

# Văn hóa doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh ngân hàng Việt Nam

Phạm Thị Tuyết  
Lê Thị Huyền Trang  
Học viện Ngân hàng

Văn hóa doanh nghiệp (VHDN) trong hoạt động kinh doanh ngân hàng là nguồn lực nội sinh có thể tạo nên sự phát triển đột phá và bền vững cho mỗi Ngân hàng (NH). Trước bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay, khi sự khác biệt về sản phẩm, dịch vụ không nhiều và sự khác biệt về công nghệ không đủ lớn thì việc tạo ra sự khác biệt nhằm thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ NH chính là ở uy tín NH, đội ngũ nhân viên NH chuyên nghiệp mang bản sắc văn hóa trong phục vụ và chăm sóc khách hàng. Nghiên cứu về “Văn hóa doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng Việt Nam” là việc làm cần thiết, không chỉ có ý nghĩa về mặt lý luận, mà còn có ý nghĩa thực tiễn góp phần đổi mới nhận thức về vai trò quan trọng của VHDN trong kinh doanh ngân hàng.

## 1. Đặc trưng cơ bản của ngân hàng thương mại trong hoạt động kinh doanh

NHTM đóng vai trò là trung gian tài chính, huy động vốn từ những chủ thể thừa vốn trong xã hội như các cá nhân, các doanh nghiệp có nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi, các quỹ, đoàn thể, hiệp hội và cho vay với các chủ thể thiếu vốn, điển hình là các doanh nghiệp, các tổ chức kinh doanh và các cá nhân vay tiêu dùng. Ngoài hoạt động chính là huy động vốn và cho vay, NHTM còn tự đầu tư, kinh doanh (kinh doanh vàng, chứng khoán, công cụ phái sinh...) và cung ứng các dịch vụ tài chính khác như dịch vụ thanh toán, ngân quỹ, tư vấn... Với vai trò là trung gian tài chính và trung gian thanh toán, hoạt động của NHTM tiềm ẩn rất nhiều rủi ro như rủi ro tín dụng, rủi ro lãi suất, rủi ro thanh khoản, rủi ro tỷ giá, rủi ro giá hàng hóa, rủi ro hoạt động... Có thể nói, hoạt động KDNH là kinh doanh rủi ro và NHTM chấp nhận rủi ro để có lợi nhuận. Chính vì đặc trưng này, việc phát triển VHDN mạnh trở nên đặc biệt quan trọng đối với NHTM, bởi văn hóa kinh doanh tốt sẽ khiến cho các nhân viên làm việc hết mình, tránh được cảm dỗ vật chất, giúp các NHTM hạn chế rủi ro do các nhân viên cố ý làm sai để kiếm lợi cho bản thân mình.

Một đặc trưng hoạt động kinh doanh của NHTM là mạng lưới rất rộng lớn, bao gồm hệ thống các chi nhánh, các ngân hàng đại lý, máy ATM... Mạng lưới rộng là một lợi thế giúp NHTM tăng cường khả năng tiếp cận khách hàng, tăng doanh thu và tăng lợi nhuận. Tuy nhiên, nó cũng là nguyên nhân khiến cho chất lượng dịch vụ ngân hàng khó đồng đều, việc xây dựng bản sắc văn hóa ngân hàng khó nhất quán giữa tất cả các chi nhánh. Đây thực sự là một thách thức trong việc xây dựng VHDN trong NHTM bởi các khách

hàng của ngân hàng luôn đòi hỏi sự đồng đều, chuyên nghiệp ở tất cả các chi nhánh, và tất cả các nhân viên của ngân hàng. Các NHTM ngoài việc duy trì các giá trị văn hóa chung được thống nhất trong hệ thống, các chi nhánh, phòng giao dịch ở địa phương khác nhau còn phải phát triển và dung hòa sự khác biệt văn hóa trong thói quen, tập tục, nghi lễ của KH. Sự giao thoa văn hóa này giúp các NHTM làm giàu thêm các giá trị nền tảng trong VHDN và dễ thích nghi với sự thay đổi của môi trường kinh doanh.

NHTM hoạt động dựa trên cơ sở niềm tin của khách hàng: ngân hàng cung ứng các dịch vụ tài chính, hầu hết là vô hình. Nguồn vốn hoạt động của NHTM cũng chủ yếu là nguồn vốn huy động và đi vay, vốn chủ sở hữu của ngân hàng chỉ chiếm một tỉ trọng rất nhỏ. Phần lớn các nguồn vốn này sau đó được sử dụng để cho vay và hoạt động đầu tư của ngân hàng. Chính vì vậy, niềm tin của khách hàng và công chúng đóng vai trò rất quan trọng trong sự thành công của NHTM. Niềm tin của khách hàng sẽ giúp NHTM dễ dàng trong việc huy động vốn, cho vay, cung ứng dịch vụ với mức chi phí hợp lý. Ngoài ra, nó còn giúp ngân hàng ổn định thanh khoản, phòng ngừa rủi ro thanh khoản và các vụ rút tiền ồ ạt ở ngân hàng. Việc xây dựng một nền VHDN giàu bản sắc cũng giúp các NHTM rất nhiều trong việc tạo dựng và củng cố niềm tin của khách hàng, giúp NHTM kinh doanh thuận lợi và hiệu quả.

## 2. Tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam

VHDN có vị trí và vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của mỗi NHTM, bởi bất kỳ một NH nào nếu thiếu đi yếu tố văn hoá, ngôn ngữ, tư liệu, thông tin nói

chung được gọi là tri thức thì doanh nghiệp đó khó có thể đứng vững và tồn tại được. Trong khuynh hướng phát triển xã hội hiện nay, nguồn nhân lực của một NHTM mang đậm nét văn hóa cá nhân, tạo nên VHDN chung và liên kết, nhân lên nhiều lần các giá trị của từng nguồn lực riêng lẻ. Do vậy, có thể khẳng định VHDN là tài sản vô hình của mỗi NHTM.

Một là, VHDN quyết định đến sự trường tồn và phát triển của mỗi NHTM. Đối với hoạt động kinh doanh tiềm ẩn nhiều rủi ro như lĩnh vực tài chính NH thì VHDN có ý nghĩa và tầm quan trọng đặc biệt. Bởi lẽ, hơn bất kỳ tổ chức kinh doanh nào khác, kinh doanh tiền tệ mang đặc trưng riêng, các NHTM đóng vai trò trung gian, trong đó, khách hàng vừa là người góp vốn cho NH vừa là người trực tiếp sử dụng nguồn vốn đó thông qua các sản phẩm, dịch vụ của NH. Nói cách khác, khách hàng là người trực tiếp tham gia vào quá trình cung ứng sản phẩm, dịch vụ của NH và khách hàng cũng chịu trách nhiệm liên đới nếu có rủi ro xảy ra. Sản phẩm, dịch vụ của NH mang tính vô hình, không tồn tại dưới dạng vật chất. KH chỉ có thể dựa vào uy tín, thương hiệu của NH để lựa chọn và giao dịch lần đầu. Khi họ cảm nhận được chất lượng của sản phẩm, dịch vụ thông qua sự hài lòng hay tiện ích từ sản phẩm, dịch vụ mang lại và phong cách phục vụ chuyên nghiệp, họ sẽ tiếp tục sử dụng khi có nhu cầu. Vì lẽ đó, mỗi tổ chức tín dụng cần xây dựng cho mình một môi trường văn hóa kinh doanh riêng nhằm từng bước tạo dựng hình ảnh tốt trong suy nghĩ của KH, phát huy sức mạnh nội lực từ nguồn lực con người nhằm phát triển hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao.

Hai là, VHDN là công cụ, phương tiện giúp các nhà lãnh đạo NH thực hiện tốt công việc của mình. Một NH có nền VHDN mạnh sẽ giúp các nhà lãnh đạo triển khai, thực hiện tốt kế hoạch, mục tiêu đề ra từ bố trí, phân công công việc phù hợp với năng lực, trình độ của các thành viên trong NH đến khuyến khích, ghi nhận thành quả sáng tạo của mọi thành viên, biết động viên, khen thưởng, kịp thời và đặc biệt là giúp nhà lãnh đạo xây dựng các chuẩn tiến tới công bằng trong đánh giá chất lượng nhân sự, xây dựng môi trường làm việc văn hóa và lành mạnh. Đặc biệt, trong hoạt động quản trị và điều hành hoạt động kinh doanh NH, nếu nhà lãnh đạo có phong cách lãnh đạo phù hợp sẽ xây dựng được môi trường kinh doanh văn hóa, khai thác sức mạnh nội lực từ các thành viên. Khi đó, việc truyền đạt các mục tiêu, cảm xúc, hứng thú, nguyên tắc làm việc và tình cảm của người lãnh đạo trong quá trình giao tiếp với cấp dưới... sẽ là động lực vô cùng quan trọng giúp các thành viên trong tổ chức hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Ba là, VHDN giúp gắn kết các thành viên trong NH thành khối thống nhất, cộng cam, cộng lợi và cộng mệnh. Mỗi NHTM là tập hợp của nhiều cá nhân khác

nhau về năng lực, xu hướng, tính cách, sở thích, thói quen, hoàn cảnh sống, điều kiện sống, môi trường giáo dục... Nếu lãnh đạo các NHTM biết phối kết hợp trong vô vàn sự khác nhau của mỗi thành viên trong tổ chức, hướng họ tới những giá trị chung sẽ là cơ sở tạo ra khối đại đoàn kết trong mỗi NH, là nguồn lực nội sinh giúp tổ chức vượt qua mọi khó khăn, thử thách. VHDN tạo nên lực hướng tâm cho các thành viên của NH. Nếu NHTM xây dựng VHDN tốt sẽ định hướng cho các thành viên trong tổ chức hành động đúng với chiến lược, mục tiêu, triết lý kinh doanh của NH.

Bốn là, giúp NHTM thu hút nhân tài. Đây là vai trò quan trọng của VHDN đối với các tổ chức nói chung và với các NHTM nói riêng. Nền VHDN mạnh sẽ tạo ra giá trị, hiệu quả trong kinh doanh, làm tăng thu nhập của các cá nhân. Mặt khác, các cá nhân có cơ hội sáng tạo, khẳng định năng lực, tài trí của mình cho NH. Khi năng lực của họ được khẳng định, họ sẽ có động lực trong làm việc, và có trách nhiệm hơn với công việc được giao. Môi trường kinh doanh văn hóa giúp củng cố lòng trung thành của nhân viên, tạo ra sự đồng tâm hiệp lực thông qua hệ thống các giá trị chuẩn mực chung. Khi đó, NHTM sẽ là môi trường làm việc lí tưởng, là nơi thử sức và mong muốn làm việc của người lao động. NHTM sẽ có cơ hội tuyển dụng đội ngũ nhân sự chất lượng nhằm phát triển các giá trị chung, đạt mục tiêu, chiến lược đề ra.

Năm là, VHDN giúp phân biệt giữa NH này với NH khác. Xây dựng và phát triển VHDN trong KDNH thực chất là các NHTM xây dựng hình ảnh, thương hiệu của mình. Trong kinh doanh, bất cứ nhà quản trị nào cũng “thuộc lòng” chiến lược “tạo ra sự khác biệt” là “chìa khóa của thành công”. Tuy nhiên, trong hoạt động KDNH hiện nay, khi sự khác biệt về sản phẩm, dịch vụ, công nghệ giữa các NHTM là không nhiều thì việc tạo ra sự khác biệt trong KDNH không còn cách nào khác chính là khác biệt trong văn hóa kinh doanh, trong văn hóa giao tiếp - ứng xử với KH. Tất cả những hình thức bên ngoài của một NHTM không đủ sức giữ chân KH trong nền kinh tế cạnh tranh. NHTM nên giữ chân KH bằng cách tạo ra sự khác biệt trong phong cách phục vụ chu đáo, nhiệt tình, tận tâm, đúng hẹn... bảo vệ lợi ích chính đáng cho KH khi họ sử dụng sản phẩm, dịch vụ của NH mình.

Sáu là, VHDN mạnh giúp các NHTM gia tăng năng lực cạnh tranh và hội nhập quốc tế. Xu hướng quốc tế hóa hoạt động NH khiến các NHTM ngày càng hướng đến thị trường nước ngoài và liên kết, hợp tác với các NH ở các quốc gia khác nhằm tạo sự thông suốt các dịch vụ quốc tế. Nếu một NHTM chỉ hướng vào thị trường nội địa, không tham gia thị trường quốc tế sẽ khó đáp ứng được yêu cầu của nền kinh tế trong xu thế hội nhập. Để một NH nước ngoài liên kết, hợp tác với NHTM Việt Nam, bên cạnh việc quan tâm đến kết

quả kinh doanh, chất lượng nhân sự, cơ sở vật chất, công nghệ NH, nguồn vốn, nợ xấu... NH nước ngoài ở các nước phát triển còn đặc biệt quan tâm đến VHDN trong đó không thể không nhắc đến đạo đức kinh doanh; TNXH; sự chia sẻ với cộng đồng; vấn đề môi trường...

### 3. Đánh giá chung về văn hóa doanh nghiệp trong kinh doanh ngân hàng Việt nam

Hầu hết các NHTM đã thực sự chú trọng đầu tư cơ sở hạ tầng, công nghệ, hệ thống phòng làm việc với các máy móc, thiết bị hiện đại. Bàn giao dịch, phòng tiếp khách hàng, phòng làm việc các trụ sở của các NHTM rất hiện đại và tương đối khang trang. Những giá trị trực quan trong VHDN bước đầu được các NHTM quan tâm như: cách thức trang trí, sắp xếp phòng giao dịch. Tài liệu, ấn phẩm điển hình của NH được sắp gọn gàng, sạch sẽ, tiện lợi... Đồng phục của nhân viên tuy chưa được triển khai đồng đều đến các phòng giao dịch nhỏ lẻ nhưng bước đầu cũng được triển khai ở các chi nhánh thành phố, hội sở nên phần nào giúp khách hàng cảm nhận tính chuyên nghiệp khi giao dịch với NH.

Các NHTM cũng đã rất chú ý trong việc xây dựng bộ nhận diện thương hiệu. Triết lý kinh doanh, sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi, logo, slogan, các ấn phẩm điển hình thể hiện rất rõ sự quyết tâm của ban lãnh đạo cùng toàn thể nhân viên trong hoạt động kinh doanh tiềm ẩn nhiều rủi ro này. Hệ thống NHTM đều có những ấn phẩm điển hình, những tài liệu lưu hành nội bộ liên quan đến các vấn đề về VHDN, hướng toàn thể cán bộ công nhân viên trong NH hành động theo.

Thái độ, phong cách phục vụ KH của nhân viên ngân hàng cũng được cải thiện đáng kể. Sản phẩm, dịch vụ của các NHTM ngày càng đa dạng, nhiều tiện ích, đáp ứng nhu cầu của KH. Hầu hết các NHTM trong thời gian vừa qua đã rất chú trọng đến việc sáng tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới; tính liên kết giữa các sản phẩm dịch vụ phong phú; sự tiện lợi của sản phẩm với công nghệ hiện đại như Internetbanking, ATM, phonebanking, các loại thẻ ghi nợ nội địa và quốc tế..., đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nhất là phát triển mảng thị trường bán lẻ tiềm năng trong nước cũng như trong khu vực. Thông qua các sản phẩm, dịch vụ này, hình ảnh NH hiện đại, chuyên nghiệp bước đầu đã để lại ấn tượng tốt trong tâm trí KH.

Khi sáp nhập NHTM hoặc thay đổi nhà lãnh đạo cấp cao vì các lý do khác nhau, phần lớn các cá nhân trong NHTM đều có những đánh giá tích cực ở môi trường làm việc mới như: lãnh đạo khuyến khích sự sáng tạo; cam kết thực hiện mục tiêu, chiến lược đề ra; không khí làm việc cũng không có nhiều thay đổi...

Điều này cho thấy các NHTM đã bước đầu làm ổn định tinh thần, tâm lý của người lao động khiến họ ít thấy hoang mang hoặc mất phương hướng trong các tình huống nêu trên. Đây cũng là một trong những ưu điểm của các NHTM giúp người lao động nhanh chóng hòa nhập với môi trường, cách thức làm việc mới.

Tóm lại, văn hóa doanh nghiệp là nền tảng, là yếu tố cơ bản đảm bảo cho sự phát triển bền vững của mỗi ngân hàng, liên kết các thành viên trong việc thực hiện mục tiêu chung của toàn hệ thống. Tuy VHDN không thể thay thế các nguồn lực khác của NH như vốn, công nghệ, kỹ thuật, nhân lực... nhưng nó lại có thể tạo ra môi trường và cách thức để phát huy cao nhất hiệu quả các nguồn lực trên. Việc nghiên cứu VHDN trong hoạt động KDNH Việt Nam là việc làm quan trọng giúp các NHTM có cái nhìn toàn diện hơn về các giá trị văn hóa ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của NH dưới đánh giá của KH và chính đội cán bộ, ngũ nhân viên đang trực tiếp làm việc tại các NHTM./.

### Tài liệu tham khảo

Đỗ Minh Cương (Chủ biên), Giáo trình văn hoá kinh doanh và triết lý kinh doanh, NXB Chính Trị Quốc Gia, Hà nội 2001.

Phạm Quốc Toàn, Đạo đức kinh doanh và Văn hóa doanh nghiệp, NXB Lao động Xã hội, HN 2007.

Schein, Edgar H (2004), Corporate Culture and Leadership, Jossey Bass publisher Đỗ Thị Phi Hoàì (chủ biên), Giáo trình Văn hóa doanh nghiệp,— Học viện Tài chính, NXB Tài chính, Hà nội 2009.

Lê Thị Kim Nga (Chủ nhiệm), Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp tại các ngân hàng thương mại Việt Nam, Đề tài NCKH cấp Ngành, Hà nội 2009.

Phạm Thị Tuyết, Xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong kinh doanh ngân hàng theo quan điểm của E. Schein, Tạp chí KH &ĐT Ngân hàng, số 7/2011

Hofstede G (1991), Culture and organization — The Software of mind, McGraw Hill Book company.

Schein, Edgar H (1999), The corporate Culture survival guide: Sense and Nonsense about Culture change. San Francisco: Jossey-Bass.

Ngân hàng Nhà nước, Tài liệu Hội thảo xây dựng văn hóa kinh doanh của các ngân hàng Việt Nam, Hà nội 2007.

# Giải pháp đào tạo nhân lực chất lượng cho ngân hàng

Phạm Hoài Sơn

Đỗ Thanh Hương

Trường Đại học Đại Nam

Ngày nay trên nền công nghệ cao, một định chế ngân hàng nhỏ cũng có hàng trăm sản phẩm, dịch vụ. Dù số lượng sản phẩm như thế, nhưng phần lớn là “vay mượn” của bên ngoài; cán bộ chưa hiểu và làm chủ được, nên không có nhiều nghiên cứu, cải biến cho phù hợp với thị trường Việt Nam. Điều đó chỉ có thể khắc phục được thông qua công tác đào tạo, hay nói cách khác công tác đào tạo thời gian qua tuy có những thành tựu nhất định, nhưng chưa cung cấp kịp và đủ những kiến thức cần thiết cho cán bộ vươn lên hoàn thành nhiệm vụ mà họ phải đảm nhận.

## 1. Thực trạng chất lượng nhân lực ngành tài chính ngân hàng hiện nay

Theo thống kê của Ngân hàng nhà nước (NHNN), tổng số nhân lực ngành ngân hàng đến nay là 346.614 người, trong đó số người làm việc trong hệ thống NHNN là gần 7.000 người, số còn lại được phân bổ cho các Ngân hàng thương mại (NHTM), quỹ tín dụng nhân dân.

Nhìn chung cán bộ ngân hàng có trình độ cao hơn so với các ngành khác. Trình độ đại học và trên đại học chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu lao động của các NHTM, đặc biệt là khối NHTM cổ phần khá cao. Cụ thể: 569 người là tiến sĩ (chiếm 0,16%); 20.286 người có trình độ thạc sĩ (chiếm 5,85%); 263.927 người đại học (chiếm 76,16%), 23.454 người cao đẳng (chiếm 6,77%), 20.054 người có trình độ trung cấp (chiếm 5,79%), 18.325 người có trình độ sơ cấp hoặc chưa qua đào tạo (chiếm 5,79%). Cơ cấu nhân lực theo độ tuổi trong lĩnh vực ngân hàng tương đối trẻ. Lao động có độ tuổi dưới 30 chiếm 60,11%, từ 30-50 tuổi chiếm 35,05% và từ trên 50 tuổi trở lên chiếm 4,84%. Trong hơn 10 năm qua, quy mô nhân lực ngành ngân hàng đã tăng lên nhanh chóng, tốc độ tăng nhân lực bình quân là 10,03%, cao hơn tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân giai đoạn này là 7,2%. Điều này chứng tỏ các NHTM đang đẩy mạnh vấn đề tìm kiếm, bổ sung thêm nguồn lực con người đặc biệt nguồn nhân lực chất lượng cao, thậm chí xem đây là yếu tố tiên quyết để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng.

Mặc dù cán bộ ngân hàng qua quá trình đào tạo đáp ứng yêu cầu của tổ chức tín dụng, nhưng trong xu thế toàn cầu hóa kinh tế, hoạt động ngân hàng nói chung và đội ngũ cán bộ ngân hàng còn có khoảng cách khá xa so với những nước phát triển và khu vực, chất lượng nguồn nhân lực tại các ngân hàng chưa cao, chưa thật sự nhạy bén với những thay đổi của ngành. So với nước "bạn" Thái Lan thì tỷ lệ cán bộ NHNN chỉ bằng 1/10 (Việt Nam 1%; Thái Lan 10,5%).  
Cụ thể:

Thứ nhất: NHNN đánh giá mặc dù đầu vào nguồn nhân lực có đào tạo chuyên môn làm việc trong hệ thống ngân hàng là khá cao nhưng tỷ lệ đào tạo chuyên ngành ngân hàng lại thấp hơn đào tạo ở các ngành khác. Cụ thể, tỷ lệ nhân lực có trình độ ngành ngân hàng là 30,6%, ngành khác là 34,9% ; sau đại học ngân hàng là 1,35%, ngành khác 1,75%.

Thứ hai: Tính chuyên nghiệp của nhân lực ngân hàng trong các vị trí công việc ở nhiều ngân hàng chưa cao. Mảng kiến thức về kinh tế, ngân hàng, kiến thức bổ trợ (tin học, ngoại ngữ), kỹ năng tổng hợp - phân tích, giao tiếp khách hàng... còn hạn chế. Chúng ta mới chú trọng đến kiến thức nghề nghiệp, kiến thức chuyên môn trong lĩnh vực hẹp trong khi cần phải đào tạo những chuyên gia giỏi có tầm chuyên môn sâu rộng để có thể đàm phán với nước ngoài...

Thứ ba: Đa số cán bộ quản lý trung và cao cấp ở các NHTM chủ yếu được đề bạt qua hoạt động chuyên môn, thiếu kiến thức về quản lý, điều hành một chi nhánh, một ngân hàng hiện đại, nên đôi khi chỉ một sơ xuất nhỏ trong quản lý nhân sự cũng gây ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động ngân hàng.

Thứ tư: Cán bộ trẻ được đào tạo nhiều kiến thức, hiểu biết nhiều lĩnh vực nhưng sự vận dụng kiến thức lý luận vào thực tiễn còn lúng túng. Việc giáo dục đào tạo chưa phát huy sáng tạo trong thực tiễn, tiếp cận và vận dụng công nghệ tiên tiến của các nước và vận dụng vào hoạt động khó thực hiện.

Thứ năm: Tại cơ quan NHNN, đội ngũ chuyên gia kinh tế, quản lý vĩ mô có khả năng nghiên cứu, dự báo, xây dựng chiến lược phát triển hệ thống ngân hàng còn thiếu và yếu; nhân lực phục vụ nhu cầu xây dựng chiến lược phát triển ngân hàng, chính sách tiền tệ, thanh tra giám sát hệ thống chưa đạt yêu cầu.

Nguyên nhân dẫn đến tình trạng trên có thể là:

Một là, Thiếu công cụ bộ tiêu chuẩn nghề nghiệp theo từng vị trí, đạo đức nhân lực... Tại các trung tâm đào tạo thuộc ngân hàng thiếu giảng viên cơ hữu mà

phương thức truyền đạt chưa chuyên nghiệp;

Hai là, Việc đào tạo chưa gắn với sử dụng cán bộ, hoặc việc bố trí sử dụng chưa phát huy được do cơ chế tổ chức bố trí sử dụng và đề bạt còn nhiều vấn đề cần phải sửa đổi.

Ba là, Chất lượng đào tạo đầu ra của các cơ sở đào tạo ngân hàng tài chính chưa được sàng lọc, đánh giá kết quả chưa đúng thực lực; những kỹ năng cơ bản tin học, ngoại ngữ còn kém;

Bốn là, Chưa có phòng, ban nào trong ngân hàng đạt kiến thức tốt. Đa số nhân viên ngân hàng chỉ đạt điểm cao ở lĩnh vực mà mình hoạt động, rất thiếu kiến thức ở các mảng nghiệp vụ còn lại. Điều này, thể hiện mức độ hiểu biết những sản phẩm dịch vụ bán chéo của các nhân viên chưa tốt.

Năm là, Khâu tuyển dụng ngân hàng không theo đúng thực lực, không tuyển dụng được nhân viên cần dùng. Nhiều ngân hàng thiếu trách nhiệm trong đào tạo nghiệp vụ ngân hàng cho cán bộ nhân viên, chưa lựa chọn được những cán bộ có đức, tâm lẫn tài.

Theo đó, các NHTM cần có những giải pháp khắc phục hạn chế trên để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hội nhập được tốt, có khả năng cạnh tranh cao trong môi trường quốc tế.

## 2. Yêu cầu đào tạo bồi dưỡng nhân lực cho ngành tài chính ngân hàng trong thời gian tới

Thực tế cho thấy, sự thiếu hụt nhân lực chất lượng cao ngành tài chính ngân hàng đang hết sức trầm trọng. Chính vì vậy, hơn lúc nào hết, các ngân hàng cần phải có chiến lược sử dụng và đào tạo hợp lý mới có thể đáp ứng được nhu cầu của chính mình. Thực hiện đào tạo nhân lực cho sự phát triển bền vững của các ngân hàng trong thời gian tới, tôi xin đề xuất một số giải pháp như sau:

### (1) Gắn kết giữa đào tạo và tuyển dụng lao động

Chủ động và tuyển dụng đúng người lao động. Đây là cơ sở đầu vào đảm bảo cho mô hình quản trị được vận hành tốt. Để đạt tới các mục đích này trong thực tiễn, phần lớn các nhà quản lý trong các ngân hàng phải tích cực và chủ động xây dựng cho mình một kế hoạch dài hạn để thực hiện tốt nhiệm vụ thu hút nguồn nhân lực.

Để thực sự chủ động có được nguồn lao động phù hợp với yêu cầu phát triển của một ngân hàng, các nhà quản lý cần luôn duy trì mối quan hệ đặc biệt với các cơ sở đào tạo, đặc biệt từ các trường Đại học, Cao đẳng, Trung tâm dạy nghề... Nhà trường và ngân hàng cần có sự bắt tay chặt chẽ ngay từ khâu đào tạo nhân lực. Khi đó, nhà trường sẽ có kế hoạch đào tạo đúng với nhu cầu của thị trường.

Cần phải tăng cường “trao đổi” các giáo viên có chất lượng cao giữa các trường lẫn nhau, đồng thời nâng cao chất lượng giảng viên của mình bằng cách

cho đi học ở nước ngoài hoặc học qua mạng...

Bên cạnh đó, tạo điều kiện nhiều để sinh viên có thể tiếp cận nhiều kỹ năng mềm như: kỹ năng nói, kỹ năng viết, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, văn hóa, ứng xử... Ngoài ra cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa đơn vị sử dụng lao động (các ngân hàng) và các trường đào tạo nguồn nhân lực tài chính - ngân hàng.

Cần tạo lập một kênh tuyển dụng đặc biệt và mang tính khép kín. Làm được điều này, ngân hàng đạt được yêu cầu có đầy đủ và cập nhật các thông tin về các ứng viên mà họ dự định tuyển dụng sau này.

### (2) Chú trọng đào tạo cán bộ mới tuyển dụng

Tuyển dụng để đào tạo nghề ngân hàng, đào tạo nội dung kiến thức theo chuẩn mực, đào tạo dựa trên nhu cầu thực tiễn, sát thực tiễn để nắm bắt được các thành tựu công nghệ tiên tiến trên thế giới, đi tắt bỏ qua những giai đoạn mà nền kinh tế thị trường còn nhiều tồn tại. Với các hình thức đào tạo mở rộng đầu vào, khép chặt đầu ra, tăng cường các mô hình liên doanh liên kết trong đào tạo với các nước trên thế giới để cán bộ có thể tiếp cận và nắm bắt được thực tiễn, công nghệ hiện đại.

(3) Xây dựng kế hoạch đào tạo nhân lực không những trong ngắn hạn mà còn phải trong dài hạn

Việc đào tạo huấn luyện đi vào bề rộng và chuyên sâu từng lĩnh vực, phải đào tạo được những chuyên gia giỏi ngang tầm khu vực và quốc tế. Muốn vậy phải có chiến lược đào tạo và thu hút nhân tài. Đào tạo những sinh viên giỏi gắn với một ngân hàng tài trợ điều kiện học tập bố trí công tác để phát huy khả năng của người học.

Xây dựng kế hoạch nhân lực giúp cho ngân hàng xác định rõ khoảng cách giữa hiện tại và định hướng tương lai về nhu cầu nhân lực, chủ động thấy trước được khó khăn và tìm các biện pháp nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực. Đồng thời giúp ngân hàng thấy rõ hơn những hạn chế và cơ hội của nguồn tài sản nhân lực hiện có. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong hoạch định các chiến lược kinh doanh.

Chiến lược đào tạo nhân lực phải có chính sách và bước đi cụ thể cho từng giai đoạn, chú trọng đội ngũ các tổ chức tín dụng. Trước mắt phải đào tạo đội ngũ nhân lực cho hoạch định chính sách, đội ngũ tác nghiệp đặc biệt quan trọng là đội ngũ nhân lực phục vụ cho hội nhập và hợp tác quốc tế. Tăng cường đào tạo đội ngũ cán bộ nghiệp vụ ngân hàng thường xuyên cập nhật kiến thức mới, chương trình đào tạo cụ thể đúng đối tượng. Hoạch định chính sách chiến lược của Nhà nước cán bộ tác nghiệp thẩm định dự án, cho vay, quản lý rủi ro tín dụng, kiểm tra kiểm soát tín dụng, kiểm toán kế toán ngân hàng theo hệ thống và chuẩn mực, kiểm toán quốc tế.

Các chương trình đào tạo cần có mục tiêu rõ ràng, phân loại đào tạo ngắn hạn, đào tạo dài hạn, tập trung

vào nâng cao kỹ năng chuyên môn, nghề nghiệp. Đối tượng đào tạo phải đúng yêu cầu theo nội dung đào tạo, tránh hình thức. Nội dung đào tạo phong phú, giảm phần lý thuyết, tăng tính thực tế, đáp ứng yêu cầu của ngân hàng. Mặt khác, đa dạng hóa các hình thức đào tạo trong đó đào tạo Elearning là điều cần thiết cho các ngân hàng trong kỷ nguyên số.

(4) Bồi dưỡng và xây dựng một đội ngũ quản lý vững mạnh

Dù Việt Nam đã có đội ngũ làm việc trong lĩnh vực tài chính ngân hàng khá đông đảo, song trước những biến động của thị trường tài chính ngân hàng hiện nay, Việt Nam cần một thể hệ nhà quản lý, điều hành mới. Để làm được điều này, các chuyên gia đều khẳng định rằng, việc xây dựng và phát triển nhân lực trong lĩnh vực tài chính ngân hàng là một trong những ưu tiên quan trọng nhất.

Để bồi dưỡng và xây dựng đội ngũ quản lý vững mạnh cần thực hiện tốt 7 nhiệm vụ quan trọng: i) Đưa ra quy trình quy hoạch cán bộ và thực hiện theo quy trình đó; ii) Phát hiện nhân lực để bồi dưỡng; iii) Lựa chọn lãnh đạo quản lý theo tiêu chí cụ thể và có sàng lọc; iv) Phân chia các lớp cán bộ quản lý theo chức danh và kinh nghiệm công việc; v) Chuẩn hóa chức danh quản lý các cấp và có chương trình đào tạo kỹ năng quản lý cho từng chức danh; vi) Đánh giá chất lượng cán bộ quản lý hàng năm. Luân chuyển các bộ giữa các phòng/ban và giữa hội sở chính với các chi nhánh và có cơ chế lương, thưởng, đãi ngộ, khuyến khích cán bộ quản lý; vii) Có chế độ lương cứng, lương mềm, thưởng...

(5) Đào tạo nhân lực chất lượng cao cho ngành tài chính ngân hàng

Việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao là cấp thiết cho ngành tài chính ngân hàng hiện nay. Để làm tốt công việc này đòi hỏi phải có sự liên kết không thể thiếu được giữa nhà trường - tổ chức sử dụng lao động - Bộ Giáo dục và đào tạo - NHNN và học viên. Ngoài ra, đào tạo rèn luyện và đánh giá cán bộ, nhất là những cán bộ nghiên cứu theo phương châm “thực tiễn là tiêu chuẩn để kiểm nghiệm chân lý”. Tư duy, ý tưởng phải được thể nghiệm ngay bằng các hoạt động, sản phẩm cụ thể.

Để giữ người và thu hút người tài, ngoài lương bổng, các ngân hàng dùng hình thức “tặng” cổ phần để bảo đảm sự ổn định nhân sự của mình. Phương thức này có thể mang lại lợi ích cho cá nhân từng công ty nhưng lại gây thiệt hại cho các Công ty chứng khoán thuộc các NHTM của nhà nước. Tuy nhiên phương thức này không phải lúc nào cũng thành công.

(6) Tiêu chuẩn hóa đội ngũ cán bộ nhân viên, thực hiện các chương trình đào tạo theo tiêu chuẩn vị trí công việc

Đây là một giải pháp đột phá trong công nghệ đào tạo phục vụ quá trình cơ cấu lại nhân lực. Để đổi mới

hoạt động đào tạo các ngân hàng cần thực hiện tốt:

- Xây dựng bộ tiêu chuẩn (mô tả yêu cầu về trách nhiệm, nhiệm vụ, công việc và trình độ, kỹ năng, kinh nghiệm, bằng cấp... cần có) cho các vị trí, chức danh quản lý, nghiệp vụ trong ngân hàng;

- Việc xây dựng tiêu chuẩn các vị trí, chức danh cần căn cứ mặt bằng tiêu chuẩn của ngân hàng để đảm bảo tính cạnh tranh;

- Việc xây dựng tiêu chuẩn các vị trí, chức danh cần được cập nhật, điều chỉnh khi cần thiết để phù hợp với sự phát triển của ngân hàng;

- Xây dựng các chương trình đào tạo tương ứng để đào tạo các đối tượng cán bộ nhân viên đạt tiêu chuẩn của vị trí, chức danh mà mình đảm nhận.

(7) Xây dựng đội ngũ giảng viên có chất lượng cao

Bên cạnh việc tìm kiếm, chọn lọc để có đội ngũ giảng viên bên ngoài tin cậy, các ngân hàng cần tiếp tục đào tạo, bồi dưỡng để nâng cao chất lượng giảng viên kiêm nhiệm. Cần xây dựng lực lượng giảng viên chuyên nghiệp, trước mắt từ số lượng giảng viên kiêm chức và đội ngũ cán bộ có học hàm, học vị tại ngân hàng nhằm chủ động trong công tác đào tạo vừa kiểm soát được chất lượng giảng viên và tiết kiệm chi phí Ngân hàng cũng cần có một chương trình đào tạo giảng viên để tạo dựng niềm tin và uy tín cho giảng viên.

Cuối cùng là cần xây dựng môi trường văn hóa giàu bản sắc, tạo sự hài hòa lợi ích của ngân hàng và người lao động. Hơn nữa, các ngân hàng nên khuyến khích người lao động làm việc, tạo môi trường thoải mái, có các chính sách khen thưởng để khích lệ họ làm việc, tạo sự ổn định nhân sự và nâng cao chất lượng công việc.

Phát triển nhân lực là nhiệm vụ trọng yếu cho sự phát triển bền vững của các ngân hàng Việt Nam trong quá trình hội nhập. Việc phát triển nhân lực không chỉ bao gồm quá trình đào tạo lại phù hợp mà còn cần có cơ chế phù hợp liên quan đến thu hút những nhân lực có kinh nghiệm và kỹ năng tốt và cơ chế khuyến khích nguồn nhân lực chất lượng cao. Từ đó, các ngân hàng có thể phát huy được tối đa năng lực của mỗi cá nhân đảm bảo sự phát triển bền vững./.

## Tài liệu tham khảo

Jacob Morgan, 2013: The five — step Maturity Model for Building a Collaborative Organization

KPMG, 2012 và 2016: Báo cáo khu vực ngân hàng Việt Nam (Vietnamese banking survey, KPMG,com,vn)

Ngân hàng nhà nước: Báo cáo thường niên các năm 2018, 2019, 2020

Thủ tướng: Quyết định 986/TTg ngày 8/8/2018 về Chiến lược phát triển Ngành Ngân hàng đến 2025 và định hướng đến 2030

# Vai trò của thông tin chi phí trong quản trị doanh nghiệp ngành công nghiệp cơ khí

Nguyễn Thị Thanh Hải

Khoa Kế toán Kiểm toán

Đinh Thị Ngoan, Đoàn Thị Thanh Mai

Học viên cao học, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Thông tin về chi phí là cơ sở quan trọng phục vụ lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và ra quyết định nhằm đạt được các mục tiêu chiến lược. Việt Nam luôn coi trọng xây dựng và phát triển ngành cơ khí nhằm đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Cách mạng công nghiệp 4.0 đã mở ra nhiều cơ hội thuận lợi cho ngành cơ khí để tiếp cận dễ dàng với thông tin, tri thức, công nghệ tiên tiến, tạo ra được lực lượng lao động có trình độ cao, giúp tăng năng suất, tăng giá cả cạnh tranh trên thị trường. Tuy nhiên, cuộc cách mạng này cũng tạo ra không ít thách thức cho các DN sản xuất cơ khí trên thị trường hiện nay. Do đó, thông tin chi phí trong quản trị doanh nghiệp ngành công nghiệp cơ khí Việt Nam hiện nay ngày càng khẳng định vai trò ngày một quan trọng hơn.

## 1. Đặt vấn đề

Thông tin được xem là máu của doanh nghiệp (DN), là mạch gắn kết những bộ phận phụ thuộc của DN lại với nhau. Thông tin luôn cần thiết trong công tác quản trị DN. Trong mỗi DN, muốn các hoạt động quản trị có hiệu quả thì điều không thể thiếu được là phải xây dựng một hệ thống thông tin tốt, trong đó bao gồm thông tin về chi phí.

Nắm bắt được thông tin về chi phí là một phần quan trọng trong việc đưa ra các quyết định về chiến lược tăng trưởng kinh doanh nhờ việc tiết kiệm chi phí, tạo ra các ưu thế cạnh tranh rõ rệt trên thị trường. Bên cạnh đó, thông tin về chi phí giúp các nhà quản trị nhận biết tình hình thực tế của những dự án đầu tư, các kế hoạch kinh doanh cũng như thực trạng hoạt động của DN, từ đó giúp mang lại hiệu quả cao hơn trong công việc kinh doanh.

## 2. Các vấn đề về lý luận về vai trò của thông tin chi phí trong quản trị doanh nghiệp

Thông tin chi phí là cơ sở quan trọng phục vụ các chức năng quản trị như: lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và ra quyết định kinh doanh. Vai trò của thông tin chi phí trong quản trị DN sẽ lần lượt được đề cập tới trong bài viết.

Đối với chức năng lập kế hoạch

Mọi tổ chức đều được quản trị bằng hai cấp kế hoạch là kế hoạch chiến lược và kế hoạch tác nghiệp. Thông tin chi phí là công cụ phục vụ lập kế hoạch và các dữ liệu chi phí là cơ sở cho việc ra quyết định chiến lược, những quyết định này bao gồm các chính sách giá bán, cơ cấu sản phẩm, mua sắm máy móc

thiết bị, loại bỏ các hoạt động không tạo ra giá trị tăng thêm. Trong một DN, bên cạnh sự cần thiết của kế hoạch chiến lược, việc lập kế hoạch tác nghiệp có vai trò rất quan trọng, nhằm định hướng phát triển cho DN trong một khoảng thời gian cụ thể. DN khi có kế hoạch tác nghiệp rõ ràng sẽ tránh được những rủi ro không mong muốn.

Nội dung không thể thiếu trong chức năng lập kế hoạch là đưa ra được dự toán tổng thể và dự toán hoạt động. Dự toán tổng thể chỉ ra khoản đầu tư mới và luồng tiền cần có, đồng thời nó cũng đưa ra được lợi nhuận kỳ vọng của dòng sản phẩm hoặc của những bộ phận chủ chốt. Dự toán hoạt động thường gắn với một bộ phận cụ thể.

Đối với chức năng tổ chức thực hiện

Tổ chức thực hiện là sự phối hợp các hoạt động và nguồn nhân lực để thực hiện các kế hoạch đã đặt ra một cách thông suốt. Khi tổ chức thực hiện kế hoạch, nhà quản trị cần thông tin chi phí về các hoạt động một cách thường xuyên để điều phối nguồn lực và phối kết hợp với các bộ phận khác trong và ngoài đơn vị. Thông tin chi phí về hoạt động luôn là thông tin quan trọng giúp nhà quản trị xác định được hoạt động tạo ra và không tạo ra giá trị gia tăng cho DN để từ đó nhà quản trị có thể kịp thời điều chỉnh các hoạt động và phân phối lại nguồn lực nhằm đạt hiệu quả tối ưu.

Trong các DN có mô hình tổ chức bộ phận chiến lược thì nhà quản trị các bộ phận còn phải thường xuyên khuyến khích thúc đẩy người lao động bằng các chính sách khen thưởng đãi ngộ. Để động viên khen thưởng kịp thời, kích thích được sự nhiệt tình, cống hiến, nhà quản trị cần có thông tin về kết quả thực

hiện của từng bộ phận, từng người lao động, trong đó kết quả thực hiện được đo lường bằng chỉ tiêu chi phí là cơ sở quan trọng trong hệ thống đánh giá thi đua, khen thưởng.

Đối với chức năng kiểm tra, kiểm soát

Kiểm soát chi phí trong giai đoạn thực hiện kế hoạch là quá trình kiểm soát và quản trị chi phí hàng tồn kho, chi phí sản xuất, chi phí bán hàng và chi phí quản lý DN. Kiểm soát chi phí đối với hàng tồn kho cần thông tin chi phí về các hoạt động đặt hàng, nhận hàng, bảo quản để xác định số lần mua hàng tối ưu nhằm tiết kiệm vốn, giảm chi phí lưu kho và chi phí vốn đến mức thấp nhất có thể. Kiểm soát chi phí trong khâu sản xuất cần thông tin chi phí về các hoạt động chuẩn bị sản xuất, vận hành máy móc, sản xuất, lắp ráp và kiểm soát chất lượng nhằm mục tiêu cắt giảm chi phí. Thông tin chi phí về từng hoạt động trong khâu sản xuất sẽ giúp loại bỏ những hoạt động vô ích, hiệu suất thấp và liên tục hoàn thiện, thúc đẩy các hoạt động tạo ra giá trị gia tăng, đồng thời định hướng cho việc thay đổi những dòng sản phẩm hiện tại bằng những dòng sản phẩm mới có hiệu quả kinh tế hơn.

Việc kiểm soát chi phí sau khi hoàn thành kế hoạch được xử lý bởi hệ thống phản hồi kết quả. Hệ thống này sẽ đo lường chi phí thực tế và xác định khoản chênh lệch giữa chi phí thực tế và chi phí dự toán, từ đó phân tích nguyên nhân chênh lệch chi phí làm tăng hoặc giảm lợi nhuận nói chung, số chênh lệch chi phí cũng được xác định riêng cho từng trung tâm chi phí, từng loại sản phẩm, từng giai đoạn sản xuất hay từng hoạt động nhằm giúp nhà quản trị phát hiện được nguyên nhân dẫn đến không hoàn thành mục tiêu, đánh giá được trách nhiệm của nhà quản trị tại các trung tâm chi phí, đánh giá hiệu quả kiểm soát chi phí giá thành của từng loại sản phẩm, từng giai đoạn sản xuất thậm chí đến từng hoạt động trong DN.

Đối với chức năng ra quyết định

Ra quyết định không phải là một chức năng riêng biệt mà là sự kết hợp cả ba chức năng lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra, đánh giá và được thực thi trong suốt quá trình hoạt động của DN. Các quyết định quản trị rất đa dạng tương ứng với kỳ hoạt động ngắn hạn, trung hạn, dài hạn và liên quan đến việc sử dụng các nguồn lực như các quyết định về định giá bán, xác định số lượng, cơ cấu sản phẩm, mua ngoài hay tự sản xuất, đóng cửa, duy trì hay mở rộng một bộ phận trực thuộc, đầu tư, cải tạo máy móc thiết bị... Đây là những quyết định quan trọng liên quan đến việc sử dụng nguồn lực của DN nên chi phí luôn là chỉ tiêu quan trọng để lựa chọn phương án tối ưu.

### **3. Thông tin chi phí trong quản trị doanh nghiệp ngành công nghiệp cơ khí Việt Nam hiện nay**

Các DN ngành công nghiệp cơ khí Việt Nam hiện nay vẫn còn đang ở quy mô trung bình, các bộ phận

được nhóm họp theo chức năng và được quản lý bởi các phó giám đốc điều hành, số lượng các cấp quản trị theo mô hình này tương đối nhiều, mỗi bộ phận chức năng hoạt động tương đối độc lập về chuyên môn. Thông tin chi phí phục vụ quản trị thường chi tiết theo từng bộ phận và chi tiết cho từng công việc của bộ phận đó. Thông tin chi phí phục vụ quản trị thường là chi phí sản xuất sản phẩm, chi phí phát sinh ở các bộ phận nhằm mục tiêu đánh giá mức độ hoàn thành kế hoạch ở các bộ phận chức năng.

Đối với chức năng lập kế hoạch

Ngành cơ khí có đặc thù riêng, song công tác lập kế hoạch cũng tuân theo cái chung, bao gồm kế hoạch chiến lược và kế hoạch tác nghiệp. Để thực hiện kế hoạch chiến lược trong ngành cơ khí đòi hỏi tìm hiểu về thông tin chi phí kỹ càng, chính xác vì đầu tư đòi hỏi số vốn lớn cho các loại máy móc thiết bị, dây chuyền sản xuất hiện đại hơn hoặc các nhà máy lớn hơn. Xác định kế hoạch chiến lược tốt, sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho DN đưa ra được kế hoạch tác nghiệp phù hợp về nguồn nhân lực, vật lực trong từng thời kỳ.

Phân tích cụ thể trong thực tế hoạt động của các DN trong ngành cơ khí, quyết định chiến lược về cơ cấu sản phẩm cần dựa trên nhiều yếu tố, trong đó quan trọng hơn cả là xem xét lợi ích kinh tế của việc điều chỉnh cơ cấu sản phẩm mang lại, hay nói cách khác cần có thông tin để so sánh giữa chi phí bỏ ra với nguồn lợi của việc điều chỉnh cơ cấu sản phẩm mang lại. Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, hầu như các DN đều sản xuất và kinh doanh nhiều mặt hàng. Quyết định được đưa ra không thể dựa trên cảm tính, mà cần có dữ liệu chi phí về mặt hàng thua lỗ, giúp DN trong lập kế hoạch.

Đối với chức năng tổ chức thực hiện

Với đặc thù đòi hỏi nguồn vốn lớn, thời gian thu hồi lâu, các DN ngành cơ khí cần có tầm nhìn dài hạn về thị trường. Tuy nhiên, thực tiễn nhiều năm qua cho thấy, các DN ngành sản xuất cơ khí Việt Nam đang có xu hướng ngày càng tụt hậu, không đủ sức giữ được “sân nhà”, chứ chưa nói đến mở rộng xuất khẩu. Hậu quả này bắt nguồn từ nhiều nguyên nhân, trong đó có nguồn lực tài chính còn hạn hẹp, thông tin về tài chính phục vụ cho công tác quản trị DN còn thiếu và yếu.

Sản xuất cơ khí là ngành rất chú trọng tới nguồn nhân lực do yêu cầu kỹ thuật của các sản phẩm của ngành đòi hỏi tay nghề cao. Mặc dù vậy, thông tin chi phí trong các DN thuộc ngành lại cho thấy cho dù các DN đều sẵn sàng chi tuyển dụng kỹ sư cơ khí giỏi nhưng lực lượng này lại không thích là việc trong nước, họ có xu hướng tìm kiếm cơ hội và học hỏi kỹ thuật ở nước ngoài.

Đối với chức năng kiểm tra, kiểm soát

Như đã đề cập ở phần cơ sở lý luận, việc kiểm tra, kiểm soát phải được tiến hành thường xuyên, liên tục



và có hệ thống, nhờ đó mới đảm bảo phát huy hiệu quả trong quản trị DN. Thực tế hoạt động của các DN ngành cơ khí cho thấy, các giải pháp mang tính kỹ thuật để kiểm tra, kiểm soát bao gồm: Kiểm soát vật liệu đầu vào; Sử dụng phương pháp chế tạo hợp lý; Kiểm tra hiệu chuẩn đảm bảo máy móc thiết bị vận hành chính xác; Kiểm tra kiểm soát chất lượng sản phẩm: Đánh giá hư hỏng của sản phẩm, thiết bị trong quá trình chế tạo và sử dụng để tìm biện pháp cải tiến nâng cao chất lượng và năng suất.

Để kiểm soát chi phí trong DN ngành cơ khí, ở giai đoạn thiết kế, nhà quản trị cần thông tin chi phí dự toán của từng hoạt động, từng giai đoạn sản xuất hay từng bộ phận, chi tiết của sản phẩm. Thông tin chi phí dự toán của từng hoạt động sẽ giúp nhà quản trị biết được hoạt động nào là tác nhân phát sinh chi phí lớn và mức độ phát sinh tối đa có thể chấp nhận được là bao nhiêu để đạt được chi phí mục tiêu của sản phẩm cơ khí. Thông tin chi phí về từng bộ phận chi tiết của sản phẩm giúp nhà quản trị đánh giá hiệu quả sản xuất đồng thời đưa ra những phương án cải tiến về thiết kế nhằm liên tục cắt giảm chi phí. Sau khi hoàn tất thiết kế sản phẩm, nhà quản trị cần phải lập kế hoạch sản xuất kinh doanh và lập dự toán ngân sách. Để lập dự toán tiền, dự toán hàng tồn kho và lập kế hoạch phát triển sản phẩm cơ khí mới, nhà quản trị cần hệ thống kiểm tra dự báo nhằm điều chỉnh mức dự trữ của hàng tồn kho, số lượng sản phẩm sản xuất, kế hoạch thu mua và tuyển dụng lao động khi doanh số bán hàng tăng hoặc giảm nhằm duy trì mối quan hệ cân đối giữa chi phí của các hoạt động để đạt được lợi nhuận mục tiêu.

Đối với chức năng ra quyết định

Cơ khí luôn được xác định là một ngành then chốt, góp phần quan trọng trong sự phát triển nền kinh tế của một đất nước. Ngành cơ khí là cơ sở, là động lực cho các ngành công nghiệp khác phát triển, là “xương sống” của nền kinh tế, cung cấp toàn bộ những trang thiết bị cho các ngành từ nông nghiệp như chế biến nông sản, đến giao thông vận tải, an ninh quốc phòng...

Cơ khí là ngành đầu tư rộng, gồm cơ khí nông nghiệp, giao thông, xây dựng, chế tạo máy, y tế... Các loại hình này sẽ có hàng nghìn sản phẩm khác nhau và có 7 bước bắt buộc phải có mới thành công được, gồm chế tạo, thiết kế khuôn mẫu, tạo phôi, gia công cắt gọt, nhiệt luyện, lắp ráp, thử nghiệm xuất xưởng mới trở thành hàng hóa. Do đó, để ra quyết định cần rất nhiều nguồn thông tin về chi phí hỗ trợ cho quá trình ra quyết định khi quyết định liên quan đến số tiền đầu tư lớn. Một cái khó nữa là, ngành hàng cơ khí có 2 loại hàng hóa, loại thứ nhất vận hành theo quy luật thị trường như tất cả các hàng hóa thông thường khác và thứ hai là cần có bàn tay hữu hình của Nhà nước, bởi nếu tự DN "boi" sẽ không phát triển được. Ra quyết định với ngành hàng cơ khí thông thường đã

khó, ngành hàng đòi hỏi có sự tham gia của Nhà nước càng khó hơn, nhất là trong điều kiện cạnh tranh trên thị trường ngày càng trở nên khốc liệt như hiện nay.

#### 4. Kết luận

Để DN sản xuất cơ khí tăng khả năng cạnh tranh đòi hỏi đặt ra là DN cần có nguồn thông tin đầy đủ, chính xác và kịp thời về chi phí. Xuất phát điểm của ngành cơ khí tại Việt Nam thấp hơn so với các nước trong khu vực, DN cơ khí lại gặp nhiều trở ngại khi muốn vay vốn, cùng với đó là chính sách hỗ trợ thiếu hiệu quả và chưa triệt để. Vì vậy, bên cạnh việc cần có chiến lược khả thi, tạo động lực cho ngành cơ khí phát triển, các DN cơ khí cũng cần tự chủ động thu thập nguồn thông tin chính xác, đầy đủ để có thể quản trị tốt chi phí mà DN bỏ ra, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động, duy trì sự phát triển ổn định và bền vững.

Chi phí là một trong những vấn đề mà nhà quản trị quan tâm trong điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. Những phân tích trên cho thấy thông tin về chi phí là cơ sở quan trọng phục vụ lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và ra quyết định nhằm đạt được các mục tiêu chiến lược. Để cung cấp được thông tin chi phí đáp ứng được các yêu cầu trên, kế toán quản trị chi phí cần được thiết kế phù hợp với đặc thù sản xuất, kinh doanh, quản lý và điều kiện vận hành hệ thống không chỉ trong toàn bộ ngành cơ khí, mà còn trong từng DN có khí cụ thể./.

