảy, người lãnh đạo cơ sở giáo dục phải biết tổ chức, kiểm tra, kiểm định chất lượng giáo dục, tổ chức kiểm tra đánh giá chất lượng các hoạt động dạy học, giáo dục và quản lý nhà trường theo quy định. Chấp hành thanh tra giáo dục của các cấp quản lý theo quy định và thực hiện kiểm định chất lượng dạy học. Đồng thời, đảm bảo tính dân chủ trong hoạt động của nhà trường, tạo điều kiện cho các đoàn thể, tổ chức xã hội trong nhà trường hoạt động nhằm nâng cao chất lượng dạy học, giáo dục. Ngoài ra, người lãnh đạo cơ sở giáo dục cần chủ động phối hợp giữa nhà trường và địa phương, tham mưu với cấp ủy, chính quyền địa phương nhằm phát triển giáo dục trên địa bàn. Tổ chức huy động các nguồn lực của cộng đồng và các tổ chức kinh tế-chính trị-xã hội cùng các cá nhân trong cộng đồng nhằm góp phần xây dựng nhà trường thực hiện thành công mục tiêu giáo dục.

Tóm lại, ngoài những phẩm chất trên người lãnh đạo ở cơ sở giáo dục và đào tạo cần phải có niềm say mê, có sự hiểu biết và tính ham học hỏi, có tầm nhìn/nhìn xa trông rộng, óc sáng tạo, có khả năng truyền đạt thông tin, có khả năng lập kế hoạch, tổ chức và phát triển con người trong tổ chức, có khả năng làm việc theo nhóm, có tài xoay xở, có lòng dũng cảm, sẵn sàng chấp nhận rủi ro và chịu mọi trách nhiệm với vai trò là người đứng đầu cơ sở giáo dục và đào tạo./.

Tài liệu tham khảo

Bùi Minh Hiền, Nguyễn Vũ Bích Hiền (Đồng Chủ biên) (2016), Quản lý và lãnh đạo nhà trường, NXB ĐHSPHN.

Trần Kiểm (2016), Quản lý và lãnh đạo nhà trường hiệu quả, NXB ĐHSPHN.

Nguyễn Thị Mỹ Lộc (2009), Quản lí, lãnh đạo nhà trường trong thế kỉ 21, NXB ĐHQG HN.

John C. Maxwell (2008), 21 phẩm chất vàng của lãnh đạo nhà trường, Chương trình hợp tác giữa Alphabooks và ITD.

Vật liệu từ nhiệt và công nghệ làm lạnh bằng từ trường

Trần Thị Tịnh

Trường Cao đẳng Kinh tế kỹ thuật Vĩnh Phúc

Hiện nay, việc tập trung nghiên cứu tìm kiếm được các vật liệu có hiệu ứng từ nhiệt cao xảy ra ở lân cận nhiệt độ phòng, trong biến thiên từ trường nhỏ. Ngoài ra vật liệu từ nhiệt cần đáp ứng tốt các yếu tố: bền, không độc hại, giá thành thấp và công nghệ chế tạo đơn giản. Cùng với việc tìm ra các hệ vật liệu từ nhiệt các nghiên cứu phát triển kỹ thuật đo chính xác, cho phép xác định nhanh các đại lượng đặc trưng của MCE, cũng như nghiên cứu cải tiến công nghệ nâng cao hiệu suất sử dụng của các máy làm lạnh bằng từ trường cũng đặc biệt được quan tâm nghiên cứu và phát triển mạnh mẽ trên toàn thế giới.

1. Mở đầu

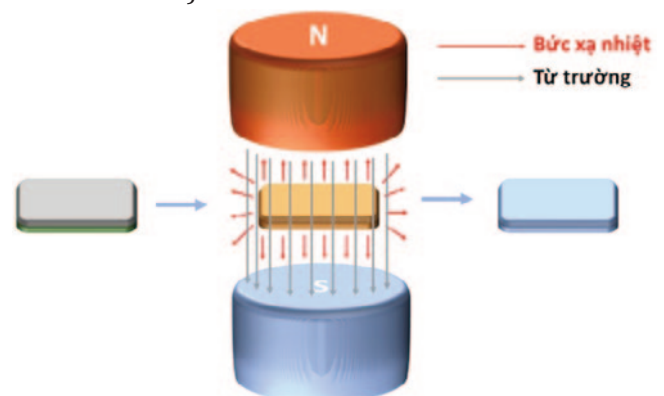
Trong xã hội hiện đại, công nghệ làm lạnh được nhắc tới với vai trò không thể thiếu, như sự bảo quản thực phẩm, điều hòa không khí trong các tòa nhà và phương tiện giao thông... Các máy làm lạnh dùng khí nén thông thường sử dụng các khí chloro-fluorocarbon (CFC), hydrochlorofluorocarbon (HCFC), hydrofluorocarbon (HFC), tạo nên ô nhiễm môi trường, làm nghèo tầng ozone, ảnh hưởng hiệu ứng nhà kính. Thêm vào đó, hiệu suất của các hệ dùng khí nén thông thường thấp và khó được cải thiện. Trong xu hướng thế giới đẩy mạnh nghiên cứu tìm ra các phương pháp làm lạnh tiên tiến, phương pháp làm lạnh bằng từ trường dựa trên hiệu ứng từ nhiệt (Magnetocaloric Effect - MCE) được đặc biệt quan tâm vì nó có nhiều ưu điểm trong việc thân thiện, bảo vệ môi trường sống do không sử dụng chất khí làm lạnh và đạt hiệu suất cao hơn quá trình làm lạnh dựa trên nguyên lý nén, giãn khí thông thường. Quá trình làm lạnh dựa trên nguyên lý nén, giãn khí truyền thống thường chỉ đạt hiệu suất khoảng 40%. Trong khi đó thiết bị làm lạnh bằng từ trường có thể đạt tới hiệu suất 70% của chu trình (Carnot) lý tưởng.

Sự thay đổi nhiệt độ đoạn nhiệt của vật liệu từ (bị đốt nóng hay làm lạnh) khi từ hóa hoặc khử từ gọi là hiệu ứng từ nhiệt. Hiệu ứng này được đánh giá thông qua các đại lượng như biến thiên entropy từ (ΔS_m), biến thiên nhiệt độ đoạn nhiệt (ΔT_{ad}) và khả năng làm lạnh từ (RC). Hiệu ứng từ nhiệt được chia thành hai loại âm và dương. Hiệu ứng từ nhiệt dương, khi được từ hóa nhiệt độ của vật tăng lên. Hiệu ứng từ nhiệt âm, khi được từ hóa nhiệt độ của vật giảm xuống.

2. Hiệu ứng từ nhiệt

Hiệu ứng từ nhiệt (Magnetocaloric Effect-MCE) là sự thay đổi nhiệt độ đoạn nhiệt của vật liệu từ (vật liệu từ bị đốt nóng hoặc làm lạnh) khi bị từ hóa hoặc bị khử từ. Hiệu ứng từ nhiệt là một thuộc tính nội tại xuất hiện trong mọi vật liệu từ, cường độ của hiệu ứng thể hiện khác nhau phụ thuộc vào vật liệu (gọi chung là vật liệu từ nhiệt).