#### Tài liệu tham khảo

- Mạc Thị Thu Hiền (2007), Hoàn thiện kế toán quản trị chi phí tại công ty Gang thép Thái Nguyên, Luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Hao, z., Xiang, s., Shilun, G. (2011), A Slacks - Based Measure of Efficiency of Electric Arc Furnace Activity with Undersirable Outputs, *Journal of Service Science and Management*, 4.
- Parkinson, John (2011), Costing in Process Manufacturing: The Myth and the reality, *Cost Management*, 25(3).
- Smith, R. D. (1962), Budgetary planning and control in a steel company, *National Association of Accountants*, 43 (6).
- Stevens, Mark, E. (2004), Activity - based planning and budgeting: “The Coming of Age of the Consumption - Based Approach”, *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 15(3).

# Kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam

Nguyễn Thị Anh Huyền

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kế hoạch Đà Nẵng

Nền kinh tế chia sẻ đang hiện hữu ở rất nhiều ngành nghề, rõ nhất là lĩnh vực vận chuyển, lưu trú, du lịch, dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ cho vay ngang hàng.... Bài viết này đề cập tới lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam, phân tích thực trạng của phương thức kinh doanh này. Trên cơ sở nhận diện những thách thức của việc phát triển mô hình kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm thực hiện hiệu quả mô hình kinh tế này trong thời gian tới.

## 1. Kinh tế chia sẻ

Trên thực tế, có rất nhiều định nghĩa khác nhau về kinh tế chia sẻ, không có một định nghĩa chung cho tất cả mọi trường hợp hay mọi quốc gia. Mức độ rộng, hẹp của các định nghĩa có thể xuất phát từ các góc nhìn khác nhau.

Trong kinh doanh, kinh tế chia sẻ được hiểu là một thuật ngữ đề cập đến mô hình kinh doanh khai thác từ sự hợp thành của các yếu tố tài nguyên sẵn có kết hợp với các yếu tố công nghệ. Theo cách hiểu phổ biến nhất, kinh tế chia sẻ là một hệ thống kinh tế mà ở đó tài sản hoặc dịch vụ được chia sẻ dùng chung giữa các cá nhân, hoặc không phải trả tiền hoặc trả một khoản phí, với tính chất điển hình là thông qua các công cụ Internet. Đây là một phương thức kết nối mới giữa người mua (người dùng) và người bán (người cung cấp) đối với một hoạt động kinh tế.

Trong điều kiện của Việt Nam, có thể hiểu “kinh tế chia sẻ” là một phương thức kinh doanh mới của kinh doanh ngang hàng, một hệ thống kinh tế mà ở đó tài sản và dịch vụ được chia sẻ cho nhiều người sử dụng trên thị trường thông qua việc ứng dụng các nền tảng số.

Như vậy, kinh tế chia sẻ là một mô hình thị trường kết hợp giữa sở hữu và chia sẻ, trong đó đề cập đến vai trò ngang hàng dựa trên sự chia sẻ quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ, nhằm gia tăng lợi ích cho các bên tham gia. Ba yếu tố giúp cho việc chia sẻ quyền sử dụng các hàng hóa và dịch vụ mới được thuận lợi là: i) hành vi của khách hàng đối với nhiều loại hàng hóa và dịch vụ được thay đổi tính chất từ sở hữu đến chia sẻ; ii) liên kết mạng lưới người tiêu dùng qua các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử; iii) ứng dụng công nghệ thông tin qua các thiết bị di động và các dịch vụ điện tử.

## 2. Các mô hình chia sẻ hình thức lưu trú và tác động đến du lịch

Một số loại hình kinh tế chia sẻ đã xuất hiện ở Việt Nam, trong đó nổi lên 3 loại hình dịch vụ: (1) Dịch vụ chia sẻ phương tiện giao thông (như Grab, Go Viet,

Dichung, Fastgo, Be v.v...); (2) Dịch vụ lưu trú (như Airbnb, Travelmob, Luxstay); (3) Dịch vụ cho vay ngân hàng (chủ yếu tập trung vào các doanh nghiệp Fintech).

Khách du lịch có những sự thay đổi nhất định trong tư tưởng chọn nơi trú chân của mình khi nghỉ dưỡng. Điều này đang ảnh hưởng lớn đến hình thức tổ chức lưu trú, có các hình thức cơ bản sau:

Mô hình Airbnb: Airbnb là viết tắt của cụm từ AirBed and Breakfast, là ứng dụng kết nối trực tiếp người có phòng (chủ nhà/chủ phòng trọ/căn hộ/villas) cho thuê với người thuê phòng (đi du lịch/công tác) cần tìm chỗ lưu trú, kể cả ngắn ngày hay dài ngày, thông qua một ứng dụng di động với thủ tục, cách làm cực kì đơn giản mà giá cả lại rẻ, hợp lý hơn rất nhiều so với những trang web đặt phòng thông dụng khác - như booking, agoda... Đón đầu sức nóng và lợi ích mà Airbnb đem đến, nhiều nhà đầu tư đã phát triển Airbnb tại Việt Nam. Airbnb bắt đầu xuất hiện tại Việt Nam năm 2015 với khoảng 1.000 phòng được cho thuê và đến năm 2019, số lượng phòng là 40.804, tăng gấp 40 lần so với năm 2015. Đây được đánh giá là ứng dụng tuyệt vời và tiện ích giúp người đi du lịch, công tác tìm kiếm được những căn phòng trống như ý mình với giá cả phải chăng (vì kết hợp trực tiếp giữa chủ nhà và khách thuê) và mang lại sự thoải mái.

Mô hình Luxstay: Trước khi Airbnb tấn công vào thị trường Việt Nam, Luxstay là cái tên duy nhất hoạt động trong lĩnh vực cho thuê phòng, khách sạn trên ứng dụng. Luxstay là nền tảng trực tuyến kết nối các chủ nhà với người có nhu cầu thuê nhà ngắn hạn, trong đó có khách du lịch hoặc người kinh doanh. Đến đầu năm 2020, Luxstay đang sở hữu hơn 20,000 chỗ nghỉ tập trung, chủ yếu vào các khu vực thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các điểm du lịch như Nha Trang, Sapa, Hạ Long, Đà Nẵng, Đà Lạt.

- Mô hình Triip.me: Mô hình này đã biến những người địa phương bình thường thành một hướng dẫn viên du lịch nghiệp dư. Triip.me cho phép bất kỳ ai cũng có thể tạo một gói sản phẩm du lịch, đưa lên và

bán cho khách du lịch trên trang web hoặc ứng dụng trên iPhone. Triip.me được hình thành và xây dựng từ một nhóm người trẻ đam mê du lịch, họ đến từ nhiều quốc gia với những nền văn hóa khác biệt nhau. Điểm chung lớn nhất của Triip.me là nơi kết nối mọi người, chia sẻ kinh nghiệm về du lịch, qua đó góp phần bảo tồn văn hóa tại các địa phương.

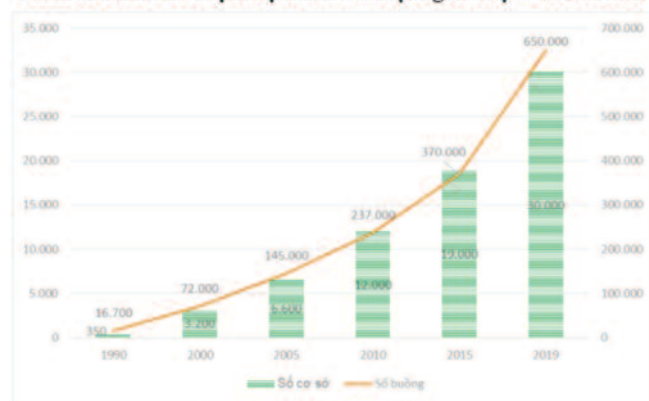
- Mô hình Travelmob: Là trang web đăng tải thông tin về việc cho thuê nhà hay phòng ở trong thời gian ngắn hạn. Travelmob là trung gian giải quyết các giao dịch tài chính giữa hai bên chủ nhà và người thuê nhà. Chủ nhà sẽ cung cấp thông tin cần thiết về vị trí, diện tích, giá cả miễn phí trên Travelmob, qua đó du khách sẽ có sự lựa chọn nơi lưu trú phù hợp với nhu cầu của họ. Chủ nhà sẽ trả một khoản phí dịch vụ khi giao dịch thành công. Được thành lập từ năm 2012 tại Singapore, Travelmob hiện nay đã được sử dụng ở hầu hết các điểm đến nổi tiếng trong khu vực Đông Nam Á và châu Á. Việt Nam hiện nay cũng đã có phiên bản tiếng Việt của Travelmob tại địa chỉ vn.travelmob.com.

### 3. Thực trạng hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam

Tại Việt Nam cũng như các nước trên thế giới, dịch vụ lưu trú chiếm vị trí quan trọng trong toàn ngành du lịch. Trong giai đoạn 1990-2019, khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng 72 lần, từ 250 nghìn lượt lên hơn 18 triệu lượt; khách nội địa tăng 85 lần từ 1 triệu lượt lên 85 triệu lượt. Để đáp ứng cho nhu cầu tăng nhanh về lượng khách trong nước và quốc tế thì hệ thống cơ sở lưu trú du lịch trong nước cũng ngày càng được mở rộng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách.

Năm 1990, cả nước mới có 350 cơ sở lưu trú du lịch với 16.700 buồng thì đến năm 2019 cả nước đã có 30.000 cơ sở lưu trú du lịch với 650.000 buồng. Như vậy, sau 30 năm đổi mới và mở cửa hội nhập với nền kinh tế thế giới, hệ thống cơ sở lưu trú du lịch của ngành Du lịch Việt Nam đã tăng 85 lần về số lượng cơ sở lưu trú du lịch và tăng 39 lần về số lượng buồng.

**Hình 1: Tình hình dịch vụ lưu trú du lịch giai đoạn 1990 - 2019**



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Năm 2019, hoạt động thương mại, dịch vụ của cả nước diễn ra sôi nổi, thị trường và nhu cầu người dân tăng cao, cùng với hoạt động du lịch đạt kỷ lục với trên 18 triệu lượt khách quốc tế khiến doanh thu dịch vụ lưu trú tăng mạnh lên 11,9%, đạt 586,6 nghìn tỷ đồng, chiếm 11,9% tổng mức doanh thu bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng trong năm và đóng góp 0,28 điểm phần trăm vào mức tăng chung của cả nước. Trong cơ cấu ngành du lịch, doanh thu dịch vụ lưu trú chiếm tỷ trọng lớn, cao gấp 12,7 lần so với doanh thu dịch vụ du lịch lữ hành (45,9 nghìn tỷ đồng). Với những thuận lợi và lợi ích kinh tế mà 2 hoạt động kinh doanh này đem lại, trong năm 2019, đã có thêm hơn 6,7 nghìn doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ lưu trú đăng ký thành lập với số vốn trên 62,6 nghìn tỷ đồng, tăng 5,8% về vốn so với năm trước đó. Các doanh nghiệp mới thành lập trong lĩnh vực kinh doanh này cũng góp phần đem lại thêm trên 38,6 nghìn việc làm cho người lao động, vượt qua cả số lao động mới trong 1 số ngành phổ biến hiện nay như thông tin và truyền thông, tài chính, ngân hàng và bảo hiểm, giáo dục và đào tạo... Ngoài ra, trong năm qua có khoảng hai nghìn doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú quay trở lại hoạt động, tăng 26,8% so với năm 2018 và chỉ có 1,5 nghìn doanh nghiệp tạm dừng hoạt động.

“Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020. Mục tiêu đến năm 2025 đón được 35 triệu lượt khách quốc tế và 120 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 1,7-1,8 nghìn tỷ đồng; tạo ra 5,6-6 triệu việc làm, trong đó có khoảng 2 triệu việc làm trực tiếp. Đến năm 2030, sẽ đón được ít nhất 50 triệu lượt khách quốc tế và 160 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 3,1-3,2 nghìn tỷ đồng; tạo ra khoảng 8,5 triệu việc làm trong đó có khoảng 3 triệu việc làm trực tiếp. Tuy nhiên, những mục tiêu được đặt ra trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trước mắt khó có thể đạt được như kỳ vọng do diễn biến bất ngờ của dịch bệnh Covid-19. Tổng cục Du lịch cho biết số lượng khách quốc tế đến nước ta năm 2020 chỉ đạt 3,8 triệu lượt người, giảm 78,7% so với năm 2019. Trong đó, hơn 96% là khách quốc tế đến trong quý I/2020. Tính chung năm 2020, khách quốc tế đến nước ta bằng đường hàng không chiếm 80,3% và giảm 78,6% so với năm 2019; khách đến bằng đường bộ giảm 81,9%; khách đến bằng đường biển giảm 45,2%. Khách đến từ châu Á chiếm 73,3% tổng số khách quốc tế đến nước ta và giảm 80,4% so với năm trước. Sự sụt giảm về lượng khách đi lại cả trong và ngoài nước khiến cho các khách sạn hầu như vắng khách, công suất tiêu thụ phòng của các khách sạn cao cấp giảm 60-70% so với cùng kỳ năm trước, các cơ sở kinh doanh nhỏ không có khách phải đóng cửa. Trong khi đó, hầu như các nhà hàng, quán ăn đều vắng khách từ khi có công bố các ca nhiễm bệnh mới, thậm chí ngoài trừ cửa hàng bán thực phẩm và nhu cầu thiết

yếu, còn lại tất cả đều phải đóng cửa trong thời gian thực hiện cách ly xã hội. Điều đó đã kéo theo doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống giảm mạnh chưa từng có.

Bên cạnh đó, Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) cũng đánh giá các dịch vụ lưu trú nằm trong nhóm chịu tác động cao của khủng hoảng đến kết quả kinh tế. Trước những ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp của việc sụt giảm nhu cầu và đình trệ kinh doanh, nhiều doanh nghiệp lớn có nguồn nội lực mạnh đã cố gắng cắt giảm chi phí, cố gắng duy trì hoạt động cầm chừng, nhưng nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa đã phải đối mặt với việc tạm ngừng hoạt động hoặc phá sản. Nếu không có các biện pháp chính sách phù hợp, người lao động có nguy cơ cao sẽ rơi vào cảnh nghèo đói và phải đối diện với những thách thức lớn hơn để có được sinh kế, đồng thời doanh nghiệp cũng sẽ phải đối mặt với những khó khăn về lao động trong giai đoạn phục hồi sau đại dịch.

Tuy vậy, điều quan trọng nhất quyết định sự tồn vong đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh cả nước nói chung và doanh nghiệp dịch vụ lưu trú nói riêng lúc này chính là việc Việt Nam có thể khống chế hoàn toàn đại dịch Covid-19, và có các gói kích thích kinh tế hiệu quả nhất giúp các doanh nghiệp nhanh chóng phục hồi.

#### **4. Một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam**

Đối với Nhà nước:

Để phát triển bền vững và tận dụng các lợi thế cơ hội của kinh tế chia sẻ, Nhà nước cần phải quan tâm đến các quan điểm định hướng và giải pháp tương ứng như sau:

Thứ nhất, xây dựng môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các hoạt động kinh tế chia sẻ và truyền thống. Cần sớm điều chỉnh và bổ sung kịp thời các văn bản pháp quy để quản lý tốt hoạt động kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ và du lịch thông minh, nhằm khai thác tối đa tiềm năng, qua đó giúp nâng cao năng suất, hiệu quả và sức cạnh tranh.

Thứ hai, chú trọng công tác an ninh mạng để đảm bảo lợi ích cho người dân tham gia, cụ thể: Cần có những chính sách hướng dẫn các cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước có trách nhiệm bảo mật thông tin (không cung cấp thông tin cho bên thứ ba, ngoại trừ có yêu cầu của các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền và người có thông tin cho phép) và tuyên truyền nghĩa vụ, trách nhiệm trong việc bảo mật thông tin cá nhân của người khác. Thúc đẩy giao dịch thanh toán xuyên biên giới đều phải thông qua cổng thanh toán quốc gia, do một đơn vị làm chủ (đơn vị này do NHNN cấp phép hoạt động).

Đối với các cơ sở lưu trú:

Thứ nhất, thay vì những phòng nghỉ tiện nghi tối

giản, trong những năm tới, những loại hình lưu trú giá rẻ sẽ đầu tư mạnh mẽ hơn nữa về cơ sở hạ tầng cũng như dịch vụ để cạnh tranh với khách sạn truyền thống; có được chỗ đứng vững chắc cho bản thân.

Thứ hai, đối với các khách sạn, ngoài việc nâng cao cơ sở hạ tầng, việc đầu tư vào chất lượng dịch vụ, trang trí cũng sẽ được chú trọng. Xu hướng khách sạn theo kiểu Boutique — khách sạn có phong cách độc đáo cùng phục vụ hoàn hảo sẽ được nhiều chủ đầu tư cũng như khách thuê ưu ái hơn. Ngoài đối tượng khách nước ngoài, trong những năm tới, đối tượng khách nội địa sẽ được chú trọng hơn nữa. Bởi khách trong nước ngày càng “chịu chi” hơn cho khách sạn, chỗ nghỉ khi đi du lịch. Đồng thời, nhu cầu du lịch của đối tượng khách này đang tăng mạnh mẽ.

Thứ ba, công nghệ số sẽ được áp dụng mạnh mẽ vào ngành dịch vụ lưu trú. Nhất là đối với những khách sạn lớn, khách sạn cao cấp. Từ việc đặt phòng, thanh toán tiền, mở cửa phòng hay điều khiển những thiết bị nội thất trong phòng nghỉ khách sạn đều có thể thực hiện một cách tự động thông qua giọng nói hoặc bằng smartphone. Đây sẽ là một trong những ưu thế lớn để thu hút khách hàng của khách sạn truyền thống.

#### **5. Kết luận**

Ngành dịch vụ lưu trú của Việt Nam đang ngày càng phát triển và chiếm một tỉ lệ không nhỏ vào GDP của cả nước. Riêng đối với ngành du lịch, dịch vụ lưu trú đã chiếm đến 70% doanh thu. Kinh doanh dịch vụ lưu trú chiếm vị trí rất quan trọng nhằm góp phần cho chuyển du lịch được kết thúc tốt đẹp. Vì vậy các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tăng khả năng cạnh tranh. Nếu các cơ sở lưu trú không tự mình nhìn nhận, đánh giá đầy đủ để đáp ứng tốt về năng lực quản lý, chiến lược đầu tư và kinh doanh, cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ, quan hệ đối tác và công tác tiếp thị, liên kết thì không thể đáp ứng được nhu cầu kinh doanh hiện nay./.

#### **Tài liệu tham khảo**

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018), “Báo cáo Đề án mô hình kinh tế chia sẻ”.

Hoàng Văn Cương (2018) “Quản lý nhà nước trong nền kinh tế chia sẻ: Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam”, Chuyên đề Số 14, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương.

Nielsen (2017), “Khảo sát tại Việt Nam về sẵn sàng sử dụng sản phẩm chia sẻ và sẵn sàng chia sẻ”.

<https://vietnamtourism.gov.vn/>

# Trao đổi về kế toán tiền kỹ thuật số

Phạm Thị Mai Anh

Trường Đại học Thương mại

Sự phát triển khoa học công nghệ đã tạo ra nhiều sản phẩm công nghệ hiện đại, trong đó không thể không nhắc đến tiền điện tử, một loại tiền tệ kỹ thuật số đang phát triển nhanh chóng trên nhiều quốc gia và nhận được sự quan tâm của nhiều ngành nghề và các đối tượng trong xã hội. Một yêu cầu tất yếu đặt ra là làm như nào để kế toán được các giao dịch bằng tiền điện tử để đáp ứng yêu cầu quản lý hệ thống tiền điện tử. Bài viết nghiên cứu khái quát về sự ra đời và phát triển của hệ thống tiền điện tử từ đó phân tích các đặc điểm của tiền điện tử. Đây là cơ sở để tác giả đưa ra một số kiến nghị liên quan đến cách xử lý và ghi nhận các giao dịch bằng tiền điện tử nhằm đảm bảo phản ánh đúng bản chất của giao dịch cũng như đáp ứng được yêu cầu sử dụng thông tin của các bên liên quan.

## 1. Khái quát chung về tiền kỹ thuật số

Trong những năm 1990 khi công nghệ bắt đầu bùng nổ, con người đã liên tục nỗ lực để tạo ra tiền kỹ thuật số (hay còn gọi là tiền điện tử). Các hệ thống tiền điện tử ở giai đoạn này có một điểm chung là sử dụng “bên thứ ba tin cậy”, tức là có các công ty tài chính là chủ quản hệ thống tiền điện tử và thực hiện xác nhận cũng như xúc tiến các giao dịch tiền điện tử. Do vậy, vì một số lý do như: lừa đảo, vấn đề tài chính, thậm chí là do mâu thuẫn nội bộ của công ty chủ quản dẫn đến sự sụp đổ của của các công ty này dẫn đến sự biến mất của đồng tiền kỹ thuật số trong giai đoạn này.

Mãi gần hai thập kỷ sau, vào ngày 31 tháng 10 năm 2008 trong bản cáo bạch về giao thức thanh toán ngang hàng một lập trình viên ẩn danh có bí danh Satoshi Nakamoto đã giới thiệu Bitcoin. Ông Satoshi mô tả đây là một hệ thống “tiền điện tử ngang hàng”, ông tin rằng có thể thiết kế được một hệ thống giao dịch mà các thành viên không cần tin tưởng nhau trên miền bitcoin.org được đăng ký vào ngày 18 tháng 8 năm 2008. Đây chính là đồng tiền điện tử đặt nền móng cho phát triển của thị trường Cryptocurrency (tiền điện tử mã hóa). Bitcoin sử dụng giao thức ngang hàng (peer-to-peer) cho tất cả các giao dịch nên đã loại bỏ các bước trung gian trong quá trình thực hiện giao dịch, giao dịch Bitcoin sẽ được thực hiện trực tiếp từ người gửi đến người nhận với phí giao dịch cực kỳ thấp gần như bằng 0 và không phải qua bất cứ tổ chức hay cá nhân trung gian nào.

Tiếp nối sự ra đời thành công của Bitcoin là hàng loạt các loại tiền điện tử như: Ethereum, RIPPLe (XRP), DigiByte (DGB), Litecoin (LTC),... Trong đó phải kể đến hệ thống tiền kỹ thuật số ngân hàng trung ương (CBDC). Đây là một loại tiền pháp định dưới

dạng kỹ thuật số, được phát hành, kiểm soát và đảm bảo bởi Ngân hàng trung ương của một quốc gia hay của một vùng lãnh thổ có chủ quyền. Tiền kỹ thuật số ngân hàng trung ương ra đời nhằm số hóa tiền mặt, cung cấp một phương thức khả thi để kiểm soát nền kinh tế số, góp phần nâng cao hiệu quả chính sách tiền tệ đối với thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của quốc gia. Tiền kỹ thuật số ngân hàng trung ương có đầy đủ các chức năng của tiền pháp định nên có thể trao đổi theo tỷ lệ 1:1 với các loại tiền truyền thống như tiền giấy, tiền gửi ngân hàng.

Như vậy có thể thấy tiền kỹ thuật số là loại tiền vô hình được lưu trữ trong cơ sở dữ liệu phân tán trên Internet, cơ sở dữ liệu máy tính điện tử, trong tệp kỹ thuật số hoặc trong các thẻ có giá trị lưu trữ. Tiền điện tử là một mã kỹ thuật số được ghi lại trong hệ thống cơ sở hạ tầng số cái phân tán, thường được gọi là Blockchain. Các mã kỹ thuật số chính là các mã điện tử đại diện cho lượng tài nguyên kỹ thuật số tức tài sản hoặc dịch vụ cụ thể mà người dùng có quyền kiểm soát và quyền kiểm soát của họ có thể được giao lại cho các bên thứ ba. Khi người dùng thực hiện truy cập vào hệ thống số cái, họ được phép chuyển nhượng quyền sở hữu mã điện tử tức quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng các tài sản thực. Vì vậy mặc dù tiền kỹ thuật số không ở dạng vật lý, tức không có bất kỳ một vật chất nào có giá trị tương đương trong thế giới thực, nhưng nó lại hội tụ gần như tất cả những đặc điểm của loại tiền truyền thống. Chúng ta có thể sở hữu và sử dụng tiền kỹ thuật số làm phương tiện thanh toán khi mua hàng hóa, dịch vụ,... thậm chí chúng ta có thể chuyển nhượng hoặc đổi nó sang một loại tiền khác. Đặc biệt, tiền kỹ thuật số không có giới hạn về địa lý và chính trị nên có thể dùng làm phương tiện thanh toán cho tất cả các giao dịch diễn ra mọi lúc, mọi nơi trên thế giới.

## 2. Cơ hội và thách thức khi sử dụng tiền kỹ thuật số

Mỗi phương tiện thanh toán đều có những ưu điểm và nhược điểm riêng, tiền kỹ thuật số không phải là một ngoại lệ. Với các đặc điểm riêng của tiền kỹ thuật số và trong bối cảnh nền kinh tế thị trường phát triển nhanh chóng với xu thế toàn cầu hóa và sự nổi lên của cách mạng công nghệ 4.0 khi sử dụng tiền kỹ thuật số sẽ đem lại nhiều lợi ích cũng như rủi ro cho các quốc gia, trong đó phải kể đến những cơ hội và thách thức sau:

Thứ nhất, cơ hội khi sử dụng tiền kỹ thuật số

Một là, nhờ công nghệ chuỗi khối và mã hóa, các giao dịch liên quan đến tiền kỹ thuật số đảm bảo tính minh bạch, độ tin cậy và tính bảo mật cao, có thể truy xuất lịch sử giao dịch. Vì vậy tiền kỹ thuật số có thể giảm thiểu rủi ro cho các giao dịch và các chủ thể kinh tế tham gia giao dịch. Ngoài ra, xét trên phạm vi vĩ mô, hệ thống tiền điện tử góp phần đảm bảo an ninh hệ thống thanh toán quốc gia.

Hai là, tiền kỹ thuật số không có giới hạn về địa lý nên sẽ tạo ra cách mạng toàn cầu về thanh toán, các hoạt động thanh toán, gửi tiền hay nhận tiền đều có thể thực hiện ngay lập tức, mọi lúc, mọi nơi, phi tiếp xúc và không cần đơn vị trung gian, không giới hạn số tiền giao dịch... Nhờ có sự phát triển của tiền kỹ thuật số và các phương thức thanh toán hiện đại và đa dạng sẽ góp phần thúc đẩy thương mại điện tử, đặc biệt là thương mại điện tử xuyên biên giới, từ đó góp phần làm gia tăng tốc độ toàn cầu hóa.

Ba là, sự phát triển của tiền kỹ thuật số sẽ góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, điều hành chính sách tiền tệ trong trường hợp tiền kỹ thuật số do Ngân hàng Trung ương phát hành. Khi đó, sự thay thế của tiền kỹ thuật số với vai trò là đồng tiền pháp định giúp tiết giảm thậm chí loại bỏ nhiều loại chi phí liên quan đến phát hành và lưu thông tiền mặt như: in ấn, lưu thông, bảo an đồng tiền, chống tiền giả, tiêu hủy tiền cũ, rách, hỏng... Đồng thời, nhà nước sẽ có thêm công cụ giúp kiểm soát chính xác lượng cung tiền, từ đó, nâng cao hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ đối với thúc đẩy nền kinh tế ví dụ như nhà nước có thể áp dụng lãi suất âm đối với tiền kỹ thuật số để kích thích tăng trưởng kinh tế.

Thứ hai, Thách thức khi sử dụng tiền kỹ thuật số

Một là, hầu hết người dân các quốc gia đều quen sử dụng tiền pháp định truyền thống, nên giai đoạn đầu số lượng các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân chấp nhận tiền kỹ thuật số trong thanh toán sẽ rất thấp

Hai là, khi tiền kỹ thuật số trở nên phổ biến hơn, một số nguồn thu từ các dịch vụ truyền thống bị xóa bỏ như phí giao dịch, phí rút tiền mặt, phí chuyển đổi ngoại tệ,... dẫn đến lợi nhuận của các tổ chức tín dụng có thể bị ảnh hưởng. Do vậy, tiền kỹ thuật số sẽ gặp

phải sự phản đối từ các tổ chức tín dụng, tổ chức cung cấp các dịch vụ gắn liền với tiền truyền thống

Ba là, tiền kỹ thuật số chủ yếu dựa vào thiết bị điện tử và hệ thống công nghệ thông tin. Vì vậy, nguy cơ mất an toàn khi sàn giao dịch bị sập, ổ cứng bị lỗi, dữ liệu bị virus, các tập tin bị mất cắp luôn tiềm ẩn trong bất kỳ hệ thống tiền điện tử tối tân nào. Do vậy đây là một trong những thách thức lớn nhất với cơ quan quản lý nhà nước trong việc kiểm soát lượng cung tiền cũng như trách nhiệm quản lý, giám sát và xử lý sự cố, rủi ro hệ thống tiền điện tử.

## 3. Trao đổi về những chuẩn mực kế toán có thể được sử dụng để kế toán tiền kỹ thuật số

Với những cơ hội và thách thức từ việc sử dụng tiền kỹ thuật số, thực tế cho thấy đã có nhiều nước phát triển và cả các nước đang phát triển đã sử dụng tiền kỹ thuật số như một phương tiện chính thống trong hệ thống giao dịch. Một yêu cầu tất yếu đặt ra là phải làm như nào để kế toán phản ánh được một cách trung thực, minh bạch các giao dịch tiền kỹ thuật số (tiền điện tử) để đảm bảo chất lượng của thông tin cung cấp cho các bên liên quan. Điều này đặt ra vấn đề về cơ sở trình bày thông tin giao dịch tiền điện tử trên Báo cáo tài chính, sau đây bài viết sẽ trao đổi những chuẩn mực kế toán quốc tế IAS, chuẩn mực trình bày báo cáo tài chính quốc tế IFRS có thể sử dụng để kế toán tiền kỹ thuật số.

Thứ nhất, IAS 7: chuẩn mực kế toán quốc tế về Báo cáo lưu chuyển tiền tệ

Theo IAS 7 các khoản tương đương tiền là "các khoản đầu tư ngắn hạn, có tính thanh khoản cao, có thể dễ dàng chuyển đổi thành tiền mặt đã biết và có rủi ro thay đổi giá trị không đáng kể". Tuy nhiên tiền điện tử vẫn chưa được chấp nhận rộng rãi như một phương tiện trao đổi trên thị trường thậm chí nhiều quốc gia vẫn chưa công nhận tính hợp pháp của hệ thống tiền điện tử. Do vậy, tiền điện tử không dễ dàng chuyển đổi thành tiền mặt và tiền điện tử có rủi ro cao, giá trị quy đổi ra tiền mặt có sự biến động đáng kể. Vì vậy mặc dù tiền điện tử được coi là một hình thức thanh toán tương tự như tiền mặt nhưng theo IAS 7 thì tiền điện tử không thể được phân loại là các khoản tương đương tiền nên không thể hạch toán theo IAS 7.

Thứ hai, IAS 38: chuẩn mực kế toán quốc tế về tài sản vô hình

Theo IAS 38, tiêu chuẩn ghi nhận tài sản vô hình là tài sản phi tiền tệ có thể xác định được mà không có hình thái vật lý. Theo đó, một tài sản vô hình có thể xác định được nếu nó có thể tách rời hoặc phát sinh từ các quyền hợp đồng hoặc các quyền hợp pháp khác. Đồng thời, theo IAS 38 một tài sản có thể tách rời

nếu nó có khả năng được tách hoặc phân chia khỏi thực thể và được bán, chuyển nhượng, cấp phép, cho thuê hoặc trao đổi, riêng lẻ hoặc cùng với hợp đồng liên quan. Tiền kỹ thuật số (tiền điện tử) là một dạng tiền kỹ thuật số, không có hình thái vật lý, có khả năng tách biệt khỏi chủ sở hữu và được bán hoặc chuyển nhượng riêng lẻ và việc nắm giữ tiền điện tử có thể kỳ vọng rằng chủ thể sẽ nhận được lợi ích kinh tế khi giao dịch trên sàn. Do vậy có thể thấy tiền điện tử đáp ứng được các tiêu chuẩn ghi nhận theo IAS 38, do vậy có thể phân loại tiền điện tử là tài sản vô hình theo IAS 38

Về vấn đề xác định giá trị, theo IAS 38 tài sản vô hình được ghi nhận ban đầu theo giá gốc. Sau ghi nhận ban đầu, tài sản vô hình được lựa chọn ghi nhận theo mô hình giá gốc hoặc mô hình đánh giá lại (mô hình giá trị hợp lý). Nếu sử dụng mô hình giá gốc sau ghi nhận ban đầu thì tài sản vô hình sẽ được phản ánh trên báo cáo tài chính (báo cáo tình hình tài chính doanh nghiệp) theo giá gốc trừ đi giá trị hao mòn lũy kế và tổn thất do suy giảm giá trị. Nếu sử dụng mô hình đánh giá lại, tài sản vô hình ghi nhận trên Báo cáo tình hình tài chính doanh nghiệp theo giá trị hợp lý tại ngày báo cáo, việc xác định giá trị hợp lý căn cứ theo IFRS 13: chuẩn mực trình bày báo cáo tài chính quốc tế: giá trị hợp lý. Mặt khác, vì tiền điện tử được giao dịch trên một hoặc nhiều sàn giao dịch tức có thị trường hoạt động nên hoàn toàn có thể xác định được giá trị hợp lý của tài sản, từ đó ghi nhận tiền điện tử theo mô hình đánh giá lại.

Về vấn đề khấu hao, theo IAS 38 tài sản vô hình gồm có tài sản vô hình có thời gian sử dụng hữu ích vô hạn và thời gian sử dụng hữu hạn. Nếu tài sản vô hình có thời gian sử dụng hữu hạn thì sẽ trích khấu hao tài sản ngược lại, nếu tài sản vô hình có thời gian sử dụng vô hạn thì sẽ không khấu hao tài sản và định kỳ luôn luôn phải kiểm tra về mức độ suy giảm giá trị của tài sản. Thời gian sử dụng hữu ích vô hạn trong trường hợp khoảng thời gian mà tài sản kỳ vọng sẽ tạo ra lợi ích cho đơn vị trong tương lai không giới hạn. Đối với tiền điện tử, hầu hết các hệ thống tiền điện tử đang hoạt động sẽ được coi là có thời hạn sử dụng vô thời hạn theo mục đích của IAS 38. Do vậy, trên báo cáo tài chính tiền điện tử sẽ không được khấu hao nhưng phải được kiểm tra hàng năm về mức độ suy giảm giá trị.

Thứ ba, IAS 02: chuẩn mực kế toán quốc tế về hàng tồn kho

Theo IAS 2, hàng tồn kho bao gồm các tài sản: được giữ để bán trong kỳ sản xuất kinh doanh thông thường, đang trong quá trình sản xuất, kinh doanh dở dang, Nguyên liệu, vật liệu, công cụ, dụng cụ để sử dụng trong quá trình sản xuất, kinh doanh hoặc cung cấp dịch vụ.

Như vậy, nếu một thực thể giữ tiền điện tử để bán trong kỳ sản xuất kinh doanh thông thường thì tiền điện tử có thể được coi là hàng tồn kho — một loại hàng tồn kho vô hình của doanh nghiệp.

Về vấn đề xác định giá trị, theo IAS 02, hàng tồn kho sẽ trình bày trên báo cáo tình hình tài chính doanh nghiệp là giá thấp hơn giữa giá gốc và giá trị thuần có thể thực hiện được. Tuy nhiên, nếu pháp nhân hoạt động như một nhà môi giới giao dịch tiền điện tử, tức chủ thể nắm giữ hàng tồn kho với mục đích bán lại trong tương lai gần và tạo ra lợi nhuận từ sự biến động của giá cả hoặc tiền môi giới thì thì IAS 2 quy định hàng tồn kho của họ phải được định giá theo giá trị hợp lý trừ đi chi phí bán.

## 4. Kết luận

Trong nền kinh tế thị trường với xu thế hội nhập kinh tế toàn cầu và trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ 4.0, tiền kỹ thuật số đã phát triển và được sử dụng trên nhiều quốc gia. Việc sử dụng tiền điện tử mang lại nhiều cơ hội cũng như thách thức đối với các quốc gia, các doanh nghiệp và các bên liên quan. Tuy nhiên hiện nay vẫn chưa có chuẩn mực kế toán riêng nào quy định về việc ghi nhận tiền điện tử. Trong hệ thống chuẩn mực kế toán hiện hành, có thể tham chiếu chuẩn mực kế toán quốc tế về tài sản vô hình và chuẩn mực kế toán quốc tế về hàng tồn kho để xem xét phương pháp kế toán tiền điện tử. Tuy nhiên, để đảm bảo chất lượng thông tin về các giao dịch tiền điện tử cung cấp cho các bên liên quan cần phải xây dựng một chuẩn mực quy định về kế toán tiền điện tử./.

## Tài liệu tham khảo

- Trần Thị Kim Chi và Trần Thị Mai Thành (2020), Kinh nghiệm quản lý tiền điện tử kỹ thuật số;
- G Hileman, M Rauchs (2017), Global cryptocurrency benchmarking study, Cambridge Centre for Alternative Finance
- Yukun Liu & Aleh Tsyvinski (2018), Risks and Returns of Cryptocurrency, National bureau of economic research

# Xuất khẩu nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập

Trần Minh Hoàng

Vũ Trường Sơn

Trường Đại học Đại Nam

Năm 2020 trước bối cảnh bất ổn của kinh tế thế giới do đại dịch Covid-19 gây ra, xuất khẩu nông sản Việt Nam vẫn ước đạt gần 41,25 tỷ USD tăng 0,91 tỷ USD so với năm 2019. Tuy nhiên, có đến 90% nông sản của Việt Nam vẫn xuất khẩu dưới dạng thô hoặc với hàm lượng chế biến còn hạn chế, chất lượng và giá trị xuất khẩu thấp hơn các sản phẩm cùng loại của nhiều quốc gia khác. Trong bài viết tác giả xem xét khái quát tình hình xuất khẩu nông sản giai đoạn 2015-2020, đánh giá những kết quả đạt được và một số vấn đề đặt ra trong xuất khẩu nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập. Từ đó, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập và trước những khó khăn bất ổn do Covid-19 đem lại.

## 1. Khái quát tình hình xuất khẩu nông sản Việt Nam giai đoạn 2015 - 2020

Hàng nông sản là một trong những nhóm hàng xuất khẩu chủ đạo với nhiều mặt hàng như gạo, cà phê, điều, thủy sản... đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng, phát triển kinh tế của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu nông sản tăng đều qua các năm gần đây, năm 2015 đạt 30,14 tỷ USD; năm 2016 đạt 32,1 tỷ USD tăng 1,96 tỷ USD so với năm 2015 (tăng 6,5%); năm 2017 đạt 36,37 tỷ USD tăng 4,27 tỷ USD (tăng 13,3%); năm 2018 đạt 40 tỷ USD tăng 3,63 tỷ USD so với 2017 (tăng 10%); năm 2019 đạt 40,34 tỷ USD tăng 0,34 tỷ USD so với 2018 (tăng 0,85%); năm 2020 trước bối cảnh bất ổn của kinh tế thế giới do đại dịch Covid-19 gây ra, xuất khẩu nông sản Việt Nam vẫn ước đạt gần 41,25 tỷ USD tăng 0,91 tỷ USD so với năm 2019 (tăng 2,26%).

Về mặt hàng xuất khẩu. Cà phê, gạo, hạt điều, rau quả, tôm, gỗ và sản phẩm từ gỗ... là những mặt hàng nông sản của Việt Nam đạt giá trị kim ngạch trên 2 tỷ USD trong năm 2020. Mặc dù trong bối cảnh đối mặt với đại dịch Covid-19 nhưng nhiều mặt hàng nông sản xuất khẩu vẫn vượt ngưỡng tỷ USD. Theo thống kê có 8 nhóm, mặt hàng nông sản xuất khẩu trên 1 tỷ USD; trong đó có 07 nhóm, mặt hàng có giá trị xuất khẩu trên 02 tỷ USD (cà phê 2,5 tỷ USD, gạo 2,8 tỷ USD, hạt điều đạt 2,9 tỷ USD, rau quả đạt 3,0 tỷ USD, tôm 3,4 tỷ USD, gỗ và sản phẩm gỗ đạt 8,4 tỷ USD).

Về thị trường xuất khẩu. Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường chiếm thị phần lớn nhất với kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 9,8 tỷ USD, tăng 22,3% so với cùng kỳ và chiếm khoảng 26,2% thị phần. Tiếp đến là Trung Quốc ước đạt gần 9,2 tỷ USD, giảm 6,6% so với cùng kỳ và chiếm 24,6% thị phần; thị trường EU ước đạt 3,44 tỷ USD, giảm 0,3% và chiếm 9,2% thị phần. Xuất khẩu sang các nước ASEAN đạt khoảng 3,43 tỷ USD, tăng 2,8% và chiếm 9,18% thị phần; xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 3,1 tỷ USD, giảm 1,5% và chiếm gần 8,3% thị phần (tính chung 11 tháng năm 2020).

## 2. Những kết quả đạt được và một số vấn đề đặt ra trong xuất khẩu nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập

### 2.1. Những kết quả đạt được

Theo Cục Sở hữu trí tuệ, hiện Việt Nam có khoảng 800 sản phẩm nông sản nổi tiếng ở các địa phương. Ngành nông nghiệp Việt Nam đã có những nỗ lực tham gia vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu với nhiều sản phẩm đạt giá trị xuất khẩu cao như cà phê, hồ tiêu, thủy sản, hoa quả... trong đó cà phê là một trong những mặt hàng thành công nhất. Bên cạnh đó, các chuỗi cung ứng của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài như Nescafe, Metro... đã đưa hàng nông sản của Việt Nam đến với hệ thống bán lẻ ở nước ngoài.

Từ chuỗi số liệu tăng trưởng GDP, tỷ lệ tăng sản phẩm nông nghiệp và kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam những năm đầu đổi mới đến nay cho thấy, nông nghiệp đã trở thành “bệ đỡ” của nền kinh tế trước biến động khó lường của kinh tế toàn cầu. Phát huy lợi thế tự nhiên, trong hơn 30 năm đổi mới, nông nghiệp Việt Nam luôn duy trì ở mức tăng trưởng trung bình khoảng 3,5%/năm, mức cao ở khu vực châu Á nói chung và khu vực Đông Nam Á nói riêng.

Việt Nam tham gia vào nhiều hiệp định thương mại tự do thế hệ mới với các đối tác quốc tế như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP); Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA); Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP); Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UKVFTA)... với mức độ hội nhập sâu rộng và toàn diện nhất từ trước tới nay, đang tạo ra nhiều lợi thế về thuế quan trong xuất khẩu hàng nông sản.

Bên cạnh đó, ngành nông nghiệp Việt Nam đã và đang triển khai tổ chức lại sản xuất theo hướng hợp tác, liên kết các thành viên trong chuỗi cung ứng, gắn



sản xuất nguyên liệu với chế biến và tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi, kết nối với hệ thống tiêu thụ toàn cầu. Việc tăng cường chế biến, gia tăng giá trị sản phẩm nhiều hơn đã tạo ra nhiều việc làm, thu nhập cao hơn cho nông dân, ngư dân Việt Nam.

Với quá trình mở cửa hội nhập sâu rộng, và với năng lực tốt về cung, Việt Nam đã từng bước khẳng định vị trí trên thị trường nông lâm thủy sản toàn cầu; vươn lên trở thành một nhà cung cấp lớn trên thị trường nông sản thế giới về quy mô và phạm vi thương mại. Tiêu biểu như trong bối cảnh thị trường thế giới năm 2018 có nhiều biến động: chiến tranh thương mại Mỹ – Trung; sự gia tăng bảo hộ thông qua các tiêu chuẩn về quản lý chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm của các thị trường nông sản lớn, như: Mỹ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc ... nhưng nông nghiệp Việt Nam đã vượt lên khó khăn và duy trì tốc độ phát triển ấn tượng.

Ngành hàng nông sản có nhiều hiệp hội/ câu lạc bộ như: Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản (VASEP); Hiệp hội Cà phê và Ca cao Việt Nam (VICOFA); Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA); Câu lạc bộ nông nghiệp công nghệ cao Việt Nam (DAA VIET NAM); Hiệp hội điều Việt Nam (VINACAS); Hiệp hội cá tra Việt Nam (VINAPA); Hiệp hội rau quả Việt Nam (VINAFRUIT); Hiệp hội sắn Việt Nam (VICAAS); Hiệp hội cà phê ca cao Việt Nam (VICOFA); Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam (VPA), Hiệp hội chè Việt Nam (VITAS), Hiệp hội chăn nuôi Việt Nam (AHAV)... đã tạo ra sân chơi chung và hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản trong việc tập hợp nguồn lực để thực hiện những nhiệm vụ như: hoàn thiện hạ tầng công nghệ cho nông nghiệp, kết nối quốc tế và mở rộng thị trường.

Năm 2020 trước diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19, công tác xúc tiến thương mại, mở cửa thị trường để duy trì, mở rộng, đẩy mạnh xuất khẩu, nhất là đối với các sản phẩm chủ lực như: cà phê, gạo, gỗ, thủy sản, trái cây... tại các thị trường trọng điểm vẫn được đẩy mạnh. kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2020 ước đạt 41,25 tỷ USD (Biểu

**2.2. Một số vấn đề đặt ra trong xuất khẩu nông sản trong bối cảnh hội nhập**

Tuy nhiên, bên cạnh những nỗ lực và thành tựu đạt được, xuất khẩu nông sản của Việt Nam đang đối diện với nhiều khó khăn, thách thức trong bối cảnh hội nhập. Sức cạnh tranh và mức độ tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu của sản phẩm nông sản Việt Nam còn thấp, có đến 90% nông sản của Việt Nam vẫn xuất khẩu dưới dạng thô hoặc với hàm lượng chế biến còn hạn chế, chất lượng và giá trị xuất khẩu thấp hơn các sản phẩm cùng loại của nhiều nước khác. Việc tham gia vào nhiều hiệp định thương mại tự do khiến các doanh nghiệp gặp khó khi phải đối mặt với các hàng rào kỹ thuật như yêu cầu về chất lượng, mẫu mã, hàm lượng dinh dưỡng... một cách chi tiết, cụ thể và nghiêm ngặt hơn.

Trong chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu Việt Nam toàn bộ từ hạt giống, cây trồng đến phân bón... được mua ở các nhà cung cấp địa phương, người nông dân nuôi trồng đóng vai trò là nhà sản xuất ra nông sản hoặc ngư dân thực hiện đánh bắt thủy sản. Tuy nhiên, trong khâu sản xuất nông sản, nông dân còn chịu nhiều thiệt thòi. Trong số các thành viên tham gia chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu (nông dân, thương lái, người chế biến/ sơ chế, doanh nghiệp xuất khẩu), nông dân phải bỏ mức chi phí cao nhất, nhưng lại là thành viên được hưởng lợi thấp nhất.

Các khâu thu gom, chế biến, tiêu thụ nông sản chưa hoàn chỉnh và thiếu bền vững, nhiều cấp trung gian. Nông dân chủ yếu bán nông sản cho các thương lái, đại lý thu mua. Trong khâu tiêu thụ sản phẩm nông sản (xuất khẩu và phân phối bán lẻ), việc xây dựng và phát triển thương hiệu của Việt Nam còn nhiều hạn chế. Các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các nông sản ra nước ngoài phải gắn nhãn hiệu của các trung gian thương mại tại thị trường nước sở tại. Khách hàng của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam hiện nay chủ yếu là các trung gian người bán buôn/ Bán lẻ hoặc Người sản xuất ở các nước sở tại. Trong khi đó, những người tiêu dùng nước ngoài họ thường chọn thương hiệu của các doanh nghiệp nhập khẩu ở nước sở tại. Bên cạnh đó, bản thân doanh nghiệp nhập khẩu họ có mặt hàng đa dạng, nhiều sản phẩm khác nhau trong khi doanh nghiệp Việt Nam chỉ có thể một vài sản phẩm.

**3. Một số giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập**

**3.1. Giải pháp từ phía Nhà nước**

- Nhà nước cần tổ chức nghiên cứu và quy hoạch vùng sản xuất nông sản nhằm phát huy lợi thế so sánh và theo hướng sản xuất lớn, hiện đại hóa nông thôn;
- Xây dựng và quản lý quá trình sản xuất, chế biến và bảo quản nông sản xuất khẩu theo các tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh, an toàn thực phẩm phù hợp với các thị trường xuất khẩu;
- Tăng cường kết nối cung - cầu và đẩy mạnh việc tiêu thụ nông sản. Tạo điều kiện thuận lợi để các nhà sản xuất và xuất khẩu nông sản Việt Nam tham gia vào những khâu ngoài sản xuất, tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng nước ngoài, đặc biệt là hỗ trợ thông tin về nhu cầu thị trường, xúc tiến thương mại hàng nông sản ở các thị trường trọng điểm, mở cơ sở phân phối tại nước ngoài.
- Nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận nguồn tài chính là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến khả năng tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu của các doanh nghiệp. Tạo thuận lợi để thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào lĩnh vực nông nghiệp, qua đó có thể tiếp cận nguồn vốn, công nghệ cũng như tham gia vào mạng lưới phân phối toàn cầu hàng nông sản.

- Đầu tư hạ tầng logistics nâng cao khả năng kết nối giữa các phương thức vận chuyển, giảm chi phí thấp nhất cho doanh nghiệp và chi phí lưu thông, đồng thời gia tăng giá trị nông sản.

- Tăng cường công tác đào tạo nhân lực. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, cần có những biện pháp nhằm nâng cao năng lực sản xuất và cả năng lực kinh doanh cho người lao động ngành nông nghiệp. Người nông dân cần phải được trang bị những kiến thức, kỹ năng sản xuất; Tiếp thu và ứng dụng được công nghệ vào sản xuất; Đưa cơ giới hóa vào sản xuất; Có những kỹ thuật bảo quản nông sản sau thu hoạch.

### 3.2. Giải pháp từ phía hiệp hội

- Tăng cường năng lực của các hiệp hội ngành hàng, liên kết các doanh nghiệp kinh doanh nông sản có tiềm năng lợi thế toàn diện, đẩy mạnh hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu. Nâng cao các yếu tố hoạt động chuyên nghiệp cần có sự phối hợp chặt chẽ của hiệp hội nơi doanh nghiệp là thành viên, trên cơ sở Luật Thương mại trong nước và quốc tế nhằm đối phó với hàng rào bảo hộ của nước ngoài.

- Các hiệp hội hỗ trợ việc phát triển các trung tâm chế biến và bảo quản nông sản tại các vùng, hỗ trợ thông tin, xúc tiến thương mại, tham gia phát triển thương hiệu, bảo hộ sản phẩm, ứng dụng khoa học kỹ thuật...; Nâng cao vai trò điều phối hoạt động sản xuất, kinh doanh; Đồng thời đào tạo, phát triển nguồn nhân lực, hợp tác, hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước phát triển ngành hàng.

- Hiệp hội cần là cầu nối thực hiện giới thiệu các trung tâm nông sản chất lượng cao trên thế giới, sàn giao dịch nông sản online kết nối toàn cầu, triển khai hệ thống đào tạo lao động cho ngành nông nghiệp. Nâng cao vai trò hỗ trợ phát triển những dự án phát triển nông nghiệp với quy mô lớn nhằm hiện đại hóa nền nông nghiệp Việt Nam.

- Các hiệp hội ngành hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam nên tổ chức giới thiệu sản phẩm của ngành mình cho người tiêu dùng ở một số địa phương tại các nước mà hàng Việt Nam xuất khẩu tới. Chú trọng xây dựng thương hiệu cho nông sản Việt Nam, nhằm tạo dựng niềm tin của người tiêu dùng đối với các sản phẩm nông sản mang thương hiệu Việt Nam.

- Trong bối cảnh hội nhập, các hiệp hội cần tập trung tham gia điều phối ngành hàng qua việc chứng nhận chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm; đồng thời tham gia xây dựng chiến lược phát triển ngành hàng theo chuỗi, hỗ trợ doanh nghiệp trong quảng bá, xây dựng, bảo hộ thương hiệu cho nông sản Việt...

### 3.3. Giải pháp từ phía nhà xuất khẩu nông sản

- Doanh nghiệp đầu tư mạnh cho hoạt động marketing và nghiên cứu thị trường để có được các thông tin hữu ích về nhu cầu sản phẩm, tối ưu hóa mạng lưới phân phối để đưa nông sản ra thị trường thế giới với chi phí hợp lý.

- Doanh nghiệp cần gắn kết chặt chẽ với nhà nông, định hướng, đặt hàng nhà nông trong sản xuất theo nhu cầu thị trường về sản phẩm. Doanh nghiệp hỗ trợ nông dân trong việc tiếp cận và học hỏi về kỹ thuật sản xuất để tuân thủ theo đúng tiêu chuẩn quy trình kỹ thuật và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần hỗ trợ về vật tư, tài chính để người nông dân yên tâm tập trung sản xuất.

- Đẩy mạnh các hoạt động liên doanh, liên kết để tăng cường sức mạnh, hiệu quả kinh tế khi tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, nhanh chóng khắc phục tình trạng nhỏ lẻ, manh mún và thiếu sự liên kết giữa các thành viên trong chuỗi.

- Doanh nghiệp xuất khẩu nông sản cần tích cực và chủ động lựa chọn đúng các khâu cần ưu tiên nhằm khai thác lợi thế so sánh, phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững hoạt động xuất khẩu trên thị trường thế giới. Lựa chọn những sản phẩm nông sản mà Việt Nam có lợi thế và thế giới có nhu cầu cao để chuyển dịch cơ cấu sản xuất và xuất khẩu.

- Thực hiện việc sắp xếp lại các cơ sở sản xuất, chế biến theo hướng thành lập các cơ sở sản xuất, chế biến lớn có thiết bị, công nghệ hiện đại nhằm tạo ra những sản phẩm có giá trị gia tăng lớn, nâng cao được sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

- Doanh nghiệp xuất khẩu nông sản cũng cần có giải pháp tổng thể để có thể đáp ứng yêu cầu về hàng rào kỹ thuật, yêu cầu về chất lượng, mẫu mã, hàm lượng dinh dưỡng ngày càng khắt khe của các thị trường và cam kết hội nhập./.