Cường độ khác nhau của vật liệu từ nhiệt được đánh giá thông qua giá trị biến thiên lớn hay bé của các đại lượng đặc trưng chính như giá trị biến thiên nhiệt độ đoạn nhiệt (ΔT_{ad}) và giá trị biến thiên entropy từ (ΔS_m) khi từ trường đặt vào vật liệu biến đổi. Hiệu ứng từ nhiệt được phân loại dựa vào các tiêu chuẩn khác nhau, phân loại thành các loại như sau: hiệu ứng từ nhiệt âm và dương hoặc hiệu ứng từ nhiệt thường và khổng lồ (Giant MagnetoCaloric Effect - GMCE).



Khi vật liệu được từ hóa, nhiệt độ của vật tăng lên thì đây là hiệu ứng từ nhiệt dương hay hiệu ứng từ nhiệt thường (NMCE: $\Delta T_{ad} > 0$; $\Delta S_m < 0$), còn khi từ hóa mà nhiệt độ của vật giảm xuống là hiệu ứng từ nhiệt âm hay hiệu ứng từ nhiệt ngược (IMCE: $\Delta T_{ad} < 0$; $\Delta S_m > 0$). Bản chất của hiệu ứng từ nhiệt được thể hiện là sự chuyển hóa giữa năng lượng từ - năng

lượng nhiệt khi vật liệu chịu tác động của từ trường ngoài và quá trình trên có thể được làm rõ thông qua lý thuyết nhiệt động học. Nguyên nhân gây ra MCE có thể được giải thích như sau: xét một hệ spin thuận từ hoặc sắt từ, entropy của hệ trong điều kiện áp suất không đổi là một hàm của từ trường H và nhiệt độ T .

3. Vật liệu từ nhiệt

Các vật liệu từ nhiệt có dải nhiệt độ hoạt động thấp (trong khoảng từ 10 đến 80 K) phải kể đến đầu tiên là một vài đất hiếm nguyên chất như Nd, Er, Tm. Trong đó, Nd có $\Delta T_{ad} \approx 2,5$ K tại nhiệt độ $T = 10$ K với $\Delta H = 100$ kOe. Er có $\Delta T_{ad} \approx 5$ K tại $T = 25$ K với $\Delta H = 70$ kOe. Tm có $\Delta T_{ad} \approx 3$ K tại $T = 56$ K với $\Delta H = 70$ kOe. Vật liệu có MCE lớn trong dải nhiệt độ này là các hợp chất $REAl_2$ ($RE = Er, Ho, Dy$), $Dy_{0,5}Ho_{0,5}$ và Dy_xEr_{1-x} và $RENi_2$ ($RE = Gd, Dy$ và Ho). Nhiệt độ biến thiên đoạn nhiệt ΔT_{ad} của chúng được chỉ ra giá trị cực đại của ΔT_{ad} giảm khi nhiệt độ tăng từ 10 tới 80 K. Điều này là do sự tăng nhanh chóng của nhiệt dung theo nhiệt độ trong các hợp kim này. Sự phụ thuộc của MCE vào từ trường biến đổi trong khoảng từ 1 tới 2 K/10 kOe.

Hiện nay, vật liệu có hiệu ứng từ nhiệt lớn ở vùng nhiệt độ phòng đang rất được quan tâm nghiên cứu. Vật liệu đầu tiên phải đề cập đến là kim loại đất hiếm Gd, với mômen từ nguyên tử lớn 7,63 μB , là nguyên tố sắt từ có nhiệt độ chuyển pha Curie TC gần nhiệt độ phòng. Kim loại này có chuyển pha từ loại hai tại nhiệt độ TC = 293 K. Các thông số từ nhiệt của Gd tại TC được tìm thấy là: biến thiên entropy từ cực đại $|\Delta S_m|_{max} = 13,2$ J.kg⁻¹.K⁻¹ và $\Delta T_{ad} = 14$ K trong biến thiên từ trường 70 kOe. Tuy nhiên, MCE của Gd giảm xuống đáng kể nếu tồn tại tạp chất...

Việc đánh giá tiềm năng của các vật liệu từ nhiệt bằng việc so sánh các giá trị $|\Delta S_m|_{max}$, $|\Delta T_{ad}|_{max}$ và RC có thể sẽ sai khác với việc đánh giá bằng việc thử nghiệm thực tế trong các thiết bị làm lạnh bằng từ trường. Bởi vì, trong ứng dụng thực tế còn phụ thuộc vào khả năng hoạt động của thiết bị và nhiều tính chất khác của vật liệu bao gồm khả năng chống ôxi hóa, tính chất cơ, dòng phụ-cô, độ dẫn nhiệt... Việc đánh giá theo cách thứ nhất được thực hiện bởi các nhà vật lý và khoa học vật liệu, còn cách đánh giá thứ hai, quá trình để tạo ra khả năng ứng dụng của thiết bị, lại là công việc của các kỹ sư thiết kế. Mối quan hệ giữa tính chất của vật liệu và hiệu suất của thiết bị làm lạnh là không đơn giản vì còn có các yếu tố khác của việc thiết kế máy làm lạnh cũng ảnh hưởng đến hiệu suất của thiết bị.

Như vậy, các yêu cầu công nghệ và bản chất của

hiệu ứng từ nhiệt, để ứng dụng vào lĩnh vực làm lạnh bằng từ trường ở vùng nhiệt độ phòng, các vật liệu từ nhiệt được lựa chọn cần thỏa mãn một số tiêu chí sau:

- Sự thay đổi nhiệt độ đoạn nhiệt và biến thiên entropy từ đạt giá trị lớn trong biến thiên từ trường nhỏ (vì các thiết bị dân dụng rất khó tạo ra được từ trường lớn).

- Nhiệt độ chuyển pha từ nằm trong vùng nhiệt độ phòng (vì hiệu ứng từ nhiệt lớn xảy ra ở lân cận nhiệt độ chuyển pha từ).

- Vùng nhiệt độ làm việc tức là vùng có hiệu ứng từ nhiệt lớn phải rộng (vật liệu có thể làm lạnh trong một dải nhiệt độ lớn).

- Hiện tượng trễ từ và trễ nhiệt nhỏ (tránh tổn hao năng lượng).

- Nhiệt dung riêng nhỏ, tính dẫn nhiệt tốt (để sự trao đổi nhiệt xảy ra nhanh chóng và sự thay đổi nhiệt độ là đáng kể).

- Có điện trở suất lớn (để giảm tổn hao Fuco).

- Độ ổn định cao, an toàn và tổng hợp mẫu không quá phức tạp, giá thành thấp.

4. Công nghệ làm lạnh bằng từ trường

4.1. Ứng dụng trong kỹ thuật tạo nhiệt độ thấp

Vật liệu từ nhiệt từ khi được phát hiện cho tới nay đã và đang rất được quan tâm nhằm ứng dụng trong kỹ thuật làm lạnh bằng từ trường ở nhiệt độ rất thấp và ở nhiệt độ phòng. Hướng ứng dụng vật liệu từ nhiệt trong máy lạnh ở nhiệt độ thấp đã được bắt đầu vào năm 1927 và nhờ quá trình khử từ đoạn nhiệt mà vật liệu đã đạt nhiệt độ rất thấp (cỡ μK). Ban đầu, vật liệu được dùng là các muối thuận từ và nhiệt độ đạt tới 1 K. Tuy nhiên, tính dẫn nhiệt của vật liệu này kém nên chúng dần bị thay thế bởi hợp chất liên kim loại có tính dẫn nhiệt tốt hơn. Với vật liệu liên kim loại, có thể làm lạnh tới nhiệt độ cỡ 27 μK . Kỹ thuật làm lạnh ở nhiệt độ thấp này được ứng dụng chủ yếu trong các máy chuyên dụng làm việc ở nhiệt độ gần độ không tuyệt đối. Tuy nhiên, những máy loại này thường có phạm vi ứng dụng hẹp và chi phí dành cho vận hành cao. Chính điều đó đã hạn chế sự phát triển của vật liệu từ nhiệt theo hướng ứng dụng này.

4.2. Ứng dụng trong kỹ thuật làm lạnh tại nhiệt độ phòng

Kỹ thuật làm lạnh bằng từ trường tại nhiệt độ phòng là hướng ứng dụng rất có triển vọng. Thiết bị sử dụng Gd đặt trên một bánh xe đặc biệt quay với tốc độ cao trong từ trường. Nhiệt độ đoạn nhiệt biến đổi khoảng 10 đến độ. Với kích thước nhỏ gọn, thiết

bị nhỏ bé này được cho là có thể sử dụng trong hệ thống làm mát của điều hòa xe hơi và các bộ vi xử lý. Các máy làm lạnh bằng từ trường hoạt động tại nhiệt độ phòng có được ứng dụng rộng rãi trong cuộc sống hay không vẫn còn là một câu hỏi chưa có lời đáp. Công nghệ này đang có triển vọng rất lớn, nhưng cũng còn nhiều thách thức về chi phí, tính sẵn có của vật liệu, kết cấu của bộ phận dẫn truyền nhiệt cũng như quy trình sản xuất. Tại Việt Nam, vật liệu từ nhiệt nói chung và vật liệu từ nhiệt Heusler nền Ni- Mn nói riêng là một trong những đề tài được quan tâm bởi một số nhóm nghiên cứu như Viện Khoa học vật liệu, Đại học Khoa học Tự nhiên, Đại học Bách Khoa Hà Nội... và đã có những công bố trên các tạp chí uy tín trong và ngoài nước.

Viện Khoa học vật liệu thuộc Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam là một trong những cơ sở nghiên cứu vật liệu rất mạnh. Những kết quả chính trong các nghiên cứu của nhóm về MCE của hợp kim Heusler được công bố trong [36-42], bao gồm:

+ Hệ hợp kim khối $\text{Ni}_{50}\text{Mn}_{50-x}\text{Sbx}$ ($x = 0 \div 40$) có nhiệt độ chuyển pha từ tăng theo sự tăng của nồng độ Sb. Biến thiên entropy từ cực đại trong từ trường biến thiên 12 kOe đạt được với mẫu có $x = 0,2$ là $0,98 \text{ J.kg}^{-1}\text{K}^{-1}$, cao gấp hai so với mẫu $x = 0,3$ là $-0,45 \text{ J.kg}^{-1}\text{K}^{-1}$.

+ Hệ hợp kim khối $\text{Ni}_{50}\text{Mn}_{50-x}\text{Snx}$ ($x = 0 \div 40$) có nhiệt độ chuyển pha từ tăng theo nồng độ Sn. Riêng mẫu có $x = 13$ sau khi ủ cho đồng thời hiệu ứng từ nhiệt âm và dương, giá trị biến thiên entropy từ cực đại $(\Delta S_m)_{\max} \approx -1,9 \text{ J.kg}^{-1}\text{K}^{-1}$ với $H = 12 \text{ kOe}$ tại 290 K .

+ Hệ băng hợp kim $\text{Ni}_{50}\text{Mn}_{50-x}\text{Snx}$ ($x = 11 \div 15$) có chuyển pha từ gần với chuyển pha cấu trúc xuất hiện tại dải hẹp của nồng độ Sn ($12 \div 14\%$). Biến thiên entropy từ liên quan tới chuyển pha loại hai nhỏ hơn gấp khoảng 5 lần liên quan tới chuyển pha loại một, nhưng khả năng làm lạnh từ lại lớn hơn. Băng hợp kim $\text{Ni}_{50}\text{Mn}_{37}\text{Sn}_{13}$ cho đồng thời hiệu ứng từ nhiệt âm và dương, giá trị biến thiên entropy từ cực đại $(\Delta S_m)_{\max} \approx -5,2 \text{ J.kg}^{-1}\text{K}^{-1}$ với $\Delta H = 12 \text{ kOe}$ tại 260 K (lớn hơn của mẫu khối khoảng 2,7 lần).

Nhóm nghiên cứu thuộc trường Đại học Khoa học Tự nhiên đã thực hiện đề tài với nội dung: nghiên cứu các vật liệu liên kim loại có hiệu ứng từ nhiệt khổng lồ dùng trong các thiết bị làm lạnh từ thể hệ mới. Công trình đã được thực hiện trên 3 hệ hợp kim: $\text{R}_5(\text{SixGe}_{1-x})_4$, $\text{R}(\text{Fe,Si})_{13}$ và Ni-Mn-Ga. Các kết quả cho thấy hiệu ứng từ nhiệt lớn có liên hệ trực tiếp tới chuyển pha cấu trúc trong hợp kim Heusler Ni-Mn- Ga. Những phát hiện mới của công

trình nghiên cứu này về cấu trúc mạng tinh thể, tính chất từ, tính chất nhiệt đã có nhiều đóng góp quan trọng về hiểu biết chung với các hợp chất liên kim loại chứa đất hiếm. Hiệu ứng từ nhiệt trên hệ hợp kim Heusler cũng được nhóm nghiên cứu của trường thực hiện với kết quả đáng kể như hợp kim $\text{Ni}_{50}\text{Mn}_{38}\text{Sb}_{12}\text{B}_1$ có $(\Delta S_m)_{\max} = 2,1 \text{ J.kg}^{-1}\text{K}^{-1}$ ($\Delta H = 8 \text{ kOe}$).

Tài liệu tham khảo

Warburg E. 1881. Magnetische Untersuchungen. Ann. Phys.(Leipzig) 13:141-64

Raja M.M., Gopalan R., Rajkumar D.M., Balamuralikrishnan R., Chandrasekaran V., Suresh K.G. and Hono K. (2008), "Phase relationship, microstructure and magnetocaloric effect in $\text{Gd}_{1-x}(\text{Si}_{0.5}\text{Ge}_{0.5})_x$ alloys", Journal of Physics D: Applied Physics, 41, pp. 055008.

Trung N.T., Biharie V., Zhang L., Caron L., Buschow K.H.J. and Brück E. (2010), "From single- to double-first-order magnetic phase transition in magnetocaloric $\text{Mn}_{1-x}\text{Cr}_x\text{CoGe}$ compounds", Applied Physics Letters, 96, pp. 162507-3.

Độc quyền và thực trạng của ngành Điện lực Việt Nam

Phan Thị Thu Thủy

Lê Hải Tài

Trường Cao đẳng Kinh tế kỹ thuật Vĩnh Phúc

Những người làm điện vẫn nặng trĩu trong lòng về những ý kiến gay gắt của dư luận trong thời gian gần đây, khi mà có những khu vực buộc phải cắt điện do nhiều nguyên nhân. Nhưng quy tụ lại vẫn là đổ cho ngành điện độc quyền. Vậy điều đó có đúng không? Với tư cách là người rất nhiều năm làm trong ngành điện, nên tôi xin cung cấp cho bạn đọc những thông tin cần thiết để mọi người có thể tự lý giải về vấn đề này một cách khách quan nhất.