## Tài liệu tham khảo

Báo quốc tế.vn (2021), Chiến lược phát triển thị trường bền vững hàng nông sản Việt Nam, <https://baoquocte.vn>

Bộ Công Thương (2017), Nghị định quy định chi tiết thi hành luật thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài, <https://thuvienphapluat.vn>

Hạ, H. (2021), Kỳ tích xuất khẩu nông sản lập đỉnh giữa đại dịch toàn cầu, <https://baodautu.vn>

Nhàn, A.T.T, Nông sản Việt Nam nhìn từ góc độ chuỗi cung ứng, <https://vilas.edu.vn>

Quyết, N.Đ. (2020), Nâng cao hiệu quả tham gia chuỗi giá trị toàn cầu đối với nông sản Việt Nam, Tạp chí cộng sản, <https://www.tapchicongsan.org.vn>

Tổng cục thống kê (2020), Kim ngạch xuất khẩu nhiều ngành hàng nông sản vượt ngưỡng tỷ đô, <https://www.gso.gov.vn>

# Vai trò của Báo Nhân dân đối với việc giới thiệu, quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài

Nguyễn Trung Thành

Báo Nhân dân

Là cơ quan ngôn luận của Đảng, báo Nhân dân luôn bám sát chức năng, nhiệm vụ tuyên truyền đối ngoại, mang tính chính thống, đảm bảo thông tin chính xác và có nội dung phù hợp với Luật Báo chí và đường lối đối ngoại của Đảng và Nhà nước qua các thời kỳ. Các bài viết phản ánh kịp thời các hoạt động đối ngoại lớn, những sự kiện kinh tế, chính trị, xã hội nổi bật của đất nước; các hoạt động đối ngoại của Đảng, Nhà nước và Bộ Ngoại giao; các hoạt động đối ngoại đa phương ở khu vực và trên thế giới...

Qua hơn 60 năm xây dựng và phát triển, đến nay báo Nhân dân xuất bản năm ấn phẩm: Nhân dân hàng ngày, Nhân dân cuối tuần, Nhân dân hàng tháng, Nhân dân điện tử (Tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Trung Quốc, tiếng Pháp, tiếng Nga và tiếng Tây Ban Nha), báo Thời nay và Truyền hình Nhân dân.

Trên thực tế, trong những năm qua, báo Nhân dân có vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, quảng bá hình ảnh của đất nước ra thế giới. Ngay từ những năm mới thành lập, nhận thấy tầm quan trọng của việc tuyên truyền quốc tế, tuyên truyền đối ngoại thông qua mạng lưới các cơ quan thường trú, từ năm 1958 đến năm 1963, Báo Nhân dân đã đặt cơ quan thường trú ở Mátxcova (Liên Xô cũ, nay là Liên bang Nga). Tiếp đó vào năm 1998, ba cơ quan thường trú tại Bắc Kinh (Trung Quốc), Paris (Pháp), Băng Cốc (Thái Lan) được thiết lập và chính thức đi vào hoạt động, đánh dấu mốc mới của báo Nhân dân trong quá trình hội nhập báo chí quốc tế.

Với ưu thế của mình, báo Nhân dân đóng vai trò quan trọng trong việc nắm bắt thông tin, cung cấp thông tin chính thức tới bạn bè quốc tế, đặc biệt là giới học giả, báo chí và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Bên cạnh đó, cơ quan đại diện của báo cũng đóng vai trò cầu nối, hỗ trợ các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch nhằm quảng bá hình ảnh Việt Nam với bạn bè quốc tế. Mạng lưới phóng viên dày đặc, có mặt ở mọi nơi trên thế giới là một "cầu nối" quan trọng trong việc truyền tải thông tin, kết nối những người nước ngoài có thiện cảm với Việt Nam và những người Việt Nam ở nước ngoài hướng về Tổ quốc.

Trong quá trình thực hiện nhiệm vụ này, báo Nhân dân luôn xác định đối tượng tuyên truyền cụ thể, chọn lọc chủ đề thông tin, tuyên truyền để đưa ra giải pháp nhằm quảng bá hình ảnh quốc gia một cách tốt nhất. Thời gian qua, báo Nhân dân đã nỗ lực trong việc tăng cường chất lượng công tác tuyên truyền, quảng bá

hình ảnh của Việt Nam ra thế giới và đã đạt được nhiều kết quả.

Trên thực tế, báo Nhân dân đã tiếp tục duy trì tốt chuyên mục quảng bá du lịch "Việt Nam - Vẻ đẹp tiềm ẩn" với mục tiêu tuyên truyền kịp thời các chủ trương, chính sách về du lịch, quảng bá các sản phẩm và điểm đến du lịch đến với du khách, được Tổng cục Du lịch và Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch đánh giá cao.

Nhằm tiếp tục tuyên truyền, giới thiệu nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, báo Nhân Dân đã làm tốt việc tuyên truyền về các ngày lễ, Tết, sự kiện văn hóa truyền thống trong năm như: Giỗ Tổ Hùng Vương, các ngày lễ hội, Tết cổ truyền của một số dân tộc....

Hàng năm, Việt Nam đều có nhiều đoàn văn hóa, nghệ thuật đi biểu diễn tại nhiều nước trên thế giới. Những chuyến đi này một mặt là hoạt động trao đổi chuyên môn giữa Việt Nam với các nước, nhưng mặt khác là kênh rất hiệu quả để quảng bá văn hóa Việt Nam ra với bạn bè quốc tế.

Đối với khu vực châu Á, báo Nhân dân, số 14301 ngày 8 tháng 7 năm 1994 đã đưa tin Việt Nam biểu diễn thành công tại Trung Quốc. Báo có đoạn viết: "Đoàn ca múa nhạc Việt Nam sang thăm và biểu diễn tại Trung Quốc gần hai tháng ở các tỉnh và thành phố của Trung Quốc. Đây là chuyến đi dài ngày và đạt thành công đáng kể tạo mối quan hệ trong giao lưu văn hóa giữa hai nước của đoàn ca múa nhạc nhẹ Việt Nam".

Tại Thái Lan, Tổng cục Du lịch Việt Nam và Cục Du lịch Thái Lan năm 2001 đã tổ chức Ngày du lịch Việt Nam tại Thái Lan, nhằm giới thiệu các địa điểm, sản phẩm du lịch và sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam cũng như tăng cường quan hệ hợp tác giữa ngành du lịch hai nước và sự hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân Việt Nam và Thái Lan.

Trong chuyên mục "Việt Nam trong lòng thế giới",

báo Nhân dân có bài viết “Việt Nam và Ấn Độ là những người bạn tốt của nhau”, có đoạn viết: “Việt Nam và Ấn Độ là những người bạn tốt của nhau, tình đoàn kết giữa thanh niên hai nước sẽ mãi gắn bó keo sơn, không có gì chia cắt được. Hai nước sẽ đi tiên phong trong cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật, góp phần thúc đẩy sự nghiệp phát triển của đất nước, đem lại hạnh phúc, phồn vinh cho hai dân tộc”.

Tại Nhật Bản, báo Nhân dân đã có bài giới thiệu về đoàn nghệ thuật Việt Nam tham dự Liên hoan âm nhạc châu Á tại Nhật Bản. Bài viết có đoạn viết: “Chương trình biểu diễn của đoàn Việt Nam đã được các nghệ sĩ nước ngoài đánh giá rất cao. Các nghệ sĩ Việt Nam đã biểu diễn tự tin và thi đấu hết mình vì màu cờ sắc áo. Có thể nói, sự kiện này đã đánh dấu một bước trưởng thành của nền âm nhạc giao hưởng Việt Nam đã và đang hội nhập cùng khu vực và quốc tế khi bước vào thiên niên kỷ mới”.

Báo Nhân dân số 19082 cũng có bài viết giới thiệu về Những ngày văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc. Bài báo đã giới thiệu: “Kỷ niệm 15 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam — Hàn Quốc đã diễn ra Những ngày Văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc. Chương trình được tổ chức tại Thủ đô Se-un (Hàn Quốc) đã thúc đẩy hơn nữa quan hệ hợp tác hữu nghị giữa Việt Nam và Hàn Quốc mà còn tạo cơ hội giao lưu văn hóa giữa hai nước, đồng thời động viên, khích lệ hơn 60.000 người Việt Nam đang sống, học tập và làm việc tại đây. Nhiều hoạt động văn hóa tiêu biểu và đa dạng của Việt Nam được tổ chức như biểu diễn nghệ thuật truyền thống và hiện đại, triển lãm ảnh du lịch giới thiệu danh lam thắng cảnh Việt Nam, chương trình biểu diễn thời trang, lễ hội ẩm thực đã được giới thiệu với người dân hai nước”.

Đối với các nước châu Âu, báo Nhân dân cũng có những chương trình tương tự nhằm giới thiệu hình ảnh đất nước Việt Nam với các bạn châu Âu.

Trong bài “Văn hóa Việt Nam với cộng đồng quốc tế”, báo Nhân dân đã giới thiệu Tuần lễ văn hóa Việt Nam tại Đức, có đoạn viết: “Vừa qua, tại Béc-lin (Đức) đã tổ chức thành công Tuần lễ văn hóa Việt Nam tại Béc-lin. Kiều bào ta không chỉ ở Đức mà còn ở các nước khác cũng nhiệt tình tham gia và đã góp phần không nhỏ trong việc giới thiệu bản sắc văn hóa Việt Nam với các bạn nước ngoài... Sự có mặt của các nghệ sĩ kiều bào ta ở nước ngoài là một minh chứng sinh động cho tấm lòng tha thiết hướng về Tổ quốc của họ. Bằng nhiều hình thức hoạt động phong phú, kiều bào ta ở nước ngoài tích cực tham gia giới thiệu văn hóa Việt Nam với cộng đồng quốc tế”.

Sau thành công tại Béc-lin, Tuần lễ văn hóa Việt Nam tiếp tục được tổ chức tại Mu-ních (Đức) từ ngày 5 đến 18 tháng 10 năm 2002. “Với chủ đề chính là Từ trái tim Việt Nam đi đến với châu Âu, Tuần lễ Việt Nam muốn giới thiệu với người Đức về một Việt Nam với nền văn hóa có truyền thống lâu đời và phong phú. Đó

là những buổi trình diễn những tiết mục nghệ thuật dân tộc ngắn (tuồng, hát dân ca, hòa nhạc) cùng với việc giới thiệu nghệ thuật ẩm thực Huế. Người xem châu Âu đã rất ngạc nhiên và bị cuốn hút vào khung cảnh văn hóa Việt Nam từ những phút đầu tiên”.

Báo Nhân dân số 16614 có bài giới thiệu lần đầu tiên xiếc Việt Nam biểu diễn trên đất Pháp. Báo có đoạn viết: “Theo lời mời của Nhà hát thành phố Lơ-măng, Đoàn nghệ thuật xiếc Việt Nam sang biểu diễn ở Pháp từ ngày 14 tháng 11 năm 2000. Đây là lần đầu tiên xiếc Việt Nam biểu diễn tại Pháp với một chương trình hoàn chỉnh. Những buổi biểu diễn của đoàn Việt Nam đều được công chúng cổ vũ hết sức nồng nhiệt”.

Báo Nhân dân số 16828 tiếp tục có bài viết về Hội chợ Việt Nam tại Bre-xuy-ơ (Pháp): “Tại hội chợ triển lãm Bre-xuy-ơ, Việt Nam là vị khách tỏa sáng Hội chợ. Không gian Việt Nam hấp dẫn du khách cả về hàng hóa và cách trang trí.. của các doanh nghiệp Việt Nam. Các du khách được xem các sản phẩm tuyệt vời do người Việt Nam làm ra, đẹp và được làm rất công phu. Các sản phẩm của Việt Nam để lại ấn tượng sâu sắc và thú vị vì ở đây có tất cả những đặc trưng của Việt Nam, những thứ mà không thể tìm thấy ở các siêu thị Pháp. Hội chợ đã đem lại những mối quan hệ, tình hữu nghị và tình anh em giữa hai dân tộc Pháp và Việt Nam”.

Năm 2006, Việt Nam tiếp tục tổ chức Hội chợ sắc màu Việt Nam tại Pháp. “Những sản phẩm mang đậm nét truyền thống của Việt Nam được trưng bày như áo dài, gốm sứ, đồ thủ công mỹ nghệ phối sắc với nhau tạo dấu ấn rất riêng cho văn hóa Việt Nam. Hội chợ là một bước đệm và cơ hội để các doanh nghiệp nước ta mở rộng thị trường, tạo hình ảnh đẹp trong mắt khách hàng, khắc sâu ấn tượng và bản sắc Việt Nam đối với bạn bè quốc tế”.

Năm 2001, báo Nhân dân có bài viết giới thiệu Tuần Việt Nam lần đầu tiên được tổ chức tại Vương quốc Bỉ từ ngày 7 tháng 9 đến ngày 2 tháng 10 năm 2001. Đây là sáng kiến của Đại sứ quán Việt Nam tại Bỉ và có sự phối hợp của Tổng Cục Du lịch — Bộ Văn hóa Thông tin nhằm mở rộng hợp tác và tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân hai nước.

Tại Thụy Điển, báo Nhân dân số 17433 cũng đăng tải bài viết giới thiệu những hoạt động nhằm quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam. Trong đó nhấn mạnh: “Tổng Cục du lịch Việt Nam đã tổ chức một số hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở Thụy Điển như tham gia hội chợ du lịch, tiến hành hội thảo và giới thiệu văn hóa nghệ thuật truyền thống dân tộc ở một số thành phố của Thụy Điển. Những sự kiện này đã thu hút quan tâm của các doanh nghiệp du lịch cùng nhiều du khách Thụy Điển và các nước Bắc Âu”.

Tại Anh, báo Nhân dân cũng có bài giới thiệu Tuần văn hóa Việt Nam tại Anh nhân chuyến thăm chính thức Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ai-len của Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng năm 2008. “Chương trình

mang đến cho khán giả nước Anh và kiều bào Việt Nam một không gian văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc. Chương trình đã thu hút được những gương mặt tiêu biểu xuất sắc của giới nghệ thuật trong nước biểu diễn đã thể hiện được sự độc đáo và đổi mới trong sáng tạo nghệ thuật Việt Nam với bản sắc riêng”.

Đối với các nước châu Mỹ-La tinh, cũng có rất nhiều bài viết được trình bày cụ thể và sâu sắc trên báo Nhân dân.

Báo Nhân dân số 16872 lần đầu tiên Tuần lễ văn hóa Việt Nam được tổ chức hai nước Nam Mỹ, có đoạn viết: “Năm 2001, lần đầu tiên nền văn hóa phong phú, độc đáo, giàu tính nhân bản của dân tộc Việt Nam với nhiều loại hình nghệ thuật được giới thiệu ở hai đất nước Nam Mỹ xa xôi, đó là Chi-lê và Ác-hen-ti-na. Tuần lễ văn hóa đã gây được tiếng vang lớn, được dư luận chung của hai quốc gia Nam Mỹ đánh giá như một sự kiện văn hóa hữu nghị lớn. Hầu hết các phương tiện thông tin đại chúng của hai quốc gia đều đưa tin, có bài bình luận và đánh giá cao thành công bất ngờ của Tuần lễ văn hóa Việt Nam được tổ chức tại Tây bán cầu, giúp cho nhân dân các nước bạn có cơ hội làm quen và nhận ra nhiều điểm khác biệt và hấp dẫn của văn hóa Việt Nam”.

Tại Mỹ, năm 2003, có một cuộc triển lãm “Việt Nam — cuộc hành trình của con người, tinh thần và linh hồn” đã thu hút sự quan tâm và hoan nghênh của công chúng Mỹ và giới thiệu một hình ảnh mới của Việt Nam đương đại trong lòng công chúng Mỹ. Bài báo có đoạn viết: “Triển lãm đã đưa lại cho công chúng Mỹ một hình ảnh mới Việt Nam, một Việt Nam có bề dày lịch sử và nền văn hóa vô cùng phong phú, đa dạng, một Việt Nam đang đổi mới và hội nhập thế giới”.

Có thể nói rằng, qua các bài báo được đăng tải trên các trang báo qua các năm, bất kể ở châu lục nào, nước nào, chắc chắn là động thái tích cực góp phần thúc đẩy việc đưa Việt Nam hội nhập thế giới. Trong quá trình hội nhập này, văn hóa thực sự đóng vai trò quan trọng, đi trước một bước như bắc chiếc cầu tình thân nối liền các dân tộc, bởi văn hóa chính là động lực, tiềm năng của sự phát triển và đoàn kết giữa các dân tộc trên thế giới.

Bên cạnh đó, báo Nhân dân cũng mở chuyên mục Việt Nam — Điểm đến của thiên niên kỷ mới, nhằm giới thiệu các phong tục tập quán, lễ hội, những điểm du lịch nổi tiếng trong nước đối với các bạn bè quốc tế.

Trong số 16851, báo Nhân dân có giới thiệu về phố cổ Hội An: “Đêm phố cổ được tổ chức thường xuyên ở thị xã Hội An nhằm khôi phục các nghi thức giao tiếp truyền thống, tái hiện các sinh hoạt xưa. Trong đêm phố cổ, toàn bộ khu vực di tích được dành cho người đi bộ”... Du khách nước ngoài đến và đã có cảm nhận rằng: “Chúng tôi may mắn đến Việt Nam và ở miền Trung đúng vào dịp lễ hội Đêm rằm phố cổ Hội

An. Đất nước cán bạn thật tuyệt vời, các lễ hội thật huyền thoại và quyến rũ mang đậm nét Á Đông huyền bí. Người Việt Nam thật hiếu khách. Ai đã đến một lần lại muốn đến nữa để tiếp tục khám phá thêm những điều mới lạ. Và đây là một trong những lễ hội như một cầu nối đưa du khách bốn phương đến với các di sản văn hóa được thế giới công nhận của đất nước, tôn vinh những nét đẹp văn hóa truyền thống dân tộc Việt Nam và giới thiệu bản sắc văn hóa mang tính vùng miền để khai thác có hiệu quả tài nguyên du lịch đất nước”.

Năm 2006, nhằm chào mừng hội nghị các nhà lãnh đạo các nền kinh tế thành viên APEC, báo Nhân dân đã có bài viết về Triển lãm “Hình ảnh APEC và di sản văn hóa Việt Nam” nhằm giới thiệu tinh hoa văn hóa Việt đối với lãnh đạo APEC và bạn bè quốc tế. Trong đó có đoạn viết: “Triển lãm giúp người xem hiểu biết thêm về văn hóa các nền kinh tế thành viên APEC, trong đó đậm nét là Di sản văn hóa Việt nam với tư cách là nguồn lực để phát triển kinh tế, mở rộng hợp tác giao lưu phát triển giữa các nền kinh tế thành viên APEC hướng tới một nền cộng đồng năng động vì sự phát triển bền vững và thịnh vượng”.

Có thể nói rằng, trong những năm qua, với việc giới thiệu văn hóa Việt Nam tới bạn bè quốc tế được báo Nhân dân đặc biệt quan tâm thông qua các bài viết, bài xã luận, trao đổi, giới thiệu thông tin..., góp phần quảng bá hình ảnh Việt Nam trên thế giới. Qua đó, bạn đọc có thể thấy rằng, nhìn chung các hoạt động văn hóa nghệ thuật này đã làm phong phú đời sống văn hóa tinh thần của nhân dân, đồng thời giới thiệu quảng bá nền văn hóa Việt Nam với nhiều người nước ngoài đến nước ta./

### Tài liệu tham khảo

- “Ấn tượng Việt Nam”, báo Nhân dân, số 18762, ngày 24 tháng 12 năm 2006;
- “Đêm rằm phố cổ”, báo Nhân dân, số 16851, ngày 5 tháng 9 năm 2001;
- “Đất nước Việt Nam thật đẹp, người Việt Nam thật thân thiện và nhân hậu”, báo Nhân dân số 16807, ngày 22 tháng 7 năm 2001;
- “Giao hưởng Việt Nam ở đất nước hoa anh đào”, báo Nhân dân, số 16279, ngày 1 tháng 2 năm 2000;
- “Triển lãm hình ảnh APEC và di sản văn hóa Việt Nam”, báo Nhân dân, số 18711, ngày 3 tháng 11 năm 2006;

---

# Vai trò của thuế với các mục tiêu phát triển bền vững tại Việt Nam

Phan Hữu Nghị  
Trưởng Đại học Kinh tế Quốc dân

Mỗi quốc gia dựa trên đặc điểm kinh tế, chính trị, văn hóa, địa lý đặc thù để hoạch định những chiến lược phát triển bền vững (PTBV) của quốc gia đó. Là một quốc gia thành viên của Liên hiệp quốc (LHQ), Việt Nam đã tích cực tham gia vào tiến trình thực hiện phát triển bền vững trên thế giới, và đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Một hệ thống thuế hiệu quả không những tạo ra được nguồn thu dồi dào phục vụ cho các nhu cầu chi tiêu của Nhà nước mà còn hỗ trợ đắc lực cho việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững (SDG). Bài viết khái quát những cách thức hiệu quả mà thuế có thể góp phần thực hiện các SDG, đồng thời phân tích thực trạng huy động nguồn thu từ thuế cho PTBV tại Việt Nam.

## 1. Mở đầu

Tại Hội nghị Thượng đỉnh về Phát triển Bền vững vào ngày 25 Tháng 9 năm 2015 tại New York, Chương trình Nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững đã được 193 nước thành viên Đại hội đồng Liên hiệp quốc chính thức đồng thuận thông qua. Các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDG) kêu gọi hành động toàn cầu nhằm xóa đói giảm nghèo, bảo vệ môi trường và khí hậu trái đất và đảm bảo mọi người ở khắp mọi nơi có thể tận hưởng hòa bình và thịnh vượng.

Là một quốc gia thành viên của Liên hiệp quốc (LHQ), Việt Nam đã tích cực tham gia vào tiến trình thực hiện phát triển bền vững (PTBV) trên thế giới. Các SDG đã được Việt Nam quốc gia hóa thông qua việc ban hành Kế hoạch hành động quốc gia thực hiện chương trình Nghị sự 2030 vì sự PTBV theo Quyết định số 622/QĐ-TTg ngày 10/05/2017 của Thủ tướng Chính phủ, trong đó nêu rõ 17 mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam đến năm 2030 bao gồm 115 mục tiêu cụ thể, tương ứng với các SDG toàn cầu. Kế hoạch hành động thể hiện nỗ lực và cam kết của Chính phủ trong việc thực hiện các mục tiêu PTBV của Việt Nam.

Theo Brundtland (1987), trong báo cáo của Ủy ban Thế giới về Môi trường và Phát triển, Our Common Future, phát triển bền vững được định nghĩa là "... phát triển đáp ứng nhu cầu của hiện tại mà không ảnh hưởng đến khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai". Để hướng tới sự PTBV ở các quốc gia, các SDG được đưa ra nhằm giải quyết các rào cản hệ thống cơ bản như bất bình đẳng, nghèo đói, tiêu dùng và sản xuất không bền vững, cơ sở hạ tầng không đầy đủ và thiếu việc làm ổn định. Việc thực hiện các SDG sẽ đòi hỏi nguồn kinh phí lớn, trong khi đó cũng như hầu hết các nước đang phát triển, Việt Nam đang phải

đối mặt với những hạn chế về huy động nguồn lực tài chính. Vì vậy, việc xem xét các cơ chế chính sách tài chính để đảm bảo nguồn thu ngân sách thực hiện các SDG là rất cần thiết. Nếu thiết lập và duy trì được một hệ thống thuế hiệu quả thì sẽ làm gia tăng đáng kể nguồn thu từ thuế để tài trợ cho các chương trình PTBV ở Việt Nam. Theo đó, bài viết khái quát những cách thức hiệu quả mà thuế có thể hỗ trợ việc thực hiện các SDG. Đồng thời tác giả cũng tập trung phân tích thực trạng huy động nguồn thu từ thuế cho PTBV tại Việt Nam.

## 2. Vai trò của thuế với các mục tiêu phát triển bền vững

Phát triển bền vững là mục tiêu hướng đến của nhiều quốc gia trên thế giới. Mỗi quốc gia dựa trên đặc điểm kinh tế, chính trị, văn hóa, địa lý đặc thù để hoạch định những chiến lược PTBV của quốc gia đó. Tuy nhiên, các chính sách này đều phải hướng đến việc dung hòa 3 lĩnh vực chính là kinh tế - xã hội — và môi trường. Hay nói cách khác, mục tiêu phát triển bền vững là đạt được sự đầy đủ về vật chất, sự giàu có về tinh thần và văn hóa, sự bình đẳng của các công dân và sự đồng thuận của xã hội, sự hài hòa giữa con người và tự nhiên. Chính vì vậy, tiếp nối các Mục tiêu Thiên niên kỷ (MDG), Liên Hiệp Quốc đã thông qua 17 Mục tiêu phát triển bền vững SDG trong CTNS 2030.

Thuế là nguồn thu chủ yếu của Ngân sách Nhà nước đồng thời là công cụ điều tiết vĩ mô nền kinh tế, tạo công bằng xã hội và góp phần kiểm tra, giám sát các hoạt động sản xuất kinh doanh. Chính vì vậy, một hệ thống thuế hiệu quả không những tạo ra được nguồn thu dồi dào phục vụ cho các nhu cầu chi tiêu của Nhà nước mà còn hỗ trợ đắc lực cho việc thực hiện các SDG. Theo International Chamber of

Commerce (2018) và World Bank (2018), Chính sách thuế là một thành phần quan trọng giúp thúc đẩy đầu tư và phát triển kinh tế, do đó, có vai trò không thể thiếu trong việc góp phần hoàn thành các SDG. Vai trò đó được thể hiện rõ trong một số các mục tiêu cụ thể như:

Với Mục tiêu 1: Xóa nghèo. Mục tiêu này nhằm chấm dứt mọi hình thức nghèo ở tất cả mọi nơi. Trong khi đó, thuế là nguồn thu chủ yếu đóng góp vào ngân sách quốc gia, là nguồn lực tài chính tài trợ cho các kế hoạch phát triển của quốc gia, trong đó có các chính sách giảm nghèo;

Với Mục tiêu 8: Công việc tốt và tăng trưởng kinh tế. Mục tiêu này nhằm khuyến khích tăng trưởng kinh tế bền vững, bao trùm, liên tục đồng thời tạo việc làm đầy đủ, năng suất và việc làm tốt, thỏa đáng cho tất cả mọi người. Chính sách thuế tốt sẽ thúc đẩy đầu tư và đổi mới, đặc biệt là ở các nền kinh tế đang phát triển, góp phần lớn trong việc thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), thúc đẩy phát triển kinh tế tư nhân, do đó mang lại cơ hội làm việc tốt, đổi mới và tăng năng suất để tăng tổng sản phẩm quốc nội của các nước một cách hiệu quả. Từ đó cũng tạo ra được nguồn ngân sách ổn định tài trợ cho PTBV;

Với Mục tiêu 10: Giảm bất bình đẳng. Mục tiêu này nhằm giảm bất bình đẳng trong và giữa các quốc gia. Các chính sách thuế có thể được thiết kế để hỗ trợ phát triển kinh tế bền vững, giảm bất bình đẳng và thúc đẩy tăng trưởng bao trùm, đồng thời linh hoạt điều chỉnh theo những thay đổi kinh tế xã hội;

Với mục tiêu 17: Quan hệ đối tác vì các mục tiêu. Mục tiêu này nhằm tăng cường phương thức thực hiện và thúc đẩy đối tác toàn cầu vì sự phát triển bền vững. Với mục tiêu này, hệ thống thuế mỗi quốc gia đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra nguồn thu nội địa ổn định nhưng đồng thời cũng tăng cường hợp tác chặt chẽ với các quốc gia khác trên thế giới để cạnh tranh thuế lành mạnh và kiểm soát các hành vi trốn tránh thuế trên toàn cầu.

Như vậy, thuế đóng vai trò thiết yếu trong việc thực hiện các SDG hướng tới một nền kinh tế PTBV. Trong đó huy động nguồn thu cho ngân sách để tài trợ cho các SDG được xem như vai trò hàng đầu của hệ thống thuế mỗi quốc gia. Phần tiếp theo bài viết sẽ phân tích cụ thể thực trạng huy động nguồn thu từ thuế cho PTBV ở Việt Nam.

### 3. Huy động nguồn thu từ thuế cho phát triển bền vững ở Việt Nam

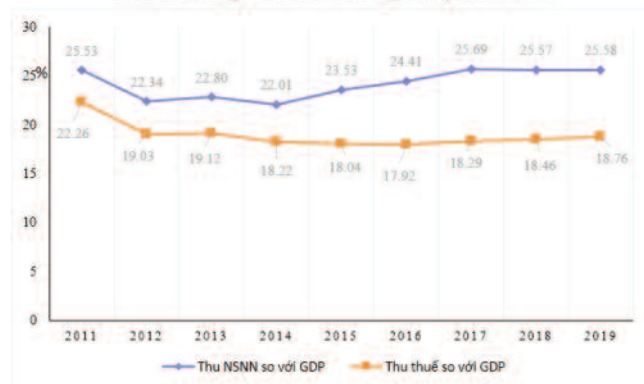
Về cơ bản, tất cả 17 nhóm mục tiêu và các tiêu chí PTBV rất phù hợp với chủ trương, đường lối phát triển của Đảng và Nhà nước nên Việt Nam đã rất tích cực ngay từ khi tham gia CTNS 2030. Sự thay đổi về thứ

hạng của Việt Nam kể từ khi Liên Hợp Quốc khảo sát, đánh giá và xếp hạng về chỉ số phát triển bền vững của các quốc gia, các nền kinh tế đã phần nào thể hiện điều đó. Năm 2016, Việt Nam đứng thứ 88 trong bảng xếp hạng, và đến 2020, mặc dù là quốc gia có thu nhập bình quân đầu người còn ở hạng ngoài 100 trên thế giới nhưng Việt Nam đã đứng thứ 49 về phát triển bền vững.

Theo Báo cáo quốc gia 2020 về thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam và UNDP (2018), để duy trì những thành tựu đã đạt được trong thời gian tới, đòi hỏi Việt Nam một mặt phải tiếp tục duy trì được nguồn lực cần thiết để phát huy những kết quả đạt được đối với các mục tiêu PTBV đã và đang gặt hái thành công, mặt khác phải tiếp tục tăng cường nguồn vốn dành để hỗ trợ thực hiện hiệu quả hơn những mục tiêu PTBV/lĩnh vực còn đang gặp nhiều thách thức hoặc khó có khả năng hoàn thành mục tiêu vào năm 2030.

Theo Lê Thị Mai Liên và Đoàn Hương Quỳnh (2021), giai đoạn 2011-2020, Việt Nam đã thực hiện cải cách mạnh mẽ khung pháp luật về tài chính công để khơi thông nguồn lực cho phát triển KT-XH bền vững. Với những điều chỉnh về chính sách huy động nguồn lực công cho việc thực hiện các mục tiêu PTBV thời gian qua, quy mô thu NSNN 10 năm 2011-2020 ước gấp khoảng 3,8 lần so với giai đoạn 2001-2010, trong đó thu nội địa tăng khoảng 5,1 lần; tỷ lệ thu ngân sách giai đoạn 2011-2019 khoảng 24,2% GDP, trong khi đó tỷ lệ thu từ thuế trung bình khoảng 18,9% GDP (Hình 1).

Hình 1. Thu ngân sách nhà nước giai đoạn 2011-2019



Ghi chú: GDP tính theo giá hiện hành  
 Nguồn: ADB Vietnam Key Indicators 2020

Theo Nguyễn Thị Cúc (2019) mỗi sắc thuế có thể được thiết kế để thực hiện chức năng riêng biệt của mình ngoài chức năng tạo lập nguồn thu, như thuế TNDN có chức năng điều chỉnh, chuyển dịch cơ cấu sản xuất kinh doanh cả về địa bàn, lĩnh vực đầu tư, ưu đãi thuế suất, miễn giảm thuế với doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động... Trong giai đoạn cải cách mạnh mẽ hệ thống thuế những năm vừa qua, các văn bản luật về thuế, phí và lệ phí liên tục được rà soát, hoàn

thiện và thực hiện theo lộ trình đề ra, đảm bảo minh bạch, đơn giản, phù hợp với các cam kết về hội nhập quốc tế, do đó, góp phần tạo môi trường đầu tư ổn định, hấp dẫn, bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, đồng thời góp phần tháo gỡ khó khăn cho DN.

Tuy nhiên, cần lưu ý rằng việc huy động nguồn lực để đáp ứng yêu cầu cho PTBV trong những năm tới đây không hề đơn giản, nhất là trong bối cảnh đại dịch Covid-19 đã và đang tác động nặng nề trên phạm vi toàn cầu như hiện nay. Hơn nữa, do Việt Nam phải thực hiện các cam kết cắt giảm thuế quan trong các Hiệp định thương mại tự do quốc tế và khu vực, nên việc tăng nguồn thu nội địa có thể không bù đắp kịp mức độ giảm nguồn thu thuế với hoạt động xuất nhập khẩu. Do đó việc tăng tỷ trọng thu thuế trong những năm tới sẽ là một thách thức lớn. Trong khi đó, nhu cầu ngân sách để phục vụ cho các nhiệm vụ chi đầu tư phát triển và chi thường xuyên đang rất cao, tạo sức ép lớn lên thâm hụt ngân sách, nợ công và ổn định kinh tế vĩ mô.

#### 4. Kết luận và khuyến nghị

Bài viết đã này đã thảo luận về vai trò của thuế đối với việc thực hiện các SDG và thực trạng khả năng huy động thuế để tài trợ cho các SDG ở Việt Nam. Nghiên cứu chỉ ra rằng, thuế đóng vai trò quan trọng trong việc đạt được các mục tiêu SDG, tuy nhiên việc hoàn thành các mục tiêu này ở Việt Nam yêu cầu một nguồn tài chính khổng lồ. Điều đó đặt ra thách thức lớn đối với hệ thống thuế Việt Nam, nhất là trong bối cảnh nền kinh tế gặp nhiều khó khăn sau đại dịch Covid-19. Cải cách hệ thống thuế để tạo được nguồn thu ổn định cho ngân sách là vô cùng cần thiết.

Để tiếp tục phát huy những thành tựu đạt được và đưa chính sách thuế góp phần đảm bảo nguồn lực cho các mục tiêu PTBV, một số các giải pháp có thể được thực hiện để hoàn thiện hệ thống thuế như sau: Rà soát giảm bớt số lượng nhóm hàng hóa dịch vụ không chịu thuế, và mở rộng cơ sở thuế đối với các chính sách thuế tiêu dùng như thuế giá trị gia tăng, tiêu thụ đặc biệt; Tăng cường ưu đãi thuế, nỗ lực hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khuyến khích đầu tư phát triển các ngành công nghệ cao, các lĩnh vực xã hội hóa, bảo vệ môi trường sinh thái...và xây dựng mới luật thuế tài sản.

Như vậy, những cải cách thuế trong thời gian tới cần điều chỉnh cơ cấu thu NSNN theo hướng mở rộng cơ sở thu NSNN để góp phần tạo số thu bền vững, tăng cường quản lý, hạn chế tình trạng gian lận và chống thất thu hiệu quả./

#### Tài liệu tham khảo

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2020), Báo cáo quốc gia 2020 về thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam

Brundtland, G. (1987). Our Common Future–Call for Action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291-294, truy cập ngày 20/3/2021 từ <http://www.jstor.org/stable/44518052>

International Chamber of Commerce (2018), Tax and the United Nations Sustainable Development Goals, truy cập ngày 1/4/2021, từ <https://iccwbo.org/publication/tax-united-nations-sustainable-development-goals/>

Lê Thị Mai Liên và Đoàn Hương Quỳnh (2021), Huy động nguồn lực tài chính cho thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững ở Việt Nam, Tạp chí Tài chính kỳ 2 tháng 3/2021, truy cập ngày 1/4/2021, từ <https://tapchitaichinh.vn/su-kien-noi-bat/huy-dong-nguon-luc-tai-chinh-cho-thuc-hien-cac-muc-tieu-phat-trien-ben-vung-o-viet-nam-332975.html>

Nguyễn Thị Cúc (2019), Chính sách thuế với mục tiêu phát triển nhanh, toàn diện và bền vững, truy cập ngày 1/4/2021, từ < <https://tapchitaichinh.vn/co-che-chinh-sach/chinh-sach-thue-voi-muc-tieu-phat-trien-nhanh-toan-dien-va-ben-vung-302551.html>>

UNDP (2018), Financing Sustainable Development in Vietnam, truy cập ngày 20/3/2021, từ < <https://www.vn.undp.org/content/vietnam/en/home/library/poverty/DFA.html>>

World Bank (2018), Taxation and the Sustainable Development Goals Conference Report (English). Platform for Collaboration on Tax Washington, D.C.: World Bank Group, truy cập ngày 26/3/2021, từ <<http://documents.worldbank.org/curated/en/860581538762337418/Taxation-and-the-Sustainable-Development-Goals-Conference-Report>>



# Số hóa ngành ngân hàng: thách thức và khuyến nghị cho các ngân hàng Việt Nam

Đặng Quốc Hương

Đinh Thị Minh Tâm

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

Ngày nay, sự phát triển của công nghệ số đang dần thay đổi hình thức cung ứng các dịch vụ tài chính — ngân hàng. CMCN 4.0 đang hàng ngày, hàng giờ làm thay đổi phương thức giao tiếp với khách hàng của các ngân hàng, các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính hay các ngành dịch vụ khác trên thế giới. Tuy nhiên, sự phát triển và thay đổi trong ngành ngân hàng cũng đi kèm với nhiều thách thức đòi hỏi các ngân hàng cần chuẩn bị chu đáo về nguồn nhân lực, về nguồn vốn đầu tư lớn, nâng cao năng lực kiểm soát, xử lý những rủi ro mới một cách hiệu quả, đặc biệt là vấn đề bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tài chính.

## 1. Mở đầu

Theo nghiên cứu trên tờ Business Inside 2020 cho thấy, Các hãng công nghệ lớn như Google và Amazon chiếm 50% trên tổng số 1,35 tỷ USD doanh thu dịch vụ tài chính — ngân hàng trên thị trường. Đến năm 2021, tổng ngân sách cho ngành IT ngân hàng được dự đoán là 297 triệu USD, 35% các ngân hàng truyền thống sẽ bị lấn sân bởi các công ty công nghệ mới nổi từ năm 2020, và Mobile Banking được dự đoán tăng trưởng trung bình 2.83% từ năm 2019 đến 2024. Với chi phí vận hành hệ thống thấp hơn và phạm vi bao phủ rộng hơn, tương tác với khách hàng tốt hơn công nghệ số đang dần khẳng định vai trò của công nghệ trong ngành ngân hàng.

Phát triển ngân hàng số hiện đang dần trở thành xu hướng phổ biến trên thế giới và ở Việt Nam. Vì vậy, trước tiên chúng ta sẽ phân biệt hai khái niệm này:

**Ngân hàng truyền thống:** là ngân hàng ở đó cung cấp các dịch vụ truyền thống: Cho vay, Thanh toán, Tiền gửi, Cổ phiếu, Đầu tư, Dịch vụ thẻ; Cung cấp các dịch vụ kỹ thuật số tiềm năng: Phát hiện chống lừa đảo, cho vay trực tiếp P2P, Ngân hàng tự động, Tư vấn tài chính kỹ thuật số; có nền tảng ngân hàng kỹ thuật số: Dữ liệu đám mây, Nền tảng Analytics & Big Data, Social.

**Ngân hàng số:** là ngân hàng mà ở đó hoạt động ngân hàng từ sản phẩm, dịch vụ tương tác trực tiếp với khách hàng (front — end) cho tới tự động hóa hệ thống xử lý nội bộ (back — end) được số hóa. Ngân hàng số có thể coi là đích trong khi Chuyển đổi số là một quá trình với nhiều cấp độ hướng tới ngân hàng số đích thực.

## 2. Thực trạng phát triển ngân hàng số trên thế giới và Việt Nam

Hiện nay, hướng đi chủ yếu hiện nay đối với các ngân hàng bán lẻ là: Đưa ra các quy trình sáng tạo dựa trên kỹ thuật số; Các dịch vụ tùy chỉnh; Trải nghiệm đồng bộ trên các kênh; Hỗ trợ 24/7 thời gian thực; Đáp ứng tức thì nhu cầu khách hàng; Số hóa các kênh truyền thống. Đối với các ngân hàng doanh nghiệp và SME: Tạo trải nghiệm liền mạch ngân hàng số; Cải thiện chiến lược bán hàng thông qua tự động hóa; Tạo đề xuất kỹ thuật số trên các kênh của khách hàng; Sử dụng công nghệ để tinh giản quá trình tiếp nhận khách hàng; Chuyển đổi tín dụng sang các hệ sinh thái mới hơn; Tối ưu hóa quy trình thẩm định; Số hóa tài trợ thương mại; Số hóa thanh toán với khách hàng bán buôn; Sử dụng thẻ thương mại; Sự phát triển của dữ liệu và phân tích.

Theo khảo sát của nhóm nghiên cứu về thực trạng phát triển ngân hàng số tại Việt Nam (Bà Nguyễn Thùy Dương — Phó tổng giám đốc EY Việt Nam và Chủ tịch EY Consulting VN, Phó chủ nhiệm CLB Fintech, Hiệp hội Ngân hàng) cho thấy: Phần lớn các tổ chức tín dụng tham gia khảo sát có nhận thức về chuyển đổi số, trong đó: 42% đang xây dựng chiến lược chuyển đổi số, 28% đã và đang thực hiện triển khai chiến lược chuyển đổi số tích hợp với chiến lược kinh doanh, 11% đã phê duyệt và đang triển khai chiến lược chuyển đổi số riêng. Phần lớn các TCTD tham gia khảo sát không chỉ triển khai đa dạng các dịch vụ cho khách hàng trên kênh số mà còn tập trung số hóa các hoạt động nghiệp vụ, vận hành nội bộ: 47% - 77% đã triển khai NHS cho dịch vụ chuyển tiền, tiết kiệm trực tuyến, thanh toán hóa đơn, thanh toán TMĐT; 41,2% kỳ vọng triển khai đăng ký và xét duyệt khoản vay trên kênh

số; 73% đã triển khai quy trình hoạt động liên tục; 47,6% đã triển khai hệ thống quản lý quan hệ khách hàng; 42,8% đã triển khai chữ ký điện tử, chữ ký số nội bộ. 70% các TCTD có mức độ sẵn sàng triển khai từ mức trung bình trở lên với các công nghệ: Công nghệ thiết bị di động (Mobility); Kết nối dữ liệu mở theo giao diện chương trình ứng dụng (Open API); Phân tích dữ liệu (Data Analytic); Chuẩn hóa tin điện theo chuẩn tin điện tài chính quốc tế ISO 20022; Công nghệ hỗ trợ khách hàng (chatbot, trợ lý ảo, v.v.). Trong đó, phân tích dữ liệu là công nghệ được ứng dụng rộng rãi nhất trong nghiệp vụ TCTD (trên 53% các TCTD).

Theo thống kê của Vụ Thanh Toán — Ngân hàng cho thấy có tới 94% ngân hàng đang thực hiện hoặc xây dựng kế hoạch chuyển đổi số, trong đó có 78 ngân hàng cho phép người dùng thanh toán qua Internet và có 41 ngân hàng cho phép người dùng thanh toán qua điện thoại di động.

Hiện tại các ngân hàng ở Việt Nam hầu hết đang ở giai đoạn Chuyển đổi kỹ thuật số, nghĩa là đang triển khai ngân hàng số ở cấp độ chuyển đổi về quy trình và kênh giao tiếp với khách hàng, trong khi chuyển đổi về nền tảng dữ liệu mới được triển khai tại một số ngân hàng tiên phong. NH TMCP Quân đội tập trung tăng cường trải nghiệm khách hàng, thu hút khách hàng bằng cách mở rộng tương tác với khách hàng thông qua các minigame, trong khi Techcombank chia sẻ quan điểm chuyển đổi số của ngân hàng là lấy khách hàng làm trung tâm, hiểu được hành vi khách hàng và số hóa quy trình vận hành, quy trình xử lý nội bộ trong ngân hàng.

### 3. Những thuận lợi và khó khăn trong việc chuyển đổi số ngành ngân hàng ở Việt Nam giai đoạn hiện nay

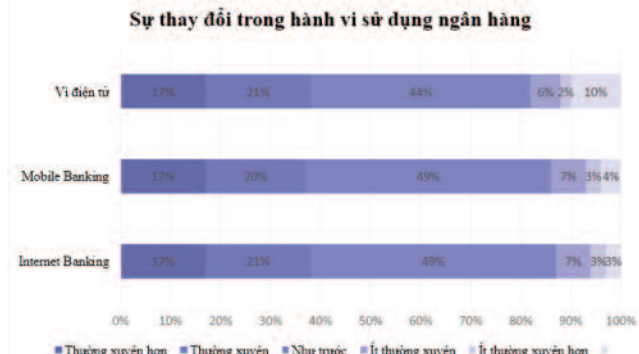
#### 3.1. Thuận lợi

CMCN 4.0 góp phần làm thay đổi diện mạo nền kinh tế theo xu hướng thúc đẩy số hóa các hoạt động trong kinh doanh nói chung và trong hoạt động ngân hàng nói riêng. Sự phát triển của các siêu ứng dụng đã góp phần nâng cao chuỗi giá trị hàng hóa và dịch vụ trong cùng một nền tảng. Ở Việt Nam, Chính phủ luôn tạo điều kiện cho sự phát triển của doanh nghiệp, ngân hàng áp dụng thành quả của CMCN 4.0, cụ thể như: Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 1/1/2020 đề cập đến Sandbox, Nghị quyết 50/NQ-CP ngày 17/04/2020 ban hành chủ trương tham gia CMCN 4.0, Quyết định 316/QĐ-TTg triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa dịch vụ có giá trị nhỏ.

Covid 19 — yếu tố thúc đẩy sự chuyển đổi số trên thế giới và tại Việt Nam. Theo báo cáo Impact Of Covid 19 On Consumer Behavior, Vietnam, Mar 2020, 64% khách hàng được khảo sát sẵn sàng tiếp tục sử

dụng dịch vụ giao đồ ăn sau Covid 19 — và tốc độ giao hàng sẽ là yếu tố chính cho sự hài lòng của khách hàng; 63% sẵn sàng tiếp tục mua sắm Online tương tự hơn sau Covid 19 — TMĐT sẽ trở nên quen thuộc hơn với người tiêu dùng, sản phẩm chính hãng và khả năng giao hàng nhanh chóng sẽ chiến thắng được người tiêu dùng; 38% đang sử dụng online banking/ ví điện tử thường xuyên hơn — nhu cầu cho các công nghệ thông minh, an toàn và nhanh chóng hơn.

Sau đại dịch Covid 19 người tiêu dùng có xu hướng sử dụng các dịch vụ online nhiều hơn qua đó thúc đẩy sự thay đổi trong hành vi sử dụng các dịch vụ ngân hàng, cũng theo báo cáo trên Impact Of Covid 19 On Consumer Behavior, Nielsen Vietnam, Mar 2020, 36% người sử dụng đã mở một tài khoản ngân hàng mới (checking/ tiết kiệm/ tín dụng).



#### 3.2. Khó khăn và thách thức

Về hành lang pháp lý: Khoảng trống trong hành lang pháp lý đối với phát triển ngân hàng số còn chậm ban hành, mới tập trung cho các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, như về chứng thực chữ ký số; xác định danh tính khách hàng; Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong dịch vụ tài chính; Bảo vệ tính riêng tư dữ liệu người dùng; Khung pháp lý thường đi sau so với sự phát triển công nghệ như sự cạnh tranh các công ty công nghệ tài chính (các quy định vẫn có đầy đủ).

Thay đổi rất lớn về nhân lực: số hóa ngành ngân hàng đòi hỏi chất lượng nguồn nhân lực phải tốt hơn, lượng lớn các nhân lực hiện tại ở các chi nhánh sẽ bị cắt giảm. Các xu thế lớn trong bức tranh dịch vụ tài chính ngân hàng cũng tạo ra những thay đổi to lớn về lực lượng lao động trong lĩnh vực này. Theo phân tích của Oliver Wyman, về phía cầu lao động, 45% công việc hiện tại trong khu vực tài chính có thể được tự động hóa, 30% công việc còn lại sẽ thay đổi với những nhiệm vụ chính rất khác biệt so với hiện nay, tuy nhiên đến 2025, chỉ có 10% những công việc này là thực sự bị đe dọa. Về nguồn cung lao động, tính đến năm 2020, 50% lực lượng lao động là từ thế hệ cuối 1990 đầu 2000, lực lượng lao động cũng bị già đi — 44 tuổi là độ tuổi trung vị ở các nước phát triển vào năm 2030, và đến năm 2020, 40% sinh viên toàn cầu là đến từ Ấn

Độ và Trung Quốc. Điều này tạo ra cuộc cạnh tranh toàn cầu để thu hút và tuyển dụng được những nhân lực tốt nhất tiến trình số hóa. Vì vậy đào tạo sử dụng nguồn nhân lực chất lượng cao cũng sẽ thách thức hệ thống ngân hàng Việt Nam.

Đầu tư hạ tầng công nghệ còn hạn chế: Chiến lược đầu tư hạ tầng công nghệ nền tảng tài chính chậm và chưa đồng bộ; tính chia sẻ dữ liệu giữa các lĩnh vực với nhau còn nhiều bất cập; Hạn chế về nguồn lực CNTT trong phát triển ngân hàng số; công tác truyền thông và nâng cao nhận thức của người tiêu dùng (giữa các vùng miền).

Tính bảo mật trên nền tảng công nghệ số là mối quan tâm hàng đầu trong ngắn hạn, và các tổ chức phải đối mặt với những lựa chọn đánh đổi quan trọng trong việc cải thiện sức bền và khả năng chống đỡ trong môi trường mạng. Theo đánh giá từ kết quả khảo sát của Oliver Wyman, các cuộc tấn công mạng được các lãnh đạo của các doanh nghiệp tại các nền kinh tế phát triển đánh giá là rủi ro toàn cầu số 1 trong việc triển khai các hoạt động kinh doanh.

**4. Những khuyến nghị cho quá trình số hóa ngân hàng ở Việt Nam**

Về hành lang pháp lý: Cần có quan điểm mở tạo hành lang pháp lý cho đổi mới sáng tạo, cân bằng giữa quản lý an toàn với đổi mới sáng tạo (đi liền với rủi ro); Đề nghị Chính phủ sớm xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia để tạo kiện kết nối mở cho TCTD truy xuất theo thẩm quyền được duyệt; có hành lang pháp lý đầy đủ về chia sẻ dữ liệu với bên thứ 3; xây dựng cơ chế e-KYC, Chính phủ sớm xây dựng khuôn khổ pháp lý thử nghiệm (regulator sandbox) trong lĩnh vực ngân hàng; Sandbox cho Mobile money mới chỉ là khởi đầu.

Về hạ tầng công nghệ: Xây dựng cơ chế kết nối mở chia sẻ dữ liệu và kết nối kinh doanh (Open API); Cần định hình chiến lược kinh doanh khi chuyển đổi số hóa theo kịch bản phù hợp với năng lực của từng TCTD; Hoàn thiện các hệ thống hạ tầng kỹ thuật số quan trọng hỗ trợ giao dịch thương mại, tài chính trong kỷ nguyên số: hạ tầng bưu chính viễn thông; hạ tầng mạng; hạ tầng thanh toán quốc gia...

Khi tính toán đến việc mở chi nhánh truyền thống hay kênh ngân hàng số cần được tính toán trong bước đi chiến lược của các TCTD; NHNN, các TCTD cần có kế hoạch và lịch trình cụ thể trong tuyển dụng, đào tạo, đào tạo lại nguồn nhân lực thích ứng với thời kỳ số hóa; Tận dụng công nghệ về đào tạo và đánh giá năng lực để giữ chân nhân tài;

Phát triển ngân hàng số phải chú trọng về yêu cầu trải nghiệm của khách hàng; Cần có chiến lược cơ sở dữ liệu; Đo lường lợi nhuận đến sản phẩm để giúp hoạch định kế hoạch kinh doanh tốt hơn; Chuẩn bị lực lượng lao động cho tương lai;

Việt Nam không nên bỏ quên khu vực ngân hàng truyền thống nhất là khi xét về mặt doanh thu, khu vực này vẫn còn đem lại nhiều lợi nhuận cho doanh nghiệp và nhiều lợi ích cho khách hàng. Điều quan trọng là cần phải tiếp tục nâng cao chất lượng của các sản phẩm, dịch vụ

Về tính bảo mật trên nền tảng số: Phát triển công nghệ số trong ngành ngân hàng cần chú trọng thực hiện nghiêm ngặt các giải pháp về quản trị rủi ro, an ninh, bảo mật, đảm bảo dữ liệu người tiêu dùng; nên hợp tác với quốc tế để tranh thủ thành tựu về công nghệ, cập nhật công nghệ tốt nhất./.

**Tài liệu tham khảo**

Tổng thuật hội thảo chuyển đổi số của ngân hàng Việt Nam (Viện chiến lược NH & BTC)

Báo cáo điều tra của Vụ Thanh toán NHNN về chuyển đổi số;

Nghiên cứu của Oliver Wyman

Citi GPS - Global Perspectives & Solutions

Business Insider 2020

Impact Of Covid 19 On Consumer Behavior, Vietnam, Mar 2020

Impact Of Covid 19 On Consumer Behavior, Nielsen Vietnam, Mar 2020

# Thực trạng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè tại huyện Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên

Đỗ Văn Đại

Nguyễn Thị Thanh Huyền

Trường Đại học Công nghệ Thông tin và Truyền thông, Đại học Thái Nguyên

Hiện nay, cây chè đã trở thành một trong những cây trồng mũi nhọn góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cải thiện đời sống nhân dân của huyện Đại Từ. Trong nhiều năm qua, sản xuất và kinh doanh chè của Huyện đã có bước phát triển, song kết quả sản xuất và kinh doanh chè còn chưa cao so với tiềm năng. Trong đó, liên quan đến thực trạng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè của các tác nhân tham gia liên kết và các mô hình liên kết đã và đang tồn tại trên địa bàn của Huyện.

## 1. Tình hình sản xuất và tiêu thụ chè tại huyện Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên

Nghề trồng chè, chế biến chè thực sự trở thành nghề truyền thống gắn bó, đem lại cuộc sống ổn định cho hàng trăm nghìn hộ dân trong huyện. Tính đến năm 2020, huyện Đại Từ có tổng diện tích chè đạt hơn 6.333 ha, năng suất bình quân đạt trên 107,6 tạ/ha, sản lượng chè búp tươi hàng năm đạt gần 60.000 tấn.