1. Mở đầu

Vấn đề đảm bảo cân bằng cung cầu điện năng cho các lĩnh vực sản xuất và sinh hoạt xã hội là có ý nghĩa đặc biệt quan trọng nhằm duy trì sự ổn định và phát triển của nền kinh tế ở mỗi quốc gia nói chung, cũng như ở Việt Nam nói riêng. Nó đòi hỏi hệ thống điện sẽ phải thực hiện cơ chế đặc biệt được thiết lập để bảo đảm ngay lập tức nguồn sản xuất phải được cân bằng với nhu cầu sử dụng. Khách hàng sử dụng điện năng là các cơ sở tiêu thụ như xây dựng - công nghiệp, tiêu dùng, dân cư, giao thông vận tải, an ninh, quốc phòng... Hệ thống truyền tải và phân phối điện bao gồm mạng lưới các đường dây và trạm biến áp, gồm các chức năng: truyền tải điện và phân phối điện. Khi sản xuất điện năng bước vào giai đoạn năng lực sản xuất cao hơn khả năng tiêu thụ của khách hàng, tức là thị trường điện có công suất dự phòng lớn, ngành Điện đứng trước yêu cầu về một mô hình sản xuất và kinh doanh tiên tiến hơn để đảm bảo hiệu quả kinh tế như một ngành kinh doanh thông thường.

2. Thực trạng thị trường điện lực ở Việt Nam

Thị trường là một cơ chế trong đó người mua và người bán tương tác với nhau để xác định giá cả và sản lượng của hàng hóa hay dịch vụ (Paul Samuelson and William D. Nordhaus, 2009, Economics, McGraw-Hill Education, 19th edition). Đối với ngành Điện, với đặc điểm cơ bản là quá trình sản xuất và tiêu thụ diễn ra đồng thời và trong ngắn hạn luôn cần được cân bằng. Nếu điện năng sản xuất và nhu cầu tiêu thụ không cân bằng, máy phát điện sẽ tăng tốc, hoặc quay chậm lại, làm cho tần số hệ thống tăng hoặc giảm. Nếu tần số nằm ngoài phạm vi đã xác định trước, người vận hành hệ thống sẽ phải thực hiện thao tác huy động thêm, hoặc loại bỏ các tổ máy phát điện hoặc phụ tải. Thị trường điện là dạng thị trường có tính đặc thù so với thị trường cho các hàng hóa khác, là hệ thống cho phép nhà

cung ứng điện năng và nhà tiêu dùng gặp nhau, thông qua việc xác định giá mua điện trên thị trường nhằm thỏa mãn các lợi ích kinh tế của người mua và người bán. Do vậy, trong vận hành hệ thống điện, cần có một cơ quan kiểm soát và đơn vị điều hành hệ thống truyền tải, điều phối việc gửi các đơn vị phát điện để đáp ứng nhu cầu dự kiến của hệ thống trên lưới truyền tải.

2.1. Khâu phát điện

Sau ngày thống nhất đất nước đến nay, Nhà nước luôn khuyến khích tất cả các thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia đầu tư vào ngành điện. Các nhà đầu tư nước ngoài đã vào rất sớm tìm hiểu khảo sát, tính toán thời gian thu hồi vốn, lợi nhuận, rủi ro... Cuối cùng, họ cũng chỉ đầu tư có 8 nhà máy BOT (xây dựng, vận hành, chuyển giao), với tổng công suất chiếm khoảng 9,7% trong hệ thống điện. Nhà máy BOT vận hành sớm nhất là Phú Mỹ 2 vào năm 2004, sau đó là Phú Mỹ 3 vào năm 2005.

Quá trình đàm phán với nhà đầu tư BOT phải rất trường kỳ (thường trên 10 năm mới xong hợp đồng BOT), vì họ đưa ra các điều kiện gần như bất khả kháng, trong đó có thiên tai, dịch họa, quyền chuyển đổi ngoại tệ, rủi ro về chính trị và lợi nhuận trên 15%, nên phía Việt Nam khó đáp ứng.

Về phía các nhà đầu tư trong nước, đầu tư mạnh mẽ nhất như Tập đoàn CN Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV), Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (PVN) và rất nhiều nhà đầu tư khác cũng tham gia. Tính đến nay, có 426 nhà máy điện, trong đó, Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) có 20 nhà máy, các Tổng công ty Phát điện điện (GENCO 1,2,3) thuộc EVN có 37 nhà máy và 369 nhà máy khác của các tập đoàn, tổng công ty và tư nhân. Loại hình nhà máy cũng rất đa dạng (bao gồm nhiệt điện, thủy điện, điện mặt trời, điện gió) đều có mặt của tất cả các thành phần kinh tế trong nước và nước ngoài.

Hiện nay, EVN chiếm 38,5% tổng công suất toàn hệ thống, các đơn vị ngoài chiếm 61,5%.

Các Tổng công ty Phát điện điện (GENCO 1,2,3), hiện đã cổ phần hóa GENCO 2 và 3. GENCO 1 đang quá trình lập hồ sơ cổ phần hóa, nhưng sau khi được cấp trên duyệt giá, chào bán trên sàn thì cổ đông bên ngoài mua rất ít. GENCO 3 bán ra được 0,87% số cổ phần chào bán, GENCO2 bán ra được 0,13%. Có nhiều lý do như vốn quá lớn, trong khi nhà đầu tư Việt Nam thì vốn không nhiều và trở ngại chính vẫn là giá đầu ra thấp, nguy cơ lỗ.

Vài năm qua, Chính phủ có cho đầu tư năng lượng tái tạo với giá lên tới 9,35 USD cent/kWh, thu hút được nhiều nhà đầu tư tham gia và công suất tăng thêm 20.000 MW. Phải nói, đây là đợt đầu tư nhanh, lượng lớn công suất, huy động được nguồn lực trong xã hội. Nhờ đó mà đáp ứng được yêu cầu của người dùng điện phía Nam.

Nhìn chung, khâu phát điện gần 50 năm nay thực hiện theo đúng chủ trương của Nhà nước, luôn muốn có nhiều nhà đầu tư tham gia đầu tư vào ngành điện để đủ điện cho dân dùng. Với phân tích trên cho thấy: Khâu phát điện đã được xã hội hóa.

2.2. Khâu phân phối điện

EVN đã thực hiện thí điểm cổ phần hóa Công ty Điện lực Khánh Hoà từ năm 2005. Tiếp đó, EVN đề xuất cổ phần hóa tất cả các công ty điện lực tỉnh, nhưng cấp trên cho rằng: Vùng nông thôn chịu nhiều gian khổ trong chiến tranh, không có điện là thiệt thòi cho dân, cần phải điện khí hóa (lúc đó vùng nông thôn cả nước mới có điện 50 - 70%). EVN hiểu rõ, đây là sự tri ân của Nhà nước đối với đồng bào đã cống hiến trong các cuộc kháng chiến, nên đã không tính toán thiệt hơn, nên vốn đầu tư hầu như không thu hồi được, vì suất đầu tư trên hộ dân rất cao, giá điện rẻ dẫn đến lỗ nặng.

Với lý do này, nếu khi cổ phần hóa, các cổ đông sẽ không đồng ý bỏ vốn đầu tư điện nông thôn. Nhưng nay EVN đã đưa điện về 100% số xã và 99,58% số hộ nông thôn. Như vậy, cơ bản điện khí hóa xong cho cả thành thị, lẫn nông thôn và điều đó cũng đồng nghĩa với việc hiện nay rất thuận lợi cho việc cổ phần hóa. Và đương nhiên, EVN rất muốn cổ phần hóa nhanh để có nguồn vốn đầu tư tiếp...