Bảng 1: Diện tích, sản lượng và năng suất chè búp tươi của huyện Đại Từ, 2018-2020

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020	So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019	
					(+/-) Δ	%	(+/-) Δ	%
1. Tổng diện tích chè hiện có	Ha	6.259	6.333	6.333	74	1,18	0	0
Diện tích trồng mới, trồng thay thế	Ha	477	550	400	73	15,3	-150	-27,27
Diện tích cho sản phẩm	Ha	5.380	5.548	5.500	168	3,12	-48	-0,87
2. Sản lượng chè búp tươi	Tấn	61.491	58.250	59.158	-3241	-5,27	908	1,56
3. Năng suất chè búp tươi	Tấn/ha	11,43	10,5	10,76	-0,93	-8,14	0,26	2,48

(Nguồn: Niên giám thống kê huyện Đại Từ và tính toán của tác giả)

Từ năm 2018-2020, tổng diện tích trồng chè hiện có của huyện ổn định ở mức 6.333 ha. Trong đó hàng năm người trồng chè trong huyện vẫn tổ chức trồng mới và trồng thay thế từ 400-500 ha. Diện tích cho sản phẩm trên 5.000 ha.

Hiện nay, trên địa bàn huyện có 24 làng nghề, 13 tổ hợp tác và 15 tổ sản xuất, chế biến, kinh doanh chè; trên 3.600 máy chế biến chè của các hộ gia đình, với công suất 200 kg chè tươi/ngày/máy. Sản lượng chè khô theo tỷ lệ 5 kg chè tươi: 1 kg chè khô. Giá chè Đại Từ tiêu thụ trong nước luôn cao hơn các vùng chè khác và tương đối ổn định, hiện đang ở mức 120.000-220.000 đồng/kg chè thành phẩm đối với sản phẩm loại trung bình; từ 280.000-450.000 đồng/kg chè xanh đặc sản; chè cao cấp có giá 2.500.000-3.000.000 đồng/kg. Trong khi đó, giá chè xuất khẩu hiện dao động 1,7-2,0 USD/kg tùy chủng loại (giá rất thấp so với giá nội tiêu).

Chè Đại Từ được tiêu thụ cả ở thị trường trong và ngoài nước, trong đó năm 2018 thị trường nội địa

chiếm khoảng 70%, khoảng 30% sản lượng chè chế biến được xuất khẩu. Sản phẩm chè Đại Từ đã có mặt ở hầu hết thị trường các tỉnh, thành phố trong cả nước và đã được xuất khẩu sang một số thị trường quốc tế. Các thị trường xuất khẩu chè Đại Từ là Nga, Mỹ, Nhật Bản, Pakistan, Đài Loan, Trung Quốc, một số nước Châu Âu và Trung Đông,...

## 2. Thực trạng mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè tại huyện Đại Từ

### 2.1 Các tác nhân tham gia liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè tại huyện

#### i) Hộ trồng chè

- Nhóm hộ công nhân trồng chè: Nhóm hộ này nhận các diện tích đất do Nông trường (trước kia) và doanh nghiệp kinh doanh chè (hiện nay) giao khoán để trồng chè. Ngoài việc cung ứng chè cho doanh nghiệp theo hợp đồng nhận khoán, các hộ cũng có thể tự sao chè để bán ra thị trường cho những tác nhân khác trong chuỗi sản xuất và tiêu thụ chè búp khô. Nhóm hộ này tiêu thụ chè theo hai kênh chính là: bán chè búp tươi cho DN, bán cho cơ sở thu gom chè lá, được các hộ tự chế biến thành chè xanh.

- Nhóm hộ nông dân trồng chè tự do: Nhóm này rất đa dạng, diện tích trồng chè của các hộ rất khác nhau, từ vài trăm m<sup>2</sup> đến hơn 1 ha. Đặc trưng của hộ nông dân trồng chè xanh là họ tự trồng, tự thu hái và sao sấy thành chè xanh để bán. Ước tính các hộ tự do chỉ bán chè tươi khoảng 4-5% tổng sản lượng chè của các hộ này; trong đó, bán cho các cơ sở thu gom chè lá khoảng 1,7- 2% và bán cho trực tiếp cho nhà máy khoảng 3%. Còn lại (93-95% sản lượng chè) được các hộ tự chế biến thành chè xanh và bán sản phẩm cho người thu gom chè khô (30-33%) và bán cho người bán buôn (60-62%).

#### ii) Người thu gom

- Nhóm hộ thu gom cho công ty: Là các đại lý thu gom của các công ty. Tùy theo mỗi công ty sẽ có những

yêu cầu khác nhau về chất lượng sản phẩm, giá và cách thức thanh toán khác nhau mà các hộ này có những cách tổ chức khác nhau trong công việc thu mua.

- Nhóm hộ thu gom để bán buôn, bán lẻ: Các hộ thường thu gom chè khô thành phẩm từ các hộ khác trong huyện, các hộ này thường có quy mô nhỏ hơn nhóm hộ thu gom cho công ty.

### iii) Nhóm chế biến

- Cơ sở chế biến: là các hộ đầu tư nhiều lò sao chè, kết hợp vừa sao chè của gia đình, vừa thu mua chè của các hộ dân xung quanh để chế biến thêm, đồng thời có thể sao chè thuê cho những hộ lân cận, đồng thời là những đại lý cung cấp chè cho các nhà máy chế biến hoặc các chủ vừa chế biến vừa bán buôn chè.

- Công ty/doanh nghiệp chế biến: các công ty trên địa bàn huyện đều không có hợp đồng thu mua nguyên liệu với hộ sản xuất nên chưa chủ động được nguồn nguyên liệu cho chế biến.

### iv) Người bán buôn

Người bán buôn đa dạng về cả quy mô và hình thức bán buôn, có thể là các đại lý bán sản phẩm cho các doanh nghiệp chế biến chè, cũng có thể là người trực tiếp mua chè của các hộ nông dân trồng chè để phân phối lại cho mạng lưới của họ tại các địa phương trong cả nước.

### v) Người bán lẻ

Với đặc thù dạng chè xanh chủ yếu tiêu thụ trong nước, người bán lẻ chè xanh rất đa dạng, phong phú, từ các siêu thị lớn đến những hộ kinh doanh nhỏ lẻ tại các làng quê hoặc các chủ cửa hàng ăn uống, quán nước,...

## 2.2 Tình hình liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè tại huyện

### i) Liên kết trong các hộ sản xuất

Xuất phát từ thực tế các hộ cá thể tiến hành trồng hoặc sơ chế, chế biến với diện tích nhỏ, quy mô nhỏ, sản lượng thấp, thì để thống nhất giá bán với nhà thu mua, đã xuất hiện các hình thức liên kết như: Liên kết giữa các nhóm hộ với nhóm hộ; liên kết giữa hộ với hợp tác xã tạo quy mô lớn hơn trong ứng dụng khoa học, kỹ thuật, giá bán đồng nhất, chia sẻ kinh nghiệm sản xuất,...

Mô hình liên kết giữa những người sản xuất đều mang lại lợi ích cho những người tham gia, góp phần giảm chi phí trong sản xuất và tiêu thụ của các hộ, tăng tính chủ động và vị thế của người sản xuất. Tuy nhiên nội dung liên kết giữa các hộ còn đơn giản, diễn ra theo tính giai đoạn, các hộ thường cùng chí hướng mới có thể lập thành nhóm hộ để liên kết được.

### ii) Liên kết giữa người sản xuất và người chế biến

Đối với liên kết này tồn tại 2 kiểu mô hình:

- Liên kết giữa hộ trồng chè với các cơ sở chế biến, doanh nghiệp chế biến chè. Đây là hình thức liên kết

giữa vùng nguyên liệu chè với thị trường tiêu thụ, nhằm chế biến tốt sản phẩm chè, nâng cao chất lượng, tăng giá trị sản phẩm, đáp ứng yêu cầu xuất khẩu sản phẩm chất lượng cao cho thị trường trong và ngoài nước.

- Liên kết giữa hợp tác xã trồng chè nguyên liệu với nhà máy chế biến. Hợp tác xã tổ chức sản xuất và là chủ thể liên kết với các nhà máy chế biến, cung ứng nguyên liệu cho nhà máy. Hình thức liên kết này có hợp đồng, được thể hiện cụ thể bằng các điều khoản ràng buộc khối lượng, chất lượng, thời gian giao dịch; tiêu chuẩn chất lượng

### iii) Liên kết giữa nhà chế biến và nhà phân phối

Liên kết này được thực hiện theo nguyên tắc: giữa nhà sản xuất với nhà phân phối ký hợp đồng quảng bá, hợp đồng phân phối, nhằm đáp ứng tiêu thụ hàng hóa cho nhà chế biến. Liên kết này giảm tồn kho cho nhà chế biến, thúc đẩy sản xuất chè phát triển, dần dần hình thành vùng sản xuất chuyên canh chất lượng cao, tận dụng lợi thế cạnh tranh của ngành chè, nâng cao giá trị gia tăng cho từng tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị, nâng tỷ lệ đóng góp ngân sách của ngành chè cho địa phương.

Mô hình liên kết giữa người thu gom và nhà máy chế biến, những mô hình liên kết này diễn ra vào thời gian bắt đầu thu hoạch lứa chè mới, những người thu gom đứng ra ký hợp đồng với nhà máy chế biến với những nội dung chính như: Cam kết về diện tích, sản lượng chè củ sẽ cung cấp cho nhà máy; Cam kết về hỗ trợ đầu vào cho sản xuất của nhà máy; Quy định trách nhiệm thực hiện của mỗi bên; Cam kết về chất lượng sản phẩm, thu hoạch, vận chuyển, năng lực thanh toán,...

Với những nội dung liên kết như trên ta thấy khi người thu gom liên kết với nhà máy chế biến cũng tạo điều kiện cho những hộ liên kết với người thu gom nhận được sự đầu tư tốt hơn cho sản xuất. Khi đó gánh nặng chi phí đầu tư cho người sản xuất được chia sẻ với nhà máy.

Mô hình liên kết trên đều thể hiện mức độ tương đối chặt chẽ trong liên kết. Sự liên kết giữa các tác nhân tiêu thụ càng thuận lợi càng tạo điều kiện cho người sản xuất nhận được những khoản đầu tư cho sản xuất tốt hơn, tuy nhiên trong quá trình tiêu thụ khi các tác nhân thu gom liên kết thỏa thuận với nhau về một mức giá mua gây ra tình trạng ép giá xuống thấp, người nông dân trở thành đối tượng chịu thiệt.

## 3. Đánh giá chung về liên kết sản xuất và tiêu thụ chè ở huyện Đại Từ

Có nhiều tác nhân tham gia vào mỗi liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè, điều này cho thấy lợi ích kinh tế cây chè mang lại cho người dân trong huyện là rất lớn. Các mô hình liên kết khá đa dạng, cho thấy người trồng chè có cơ hội tham gia vào các mô hình liên kết;

Liên kết trong sản xuất - tiêu thụ chè #ã từng bước giải quyết một số khó khăn, khuyến khích sản xuất phát triển nông nghiệp theo hướng hàng hoá, giải quyết một phần bức xúc của nông dân, nhất là về tiêu thụ chè đến thị trường mới.

Trên địa bàn huyện có nhiều cơ sở chế biến, đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ chè nguyên liệu, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu sản xuất theo hướng hàng hoá gắn với chế biến và tiêu thụ, tăng cường sự gắn bó và hiểu biết giữa nông dân trong huyện với doanh nghiệp chế biến, và các nhà khác.

Đã sử dụng các hợp đồng văn bản khi tham gia vào mối liên kết giữa các tác nhân; mối liên kết thể hiện theo chiều ngang (giữa các hộ, tổ hợp tác, các cơ sở chế biến, tiêu thụ), theo chiều dọc (người sản xuất, người chế biến, người tiêu thụ, người mua)

### **Phân tích về liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè tại huyện Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên**

#### **Điểm mạnh (S)**

- Vị trí địa lý, khí hậu phù hợp với cây chè, có diện tích đất trồng chè lớn nhất của tỉnh
- Cơ sở chế biến đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ chè nguyên liệu
- Các hộ trồng chè đã có xu hướng chuyển dịch cơ cấu giống chè, từ chè hạt sang chè cành giống mới.
- Người dân có kinh nghiệm sản xuất, chế biến chè.

#### **Điểm yếu (W)**

- Chất lượng và độ an toàn của sản phẩm chưa cao.
- Công nghệ chế biến còn lạc hậu
- Liên kết giữa nhà máy chế biến và hộ trồng chè chưa chặt chẽ.
- Điều kiện kết cấu hạ tầng chưa phát triển nên chưa khai thác tốt lợi thế của các vùng chè.
- Việc quản lý chất lượng còn bị buông lỏng.
- Đa số các doanh nghiệp chè còn chưa chủ động trong xuất khẩu.

#### **Cơ hội (O)**

- Nhu cầu tiêu dùng chè có xu hướng tăng;
- Huyện đã thực hiện tốt các quy định, kế hoạch phát triển của huyện, của tỉnh và của ngành chè;
- Huyện đã tổ chức các hội thi, hội chợ và đã tham gia các hội thi hội chợ của huyện và của tỉnh để quảng bá, giới thiệu sản phẩm chè;
- Một số doanh nghiệp sản xuất kinh doanh chè đã chủ động tạo cơ hội tốt cho ngành chè của huyện mở rộng thị trường xuất khẩu.

#### **Thách thức (T)**

- Thị trường tiêu thụ yêu cầu ngày càng cao về chất lượng sản phẩm chè
- Đa số các vùng chè của huyện chưa có thương hiệu.
- Diễn biến thị trường khó khăn do nhu cầu cạnh tranh giữa các quốc gia hoặc các sản phẩm trong nước;
- Giá cả thị trường không ổn định

- Diễn biến thời tiết phức tạp ảnh hưởng đến năng suất và chất lượng.

#### **Giải pháp S-O**

- Phát triển thêm các dạng sản phẩm chè, nâng cao chất lượng đáp ứng thị trường;
- Mở rộng thị trường xuất khẩu chè thành phẩm;
- Cần phát triển sản phẩm chè theo chuỗi giá trị, nâng cao lợi ích và vai trò liên kết các tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm chè;
- Huyện cần đưa ra các chính sách thu hút doanh nghiệp tham gia vào liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm chè.

#### **Giải pháp W-O**

- Tăng cường sử dụng các loại hợp đồng trong liên kết giữa doanh nghiệp và người dân, đặc biệt là hợp đồng văn bản;
- Huyện cần tổ chức và triển khai thường xuyên các doanh nghiệp và các hộ chế biến và sản xuất về công tác vệ sinh an toàn thực phẩm;
- Cải thiện môi trường đầu tư nông nghiệp của huyện: hạ tầng, nguồn vốn, nhân lực,...

#### **Giải pháp S-T**

- Quy hoạch thêm các vùng chè đặc sản, vùng chè chuyên canh, vùng chè sản xuất theo tiêu chuẩn GlobalGAP, VietGAP;
- Xây dựng nhãn hiệu tập thể hoặc thương hiệu chè riêng cho huyện;
- Phân nhóm chất lượng và giá cả sản phẩm chè theo vùng chè riêng;
- Tăng cường tính chặt chẽ của các mô hình liên kết, nâng cao tinh thần trách nhiệm của mỗi bên khi tham gia.

#### **Giải pháp W-T**

- Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia xuất khẩu sản phẩm chè sang thị trường mới như EU, Mỹ, Úc;
- Tăng cường công tác quản lý nhà nước trong mối liên kết “4 nhà” (nhà nông-nhà doanh nghiệp-nhà khoa học-nhà nước)
- Đẩy mạnh hoạt động chuyển giao công nghệ trong sản xuất và chế biến nhằm đưa ra sản phẩm chất lượng, an toàn cho thị trường./.

### **Tài liệu tham khảo**

Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn Thái Nguyên (2018-2020), Báo cáo tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành chè tỉnh Thái Nguyên.

Ủy ban nhân dân huyện Đại Từ (2020), Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2020, Thái Nguyên

Nguyễn Văn Tâm, Hà Thị Hòa, Bùi Thị Minh Hà, Lê Thị Hoa Sen, Đặng Thị Hương (2018), Ảnh hưởng của yếu tố nguồn lực đến đa dạng sinh kế nông hộ trồng chè trên địa bàn huyện Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên, Tạp chí Khoa học và Công nghệ -ĐHTN, vol. 179, no. 3.

# Vai trò của hộ nông dân trong phát triển chuỗi giá trị sản phẩm cà phê chỉ dẫn địa lý Buôn Ma Thuột

Trần Thị Lan Hương

Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam

Trong chuỗi giá trị sản phẩm cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột, các hộ nông dân đóng vai trò chủ thể chính, quyết định thành bại trong liên kết chuỗi bởi phần lớn sản phẩm cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột được xuất khẩu ra thị trường thế giới, nhưng vẫn dưới hình thức xuất khẩu thô. Chính vì vậy, việc nghiên cứu hiệu quả tham gia chuỗi giá trị của các hộ nông dân giúp chúng ta hiểu được những vướng mắc, bất cập của các hộ nông dân trong tham gia chuỗi, từ đó có những khuyến nghị chính sách kịp thời để tăng cường năng lực của hộ nông dân khi tham gia chuỗi giá trị sản phẩm cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột.

## 1. Sơ đồ chuỗi giá trị sản phẩm cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột

Chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột là dấu hiệu dùng để chỉ dẫn đối với sản phẩm cà phê nhân Robusta, được sản xuất và chế biến theo quy trình sản xuất bền vững, thực hành nông nghiệp tốt, với những đặc tính khác biệt, được đăng bạ theo Quyết định số 898/QĐ-SHTT ngày 14/10/2005 của Cục sở hữu trí tuệ và có giá trị bảo hộ trên toàn lãnh thổ Việt Nam. Tuy nhiên, do vùng địa danh rộng lớn (khoảng 107.500 ha cà phê tại nhiều địa phương (8 huyện và 1 thành phố), gồm Cư M'Gar, Ea H'leo, Krông Ana, Cư Kuin, Krông Buk, Buôn Hồ, Krông Năng, Krông Păk, TP Buôn Ma Thuột) và liên quan đến nhiều loại hình đối tượng sản xuất kinh doanh có ý thức và trình độ khác nhau, từ nông dân (lực lượng tham gia đông đảo nhất, tham gia từ khâu cung cấp đầu vào, đến sản xuất, đến thương lái (làm nhiệm vụ thu gom, sơ chế), đến các cơ sở và doanh nghiệp chế biến, sau đó tiêu thụ sản phẩm trên thị trường trong và ngoài nước (cả cà phê nhân và cà phê chế biến), sản phẩm được tiêu thụ ở nhiều thị trường khác nhau với yêu cầu chất lượng đa dạng, thường bị chi phối bởi yếu tố giá, thời tiết, đầu cơ và nhiều yếu tố khác....

Hộ nông dân trồng cà phê là tác nhân đầu tiên tham gia chuỗi. Hộ nông dân mua đầu vào là giống, vật tư nông nghiệp, phân bón... để tiến hành sản xuất cà phê, thuê lao động và làm các công việc tưới tiêu chăm sóc cà phê, hái cà phê, phơi cà phê rồi bán cho thương hoặc các cơ sở thu gom, sơ chế, một phần nhỏ bán cho các cơ sở chế biến, hoặc bán cho người tiêu dùng nội địa (tại địa phương hoặc trên cả nước).

Trong sơ đồ chuỗi giá trị sản phẩm cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột, các hộ nông dân trồng cà phê cung cấp tới 89,8% sản phẩm cho thị trường trong nước và 10,2% cho thị trường xuất khẩu. Sơ đồ liên kết của các hộ nông dân theo 6 kênh sau:

Kênh 1: Nông hộ => Thương lái cấp 1 => Cơ sở chế biến tư nhân/HTX => Bán lẻ => Tiêu dùng nội địa

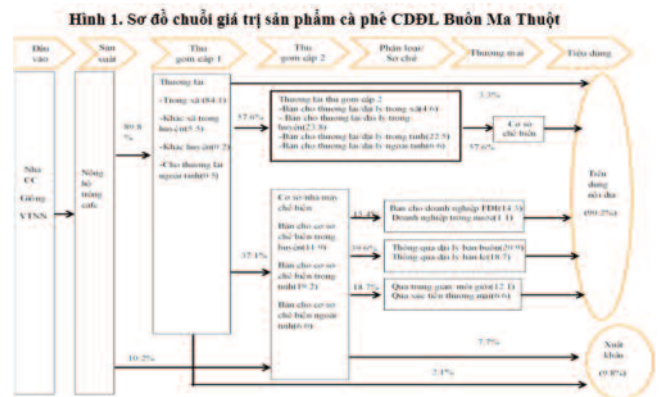
Kênh 2: Nông hộ => Thương lái cấp 1 => Thương lái cấp 2 => Cơ sở chế biến tư nhân/HTX Bán sỉ => Bán lẻ => Tiêu dùng nội địa

Kênh 3: Nông hộ => Thương lái cấp 1 => Thương lái cấp 2 => Doanh nghiệp => Bán sỉ => Bán lẻ => Tiêu dùng nội địa

Kênh 4: Nông hộ => Doanh nghiệp => Bán sỉ => Bán lẻ => Tiêu dùng nội địa

Kênh 5: Nông hộ => Thương lái => Xuất khẩu

Kênh 6: Nông hộ => Doanh nghiệp => Xuất khẩu



Nguồn: Tổng hợp từ khảo sát bảng hỏi trực tiếp của đề tài

Các sản phẩm cà phê đăng ký CDĐL Buôn Ma Thuột được phân phối, tiêu thụ qua 6 kênh, trong đó tập trung vào 02 kênh chính, đó là kênh xuất khẩu và kênh tiêu thụ nội địa.

- Kênh xuất khẩu tiêu thụ phần lớn các sản phẩm cà phê, dưới hình thức nguyên liệu thô hoặc sản phẩm đã qua chế biến. Trong đó, kênh xuất khẩu nguyên liệu thô chủ yếu cho khách hàng là thương nhân Trung Quốc

- Kênh tiêu thụ nội địa chủ yếu dành cho các sản phẩm cà phê tươi, được rang xay hoặc dùng để làm các sản phẩm cà phê hòa tan, phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng trong nước.

## 2. Vai trò của các hộ nông dân trồng cà phê trong chuỗi giá trị cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột:

Nông dân trồng cà phê đăng ký CDĐL Buôn Ma Thuột liên đới đến hai nhóm tác nhân chủ yếu, một là nhóm tác nhân cung cấp các yếu tố đầu vào cho sản xuất (chủ yếu là nông hộ, nhà cung cấp; vật tư nông nghiệp và thị trường lao động), và hai là nhóm tác nhân tiêu thụ sản phẩm cà phê của nông dân (thương lái, cơ sở thu gom). Kết quả khảo sát của đề tài thể hiện rõ vai trò của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị, trong đó vai trò của nông dân được thể hiện như sau:

**Bảng 1: Vai trò của các tác nhân trong chuỗi giá trị cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột**

Tác nhân	Vai trò chính	Vai trò khác
<b>Cơ sở cung ứng đầu vào, bao gồm:</b> - Hộ gia đình - Doanh nghiệp kinh doanh vật tư nhà nước - Đại lý, cửa hàng	<b>Cung cấp:</b> - Phân bón cho cây cà phê - Thuốc BVTV: chống rụng hoa, đậu quả, chữa bệnh rỉ sắt... - Cây cà phê giống	Một số cơ sở cung ứng đầu vào còn thu gom cà phê bán cho các cơ sở chế biến.
<b>Trồng cà phê</b> - Hộ gia đình - Trang trại  - Cơ sở thu gom/thương lái - Hộ gia đình	Trồng, chăm sóc, thu hái quả cà phê bán cho người thu gom, cơ sở chế biến  Mua cà phê quả tươi, thóc khô bán cho cơ sở chế biến, DN xuất khẩu	Thu gom cà phê Sơ chế đến cà phê thóc khô  - Sơ chế quả tươi thành cà phê thóc khô - Trồng, chăm sóc cây cà phê
- Cơ sở chế biến - Hộ gia đình - Cơ sở, doanh nghiệp chế biến	Chế biến cà phê quả tươi thành cà phê thóc khô, cà phê nhân	- Chế biến cà phê bột pha phin - Trồng, chăm sóc cây cà phê - Thu mua cà phê cho DN khác
Doanh nghiệp xuất khẩu	Chế biến cà phê thóc thành cà phê nhân xuất khẩu	
Người tiêu dùng, cửa hàng bán lẻ	- Mua cà phê thành phẩm về tiêu dùng, biếu tặng - Mua cà phê thành phẩm về bán cho người tiêu dùng	

*Nguồn: Kết quả điều tra năm 2019*

- Các tác nhân cung cấp đầu vào chủ yếu là hộ nông dân (nông hộ); nhà cung cấp; vật tư nông nghiệp và thị trường lao động. Hộ nông dân trồng cà phê là tác nhân đầu tiên của chuỗi giá trị đóng vai trò rất quan trọng, cung cấp sản phẩm cho các tác nhân khác trong chuỗi, là điểm khởi đầu hình thành giá trị sản phẩm cho chuỗi. Những chủ hộ này chủ yếu là những người trung niên, có kinh nghiệm trong trồng và chăm sóc cây cà phê.

- Các tác nhân tiêu thụ cà phê của nông dân là hệ thống thu gom và thương lái địa phương, bao gồm người thu gom tại ấp, tại xã, thương lái ở cùng huyện và thương lái hoặc cơ sở sơ chế, chế biến cà phê.

\* Về quy mô đất canh tác

Đất đai của hộ nông dân trồng cà phê chỉ dẫn địa lý khá ít ỏi. Có đến 49.6% hộ nông dân có từ 0.5 — 1.0 ha đất trồng cà phê. Số hộ có quy mô canh tác từ 1.0 đến 2.0 ha chiếm 32.9%. Tỷ lệ hộ có quy mô canh tác cà phê ít hơn 0,5 ha ít, đạt 16.4%.

\* Về giống và cách thức canh tác

Cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột là cây trồng có mặt

lâu đời ở tỉnh Tây Nguyên, có giá trị thương mại lớn đối với sự phát triển của Buôn Ma Thuột; đòi hỏi đầu tư thâm canh cao cả về kỹ thuật và vật tư. Trong các chi phí đầu tư thì phân bón, nước tưới chiếm một tỷ lệ tương đối lớn và quyết định đến hiệu quả sản xuất. Do vậy, phần lớn các hộ có kinh nghiệm trồng cà phê trên 20 năm, chiếm 49.1% số hộ, còn các hộ có kinh nghiệm dưới 5 năm chỉ chiếm 4.7%.

\* Về kỹ thuật chăm sóc cà phê theo tiêu chuẩn đăng ký CDĐL

Để đảm bảo các chỉ tiêu kỹ thuật chăm sóc cây cà phê theo tiêu chuẩn đăng ký CDĐL, các hộ gia đình được hỗ trợ tập huấn kỹ thuật, nhằm tạo điều kiện duy trì ổn định và phát triển cà phê CDĐL.

\* Về chi phí trồng cà phê:

Chi phí của hộ nông dân trồng cà phê gồm chi phí trực tiếp và chi phí gián tiếp. Các chi phí này (theo hình 2) chiếm phần lớn trong tổng chi phí để trồng 1 ha cà phê nên hiệu quả mang lại không cao. Đặc biệt, theo ý kiến của các hộ nông dân, các chi phí đầu vào sản xuất trong 3 năm gần đây (2016-2018) tăng liên tục, ảnh hưởng đến giá bán, doanh thu và lợi nhuận của các hộ nông dân. Các hộ nông dân cho rằng trồng cà phê không đem lại lợi nhuận cao, vì vậy mọi hoạt động sản xuất đều mang tính cầm chừng, kết hợp trồng xen canh và các ngành nghề phi nông nghiệp khác để đem lại thu nhập cho các hộ gia đình.

Thương lái có vai trò quan trọng trong việc lưu thông sản phẩm từ các nông hộ đến người tiêu dùng thông qua các tác nhân cơ sở sản xuất và người bán lẻ. Nếu thiếu họ thì sẽ bất lợi khi sản phẩm cà phê được chuyển từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng. Tuy nhiên, các hộ nông dân phụ thuộc phần lớn vào thương lái trong các vấn đề định giá bán và thị trường sản phẩm và có tới 63,8% các hộ gia đình cho rằng họ ký hợp đồng thu mua sản phẩm với các thương lái và họ chủ yếu phụ thuộc vào các thương lái trong buôn/xã.

So với các sản phẩm cà phê không đăng ký CDĐL Buôn Ma Thuột thì lợi nhuận, thu nhập cũng như thị trường tiêu thụ của cà phê đăng ký CDĐL cũng tăng lên đáng kể, tăng vị thế của người nông dân trồng cà phê đăng ký CDĐL Buôn Ma Thuột trong thương mại sản phẩm. Mặc dù vậy, việc tiêu thụ sản phẩm chủ yếu dưới hình thức quan hệ mạng lưới bên bi, hình thành trên cơ sở quan hệ lòng tin và quan hệ thương mại xây dựng nhiều năm giữa người thu gom, thương lái tại địa phương và nông dân. Tuy nhiên, nông dân trồng cà phê vẫn chưa có thói quen và không sẵn sàng chuyển sang hình thức sản xuất, bán sản phẩm theo hợp đồng.

Trong vấn đề liên kết: Kết quả điều tra thể hiện, liên kết giữa nông dân và thương lái thu gom là dạng liên kết khá lỏng lẻo. Nhìn chung, quan hệ liên kết giữa các tác nhân của chuỗi giá trị cà phê đăng ký



CDĐL Buôn Ma Thuột có ba đặc trưng chủ yếu sau đây:

- Có sự liên kết tương đối chặt chẽ ở từng tác nhân với tác nhân trước và sau; nhưng liên kết của toàn bộ chuỗi là hết sức lỏng lẻo.

- Liên kết chỉ chủ yếu ở hình thức quan hệ mạng lưới và quan hệ thời điểm, dựa trên hình thức thỏa thuận miệng về giá cả và chất lượng sản phẩm. Hiếm khi áp dụng hình thức hợp đồng. Chưa hình thành quan hệ chặt chẽ hơn như quan hệ đồng sở hữu.

- Vị thế thị trường của các tác nhân đang thay đổi theo hướng tăng vị thế của nhóm tác nhân nắm giữ nguồn hàng nguyên liệu, giảm vị thế của tác nhân chế biến.

Trong liên kết ngang, quan hệ nông dân với các thương lái chủ yếu từ các mối thân quen và trên cơ sở ứng trước tiền vốn đầu tư ban đầu và lệ thuộc vào giá do thương lái đặt ra. Các mối quan hệ liên kết của nông dân với các tổ chức như hợp tác xã, doanh nghiệp chiếm tỷ lệ khá nhỏ.

**Bảng 2. Quan hệ giữa hộ nông dân bán cà phê với cơ sở thu gom, thương lái, doanh nghiệp**

Quan hệ giữa nông hộ với cơ sở thu gom/thương lái/ doanh nghiệp	Số lượng	Tỉ lệ %
1. Từ mối quen	412	91.6
2. Tùy theo giá thương lái mua	114	25.3
3. Mối quen - có ứng trước	304	67.6
4. Thành viên hợp tác xã	16	3.6
5. Công nhân trong công ty	11	2.4
6. Liên kết với công ty	1	0.2

Nguồn: Kết quả điều tra 2019

#### 4. Giải pháp tham gia hiệu quả chuỗi giá trị cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột cho các hộ nông dân

Thứ nhất: Xây dựng mô hình tổ hợp sản xuất, ổn định diện tích cà phê

Các hộ nông dân nên thành lập nhóm, tổ, các hợp tác xã chuyên canh về cây cà phê để sản xuất và tiêu thụ sản phẩm (câu lạc bộ sản xuất, tổ/nhóm cộng đồng cùng mục tiêu, tổ hợp tác và hợp tác xã — gọi tắt là “Hợp tác xã chuyên canh”), cam kết tạo ra giá trị tăng thêm cho cà phê của họ làm ra. Từ đó đưa các mô hình sản xuất bền vững cho cây cà phê như chứng nhận 4C, VietGap, UTZ... mà các nước đã và đang được áp dụng. Thông qua đây, vai trò của người nông dân sẽ được nâng cao, chủ động hơn trong việc tiếp cận tất cả các điều kiện trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Khi đã thành lập được các Hợp tác xã chuyên canh cây cà phê và các hộ nông dân tham gia vào thì từng bước áp dụng các quy chuẩn, áp dụng khoa học kỹ thuật, thành lập được tổ kỹ thuật có trách nhiệm tham gia tập huấn cũng như hướng dẫn nông dân theo quy trình. Việc nông dân sản xuất cà phê nhỏ lẻ và ít áp dụng kỹ thuật vào sản xuất gây thiệt hại về mặt năng suất cũng như chất lượng cà phê.

Thứ hai: Cải tiến thương mại và xuất khẩu

Cần tiếp tục tập trung xây dựng thương hiệu cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột nhằm góp phần nâng cao vị thế, sức mạnh của sản phẩm cà phê CDĐL trên thị trường và sức cạnh tranh của sản phẩm, gia tăng giá trị, uy tín của sản phẩm; quảng bá và giới thiệu cà phê tinh trên các phương tiện thông tin đại chúng, các hội chợ và một số ấn phẩm, tạp chí; nâng cao số người hiểu biết nhận thức về sở hữu trí tuệ nói chung và nhãn hiệu tập thể, khả năng tự bảo vệ quyền của người sản xuất, người sử dụng đối với sản phẩm.

Khuyến khích các công ty xuất khẩu đầu tư liên kết với các nông hộ trồng cà phê, lập đại lý thu mua, nâng cấp hệ thống kho bãi, nhà máy chế biến cà phê nhân xô hiện đại đạt chất lượng để xuất khẩu trực tiếp với các nhà rang xay quốc tế.

Thứ ba: Cải tiến kỹ thuật công nghệ, đào tạo nhân lực

Các nông hộ trong quá trình trồng, chăm sóc cây cà phê CDĐL Buôn Ma Thuột luôn quan tâm đến giống cây trồng và vấn đề tạo hình - như một biện pháp kỹ thuật bắt buộc. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều hạn chế về năng lực tham gia của các tác nhân vào chuỗi giá trị toàn cầu và năng lực tư duy về quản lý nhà nước và quản trị kinh doanh theo mô hình chuỗi. Vì vậy, cần phải xác định áp dụng tiến bộ kỹ thuật là then chốt.

Thứ ba, khuyến nghị thể chế:

Đối với hoạt động quản lý ngành hàng: (1) Ban Chỉ đạo Đề án phát triển cà phê bền vững và tái canh cà phê cần được kiện toàn và nâng cao năng lực quản lý; cần có sự phối hợp chặt chẽ hoạt động phát triển ngành hàng cà phê giữa các cơ quan quản lý nhà nước như: Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công thương, Sở Tài nguyên - Môi trường, Sở Khoa học - Công nghệ; (2) Tổ chức thực hiện tốt và đầy đủ nhiệm vụ quản lý nhà nước trong công tác chứng nhận, hướng dẫn, kiểm tra, giám sát các cơ sở sản xuất cung ứng, chất lượng cây giống, chất lượng vật tư nông nghiệp trên thị trường, chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật; (3) tăng cường công tác khuyến nông về chuyển giao giống mới, quy trình kỹ thuật canh tác tiên tiến; (4) xây dựng và triển khai thực hiện phương án chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp định hướng thị trường trên các diện tích đưa ra ngoài vùng phát triển cà phê bền vững, (5) thực hiện các giải pháp tuyên truyền, vận động để người sản xuất cà phê ngoài vùng quy hoạch nhận thức được và tự giác chuyển đổi cây trồng; có các giải pháp hỗ trợ chuyển đổi cây trồng; (6) thực hiện tái canh đúng kế hoạch đã được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt; (7) tổ chức phổ biến, thông tin tuyên truyền sâu rộng về vùng quy hoạch và các chủ trương chính sách về sản xuất cà phê bền vững.

Đối với chính sách vốn, tài chính và tín dụng: Nhà nước cần (1) hoàn thiện chính sách về tài chính,

khuyến khích hình thành các quỹ tín dụng nhân dân để huy động vốn nhân rỗi trong dân; cải cách thủ tục cho vay vốn sao cho thuận lợi hơn, thời hạn cho vay đủ dài, phù hợp với chu kỳ sản xuất, kinh doanh nông sản; (2) tạo cơ chế, hành lang pháp lý thông thoáng để thu hút các nguồn lực thuộc mọi thành phần kinh tế và các tổ chức phi chính phủ tham gia đầu tư cho ngành nông nghiệp; (3) lồng ghép các nguồn vốn với phương châm Nhà nước và nhân dân cùng làm; đầu tư hệ thống cửa hàng dịch vụ vật tư, phân bón, giống, các trạm thu mua ở quy mô xã và khu vực; (4) Cải thiện dịch vụ tín dụng cho nông dân bằng cách tạo điều kiện giãn nợ để tiếp tục được vay vốn phát triển sản xuất, mua giống mới và ứng dụng công nghệ mới cho sản xuất; gắn tín dụng với khuyến nông, cho vay với hỗ trợ kỹ thuật quản lý vốn và ứng dụng công nghệ cho sản xuất....

Đối với chính sách khoa học và công nghệ: Nhà nước cần (1) có cơ chế khuyến khích các trường đại học, các viện nghiên cứu và các nhà khoa học tạo ra ngày càng nhiều các sản phẩm KH - CN có chất lượng cao phục vụ nông nghiệp; (2) cần tiếp tục tạo ra những giống cây trồng mới có năng suất cao, chất lượng tốt, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, có khả năng đề kháng tốt trước dịch bệnh; (3) Rút ngắn thời gian từ thời điểm phát minh đến thời điểm ứng dụng và ứng dụng đồng loạt, tránh những lãng phí, tổn kém, mặt khác tận dụng được lợi thế của một phát minh mới khi chưa bị phát minh mới hơn thay thế và khắc phục được sự hao mòn vô hình trong sản xuất nông nghiệp; (4) Đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong nghiên cứu khoa học phục vụ nông nghiệp, (5) Xây dựng các chương trình hợp tác với các tổ chức nông nghiệp quốc tế trong việc nâng cao năng lực khuyến nông và hỗ trợ nông dân xóa đói giảm nghèo thông qua hoạt động khuyến nông; (6) Thường xuyên tổ chức các diễn đàn hợp tác, hội thảo, trao đổi kinh nghiệm, chia sẻ thông tin, hội chợ, triển lãm quốc tế, liên kết đào tạo, huấn luyện về lĩnh vực khoa học nông nghiệp với các nước trong khu vực và thế giới; (7) Xã hội hóa hoạt động KH-CN, khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư nghiên cứu và chuyển giao khoa học - công nghệ (giảm tiền thuê đất, cho vay ưu đãi đầu tư xây dựng cơ bản, cho tham gia đấu thầu các đề tài nghiên cứu và chương trình đào tạo từ ngân sách nhà nước,...); (8) Tiếp thu các tiến bộ kỹ thuật từ bên ngoài (miễn thuế nhập khẩu thiết bị, công nghệ, tạo điều kiện thu hút chuyên gia, liên doanh liên kết, thu hút đầu tư gắn với việc chuyển giao công nghệ cao); (9) Khuyến khích doanh nghiệp đầu tư công nghệ để nâng cao giá trị gia tăng hàng xuất khẩu.

Đối với hoạt động xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu: Nhà nước cần (1) hình thành, nâng cao năng lực của tổ chức, hỗ trợ các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, quảng bá hình ảnh sản phẩm đặc

trung trong và ngoài nước trên Cổng thông tin điện tử của tỉnh, của ngành, cấp huyện, của doanh nghiệp; thường xuyên thông tin, dự báo kịp thời về thị trường nông sản; (2) hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã xây dựng nhãn hiệu hàng hóa, thương hiệu hoặc chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột gắn với truy suất nguồn gốc và quản lý chất lượng theo chuỗi và mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước và xuất khẩu; (3) thành lập các Chi hội ngành hàng để bảo vệ quyền lợi nông dân và các thành viên, hạn chế cạnh tranh không lành mạnh; (4) tạo môi trường đầu tư thuận lợi, thông thoáng cho các doanh nghiệp chế biến cà phê trong và ngoài nước đầu tư nhà máy chế biến các sản phẩm cà phê: bột, hòa tan và các sản phẩm cà phê khác trên địa bàn nhằm phát triển công nghiệp chế biến, tăng giá trị sản phẩm xuất khẩu; (5) tranh thủ tối đa các cơ hội, chương trình, dự án hợp tác quốc tế để huy động và sử dụng hiệu quả về kỹ thuật, kinh nghiệm, nguồn vốn hỗ trợ sản xuất gắn với chế biến và tiêu thụ cà phê bền vững./.

## Tài liệu tham khảo

FAO (2015), Value chain analysis for Shan tea and Arabica coffee under climate change in the Northern Mountainous region of Vietnam, Policy Brief No 4.

Ngân hàng Thế giới (2016), Chuyển đổi nông nghiệp Việt Nam: tăng giá trị, giảm đầu vào, NXB Hồng Đức.

Hoàng Văn Phương (2014) Cộng đồng Kinh tế ASEAN: Cơ hội, thách thức đối với Doanh nghiệp Việt Nam, Tài liệu Hội thảo phổ biến về AEC và các FTA Việt Nam đang tham gia, Dự án EU-MUTRAP.

Ủy ban Nhân dân tỉnh, “Báo cáo tình hình thực hiện kết hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm, giai đoạn 2015-2020”, Cổng thông tin điện tử tỉnh Đắk Lắk

Tổng cục Thống kê, (2015-2019), Niên giám thống kê, NXB Thống kê Hà Nội

Shoshanah Cohen, Joseph Roussel (2008), Quản trị chiến lược chuỗi cung ứng, Nhà xuất bản Lao động Xã hội.

Báo cáo kết quả điều tra, khảo sát của đề tài

# Thành tựu và hạn chế trong quá trình tập trung ruộng đất nông nghiệp tại tỉnh Thái Bình

Đào Mộng Anh

Khoa Lý luận chính trị, Trường Đại học Thủy lợi

Thái Bình là một tỉnh với diện tích đất nông, lâm, ngư nghiệp chỉ chiếm 59,2% diện tích và có đến 90% dân số sống ở khu vực nông thôn vì vậy để có lợi thế kinh tế theo qui mô và áp dụng công nghệ mới có hiệu quả thì tập trung ruộng đất trong sản xuất nông nghiệp là xu thế tất yếu và khách quan trong nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, do tình trạng ruộng đất ở Thái Bình hiện nay cơ bản vẫn trong tình trạng manh mún, nhỏ lẻ; nhận thức của một bộ phận cán bộ và nông dân chưa thật sâu sắc, chưa thấy hết vai trò, tầm quan trọng của vấn đề tập trung ruộng đất trong sản xuất nông nghiệp hiện nay. Vì vậy, nhiều vấn đề đã và đang đặt ra cả về kinh tế, chính trị - xã hội trong quá trình tổ chức thực hiện.

## 1. Những thành tựu cơ bản

Một là, tập trung ruộng đất đã góp phần giảm thiểu tình trạng manh mún đất đai

Theo UBND tỉnh Thái Bình, năm 2020, tỉnh đã có 22.169,58 ha đất nông nghiệp được tập trung để sản xuất hàng hóa quy mô lớn gắn với tiêu thụ nông sản (tăng 4760,3ha so với năm 2019), trong đó có 7.883,58 ha đất nông nghiệp được tập trung theo hình thức thuê đất, góp đất và chuyển nhượng quyền sử dụng đất (trồng trọt 4.235ha, chăn nuôi 451,3ha, thủy sản 3.197,28ha); diện tích đất tập trung theo hình thức hợp đồng liên kết gắn với tiêu thụ 14.286ha. Hầu hết các mô hình đều được đánh giá có hiệu quả hơn từ 1,5 đến 2 lần so với sản xuất thông thường khi chưa được tích tụ, tập trung.

Trong giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2017, tỉnh Thái Bình đã lãnh đạo, chỉ đạo và thực hiện, thực tế công tác dồn điền đổi thửa đã mang lại nhiều chuyển biến tích cực và kết quả khả quan. Đến năm 2017, toàn tỉnh đã có 262/266 xã hoàn thành dồn điền đổi thửa, đạt 98,13%. Số thửa ruộng bình quân mỗi hộ trước tập trung ruộng đất là 3,7 thửa/hộ năm 2010, đến năm 2017 sau khi tiến hành tập trung ruộng đất số thửa ruộng bình quân/hộ còn 1,89 hộ (UBND tỉnh Thái Bình, 2017). Diện tích bình quân/thửa trước tập trung ruộng đất là 429m<sup>2</sup>/thửa, sau khi tiến hành tập trung ruộng đất diện tích bình quân mỗi thửa đã tăng 1,9 lần lên 806,5m<sup>2</sup>/thửa (Tổng cục thống kê, 2017). Kết quả này đã tạo điều kiện thuận lợi không chỉ cho hộ nông dân quản lý và sử dụng ruộng đất mà còn cho công tác quản lý đất đai của địa phương vì số thửa đã giảm so với trước khi tập trung ruộng đất.

Hai là, tập trung ruộng đất góp phần nâng cao đời sống nông dân

Trước tập trung ruộng đất, kiểu sử dụng đất 2 vụ lúa của các hộ nông dân ở tỉnh Thái Bình khá phổ biến. Nguyên nhân chủ yếu là do hệ thống tưới tiêu không đảm bảo cho việc luân canh cây trồng tăng vụ. Sau khi áp dụng triển khai hình thức thuê đất, hệ thống giao thông, thủy lợi nội đồng được cải thiện đáng kể, thêm vào đó việc tập trung ruộng đất bằng hình thức thuê đất khác nhau đã giúp ruộng đất được tập trung về một thửa. Như vậy, sau tập trung ruộng đất, ở tỉnh Thái Bình không chỉ tồn tại kiểu sử dụng đất 2 vụ lúa mà còn tương đối kiểu hình sử dụng đất 2 vụ lúa - cây vụ đông và chuyên màu.

Bình quân thu nhập của người nông dân trên đất 2 vụ lúa tăng 2,5 lần từ mức thu nhập trước khi tập trung ruộng đất là 14.516 triệu đồng/ha/năm thì nay thu nhập của người nông dân là 35.762 triệu đồng/ha/năm. Tương tự với bình quân thu nhập trên đất 2 vụ lúa - cây vụ đông tăng 1,75 lần so với trước khi tập trung ruộng đất, bình quân thu nhập trên đất chuyên màu tăng 2,4 lần so với trước khi tập trung ruộng đất. Ngày công của người lao động cũng được nâng cao và cải thiện đáng kể. Giá trị ngày công lao động trên đất 2 vụ lúa trước khi tập trung ruộng đất là 23,21 nghìn đồng thì sau khi tập trung ruộng đất đã tăng lên 66,75 nghìn đồng, tăng 2,9 lần so với trước khi tập trung ruộng đất. Trên diện tích canh tác đất 2 vụ lúa - cây vụ đông, giá trị ngày công của người lao động tăng 2,1 lần so với trước khi tập trung ruộng đất, trên đất canh tác chuyên màu giá trị ngày công lao động tăng 3,3 lần so với trước khi tập trung ruộng đất.

**Bảng 1: Bình quân thu nhập và giá trị ngày công lao động nông dân trước và sau tập trung ruộng đất ở tỉnh Thái Bình**

Loại hình sử dụng đất	Bình quân thu nhập (triệu đồng/ha/năm)		Giá trị ngày công lao động (nghìn đồng)	
	Trước TTRĐ	Sau TTRĐ	Trước TTRĐ	Sau TTRĐ
2 vụ lúa	14.516	35.762	23,21	66,75
2 vụ lúa - cây vụ đông	28.269	49.515	29,52	61,58
Chuyên màu	15,098	35,729	16,85	55,38

Nguồn: UBND tỉnh Thái Bình (2017)

Ba là, tập trung ruộng đất góp phần đẩy mạnh ứng dụng KH-CN vào sản xuất nông nghiệp.

Theo Cục thống kê tỉnh Thái Bình (2018), sản xuất được cơ giới hóa, phương tiện sản xuất cơ giới ngày càng đảm nhiệm nhiều khâu trong sản xuất nông nghiệp thay thế sức người, sức trâu bò trước đây; đã huy động vào sản xuất 9.000 máy kéo các loại, máy kéo công suất lớn trên 12CV chiếm 30%; bình quân mỗi xã 23 máy kéo; hơn 8.500 dàn cày, lưỡi cày; 6.700 dàn bừa. Các loại máy móc phục vụ gieo trồng cũng được tăng cường như 300 máy gieo sạ, 1.400 máy gặt, 2.900 máy tuốt lúa, 42.000 bình phun thuốc trừ sâu có động cơ, 42.000 máy bơm nước. Khoa học kỹ thuật ngày càng được ứng dụng nhiều hơn vào trong sản xuất, trên những cánh đồng mẫu lớn cho sản phẩm chất lượng và năng suất cao; ứng dụng sản xuất theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap; thực hiện hợp tác liên kết theo chuỗi giá trị, ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm trước khi sản xuất.

Đến năm 2016, trong các khâu làm đất, tuốt đập/tách hạt trong trồng lúa, mức độ cơ giới hóa đã đạt 100%. Dưới sự chỉ đạo của các hợp tác xã, chính sách hỗ trợ kinh phí mua máy và thiết bị phục vụ sản xuất nông nghiệp của Thái Bình đã đạt được một số thành tích quan trọng có tác động mạnh mẽ đến sản xuất nông nghiệp, góp phần tích cực vào việc chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp, nông thôn, nâng cao giá trị hàng hóa nông sản thực phẩm, hiệu quả kinh tế thu được từ cây trồng vật nuôi được tăng cao, lợi nhuận trên một đơn vị diện tích sản xuất đất nông nghiệp tăng nhiều lần so với làm bằng thủ công.

**Bảng 2: Mức độ cơ giới hóa trong trồng trọt ở tỉnh Thái Bình**

Khâu công việc	Mức độ cơ giới hóa (%)
Làm đất	100
Gieo đất	5
Tưới tiêu nước	90
Phun thuốc bảo vệ thực vật	4
Thu hoạch	55
Tuốt đập/ tách hạt	100

Nguồn: Ban chỉ đạo ĐĐT nông thôn, nông nghiệp và thủy sản (2016)

## 2. Những hạn chế còn tồn tại

Quá trình tập trung ruộng đất trong sản xuất nông nghiệp tại tỉnh Thái Bình đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, góp phần vào phát triển kinh tế địa phương. Tuy nhiên, trong quá trình tập trung ruộng đất còn tồn tại một số hạn chế, địa phương cần nhìn nhận đầy đủ và chính xác về những hạn chế này để xác định hướng đi đúng đắn trong thời gian tới.

Một là, mô hình tập trung ruộng của tỉnh để phát triển nông nghiệp của tỉnh chưa nhiều, diện tích tập trung chưa lớn.

Đến năm 2020, theo thống kê sơ bộ toàn tỉnh hiện có trên 600 tổ chức, cá nhân có diện tích tích tụ từ 2ha, trên 100 tổ chức, cá nhân tích tụ từ 5ha trở lên và có khoảng 50 tổ chức, cá nhân tích tụ từ 10ha trở lên (Cổng thông tin điện tử Thái Bình, 2020). Như vậy,

ruộng đất về cơ bản đã được tập trung nhưng quy mô tập trung còn nhỏ lẻ, tỷ lệ ruộng đất có diện tích dưới 10ha chiếm đến 75% cho thấy, tuy đã có những thành tựu ban đầu nhưng ruộng đất còn manh mún và phân tán. Điều này hạn chế thực hiện cơ giới hóa, ứng dụng tiến bộ khoa học, công nghệ cũng như phát huy lợi thế nền kinh tế hàng hóa trong nông nghiệp.

Hai là, quá trình chuyển nhượng quyền sử dụng đất chưa đảm bảo tính bền vững, chưa đảm bảo sinh kế cho người dân.

Sự thành công của tập trung ruộng đất phụ, đặc biệt là hình thức chuyển nhượng quyền sử dụng đất thuộc nhiều vào vai trò của giáo dục và dạy nghề trong việc tạo cơ hội tiếp cận các hoạt động phi nông nghiệp bởi bản chất của hình thức này là người nông dân không còn đất sản xuất, không có việc làm trong nông nghiệp hoặc trở thành người làm thuê trong nông nghiệp. Nếu giải quyết tốt việc làm cho người lao động, vấn đề chủ trương tập trung ruộng đất sẽ thực hiện một cách có hiệu quả và thúc đẩy hình thức chuyển nhượng quyền sử dụng đất.

Ở Thái Bình, lực lượng lao động còn mất cân đối giữa các ngành nghề, thiếu chuyên gia phát triển nông nghiệp bên cạnh đó tỷ lệ dân trí chưa cao, khả năng chuyển đổi nghề nghiệp cho lao động hộ gia đình ở khu vực nông thôn gặp nhiều thách thức. Trong tổng số lao động trong độ tuổi và trên độ tuổi hiện đang làm việc trong ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản là 416.337 người, trong đó, có 383.358 người chưa qua đào tạo về chuyên môn kỹ thuật, chiếm 92% tổng số lao động, số người có qua đào tạo nhưng không có chứng chỉ chiếm 3%, còn lại 5% tổng số người làm việc trong ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản đã qua đào tạo có chứng chỉ và có trình độ chuyên môn kỹ thuật từ sơ cấp trở lên (UBND tỉnh Thái Bình, 2016). Như vậy, hầu hết lực lượng lao động làm việc trong các hoạt động sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản không được đào tạo, chủ yếu vẫn là những lao động thủ công, đơn giản, làm theo kinh nghiệm và kiến thức tự học tập lẫn nhau, và tự tích lũy nên năng suất và chất lượng hiệu quả lao động rất thấp. Đây là hạn chế có tính phổ biến của một yếu tố quan trọng trong lực lượng sản xuất là con người đối với sản xuất ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản tại Thái Bình; hạn chế này nếu không được khắc phục thì khó có thể đẩy nhanh tốc độ phát triển sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản nói riêng và góp phần vào thành công của quá trình tập trung ruộng đất trong sản xuất nông nghiệp, nắm bắt và ứng dụng những thành tựu của KH-CN và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Ba là, mô hình góp ruộng đất góp phần đẩy mạnh ứng dụng KH-CN nhưng phạm vi ứng dụng còn hạn chế.

Ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất nông nghiệp trong các hợp tác xã, thực hiện các mô hình,

dự án nông nghiệp công nghệ cao là nhu cầu tất yếu, đáp ứng xu thế phát triển nông nghiệp hiện đại. Việc này đối với nông nghiệp Thái Bình càng cần thiết hơn bởi tỉnh Thái Bình giàu tiềm năng, lợi thế phát triển nông nghiệp song cũng còn những hạn chế như diện tích đất manh mún, canh tác nhỏ lẻ, đầu ra nông sản khó khăn. Trong những năm đổi mới, nông nghiệp ở nước ta nói chung, Thái Bình nói riêng, nhờ áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật đã giúp năng suất, sản lượng cây trồng và vật nuôi đạt mức hiệu quả cao. Tuy nhiên, với yêu cầu và mục tiêu phát triển kinh tế xã hội trong tiến trình đẩy nhanh sự nghiệp CNH-HĐH đất nước, sản xuất nông nghiệp và phát triển kinh tế nông thôn trên địa bàn tỉnh còn tồn tại số yếu kém như giống cây trồng và vật nuôi còn chưa theo kịp so với các vùng, các tỉnh và với các nước trong khu vực; hệ thống công cụ canh tác và công nghệ, kỹ thuật chế biến nhìn chung vẫn còn lạc hậu, công suất thấp, làm giảm đáng kể phẩm chất, chất lượng sản phẩm, giá thành đơn vị sản phẩm còn cao, không đủ sức cạnh tranh trên thị trường; nguồn nhân lực của tỉnh còn mỏng, thiếu các chuyên gia giỏi, công nhân kỹ thuật có tay nghề cao, thiếu và yếu nhất là ở các ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh cũng như ở các đơn vị nghiên cứu, triển khai. Nguồn ngân sách đầu tư phát triển KH-CN, tăng cường cơ sở vật chất không đáp ứng yêu cầu thực hiện lộ trình chuyển đổi phương thức hoạt động của các đơn vị sự nghiệp khoa học. Khoa học quản lý nền sản xuất nông nghiệp và xã hội nông thôn trong bước chuyển sang thị trường còn không ít bất cập, yếu kém....

### 3. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả tập trung ruộng đất tại tỉnh Thái Bình

Một là, nâng cao nhận thức cho đội ngũ cán bộ, tăng cường tuyên truyền vận động nông dân tham gia vào quá trình tập trung ruộng đất trong sản xuất nông nghiệp.

Tập trung ruộng đất là một chủ trương lớn và đúng đắn của Đảng, nhà nước trong phát triển nông nghiệp hàng hóa lớn. Tuy nhiên, để quá trình này diễn ra thuận lợi, tạo sự đồng thuận trong toàn xã hội thì vấn đề ưu tiên hàng đầu là nhân tố của các cấp, các ngành và đặc biệt là người nông dân trong quá trình thực hiện. Đội ngũ cán bộ và hộ nông dân là một trong những chủ thể trực tiếp tham gia vào quá trình tập trung ruộng đất. Tuy nhiên, nhận thức của một bộ phận cán bộ và nhân dân về sự cần thiết phải tập trung ruộng đất chưa đầy đủ, chưa thống nhất nên chưa có quyết tâm cao cả trong lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy, chính quyền và đồng thuận của người dân.

Hai là, cụ thể hóa, vận dụng linh hoạt chính sách, pháp luật liên quan đến tập trung ruộng đất ở tỉnh Thái Bình.

Quản lý, sử dụng đất đai luôn là vấn đề phức tạp, dễ nảy sinh mâu thuẫn, tranh chấp. Do vậy, quá trình

tập trung ruộng đất phải dựa trên một khung pháp lý hoàn chỉnh, toàn diện. Mặt khác để quá trình tập trung ruộng đất diễn ra thuận lợi đạt tốc độ nhanh cần có các chính sách hỗ trợ, đặc biệt là các chính sách về thuế đất, chính sách tín dụng, ngân hàng liên quan đến quá trình này. Vì vậy, để quá trình tập trung ruộng đất diễn ra nhanh chóng và hiệu quả cần thực hiện tốt các nội dung về hoàn thiện khung pháp lý, Luật Đất đai...

Ba là, tiếp tục đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, xây dựng kết cấu hạ tầng, kết hợp với nâng cao hiệu quả đào tạo nghề cho nông dân trong quá trình tập trung ruộng đất.

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế khu vực nông thôn và vấn đề đào tạo nghề cho người dân đã được Đảng, nhà nước, chính quyền các địa phương quan tâm từ lâu. Tuy nhiên, hiện nay nhu cầu tập trung ruộng đất ngày càng mạnh mẽ, tỉnh Thái Bình cần tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, kết hợp với nâng cao hiệu quả đào tạo nghề cho nông dân trong quá trình tập trung ruộng đất. Đây là giải pháp có ý nghĩa đảm bảo cho sự phát triển bền vững, lâu dài cho quá trình tập trung ruộng đất, mang lại hiệu quả, khắc phục những tác động tiêu cực không mong muốn sau tập trung ruộng đất./.

### Tài liệu tham khảo

Cục thống kê tỉnh Thái Bình (2018), Vị thế kinh tế - xã hội tỉnh Thái Bình trong khu vực Đồng Bằng Sông Hồng, Nxb Thống kê

Tổng cục Thống kê (2017), Báo cáo kinh tế - xã hội năm 2017

Tổng cục thống kê (2019), Niên giám thống kê 2019, Nxb Thống kê

UBND tỉnh Thái Bình (2016), Báo cáo tổng hợp Quy hoạch phát triển nhân lực tỉnh Thái Bình giai đoạn 2011-2020

UBND tỉnh Thái Bình (2017), Thực trạng phát triển nông nghiệp, nông thôn tỉnh Thái Bình giai đoạn 2011-2016

<https://thaibinh.gov.vn/nongthonmoi2/xay-dung-nong-thon-moi/tin-tuc-nong-thon-moi/thuc-hien-nghi-quet-trung-uong-7-khoa-x-10-ket-qua-noi-bat.html>

<https://thaibinh.gov.vn/nongthonmoi2/xay-dung-nong-thon-moi/tin-tuc-nong-thon-moi/toan-tinh-co-khoang-50-to-chuc-ca-nhan-tich-tu-tu-10ha-tro-l.html>

# Nâng cao chất lượng cán, bộ công chức cấp xã, phường tại thành phố Ninh Bình, tỉnh Ninh Bình

Nguyễn Thị Thu La  
Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy Ninh Bình

Xác định cán bộ là "gốc" của mọi công việc, Thành phố Ninh Bình đã cụ thể hóa các chủ trương, nghị quyết của Trung ương, của tỉnh bằng các quy định, chương trình hành động, kế hoạch cụ thể, phù hợp với đặc điểm, tình hình của địa phương, cơ quan, đơn vị. Các quy trình từ quy hoạch, đào tạo, đề bạt, bổ nhiệm, luân chuyển, điều động cán bộ... đều được thực hiện công khai, minh bạch, dân chủ, đúng quy định. Do vậy đã góp phần nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, đáp ứng yêu cầu phát triển của thành phố trong tình hình mới.

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh sự nghiệp đổi mới toàn diện đất nước đang đi vào chiều sâu, Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng đã xác định 1 trong 3 đột phá chiến lược là phát triển nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao; ưu tiên phát triển nguồn nhân lực cho công tác lãnh đạo, quản lý và các lĩnh vực then chốt (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021).

Cấp cơ sở (xã, phường, thị trấn, gọi chung là cấp xã) - cấp chính quyền gần dân nhất, sát dân nhất, gần bó với dân nhất, là "túi việc" mỗi địa phương. Ở đây, người cán bộ, công chức giữ vị trí rất quan trọng trong việc cụ thể hóa đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước vào thực tế ở cơ sở; là người chủ trì, hoạch định chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đơn vị, xác định mục tiêu, phương thức tổ chức thực hiện mọi nhiệm vụ đề ra hoặc được giao; kiểm tra, giám sát, kịp thời xử lý những hiện tượng lệch lạc, bổ sung, điều chỉnh những chủ trương, giải pháp nếu thấy cần thiết (Báo Nhân dân, 2018).

Vì vậy, việc xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức cấp xã có đủ trình độ, năng lực và phẩm chất đáp ứng yêu cầu mới càng cần thiết hơn bao giờ hết.

## 2. Cơ sở lý luận

Cán bộ cấp xã, phường là công dân Việt Nam, được bầu cử giữ chức vụ theo nhiệm kỳ trong Thường trực Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân, Bí thư, Phó Bí thư Đảng ủy, người đứng đầu tổ chức chính trị - xã hội. Công chức cấp xã, phường là công dân Việt Nam được tuyển dụng giữ một chức danh chuyên môn, nghiệp vụ thuộc Ủy ban nhân dân cấp xã, trong biên chế và hưởng lương từ ngân sách nhà nước" (Quốc hội, 2019)

Chất lượng cán bộ, công chức, có thể hiểu chất

lượng của cán bộ, công chức là khả năng giải quyết các vấn đề thuộc tất cả các lĩnh vực, khả năng thỏa mãn các yêu cầu của tổ chức, cá nhân về cung ứng các dịch vụ hành chính. Tiêu chí để đánh giá chất lượng cán bộ, công chức cũng đa dạng: Có thể là tỷ lệ giải quyết hồ sơ đảm bảo đúng quy định về thời gian, quy trình, thủ tục; có thể là sự đo lường về mức độ thỏa mãn của người dân khi hưởng thụ dịch vụ hành chính liên quan đến các yếu tố, như sự hài lòng về thái độ phục vụ, sự hài lòng về thời gian giải quyết công việc của người dân.

Chất lượng cán bộ, công chức cấp xã, phường là chỉ tiêu tổng hợp chất lượng của cán bộ, công chức, thể hiện qua phẩm chất chính trị, đạo đức, lối sống, trình độ, năng lực, kỹ năng công tác, chất lượng và hiệu quả thực nhiệm vụ được phân công của cán bộ, công chức cũng như cơ cấu hợp lý về độ tuổi, về số lượng cán bộ, công chức và khả năng thích ứng, thực hiện có hiệu quả nhiệm vụ được giao.

Nâng cao chất lượng cán bộ, công chức là tăng giá trị cán bộ, công chức trên các mặt phẩm chất chính trị, đạo đức, lối sống, trình độ, năng lực, kỹ năng công tác, chất lượng và hiệu quả thực nhiệm vụ được phân công của cán bộ, công chức cũng như cơ cấu hợp lý về độ tuổi, về số lượng cán bộ, công chức và khả năng thích ứng, thực hiện có hiệu quả nhiệm vụ được giao.

Nội dung nâng cao chất lượng CBCC cấp xã, phường gồm lập quy hoạch, kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng, tuyển dụng cán bộ, công chức; thực hiện kế hoạch và kiểm tra, giám sát xử lý sai phạm.

## 3. Thực trạng nâng cao chất lượng cán bộ, công chức cấp xã, phường ở thành phố Ninh Bình

Thành phố Ninh Bình có 14 đơn vị hành chính cấp xã; trong đó có 11 phường và 03 xã. Theo phương án bố trí số lượng và chức danh cán bộ, công chức cấp xã

qui định tại Nghị định số 92/2009/NĐ-CP, ngày 22.10.2009 của Chính phủ (tính đến 31/12/2019) thì số lượng cán bộ cấp xã, phường là 139; công chức cấp xã, phường là 152.

Về lập quy hoạch, kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng, tuyển dụng cán bộ, công chức:

Từ năm 2016-2019, thành phố Ninh Bình đã ban hành kế hoạch về quy hoạch cán bộ lãnh đạo, quản lý đảm bảo phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương. Quy hoạch cán bộ được thực hiện đồng bộ, khoa học, nền nếp, thường xuyên; mở rộng dân chủ trong phát hiện, giới thiệu nguồn, quy hoạch ở cơ sở; cơ bản đảm bảo số lượng, cơ cấu ba độ tuổi, tỷ lệ cán bộ trẻ, cán bộ nữ; có tính kế thừa, phát triển, có sự liên thông giữa cấp trên và cấp dưới giữa các ngành, lĩnh vực công tác; từng bước nâng cao chất lượng, tiêu chuẩn cán bộ đưa vào quy hoạch, đảm bảo nguồn cán bộ cho các chức danh lãnh đạo, quản lý các cấp trước mắt và lâu dài. Theo Kế hoạch số 96/KH-UBND ngày 10/11/2016 của UBND tỉnh Ninh Bình về việc đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2016 - 2020, thành phố Ninh Bình đã xây dựng kế hoạch đào tạo bồi dưỡng cho cán bộ, công chức cấp xã, phường giai đoạn 2016 - 2020, đảm bảo theo kế hoạch của UBND tỉnh và nhu cầu thực tế của địa phương và mỗi đơn vị xã, phường.

Về thực hiện quy hoạch, kế hoạch nâng cao chất lượng cán bộ, Ban Thường vụ Thành ủy Ninh Bình đã chỉ đạo các cấp ủy thực hiện 3 đợt quy hoạch, rà soát bổ sung quy hoạch cán bộ cấp ủy, chính quyền các cấp, qua đó kịp thời bố trí, sắp xếp cán bộ đối với 173 lượt cán bộ diện Ban Thường vụ Thành ủy quản lý. Trong đó, đã luân chuyển 7 đồng chí từ thành phố về giữ chức danh bí thư, phó bí thư đảng ủy, phó chủ tịch UBND các phường; điều động từ phường, xã lên thành phố 4 đồng chí; điều động, luân chuyển 22 cán bộ giữ các chức vụ bí thư, phó bí thư đảng ủy, chủ tịch, phó chủ tịch UBND các xã, phường để thực hiện chủ trương bí thư đảng ủy, chủ tịch UBND xã, phường không phải người địa phương. Cùng với công tác quy hoạch, Thành ủy quan tâm sử dụng cán bộ trẻ, cán bộ nữ, kết hợp với công tác điều động, luân chuyển cán bộ để đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ trước mắt và lâu dài (Ban Tổ chức thành ủy Ninh Bình, 2020). Hàng năm, Ban Thường vụ Thành ủy xây dựng kế hoạch đào tạo bồi dưỡng cán bộ, nhất là đối với cán bộ trẻ, cán bộ trong quy hoạch đã được Ban Thường vụ Tỉnh ủy phê duyệt để chuẩn bị cho đội ngũ cán bộ kế cận những nhiệm kỳ tiếp theo.

Thành phố đã ban hành Đề án về đào tạo ngắn hạn trong nước và nước ngoài giai đoạn 2017-2020. Theo đó, thành phố đã ký kết hợp tác giáo dục với trường Đại học Daewon, thành phố Jecheon (Hàn Quốc); đồng thời xây dựng kế hoạch cử cán bộ đi học tập tại

Hàn Quốc. Ngoài ra, thành phố chủ động phối hợp với các học viện, trường đại học có uy tín ở trong nước để cử cán bộ tham gia đào tạo, bồi dưỡng. Đồng thời chỉ đạo Trung tâm Bồi dưỡng chính trị thành phố nâng cao chất lượng dạy và học lý luận chính trị tại Trung tâm.

Từ đầu nhiệm kỳ đến nay, thành phố đã cử 15 đồng chí đi đào tạo thạc sỹ; 31 đồng chí đi đào tạo cao cấp, cử nhân chính trị và hoàn chỉnh kiến thức để cấp bằng cao cấp lý luận chính trị; 33 cán bộ xã, phường trong quy hoạch đi học lớp bồi dưỡng cán bộ nguồn chủ chốt cấp xã. Thành phố đã mở 12 lớp trung cấp, sơ cấp lý luận chính trị cho 1.124 học viên; 6 lớp bồi dưỡng cập nhật kiến thức cho 1.280 lượt cán bộ lãnh đạo, quản lý đối tượng 4 theo quy định. (UBND thành phố Ninh Bình, 2020)

Đặc biệt, việc bố trí cán bộ tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng được quan tâm theo hướng học tập thực tế tham khảo những cách làm hay, sáng tạo ở các địa phương để áp dụng vào thực tiễn ở thành phố. Gần đây, thành phố đã cử 2 đoàn cán bộ của xã Ninh Nhất và Ninh Tiến đi học tập mô hình du lịch ở tỉnh Vân Nam (Trung Quốc); cử 2 đồng chí đi học tập tại thành phố kết nghĩa Jecheon - Hàn Quốc; cử 3 đoàn cán bộ các phòng, ban, đoàn thể thành phố và các xã, phường đi học tập kinh nghiệm về quản lý đô thị, trật tự đô thị, vệ sinh môi trường ở Đà Nẵng, Lào Cai, Tuyên Quang (Phòng Nội vụ, thành phố Ninh Bình, 2019). Công tác đánh giá, phân loại cán bộ, công chức của thành phố theo hướng đề cao vai trò, trách nhiệm của người đứng đầu, chú trọng kết quả thực hiện nhiệm vụ được giao trong đánh giá cán bộ, công chức; đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ của người đứng đầu gắn với kết quả thực hiện nhiệm vụ của cơ quan, đơn vị.

Thành phố đã rà soát về vị trí, chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và kiện toàn hệ thống tổ chức bộ máy, biên chế của Ủy ban nhân dân các xã, phường. Việc rà soát, sắp xếp, kiện toàn tổ chức bộ máy, đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức đảm bảo kịp thời, theo đúng quy định, chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan hành chính từng bước được quy định rõ hơn, góp phần nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước. Thực hiện công tác tuyển dụng, tiếp nhận và điều động, bổ nhiệm, bổ nhiệm lại, luân chuyển, giới thiệu cán bộ ứng cử theo đúng nguyên tắc và thẩm quyền; bố trí, phân công nhiệm vụ cho cán bộ, công chức, viên chức phù hợp với trình độ, năng lực và phẩm chất của công chức, viên chức. Hàng năm xây dựng và triển khai thực hiện có hiệu quả Kế hoạch chuyển đổi vị trí công tác đối với cán bộ, công chức, viên chức theo Nghị định 158/2007/NĐ-CP của Chính phủ, đã thực hiện chuyển đổi vị trí công tác đối với 34 công chức địa chính - xây dựng, tài chính ngân sách, tư

pháp hộ tịch giữa các phường, xã; hoàn thành việc bố trí, sắp xếp đối với 14 Phó Chủ tịch UBND xã, phường theo Luật Tổ chức chính quyền địa phương năm 2015 đảm bảo chặt chẽ, hợp lý và theo đúng quy định.

Công tác kiểm tra, giám sát nhằm đánh giá đúng việc lập kế hoạch và thực hiện kế hoạch công tác cán bộ, kịp thời phát hiện, chấn chỉnh và xử lý các khuyết điểm, vi phạm trong thực hiện các khâu nâng cao chất lượng cán bộ, công chức bảo đảm công tác cán bộ được thực hiện đúng quy định. UBND Thành phố giao thủ trưởng các đơn vị thường xuyên kiểm tra, giám sát, đôn đốc cán bộ, công chức chấp hành nghiêm túc kỷ luật, kỷ cương hành chính, văn hóa công sở, sử dụng có hiệu quả thời giờ làm việc; thực hiện nghiêm nội quy, quy chế làm việc; thường xuyên rà soát, bổ sung, hoàn chỉnh nội quy, quy chế của cơ quan, quy trình giải quyết công việc, cụ thể hóa trách nhiệm của từng cá nhân, tổ chức trong việc thực hiện nhiệm vụ được giao. Yêu cầu, các đơn vị, địa phương tiếp tục thực hiện thanh tra, kiểm tra công tác tổ chức cán bộ; tiếp nhận, xác minh thông tin phản ánh về công tác tổ chức cán bộ, xử lý vi phạm theo thẩm quyền; bố trí, sắp xếp, phân công nhiệm vụ phù hợp đối với cán bộ, công chức theo đúng đề án vị trí việc làm đã được phê duyệt; bảo đảm phát hiện kịp thời, khắc phục tồn tại, thiếu sót; xử lý nghiêm theo quy định hiện hành...

Qua công tác thanh tra, kiểm tra đã chỉ ra cho các đơn vị biết được những tồn tại, hạn chế trong công tác quản lý, sử dụng cán bộ, công chức, viên chức và việc chấp hành kỷ luật, kỷ cương hành chính trong thực thi công vụ, nhiệm vụ của đơn vị mình từ đó đề xuất các biện pháp giúp đơn vị khắc phục kịp thời những tồn tại hạn chế đó.

#### 4. Đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp

Nhờ làm tốt công tác quy hoạch đã cơ bản tạo được sự chủ động trong công tác cán bộ; khắc phục tình trạng hẫng hụt trong đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý, bảo đảm tính kế thừa, phát triển và sự chuyển tiếp liên tục, vững vàng giữa các thế hệ cán bộ, giữ vững đoàn kết nội bộ và sự ổn định chính trị. Chất lượng cán bộ cơ sở từng bước được củng cố. Số cán bộ, công chức, viên chức được đào tạo bồi dưỡng trở về công tác cơ bản đã phát huy được năng lực, sở trường, tham mưu cho cấp ủy, chính quyền cơ sở thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị của địa phương.

Bên cạnh những kết quả nêu trên, không ít cán bộ, công chức cấp xã chưa nắm vững chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền được giao, không nắm vững các quy định của pháp luật, vì vậy quá trình chỉ đạo điều hành, giải quyết công việc còn mang tính chủ quan, tùy tiện theo cảm tính cá nhân, không căn cứ vào quy định của pháp luật dẫn đến vi phạm. Năng lực thực hiện các nhiệm vụ chuyên môn còn thấp, chưa có tính

chuyên nghiệp, phần lớn thiếu khả năng độc lập, quyết đoán trong giải quyết công việc, thụ động trong thực thi các nhiệm vụ; thiếu khả năng bao quát tình hình, đồng thời chậm thích ứng với nhiệm vụ mới.

Nguyên nhân của những vấn đề nêu trên là do công tác quản lý cán bộ ở cơ sở chậm được đổi mới. Công tác kiểm tra, đánh giá về công tác cán bộ, công tác quy hoạch đào tạo đội ngũ cán bộ, công chức cấp xã của các cấp ủy, chính quyền các cấp không thường xuyên. Nhiều nơi còn vi phạm nghiêm trọng nguyên tắc tập trung dân chủ trong công tác cán bộ; chính sách đãi ngộ, khen thưởng, đối với cán bộ cơ sở chưa thỏa đáng, chưa tạo động lực, thu hút được đội ngũ cán bộ về công tác cơ sở. Số sinh viên là người các địa phương trong vùng sau khi tốt nghiệp ra trường xin làm việc ở các thành phố, thị xã để có điều kiện làm việc, thăng tiến và thu nhập cao hơn nên không chịu về cơ sở công tác. Việc xử lý những sai phạm, tiêu cực ở cơ sở chưa kịp thời và nghiêm minh, dẫn đến có vụ việc kéo dài làm cho tình hình phức tạp thêm.

Do vậy, nhằm đáp ứng nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội ở địa phương cần thiết phải có các giải pháp phù hợp để nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, công chức cơ sở, cụ thể: cần tiếp tục hoàn thiện quy định tiêu chuẩn chức vụ đối với cán bộ, công chức cấp xã; làm tốt hơn nữa công tác quy hoạch cán bộ; đặc biệt cần đẩy mạnh phát triển kinh tế địa phương, kêu gọi thanh niên học xong về quê lập nghiệp, tăng nguồn nhân lực kế cận cho địa phương./.

#### Tài liệu tham khảo

- Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII Quốc hội (2019), Luật cán bộ công chức sửa đổi
- Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Ninh Bình lần thứ XXII
- Báo cáo Chính trị tại Đại hội Đảng bộ thành phố Ninh Bình, nhiệm kỳ 2020 — 2025
- UBND thành phố Ninh Bình, Báo cáo thực hiện chương trình tổng thể CCHC giai đoạn 2011 — 2020 và chương trình tổng thể CCHC giai đoạn 2021 — 2030
- Phòng Nội vụ, thành phố Ninh Bình (2019), Báo cáo kết quả công tác Nội vụ các năm 2017, 2018, 2019 của UBND Thành phố Ninh Bình



# Xây dựng quan hệ lao động lành mạnh tại Công ty Viễn thông Unitel, Lào

Hit Nolaung

Trung ương Liên hiệp Công đoàn Lào

Chính sách đãi ngộ của doanh nghiệp có thỏa đáng hay không, cần dựa trên cơ sở hài hòa cả ở góc độ người lao động và doanh nghiệp, nghĩa là người lao động thấy thỏa đáng trong phạm vi chấp nhận được của doanh nghiệp. Vấn đề đặt ra là, cần phải có cơ sở để giải quyết hài hòa những quan hệ lợi ích trong doanh nghiệp, đặc biệt là lợi ích kinh tế giữa người lao động và doanh nghiệp theo đúng xu hướng vận động của các quy luật khách quan. Muốn vậy, cần tạo một nền tảng để trên cơ sở đó các doanh nghiệp giải quyết được hài hòa các mối quan hệ phát sinh giữa người lao động và người sử dụng lao động.

## 1. Mở đầu

Công ty Viễn thông Unitel - Chi nhánh tỉnh Luangnamtha (Lào), sau 10 năm hoạt động, Unitel là chi nhánh Công ty Viễn thông số 1 tại Lào và liên tục hiện đại hóa bằng những công nghệ tiên tiến nhất như 5G, trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), big data... và những dịch vụ mới như ngân hàng số, nội dung số, các dự án Chính phủ điện tử. Doanh thu lũy kế của Unitel sau 10 năm đạt hơn 1,45 tỉ USD, lợi nhuận lũy kế đạt gần 590 triệu USD với EBITDA (thu nhập trước thuế, trả lãi và khấu hao) luôn trên 55%. Đến hết năm 2018, Unitel đã giúp Viettel hoàn vốn về cổ tức gần 185 triệu USD, gấp gần 6,3 lần vốn đầu tư. Unitel cũng đã hoàn vốn sau 5 năm kinh doanh. Là một doanh nghiệp có số lượng lao động lớn và đa dạng nên trong quá trình hoạt động, quan hệ lao động tại công ty vẫn còn nhiều vấn đề hạn chế và chưa thật sự phát huy hết hiệu quả trong các mối quan hệ.

Do đó việc xây dựng mối quan hệ lao động lành mạnh tại công ty trong thời gian tới sẽ tạo cơ sở cho việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của cả người lao động và người sử dụng lao động, góp phần vào việc tạo dựng môi trường đầu tư, kinh doanh lành mạnh, ổn định, đóng góp vào sự ổn định an ninh trật tự xã hội.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Bài báo này sử dụng nhiều nguồn số liệu thống kê, được các cơ quan, ban ngành liên quan như: Bộ Lao động Thương binh và Xã hội Lào; Viện khoa học Lao động và Xã hội Lào, Liên đoàn Lao động tỉnh Luangnamtha (Lào), Cục thống kê Lào, Công ty Viễn thông Unitel - Chi nhánh tỉnh Luangnamtha (Lào) cung cấp.

Tác giả sử dụng các số liệu thứ cấp: được thu thập từ các báo cáo hàng năm, báo cáo chung của công ty và sách chuyên khảo, bài viết...liên quan. Và các số liệu sơ cấp: được thu thập qua điều tra, khảo sát thực

tế, hỏi ý kiến người quản lý và người lao động: điều tra 100 phiếu, để phân tích, xử lý nhằm làm rõ các đặc điểm cơ bản của các doanh nghiệp, làm cơ sở phân tích thực trạng quan hệ lao động ở Công ty Viễn thông Unitel - Chi nhánh tỉnh Luangnamtha (Lào).

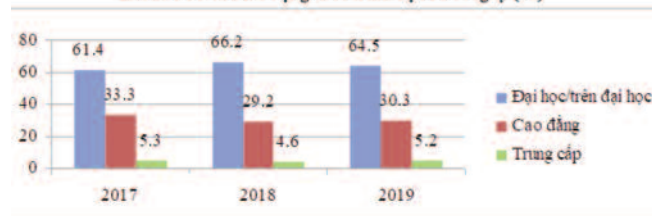
## 3. Kết quả nghiên cứu

### 3.1. Người lao động

Người lao động trong công ty chủ yếu là lao động có trình độ đại học và có ý thức gắn bó lâu dài với công ty, một phần do đặc thù công việc lĩnh vực viễn thông, công nghệ thông tin đòi hỏi cần có bằng cấp và trình độ chuyên môn nhất định, nên họ hầu như đều được công ty đào tạo trước khi được vào làm chính thức, do đó họ phải cam kết làm việc lâu dài cho công ty, mặt khác thu nhập của công việc này khá cao nên khả năng hấp dẫn người lao động cũng lớn.

Lao động có trình độ đại học chiếm đa số, khoảng 61,4%-66,2% tổng số lao động là kỹ sư công nghệ thông tin, bưu chính viễn thông; trình độ cao đẳng chiếm khoảng 29,2%-33,3% đa số là các nhân viên kế toán, văn phòng, kỹ thuật viên; còn lại lao động trình độ trung cấp là các nhân viên văn phòng chỉ chiếm 4,6%-5,3%.

Hình 1. Cơ cấu lao động theo trình độ của công ty (%)



Nguồn: Phòng Hành chính-nhân sự

Qua điều tra thực tế mức độ hiểu biết của người lao động trong công ty về hệ thống pháp luật về quan hệ lao động cho thấy, khá ít người lao động hiểu biết hoặc ít quan tâm tới pháp luật về quan hệ lao động.

Chỉ có 10,2% người lao động trong công ty tỏ ra quan tâm đến pháp luật quan hệ lao động và nắm khá vững kiến thức này; 28,6% có tìm hiểu và biết cơ bản; phần đông người lao động trả lời, họ có biết chút ít và 20,5% người lao động trả lời là họ không biết về pháp luật quan hệ lao động. Điều này cho thấy năng lực và sự hiểu biết về pháp luật của người lao động trong công ty còn chưa cao, khá nhiều người lao động không biết hoặc biết rất ít về pháp luật quan hệ lao động, đây là một trở ngại, khó khăn khá lớn trong xây dựng quan hệ lao động hài hòa, lành mạnh tại công ty.

Về việc tiếp cận hệ thống pháp luật về quan hệ lao động của người lao động trong công ty, thì phần lớn người lao động trả lời, họ tự tìm hiểu thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, sách, báo,... một số ít là do công ty phổ biến. Điều này cho thấy công ty chưa thực sự quan tâm đến việc phổ biến pháp luật quan hệ lao động cho người lao động biết.

### 3.2. Tổ chức đại diện người lao động

Qua điều tra, hiện tại Công ty Viễn thông Unitel, tỉnh Luangnamtha, Lào chưa có tổ chức công đoàn. Đây là một hạn chế rất lớn của công ty trong việc xây dựng quan hệ lao động lành mạnh với người lao động. Khi phỏng vấn cán bộ quản lý của công ty về việc thành lập công đoàn, thì được biết công ty đang trong giai đoạn chuẩn bị để thành lập tổ chức này, nhưng gặp khá nhiều vấn đề, trong đó chủ yếu là việc lựa chọn các thành viên có năng lực tham gia vào Ban chấp hành công đoàn. Vì vậy, bước đầu công ty mới chỉ có một nhóm không chính thức đứng ra đại diện và chăm lo cho đời sống của người lao động trong công ty.

Tuy nhiên, hoạt động của nhóm này chưa thực sự hiệu quả, mới chỉ dừng lại ở việc làm người trung gian đóng góp ý kiến của tập thể người lao động đến ban lãnh đạo; thực hiện công tác thăm hỏi, quà cáp cho người lao động trong các ngày lễ và tổ chức một số các hoạt động văn thể trong công ty. Thực trạng này, một phần do nhóm không chính thức, chỉ có 3 người phụ trách, hạn chế về mặt năng lực quản lý, một phần do thiếu kinh phí hoạt động.

Qua điều tra được biết phần lớn người lao động trong công ty cho rằng việc thành lập công đoàn là cần thiết, tuy nhiên vẫn có một tỷ lệ nhất định cho rằng việc có công đoàn hay không cũng không quan trọng.

Có thể thấy người lao động rất mong muốn có tổ chức công đoàn, nhưng hiện tại công ty vẫn chưa thành lập được tổ chức này, khiến người lao động không có người đại diện dẫn dắt, bảo vệ cho mình. Mặc dù, Bộ Luật lao động Lào có quy định với những nơi chưa có tổ chức công đoàn cơ sở, thì tổ chức công đoàn cấp trên cơ sở sẽ đại diện cho người lao động trong quan hệ lao động; nhưng do sự thiếu quan tâm của Liên đoàn lao động Tỉnh, cũng như sự thiếu hiểu biết về pháp luật quan hệ lao động của đa số người lao

động trong công ty, nên họ vẫn bị lép vế hơn so với người sử dụng lao động. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến quan hệ giữa các bên trong công ty, dẫn đến quan hệ lao động chưa thật sự hài hòa, lành mạnh.

### 3.3. Người sử dụng lao động trong công ty

Người sử dụng lao động trong công ty được chia thành hai nhóm chủ yếu:

Thứ nhất, quản lý cấp cao, là những người góp cổ phần thành lập công ty. Qua phỏng vấn và tìm hiểu cho thấy Giám đốc công ty là một người rất quan tâm tới vấn đề con người, ông nhận thức rằng con người là tài sản quý giá nhất của công ty, quyết định đến mọi sự thành công của công ty. Do vậy, các chính sách mà vị Tổng giám đốc này đưa ra có ảnh hưởng lớn tới các cấp lãnh đạo trong công ty và đảm bảo được quyền lợi cho người lao động.

Thứ hai, quản lý cấp trung và cấp cơ sở, đây chủ yếu là những trưởng, phó phòng; các tổ/nhóm trưởng. Họ là những người làm việc thường xuyên với người lao động trực tiếp trong công ty và cách thức quản lý của các nhà quản trị này có ảnh hưởng rất lớn tới mối quan hệ giữa người lao động và người sử dụng lao động.

Các cấp quản lý này chủ yếu tập trung vào việc thực hiện quản lý các hoạt động tác nghiệp trong công ty. Đối với các nhà quản trị cấp trung như trưởng, phó phòng chủ yếu là những người được tuyển từ thị trường lao động, được đào tạo bài bản về cách thức quản lý và quan trọng là đã có kinh nghiệm ở vị trí tương đương, do vậy họ có những kiến thức về quản lý công ty và quản trị nhân lực, góp phần không nhỏ trong việc giảm thiểu mâu thuẫn xảy ra trong công ty.

Trong quan hệ với người lao động, các cấp quản lý tỏ ra khá quan tâm đến công việc và cuộc sống của người lao động. Họ cũng nỗ lực tìm hiểu và đáp ứng những nguyện vọng của người lao động thông qua việc trao đổi với nhân viên trong các cuộc họp, giờ ăn trưa,... Tuy nhiên, ngoài những nghĩa vụ bắt buộc theo pháp luật mà người sử dụng lao động phải thực hiện đối với người lao động ra thì những việc mà người sử dụng lao động làm cho người lao động không nhiều.

## 4. Đề xuất giải pháp

### 4.1. Tăng cường hơn nữa vai trò của công đoàn cơ sở

Công đoàn cơ sở chính là cầu nối giữa người lao động và Công ty. Vậy công đoàn cần làm sao thể hiện tốt vai trò cầu nối đó. Tăng cường đối thoại, trò chuyện với người lao động; giải đáp thắc mắc của người lao động về pháp luật lao động, hướng dẫn họ ký kết hợp đồng lao động; quan tâm thăm hỏi đến tâm tư nguyện vọng của người lao động về cuộc sống vật chất và tinh thần là những việc rất đơn giản nhưng lại thiết thực.

Đối với Công ty, công đoàn có thể chủ động giúp Công ty soạn thảo nội quy lao động, cùng với Công ty điều chỉnh TULĐTT, các quy định về lương, thưởng,

các chế độ trợ cấp phúc lợi cho người lao động, đồng thời giáo dục vận động người lao động chấp hành nội quy, xây dựng tác phong công nghiệp. Bên cạnh việc thay đổi những quy định về giờ giấc đi làm, công đoàn nên động viên, khuyến khích người lao động, phân tích cho họ hiểu là bây giờ tác phong làm việc nhanh nhẹn, đúng giờ giấc là rất hiện đại và chuyên nghiệp.

Mặt khác, công đoàn có thể phát huy tốt vai trò đại diện, bảo vệ người lao động của mình ví dụ như kiến nghị với Công ty về việc cấp phát thiết bị bảo hộ cho lao động thử việc và lao động thời vụ. Đây cũng là một việc làm sẽ tạo được uy tín cho công đoàn trong mắt người lao động.

## 4.2. Nâng cao hiểu biết của người lao động và người sử dụng lao động về pháp luật quan hệ lao động

Qua quá trình điều tra, tìm hiểu cho thấy mặc dù mối quan hệ giữa người lao động và người sử dụng lao động tại công ty tương đối tốt nhưng bên cạnh đó vẫn còn tồn tại một số hạn chế chưa giải quyết được. Vì vậy để xây dựng quan hệ lao động lành mạnh trong công ty, cần chú ý đến quá trình đào tạo về pháp luật cho các chủ thể của quan hệ lao động, bao gồm người lao động và người sử dụng lao động.

Pháp luật Lào luôn có những sửa đổi trong Bộ Luật lao động để phù hợp hơn với sự phát triển của nền kinh tế thị trường và đảm bảo lợi ích cho cả người lao động và người sử dụng lao động. Vì thế công ty cần tổ chức tuyên truyền những quy định mới được bổ sung trong Bộ Luật lao động, để toàn thể cán bộ, nhân viên công ty được biết; tổ chức những buổi giảng giải về Luật lao động cho người lao động hiểu rõ về những kiến thức cơ bản như: hợp đồng lao động, TULĐTT, những quy định được ghi trong hợp đồng để thực hiện theo đúng pháp luật.

Phòng hành chính-nhân sự phối hợp với công đoàn trong việc tuyên truyền, phổ biến pháp luật lao động cho người lao động theo sự chỉ đạo của Ban giám đốc và đặc biệt có sự hỗ trợ của tổ chức công đoàn cấp trên cơ sở.

## 4.3. Đẩy mạnh việc trao đổi/chia sẻ thông tin giữa người lao động và người sử dụng lao động

Để có thể đối thoại một cách thông suốt, trước hết đòi hỏi cả người lao động và người sử dụng lao động phải cởi mở, tức cần đẩy mạnh việc trao đổi thông tin giữa người lao động và người sử dụng lao động. Điều này chỉ có thể thực hiện được khi các chủ thể trong quan hệ lao động, ý thức được vai trò và trách nhiệm của mình khi tham gia vào quan hệ lao động. Việc trao đổi thông tin giữa người lao động và người sử dụng lao động cần được tổ chức thường xuyên, định kỳ để cùng đặt ra mục tiêu trong sản xuất kinh doanh, mục tiêu lợi ích của cả hai bên. Trao đổi thông tin cũng là cơ hội cho người lao động nói lên những điều còn thắc mắc của mình đối với công ty, bày tỏ tâm tư, nguyện vọng

trong công việc và trong cuộc sống để Ban lãnh đạo công ty thấu hiểu mình hơn.

Hình thức tổ chức tiến hành trao đổi thông tin giữa người lao động và người sử dụng lao động phổ biến, nhất là đối thoại trực tiếp thông qua các cuộc họp. người sử dụng lao động có thể gửi giấy mời người lao động tham gia các cuộc họp, để trao đổi các nội dung còn vướng mắc, cần giải đáp. Tuy nhiên, để biện pháp này được thực hiện đạt hiệu quả, thì trước đó công ty phải xây dựng được công đoàn, nếu không thì công ty cần cân nhắc các điều kiện thực tế để tiến hành các biện pháp phù hợp.

Tuy nhiên, để đối thoại đạt kết quả cao, thì việc trao đổi thông tin là chưa đủ. Cần có sự tự nguyện chia sẻ cho nhau những thông tin bổ ích, kinh nghiệm tích lũy được mà không đòi hỏi phải có sự đền đáp thì mới có sự gắn bó, cởi mở giữa người lao động với nhau và với người sử dụng lao động trong công ty. Bên cạnh đó những nhà quản lý trong công ty cần tạo không khí gần gũi, dân chủ, lắng nghe và khuyến khích nhân viên chia sẻ quan điểm, ý kiến của mình với mọi người.

## 4. Kết luận

Xây dựng quan hệ lao động lành mạnh trong các doanh nghiệp là một trong những yếu tố quan trọng góp phần ổn định môi trường đầu tư, bảo đảm tăng trưởng kinh tế bền vững và thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội. Trong bối cảnh Lào tham gia hội nhập ngày càng sâu rộng với nền kinh tế thế giới và việc tuân thủ các tiêu chuẩn lao động quốc tế, đòi hỏi cần phải có mô hình quan hệ lao động thích hợp nhằm phát huy quyền của người lao động trong việc thành lập, gia nhập tổ chức đại diện của mình tại doanh nghiệp. Sửa đổi, bổ sung hệ thống pháp luật về lao động, luật công đoàn phù hợp với tiêu chuẩn lao động quốc tế và các cam kết quốc tế; đổi mới nâng cao hiệu lực, hiệu quả của quản lý nhà nước về lao động và quan hệ lao động phù hợp với xu thế phát triển./.

## Tài liệu tham khảo

- Ban chấp hành Liên hiệp Công Đoàn Lào (2015), Văn kiện Đại hội Trung ương Liên hiệp Công đoàn Lào khóa VII. (Tiếng Lào)
- Liên hiệp Công đoàn Tỉnh Luangnamtha (2014), Các văn kiện Đại hội Liên hiệp Công đoàn tỉnh. (Tiếng Lào)
- Quốc hội (2017), Luật Công đoàn Lào (sửa đổi). (Tiếng Lào)
- Trung ương Liên hiệp Công đoàn Lào (2005), Báo cáo Đại hội lần thứ V Công đoàn Toàn quốc, Viêng Chăn, Lào. (Tiếng Lào)
- Nguyễn Mạnh Cường (2018), Xây dựng mô hình quan hệ lao động phù hợp với thực tiễn ở Việt Nam, tạp chí Lao động.

# Thực trạng và giải pháp đào tạo nguồn nhân lực tại Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp

Hoàng Thị Doan, Nguyễn Thanh Tùng  
Khoa Kinh tế, Trường Đại học Đồng Tháp  
Lê Minh Phong  
Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục tiêu đánh giá thực trạng đào tạo nguồn nhân lực tại Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ 110 nhân viên và cán bộ quản lý tại Cảng vụ theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Từ kết quả nghiên cứu tác giả đề xuất các biện pháp triển khai, hoàn thiện việc đào tạo nguồn nhân lực tại Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp, gồm: triển khai công tác xác định nhu cầu, đánh giá nhu cầu đào tạo; cụ thể hóa mục tiêu đào tạo; đa dạng hóa các hình thức đào tạo; hoàn thiện công tác xây dựng chương trình đào tạo và lựa chọn giáo viên; xây dựng nguồn kinh phí cho đào tạo nhân lực; triển khai công tác đánh giá hiệu quả đào tạo nguồn nhân lực.

## 1. Đặt vấn đề

Để tạo ra sức cạnh tranh cho riêng mình, hầu hết các doanh nghiệp đều mong muốn quy tụ được những người lao động có trình độ, có tay nghề cao, trung thành với tổ chức của mình, nhiệt tình cống hiến và sáng tạo. Nguồn nhân lực có trình độ thực sự là “chìa khóa thành công của mọi tổ chức”, những hoạt động sáng tạo, những kiến thức, kỹ năng quý báu của nguồn nhân lực có thể nắm toàn bộ vận mệnh và quyết định sự tồn tại và phát triển lâu dài của tổ chức. Thực tế cũng cho thấy bên cạnh những tri thức vốn có người lao động luôn cần phải được đào tạo thêm để duy trì và nâng cao trình độ chuyên môn, làm mới và hoàn thiện trình độ chuyên môn của mình, giúp cho việc thực hiện công việc hiệu quả hơn.

Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp, trực thuộc Sở Giao thông vận tải tỉnh Đồng Tháp là cơ quan thực hiện chức năng quản lý nhà nước chuyên ngành về giao thông vận tải đường thủy nội địa tại cảng, bến thủy nội địa nhằm bảo đảm việc chấp hành các quy định của pháp luật về trật tự, an toàn giao thông đường thủy nội địa và bảo vệ môi trường. Với khó khăn hiện nay là đơn vị sự nghiệp công lập, biên chế về con người của đơn vị hạn chế nhưng nhiệm vụ nhiều, đòi hỏi nhân sự của đơn vị phải có kiến thức chuyên ngành sâu rộng. Để đáp ứng được yêu cầu nhiệm vụ thì công tác đào tạo nguồn nhân lực luôn được Cảng vụ chú trọng, tuy nhiên công tác đào tạo vẫn chưa đồng bộ, hiệu quả đào tạo chưa đúng với mong muốn. Cụ thể, trong giai đoạn từ 2016 đến 2020, Cảng vụ đã cử 585 lượt cán bộ công chức, viên chức đi đào tạo. Tuy nhiên, phần lớn trong số đó là đào tạo về Quản lý hành chính nhà nước (223 lượt), ngoại ngữ và tin học (140 lượt), riêng việc cử cán bộ đi đào tạo

về chuyên môn nghiệp vụ thì số lượng tương đối thấp (74 lượt). Mặt khác, việc cử cán bộ đi đào tạo cũng không có kế hoạch từ trước mà chủ yếu xuất phát từ đơn vị cấp trên hoặc do nhu cầu của cán bộ công chức, viên chức trong Cảng vụ. Vì thế, việc cử cán bộ đi đào tạo tại Cảng vụ hiện nay đôi lúc chưa hợp lý từ khâu xác định nhu cầu, lập kế hoạch đến việc xác định đúng đối tượng cần đào tạo và việc bố trí việc làm phù hợp với chuyên môn sau khi được đào tạo.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Điều tra phỏng vấn người lao động và nhà quản lý về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực tại Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp theo bảng câu hỏi được thiết kế sẵn. Trong quá trình thực hiện việc điều tra phỏng vấn, có kết hợp việc quan sát và trao đổi những kinh nghiệm có liên quan đến vấn đề nghiên cứu. Các biến số nghiên cứu được thể hiện trong phiếu điều tra dưới dạng một phát biểu; mỗi phát biểu được đo lường dựa trên thang đo Likert gồm 5 bậc từ rất không đồng ý (bậc 1) đến rất đồng ý với phát biểu (bậc 5). Tổng số phiếu thu về đủ tiêu chuẩn được sử dụng cho việc mã hóa và phân tích dữ liệu là 110 phiếu khảo sát.

## 3. Kết quả nghiên cứu

### 3.1. Thực trạng đào tạo nguồn nhân lực

- Về đào tạo kiến thức quản lý hành chính nhà nước: Nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng và phương pháp thực hiện nhiệm vụ công vụ, chuẩn hóa chức danh, ngạch bậc, Cảng vụ đã chủ động phối hợp với các cơ sở đào tạo cử 223 lượt công chức, viên chức đi đào tạo về quản lý hành chính nhà nước, trong đó chuyên viên cao cấp là 10 người, chuyên viên chính là 49 người, chuyên viên là 164 người.

- Về đào tạo lý luận chính trị: Đã cử 9 lượt công chức, viên chức đi đào tạo, bồi dưỡng về lý luận chính trị cho các cán bộ lãnh đạo cấp phòng và tương đương, cán bộ là chuyên viên chính và đối tượng trong nguồn quy hoạch cán bộ lãnh đạo, quản lý.

- Về đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ: Đã cử 74 lượt công chức, viên chức đi đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ, thể lực trong đó: 16 đại học; 5 sau đại học; 53 đào tạo khác; ngoài ra, 56 công chức, viên chức tham gia các khoá bồi dưỡng kỹ năng, nghiệp vụ văn phòng và các nghiệp vụ khác.

- Về đào tạo tin học, ngoại ngữ: Cảng vụ đã cử 94 công chức, viên chức đi đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về Tin học và 68 công chức, viên chức tham gia các khóa đào tạo ngoại ngữ. Các khóa đào tạo trên có tác dụng nâng cao trình độ ngoại ngữ cho các công chức, viên chức góp phần phục vụ công tác nghiên cứu chuyên môn.

- Về đào tạo, bồi dưỡng kiến thức hội nhập kinh tế quốc tế: Giai đoạn 2016 - 2020, Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp đã phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức các khóa bồi dưỡng kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế cho 56 lượt công chức, viên chức, tập trung vào các nội dung như: Tổng quan về quá trình hội nhập và gia nhập WTO của Việt Nam; Tổ chức Thương mại thế giới và các cam kết của Việt Nam; Tác động của việc hội nhập quốc tế, gia nhập WTO; Quan điểm chỉ đạo và những quyết sách lớn của Chính phủ trong hội nhập kinh tế quốc tế và những vấn đề đặt ra sau khi Việt Nam gia nhập WTO.

- Về đào tạo kiến thức an ninh, quốc phòng: Cảng vụ đã cử 15 lượt công chức, viên chức đi đào tạo, bồi dưỡng về kiến thức an ninh, quốc phòng cho các đối tượng, trong đó tập trung vào các đối tượng: 2 (Giám đốc, Phó Giám đốc), 3 (Trưởng, Phó Phòng) và 4 (Chuyên viên).

### 3.2. Đánh giá về công tác đào tạo nguồn nhân lực

- Về nhu cầu đào tạo: Công việc phân tích, đánh giá nhu cầu đào tạo là hết sức quan trọng trong quản lý đào tạo của bất kỳ đơn vị nào. Đây là bước đầu tiên, chỉ khi nhận ra tầm quan trọng của việc này cùng với phương pháp đánh giá phù hợp thì mới tìm ra được nhu cầu đào tạo đúng cho đơn vị mình. Kết quả khảo sát cho thấy, đa số người lao động hài lòng về công tác xác định nhu cầu đào tạo của Cảng vụ hiện nay với mức điểm trung bình từ 4,07 đến 4,44 điểm. Trong đó đa số nhân viên đánh giá: “Nội dung của các khóa đào tạo là phù hợp với nhu cầu”. Tuy nhiên nội dung các chương trình đào tạo chưa được nhân viên tại Cảng vụ đánh giá cao (có đến 22,73% đánh giá là không hài lòng, điểm trung bình của yếu tố này đạt 4,07).

- Về lập kế hoạch đào tạo: Sau khi xác định nhu cầu đào tạo, công việc tiếp theo là phân tích, xác lập thứ tự ưu tiên các nội dung đào tạo, nội dung nào cần thực hiện trước, nội dung nào có thể thực hiện sau, đó là bước lập kế hoạch đào tạo. Kết quả khảo sát cho thấy công tác lập kế hoạch đào tạo còn nhiều hạn chế, mang nặng tính hình thức, thủ tục và có tính cảm tính. Điểm trung bình của các yếu tố này từ 3,50 đến 4,12 điểm, trong đó tiêu chí được đánh giá thấp nhất là việc xác định đúng đối tượng cần đào tạo.

- Về đội ngũ giáo viên đào tạo: Kết quả lấy ý kiến của người lao động được đào tạo cho thấy, đa số đều hài lòng về đội ngũ giảng viên. Điểm trung bình của các yếu tố này đạt khá cao từ 4,26 đến 4,42 điểm.

- Về phương pháp đào tạo: Mặc dù đội ngũ giảng viên có nhiều kinh nghiệm và kiến thức, nghiệp vụ vững vàng nhưng lại không được đánh giá cao ở phương pháp giảng dạy. Trong đó yếu tố bị đánh giá thấp nhất là việc “Giáo viên sử dụng những phương pháp giúp phát huy tính tích cực, chủ động sáng tạo của người học” chỉ đạt điểm trung bình là 2,96 điểm.

- Về đánh giá kết quả đào tạo: Việc đánh giá ngay sau khi kết thúc đào tạo vẫn chưa diễn ra nhanh chóng, thường xuyên. Điểm trung bình của yếu tố này chỉ đạt 3,96 điểm, đây là điều mà Lãnh đạo Cảng vụ cần chú ý để cải thiện. Nguyên nhân theo kết quả khảo sát cho thấy là do bộ phận phụ trách nhân lực hạn chế về năng lực, thiếu kỹ năng để thực hiện, chưa xây dựng được tiêu chuẩn. Bên cạnh đó, lãnh đạo Cảng vụ cũng chưa thật sự quan tâm để thực hiện.

- Về ứng dụng kết quả đào tạo vào công việc: Đa số người lao động đánh giá cao tính thiết thực của các chương trình đào tạo, đặc biệt là giúp ích rất nhiều vào công việc hiện tại (4,39 điểm) và sự sẵn sàng hỗ trợ của đồng nghiệp cũng như Lãnh đạo để có thể vận dụng kiến thức mới vào công việc (4,23 điểm).

### 3.3. Một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực

(1) Xác định nhu cầu đào tạo: Thiết kế bảng nhu cầu phát triển mỗi cá nhân trong đó đưa ra nhu cầu

**Bảng 1: Kết quả đào tạo, bồi dưỡng giai đoạn 2016 - 2020**

Chương trình đào tạo bồi dưỡng	Năm					Số lượt
	2016	2017	2018	2019	2020	
Đào tạo kiến thức về Quản lý hành chính nhà nước	33	39	46	47	58	223
Chuyên viên	28	31	34	33	38	164
Chuyên viên chính	4	6	10	12	17	49
Chuyên viên cao cấp	1	2	2	2	3	10
Đào tạo lý luận chính trị	1	2	0	3	3	9
Cao cấp	0	1	0	1	1	3
Trung cấp	1	1	0	2	2	6
Ngoại ngữ	6	7	15	20	20	68
Tin học	8	12	18	28	28	94
Kiến thức hội nhập kinh tế quốc tế	6	8	8	12	12	46
Đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ	11	12	11	19	21	74
Đại học	2	3	2	4	5	16
Trên Đại học	1	0	2	1	1	5
Đào tạo nghiệp vụ	8	9	7	14	15	53
Đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ công tác văn phòng và các kỹ năng, nghiệp vụ khác	6	8	9	15	18	56
Đào tạo kiến thức an ninh quốc phòng	2	2	2	4	5	15
<b>Số lượt</b>	<b>73</b>	<b>90</b>	<b>109</b>	<b>148</b>	<b>165</b>	<b>585</b>

(Nguồn: Cảng vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp)

đào tạo trong 5 năm tới. Bản nhu cầu đào tạo của cá nhân có vai trò hết sức quan trọng đối với phát triển nguồn nhân lực ở cả góc độ từng cá nhân đến tổ chức do nếu các cá nhân thực hiện được mục tiêu của mình thì họ cũng sẽ đáp ứng mục tiêu của tổ chức, phát huy tinh thần tự học và sáng tạo của con người chú trọng đến việc học tập suốt đời, trách nhiệm phát triển nguồn nhân lực luôn được thực hiện theo nguyên tắc từ dưới đi lên, từ bản thân công chức, viên chức chịu trách nhiệm cho sự phát triển của chính mình, đến trách nhiệm phát triển nguồn nhân lực thuộc về các cấp quản lý. Đây là cơ sở để Công vụ có thể nắm được mong muốn của người lao động trong đào tạo, vạch ra kế hoạch đào tạo cho sát thực tế cũng như điều chỉnh theo chiến lược phát triển của Công vụ.

(2) Hoàn thiện bản mô tả công việc cho các vị trí việc làm: Việc hoàn thiện hệ thống bản mô tả công việc cho các vị trí khác nhau trong Công vụ rất cần thiết để từ đó giúp cho nhà tuyển dụng cũng như bộ phận nhân sự có cơ sở đánh giá kết quả công việc của công chức, viên chức tại từng vị trí.