2.3. Khâu truyền tải điện

Truyền tải - nói nôm na giống như động mạch chủ trong cơ thể người. Để đảm bảo an ninh năng lượng, nhiều quốc gia do Nhà nước nắm giữ, nhưng gần đây cũng có một số quốc gia đã cổ phần hóa lưới truyền tải.

Những năm vừa qua, Nhà nước Việt Nam cũng đã cho phép Tập đoàn Trung Nam và 3 đơn vị khác xây dựng lưới truyền tải siêu cao áp (đường dây và trạm 500 kV). Cùng với đó, các khách hàng cũng tự xây dựng rất nhiều đường dây và trạm 110 kV và 220

kV, đấu nối vào lưới điện quốc gia. Như vậy, khâu truyền tải điện cũng đang được xã hội hóa.

Tóm lại, EVN không muốn và không độc quyền cả 3 khâu (phát điện, truyền tải điện và phân phối điện). Hiện nay, Nhà nước cũng giao EVN quản lý từng cấp độ về nguồn, truyền tải, cũng như phân phối điện để đảm bảo lợi ích Nhà nước và nhân dân.

Với tình hình đầu tư chậm và giá điện như hiện nay, nguy cơ thiếu điện có thể tiếp diễn. Theo kinh nghiệm của một số quốc gia, thì việc thành lập thị trường điện là cấp thiết, sẽ giúp giải quyết được vấn đề thiếu điện. Bài học thành công thị trường điện tại Philippine và Úc cho thấy rất rõ. Do đó, cần khẩn trương thiết lập thị trường điện tại một tổng công ty điện lực, hoặc chọn một miền để thực hiện thí điểm cùng lúc cả 2 bước - mua buôn điện cạnh tranh và bán lẻ điện cạnh tranh. (Trên thực tế, hiện nay chúng ta cũng đã có một vài công ty tư nhân về phân phối điện, bán lẻ điện cũng rất cạnh tranh với công ty điện lực Nhà nước). Sau 1 năm sẽ tổng kết, đánh giá và hoàn chỉnh hệ thống quản lý, sau đó triển khai trên toàn quốc.

Tất cả các mặt hàng đều theo thị trường, duy nhất chỉ có sản phẩm điện không theo thị trường thì không thể tồn tại ổn định và phát triển được. Một thực tế đang hiện hữu, cuộc sống luôn vận động, vừa làm vừa hoàn chỉnh, chắc chắn sẽ mở ra hướng mới, đừng để tình hình như hiện nay.

2.4. Giá điện nhập khẩu

Hiện nay EVN có mua, bán điện với 3 nước láng giềng (Lào, Campuchia và Trung Quốc) - đây là những chia sẻ quý báu, hỗ trợ nhau.

Với Lào, EVN mua điện cao áp, giá mua của Nhà máy điện Xekaman 3 là 5,62 USDcent/kWh và Xekaman 1 với giá 1,493 đ/kWh để bán điện ở cấp điện áp 35 - 22 kV cho vùng biên giới với giá 9,48 USDcent/kWh.

Với Campuchia, EVN bán điện cao áp 220 kV đến PhnomPenh giá theo giờ và theo mùa. Trong mùa khô - giờ cao điểm (12,87 USDcent/kWh), giờ bình thường (11,44 USDcent/kWh), giờ thấp điểm (9,72 USDcent/kWh). Mùa mưa, giá thấp hơn một ít.

Với Trung Quốc, trong khoảng thời gian từ năm 2005 - 2006, theo tính toán, thì 6 tỉnh phía Bắc phải cắt điện vì thiếu điện nghiêm trọng. Đây là các tỉnh biên giới có liên quan đến an ninh và đời sống người dân vùng cao, EVN tính sơ bộ 2 phương án cấp điện: Lắp 6 nhà máy diesel tại 6 tỉnh, vốn đầu tư khoảng 1.000 - 1.500 tỷ đồng, chạy dầu DO, giá thành 2.500 - 3.000đ/kWh, thời gian thiết kế, đặt hàng thiết bị, xây dựng 2 - 3 năm; hoặc xây dựng nhà máy chạy than, thời gian xây dựng 5 - 6 năm, vốn đầu tư khoảng 7.000 - 9.000 tỷ đồng công suất 1.000 MW

(tùy công nghệ) để kết hợp cấp điện cho một số địa phương khác.

Nhưng cả 2 phương án trên đều không khả thi, vì số vốn đầu tư lớn và không kịp nhu cầu cấp bách. Trước tình hình đó, EVN đã đàm phán với nước bạn và Trung Quốc sẵn sàng xây dựng đường dây 220 kV cấp điện cho Việt Nam.

Hai bên mua và bán điện đã thống nhất để ký các thỏa thuận về xây dựng, đấu nối lưới, phương thức vận hành, các điều khoản hợp đồng mua bán điện. Hai bên cam kết thi công nhanh nhất, ngay sau đó 2 bên khảo sát, phóng tuyến, thiết kế xong móng nào là duyệt ngay để thi công móng đó. Địa hình xây dựng cả 2 bên đều hiểm trở. Hai bên trao đổi đưa ra các biện pháp thi công sáng tạo và táo bạo nhất, cùng nhau cùng xây dựng đường dây điện mỗi bên. Cuối cùng cả hai bên đều đạt tiến độ.

Phía Việt Nam có 2 xuất tuyến (Hà Giang đi Malutang và Cao Bằng đi Guman). Tổng giá trị xây dựng 2 đường dây 220 kV phía Việt Nam là khoảng 215 tỷ đồng.

Hợp đồng mua bán điện có hiệu lực thi hành ngay, với giá có thể nói là hữu nghị 4,5 USDcent/kWh (hàng năm có tính trượt giá theo thông lệ quốc tế). Điều đáng mừng là 6 tỉnh phía Bắc không bị cắt điện trong suốt những năm qua. Đến nay, việc mua điện của các nước láng giềng vẫn duy trì. EVN đàm phán mua sản lượng điện 220 kV theo mùa (mùa khô giá 6,32 USD cent/kWh, mùa mưa giá 5.17 USD cent/kWh), thấp hơn giá nhiệt điện FO, DO, kể cả với giá tại một số nhiệt điện than và giá mua điện mặt trời trong nước.

Về lâu dài, EVN nên xem xét giải pháp liên kết mua, bán điện với các nước trong khu vực ASEAN, ngoài Trung Quốc, Lào và Campuchia như hiện nay để lợi dụng thời tiết và giờ cao điểm chênh lệch nhau ở các quốc gia để phối hợp điều độ lưới điện, tương tự như Liên minh châu Âu.

2.5. Thực hư lỗ lãi

Có thông tin cho rằng: Năm tổng công ty điện lực (Tổng công ty Điện lực miền Bắc, Tổng công ty Điện lực miền Trung, Tổng công ty Điện lực miền Nam, Tổng công ty Điện lực Hà Nội, Tổng công ty Điện lực TP. Hồ Chí Minh) năm 2021 có tiền gửi ngân hàng, mà EVN lại kêu lỗ để đòi tăng giá điện. Năm 2021 EVN có lãi. Năm 2022 EVN báo cáo lỗ trên 26.000 tỷ đồng do chi phí đầu vào tăng cao (hợp đồng mua điện thì chi phí nhiên liệu theo nguyên tắc chuyển ngang).