(3) Hoàn thiện đào tạo nguồn nhân lực: Mặc dù trong thời gian qua, Công vụ đã chú trọng vào chất lượng cán bộ, nhân viên thông qua việc khuyến khích cũng như tạo điều kiện cho công chức, viên chức học tập nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ. Công vụ đã thực hiện gửi đi đào tạo bên ngoài để đào tạo lại và đào tạo nâng cao cho cán bộ. Nhưng Công vụ cần phải đầu tư hơn nữa cho vấn đề này và chú ý đến chất lượng công tác đào tạo. Theo số liệu, việc đào tạo đều không đạt được theo nhu cầu của người lao động, điều này có thể làm cho người lao động nghĩ rằng mình không được tôn trọng từ đó làm cho họ có tâm lý bất mãn, năng suất lao động không cao. Vì vậy, Công vụ cần giải thích rõ ràng việc chưa đạt được yêu cầu đó cũng như có cam kết theo lộ trình để thực hiện tốt hơn.

(4) Đánh giá kết quả và hiệu quả sau đào tạo: Sau đào tạo nếu ta không kiểm tra thì không phát hiện được là kết quả thu được tốt hay xấu, kiến thức thu được đang ở giai đoạn nào. Phân tích kết quả đào tạo và phát triển qua điểm học tập của học viên: sau mỗi khóa đào tạo cán bộ phụ trách có thể dựa vào kết quả, hoặc nhận xét của nơi đào tạo đối với học viên. Tuy nhiên phương pháp này chỉ phản ánh được hình thức bề ngoài chứ chưa phản ánh được trình độ thực sự của nhân viên. Đánh giá kết quả đào tạo thông qua đánh giá tình hình thực hiện công việc của người lao động sau đào tạo: việc thực hiện công việc của lao động sau đào tạo sẽ phản ánh chính xác hiệu quả của chương trình đào tạo. Nếu người lao động thực hiện tốt, hoàn thành một cách xuất sắc nhiệm vụ, có tinh thần trách nhiệm thì có nghĩa là chương trình đào tạo đó đạt hiệu quả cao và ngược lại.

(5) Tăng cường chất lượng nguồn lao động: Để tăng chất lượng nguồn nhân lực cần thực hiện đồng

bộ từ tuyển chọn và thiết kế chương trình đào tạo, nội dung đào tạo, phương pháp đào tạo phù hợp với các đối tượng công chức, viên chức trong Công vụ. Đối với nhân viên đã tốt nghiệp đại học, đặc biệt là cán bộ quản lý, Công vụ nên khuyến khích học thêm chuyên ngành quản lý cũng như các kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế, ngoại ngữ, tin học nhằm ứng dụng trong công việc có liên quan đến nước ngoài. Đào tạo chuyên sâu hơn theo các chương trình đào tạo sau đại học, các chương trình đào tạo tiên tiến trên thế giới. Đối với các nhân viên khác thì nên khuyến khích họ học các lớp ngoài giờ để nâng cao trình độ học vấn chung. Ngoài ra, Cảnh vụ cần tăng cường thêm các lớp bồi dưỡng về nghiệp vụ chuyên môn cho nhân viên như các kỹ năng mềm, văn hóa dân tộc văn hóa Cảnh vụ, hướng dẫn các chính sách đãi ngộ và khuyến khích công chức, viên chức.

## 4. Kết luận

Nguồn nhân lực đảm bảo nguồn sáng tạo của mọi tổ chức, đảm bảo thiết kế và sản xuất ra hàng hóa dịch vụ, kiểm tra chất lượng và đưa sản phẩm ra bán trên thị trường, phân bổ nguồn tài chính, xác định chiến lược chung và các mục tiêu cho tổ chức đó. Không có những con người làm việc hiệu quả thì mọi tổ chức đều không thể đạt được mục tiêu của mình. Xuất phát từ thực trạng đào tạo nguồn nhân lực cũng như vai trò của công tác này đối với tổ chức, việc tìm ra các giải pháp để hoàn thiện công tác này đặc biệt cần thiết nhằm sử dụng có hiệu quả hơn nguồn nhân lực hiện có./.

## Tài liệu tham khảo

Công vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp, Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2016 - 2020.

Nguyễn Văn Điềm, Nguyễn Ngọc Quân (2007), Quản trị nhân lực, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

Lê Minh Phong (2020), Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực tại Công vụ đường thủy nội địa Đồng Tháp, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP HCM.

Nguyễn Hữu Thân (2007), Quản trị nhân sự, NXB Lao động — Xã hội.

George T. Milkovich & John W. Boudreau (2002), Quản trị nguồn nhân lực, NXB Thống kê, TP Hồ Chí Minh.

# Thực trạng sản xuất và tiêu thụ thanh long ở tỉnh Tiền Giang

Nguyễn Thị Hằng Nga

NCS, Trường Đại học Cần Thơ

Nguyễn Tri Khiêm

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Nam Cần Thơ

Năm 2020, Tiền Giang có diện tích trồng thanh long là 9.634 ha, cung cấp cho thị trường khoảng 208.084 tấn thanh long. Mặc dù trồng thanh long mang lại hiệu quả kinh tế cao nhưng trong sản xuất, tiêu thụ còn gặp nhiều khó khăn. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng sản xuất, tình hình tiêu thụ thanh long tỉnh Tiền Giang và đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất và tiêu thụ thanh long trong thời gian tới. Kết quả nghiên cứu cho thấy hoạt động sản xuất thanh long của tỉnh đem lại hiệu quả kinh tế khá cao, nhưng còn mang tính tự phát, nhỏ lẻ, thiếu liên kết, sản xuất theo GlobalGAP/VietGAP còn yếu và thiếu. Để nâng cao hiệu quả sản xuất và tiêu thụ cần nâng cao nhận thức về kỹ thuật, liên kết, xây dựng vùng sản xuất theo GAP, đẩy mạnh xúc tiến thương mại.

## 1. Mở đầu

Những năm qua kinh tế nông nghiệp tỉnh Tiền Giang đã đạt được những thành tựu quan trọng, tạo nền tảng cho sự ổn định để phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Nằm trong vùng nhiệt đới gió mùa với nền nhiệt cao và ổn định quanh năm, thích nghi với các loại cây trồng nhiệt đới, hầu hết các loại cây trồng đều được bố trí phù hợp với thổ nhưỡng, khí hậu, thủy văn theo từng vùng sinh thái nên cho năng suất, sản lượng cao.

Đối với cây ăn trái nói chung và thanh long nói riêng, trong năm 2020, diện tích đạt 9.634 ha, sản lượng thu hoạch 208.084 tấn, được trồng trên 9 huyện/thị xã, trong đó thanh long được trồng tập trung chuyên canh cao ở huyện Chợ gạo với tổng diện tích 7.410 ha (chiếm 77% diện tích trồng thanh long toàn tỉnh. Tuy sản xuất và tiêu thụ thanh long ở tỉnh Tiền Giang đạt hiệu quả cao nhưng vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức và rủi ro như: thiếu dự báo cung cầu thị trường và trồng mới tự phát với tỷ lệ cao. Vì vậy, nghiên cứu và phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ thanh long tỉnh Tiền Giang nhằm đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất và tiêu thụ thanh long là rất cần thiết.

## 2. Tình hình sản xuất thanh long tại Tiền Giang

### 2.1. Diện tích, năng suất, sản lượng thanh long

Thanh long là một trong những loại cây ăn trái xuất khẩu chủ lực của tỉnh Tiền Giang. Ở Tiền Giang, ngoài huyện Chợ Gạo trồng thanh long chủ lực thì còn có một số huyện khác sản xuất thanh long như: Thành phố Mỹ Tho, Thị xã Gò Công, Thị xã Cai Lậy, Tân Phước, Cái Bè, Cai Lậy, Châu Thành, Gò Công Tây, Gò Công Đông. Do điều kiện tự nhiên không phù hợp nên diện tích trồng thanh long ở các huyện này hạn chế. Nhìn chung, diện tích và sản lượng thanh long trong toàn tỉnh tăng liên tục

giai đoạn 2016-2020, tốc độ tăng trung bình về diện tích trồng thanh long là 17,8%, cao nhất là năm 2017 (25,4%), tốc độ tăng trung bình về diện tích cho trái thấp hơn (7,5%); sản lượng trung bình tăng 16%, cao nhất là 24,6% vào năm 2017; năng suất trung bình hàng năm tăng 7,8%, cao nhất là năm 2019 (14,7%).

**Bảng 1: Tình hình sản xuất thanh long Tiền Giang giai đoạn 2016-2020**

	2016	2017	2018	2019	2020
1 Diện tích trồng (ha)	5.042	6.325	7.913	9.070	9.634
Tốc độ tăng (%)		25,4	25,1	14,6	6,2
2 Diện tích cho trái (ha)	3.961	4.350	4.770	5.159	5.280
Tốc độ tăng (%)		9,8	9,7	8,2	2,3
3 Sản lượng (tấn)	116.407	145.014	161.522	200.517	208.084
Tốc độ tăng (%)		24,6	11,4	24,1	3,8
4 Năng suất (tấn/ha)	29,4	33,3	33,9	38,9	39,4
Tốc độ tăng (%)		13,3	1,8	14,7	1,3

*Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Tiền Giang, 2020*

### 2.2. Kinh tế hợp tác sản xuất thanh long ở Tiền Giang

\* Kinh tế hộ, trang trại

- Kinh tế hộ gia đình là tác nhân nòng cốt, nắm giữ vai trò quan trọng, cần thiết và là tiền đề cho các hoạt động phát triển sản xuất.

- Kinh tế trang trại ở Tiền Giang phát triển chưa nhiều, chủ yếu do doanh nghiệp đầu tư, tự thu mua, bảo quản, sơ chế và tìm thị trường tiêu thụ. Đa số các trang trại của doanh nghiệp đầu tư đều đạt chuẩn VietGAP như: trang trại thanh long công ty Cát Tường tại xã Thạnh Tân huyện Tân Phước (diện tích đạt chuẩn VietGAP 48 ha/2 trang trại), trang trại thanh long công ty trách nhiệm hữu hạn Long Việt tại xã Hưng Thạnh huyện Tân Phước (diện tích đạt chuẩn VietGAP 15 ha).

\* Kinh tế hợp tác

Trên địa bàn tỉnh hiện có 01 hợp tác xã sản xuất và tiêu thụ thanh long tại xã Mỹ Tịnh An và 04 tổ hợp tác

(tổ hợp tác sản xuất thanh long Lương Phú - xã Lương Hòa Lạc, tổ hợp tác sản xuất thanh long Hưng Ngãi — xã Đăng Hưng Phước, tổ hợp tác sản xuất thanh long xã Quơn Long và tổ hợp tác sản xuất thanh long Trường Thọ - xã Mỹ Tịnh An).

Hoạt động của các Hợp tác xã/Tổ hợp tác luôn được quan tâm, củng cố và ngày càng đạt hiệu quả trong hoạt động, hàng năm tổ chức tuyên truyền học tập, giới thiệu, hướng dẫn người dân sản xuất theo quy trình kỹ thuật cao, theo tiêu chuẩn GAP. Công tác thu mua sản phẩm thanh long của các hộ nông dân hàng năm đạt từ 6.000 - 10.000 tấn.

Các trang trại của Hợp tác xã/Tổ hợp tác được công nhận đạt chuẩn VietGAP tiêu biểu như: trang trại thanh long tổ hợp tác sản xuất Hưng Ngãi xã Đăng Hưng Phước huyện Chợ Gạo (diện tích đạt chuẩn VietGAP 21,85 ha), trang trại thanh long tổ hợp tác sản xuất Lương Phú xã Lương Hòa Lạc huyện Chợ Gạo (diện tích đạt chuẩn VietGAP 29,95 ha), trang trại thanh long tổ hợp tác sản xuất Trường Thọ xã Mỹ Tịnh An huyện Chợ Gạo (diện tích đạt chuẩn VietGAP 32,7 ha).

#### \* Doanh nghiệp

Các doanh nghiệp trên địa bàn đang tích cực phát triển sản xuất thanh long cũng như tăng cường tìm kiếm, mở rộng thị trường.

Các doanh nghiệp đã chủ động đầu tư sản xuất thanh long với chất lượng cao, đa số được công nhận đạt chuẩn VietGAP, đem lại hiệu quả kinh tế cao, tạo nguồn cung cấp sản phẩm chủ động, ổn định cho các đơn hàng xuất khẩu.

Các doanh nghiệp đã chủ động liên hệ các đối tác nước ngoài như Trung Quốc, Thái Lan để xuất khẩu trực tiếp thanh long sang thị trường các nước này. Các đơn hàng xuất khẩu này hiện tuy chiếm sản lượng nhỏ trong tổng mật độ xuất khẩu thanh long toàn quốc nhưng là hướng phát triển quan trọng, góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất thanh long tại địa bàn tỉnh.

### **2.3. Thuận lợi và khó khăn trong sản xuất thanh long tỉnh Tiền Giang**

Những thuận lợi trong sản xuất thanh long:

Điều kiện tự nhiên về khí hậu, thổ nhưỡng của Tiền Giang phù hợp cho việc phát triển trồng thanh long.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã có chủ trương phát triển vùng sản xuất thanh long theo Quyết định số 4573/QĐ-BNN-KHCN ngày 22 tháng 10 năm 2014. Đồng thời, Ủy ban nhân dân tỉnh Tiền Giang có đề án quy hoạch vùng chuyên canh sản xuất thanh long. Nông dân trồng thanh long đồng tình đề án quy hoạch sản xuất thanh long.

Có sự hỗ trợ các cấp chính quyền và các cơ quan nghiên cứu khoa học kỹ thuật.

Trong thời gian gần đây, thanh long được tiêu thụ dễ dàng và giá cả có sự tăng cao nên lợi nhuận cũng cao hơn so với những năm trước do người trồng thanh

long đã áp dụng tốt việc rải vụn trong sản xuất và thị trường xuất khẩu thanh long đã được mở rộng hơn.

Một số khó khăn trong sản xuất thanh long:

Bên cạnh những thuận lợi thì sản xuất thanh long ở Tiền Giang cũng gặp không ít khó khăn nhất định.

- Nông dân sản xuất thanh long theo tập quán cũ, dựa vào kinh nghiệm lâu năm, chưa tuân thủ yêu cầu sử dụng thuốc bảo vệ thực vật đúng theo quy trình khuyến cáo của các cơ quan chuyên môn. Vì vậy, vấn đề tồn dư thuốc bảo vệ thực vật và hóa chất trong sản phẩm đang là rào cản kỹ thuật lớn trong xuất khẩu thanh long của Việt Nam sang các thị trường khó tính (cấp cao).

- Thiếu nguồn cung cấp thanh long đạt chất lượng cho các thị trường cao cấp. Theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Tiền Giang, cuối năm 2016 toàn tỉnh có khoảng 220 ha sản xuất theo hướng GlobalGAP, VietGAP.

- Chất lượng thanh long thì chưa ổn định, không đồng đều giữa các hộ trồng do chưa sản xuất theo cùng một quy trình nhất định.

- Trước đây, các cơ quan nhà nước hỗ trợ về nội dung và một phần kinh phí để chứng nhận GAP nhưng hiện tại thì nông dân tự lo kinh phí. Như vậy, chi phí tái chứng nhận khá cao, thủ tục phức tạp, quy trình sản xuất nghiêm ngặt (người dân chưa quen, chưa tuân thủ).

## **3. Tình hình tiêu thụ thanh long tỉnh Tiền Giang**

### **3.1. Tình hình thu mua và phân loại thanh long**

Tỉnh Tiền Giang hiện có 01 hợp tác xã (hợp tác xã sản xuất và tiêu thụ thanh long xã Mỹ Tịnh An); 04 tổ hợp tác (tổ hợp tác sản xuất thanh long Lương Phú - xã Lương Hòa Lạc, tổ hợp tác sản xuất thanh long Hưng Ngãi — xã Đăng Hưng Phước, tổ hợp tác sản xuất thanh long xã Quơn Long và tổ hợp tác sản xuất thanh long Trường Thọ - xã Mỹ Tịnh An). Nhìn chung các cơ sở thu mua đã cơ bản đáp ứng được nhu cầu của các hộ nông dân sản xuất thanh long trên địa bàn.

Hiện trên địa bàn tỉnh có các hình thức thu mua thanh long:

- Các doanh nghiệp thu mua của các thương lái theo hình thức thỏa thuận, giao hàng xong thì nhận tiền. Giá cả thu mua tùy theo thời điểm thị trường không có một ràng buộc nào với người trồng thanh long.

- Các thương lái thường áp dụng hình thức "mua đứt bán đoạn" chủ yếu thông qua người mua gom và một số lượng nhỏ mua trực tiếp của nông dân, có nhưng rất ít trường hợp thỏa thuận với nông dân qua hình thức ứng tiền trước hoặc vật tư (tính cả lãi suất vay) cho hộ trồng thanh long, sau đó hộ trồng thanh long sẽ trả bằng sản phẩm theo giá thị trường theo thời điểm.

Việc giao dịch, thỏa thuận trong mua bán thanh long giữa người sản xuất và người thu mua được thực hiện thông qua điện thoại hoặc gặp gỡ trực tiếp. Tùy



thuộc vào mối quan hệ giữa hai bên trước đó hoặc nhu cầu mà người bán hoặc người mua chủ động liên lạc để thương lượng, thỏa thuận về giá cả kèm theo hình thức giao hàng.

**3.2. Tình hình tiêu thụ thanh long**

• **Kênh tiêu thụ:** có 4 kênh tiêu thụ thanh long ở Tiền Giang:

- Kênh thứ nhất: Người trồng thanh long -> Người mua gom/ thương lái -> doanh nghiệp xuất khẩu chính ngạch/ tiểu ngạch -> người tiêu dùng nước ngoài.

- Kênh thứ hai: Người trồng thanh long -> người mua gom -> Chủ vựa -> các chợ trong vùng -> người tiêu dùng.

- Kênh thứ ba: Người trồng thanh long -> Chủ vựa chợ địa phương -> Người bán lẻ-> Người tiêu dùng.

- Kênh thứ tư: người trồng thanh long -> chợ-> người tiêu dùng (chiếm rất ít)

**3.3. Thuận lợi và khó khăn trong tiêu thụ thanh long**

\* **Thuận lợi** trong tiêu thụ thanh long

- Nhu cầu tiêu thụ thanh long lớn và thường xuyên.

- Hiện nay có nhiều công ty có nhu cầu liên kết tiêu thụ thanh long trực tiếp với tổ hợp tác như công ty Sương Sơn Bình Chánh, công ty Long Việt và các công ty ở thành phố Hồ Chí Minh....

\* **Những khó khăn** trong tiêu thụ thanh long

- Nhu cầu thanh long ở các thị trường cao cấp còn rất lớn nhưng việc thực hiện các hợp đồng xuất khẩu của các công ty gặp khó khăn do yêu cầu đảm bảo cả về số lượng và chất lượng theo tiêu chuẩn. Trong khi đó, diện tích thanh long đạt tiêu chuẩn GlobalGAP, VietGAP của tỉnh là rất ít

- Bên cạnh đó, có những diện tích đạt chứng nhận GlobalGAP nhưng khi kiểm tra dư lượng hóa chất trong trái thanh long lại vượt mức cho phép do trong quá trình sản xuất người trồng thanh long chưa tuân thủ đầy đủ các quy định của quy trình GAP.

- Xuất khẩu thanh long có sự đa dạng về thị trường nhưng còn phụ thuộc quá lớn vào thị trường Trung Quốc, các thị trường khác chiếm tỷ trọng thấp.

**4. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất và tiêu thụ thanh long tỉnh Tiền Giang**

Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất và tiêu thụ thanh long của tỉnh trong thời gian tới:

Thứ nhất, nâng cao kiến thức, năng lực cho các tác nhân. Hình thành liên kết giữa nông dân với doanh nghiệp để sản xuất, tiêu thụ thanh long đáp ứng theo yêu cầu thị trường về số lượng, chất lượng. Để thực hiện tốt giải pháp này cần:

- Tập huấn, cập nhật thông tin về cung cầu thanh long trong nước và thế giới nhằm giúp cho các tác nhân nắm được nhu cầu của thị trường, hiểu được vai

trò của các tác nhân trong chuỗi để đưa sản phẩm ra thị trường một cách bền vững.

- Tổ chức tập huấn, dạy nghề về kỹ thuật trồng thanh long theo tiêu chuẩn GAP nhằm mục đích nâng cao nhận thức, cung cấp kiến thức về thực hành sản xuất tốt để tạo ra sản phẩm chất lượng, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

Thứ hai, việc sản xuất thanh long của tỉnh còn rất nhiều điểm yếu như thiếu lượng thanh long đạt tiêu chuẩn chất lượng; thiếu liên kết sản xuất; các hình thức kinh tế hợp tác hoạt động yếu và thiếu. Vì vậy, cần phải:

- Hình thành và tổ chức lại các hợp tác xã, tổ hợp tác tập trung vào khâu sản xuất thanh long chất lượng, sản xuất theo GAP, gắn kết với công ty bao tiêu sản phẩm. Nhằm tạo ra sản phẩm đạt yêu cầu thị trường, phát triển sản xuất ổn định và bền vững.

- Hỗ trợ xây dựng liên kết sản xuất tự nguyện giữa nông dân với nông dân (liên kết ngang) để hình thành các cánh đồng lớn sản xuất theo một quy trình kỹ thuật tạo ra sản phẩm đạt yêu cầu về số lượng và chất lượng, có hợp đồng đầu ra ổn định.

Thứ ba, sản xuất thanh long của tỉnh đang đứng trước những nguy cơ như: Cạnh tranh về giá và chất lượng với các nước khác, việc gia tăng hàng rào kỹ thuật đối với thanh long Việt Nam, phụ thuộc nhiều vào thị trường Trung Quốc, nhu cầu tiêu dùng sản phẩm đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm ngày càng cao. Vì vậy, để phát huy những điểm mạnh và khắc phục các nguy cơ thì cần phải:

- Đầu tư nghiên cứu tạo ra các chủng loại thanh long khác nhau nhằm đáp ứng thị hiếu của thị trường về màu sắc, hương vị và chất lượng thị quả./.

**Tài liệu tham khảo**

Bộ Nông Nghiệp và Phát triển nông thôn (2014). Quyết định về xây dựng mô hình thâm canh thanh long bền vững, an toàn dịch bệnh, Quyết định số 4573/QĐ-BNN-KHCN ngày 22 tháng 10 năm 2014 của Bộ Nông Nghiệp và Phát triển nông thôn.

Dương Văn Tuấn (2016). Nghiên cứu chuỗi giá trị thanh long tỉnh Long An, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Cần Thơ

Đoàn Minh Vương, Võ Thị Thanh Lộc, Huỳnh Vũ Kiệt và Nguyễn Thanh Tiến (2015). Phân tích chuỗi giá trị thanh long tại huyện Chợ Gạo, tỉnh Tiền Giang, Tạp Chí Khoa Học, Trường Đại Học Cần Thơ, Số 36d, tr. 10-22

Sở Công thương Tiền Giang (2014). Báo cáo phân tích chuỗi giá trị thanh long tỉnh Tiền Giang, Sở Công thương Tiền Giang.

Sở Nông Nghiệp và Phát triển nông thôn Tiền Giang (2017). Đề án phát triển thanh long tỉnh Tiền Giang đến năm 2025.

# Tác động của lợi ích nhóm đến phát triển kinh tế thị trường

Lữ Văn Tuyên

Ban Nội chính Tỉnh ủy Sơn La

Hoàng Quý Phi

Công ty Luật TNHH Việt Kim

Nhóm lợi ích là tập hợp các cá nhân hoặc tập thể cùng có một lợi ích, khác biệt với lợi ích các nhóm khác, khác với lợi ích chung của cộng đồng lớn hơn, đang tác động vào các chủ trương, chính sách và điều hành của các cơ quan quản lý ở các cấp độ khác nhau nhằm tối đa hóa lợi ích của nhóm mình, bất chấp lợi ích chính đáng của các nhóm khác, bất chấp việc thực hiện lợi ích đó có tác động xấu đến sự phát triển chung của xã hội. Trong xã hội có nhiều dạng, kiểu, hình thức nhóm lợi ích khác nhau, chúng tác động bằng các phương thức kinh tế, chính trị và thông tin, tư tưởng lên việc xây dựng và thực thi các chính sách phát triển kinh tế - xã hội.

## 1. Khái niệm và phân loại lợi ích nhóm

Lợi ích nhóm là lợi ích của một nhóm người gắn kết với nhau, hỗ trợ, móc ngoặc với nhau, giúp đỡ lẫn nhau để cùng có lợi ích và bảo vệ lợi ích đó. Xét về mục đích và tính chất, lợi ích nhóm có thể phân thành hai loại lợi ích nhóm tích cực và lợi ích nhóm tiêu cực. Lợi ích nhóm tích cực là lợi ích chính đáng, hợp pháp của một nhóm người. Trong xã hội tồn tại nhiều giai cấp, tầng lớp, nhóm người có đặc điểm, hoàn cảnh khác nhau, việc hình thành lợi ích nhóm tích cực là một nhu cầu khách quan, chính đáng, tự nhiên.

Lợi ích nhóm tiêu cực là lợi ích cục bộ của những nhóm người xác định, xung đột, mâu thuẫn với lợi ích chung của tập thể, của xã hội thậm chí với quốc gia, dân tộc. Lợi ích nhóm tiêu cực ở mức độ cao thường là lợi ích của một nhóm người ít hơn, chỉ phục vụ cho một nhóm người nhất định, tính cố kết, tính liên thông, móc ngoặc chặt chẽ, khép kín và tính vi hơn; xung đột, mâu thuẫn có tính chất đối kháng, gây thiệt hại cho lợi ích chung của xã hội, cản trở quá trình phát triển kinh tế xã hội. Lợi ích nhóm tiêu cực là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến việc hình thành các “nhóm lợi ích”. Đặc điểm của các “nhóm lợi ích” là có sự kết hợp cùng mục tiêu lợi ích, cùng hành động, cùng phân chia lợi ích, giữa những người có nhiều tiền với những người có quyền lực trong Nhà nước và trong Đảng cầm quyền.

Những năm gần đây, ở nước ta lợi ích nhóm đang là vấn đề có ảnh hưởng tiêu cực đến kinh tế, chính trị, văn hóa và xã hội. Các nghiên cứu ở nước ta chưa bàn sâu sắc, toàn diện về vấn đề lợi ích. Do đó, khi mà vấn đề lợi ích chưa được nhận thức đầy đủ và thực hiện đúng thì rõ ràng nền kinh tế chưa có động lực, các doanh nghiệp và mỗi người lao động đều chưa chủ

động, sáng tạo. Vì vậy, cần xem xét sự tác động của lợi ích nhóm đến phát triển kinh tế thị trường hiện nay và những kinh nghiệm, giải pháp nhằm hạn chế lợi ích nhóm tiêu cực trong phát triển kinh tế thị trường.

## 2. Tác động của lợi ích nhóm đến phát triển kinh tế thị trường

- Tác động của lợi ích nhóm trong nền kinh tế thị trường hiện đại ở các nước phát triển

Lợi ích nhóm trong nền kinh tế thị trường hiện đại biểu hiện tập trung ở lợi ích nhóm của các nhà tư bản và lợi ích nhóm các tầng lớp lao động. Trong nền kinh tế thị trường tư bản chủ nghĩa, bản chất và tác động của lợi ích các nhà tư bản có tính chất hai mặt:

Một mặt, các nhà tư bản đã đóng vai trò nhà đầu tư và tổ chức quản lý quá trình kinh tế thị trường, nhờ đó đã chuyển nền kinh tế nông nghiệp tự cung, tự cấp sang nền kinh tế thị trường tạo ra năng suất lao động cùng với chất lượng của sản phẩm ngày càng cao, giá thành ngày càng giảm, đáp ứng nhu cầu xã hội ngày càng tăng. Sự tích lũy tư bản đã thúc đẩy phát triển kinh tế thị trường thông qua đầu tư cho phát triển khoa học - công nghệ, phát triển nguồn nhân lực và không ngừng cải cách phương thức tổ chức và quản lý kinh tế. Vì vậy, chỉ hơn một trăm năm, nước Anh đã đi từ hiệp tác giản đơn và công trường thủ công lên trình độ đại công nghiệp cơ khí vào đầu thế kỷ XIX. Vào đầu thế kỷ XIX, thành tựu của cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật lần thứ nhất đã tạo ra lực lượng sản xuất hiện đại. Mác đã nhận xét rằng "không ngờ lại có một lực lượng sản xuất lớn như thế tồn tại trong lòng lao động xã hội". Trong quá trình phát sinh, phát triển kinh tế thị trường thì lợi ích nhóm của các nhà tư bản đã đóng vai trò tích lũy, đầu tư, tổ chức và quản lý trong cạnh tranh

phát triển như một tất yếu khách quan của quá trình phát triển kinh tế - xã hội hiện nay.

Mặt khác, như lịch sử đã cho thấy những giới hạn và mặt trái của lợi ích nhóm các nhà tư bản. Mục tiêu và động lực của lợi ích nhóm các nhà tư bản là lợi nhuận. Đây cũng là giới hạn không thể vượt qua của chủ nghĩa tư bản đã hạn chế những thành tựu lịch sử của nó, gây ra những biến động, khủng hoảng chu kỳ như:

Thứ nhất, thành tựu nhà nước pháp quyền và chế độ dân chủ bị giới hạn trong những phạm vi cho phép của lợi ích tư bản. Thành tựu xã hội dân sự và quyền con người cũng bị giới hạn, đã tạo ra khoảng cách giữa nội dung và các văn kiện pháp lý quốc gia (như hiến pháp, tuyên ngôn) với thực trạng phát triển xã hội.

Thứ hai, cùng với tiến trình phát triển kinh tế, thì khủng hoảng xã hội ngày càng sâu sắc, ở phạm vi ngày càng mở rộng. Trong đó, lối sống xã hội tiêu thụ với những hậu quả nặng nề về ổn định xã hội, về văn hóa, văn minh.

Thứ ba, mục tiêu và động lực cuối cùng là lợi nhuận dựa vào việc khai thác tài nguyên và lao động còn đem đến những hậu quả nặng nề về môi trường. Hậu quả này ngày càng tăng cùng với quá trình phát triển kinh tế vươn ra khắp thế giới đã làm biến đổi khí hậu, tai họa từ thiên nhiên, tạo ra nguy cơ sống còn với con người ở nhiều nước.

Chính vì những hạn chế nói trên của chủ nghĩa tư bản, nên khi nghiên cứu những mặt hạn chế của lợi ích tư bản, Mác đã kết luận: Giới hạn của chủ nghĩa tư bản chính là bản thân tư bản. Như vậy, tư bản với lợi ích tăng lợi nhuận đã đóng một vai trò hai mặt trong lịch sử từ xí nghiệp tư bản tư nhân phát triển thành tập đoàn kinh tế và ngày nay là các tập đoàn xuyên quốc gia, thúc đẩy các cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật, tổ chức và quản lý, đưa quá trình xã hội hóa lao động và sản xuất phát triển ở phạm vi toàn cầu.

Sự vận động, phát triển cả hai mặt của lợi ích nhóm tư bản đã tạo ra những nhân tố phủ định lợi ích nhóm ấy. Đó là:

Một là, sự ra đời, phát triển và lan tỏa của kinh tế tri thức đang làm thay đổi mô hình kinh tế, thể chế điều hành, cũng như các quan hệ kinh tế - xã hội trên phạm vi quốc gia và quốc tế.

Hai là, xu hướng phát triển mới là phát triển bền vững dựa trên kinh tế tri thức đang và sẽ làm thay đổi mối quan hệ cơ bản của xã hội loài người: mối quan hệ hài hòa giữa con người với con người và mối quan hệ thân thiện giữa con người với thiên nhiên.

Vào đầu thế kỷ XXI, xu hướng phát triển bền vững dựa trên kinh tế tri thức đang trở thành dòng chủ lưu của thời đại mới. Các nước phát triển chỉ có thể vượt qua khủng hoảng hệ thống hiện nay khi tổ chức và quản lý phù hợp với dòng chủ lưu của thời đại.

- Tác động của lợi ích nhóm trong kinh tế thị trường ở các nước đang phát triển

Lịch sử phát triển kinh tế thị trường ở các nước cho thấy có hai con đường phát triển khác nhau nhưng chúng có mối liên hệ nhân - quả với nhau. Con đường thứ nhất là con đường phát triển từ thấp lên cao theo một tiến trình kinh tế như ở các nước phát triển phương Tây, đó là "con đường lịch sử - tự nhiên". Con đường thứ hai của các nước phát triển sau, đã kế thừa những thành tựu của các nước đi trước (về khoa học - công nghệ, giáo dục, đào tạo nhân lực, tổ chức và quản lý), thể hiện tập trung trong thể chế kinh tế chính trị tiến bộ đương đại. Đây là "con đường phát triển rút ngắn" về tiến trình phát triển, chất lượng phát triển, thời gian để đạt trình độ các nước phát triển (như Hàn Quốc, chỉ sau 30 năm đã trở thành một nước phát triển vào thế kỷ XX) nhờ người lãnh đạo quốc gia có tầm nhìn và phương pháp lựa chọn, tiếp thu những thành tựu tiên tiến của thế giới và vận dụng sáng tạo phù hợp với điều kiện thực tiễn của dân tộc và thế giới.

Điều đáng chú ý là các nước phát triển sau và hội nhập vào kinh tế thị trường thế giới đều chịu sự chi phối của thời đại kinh tế công nghiệp tư bản chủ nghĩa. Do đó, sự hình thành lợi ích nhóm khác nhau thể hiện ở sự ra đời các đảng phái đại biểu cho lợi ích nhóm tham gia vào hệ thống chính trị là tất yếu và đều có mặt tích cực và tiêu cực của tác động lợi ích nhóm trong phát triển kinh tế - xã hội như các nước phát triển trước.

- Tác động của lợi ích nhóm ở các nước xã hội chủ nghĩa cũ, hiện nay đã chuyển sang kinh tế thị trường

Sau hệ thống XHCN tan rã vào cuối thế kỷ XX, các nước vốn là chủ nghĩa xã hội lần lượt đều chuyển sang kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế, trong đó, chỉ có hai nước chuyển trước là Trung Quốc (từ năm 1978) và Việt Nam (từ năm 1986). Suy đến cùng, sự chuyển biến sâu sắc và quy mô rộng lớn này là do tác động của thời đại kinh tế, chứ không phải do các cuộc cách mạng hay chiến tranh. Vì vậy, các nước XHCN chuyển sang kinh tế thị trường là một tất yếu khách quan về kinh tế và chính trị.

Tất yếu này đòi hỏi các nước trên trong quá trình phát triển phải có những chính sách phù hợp với quy luật của con đường phát triển rút ngắn về kinh tế và chính trị trong thời đại quá độ từ kinh tế công nghiệp lên kinh tế tri thức, đặc biệt, thể hiện trong việc lựa chọn mô hình kinh tế và thể chế kinh tế chính trị.

Nhìn từ thực trạng kinh tế, chính trị của các nước này sau chuyển đổi, trong đó, Trung Quốc hiện nay (sau hơn 40 năm cải cách) và Việt Nam (sau gần 35 năm đổi mới), có thể rút ra những đặc điểm và nguồn gốc phát sinh lợi ích nhóm, để từ đó có giải pháp phù hợp:

Thứ nhất, so với các nước phát triển rút ngắn thành công cuối thế kỷ XX như Hàn Quốc, Xingapo thì các nước đang phát triển như Việt Nam chuyển đổi đầu thế kỷ XXI có cơ hội lớn hơn và thách thức hơn. Chuyển thách thức thành cơ hội là vấn đề lớn nhất về tầm nhìn và phương pháp đối với hệ thống chính trị, nhất là những người lãnh đạo, quản lý quốc gia.

Cơ hội lớn là chuyển đổi ở giai đoạn ra đời và phát triển kinh tế tri thức mới mô hình kinh tế mới và thể chế mới mang tính xã hội rộng lớn hơn và tính nhân văn sâu sắc hơn mô hình và thể chế ở thế kỷ XX. Hiện kinh tế tri thức đang trở thành dòng chủ lưu của một thời đại mới tạo ra khả năng chưa từng có cho các nước đang chuyển đổi đạt được chất lượng phát triển cao hơn với thời gian rút ngắn hơn, nếu những người lãnh đạo, quản lý đất nước biết tạo tiền đề để nắm bắt cơ hội chưa từng có, để rút ngắn những bước đi quá độ tất yếu phải trải qua.

Thách thức lớn đối với các nước đang chuyển đổi hiện nay là điểm xuất phát (về kinh tế, xã hội, văn hóa, chính trị) của quá trình chuyển đổi rất thấp, lại không đổi mới kịp thời, nên đã tạo ra môi trường thuận lợi nảy sinh những tiêu cực của kinh tế thị trường trong nước và đầu tư nước ngoài lợi dụng. Động cơ chạy theo lợi ích cá nhân và lợi ích nhóm ngày càng phổ biến và nặng nề của nhiều doanh nhân, nhiều quan chức các cấp. Cuộc cạnh tranh không lành mạnh đã liên kết họ thành nhóm lợi ích.

Thứ hai, bản chất của lợi ích nhóm ở nước đang chuyển đổi mô hình và thể chế có khác với lợi ích nhóm ở các nước phát triển là: Lợi ích nhóm ở các nước phát triển do cạnh tranh dựa trên pháp luật, nên đã thúc đẩy những tiến bộ về lực lượng sản xuất, về thể chế tài chính và một phần tiến bộ xã hội. Đó là mặt tích cực của nó, bên cạnh mặt tiêu cực là tạo ra sự phân hóa giàu nghèo quá mức và hủy hoại môi trường.

Nguy cơ lớn nhất của lợi ích nhóm ở đây là sự xung đột giữa lợi ích nhóm với lợi ích xã hội, tạo ra tình trạng không ổn định xã hội; tình trạng lạc hậu kéo dài về giáo dục đào tạo, khoa học và công nghệ, tổ chức và quản lý, ngăn cản những đổi mới sáng tạo từ nhân dân, trong khi lại tiếp nhận những công nghệ lạc hậu, văn hóa, lối sống tiêu thụ của phương Tây làm cho đất nước có nguy cơ trở thành "bãi rác" của thế giới, khoảng cách tụt hậu ngày càng xa.

### **3. Giải pháp nhằm hạn chế lợi ích nhóm trong phát triển kinh tế thị trường**

Sự phát sinh lợi ích nhóm trong kinh tế thị trường có nguồn gốc sâu xa từ bản chất của kinh tế thị trường phát triển dựa trên lợi ích riêng gắn với lợi ích chung. Đó là một mâu thuẫn, và cũng là động lực phát triển. Sự thành công của một số nước đều dựa trên việc giải

quyết hợp lý mối quan hệ lợi ích. Vì vậy, cần xử lý linh hoạt mâu thuẫn ấy trong mỗi bước của tiến trình phát triển kinh tế thị trường. Trái lại, các nước chỉ coi trọng lợi ích từ một phía đều dẫn đến nhiều hậu quả, mà khủng hoảng kinh tế - xã hội là tác động lớn nhất, thậm chí, có nước hoàn toàn thất bại cả về kinh tế lẫn chính trị.

Ngoài ra, bài học thất bại của mô hình chủ nghĩa xã hội thế giới thế kỷ XX còn cho thấy, do chỉ chú trọng chính trị (có tính chủ quan duy ý chí), coi thường vai trò của người dân, trí thức trong phát triển kinh tế thị trường, không thấy mối quan hệ giữa lợi ích cá nhân và xã hội là động lực của phát triển, nên rơi vào "chính trị hóa đời sống xã hội". Nhìn sâu hơn và bao quát hơn, còn có thể thấy mối quan hệ giữa lợi ích riêng và lợi ích chung, lợi ích cá nhân và xã hội ở mỗi giai đoạn thể hiện tập trung ở mối quan hệ giữa kinh tế với chính trị, giữa kinh tế chính trị với văn hóa. Vì vậy, giải quyết vấn đề lợi ích nhóm không thể chỉ bằng các biện pháp hành chính, mà phải từ chiến lược phát triển kinh tế - xã hội từ tổ chức - quản lý thực hiện.

Một trong những giải pháp có tính quyết định là xây dựng và thực thi thể chế kiểm kê, kiểm soát của xã hội, thể chế công khai, minh bạch, nhất là vấn đề đầu tư tài sản và thu nhập.

Chính vì tác động của lợi ích nhóm nên sự phát triển kinh tế thị trường phải gắn với môi trường dân chủ hóa xã hội, bằng xây dựng nhà nước pháp quyền nhân dân, phát huy đầy đủ vai trò của các tổ chức xã hội, hướng tới mục tiêu một nền kinh tế phát triển bền vững, một xã hội phát triển hài hòa, cân bằng mối quan hệ giữa các cá nhân với xã hội, giữa con người với tự nhiên. Đó là cơ sở hình thành một xã hội mới, một nền văn hóa mới đậm tính nhân văn./.

### **Tài liệu tham khảo**

Nguyễn Thị Mai Hoa (2013), "Kiểm soát lợi ích nhóm - tiếp cận từ góc độ giám sát quyền lực nhà nước", Tạp chí Lý luận chính trị, số 11.

R.Allen Hays.- Vai trò các nhóm lợi ích.- <http://icevn.org/vi/VaiTroNhomLoiIch>.

Nguyễn Thảo: "Lợi ích nhóm" và cái cách thể chế, trong <http://vneconomy.vn/20120831112155300P0C9920/loi-ich-nhom-va-cai-cach-the-che.htm>

Nguyễn Thị Thu Huyền (2016), "Lợi ích nhóm với vấn đề tham nhũng chính sách ở Việt Nam hiện nay - Một số biểu hiện và giải pháp phòng ngừa", Tạp chí Giáo dục lý luận (243), tr.37-39.

# Thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp FDI tại Việt Nam

Lê Danh Lượng

Học viện Ngân hàng - Phân viện Bắc Ninh

Trách nhiệm xã hội (TNXH) của doanh nghiệp FDI đã trở thành cơ sở cho nhiều báo cáo công bố trên toàn thế giới khi cho rằng bộ phận doanh nghiệp FDI đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng của một quốc gia. Các doanh nghiệp FDI thường là các doanh nghiệp thuộc các quốc gia đã phát triển đầu tư vào Việt Nam, do vậy, có những kỳ vọng, tiêu chuẩn cao hơn đối với hoạt động của doanh nghiệp FDI. Với quy mô và hình thức hoạt động của doanh nghiệp FDI phức tạp hơn dẫn đến có không ít những sai phạm hay hành động phi đạo đức diễn ra trong những năm qua ở nhóm doanh nghiệp này. Bài viết này sẽ phân tích thực trạng thực hiện TNXH của các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam dựa trên các dữ liệu thứ cấp, các nghiên cứu và các bài báo khoa học trong và ngoài nước.

## 1. Thực trạng thực hiện TNXH đối với Chính phủ

### 1.1. Trách nhiệm đóng thuế

Mức tăng trưởng về lợi nhuận bình quân của khu vực doanh nghiệp FDI trong giai đoạn 2011- 2016 là lớn nhất (25,5%) so với khu vực doanh nghiệp nhà nước (21%), khu vực tư nhân (17,4%). Nhưng tăng trưởng bình quân về thuế thì khu vực doanh nghiệp FDI là 8,6%, khu vực nhà nước 21%. Đặc biệt thuế thu nhập của các doanh nghiệp FDI rất thấp 7,5% ( theo thời báo tài chính 27/01/2019). Như vậy có thể thấy, trái với mức lợi nhuận lớn nhất thì các doanh nghiệp FDI lại có tỷ lệ đóng góp vào ngân sách Nhà nước là thấp nhất trong các thành phần kinh tế.

Theo điều tra của VCCI về các doanh nghiệp FDI năm 2018: Năm 2012 và 2013, tỷ lệ DN FDI báo lỗ đã giảm xuống còn dưới 30% và DN báo lãi tăng lên trên 60%. Nhưng từ năm 2014 tỷ lệ báo lỗ lại có dấu hiệu tăng trở lại với tỷ lệ báo lỗ trên 30%. Năm 2017, tỷ lệ báo lỗ tăng cao kỷ lục trong vòng 5 năm, lên 37,9% trong khi tỷ lệ báo lãi cũng giảm mạnh chỉ còn 53,1% vào năm 2018.

Theo thống kê từ kết quả thanh tra của cơ quan thuế nhằm chống chuyển giá giai đoạn 2012-2015: Khu vực doanh nghiệp FDI số doanh nghiệp kê khai không đúng để giảm nộp thuế là 720 doanh nghiệp trên tổng số 870 doanh nghiệp bị thanh tra ở khắp các tỉnh thành, chiếm 74,23% và số tiền truy thu từ các doanh nghiệp FDI chiếm 40% tổng số. Trong đó các doanh nghiệp FDI tại Hà Nội là 326 doanh nghiệp vi phạm trên tổng số 332 doanh nghiệp bị thanh tra, chiếm 98,19% và tổng số thuế truy thu và phạt là 498 tỷ đồng. Năm 2016 và 9 tháng đầu năm 2017, chỉ có 966/4.000 (chiếm 24%) doanh nghiệp FDI tại Hà Nội báo lãi, còn trên 3.000 doanh nghiệp báo hòa và báo lỗ. Điều này cho thấy các doanh nghiệp FDI vẫn chưa

thực sự có trách nhiệm cao trong vấn đề thực hiện nghĩa vụ nộp thuế - thực hiện khía cạnh pháp lý TNXH của mình.

### 1.2. Trách nhiệm tuân thủ quy định pháp luật

- *Những vi phạm quy định về lao động:* Theo Tổng cục Thống kê (quý II/2018), việc thực thi hợp đồng lao động tại các DN FDI là khá tốt, nhưng vẫn không ít doanh nghiệp FDI chưa thực hiện nghiêm túc các cam kết trong hợp đồng lao động, vi phạm quyền lợi người lao động, dẫn đến tranh chấp lao động hoặc ngừng việc tập thể. Các vi phạm chủ yếu tập trung vào các vấn đề: cách trả lương, thưởng; thời gian làm thêm nhiều, điều kiện làm việc chưa đảm bảo, không đóng bảo hiểm xã hội, cách hành xử, quản lý người lao động... trong tổng số hợp đồng lao động được thực thi tại các doanh nghiệp FDI, số hợp đồng lao động không xác định thời hạn chỉ chiếm 33,4%; Số hợp đồng lao động từ 1 năm đến dưới 3 năm, chiếm 55%; số hợp đồng từ 3 tháng đến dưới 1 năm chiếm 8,7% và dưới 3 tháng chiếm 1,4%; 1,5% còn lại không có hợp đồng lao động. Để tránh nộp bảo hiểm xã hội, một số doanh nghiệp FDI đã chuyển từ “ký kết hợp đồng lao động sang ký kết hợp đồng dịch vụ, tư vấn, cộng tác viên đối với một số công việc thường xuyên”.

Những sai phạm trong thực thi các quy định pháp luật về lao động thường được các doanh nghiệp FDI đưa ra lý do là “chưa nắm rõ pháp luật lao động tại Việt Nam”. Nguyên nhân một phần do công tác tuyên truyền pháp luật lao động chưa được đẩy mạnh và đi vào chiều sâu. Các chế tài pháp luật của Việt Nam chưa đủ mạnh để răn đe các doanh nghiệp FDI. Chẳng hạn có những doanh nghiệp nợ hàng chục tỷ đồng, khi thanh tra xuống thanh tra và xử phạt doanh nghiệp sẵn sàng nộp phạt. Vì mức phạt chỉ vài chục triệu đồng, trong khi đó nợ hàng tỷ đồng Bảo hiểm xã

hội. Rõ ràng có những bất cập trong việc thực thi pháp luật lao động ở nước ta hiện nay.

- *Những vi phạm quy định môi trường*: Mặc dù có những đóng góp tích cực nhưng khu vực doanh nghiệp FDI cũng gây ra không ít ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển bền vững của nền kinh tế Việt Nam. Đó là các tác động tiêu cực đến môi trường sinh thái ảnh hưởng đến sức khỏe cộng đồng dân cư địa phương. Những sai phạm mà các doanh nghiệp FDI vi phạm về môi trường là vi phạm tiêu chuẩn về khí thải, nước thải, chất thải rắn. Đặc biệt có những doanh nghiệp FDI chưa tuân thủ những quy định về bảo vệ môi trường gây hậu quả nghiêm trọng như Công ty Vedan tại Đồng Nai, Công ty Tung Kuang tại Hải Dương, Công ty Long Tech tại Bắc Ninh, và nghiêm trọng nhất là Công ty Fomosa Đài Loan tại Hà Tĩnh.

Các doanh nghiệp FDI gây ô nhiễm môi trường khi mở rộng đầu tư vào Việt Nam là một xu hướng đáng lo ngại hiện nay. Các doanh nghiệp có công nghệ không cao khả năng phát thải cao và tiêu thụ nhiều năng lượng thường tập trung vào các ngành: dệt may, giấy, hóa chất, gang thép. Đây là điều trái ngược với những tuyên bố đưa công nghệ tiên tiến và sản xuất tại Việt Nam của các doanh nghiệp FDI. Thực tiễn cho thấy không ít các khu công nghiệp đi vào hoạt động với hệ thống xử lý nước thải chưa có hoặc chưa hoàn thiện, hoặc có cục bộ nhưng vận hành không hiệu quả.

Các doanh nghiệp FDI xuất thân từ Nhật Bản và Hàn Quốc nói chung đều tuân thủ tương đối tốt các quy định về môi trường của Việt Nam. Trong khi đó các công ty xuất thân từ Đài Loan, Trung Quốc thì mức độ tuân thủ chỉ ở mức ngang với các công ty tư nhân của Việt Nam và thường có nhiều vi phạm để lại hậu quả nặng nề.

## **2. Thực trạng thiện TNXH với người lao động**

### **2.1. Về trả lương cho người lao động**

Nói chung các doanh nghiệp FDI đã trả lương xứng đáng cho người lao động. Trên thực tế tiền lương mà các doanh nghiệp FDI trả cho người lao động cao hơn số tiền lương ghi trong hợp đồng lao động từ 14- 15% và có xu hướng tăng từ 10 — 25%/năm. Thu nhập bình quân mỗi lao động trong khu vực doanh nghiệp FDI cao hơn khu vực doanh nghiệp nhà nước cũng như doanh nghiệp ngoài nhà nước tại Việt Nam. Chênh lệch tiền lương trả cho lao động có chuyên môn kỹ thuật gấp 3,4 lần so với lao động phổ thông. Có 94-94% doanh nghiệp FDI tham gia đóng bảo hiểm xã hội. ¾ số doanh nghiệp FDI được điều tra có tổ chức công đoàn với trên 80% người lao động tham gia. 56% doanh nghiệp FDI có thỏa ước lao động tập thể và 45% cán bộ hòa giải cấp cơ sở. Điều kiện làm việc và vệ sinh an toàn lao động là tương đối tốt.

Theo khảo sát 4.288 doanh nghiệp của Sở Lao động- Thương binh và Xã hội Hà Nội, năm 2017 cho

thấy, khu vực doanh nghiệp FDI có mức lương bình quân cao gấp 2- 3 lần các khu vực khác. Điều đó cho thấy các doanh nghiệp FDI có chế độ đãi ngộ và thu hút lao động, đặc biệt là lao động có năng lực chuyên môn cao.

### **2.2. Về đảm bảo quyền lợi cho người lao động**

Nói chung các doanh nghiệp FDI ngày càng quan tâm đến việc đảm bảo quyền lợi cho người lao động. Đa phần các thỏa ước giữa doanh nghiệp và người lao động có lợi cho người lao động. Nhưng vẫn còn một số doanh nghiệp FDI để xảy ra tình trạng nợ đọng Bảo hiểm xã hội, tranh chấp lao động với nhiều cuộc đình công đòi quyền lợi về lương, thưởng, thời gian làm thêm, nghỉ giữa ca và các chế độ phúc lợi khác. Trong năm 2019 các cuộc đình công xảy ra nhiều nhất trong doanh nghiệp FDI xuất thân từ Hàn Quốc, Đài Loan và Trung Quốc. Đa phần các cuộc đình công xảy ra ở các doanh nghiệp FDI sử dụng nhiều lao động như: dệt may chiếm 28,36%; da giày 19,4%; nhựa 16,42%; gỗ 14,93% trong tổng số các cuộc đình công của người lao động tại các doanh nghiệp này.

Khu vực doanh nghiệp FDI thu hút khoảng 3,6 triệu lao động trực tiếp và khoảng 5-6 triệu lao động trong các khâu gián tiếp khác. Sự có mặt của các doanh nghiệp FDI đã làm mất đi nhiều việc làm truyền thống của cư dân tại các địa phương bị thu hồi đất. Thêm vào đó các doanh nghiệp FDI thường thiên về thu hút nguồn nhân công giá rẻ, ít đào tạo. “Đặc biệt, tình trạng lao động trong các doanh nghiệp có vốn FDI bị thất nghiệp sau tuổi 35 đang trở thành xu hướng gia tăng đáng báo động về CSR của DN đối với lao động và áp lực an sinh xã hội từ khu vực doanh nghiệp FDI”

### **2.3. Về đào tạo nâng cao chất lượng nhân lực**

Theo kết quả điều tra của VCCI (2017) trong báo cáo PCI cho thấy, chi cho đào tạo lao động của các doanh nghiệp FDI đã tăng lên đáng kể so với 2013. Vào năm 2013, chi phí trung bình cho hoạt động này chỉ chiếm 3,6% chi phí kinh doanh của các doanh nghiệp FDI, năm 2014 tăng lên là 5,9% và năm 2017 là 5,7%. Việc gia tăng chi phí đào tạo cho người lao động trong các doanh nghiệp FDI một phần là do các doanh nghiệp này chuyển sang hướng sản xuất những sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn, đòi hỏi người lao động cần được đào tạo chuyên môn sâu hơn. Mặt khác nó cũng cho thấy chất lượng nguồn nhân lực tại Việt Nam còn chưa đáp ứng được so với yêu cầu của các doanh nghiệp FDI. Việc này đã đem đến nhiều cơ hội đào tạo cho người lao động và nó cũng phản ánh TNXH của doanh nghiệp FDI ở mức độ cao hơn.

### **2.4. Về xây dựng môi trường làm việc an toàn**

Công tác đảm bảo an toàn lao động tại các doanh nghiệp FDI được các cơ quan chức năng của Việt Nam đánh giá là thực hiện tốt hơn các doanh nghiệp trong nước. Vì các doanh nghiệp này có tiềm lực tài chính tốt hơn, có sự đầu tư lớn hơn cho công tác vệ sinh, an

toàn lao động. Với những doanh nghiệp FDI thuộc các tập đoàn đa quốc gia thì vấn đề này còn được thực hiện rất tốt vì họ luôn có bộ tiêu chuẩn về công tác này để thực hiện trên toàn thế giới.

Dù vậy những năm gần đây vẫn còn một số vụ tai nạn lao động, mất an toàn xảy ra tại doanh nghiệp FDI. Chẳng hạn như “vụ tai nạn do sập giàn giáo vào tháng 3/2015 làm 13 người chết, 29 người bị thương tại hạng mục đúc thùng chìm, công trường thi công sản xuất và lắp đặt thùng chìm trọng lực tại Dự án Formosa của Công ty TNHH Gang thép Hưng Nghiệp Formosa Hà Tĩnh. Hay, tại TP.HCM, vụ sập giàn giáo tại công trình Tòa nhà Văn phòng Nam Sài Gòn, xảy ra vào tháng 7/2015 làm 3 người chết, 4 người bị thương...”

### 3. Thực hiện TNXH với khách hàng

Đối với doanh nghiệp nói chung, khách hàng là đối tác quan trọng nhất quyết định sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp. Như vậy, trong cung cấp hàng hóa và dịch vụ các doanh nghiệp phải làm tốt việc đưa hàng hóa, dịch vụ đến với khách hàng. Dù vậy, không ít doanh nghiệp FDI đã để xảy ra các vấn đề liên quan chất lượng hàng hóa, dịch vụ và bảo đảm an toàn cho khách hàng gây hệ lụy tiêu cực đến khách hàng. Các vụ sản xuất thực phẩm có chứa chất có hại cho sức khỏe của người tiêu dùng như “nước tương có chứa chất 3-MCPD gây ung thư, bánh phở chứa phormol, thực phẩm chứa hàn the, sữa có chứa melamine, sản xuất và nhập thuốc giả”. Tình trạng hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng đã chứng tỏ doanh nghiệp sản xuất ra nó không thực hiện TNXH của mình đối với người tiêu dùng. Nói chung người tiêu dùng đã có nhận thức khá tốt về những vấn đề liên quan đến TNXH của doanh nghiệp nhưng lại chưa quan tâm nhiều đến danh tiếng và việc thực hiện TNXH của doanh nghiệp.

### 4. Thực hiện TNXH với cộng đồng

#### 4.1. Về bảo vệ môi trường

Môi trường là một vấn đề nổi cộm nhất gây nhiều bức xúc nhất của doanh nghiệp FDI hiện nay. Nhiều doanh nghiệp FDI đang coi TNXH của doanh nghiệp với môi trường là một gánh nặng hoặc chỉ là phương thức marketing để tạo hình ảnh có lợi cho doanh nghiệp. Vì vậy, không ít dự án của doanh nghiệp FDI đưa dây chuyền lạc hậu vào Việt Nam để sản xuất. Thực tế cho thấy trong hơn 30 năm thu hút FDI, các doanh nghiệp FDI chủ yếu tận dụng nguồn tài nguyên và nhân công giá rẻ của Việt Nam, do vậy, công nghệ cao chỉ chiếm 6%, và tới 80% công nghệ của khu vực doanh nghiệp FDI ở mức trung bình so với thế giới và do vậy gây ảnh hưởng không nhỏ đến môi trường. và gần đây đã có xu hướng các dự án của doanh nghiệp FDI sử dụng nhiều năng lượng, tài nguyên, lao động và khoản thân thiện với môi trường (Nguyễn Thị Ngọc Loan, 2019).

### 4.2 Về phát triển cộng đồng

Đối với cộng đồng, bên cạnh trách nhiệm bảo vệ môi trường, các doanh nghiệp FDI còn phải đóng góp cho sự phát triển của cộng đồng địa phương nơi mình hoạt động. Trong đó hoạt động từ thiện nhằm giúp đỡ người nghèo, phát triển cộng đồng luôn được tôn vinh. Việc các doanh nghiệp thực hiện TNXH của mình thông qua các hoạt động như xây nhà tình thương, cấp học bổng, xây trường học, cung cấp miễn phí các dịch vụ y tế, ủng hộ các vùng bị thiên tai, v.v... Mỗi doanh nghiệp có cấp độ hoạt động từ thiện khác nhau nhưng điểm chung của các doanh nghiệp FDI là không chỉ thực hiện TNXH của mình như hoạt động thiện nguyện thuần túy mà họ còn triển khai đều đặn những hoạt động này kể từ khi bắt đầu thâm nhập vào Việt Nam. Các doanh nghiệp FDI từ Nhật Bản và Hàn Quốc là những doanh nghiệp tiên phong trong các hoạt động từ thiện cũng như đóng góp cho cộng đồng. Đây hiện là hai quốc gia có tổng vốn đầu tư lớn nhất trong 115 quốc gia đầu tư vào Việt Nam, chiếm khoảng 50% tổng vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.

### 5. Kết luận

Trong bối cảnh phát triển bền vững, các doanh nghiệp trên toàn cầu đều quan tâm đến mục tiêu và triển khai thực hiện TNXH của mình. Là nhóm doanh nghiệp có những ưu thế nhất định, khi tiến hành phát triển kinh doanh quốc tế, các doanh nghiệp FDI cần tập trung thực hiện TNXH của doanh nghiệp và phải coi đó là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển lâu dài. Từ các nghiên cứu và đánh giá của bài viết, có thấy việc thực hiện TNXH của doanh nghiệp FDI đối với các bên liên quan bao gồm Chính phủ, người lao động, khách hàng và cộng đồng nhằm nâng cao danh tiếng của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu sẽ có ích đối với các doanh nghiệp, Chính phủ trong việc xây dựng chính sách và thúc đẩy thực hiện TNXH của doanh nghiệp tại Việt Nam./.

### Tài liệu tham khảo

Dũng Hiếu (2019), “Trên 82% vụ đình công xảy ra tại doanh nghiệp FDI”, <http://vneconomy.vn/tren-82-vu-dinh-cong-xay-ra-tai-doanh-nghiep-fdi-20190807225557827.htm>.

Nguyễn Thị Ngọc Loan, 2019, Thu hút FDI “xanh” gắn với mục tiêu phát triển bền vững, Tạp chí tài chính (18/04/2019) <http://tapchitachinh.vn/su-kien-noi-bat/thu-hut-fdi-xanh-gan-voi-muc-tieu-phat-trien-ben-vung-305144.html>.

Đình Đức Trường, 2015, Quản lý môi trường tại các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài FDI. Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Tập 31, Số 5 (2015) 46-55

# Đề xuất mô hình lý thuyết chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng gạch không nung tại Đồng bằng sông Cửu Long

Hà Thị Thanh Tuyền, NCS, Trường Đại học Cần Thơ  
Đặng Thanh Sơn, Trường Đại học Kiên Giang  
Nguyễn Ngọc Minh, Trường Đại học Tây Đô

Mục tiêu của bài viết này là đề xuất mô hình lý thuyết chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ; thành phần của chất lượng mối quan hệ và kết quả của mối quan hệ trong chuỗi cung ứng gạch không nung tại Đồng bằng sông Cửu Long. Lược khảo các công trình nghiên cứu trong nước và trên thế giới chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng. Ngoài ra, thực hiện nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn chuyên gia và kiểm định Cronbach's Alpha, tác giả đề xuất mô hình lý thuyết có 09 thang đo và 35 biến.

## 1. Mở đầu

Sản xuất gạch không nung mang lại hiệu quả kinh tế cao, tiềm năng tiêu thụ và phát triển sản phẩm gạch không nung rất lớn. Ở Đồng bằng sông Cửu Long có một số doanh nghiệp sản xuất gạch không nung tập trung ở các tỉnh có nguyên liệu đầu vào như: An Giang và Kiên Giang chiếm khoảng 50% số doanh nghiệp tại địa bàn nghiên cứu. Tuy nhiên, bên cạnh sự phát triển, các doanh nghiệp gạch không nung tại Đồng bằng sông Cửu Long còn gặp nhiều khó khăn trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Trong số các doanh nghiệp khảo sát, có hơn 60% là doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các đơn vị này vừa trực tiếp sản xuất và phân phối sản phẩm, họ không có hệ thống phân phối hoặc nếu có chỉ là các cửa hàng nhỏ lẻ. Hơn nữa, những doanh nghiệp nhà máy gạch không nung này ít quan tâm đến việc tạo lập một mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối để mang lại hiệu quả, nên họ thường gặp những trở ngại trong việc tiêu thụ sản phẩm, thông tin thị trường, ... Do đó, hoạt động sản xuất kinh doanh gặp nhiều khó khăn và không ổn định. Vì vậy, cần phải có mô hình lý thuyết chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng gạch không nung tại ĐBSCL.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### 2.1. Chuỗi cung ứng

Theo M.Porter (1990), chuỗi cung ứng là một quá trình chuyển đổi từ nguyên vật liệu thô cho tới sản phẩm hoàn chỉnh thông qua quá trình chế biến và phân phối tới tay khách hàng cuối cùng.

Lambert et al., (1998), Chuỗi cung ứng không chỉ là một chuỗi của các doanh nghiệp với nhau, mà là mối quan hệ thương mại giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp và quan hệ giữa các doanh nghiệp với nhau.

Chuỗi cung ứng là hệ thống các tổ chức, con người và cơ sở hạ tầng có liên quan đến việc đưa sản phẩm từ người sản xuất đến người tiêu dùng. Các hoạt động của chuỗi cung ứng là quá trình chuyển đổi từ các yếu tố đầu vào trong quá trình thành những sản phẩm hoàn chỉnh và phân phối sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng.

### 2.2 Chất lượng mối quan hệ

Chất lượng mối quan hệ được định nghĩa xuất phát từ lý thuyết marketing mối quan hệ được nhiều tác giả nghiên cứu như Crosby et al., (1990); Morgan và Hunt (1994); Izogo (2016), mục tiêu của lý thuyết này là củng cố, giúp cho các mối quan hệ trở nên mạnh mẽ hơn và biến khách hàng chưa quan tâm thành khách hàng trung thành được hai tác giả Berry và Parasuraman (1991) nghiên cứu.

Hơn nữa, chất lượng mối quan hệ về cơ bản được sử dụng để mô tả tổng thể về sức mạnh của các mối quan hệ được hai tác giả Garbarino và Johnson nghiên cứu vào năm 1999. Ngoài ra, chất lượng mối quan hệ là một cấu trúc tổng thể gồm một số kết quả quan trọng phản ánh bản chất chung của quan hệ trao đổi cụ thể một số tác giả nghiên cứu như Dwyer et al., (1987); Kumar et al., (1995). Nhiều nghiên cứu đã nêu được lợi ích khác nhau cho cả bên bán và bên mua từ mối quan hệ kinh doanh chất lượng cao.

### 2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến thành phần của chất lượng mối quan hệ

Các nhân tố ảnh hưởng đến thành phần của chất lượng mối quan hệ đã được nhiều tác giả nghiên cứu đến Athanasopoulou (2008, 2009). Tuy nhiên, các nghiên cứu này chưa có sự thống nhất về các nhân tố ảnh hưởng đến các thành phần của chất lượng mối quan hệ Naoui và Zaiem (2010). Do các ngữ cảnh nghiên cứu khác nhau, dẫn đến kết quả có nhiều



nhân tố khác nhau ảnh hưởng đến các thành phần của chất lượng mối quan hệ Athanasopoulou (2009). Cũng năm 2009 tác giả Athanasopoulou cho rằng, các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ được phân thành 4 nhóm chính: (i) Nhóm nhân tố về mối quan hệ (người mua và người bán); (ii) Nhóm nhân tố về thuộc tính mối quan hệ; (iii) Nhóm nhân tố về đặc điểm cung cấp và (iv) Nhóm nhân tố về môi trường.

Trên cơ sở các nhân tố ảnh hưởng đến thành phần của chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong các nghiên cứu liên quan, tác giả đã thực hiện phương pháp định tính, khám phá những nhân tố ảnh hưởng đến các thành phần của chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất — nhà phân phối trong ngành gạch không nung tại Đồng bằng sông Cửu Long gồm 05 nhân tố: (i) Chất lượng sản phẩm; (ii) Chất lượng giao hàng; (iii) Thông tin thị trường; (iv) Tương tác trong công việc; và (v) Sự hợp tác.

#### 2.4 Thành phần của chất lượng mối quan hệ

Có rất nhiều tác giả cho rằng thành phần của chất lượng mối quan hệ không những cam kết, lòng tin và sự hài lòng mà còn được tác giả đã đề xuất một loạt các thành phần khác như định hướng khách hàng, chủ nghĩa cơ hội và đạo đức cá nhân Dorsch et al., (1998); sự xung đột tối thiểu, sẵn sàng đầu tư và kỳ vọng liên tục Kumar et al., (1995), chia sẻ thông tin, truyền thông và định hướng lâu dài.

Theo Naoui và Zaiem (2010), thành phần của chất lượng mối quan hệ có thể phân thành ba nhóm sau: nhóm ý định hành vi, nhóm mối quan hệ và nhóm kết quả của mối quan hệ. Nhóm thứ nhất, nhóm ý định hành vi được thể hiện (định hướng bán hàng, sự giao tiếp, chủ nghĩa cơ hội, đạo đức cá nhân và xung đột tình cảm). Nhóm thứ hai, nhóm mối quan hệ thể hiện (lòng tin, cam kết và sự hài lòng). Nhóm thứ ba, nhóm kết quả của mối quan hệ thể hiện (lợi ích kinh tế, lợi ích khách hàng, mục tiêu chung, mối quan hệ bình đẳng và gắn gũi).

#### 2.5 Thành phần kết quả của mối quan hệ

Thành phần của kết quả mối quan hệ tùy theo loại sản phẩm hoặc dịch vụ, các kiểu mối quan hệ, đặc điểm mối quan hệ,... theo Athanasopoulou (2009), các thành phần của kết quả mối quan hệ được phân thành 3 nhóm chính: (i) Nhóm thành phần phản ánh hiệu quả kinh doanh; (ii) Nhóm thành phần phản ánh lợi ích quan hệ; và (iii) Nhóm thành phần phản ánh sự hài lòng.

Ngoài ra, tác giả tiến hành nghiên cứu định tính, bằng cách thảo luận trực tiếp với các chuyên gia. Các chuyên gia thống nhất ý kiến cho rằng thành phần của kết quả mối quan hệ là hiệu quả kinh doanh.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Số liệu sơ cấp được thu thập từ doanh nghiệp sản xuất và nhà phân phối gạch không nung tại ĐBSCL

thông qua phiếu điều tra khảo sát bằng thang đo Likert 5 mức độ như sau: mức 1 hoàn toàn không đồng ý; Mức 2: không đồng ý; Mức 3: không có ý kiến (trung lập hay phân vân); Mức 4: Đồng ý và mức 5: Rất đồng ý.

Cỡ mẫu là 55 trong đó doanh nghiệp sản xuất gạch không nung là 25 và nhà phân phối là 30.

Trong bài báo này, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xây dựng thang đo để đo lường chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối. Những ý kiến của chuyên gia, tác giả tổng hợp và loại bỏ những tiêu chí có đa số ý kiến không đồng ý, giữ lại những tiêu chí có đa số ý kiến đồng ý để xây dựng bộ thang đo hoàn chỉnh nhằm thực hiện bước phương pháp định lượng tiếp theo.

### 4. Kết quả nghiên cứu

#### 4.1 Kết quả nghiên cứu định tính

Qua ý kiến đánh giá các chuyên gia cho thấy thang đo đo lường chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng gạch không nung tại Đồng bằng sông Cửu Long cụ thể được đánh giá tốt, phù hợp để đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ; thành phần của chất lượng mối quan hệ và thành phần kết quả của mối quan hệ thể hiện ở cột đồng ý.

#### 4.2 Kết quả phân tích thống kê mô tả

Để thực hiện kiểm định thang đo đo lường chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng gạch không nung tại Đồng bằng sông Cửu Long. Tác giả thực hiện phỏng 25 nhà máy sản xuất gạch không nung và 30 nhà phân phối bằng bảng câu hỏi với thang đo Likert 5 mức độ bằng các biến quan sát đã được điều chỉnh.

Kết quả thống kê mô tả cho thấy trong số 55 quan sát được điều tra thì doanh nghiệp sản xuất gạch không nung là 25 chiếm 45,5% và nhà phân phối là 30 chiếm 54,5%. Về trình độ học vấn: Trình độ tiểu học là 08 chiếm 14,5%; trung học cơ sở là 18 chiếm 32,7%; trung học phổ thông là 19 chiếm 34,5% còn lại 18,2%. Trong đó, trung cấp 3,6%, 9,1% Cao Đẳng và 5,5% Đại học. Điều này cho thấy mối quan hệ giữa nhà sản xuất và phân phối có trình độ khá cao. Về thời gian tham gia hoạt động sản xuất dưới 3 năm là 15 chiếm 27,3%; từ 3 đến 7 năm là 18 chiếm 32,7%; từ 7 đến 10 năm là 22 chiếm 40%. Trên 10 năm chiếm là 0 chiếm 0%.

#### 4.3 Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha để loại biến rác trong bộ thang đo. Các biến có hệ số tương quan biến tổng — biến (Corrected item total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại. Một thang đo có độ tin cậy tốt khi nó biến thiên trong khoảng 0,70 đến 0,80. Cronbach's Alpha từ 0,60 đến 0,70 là thang đo tin cậy được. Tuy nhiên cũng có nhận định cho rằng trong trường hợp Cronbach's

Alpha quá cao (lớn hơn 0,95) thì thang đo không tốt vì lúc đó các biến đo lường hầu như là một (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2008).

- Kiểm định độ tin cậy của thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng mối quan hệ.

+ Thang đo chất lượng sản phẩm: được đo bởi 03 biến phù hợp với nghiên cứu là CLSP1; CLSP 2; và CLSP 3 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

+ Thang đo chất lượng giao hàng: được đo bởi 03 biến phù hợp với nghiên cứu là CLGH1; CLGH2; và CLGH3 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

+ Thang đo thông tin thị trường được đo bởi 04 biến phù hợp với nghiên cứu là TTTT1; TTTT2; TTTT3; và TTTT4 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

+ Thang đo tương tác trong công việc được đo bởi 04 biến phù hợp với nghiên cứu là TTTCV1; TTTCV2; TTTCV3; và TTTCV4 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

+ Thang đo sự hợp tác được đo bởi 04 biến phù hợp với nghiên cứu là SHT1; SHT2; SHT3; và SHT4 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

- Kiểm định độ tin cậy của thang đo thành phần của chất lượng mối quan hệ.

+ Thang đo lòng tin: được đo bởi 05 biến phù hợp với nghiên cứu là LT1; LT2; LT3; LT4 và LT5 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

+ Thang đo cam kết được đo bởi 04 biến phù hợp với nghiên cứu là CK1; CK2; CK3; và CK4 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

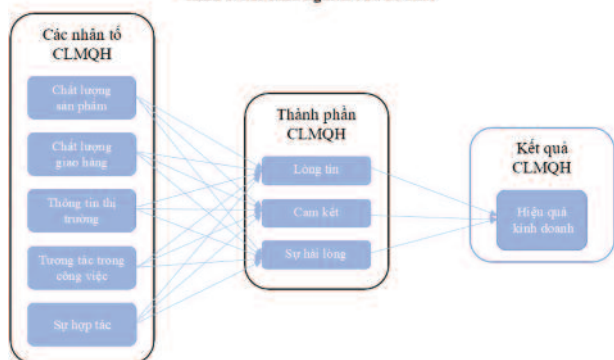
+ Thang đo sự hài lòng được đo bởi 04 biến phù hợp với nghiên cứu là SHL1; SHL2; SHL3; và SHL4 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

- Kiểm định độ tin cậy của thang đo thành phần kết quả của mối quan hệ là hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp được đo bởi 04 biến phù hợp với nghiên cứu là HQHĐ1; HQHĐ2; HQHĐ3; và HQHĐ4 thỏa điều kiện kiểm định thang đo.

#### 4.4 Đề xuất mô hình lý thuyết

Từ kết quả nghiên cứu khám phá và kiểm định định thang đo tác giả đề xuất mô hình lý thuyết chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng gạch không nung tại Đồng bằng sông Cửu Long.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



## 5. Kết luận

Mục tiêu nghiên cứu của bài báo là đề xuất mô hình lý thuyết chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng gạch không nung mà chưa kiểm định sự ảnh hưởng cũng như mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến thành phần của chất lượng mối quan hệ, thành phần của chất lượng mối quan hệ và kết quả của mối quan hệ. Do đó, tác giả cần phải có nghiên cứu tiếp theo thông qua các phân tích định lượng sâu hơn như phân tích nhân tố (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA), phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM),.... Để có thể nghiên cứu hoàn chỉnh, đầy đủ hơn về chất lượng mối quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà phân phối trong chuỗi cung ứng gạch không nung tại ĐBSCL được hoàn thiện và đầy đủ hơn trong tương lai./.

## Tài liệu tham khảo

Athanasopoulou P. (2008). Antecedents and consequences of relationship quality in athletic services. *Managing Service Quality* Vol. 18 No. 5, pp. 479- 495.

28. Athanasopoulou, P. (2009). Relationship quality: a critical literature review and research agenda. *European Journal of Marketing*, 43 (5/6): 583-610.

Bandara, S., Leckie, C., Lobo, A., & Hewege, C. (2017). Power and relationship quality in supply chains: the case of the Australian organic fruit and vegetable industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(3), 501—518.

Hibbard, J.D., Kumar, N. and Stern, L.W. (2001). Examining the impact of destructive acts in marketing channel relationships. *Journal of Marketing Research*, Vol. 38 No. 1, pp. 45-61.

Izogo, E. E., Reza, A., Ogba, I.-E., & Oraedu, C. (2017). Determinants of relationship quality and customer loyalty in retail banking: Evidence from Nigeria. *African Journal of Economic and Management Studies*, 8(2), 186— 204.

Japutra, A., Keni, K., & Nguyen, B. (2015). The impact of brand logo identification and brand logo benefit on Indonesian consumers' relationship quality. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 7(3), 237—252.

Kumar, N., Scheer, L. K., & Steenkamp, J. -B. E. M. (1995). The effects of perceived interdependence on dealer attitudes. *Journal of Marketing Research*, 32(3), 348-356.

Morgan, Robert M., & Shelby D. Hunt (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing* 58 (July), 20—38.

# Hành vi người tiêu dùng trong kỷ nguyên kỹ thuật số tác động tới sự phát triển ngân hàng số tại Việt Nam

Nguyễn Hồng Nhung

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

Trong tương lai, ngân hàng sẽ không còn là một nơi bạn đến, mà là một việc bạn làm. Bất kỳ ngân hàng nào phớt lờ hoặc không thể thích nghi với xu hướng này sẽ bị loại ra khỏi cuộc chơi một cách không thương tiếc. Khách hàng sẽ không cần một giao dịch viên, một chuyên viên tư vấn tài chính hay những sản phẩm phức tạp, họ chỉ cần tới sự tiện dụng của hoạt động ngân hàng. Các ngân hàng sẽ phải từ bỏ vị thế “chiếu trên” của mình để tập trung vào khách hàng, vào dịch vụ, đem đến cho khách hàng những trải nghiệm tuyệt vời nhất trong mọi kênh phân phối, nếu không sẽ mở đường cho những tổ chức phi ngân hàng có khả năng thỏa mãn mọi nhu cầu của khách hàng tham gia và thay đổi toàn bộ cấu trúc ngành ngân hàng.

## 1. Hành vi của người tiêu dùng trong kỷ nguyên kỹ thuật số

Công nghệ số đang thay đổi từng ngày, từng giờ, điều đó thúc hành vi của người tiêu dùng thay đổi, khách hàng của ngân hàng đang chờ đợi nhiều hơn — kỹ thuật số là điều đương nhiên trong thời điểm hiện tại, và điều mà khách hàng đang tìm kiếm là một thứ có thể đem lại một trải nghiệm rõ ràng và mang tính tương tác cao.

Với sự phát triển của công nghệ số, thiết bị thông minh đã dần hình thành thói quen mới cho người tiêu dùng. Người tiêu dùng hiện nay không chỉ quan tâm tới các yếu tố về giá rẻ hay chi tiêu theo nhu cầu thiết yếu của cuộc sống. Nhờ công nghệ, người tiêu dùng bắt đầu biết cách tìm hiểu về sản phẩm, đánh giá chất lượng và tính tiện ích của sản phẩm để đưa ra quyết định chi tiêu.

Theo ước tính đến năm 2021, lượng người tiêu dùng kết nối chiếm tới 40 triệu người, phần tiêu dùng của họ chiếm 50% tiêu dùng trong xã hội. Nhóm người tiêu dùng này rất quan tâm tới sức khỏe, họ sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho các dịch vụ có lợi cho sức khỏe. Cùng với đó, 58% người tiêu dùng sẽ có xu hướng dùng hàng nội địa nhiều hơn và 47% người Việt Nam có nhu cầu thử những sản phẩm mới (theo khảo sát của bà Đặng Thúy Hà - Giám đốc khu vực phía bắc - Công ty Nghiên cứu thị trường Nielsen Việt Nam), đó là cơ hội rất lớn cho đổi mới sáng tạo.

Sau khi COVID-19 xảy ra, tiêu dùng online đã giúp con người tiện dụng và dễ dàng hơn,... Sự tiện lợi về thời gian, không gian trong tiêu dùng online cũng giúp người tiêu dùng tiếp cận sản phẩm dễ dàng hơn. Khả năng tiếp cận rộng lớn và dễ dàng hơn đã tác động tới

hành vi người tiêu dùng. Cùng với đó, người tiêu dùng dễ dàng được trải nghiệm toàn bộ quá trình mua sản phẩm, họ không chỉ muốn mua hàng trực tiếp mà còn muốn tiếp cận thông tin mua hàng online và trở lên gần gũi hơn với các thương hiệu.

## 2. Phát triển dịch vụ ngân hàng trên thiết bị di động

Sự phát triển một cách nhanh chóng và liên tục của điện thoại di động trên toàn cầu đang kết nối mọi ngời trên hành tinh với tốc độ nhanh chưa từng thấy trong lịch sử. Cùng với xu hướng mở rộng các thị trường tài chính, có rất nhiều cơ hội mới giúp các tổ chức dịch vụ tài chính phi truyền thống tự hình thành và phát triển.

Điện thoại di động có khả năng thay đổi hoạt động của ngân hàng. Sức mạnh thực sự của điện thoại di động nằm ở hành vi của người sử dụng và cách thức mà nó mang lại quyền lực cho họ. Về bản chất, điện thoại di động mang tính “cá nhân”. Nó là thiết bị của bạn — một công cụ cho một cá nhân mang theo trong ví, trong túi hay cầm trên tay. Hiện nay, mọi người mang chiếc điện thoại di động thông minh của mình đi khắp mọi nơi.

Theo báo cáo thường niên “Digital 2021” của WeAreSocial cho thấy trong 2 năm gần đây, tỷ lệ các thuê bao di động sử dụng điện thoại thông minh tại Việt Nam tăng lên nhanh chóng. Theo số liệu tính đến tháng 1.2021, tỷ lệ này chiếm 96.9%, cao hơn mức trung bình chung của thế giới. Không chỉ là công cụ liên lạc, điện thoại thông minh với khả năng cá nhân hoá, khả năng kết nối internet không dây sẽ là tiền đề quan trọng để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số tại mỗi quốc gia.

Dịch vụ ngân hàng di động và hoạt động thanh toán trên thiết bị di động. Ngày nay, cùng với việc ngân hàng điện tử đang trở thành một kênh giao dịch chính yếu hàng ngày trong các hoạt động ngân hàng tại hầu hết các quốc gia trên thế giới thì chi nhánh ngân hàng đang dần dần trở thành một kênh giao dịch “thay thế” trong hoạt động ngân hàng. Nếu phân loại đặc tính của các hoạt động ngân hàng hàng ngày, chúng ta sẽ nhận thấy chúng được chia thành hai loại chính là thanh toán và các hoạt động ngân hàng thường nhật có liên quan tới các loại tài sản. Nếu nhìn vào hoạt động tiếp cận và gắn kết khách hàng, hoạt động giao dịch hay vai trò của chuyên viên tư vấn đối với tài sản của khách hàng, chúng ta hoàn toàn có thể nghĩ tới việc chuyển cách hoạt động này lên kênh kỹ thuật số - tức là dịch vụ ngân hàng trên các thiết bị di động bởi vì: cái mà khách hàng cần là tiện ích của cả dịch vụ ngân hàng và khả năng thanh toán được tích hợp trên cùng một thiết bị. Và điều đó đồng nghĩa với một sự chuyển đổi mang tính tổ chức bởi hiện nay các ngân hàng chỉ đang coi dịch vụ ngân hàng trên thiết bị di động là một kênh thanh toán, chỉ có chức năng thanh toán.

Vai trò của thiết bị di động trong hoạt động thương mại đang ngày càng trở nên lớn hơn. Cuộc sống hàng ngày luôn đòi hỏi chúng ta phải tương tác với tiền, từ thanh toán hóa đơn, mua một ly cafe hay thanh toán cho việc di chuyển tới nơi làm việc hàng ngày — và ngày nay, mọi hoạt động này có thể gói gọn trong một thiết bị di động thông minh “smartphone”. Với sức mạnh của thiết bị di động, sẽ không có gì đáng ngạc nhiên khi các dịch vụ tài chính dần được chuyển sang điện thoại di động. Theo báo cáo “Digital 2021” của WeAreSocial, số thuê bao di động ở Việt Nam là 154.4 triệu trên tổng dân số là 97.75 triệu nghĩa là trung bình mỗi cá nhân sở hữu 1,58 chiếc điện thoại di động và 96.9% trong số đó là điện thoại thông minh (tính đến tháng 1 năm 2021).

Điện thoại di động giúp cho việc tiếp cận các dịch vụ ngân hàng chính thống dễ dàng hơn. Hiện nay, dịch vụ ngân hàng ở Việt Nam đang rất phát triển cả về số lượng và chất lượng, tuy nhiên, các điểm giao dịch của các ngân hàng chính thống hầu hết vẫn chưa thể phủ khắp các vùng lãnh thổ do đặc điểm địa lý cũng như văn hóa của khu vực dân cư — ví dụ như các khu vực miền núi, khu vực xa trung tâm, v.v. và do lợi nhuận đem lại chưa tương xứng với chi phí phải bỏ ra khi mở các điểm giao dịch. Tuy nhiên, với sự phát triển nhanh của thiết bị di động thông minh như hiện nay thì việc tiếp cận cũng như đem các dịch vụ cơ bản của ngân hàng tới với các khu vực này là hoàn toàn có thể và khả thi.

### 3. Ngân hàng số - Xây dựng các mối quan hệ trong kỷ nguyên kỹ thuật số

Tầm quan trọng của việc tương tác với khách hàng. Tạp chí Asian Banker năm 2007 đưa ra thống kê là khoảng 60 — 70% các mối quan hệ với khách hàng sẽ ra đi cùng với một nhân viên phụ trách quan hệ khách hàng khi người này quyết định chuyển sang một ngân hàng khác. Khi các ngân hàng tiến hành tìm kiếm những nhân viên phụ trách khách hàng cao cấp có kinh nghiệm để gia nhập đội ngũ của mình, họ cũng thường yêu cầu các nhân viên này mang theo một “danh sách các khách hàng” và đây chính là điều kiện quan trọng nhất cho việc tuyển dụng. Qua đó, ta có thể thấy rằng, trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng dành cho khách hàng cao cấp, các mối quan hệ vẫn là điều gì đó thật mong manh.

Ngược lại, theo một khảo sát của SapientNitro, 70% khách hàng của các ngân hàng không biết tên của bất cứ cá nhân nào tại ngân hàng mà họ thường sử dụng dịch vụ. Tất cả các ngân hàng đều nói họ muốn có một mối quan hệ thực sự với chúng ta. Nhưng liệu chúng ta có muốn, có cần hay thậm chí có đánh giá cao một mối quan hệ thực sự với một thương hiệu ngân hàng nào đó hay không? Chúng ta cần một ngân hàng phải hiểu chúng ta, hiểu tình hình và nhu cầu tài chính của chúng ta và đưa ra những tư vấn, gợi ý dựa trên những hiểu biết đó. Một mối quan hệ khởi đầu từ những hiểu biết về đối tác.

Dùng công nghệ để tăng tương tác với khách hàng. Trong thời đại CMCN 4.0 như hiện nay, vấn đề hiểu biết về khách hàng đã và đang được công nghệ AI làm rất tốt. Công nghệ AI giúp thu thập và thống kê thói quen của khách hàng khi họ muốn mua sắm, muốn tìm hiểu cũng như nhu cầu hàng ngày của khách hàng. Tuy nhiên, vấn đề của ngân hàng trong thời đại này không chỉ là hiểu biết về khách hàng mà là cách mà ngân hàng vận dụng những hiểu biết đó để thu hút sự tham gia, tương tác của khách hàng như thế nào. Xét trên góc độ này, tương tác là khả năng kết nối bằng một loạt cách thức khác nhau thông qua trải nghiệm kỹ thuật số tại nhiều kênh giao tiếp. Về cơ bản, đây là vấn đề sử dụng kỹ thuật số để tạo ra các mối quan hệ cá nhân và có ý nghĩa. Trên góc độ này, chúng ta có thể xem xét trường hợp của Facebook, Facebook kiến tạo, củng cố và lưu giữ các mối quan hệ. Hãy nghĩ đến những người bạn đã mất liên lạc với nhau từ lâu bưng tìm ra nhau thông qua Facebook; những người họ hàng đã bật tin từ nhiều năm bỗng nhiên nói lại liên lạc; những người bạn học, những người bạn chỉ vừa mới gặp, những người bạn của bạn và còn hơn thế nữa. Facebook và phần nhiều các trang mạng xã hội ngày nay đang tạo ra các mối quan hệ hữu hình; nếu không muốn nói là thực hơn nhiều

so với một mối quan hệ được tạo ra qua quầy giao dịch tại một chi nhánh ngân hàng. Từ góc độ này, chúng ta có thể tự hỏi làm sao một mối quan hệ được tạo ra tại một chi nhánh ngân hàng có thể cạnh tranh được với một mối quan hệ được tạo ra qua Facebook.

Công nghệ có sức mạnh kết nối mọi người và nó là một yếu tố cần phải quan tâm khi xây dựng các mối quan hệ với một thương hiệu — cụ thể trong trường hợp này đó là một ngân hàng. Vậy quá trình thu hút sự tham gia tương tác của khách hàng trong hoạt động ngân hàng sẽ diễn ra như thế nào? Làm cách nào bạn có thể xây dựng các mối quan hệ mang tính xây dựng và có ý nghĩa với các khách hàng thông qua các kênh kỹ thuật số ngày nay? Trong nội dung bài viết tác giả đưa ra một vài giải pháp như sau:

Tạo ra các trải nghiệm sử dụng sản phẩm của ngân hàng với bối cảnh là những hiểu biết về khách hàng trong suốt quá trình khách hàng sử dụng sản phẩm của ngân hàng, đảm bảo rằng các giao dịch mà khách hàng sử dụng đã thể hiện đầy đủ thông tin, đơn giản và thông minh.

Cho phép khách hàng có khả năng thực hiện giao dịch và tạo ra bối cảnh sử dụng dịch vụ tại thời điểm thích hợp nhất: khi khách hàng chuẩn bị, đang hoặc vừa mới sử dụng tiền của mình.

Đưa ra các quyết định về kế hoạch tài chính cá nhân một cách thông minh trong khi khách hàng truy cập dịch vụ ngân hàng trực tuyến để mua sắm hàng ngày hoặc đầu tư kinh doanh, tiết kiệm. Tái xác định quan hệ của con người và mối liên kết của họ với tiền của mình.

Tiếp cận với khách hàng tại thời điểm họ nhận thức rất rõ về tình hình tài chính của mình.

Xây dựng các ứng dụng thanh toán qua điện thoại di động thông minh biết đưa ra cho khách hàng những gợi ý về cách thanh toán đúng đắn nhất, cho phép khách hàng biết họ đang nợ bao nhiêu tiền và có bao nhiêu tiền, khi nào nguồn thu nhập sẽ về tài khoản và khi nào nó sẽ được chuyển ra khỏi đó, những mục tiêu cho tương lai của khách hàng là gì, họ làm thế nào để đạt được chúng và tất cả những điều này bị ảnh hưởng như thế nào bởi quyết định mua sắm hàng ngày. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc thu thập thông tin giao dịch, thu nhập hàng ngày của khách hàng và nó là nền tảng tạo lên mối quan hệ mật thiết, hiểu biết và tin tưởng giữa khách hàng và ngân hàng.

Cá nhân hóa các trải nghiệm của khách hàng tại ngân hàng. Khoảng cách trong trải nghiệm của khách hàng khách hàng — được tính bằng sự khác biệt giữa nhu cầu sử dụng và trải nghiệm công nghệ dịch vụ ngân hàng bán lẻ của khách hàng với mô hình tương tác với khách hàng ngày nay — đang ngày càng rộng ra. Các ngân hàng cần nhận thức được rằng khoảng

cách này đang có nguy cơ trở thành một vật cản không thể vượt qua. Các khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính ngày nay đang cảm thấy thế nào? Bối rối, thiếu tin tưởng, gặp khó khăn, cảm giác tách rời khỏi “nền kinh tế” và đang đi tìm kiếm sự kiểm soát.

Các hành vi và kỳ vọng của khách hàng đang thay đổi cùng với mỗi bước tiến trong công nghệ. Khách hàng đang tìm kiếm các trải nghiệm có tính thông tin cao, có khả năng tương tác hay thậm chí là có tính giải trí. Họ sử dụng các thiết bị di động và có lẽ cũng là thành viên của các trang mạng xã hội trong không gian sống kỹ thuật số của họ. Họ kỳ vọng vào các tương tác phù hợp mang tính cá nhân cả trong công việc và giải trí. Ngược lại, các trải nghiệm ngân hàng bán lẻ ngày nay đang mang lại cho họ những gì? Các chi nhánh, ATM, các tổng đài dịch vụ khách hàng, thư và thanh toán hóa đơn trực tuyến — các trải nghiệm chung và mang tính giao dịch ngày càng cao mà không hề mang tính cá nhân đối với khách hàng và không phản ánh thực tế đã khác xa so với trước đây.

## 4. Kết luận

Những hành vi của khách hàng đang ngày một thay đổi, khi khách hàng nói về điện thoại di động, internet, các mạng xã hội và những điều tương tự, hãy lưu ý tìm cách chỉ ra làm cách nào bạn sẽ cung cấp cho họ tiện ích, khả năng truy cập và tính năng sử dụng qua các kênh phù hợp vào thời điểm phù hợp. Nhưng quan trọng hơn cả - đó là đổi mới và thử nghiệm.

Công nghệ là giải pháp hỗ trợ để đạt được mục đích, nhưng đồng thời nó ngày càng đóng vai trò của một phương tiện tạo ra lợi nhuận. Các chi nhánh không còn đóng vai trò quan trọng nhất — đồng thời cũng không còn là kênh phân phối đem lại lợi nhuận nhất trong tương lai./.

## Tài liệu tham khảo

“Digital 2021” Báo cáo thường niên của WeAreSocial

Impact Of Covid 19 On Consumer Behavior, Nielsen Vietnam, Mar 2020

Envisioning the future of Vietnam’s Digital Economy — Finance Vietnam 2020

“Chuyển đổi số tại Việt Nam và những thống kê ấn tượng 2021” <https://specials.laodong.vn/chuyen-doi-so-tai-viet-nam-va-nhung-thong-ke-an-tuong-2021>

Business Insider 2020

---

# Từ “sốt đất” 2020 — 2021, kiến nghị về quản lý nhà nước đối với thị trường đất đai

Phạm Văn Dũng

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

Trong năm 2020 và những tháng đầu năm 2021, giá đất được đẩy lên rất cao, nhất là giá đất ở ven đô, ở nông thôn. Không chỉ đất ở, mà đất vườn ao, đất làm nghiệp... cũng tăng cao. Nhiều nơi, giá đất tăng 100%, có nơi tăng đột biến 200%. Thị trường đất đai Việt Nam gần giống giai đoạn tăng giá của năm 2006. Tình trạng “sốt đất” để lại nhiều hệ lụy. Để hạ “sốt” và không có những lần “sốt” tiếp theo, quản lý nhà nước có vai trò đặc biệt quan trọng.

## 1. “Sốt đất”: nguyên nhân và hậu quả

### 1.1. Nguyên nhân “sốt đất”

“Sốt đất” là hiện tượng giá đất liên tục tăng cao trên phạm vi rộng và sau một thời gian nhất định lại giảm xuống gần với giá ban đầu. Trong xã hội, ý kiến bàn về nguyên nhân “sốt đất” vừa qua có nhiều. Có thể khái quát thành các nguyên nhân chủ yếu sau:

Thứ nhất, do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhiều ngành nghề bị ảnh hưởng nặng nề dẫn đến việc lãi suất ngân hàng xuống thấp, dòng tiền sụt giảm. Vì thế, người dân thay vì gửi tiền tiết kiệm sẽ chuyển sang tìm kiếm các kênh đầu tư khác sinh lời lớn hơn. Chính vì thế, bất động sản và chứng khoán là hai lĩnh vực đang thu hút đầu tư mạnh nhất. Đây có thể coi là nguyên nhân khách quan, phù hợp với cơ chế thị trường. Khi nền kinh tế trì trệ, suy giảm hay hồi phục, tăng trưởng nhanh sẽ tác động đến giá đất theo những chiều hướng khác nhau; giá đất có thể xuống, có thể lên nhưng không phải là “sốt đất”. Hơn nữa, giá đất tăng trong trường hợp này có thể được hạn chế bằng nỗ lực dập dịch của chính phủ và của người dân; bằng các chính sách của chính phủ hỗ trợ doanh nghiệp...

Thứ hai, thời kỳ 2020 — 2021 kết thúc một giai đoạn phát triển và mở đầu một giai đoạn phát triển mới. Do đó, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội trung hạn và dài hạn, trong đó có quy hoạch đất đai tất yếu phải được thực hiện. Vì thế, khi các thông tin về các công trình mới sẽ được xây dựng; một số khu đất mới được quy hoạch, các nhà đầu tư, đầu cơ, người dân... sẽ có những đồn đoán về triển vọng của các vùng, khu đất. Nếu các dự đoán triển vọng là tốt đẹp, mọi người sẽ đổ xô vào mua và làm cho giá đất tăng nhanh. Thậm chí, ngay khi quy hoạch đất đai mới ở mức dự kiến thực hiện, giá đất đã được đẩy lên rất cao. Tuy nhiên, giá đất ở các khu quy hoạch tăng lên mang tính

khách quan, theo các quy luật thị trường thì không thể coi là “sốt”. Vì thế, không thể coi việc công bố quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của đất nước và mỗi địa phương là nguyên nhân dẫn đến “sốt đất”.

Thứ ba, cung bất động sản thấp. Hiện nay, cầu nhà ở vẫn tăng rất mạnh trên toàn thị trường nhưng việc phê duyệt đầu tư các dự án bất động sản, tạo nguồn cung vẫn chưa có tín hiệu khả quan. Vì vậy, nguồn cung trên thị trường không được cải thiện. Đặc biệt là các dự án nhà ở phân khúc bình dân, nhà ở xã hội và dự án đất nền.

Thực chất của nguyên nhân này là, cung bất động sản tăng chậm, cầu bất động sản tăng nhanh làm cho giá đất tăng tăng mạnh. Đây là một đặc điểm của thị trường đất đai nhưng điều này cũng không phải là nguyên nhân dẫn đến “sốt đất”, mà sẽ làm cho giá đất cao dần, không thể trở về mức giá cũ.

Thứ tư, tín dụng cho thị trường bất động sản khá dồi dào. Các ngân hàng thương mại đã tung một lượng tín dụng lớn vào nền kinh tế, mà phần lớn đã đưa vào bất động sản.

Đối với các ngân hàng thương mại, cho vay để tìm kiếm lợi nhuận là tất yếu. Trong khi nhu cầu vay để kinh doanh bất động sản và chứng khoán tăng cao, các lĩnh vực khác lại suy giảm nghiêm trọng thì việc các ngân hàng thương mại cho vay theo cầu của thị trường là không tránh khỏi. Tuy nhiên, tín dụng cho kinh doanh bất động sản và chứng khoán chỉ tăng lên khi cầu về tín dụng ở hai lĩnh vực này tăng cao, tức là “sốt đất” xuất hiện sẽ làm tín dụng cho mua đất mới tăng lên chứ không phải ngược lại. Khi tín dụng cho kinh doanh đất tăng lên sẽ góp phần đẩy giá đất lên cao hơn nữa. Như vậy, tăng trưởng tín dụng cho kinh doanh đất chỉ là nguyên nhân thứ phát góp phần gây ra “sốt đất”.

Thứ năm, đầu cơ thổi giá đất. Sau nhiều lần “sốt đất” trước đây, nhiều nhà đầu tư và người dân đã có những am hiểu nhất định về thị trường bất động sản nói chung, đất đai nói riêng. Thêm vào đó, tiềm lực kinh tế của họ đã gia tăng mạnh mẽ trong những năm vừa qua. Những người nhiều tiền có thể đầu tư vào đất đai. Nếu họ đầu tư tập trung vào một thời điểm sẽ tạo ra lực cầu vô cùng to lớn, góp phần quan trọng làm giá đất tăng nhanh và khi giá đất xuống thì họ sẽ bị thiệt hại. Vì thế, nhân tố này sẽ được hạn chế khi người dân có hiểu biết đầy đủ hơn về thị trường đất đai, tránh được cách hành xử theo tâm lý đám đông.

Do đặc điểm của thị trường bất động sản nói chung, thị trường đất đai nói riêng, hoạt động môi giới trong mua bán đất đai là tất yếu và trở thành một nghề. Tuy nhiên, lĩnh vực hoạt động này đang có nhiều bất cập. Nổi bật là tình trạng buông lỏng quản lý nhà nước đối với các hoạt động môi giới mua bán bất động sản. Tình trạng những người môi giới mua bán nhà đất nâng giá hưởng chênh lệch trở thành phổ biến, trực tiếp làm cho giá nhà đất tăng cao. Họ thổi phồng những thông tin tốt lành về các dự án đất đai, về hạn chế các nguồn cung; thổi phồng nhu cầu mua nhà, đất; kết nối với các ngân hàng thương mại giúp người mua dễ dàng tiếp cận với nguồn tín dụng... Chính những người môi giới đã làm những nguyên nhân nêu trên thật sự góp phần đẩy giá đất đai lên cao.

### 1.2. Hậu quả của tình trạng “sốt đất”

Thứ nhất, lãng phí các nguồn lực. Giá đất tăng nhanh đã hút nguồn lực lớn của xã hội vào vòng xoáy này, làm giảm đầu tư vào sản xuất, kinh doanh ở nhiều ngành, lĩnh vực khác. Sau “sốt” đất, tình trạng hàng loạt biệt thự, nhà liền kề, chung cư bỏ không sẽ xuất hiện. Nhiều loại tài nguyên trên đất đai bị xâm phạm, chuyển đổi chức năng không phù hợp quy định pháp luật. Điều này làm lãng phí tài nguyên, ảnh hưởng phát triển kinh tế, thậm chí gây bất ổn cho địa phương tại những khu vực đó.

Thứ hai, ảnh hưởng xấu đến thu hút đầu tư. “Sốt đất” cản trở việc kêu gọi, thu hút đầu tư vào các địa phương vì giá đất tăng cao kéo theo hàng loạt chi phí khác tăng theo, đặc biệt là chi phí đền bù giải phóng mặt bằng. Không ít các dự án phải đình, hoãn triển khai, thậm chí không ít nhà đầu tư trở thành nhà môi giới, chuyển nhượng dự án. Điều này sẽ gây khó khăn, ảnh hưởng không tốt đến việc phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương và đất nước.

Thứ ba, ảnh hưởng xấu đến thị trường đất đai và nhà ở. “Sốt đất” hiển nhiên là trạng thái không bình thường của thị trường đất đai. Khi có “sốt đất”, lượng giao dịch thường giảm mạnh vì cả mua và bán đều khó khăn. Sau “sốt đất” sẽ là thời kỳ trì trệ và hồi phục

kéo dài. Nhiều người giàu lên những cũng không ít người phá sản...

Giá đất tăng làm cho giá nhà ở tăng theo. Người dân sẽ khó khăn hơn trong việc tự giải quyết vấn đề nhà ở. Giá đất tăng cao là cho việc thu hồi đất để phát triển nhà ở khó khăn hơn, chi phí phát triển cao hơn. Việc thực thi các chính sách phát triển nhà ở giá rẻ, nhà ở xã hội của Chính phủ gặp nhiều khó khăn...

Thứ tư, ảnh hưởng xấu đến phát triển nông nghiệp. “Sốt đất” ở ven đô và các vùng nông thôn khiến người dân địa phương không thể yên tâm canh tác, sản xuất. Những người có nhu cầu đầu tư vào trang trại, nông nghiệp cũng gặp khó vì không thể mua đất khi giá đang tăng cao... và hoạt động sản xuất nông nghiệp cũng bất ổn theo. “Sốt đất” làm cho người có tiền là mua đất để dành, thay vì đầu tư cho sản xuất, kinh doanh.

“Sốt đất” còn gây ra nhiều hệ lụy khác. Người có nhu cầu thực không thể đủ tiền để mua được nhà, đất vì giá bị đẩy lên quá cao. Người đầu cơ không có nhu cầu sử dụng cũng không dễ bán được. Tình trạng ngày càng nhiều nhà, đất hoang hóa là không tránh khỏi... “Sốt đất” sẽ ảnh hưởng xấu đến sự phát triển thị trường bất động sản, đến an ninh kinh tế và trật tự an toàn xã hội.

## 2. Một số khuyến nghị về quản lý nhà nước đối với thị trường đất đai

Từ nghiên cứu nghiên cứu lý luận và thực tiễn thị trường bất động sản nói chung, thị trường đất đai nói riêng ở nước ta trong thời gian vừa qua, chúng tôi xin có một số khuyến nghị về quản lý nhà nước đối với thị trường này.

Một là, xây dựng, hoàn thiện và công khai chiến lược, kế hoạch sử dụng đất đai trên phạm vi cả nước và mỗi địa phương.

Để thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội phải căn cứ vào các nguồn lực, trong đó có đất đai. Do đó, việc điều tra, phân loại và quy hoạch sử dụng đất đai phải được thực hiện nghiêm túc trên phạm vi cả nước cũng như ở mỗi địa phương, cả trung hạn và dài hạn. Quy hoạch đất đai cần có sự tham gia của các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là người dân vì liên quan trực tiếp đến lợi ích của họ. Đồng thời, đây là cơ sở quan trọng thực hiện công khai, minh bạch thông tin cho toàn dân. Điều này góp phần xây dựng thị trường đất đai lành mạnh, hiện đại, chống lợi ích nhóm. Do được tiếp cận đầy đủ thông tin chính thức, người dân và doanh nghiệp sẽ có được các quyết định phù hợp với điều kiện của họ, tránh được lựa chọn nghịch trong đầu tư và đầu tư tập trung vào một thời điểm.

Hai là, sử dụng các công cụ điều tiết thị trường linh hoạt, hiệu quả.

Luật pháp là công cụ đầu tiên để điều tiết thị trường đất đai. Những hoạt động thao túng, nâng giá đất đai cần được xử lý nghiêm minh. Luật kinh doanh bất động sản (trong đó có đất đai) đã được Quốc hội thông qua năm 2014, có hiệu lực từ 2015. Luật này đã nêu rõ những điều kiện các tổ chức, cá nhân được phép môi giới mua bán bất động sản. Thực hiện nghiêm túc Luật kinh doanh bất động sản sẽ góp phần xây dựng đội ngũ môi giới chuyên nghiệp trên thị trường này. Những tổ chức, cá nhân môi giới đất đai có thể có thu nhập tương xứng với đóng góp của họ khi thị trường hoạt động bình thường. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển thị trường bất động sản hiện đại, lành mạnh; đồng thời thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với thị trường bất động sản, chống đầu cơ, nâng giá.

Điều đó cũng có nghĩa là nhà nước phải thường xuyên kiểm soát, xử lý hành chính và hình sự những tổ chức và cá nhân môi giới không đủ điều kiện môi giới. Cần phải coi những hoạt động gây “sốt đất” là một loại tội phạm vì làm mất trật tự an toàn xã hội và ảnh hưởng xấu đến nền kinh tế. Luật kinh doanh bất động sản cần được điều chỉnh theo hướng này.

Thuế là một trong những công cụ phổ biến nhất để quản lý tài nguyên đất đai một cách hiệu quả. Có ý kiến đề xuất nên đánh thuế chuyển nhượng thật cao để triệt tiêu đầu cơ đất đai. Điều này sẽ ảnh hưởng xấu đến sự phát triển của thị trường đất đai, đến phát triển kinh tế - xã hội của đất nước cũng như mỗi địa phương; làm cho việc lách luật, trốn thuế gia tăng. Về nguyên tắc, thuế phải là công cụ điều tiết thị trường đất đai, chống được các khuyết tật của thị trường (trong đó có đầu cơ), nhưng đồng thời phải tạo điều kiện thuận lợi cho thị trường phát triển nhanh, lành mạnh. Do đó, các loại thuế, mức thuế cần đa dạng và linh hoạt, không được rập khuôn, máy móc.

Để thuế chuyển nhượng đất đai thật sự là công cụ quản lý nhà nước hiệu quả, giá đất tính thuế phải sát với giá thị trường. Vì thế, các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương phải dựa vào các doanh nghiệp thẩm định giá để đưa ra được mức giá cho từng loại đất không phải 5 năm một lần, mà 3-6 tháng một lần. Để hạn chế đầu cơ cũng cần đánh thuế lũy tiến với những người sở hữu từ 2 mảnh đất trở lên.

Tín dụng là công cụ kinh tế trực tiếp ảnh hưởng đến cung, cầu trên thị trường đất đai. Cơ quan quản lý nhà nước về thị trường đất đai phải xác định được nhu cầu tín dụng cho thị trường đất đai hàng năm để tư vấn chính sách tín dụng cho Chính phủ. Chính sách tín dụng vừa phải đáp ứng được nhu cầu vốn cho khai thác, sử dụng đất đai, nhu cầu mua đất của người dân nhưng phải hạn chế được đầu cơ, gây “sốt đất”, cần đối nguồn vốn đầu tư cho các ngành...