Hầu hết mọi người đều hiểu rằng: Hoạt động của bất cứ doanh nghiệp nào cũng luôn có dòng tiền luân chuyển trong tài khoản để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn, dài hạn đến kỳ phải trả (bao gồm nợ vay ngân hàng để đầu tư phải trả gốc và lãi,

nợ mua nguyên, nhiên, vật liệu, trả lương, nộp thuế, nộp phạt, cấp vốn thanh toán đầu tư... đặc biệt khoản lớn nhất là trả tiền mua điện hàng tháng).

Theo định mức tính toán, 5 tổng công ty điện lực cần phải có dòng tiền trên 40.000 tỷ đồng. Năm 2021, doanh thu của 5 tổng công ty điện lực khoảng trên 400.000 tỷ đồng, bình quân mỗi tháng thu trên 33.000 tỷ đồng (thu rải ra theo chu kỳ ghi chữ số hàng tháng của trên 20 triệu khách hàng dùng điện). Tiền về, đương nhiên phải gửi vào tài khoản ngân hàng rồi trả cho các khoản nói trên. Chưa nói đến tiền cổ tức từ cổ phần hóa các nhà máy điện, trích lập quỹ đầu tư phát triển 30%, quỹ khen thưởng phúc lợi, 3 tháng lương... Khi gửi tiền, doanh nghiệp phải tính toán thời điểm chi ra và khôn nhất là gửi lấy lãi có kỳ hạn, hoặc không có kỳ hạn từ những khoản chờ thanh toán, để cuối năm cộng gộp vào lợi nhuận của doanh nghiệp.

Năm 2022, EVN lỗ, nhưng vẫn có dòng tiền trên 400.000 tỷ đồng ra vào tài khoản, vẫn có lãi tiền gửi. Năm 2023 lỗ nặng hơn, nhưng vẫn bán điện, vẫn thu tiền trên ra vào tài khoản, vẫn có lãi tiền gửi. Nếu tiếp tục lỗ, đến thời điểm nào đó mất khả năng thanh toán, không còn dòng tiền thì lúc đó mới hết lãi tiền gửi. Lúc đó, đồng nghĩa với việc EVN hết khả năng bán điện (tình huống này chắc là khó xảy ra).

Theo nguyên tắc kế toán, phải hạch toán rành mạch lãi (lỗ) kinh doanh điện riêng, lãi tiền gửi riêng, lãi kinh doanh khác riêng, cuối cùng sẽ cộng, trừ ra lãi (lỗ) của doanh nghiệp.

Lãi, lỗ, số dư tiền gửi, nợ quá hạn, nợ xấu, thuế phải nộp là những nội dung quan trọng mà các đoàn thanh kiểm tra cấp trên khó có thể bỏ sót.

Là tập đoàn kinh tế lớn của Nhà nước, EVN không thể lãi mà báo lỗ 26.000 tỷ đồng. Hơn bao giờ hết, đây cũng là thời điểm rất mong tất cả bàn tay, khối óc tập trung giúp EVN và ngành Điện lực Việt Nam các kế sách, giải pháp cứu nguy cho tình trạng thiếu điện như năm nay và có thể sẽ xảy ra trong thời gian sắp tới./.

Tài liệu tham khảo

Bộ Công Thương (2017). Thông cáo báo chí của Bộ Công Thương về việc Điều chỉnh giá bán lẻ điện bình quân năm 2017, Hà Nội.

Cục Điều tiết điện lực (2017). Tổng kết vận hành Thị trường phát điện cạnh tranh và Thị trường bán buôn điện cạnh tranh thí điểm giai đoạn 2016 - 2017, Hà Nội.

Thủ tướng Chính phủ (2020). Quyết định số 1835/QĐ-TTg, Phê duyệt Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2050.

Truyền dẫn khóa lượng tử qua không gian tự do

Hồ Thị Thu Minh

Trường Cao đẳng Kinh tế kỹ thuật Vĩnh Phúc

Bảo mật thông tin là các biện pháp nhằm phục vụ cho việc trao đổi hay lưu giữ thông tin một cách an toàn và bí mật. Một hệ thống truyền tin được gọi là an toàn và bảo mật thì phải có khả năng chống lại được các nguy cơ tấn công kể trên. Do đó, một hệ thống truyền tin phải có các đặc tính sau: tính bảo mật, tính chứng thực và tính không từ chối.

1. Mở đầu

Mã hóa dữ liệu hay còn gọi là mật mã dữ liệu là một công cụ thiết yếu để bảo mật dữ liệu. Mã hóa dữ liệu phải đáp ứng được các yêu cầu bảo mật của một hệ thống truyền tin.

Ngày nay, có rất nhiều phương pháp mã hóa dữ liệu được sử dụng nhưng có thể chia chúng theo hai loại chính là: mã hóa bất đối xứng và mã hóa đối xứng. Mã hóa bất đối xứng hay còn gọi là phương pháp mã hóa công khai được minh họa trong hình. Trong phương pháp này, có hai khóa khác nhau được dùng để mã hóa và giải mã dữ liệu. Bên phát sử dụng khóa công khai để mã hóa, bên thu sử dụng khóa bí mật để giải mã. Khóa bí mật sẽ không được truyền, khóa công khai sẽ được truyền đi cùng với dữ liệu thông qua mạng Internet hay một mạng truyền thông nào đó.

Mã hóa bất đối xứng được sử dụng trong các giao tiếp hàng ngày qua Internet. Một số phương pháp mã hóa theo phương pháp này là RSA, DSA, Elgamal, Knapsack. Mã hóa bất đối xứng có ưu điểm là độ bảo mật cao do khóa bí mật không bao giờ được truyền. Vì vậy, sẽ không có hiện tượng khóa bị phá trên đường truyền bởi những người dùng không hợp pháp và hạn chế được vấn đề bảo mật phát sinh khi truyền khóa do chỉ truyền khóa công khai. Ngoài ra, phương pháp này có khả năng cung cấp các chữ ký số giúp tăng được tính bảo mật. Tuy nhiên, phương pháp mã hóa bất đối xứng có nhược điểm là tốc độ xử lý của bên phát và bên thu khá chậm.

Trong khi đó, mã hóa đối xứng hay còn gọi là phương pháp mã hóa khóa bí mật là phương pháp mã hóa mà bên phát và bên thu dùng chung một khóa để mã hóa và giải mã dữ liệu $K = K'$. Do thuật toán giải mã ngược với thuật toán mã hóa nên phương pháp có tên là mã hóa đối xứng. Khóa bí mật có thể là các số, các từ hay các ký tự theo một cách ngẫu nhiên và được trộn với thông tin cần gửi đi theo một thuật toán nào đó để làm thay đổi nội dung bản tin cần gửi.

Đặc tính quan trọng đầu tiên của mã hóa đối xứng là khóa phải được giữ bí mật giữa người gửi và người nhận, hay nói cách khác khóa phải được phân phối một cách an toàn từ người gửi đến người nhận. Đặc tính quan trọng thứ hai của một hệ mã hóa đối xứng là có thể đạt được bảo mật vô điều kiện của hệ mã khi sử dụng khóa đối xứng đủ dài và chỉ một lần.

2. Sự cần thiết của hệ thống phân phối khóa lượng tử QKD

Phân phối khóa được coi là vấn đề quan trọng của mật mã. Để đảm bảo tính bảo mật khi truyền thông qua các kênh thông thường, điều cần thiết là các khóa bí mật phải được phân phối một cách an toàn. Ngay cả khi thuật toán mã hóa được sử dụng là không thể phá vỡ, thông tin truyền đi cũng dễ bị tấn công nếu các khóa không được đảm bảo an toàn. Các thuật toán càng khó, độ dài của khóa càng lớn thì tính bảo mật của khóa càng được đảm bảo. Tuy nhiên, với sự ra đời của các máy tính lượng tử với tốc độ xử lý lớn gấp nhiều lần máy tính hiện nay nếu một hệ thống bảo mật chỉ dựa vào tính phức tạp của thuật toán hoàn toàn có thể bị phá khóa.

Theo hiệp hội Viễn thông quốc tế (International Telecommunication Union - ITU), có ba cách khả thi để chống lại các cuộc tấn công từ máy tính lượng tử:

- Cải tiến hệ thống tiền lượng tử hiện tại: Tăng gấp đôi kích thước khóa hiện tại để có thể chống lại thuật toán Grover bằng cách tăng tốc độ lên căn bậc hai cho các thuật toán tìm kiếm lượng tử so sánh trên máy tính cổ điển. Tuy nhiên, điều này chỉ phù hợp với các hệ thống sử dụng mã hóa đối xứng.

- Thiết kế hệ thống khóa công khai mới: Sử dụng các vấn đề toán học mới chưa bị bẻ khóa bởi các thuật toán lượng tử hiện tại, ví dụ: các thuật toán mã hóa dựa trên mã và dựa trên kiểu mạng tinh thể, thường được gọi là mật mã hậu lượng tử PQC. Tuy nhiên, ngay cả nếu những vấn đề toán học mới đó được chứng minh là mạnh mẽ chống lại các thuật toán lượng tử hiện tại, chúng cũng có thể sẽ không

an toàn trước các thuật toán lượng tử sẽ được tạo ra trong tương lai.

- Sử dụng hệ thống phân phối khóa lượng tử QKD để thay thế cơ chế trao đổi khóa dựa trên khóa công khai: Tính bảo mật của phân phối khóa lượng tử QKD dựa trên các nguyên tắc vật lý lượng tử của ánh sáng có thể tránh được một cách hiệu quả các mối đe dọa được gây ra do sự gia tăng hiệu năng tính toán hoặc thuật toán "backdoors" mà các thuật toán khóa công khai truyền thống phải đối mặt. QKD đã được chứng minh là có khả năng chống lại các thuật toán lượng tử được tạo ra trong tương lai.

Như vậy, để giải quyết vấn đề về kênh an toàn khi truyền khóa, có thể thực hiện bảo mật ngay tầng vật lý khi truyền khóa bằng cách sử dụng phân phối khóa lượng tử QKD.

Mật mã lượng tử hay cụ thể hơn là phân phối khóa lượng tử QKD là phương pháp chỉ dựa trên luật của lớp vật lý mà không sử dụng các thuật toán để mã hóa dữ liệu. QKD có những ưu điểm đáp ứng được nhu cầu bảo mật của các hệ thống truyền tin trong tương lai:

- Không giống như các hệ thống cổ điển, QKD không cho phép kẻ xâm nhập trái phép trên đường truyền khóa lấy được các tín hiệu lượng tử được truyền đi nhờ vào nguyên tắc không nhân bản của cơ chế lượng tử.

- Nếu như các hệ thống bảo mật cổ điển không thể phát hiện được sự có mặt của kẻ xâm nhập trái phép thì bên phát hoặc bên thu của hệ thống QKD hoàn toàn có thể phát hiện được sự can thiệp của kẻ xâm nhập trái phép. Điều này có được là do đặc tính duy nhất và dễ bị thay đổi của photon, nếu có bên thứ ba cố tình đọc hay sao chép các photon theo bất kỳ một cách nào đó sẽ làm thay đổi trạng thái cả photon.

Vì những lý do này, QKD trở thành một thành phần không thể thiếu trong các kiến trúc của hệ thống thông tin lượng tử trong tương lai, đó là những hệ thống bao gồm cả những thuật toán cổ điển dựa trên lượng tử và các phương pháp mật mã lượng tử. Hiện nay, QKD là phương pháp phân phối khóa đang thu hút được nhiều sự quan tâm của các chuyên gia bảo mật dữ liệu trên toàn thế giới trong bối cảnh có sự phát triển mạnh mẽ của các máy tính lượng tử. QKD là cơ sở để phát triển một hệ thống Internet lượng tử trên quy mô toàn cầu, một hệ thống mà người sử dụng có thể truy cập vào các máy tính lượng tử từ một khoảng cách rất xa thông qua Internet lượng tử. Các ứng dụng tiềm năng của QKD bao gồm các hệ thống thông tin yêu cầu bảo mật cao như hệ thống Smart Grid, hệ thống thông tin tài chính hay các hệ thống phòng thủ quốc gia....

3. Truyền thông quang trong không gian tự do FSO

Quang không gian tự do FSO (Free Space Optics) còn có tên gọi là FSP (Free Space Photonics) hoặc quang không dây OW (Optical Wireless) liên quan đến việc truyền thông tin bằng ánh sáng trong dải tần nhìn thấy hoặc ánh sáng hồng ngoại trong môi trường không khí. So với hệ thống truyền thông sử dụng đường truyền sóng điện từ (Radio Frequency RF), một hệ thống FSO có những ưu điểm sau: có thể đạt được tốc độ truyền tải và tính bảo mật của dữ liệu cao, kích thước của anten nhỏ (gần bằng 1/10 lần kích thước của anten trong hệ thống sử dụng đường truyền sóng điện từ), mức tiêu thụ điện năng nhỏ (gần bằng 1/2 lần so với các thiết bị trong hệ thống sử dụng đường truyền sóng điện từ), không cần sử dụng cáp quang hay phải xin cấp phép dải phổ truyền như khi truyền sóng điện từ, tài nguyên băng thông còn lớn.

Một hệ thống truyền quang không dây được minh họa trong Hình 1.6, sẽ bao gồm ba thành phần chính là:

Bên phát để phát đi các thông tin được mã hóa dưới dạng ánh sáng thông qua môi trường không khí dựa trên luật Beer-Lambert. Bộ phát sử dụng phương thức điều chế cường độ theo kiểu điều chế trực tiếp hoặc điều chế pha/tần số/trạng thái phân cực thông qua bộ điều chế ngoài (bộ điều chế ngoài Mach Zehnder hay cách tử Bragg...). Tốc độ dữ liệu đạt được sau điều chế cao hơn khi sử dụng bộ điều chế ngoài so với bộ điều chế trực tiếp. Thấu kính phát sẽ tập hợp các tín hiệu sau điều chế từ nguồn quang sau đó phát tín hiệu quang này qua môi trường khí quyển để tín hiệu tới được bên phía thu.

Kênh truyền quang trong không gian tự do FSO bao gồm các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng đường truyền như: mây, mưa, khói bụi, nhiệt độ, sương mù, nhiễu loạn khí quyển,... Do tín hiệu truyền trên đường truyền là tín hiệu quang nên tín hiệu ở đầu vào kênh truyền thể hiện ở dạng công suất thay vì dạng biên độ như trong kênh nhiễu Gauss thông thường. Tín hiệu quang ở đầu vào kênh truyền sẽ có hai đặc trưng là (1) Tín hiệu không âm và (2) Giá trị trung bình của tín hiệu không vượt quá mức công suất tối đa quy định.

Bên thu để giải mã các tín hiệu quang về tín hiệu gốc truyền đi. Tín hiệu quang thu được là tổng hợp của tín hiệu quang phát đi, nhiễu, méo tín hiệu, bức xạ nền. Thấu kính thu được dùng để tập trung trường quang thu được. Kích thước của thấu kính thu và công suất tín hiệu thu sẽ xác định được lượng ánh sáng đưa vào bộ tách quang. Nếu gọi A là diện tích mặt thu của bộ thu, phương sai nhiễu lượng tử

tỷ lệ thuận với A và công suất tín hiệu điện thu được tỷ lệ với A². Do đó, nếu tăng diện tích mặt thu A thì tăng được tỷ số tín hiệu trên nhiễu (Signal to Noise Ratio – SNR) của bộ thu, tuy nhiên, tăng A đồng nghĩa với việc tham số điện dung của bộ thu tăng lên. Khi điện dung của bộ thu tăng, băng thông của máy thu sẽ bị giảm đi. Trong hệ thống QKD- FSO, nếu kẻ nghe lén Eve có diện tích mặt thu thật lớn thì khả năng thu khóa chính xác sẽ cao hơn bên thu hợp lệ Bob. Tuy nhiên, việc tăng diện tích bề mặt thu không làm tăng khả năng trùng nhau giữa khóa chọn lọc của Eve và Bob do sự khác nhau về việc thiết lập ngưỡng kẹp tại máy thu cũng như điều kiện kênh truyền của Eve và Bob không hoàn toàn giống nhau.

Truyền thông quang trong không gian tự do FSO đang phát triển và hứa hẹn mang lại đường truyền tốc độ dữ liệu cao hơn một cách đáng kể, cùng với đó kích thước, trọng lượng của thiết bị cũng như công suất thấp hơn nếu so với truyền thông vô tuyến truyền thống. Tuy nhiên, giải pháp sử dụng FSO mặt đất chỉ có thể hỗ trợ khoảng cách truyền ngắn. FSO sử dụng vệ tinh đã được nghiên cứu trong nhiều thập kỷ gần đây và được tin tưởng mạnh mẽ sẽ thực hiện được nhiệm vụ liên lạc trong một khoảng cách truyền dẫn dài như giữa các quốc gia với nhau. Vệ tinh sẽ làm nhiệm vụ chuyển tiếp thông tin trong các hệ thống QKD-FSO. Trong truyền thông quang không dây sử dụng vệ tinh, sự phân kỳ của chùm tia hẹp trong truyền thông FSO sẽ yêu cầu tính định hướng chính xác cao hơn với tính chính xác trong định hướng truyền thông vô tuyến. Độ chính xác điển hình thường rơi vào một vài trăm μ rad [45]. Khi tính định hướng cao đã được bảo đảm, các trạm phát Alice nằm trên vệ tinh sử dụng trong truyền thông FSO cũng không phải lo lắng về việc can nhiễu giữa các đường truyền với nhau. Do đó, mỗi một vệ tinh có thể đáp ứng được lượng băng thông như mong muốn.

Có thể hoặc sử dụng đường truyền cáp quang hoặc đường truyền quang không dây để phân phối khóa bí mật trong hệ thống CV-QKD giữa phía phát và phía thu. Tuy nhiên, hệ thống QKD sử dụng cáp quang bị giới hạn trong vài trăm km với tốc độ truyền khóa rất thấp do suy hao và các vấn đề về bảo toàn tính phân cực. Theo công bố nghiên cứu năm 2021, Mirko Pittaluga và các cộng sự đã thử nghiệm thành công hệ thống phân phối khóa lượng tử qua kênh cáp quang có chiều dài đường truyền lên tới 605 km. So với sợi quang, hiệu ứng tán sắc của các đường truyền FSO là không đáng kể, do đó sự phân cực của photon khi lan truyền trong khí quyển được bảo toàn, hệ thống truyền quang không dây linh động và mang lại chi phí thấp hơn. Để tăng khoảng cách truyền dẫn, hệ thống QKD-FSO có thể

sử dụng các khinh khí cầu nhưng phương thức này chỉ hỗ trợ cho các khoảng cách truyền dẫn không dài. Việc sử dụng vệ tinh làm phương tiện chuyển tiếp là một giải pháp để tăng cự ly truyền dẫn đạt được xa hơn nữa, đáp ứng được xu hướng toàn cầu hóa mạng QKD trong tương lai.

Ngoài lợi thế về khoảng cách đường truyền giữa trạm phát và trạm thu được kéo dài, hệ thống phân phối khóa lượng tử qua kênh truyền quang không dây còn có lợi thế về khả năng an ninh. Một điều quan trọng cần chú ý là hình thức tấn công người ở giữa rất khó thực hiện đối với hệ thống QKD-FSO dựa trên vệ tinh với lý do như sau: Hệ thống FSO hoạt động dựa trên nguyên tắc truyền dẫn tầm nhìn thẳng (LOS), do búp sóng laser có kích thước hẹp nên yêu cầu nghiêm ngặt về việc đồng chỉnh, giữ thẳng hướng giữa bộ thu và bộ phát. Nhờ đặc tính đó và hệ thống FSO vẫn luôn được coi là có khả năng an ninh cao hơn các hệ thống truyền thông sử dụng sóng vô tuyến khác.

Ngoài ra, để tăng cường tính an ninh của hệ thống QKD-FSO, trong các hệ thống CV-QKD thường lựa chọn các tham số của hệ thống như tham số công suất phát nhỏ, đủ để máy thu hợp pháp tách được bit với QBER đạt yêu cầu tối thiểu. Mức công suất phát nhỏ được sử dụng với mục đích thông qua ảnh hưởng của nhiễu tạp để kẻ thu lén Eve khó có thể thu được chính xác toàn bộ chuỗi bit. Eve muốn thu được chính xác chuỗi bit tương ứng với chuỗi trạng thái pha đã phát đi, cần có giả thiết là nhiễu tạp đủ nhỏ. Tuy nhiên, trong thực tế, ảnh hưởng mạnh của nhiễu loạn khí quyển và các loại nhiễu tạp trong máy thu quang như tạp âm lượng tử, tạp âm ánh sáng nền, tạp âm nhiệt...sẽ khiến cho Eve khó tách chính xác được toàn bộ chuỗi bit.

Đường truyền FSO phải đối mặt với một số ảnh hưởng đến từ môi trường không gian tự do, những ảnh hưởng này làm hạn chế đáng kể tới tốc độ truyền khóa tối đa đạt được, cũng như làm giảm khoảng cách đường truyền từ phía phát tới phía thu của một hệ thống QKD-FSO sử dụng vệ tinh./.

Tài liệu tham khảo

- Lê Minh Thanh (2008), "Mô phỏng mật mã lượng tử theo giao thức BB84", Khoa học Tự nhiên và Công nghệ 24, tr. 238-247.
- Nguyễn Văn Tuấn, Nguyễn Ngọc Dương, Phan Vĩnh Vương (2012), "Nâng cao chất lượng tuyến thông tin quang không dây trong điều kiện khí hậu Việt Nam", Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng, 54(5), tr. 79-86.