Ba là, nâng cao năng lực và trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước đối với thị trường đất đai

Đất đai vừa là nguồn lực, vừa là tài sản có giá trị cao, liên quan đến lợi ích của nhiều loại chủ thể. Do đó, thị trường đất đai là thị trường đặc biệt với những khuyết tật: đầu cơ, lừa đảo, tranh chấp, kiện cáo... diễn ra phổ biến và có thể gây ra những hậu quả kinh tế - xã hội nghiêm trọng. Vì vậy, quản lý nhà nước đối với thị trường này là cần được tổ chức đặc biệt.

Do tầm quan trọng tính chất phức tạp của thị trường đất đai, quản lý nhà nước đối với thị trường này cần có cơ quan chuyên trách. Cơ quan này vừa phải có các chuyên gia giỏi, vừa phải có đủ quyền lực để giải quyết các vấn đề của thị trường đất đai ở cả cấp trung ương và địa phương. Cơ quan quản lý nhà nước đối với thị trường đất đai không chỉ tư vấn chính sách về thị trường đất đai cho Đảng, Nhà nước, mà có toàn quyền xử lý và chịu trách nhiệm về các vấn đề liên quan đến thị trường này.

Hoạt động quản lý nhà nước đối với thị trường đất đai phải được tiến hành thường xuyên. Đối với các khuyết tật của thị trường, quản lý nhà nước phải tập trung vào ngăn ngừa, còn khắc phục hậu quả chỉ là bất đắc dĩ. Nếu được như vậy, “sốt đất” sẽ không thể xuất hiện, thị trường đất đai sẽ phát triển lành mạnh./.

## Tài liệu tham khảo

Bộ Khoa học và Công nghệ (2009): Chính sách phát triển thị trường bất động sản: Kinh nghiệm quốc tế và bài học cho Việt Nam, NXB Thống kê — 2009.

Đinh Thị Mai Phương (2013): Các giải pháp để hoàn thiện thể chế thúc đẩy sự phát triển của thị trường bất động sản Việt Nam, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Quốc hội Nước CHXHCNVN (2014): Luật kinh doanh bất động sản.

<https://batdongsan.com.vn/tin-thi-truong/quy-1-2021-sot-dat-khap-noi-dinh-thi-truong-bds-duoc-tai-hien-ar106549>

<https://dantri.com.vn/bat-dong-san/co-dat-luot-coc-tao-song-20210408065508935.htm>



# Đầu tư công và đầu tư tư nhân: hiệu ứng lấn át hay dẫn dắt?

Đỗ Thị Thanh Huyền

Lương Nguyệt Ánh

Trường Đại học Thương mại

Đầu tư công có tác động thúc đẩy sự gia tăng của đầu tư tư nhân hay tác động lấn át đầu tư tư nhân? Nếu về thứ nhất đúng thì sự gia tăng đầu tư công là một chính sách quan trọng chiến lược góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của quốc gia. Nhưng nếu đầu tư công gây ra hiệu ứng thoái lui của đầu tư tư nhân thì cũng hàm ý quốc gia cần phải xem lại chính sách đầu tư phát triển của mình khi dựa quá nhiều vào đầu tư công làm giảm vai trò của đầu tư tư nhân trong phát triển kinh tế. Do đó, bài viết đi vào hệ thống hóa lý luận và xem xét có hay không tác động lấn át/ dẫn dắt đầu tư tư nhân khi mở rộng đầu tư công tại Việt Nam trong thời gian qua.

## 1. Tổng quan lý thuyết đầu tư công lấn át/ dẫn dắt đầu tư tư nhân

Đầu tư tư nhân được hiểu là các khoản chi tiêu mua máy móc, thiết bị tư bản, hàng tồn kho, xây dựng nhà xưởng của các doanh nghiệp trong khu vực kinh tế tư nhân. Những khoản đầu tư của khu vực tư nhân cho hoạt động tài chính, không dẫn đến sự gia tăng tài sản vật chất (tư bản hữu hình) không được coi là đầu tư. Theo tiếp cận của nền kinh tế, đầu tư tư nhân có thể là từ khu vực tư nhân trong nước và tư nhân nước ngoài. Tuy nhiên, trong phạm vi bài viết này sẽ đề cập đầu tư tư nhân có nguồn gốc ở trong nước.

### 1.1. Hiện tượng đầu tư công lấn át đầu tư tư nhân

Là hiện tượng chi tiêu cho đầu tư của khu vực kinh tế tư nhân bị giảm đi khi chính phủ tăng chi tiêu công (bao gồm cả đầu tư công). Theo lý thuyết kinh tế học, khi chính phủ tăng chi tiêu công bao gồm cả chi tiêu cho đầu tư phát triển hạ tầng kinh tế xã hội (đầu tư công) — gọi tắt là G — thì theo hiệu ứng số nhân, trong ngắn hạn nếu không có thay đổi nào trên thị trường tiền tệ và thị trường vốn thì tổng sản phẩm trong nước (GDP) sẽ tăng gấp nhiều lần mức tăng G. Nhưng trên thực tế, chúng ta cần tính đến phản ứng của thị trường tài chính. Do GDP cao hơn nên nhu cầu giao dịch bằng tiền cũng tăng lên. Mức GDP cao hơn có chiều hướng đi đến thắt chặt tín dụng, đặc biệt là nếu ngân hàng trung ương (NHTƯ) quan tâm đến lạm phát (không thay đổi cung tiền). Lãi suất tăng lên và thắt chặt tín dụng sẽ có chiều hướng bóp nghẹt hay “thoái lui” đầu tư khu vực tư nhân và những chi tiêu nhạy cảm với lãi suất (như xuất khẩu, chi tiêu cho tiêu dùng hàng hóa lâu bền...). Như vậy, khi đầu tư công tăng lên sẽ có xu hướng làm tăng lãi suất, nguồn vốn trở nên đắt đỏ hơn, theo đó, tác động tiêu cực đến khu vực tư nhân.

Ngoài ra, việc tài trợ cho chi tiêu đầu tư từ ngân sách nhà nước, thường được thực hiện bởi tăng thuế hay vay nợ, đã cạnh tranh một cách trực tiếp với khu vực tư nhân trong việc tiếp cận các nguồn lực tài chính khan hiếm của nền kinh tế. Nếu đầu tư công được thực hiện bởi các doanh nghiệp nhà nước hoặc thông qua hình thức doanh nghiệp nhà nước thì hàng hóa dịch vụ cung cấp từ khu vực DNNN sẽ cạnh tranh với khu vực tư nhân, làm giảm động lực tham gia đầu tư cung ứng hàng hóa và dịch vụ của khu vực tư nhân. Với quan điểm được khá nhiều nhà kinh tế đồng thuận là đầu tư công thường có hiệu quả thấp hơn đầu tư tư nhân, thì từ giả thiết “lấn át” hay “làm thoái lui đầu tư tư nhân” đưa ra khuyến nghị cắt giảm đầu tư công để nhường lại nguồn lực và thị trường cho khu vực tư nhân thực hiện (trong trường hợp khu vực tư nhân làm tốt hơn).

### 1.2. Hiệu ứng đầu tư công dẫn dắt đầu tư tư nhân

Trong một số trường hợp đầu tư công có thể lại tạo ra ngoại ứng tích cực, “dẫn dắt” đầu tư của khu vực tư nhân (Nguyễn Đức Thành, 2011). Vai trò dẫn dắt mà đầu tư công đem đến cho đầu tư tư nhân có thể kể đến như: i) Việc cung cấp các cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội như giao thông, viễn thông, giáo dục... từ đầu tư công tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi hơn cũng như giảm được chi phí sản xuất cho khu vực tư nhân để tăng cường đầu tư. ii) Nhu cầu hàng hóa dịch vụ từ chính phủ khiến cầu về sản phẩm của khu vực tư nhân gia tăng, khuyến khích khu vực này đầu tư nhiều hơn do kỳ vọng về doanh thu và lợi nhuận tốt hơn.

Giả thiết về hiệu ứng dẫn dắt thường hay được xem xét khi nghiên cứu mối quan hệ giữa đầu tư khu vực công với đầu tư tư nhân ở một số nước đang phát triển. Bởi lẽ, ở hầu hết các nước đang phát triển ở trình độ càng thấp thì cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội đều

tương đối yếu và thiếu, đồng thời cũng thiếu cơ chế và khả năng thu hút khu vực tư nhân đầu tư vào. Tuy nhiên phát triển hạ tầng kinh tế - xã hội như giao thông vận tải, viễn thông, giáo dục, tài chính... đều rất quan trọng cho quá trình tăng trưởng và phát triển kinh tế xã hội của các quốc gia này. Điều này dẫn đến vai trò quan trọng của đầu tư từ phía nhà nước cho các lĩnh vực này. Đầu tư công lúc này có vai trò tạo tiền đề và động lực cho tăng trưởng kinh tế và kích thích thu hút đầu tư tư nhân vào nền kinh tế. Nếu đầu tư công có mối quan hệ thúc đẩy đầu tư tư nhân thì không nhất thiết phải giảm đầu tư công trong quá trình tái cơ cấu đầu tư công, bởi những ngoại ứng tích cực là cần thiết cho khu vực tư nhân, và tiếp đó là cho tăng trưởng.

## 2. Quan hệ đầu tư công với đầu tư tư nhân tại Việt Nam

Ở Việt Nam, đầu tư công và đầu tư của khu vực tư nhân trong nước vẫn đang là hai nguồn vốn đầu tư quan trọng trong tổng vốn đầu tư toàn xã hội, quyết định tới tốc độ tăng trưởng vốn chung toàn xã hội. Trong giai đoạn 2005-2020, tổng mức đầu tư toàn xã hội liên tục tăng và duy trì ở mức cao, tỷ lệ vốn đầu tư/GDP trung bình đạt 35,1%. Trong giai đoạn này quy mô đầu tư của khu vực công và khu vực tư nhân trong nước vẫn luôn có sự mở rộng, tính đến năm 2020 mức đầu tư lần lượt đạt 729 nghìn tỷ đồng và 972 nghìn tỷ đồng, lớn gấp 4,5 lần và 7,47 lần so với năm 2005 (bảng 1). Tỷ lệ vốn đầu tư khu vực công/ tổng đầu tư xã hội trung bình đạt 38,1%, chỉ thấp hơn tỷ lệ vốn đầu tư khu vực tư nhân trong nước 1 điểm % (39,1%), cao hơn hẳn vốn đầu tư của khu vực có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI chỉ chiếm 22,9%).

**Bảng 1: Đầu tư toàn xã hội theo giá hiện hành, 2005-2020**

	Vốn đầu tư thực hiện (nghìn tỷ đồng)				Cơ cấu (%)			
	Tổng đầu tư toàn XH	Kinh tế NN	Kinh tế ngoài NN	Khu vực có vốn ĐTNN	Tổng đầu tư/GDP	Kinh tế NN	Kinh tế ngoài NN	KV có vốn ĐTNN
2005	343.1	161.6	130.4	51.1	37.5	47.1	38.0	14.9
2006	404.7	185.1	154.0	65.6	38.1	45.7	38.1	16.2
2007	532.1	198.0	204.7	129.4	42.7	37.2	38.5	24.3
2008	616.7	209.0	217.0	190.7	38.2	33.9	35.2	30.9
2009	708.8	287.5	240.1	181.2	39.2	40.6	33.9	25.6
2010	830.3	316.3	299.5	214.5	38.5	38.1	36.1	25.8
2011	924.5	341.6	356.0	226.9	33.3	36.9	38.5	24.5
2012	1010.1	406.5	385.0	218.6	31.1	40.2	38.1	21.6
2013	1094.5	441.9	412.5	240.1	30.5	40.4	37.7	21.9
2014	1220.7	486.8	468.5	265.4	31.0	39.9	38.4	21.7
2015	1366.5	519.9	528.5	318.1	32.6	38.0	38.7	23.3
2016	1487.6	557.6	578.9	351.1	33.0	37.5	39.0	23.4
2017	1670.2	596.1	677.9	396.2	33.4	35.7	40.6	23.8
2018	1857.1	618.7	803.3	435.1	33.5	33.3	43.3	23.4
2019	2046.8	634.9	942.4	469.4	33.9	31.0	46.0	22.9
Ước 2020	2164.5	729.0	972.2	463.3	34.4	33.7	44.9	21.4

Nguồn: Niên giám thống kê. Số liệu 2020 từ báo cáo kinh tế xã hội quý 4 và năm 2020, GSO.

Từ dữ liệu bảng 1 cho thấy tuy giá trị vốn đầu tư tư nhân trong nước tăng nhưng tốc độ tăng vốn đang chậm lại so với khu vực tư nhân trong nước và khu vực FDI, nhất là từ năm 2014 trở lại đây với mức tăng trung bình 4,6%, chỉ gần bằng 1/3 và đ mức tăng trưởng vốn của

khu vực tư nhân và FDI. Dẫn đến cơ cấu đầu tư khu vực công ở nước ta giảm khá nhiều từ hơn 53% thời kỳ 1995-2005 xuống 39,1% tổng vốn đầu tư toàn xã hội trong 2006-2015, còn trung bình 34,3% kể từ 2016 đến nay. Tỷ trọng của khu vực tư nhân trong nước tương ứng lần lượt là 27,3%; 37,3% và 42,7%.

Xu hướng này đang cho thấy đầu tư công ở Việt Nam đã từng tạo ra hiệu ứng lấn át khu vực kinh tế tư nhân trong giai đoạn trước năm 2015. Từ 1986-2010, trung bình sau một thập niên, 1% tăng vốn đầu tư công ban đầu sẽ khiến đầu tư tư nhân bị thu hẹp 0.48% (Tô Trung Thành, 2012). Một trong các lý do dẫn đến tỷ trọng đầu tư tư nhân trong nước tương đối thấp so với tổng đầu tư ở Việt Nam là do đầu tư công dựa nhiều hơn vào nguồn vay nợ trong nước (các ngân hàng thương mại nắm giữ hầu hết trái phiếu chính phủ và do đó “chèn ép” đầu tư tư nhân trong nước, từ đó phải dựa nặng nề vào việc vay nợ từ các ngân hàng thương mại). Theo Bộ Tài chính, đến cuối năm 2016, hơn 55% trái phiếu chính phủ được nắm giữ bởi các ngân hàng thương mại, những đơn vị chủ yếu huy động nguồn lực từ các khoản tiền gửi. Ngoài ra, thực tế hầu hết trái phiếu chính phủ có kỳ hạn ngắn với chi phí huy động cao, điều đó cũng có nghĩa là vay nợ trong nước của chính phủ cạnh tranh với khu vực kinh tế tư nhân, những đối tượng chủ yếu huy động nguồn lực thông qua vay nợ từ các ngân hàng thương mại. Tình trạng này, cùng với số lượng lớn các khoản vay không có hiệu quả và sức ép liên quan lên tính thanh khoản trong hệ thống ngân hàng (đặc biệt trong các năm 2006-2010 và 2011-2015) và những căng thẳng ngân sách đã đẩy chính phủ đến khó khăn trong việc trả nợ cho các ngân hàng thương mại, cho thấy sự cần thiết phải khẩn cấp tái cơ cấu nợ trong nước của chính phủ và xem xét lại chiến lược vay nợ trong nước của mình (UNDP).

Sang giai đoạn 2016 đến nay cho thấy dấu hiệu lấn át của đầu tư công đối với đầu tư tư nhân đã có biến chuyển lớn, được thể hiện trong cơ cấu đầu tư quốc gia khi đầu tư công chuyển lại vị trí dẫn đầu sang cho khu vực tư nhân. Năm 2020, trước tác động mạnh mẽ của đại dịch Covid 19, giải ngân đầu tư công được đẩy mạnh để hỗ trợ nền kinh tế, đầu tư tư nhân có giảm nhẹ về tỷ trọng nhưng vẫn dẫn đầu với mức 44,9% tổng đầu tư toàn xã hội. Có nhiều yếu tố dẫn đến sự thay đổi vai trò đầu tư công với đầu tư tư nhân trong nước, nhưng trước hết phải kể đến quyết tâm chính trị mạnh mẽ kể từ Đại hội Đảng XII hướng tới giảm bội chi ngân sách, đẩy mạnh tái cơ cấu đầu tư công, tạo cơ chế cho khu vực tư nhân phát huy vai trò động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế. Đồng thời Chính phủ đẩy mạnh hơn các dự án đầu tư cung cấp hạ tầng công cộng thông qua hình thức hợp tác công tư (PPP), trong đó vốn nhà nước có vai trò dẫn dắt, định hướng để

khuyến khích tư nhân trong và ngoài nước tham gia đầu tư. Tuy nhiên, hiện nay các dự án đầu tư theo hình thức hợp tác công tư chưa hấp dẫn nhà đầu tư tư nhân nước ngoài, phụ thuộc nhiều vào tín dụng ngân hàng (Theo Vụ Đối tác Công tư -Bộ Giao thông Vận tải, quy mô vốn chủ sở hữu của nhà đầu tư trong các dự án giao thông đang vận hành khai thác chỉ chiếm trung bình 12,9% tổng mức đầu tư của dự án). Điều này không sớm được tháo gỡ sẽ lại gây áp lực cạnh tranh vốn đầu tư cho các ngành kinh tế khác, tăng nợ xấu và tăng gánh nặng nợ cho Chính phủ khi đứng ra bảo lãnh cho các khoản vay của các dự án PPP.

Bên cạnh đó, mặc dù tỷ trọng đầu tư của khu vực công giảm, nhưng quy mô đầu tư vẫn tăng thực, và nguồn hình thành vốn cho đầu tư nhà nước trong những năm gần đây lại đến từ nguồn vốn tín dụng nhà nước. Trong giai đoạn 1995-2009, tỷ trọng nguồn vốn tín dụng nhà nước chỉ chiếm trung bình 23,3%, vốn từ ngân sách chiếm 48,8%, còn lại là đầu tư của doanh nghiệp nhà nước. Nhưng sang giai đoạn 2010-2020, Nhà nước đi vay nhiều hơn, vốn tín dụng nhà nước tăng mạnh ngang bằng với vốn từ ngân sách (cả hai đều chiếm 48,5%), còn vốn của các doanh nghiệp nhà nước giảm mạnh do tiến trình cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được đẩy mạnh hơn. Điều đáng nói thêm là, ngân sách nhà nước thường xuyên rơi vào tình trạng thâm hụt, quy mô thâm hụt ngày càng tăng. Nguồn thu ngân sách thu hẹp, chi thường xuyên vẫn khó điều chỉnh giảm, nên tiết kiệm ngân sách cho đầu tư phát triển sẽ thấp, lại tiếp tục gây ra vòng xoáy vay nợ bù đắp thâm hụt ngân sách, tài trợ cho các dự án đầu tư công, gây sức ép lên thị trường vốn trong nước và tỷ giá hối đoái theo hướng bất lợi cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

### 3. Kết luận và định hướng giải pháp

Qua phân tích quan hệ giữa đầu tư nhà nước với đầu tư tư nhân trong nước cho thấy hiệu ứng lấn át tuy đã yếu đi, hiệu ứng dẫn dắt đã bắt đầu xuất hiện nhưng còn mờ nhạt và thiếu bền vững. Để đầu tư công phát huy vai trò dẫn dắt định hướng đầu tư tư nhân, mở rộng dư địa cho đầu tư tư nhân thì cần chú trọng những giải pháp sau:

Thứ nhất, tiếp tục cơ cấu lại đầu tư công, thay đổi cơ cấu đầu tư theo hướng giảm bớt chức năng “nhà nước kinh doanh” và đồng thời tăng cường chức năng “nhà nước phúc lợi” nhà nước kiến tạo. Hạn chế phân bổ đầu tư nhà nước vào các lĩnh vực mà khu vực tư nhân có thể đảm nhiệm tốt; chuyển trọng tâm ra ngoài lĩnh vực kinh tế, tập trung vào phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội; phát triển thể chế và phát triển năng lực, để tạo được ngoại ứng tích cực lan tỏa đến khu vực tư nhân, hỗ trợ khu vực này phát triển và đóng góp vào tăng trưởng kinh tế. Cụ thể, đầu tư công cần

đặt ưu tiên nhiều hơn vào các lĩnh vực như xây dựng cơ bản, khoa học, giáo dục, y tế và cứu trợ xã hội, văn hóa, thể thao, phục vụ cá nhân và cộng đồng...

Thứ hai, xây dựng khung pháp lý và cơ chế đảm bảo môi trường cạnh tranh và quyền lợi của nhà đầu tư trong lĩnh vực các dự án cơ sở vật chất hạ tầng, hoàn thiện các hình thức hợp tác công — tư (PPP) trong các dự án cơ sở hạ tầng và năng lực nhà thầu để giảm tình trạng vay vốn tín dụng ngân hàng tài trợ dự án hạ tầng.

Thứ ba, cân đối lại thu chi ngân sách, giám sát chặt chẽ ngân sách, tăng tiết kiệm ngân sách cho đầu tư phát triển để hạn chế việc vay nợ tài trợ đầu tư dự án công cộng. Do đó, cần triển khai mạnh mẽ chính phủ điện tử để tinh giản bộ máy quản lý và nâng cao năng lực quản lý các cấp. Cần quyết tâm chính trị lớn trong cải tổ bộ máy quản lý và cơ chế quản lý để tiết giảm chi thường xuyên, giảm bội chi ngân sách, tạo nguồn vốn đầu tư nhà nước cho đầu tư phát triển kinh tế - xã hội và tạo nền tảng hạ tầng dẫn dắt đầu tư tư nhân trong và ngoài nước./.

### Tài liệu tham khảo

Đình Trọng Thắng (2019), “Quan hệ giữa đầu tư công và đầu tư tư nhân trong phát triển kinh tế” tại <https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/quan-he-giua-dau-tu-cong-va-dau-tu-tu-nhan-trong-phat-trien-kinh-te-305137.html>

Mahmoud Mahmoudzadeh, Mahmoud Mahmoudzadeh, Soraya Sadeghi (2013), “Fiscal Spending and Crowding out Effect: A Comparison between Developed and Developing Countries”, International Journal of Institutions and Economies), No. 1, pages 31-40.

Sharon J. Erenburg(1993),The Relationship Between Public and Private Investment), The Jerome Levy Economics Institute, Working paper No.85.

Tô Trung Thành (2012), Đầu tư công lấn át đầu tư tư nhân: góc nhìn từ mô hình thực nghiệm VECM. [http://dl.ueb.edu.vn/bitstream/1247/10456/1/Dau%20tu%20cong%20lan%20at%20dau%20tu%20tu%20nhan\\_To%20Trung%20Thanh.pdf](http://dl.ueb.edu.vn/bitstream/1247/10456/1/Dau%20tu%20cong%20lan%20at%20dau%20tu%20tu%20nhan_To%20Trung%20Thanh.pdf)

UNDP, “Tài chính cho phát triển bền vững ở Việt Nam: Đánh giá tình hình tài chính cho phát triển” truy cập tại <https://www.undp.org/vietnam/dam/docs/Publications>

---

# Vài nét về tổ chức bộ máy nhà Nhà nước Hoa Kỳ

Phạm Ngọc Lam Giang

Viện Nghiên cứu Châu Mỹ - Viện Hàn Lâm Khoa học Xã hội Việt Nam

Đỗ Hoàng Yến

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

Hợp chúng quốc Hoa Kỳ (Hoa Kỳ) được thiết lập bởi Hiến pháp năm 1787, là một quốc gia liên bang được cấu thành bởi các tiểu bang khác nhau. Hoa Kỳ hiện là một trong những cường quốc trên thế giới về các phương diện: kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội. Vì vậy, tổ chức bộ máy chính quyền Hoa Kỳ mang nhiều giá trị tham khảo cho Việt Nam trong quá trình xây dựng Nhà nước Pháp quyền Xã hội chủ nghĩa.

## 1. Mở đầu

Chính quyền Hoa Kỳ được tổ chức theo mô hình cộng hòa tổng thống. Quyền lực nhà nước được phân chia theo chiều ngang thành các ngành lập pháp, hành pháp và tư pháp theo nguyên tắc tam quyền phân lập. Mỗi ngành có trách nhiệm quyền hạn riêng biệt, có sự kiểm soát — đối trọng lẫn nhau, để không ngành nào có thể lạm dụng quyền lực. Sự phân chia quyền lực theo chiều ngang diễn ra ở cả chính quyền liên bang và chính quyền của từng bang ở Hoa Kỳ. Ở cấp trung ương (liên bang) có hành pháp liên bang, lập pháp liên bang và tòa án liên bang, và ở cấp địa phương (tiểu bang) có hành pháp tiểu bang, lập pháp tiểu bang và tòa án tiểu bang riêng.

Bên cạnh phân quyền ngang, chính quyền Hoa Kỳ còn thực hiện phân quyền dọc từ trung ương đến địa phương. Ở trung ương là chính quyền liên bang và ở cấp độ địa phương là chính quyền bang, hai hệ thống chính quyền này tồn tại song song và chia sẻ quyền lực với nhau. Tổ chức và hoạt động cũng như nhiệm vụ và quyền hạn các cấp chính quyền là tương đối độc lập với nhau. Chính quyền liên bang không có quyền điều hành, chỉ đạo chính quyền bang, mà chỉ có thể xây dựng chủ trương chính sách; tạo dựng khuôn khổ pháp lý; và kiểm tra, giám sát hoạt động của các chính quyền cấp dưới; mọi vi phạm của chính quyền bang sẽ do Tòa án Hành chính xét xử độc lập. Có sự phân công nhiệm vụ, trách nhiệm và quyền hạn cụ thể giữa chính quyền liên bang và chính quyền bang trong những lĩnh vực cụ thể. Chính quyền liên bang sẽ giải quyết các vấn đề công, vì lợi ích của cả cộng đồng xã hội, như vấn đề: chủ quyền lãnh thổ, dịch vụ công,...; chính quyền bang sẽ phụ trách các vấn đề phát triển kinh tế - xã hội, giáo dục, văn hóa ở địa phương. Hiến pháp Hoa Kỳ quy định những công việc mà chính quyền liên bang có quyền quyết định. Ngoài phạm vi

này, tất cả các công việc khác đều do các bang độc lập tự quyết, chính quyền liên bang không được phép can thiệp vào những gì thuộc thẩm quyền riêng của chính quyền bang.

## 2. Chính quyền liên bang Hoa Kỳ

Chính quyền liên bang Hoa Kỳ thực hiện phân quyền ngang theo nguyên tắc tam quyền phân lập, theo đó, quyền lực nhà nước được phân chia thành ba nhánh khác nhau, do ba cơ quan khác nhau nắm giữ, giữa các nhánh này có sự kiểm soát — đối trọng lẫn nhau.

Quốc hội Hoa Kỳ là cơ quan lập pháp (làm luật) và giám sát (xem xét chính sách của Chính phủ) của Chính quyền Quốc gia, và bao gồm hai viện: Thượng nghị viện và Hạ nghị viện. (Chính phủ Hoa Kỳ của chúng ta) Thượng viện: có 2 Thượng nghị sĩ được bầu cho mỗi tiểu bang, tổng cộng có 100 Nghị sĩ với nhiệm kỳ 6 năm nhưng cứ 2 năm thì bầu lại 1/3 tổng số thượng nghị sĩ. Hạ viện: có 435 đại biểu được bầu và được phân chia trong số 50 bang theo tỷ lệ tổng dân số của họ. (Micheal & Remington, 2002) Thời kỳ lập quốc, đại biểu của Thượng viện do viện lập pháp bang bầu chọn. Tu chính án thứ 17 được thông qua năm 1913, cho phép bầu trực tiếp các Thượng nghị sĩ. Mỗi viện đều có quyền lực riêng biệt - Thượng viện có nhiệm vụ cố vấn và phê chuẩn các bổ nhiệm của tổng thống, trong khi Hạ viện có trách nhiệm đệ trình các dự luật từ dân biểu và nâng cao thu nhập quốc gia.

Tổng thống là người đứng đầu ngành hành pháp của Liên bang, chịu trách nhiệm lãnh đạo đất nước. Ngoài ra Hiến pháp còn quy định: “Tổng thống sẽ là Tổng tư lệnh các lực lượng lục quân và hải quân Hoa Kỳ và của lực lượng dự bị ở một số bang”. Tổng thống có nhiệm kỳ bốn năm và có thể được bầu cử không quá hai lần.

Hệ thống Tòa án liên bang gồm ba cấp xét xử: tòa sơ thẩm là các tòa án khu vực liên bang; tòa phúc thẩm là các tòa phúc thẩm lưu động liên bang và Tòa án tối cao liên bang. Tòa án khu vực liên bang do Quốc hội thành lập để xét xử các vụ án của liên bang tại bang đó. Mỗi bang có ít nhất một tòa khu vực và những bang đông dân có thể có tới 4 tòa án như vậy. Hiện nay ở Hoa Kỳ có khoảng 94 tòa án khu vực liên bang với 649 thẩm phán đang làm việc. Tòa phúc thẩm liên bang có thẩm quyền xét xử phúc thẩm các bản án của tòa án khu vực liên bang và giải quyết các kháng cáo của các ủy ban hay cơ quan thuộc liên bang và có trách nhiệm kiểm tra việc tuân thủ pháp luật liên bang. Hoa Kỳ có 13 tòa phúc thẩm liên bang, mỗi tòa có từ 6 đến 28 thẩm phán. Tòa án tối cao liên bang là cơ quan xét xử cao nhất của Hoa Kỳ, có một số thẩm quyền xét xử sơ thẩm và nhận đơn kháng cáo đối với các quyết định từ các tòa án cấp dưới (đây chính là quyền xét xử phúc thẩm). Biên chế của tòa án này chỉ có 9 người, trong đó có 1 thẩm phán.

Hiến pháp liên bang Hoa Kỳ được soạn thảo ngày 17 tháng 9 năm 1787 và được phê chuẩn sau các cuộc hội nghị tại 13 tiểu bang đầu tiên. Các nhà soạn thảo Hiến pháp Hoa Kỳ quy định Hiến pháp là “bộ luật tối cao của đất nước”. Điều này có nghĩa là khi có các bộ luật được các bang (kể cả hiến pháp từng bang) hay Quốc hội thông qua có xung đột với Hiến pháp liên bang, những luật đó không có hiệu lực. Trong hai thế kỷ qua, nguyên tắc về quyền tối thượng này của Hiến pháp đã được khẳng định và củng cố thông qua các phán quyết của Tòa án tối cao. Hiến pháp đặt quyền người dân trên hết. Hiến pháp cho phép người dân thay đổi nó qua các tu chính án. Cũng theo Hiến pháp, quyền lực của các quan chức nhà nước là có giới hạn. Các đại biểu chỉ được tiếp tục phục vụ nếu họ được tái bầu cử trong các cuộc bầu cử có định kỳ. Các viên chức bổ nhiệm chỉ phục vụ theo ý muốn của cơ quan bổ nhiệm họ, và có thể bị cách chức bất kỳ lúc nào. Có một ngoại lệ là các thẩm phán của Tòa án Tối cao được tổng thống bổ nhiệm với nhiệm kỳ trọn đời và một mức lương ổn định trong suốt nhiệm kỳ của mình để họ có thể hoạt động độc lập, tránh những ràng buộc hoặc ảnh hưởng chính trị.

### 3. Chính quyền tiểu bang Hoa Kỳ

Tổ chức chính quyền của mỗi tiểu bang được quy định theo Hiến pháp bang. Tất cả những hiến pháp các bang hiện hành ở Hoa Kỳ đều được hình thành bởi các cơ cấu thành phần đại diện cho nhân dân, và trong đa số các trường hợp Hiến pháp bang được sự đồng thuận từ công dân trước khi có hiệu lực. Trước khi Hiến pháp liên bang được hình thành, 13 tiểu bang sơ khai đã có hiến pháp của riêng mình, và hầu hết

được hình thành bởi những quy ước cộng đồng để phục vụ cho các mục tiêu cụ thể.

Ngành lập pháp của 49 trong số 50 tiểu bang gồm có hai viện do dân bầu, trừ bang Nebraska chỉ có bộ máy lập pháp một viện. Khi Nebraska trở thành một tiểu bang vào năm 1867, nhánh lập pháp của tiểu bang vẫn có cả Thượng viện và Hạ viện. Thượng nghị sĩ liên bang George W. Norris và nhiều công dân Nebraska khác đưa ra đề xuất thành lập cơ chế lập pháp đơn viện vì cho rằng hình thức tổ chức lưỡng viện có những yếu tố không dân chủ. Họ đề xuất một cuộc trưng cầu dân ý. Năm 1934, người dân Nebraska quyết định bãi bỏ Hạ viện tiểu bang để lập nên thể chế đơn viện hiện nay trong bối cảnh cuộc Đại khủng hoảng khiến kinh tế Hoa Kỳ lâm vào suy thoái. Tên gọi của các viện thay đổi tùy theo từng bang. Ở đa số các bang, viện trên được gọi là Thượng viện (Senate), còn viện dưới có thể được gọi là Hạ viện, Hội đồng đại diện hoặc Hội đồng đại biểu (State Assembly, House of Representatives, hay House of Delegates). Các nghị sỹ được bầu từ các khu vực bầu cử và thường phục vụ với nhiệm kỳ hai hoặc bốn năm tùy theo từng bang. Trên thực tế, đa số tiểu bang chọn bầu các nghị sỹ theo từng khu vực và chỉ chọn một người duy nhất cho từng khu vực bầu cử. Các khu vực bầu cử như thế có dân số xấp xỉ bằng nhau. Một số tiểu bang khác như Maryland và Vermont, phân chia tiểu bang của mình thành những khu vực bầu cử khác nhau: có khu chỉ chọn duy nhất một nghị sỹ, có khu chọn nhiều nghị sỹ tùy thuộc vào dân số của từng khu. Ví dụ khu vực bầu cử chọn hai đại biểu phải có dân số xấp xỉ gấp đôi khu bầu cử chọn một đại biểu và theo tỉ lệ như vậy cho các khu bầu cử chọn nhiều đại biểu hơn. (Holzer, Marc and Schwester, Richard, 2015).

Hành pháp tiểu bang. Đứng đầu bộ máy hành pháp bang là Thống đốc bang. Thống đốc bang được bầu bằng cách bỏ phiếu kín trên toàn bang cho nhiệm kỳ hai hoặc bốn năm tùy theo từng bang. Khác với hành pháp liên bang, Tổng thống chỉ định các thành viên nội các, các thành viên này chịu trách nhiệm trước Tổng thống thì ở đa số các tiểu bang, các quan chức hành pháp cao cấp thường được người dân trực tiếp bầu lên, như: Phó Thống đốc, Bộ trưởng Ngoại giao, Tổng Chương lý, quan chức phụ trách tài chính, các thành viên của các hội đồng và ủy ban. Những người này phục vụ trong vai trò là thành viên của ngành hành pháp nhưng không phải chịu sự kiểm chế hay chi phối của Thống đốc và Thống đốc cũng không thể bãi miễn họ. Những vị trí không được bổ nhiệm thông qua bầu cử thì thường sẽ được Thống đốc chỉ định. Bộ máy hành pháp của từng bang có thẩm quyền quản lý các hoạt động hàng ngày của chính quyền bang, cung cấp các dịch vụ và thi hành luật. (David, & Berman, 2003).

Tư pháp tiểu bang. Các bang ở Hoa Kỳ được phép tổ chức hệ thống tư pháp khác biệt so với hệ thống tư pháp liên bang miễn sao các tòa án này bảo vệ quyền hiến định của công dân tiểu bang theo đúng trình tự pháp lý. Cơ cấu tòa án các cấp thấp thay đổi tùy theo từng bang. Đa số tiểu bang có tòa cấp cao nhất là Tòa án Tối cao bang (Appeals) hoặc Tòa phúc thẩm bang (Court of Appeal). Một số bang có những tòa án riêng để xét xử các vụ việc dân sự và hình sự, tất cả các bang đều có một dạng tòa án tỉnh (Superior court) hoặc tòa án quận (District Court) để xử lý những vi phạm và khiếu kiện nhỏ. Tiểu bang Oklahoma và Texas có các tòa án cấp bậc cao nhất riêng biệt để xem xét kháng án cho các vụ án tội phạm. (David, & Berman, 2003).

Hệ thống tòa án của các bang có quyền xét xử những vụ việc mà các tòa án liên bang không xét xử, trong đó bao gồm phần lớn các vụ kiện dân sự giữa các bên trong cùng một bang, các vụ án hình sự đối với những tội danh vi phạm luật pháp bang hoặc luật pháp địa phương, luật gia đình, các vấn đề liên quan đến Hiến pháp bang. Đa số tiểu bang sử dụng luật phổ thông của Anh làm căn bản cho hệ thống pháp lý của mình, trừ tiểu bang Louisiana là đặc biệt vì áp dụng phần lớn hệ thống pháp lý của mình dựa trên căn bản luật dân sự của Pháp.

Một số ít các tiểu bang cho phép các thẩm phán tại các tòa án có nhiệm kỳ trọn đời. Đa số các thẩm phán tại các tòa án tiểu bang đều được bầu lên hay được bổ nhiệm với những nhiệm kỳ phục vụ có giới hạn số năm, ví dụ là 5 năm. Họ thường được bầu lại hay bổ nhiệm lại nếu như họ được xét thấy là làm việc đáng được ngồi lại tại chức. (David, & Berman, 2003).

#### 4. Kết luận

Lịch sử thành lập và phát triển Hoa Kỳ mới chỉ hơn 200 năm, kể từ bản Hiến pháp 1787. Tuy nhiên, ngày nay Hoa Kỳ là một cường quốc trên thế giới trong nhiều lĩnh vực. Đạt được thành tựu đó, yếu tố tổ chức và hoạt động hệ thống chính quyền đóng vai trò quan trọng. Sự phân chia quyền lực trong hệ thống chính quyền Hoa Kỳ đã tạo ra một cơ chế hữu hiệu cho tổ chức và hoạt động của các cơ quan quyền lực nhà nước, giúp Hoa Kỳ đạt được hiệu quả cao trong vận hành bộ máy nhà nước, từ đó đạt được hiệu lực kinh tế, chính trị, xã hội. Cách thức tổ chức và vận hành của bộ máy chính quyền Hoa Kỳ có ý nghĩa tham khảo hết sức quan trọng đối với nhiều nước trong đó có Việt Nam./.

#### Tài liệu tham khảo

Trần Thị Minh Châu, (2009), Chế độ tự quản địa phương của một số nước trên thế giới, Tạp chí Tổ chức nhà nước, số 4.

Nguyễn Văn Cương, Kinh nghiệm quốc tế về tự quản địa phương và một số gợi ý về việc tiếp tục hoàn thiện cơ chế quản trị địa phương cho Việt Nam, <http://khpl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/nghien-cuu-trao-doi.aspx?ItemID=31>, truy cập ngày 20/11/2019.

Nguyễn Hoàng Anh, (2014), Chính quyền địa phương tự quản trong pháp luật một số quốc gia, Tạp chí Tổ chức Nhà nước, số 10.

Nguyễn Văn Huyền (2007), Hệ thống chính trị Anh, Pháp, Mỹ (mô hình tổ chức và hoạt động), NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.

Micheal, Remington. (2002). Federalism and the Constitution: Limits on Congressional Power and Significant Events, 1776 — 2000.

David, Berman. (2003). Local Governments and the States: Autonomy, Politics, and Policy. ME Sharpe.

Comparing Federal and State Courts, <http://www.uscourts.gov/about-federal-courts/court-role-and-structure/comparing-federal-state-courts>, truy cập 20/12/2019.

Allen, Mahalley D., Carrie Pettus, and Donald D. Haider-Markel. (2004). Making the National Local: Specifying the Conditions for National Government Influence on State Policymaking. *State Politics and Policy Quarterly* 4 (Fall): 318—44.

# Giải pháp đẩy mạnh bán hàng trực tuyến ở Việt Nam

Nguyễn Minh Phương

Trường Đại học Thương Mại

Covid-19 đã làm thay đổi xu hướng tiêu dùng và là một cú hích hợp lý để môi trường kinh doanh trực tuyến bùng nổ. Kinh doanh trực tuyến đã làm thay đổi tư duy của các doanh nghiệp và người tiêu dùng ở Việt Nam nhưng để kinh doanh trực tuyến là giải pháp hữu ích cho các doanh nghiệp trong thời đại 4.0 và dịch bệnh thì cả Nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng cần thay đổi tư duy, hành động để hình thức kinh doanh này phát huy được giá trị và bền vững.

## 1. Mở đầu

Bán hàng trực tuyến hình thức kinh doanh trực tuyến sử dụng nền tảng công nghệ thông tin với sự hỗ trợ của Internet để thực hiện các giao dịch mua bán, trao đổi, thanh toán trực tuyến. Bán hàng trực tuyến đang là xu hướng của thời đại toàn cầu hóa, đây là lĩnh vực tiềm năng để các doanh nghiệp vừa và nhỏ sinh lợi và phát triển, cơ hội cho những ai muốn khởi nghiệp kinh doanh theo mô hình mới. Mô hình kinh doanh bán hàng trực tuyến được xem như một trong những giải pháp thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế quốc gia.

Tại Việt Nam thị trường bán lẻ đã có nhiều chuyển đổi, ảnh hưởng từ việc thực hiện giãn cách xã hội nhằm ngăn chặn sự bùng phát của đại dịch COVID-19, các thương hiệu và nhà bán hàng chủ động tham gia kênh bán hàng trực tuyến nhằm tìm kiếm mức tăng trưởng, trong khi đó, người tiêu dùng có xu hướng tìm đến các trang thương mại điện tử để đáp ứng nhu cầu mua sắm hàng ngày. Trong bối cảnh dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp, tình hình dịch bệnh đang từng bước được kiểm soát, tuy nhiên nhiều lĩnh vực, ngành kinh tế bị vẫn đang bị tác động, ảnh hưởng xấu. Với tâm lý tránh tiếp xúc gần với tác nhân gây bệnh trong thời điểm dịch bệnh, người dân có xu hướng lựa chọn sử dụng phương thức trực tuyến để đặt hàng thay vì mua hàng tại điểm bán truyền thống, điều này trực tiếp tác động đến xu hướng tăng trưởng của kinh doanh trực tuyến so với các thời điểm trước đó.

## 2. Sự bùng nổ của bán hàng trực tuyến ở Việt Nam

Trước khi Covid-19 diễn ra, những nhóm ngành như thời trang, chăm sóc cá nhân, ăn uống là những sản phẩm được khách hàng tìm mua. Song sự tiết kiệm tiền gia tăng trong quý 2/2020 vì cảm giác bất an và lo lắng về nền kinh tế nên chi tiêu về mua sắm thời trang, du lịch, ăn uống bên ngoài có sự sụt giảm rõ rệt. Tương quan với bức tranh trên, các nhà bán lẻ nên chú trọng vào mặt hàng nào? Đó là những mặt hàng chăm sóc cá nhân, đảm bảo chăm sóc gia đình và bảo

vệ gia đình một cách tốt nhất trong mùa dịch. Đây là chuyển dịch mà các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến cần phải nhìn thấy. Khi đại dịch vẫn diễn biến phức tạp trên thế giới, tất cả đều phải thay đổi thói quen sinh hoạt hàng ngày. 82% cho biết mua sắm trực tuyến trong giai đoạn cách ly xã hội, trong đó 98% cho biết họ tiếp tục mua trực tuyến kể cả sau cách ly. Điều này đặt ra thử thách mới nhưng cũng là cơ hội cho các nhà bán lẻ thay đổi cơ chế hoạt động, thích nghi với thị hiếu người tiêu dùng.

Nếu xét về nguồn gốc sản phẩm trong mua trực tuyến, theo Niesel, sản phẩm địa phương là một trong những tiêu chí quan trọng nhất với người tiêu dùng Việt Nam. So với mức tiêu dùng toàn cầu, người tiêu dùng Việt có sự ưu tiên mạnh mẽ hơn với các sản phẩm địa phương. 17% người tiêu dùng chỉ mua hàng nội địa, 59% cho biết đa phần mua hàng nội địa trong khi mức trung bình toàn cầu là 11% và 54%. Điều này chứng tỏ nhu cầu tiêu dùng hàng nội địa luôn ổn định, là lợi thế cho các doanh nghiệp trong nước phát triển bán hàng trực tuyến.

Người tiêu dùng Việt Nam là nhóm người dùng đang mua sắm trực tuyến ở nhiều ngành hàng hơn các quốc gia khác. Nếu như năm 2019, người dùng Việt Nam mua sắm trung bình ở mức 3,9 ngành hàng, thì năm 2020 tăng lên 5,2 ngành hàng. Theo kết quả nghiên cứu được công bố trên Google từ một tổ chức khác cho thấy, trong thời điểm đại dịch, 72% cho biết họ hạn chế ra ngoài mua sắm để giảm rủi ro dịch bệnh, thay vào đó 83% dành thời gian tìm hiểu hàng hoá trước khi mua trực tuyến, 79% dành thời gian lựa chọn, so sánh giữa các nguồn hàng. Khảo sát này cũng chỉ ra, một số hành vi sẽ thay đổi lâu dài với người Việt Nam sau Covid-19, đó là 63% duy trì đặt thức ăn trên mạng, 67% tiếp tục hành vi mua sắm trực tuyến, đặc biệt 44% cho rằng sẽ không mua hàng bên ngoài khi mua được hàng trên mạng. Như vậy, nếu là doanh nghiệp chỉ hoạt động bên ngoài thì sẽ mất lượng khách hàng rất lớn so với doanh nghiệp cùng ngành có hiện diện và cung ứng trực tuyến.

Theo khảo sát của Nielsen năm 2020 cho thấy, số người tiêu dùng mua sắm trực tuyến ở Việt Nam tăng lên 25%, trong khi ở các kênh truyền thống như siêu thị, chợ và tạp hóa chỉ tăng lần lượt 7%, 3% và 6%. Trong đó, có đến 55% người tiêu dùng mua sắm trực tuyến ở độ tuổi 18-29, trong đó 63% là phụ nữ, 65% là nhân viên văn phòng, 70% có thu nhập cao. Trong số đó, có 55% thực hiện mua sắm qua các ứng dụng di động (mobile app). Lý do mua hàng trực tuyến vì có nhiều chương trình khuyến mãi, giá rẻ. Tuy nhiên, tần suất mua hàng trực tuyến tại Việt Nam còn khá khiêm tốn, mới chỉ khoảng 1,6 lần/tháng. Nếu so sánh con số này với kênh siêu thị là hơn 3 lần/tháng, kênh truyền thống hơn 7 lần/tháng thì thấy tiềm năng của trực tuyến đang còn rất lớn. Xu hướng mua sắm trực tuyến trong dịch Covid-19 mở ra cơ hội kinh doanh trực tuyến nhiều hơn khi người dân chọn mua sắm tại nhà gia tăng. Mua sắm trực tuyến có tốc độ tăng trưởng 2 con số hàng năm và con số này còn nhiều khả năng phát triển nữa ở Việt Nam. Việt Nam bùng nổ kinh tế số những năm gần đây với tổng giá trị hàng hoá gần 12 tỷ USD trong năm 2019, dự đoán tăng lên đến 43 tỷ USD trong 2025. Đây là cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam trong ngành thương mại điện tử. Báo cáo mới nhất của Google vào cuối tháng 9 năm 2020 cho thấy, lượng người di chuyển đến khu mua sắm, vui chơi giải trí giảm 19% hậu Covid-19.

### 3. Một số tồn tại trong kinh doanh trực tuyến ở Việt Nam

Để giúp doanh nghiệp trong nước phát triển và phục hồi sau Covid -19, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh kinh doanh trực tuyến, tập trung xây dựng trải nghiệm mua sắm qua mobile app. Để bán hàng online không nhất thiết phải phụ thuộc quá nhiều vào một số kênh, mà doanh nghiệp có thể tham gia các super app. Để tự xây dựng super app rất khó, vì đa phần doanh nghiệp không thể có đủ tiềm lực về vốn, công nghệ. Tuy nhiên, doanh nghiệp có thể tham gia vào super app của các doanh nghiệp khác. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp tận dụng được cơ hội, cũng như tránh lệ thuộc quá nhiều vào "người khổng lồ" như Facebook hay Google. Dù lượng sử dụng mobile rất mạnh nhưng 90% người dùng thường gỡ bỏ app trong vòng 90 ngày. Như vậy, "cuộc chiến" ở đây là làm sao tạo ra các app được sử dụng nhiều nhất, thường xuyên nhất hoặc sẽ bị gỡ bỏ. Super app, không phải là cuộc chơi của những "người khổng lồ", câu chuyện của MoMo, Gojek, Bee... đa phần là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Chúng ta vẫn có thể làm super app mà không cần phải trở thành gã khổng lồ. Doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn chưa quen tập trung vào mobile. Những năm gần đây, thương mại điện tử đặc biệt các app như Lazada hay Shopee thì số lượng đơn hàng trên mobile áp chiếm tới hơn 80%. Và toàn bộ hành vi trên app mới là quyết định sự thắng-thua của doanh nghiệp trong thời gian

tới. Nhiều app hiện nay rất tẻ nhạt, khách hàng không tìm thấy độ hấp dẫn trong app của doanh nghiệp đó. Đơn cử như họ chỉ vào app để thanh toán tiền điện, nước... sau đó đi ra nhanh. Nhưng với super app có quá nhiều dịch vụ, nhiều điều hay ho. Người dùng có thể vào thanh toán tiền điện, nước, hôm sau có thể quay lại xem phim, nghe nhạc, mua sắm... Như vậy mới giữ được người dùng, tức là người dùng cảm thấy hài lòng thì họ sẽ ở lại app. Do đó, để super app thành công, cần phải có 4 yếu tố, đó là phải có một tính năng cốt lõi — tính năng mạnh nhất để giữ và kéo được người dùng ở lại. Thứ hai đó là có một hệ thống thanh toán, thanh toán thuận tiện thì trải nghiệm càng tốt. Thứ ba là phải có một chương trình giữ người dùng ở lại, vì trên app có rất nhiều dịch vụ. Cuối cùng, phải có một hệ sinh thái app, như nếu đặt phòng khách sạn thì có kèm luôn bữa ăn sáng, bữa trưa, kèm thêm vé xem phim, dã ngoại... Tuy nhiên thách thức lớn nhất hiện nay đối với thương mại điện tử là thay đổi trong hành vi mua sắm của người tiêu dùng. Hiện nay người tiêu dùng Việt Nam mua hàng trên nhiều nền tảng khác nhau. Cụ thể, năm 2019 mua hàng trung bình trên 4 nền tảng, năm 2020 là 5,7 nền tảng. Do đó, doanh nghiệp cần đem sản phẩm của mình đến với khách hàng, gợi ý cho họ những điều thú vị về sản phẩm. Đây là sự chuyển dịch từ thương mại điện tử đơn thuần sang thương mại điện tử khám phá đòi hỏi doanh nghiệp phải biết để đáp ứng.

Tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử ở Việt Nam tại thời điểm trước khi xảy ra dịch Covid-19 đạt 43%-45%. Thực tế, con số này có thể cao hơn, vì theo Google, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử của Việt Nam trong 2 năm vừa qua xấp xỉ 80%. Chỉ cần tốc độ 43%-45%, sau 2-3 năm, mức độ phát triển thương mại điện tử ở nước ta là rất lớn. Bởi đây là kênh để doanh nghiệp tiếp cận khách hàng nhanh hơn. Năm 2020, khi dịch Covid-19 xảy ra, kênh bán hàng online, giao dịch, mua bán qua sản phẩm thương mại điện tử càng nở rộ, khẳng định đây là xu thế trong tương lai. Năm 2020, quy mô thương mại điện tử ở Việt Nam được dự báo đạt 13 tỷ USD và kỳ vọng chỉ trong 5 năm tới, tức là đến năm 2025, quy mô này có thể đạt 33 - 35 tỷ USD. Khi đó, thị trường thương mại điện tử nói chung và kinh doanh trực tuyến nói riêng sẽ là cơ hội để các đối tượng kinh doanh phi pháp, lừa đảo lợi dụng. Tình trạng lợi dụng mạng xã hội, thương mại điện tử, internet để kinh doanh hàng giả, hàng nhập lậu, vi phạm sở hữu trí tuệ đang rất phức tạp ở nước ta. Lực lượng quản lý thị trường, công an và các lực lượng thành viên Ban Chỉ đạo 389 quốc gia đã phá nhiều vụ. Trong đó, vụ gần nhất là vào tháng 7 năm 2020, Tổng cục Quản lý thị trường phối hợp với Bộ Tư lệnh Cảnh sát cơ động, Cục An ninh mạng và phòng chống tội phạm sử dụng công nghệ cao (A05) triệt phá ổ nhóm tại tỉnh Lào Cai, gồm nhiều đối tượng chuyên "livestream" bán hàng online, "ship" hàng đi khắp cả nước, mỗi tháng thu về trên 10 tỷ đồng. Tại kho hàng rộng hơn



10.000m<sup>2</sup> có tới hơn 158.000 sản phẩm, 100% là hàng lậu và nhái giả các thương hiệu nổi tiếng. Với thủ đoạn, xây dựng mô hình kinh doanh được vận hành bài bản, có các bộ phận chuyên làm nhiệm vụ livestream, chốt đơn hàng, đóng gói sản phẩm, kế toán, quản lý kho chính, kho phụ... Livestream bán hàng là hình thức phổ biến trên thế giới, nhất là tại Trung Quốc. Đến năm 2020, gần như các KOLs ở thị trường Trung Quốc đều bán hàng trên mạng và tại Việt Nam, nhiều KOLs cũng vậy. Kênh bán hàng livestream đúng là rất hữu ích đối với doanh nghiệp làm ăn chân chính, nhưng cũng ẩn chứa rất nhiều rủi ro cho người tiêu dùng: không thể xác định được nguồn gốc của sản phẩm muốn mua; người mua không thể định vị được người bán đang ở đâu; đặc biệt là nguy cơ người tiêu dùng bị mất thông tin cá nhân mà không biết. Bởi trong các livestream trên Facebook, thường có lời mời “để lại 1 chấm hoặc comment” trong mục comment (bình luận) và người ta có phần mềm để quét, lưu trữ ngay được thông tin, mã số định danh cá nhân của người dùng. Trước đây, Facebook để chế độ mở, cho phép tra được tên tuổi, địa chỉ, số điện thoại, email, thói quen, sở thích... của người dùng từ mã số định danh đó. Hiện giờ, Facebook đã khóa lại, nhưng các đối tượng vẫn còn nhiều cách để khai thác thông tin cá nhân của người dùng mạng xã hội và dùng vào những việc gì thì chỉ họ mới biết rõ.

## 4. Giải pháp khắc phục nhằm phát triển bán hàng trực tuyến ở Việt Nam

Trước hết cần sửa đổi Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, đặc biệt là các nội dung liên quan tới điều kiện thiết lập các website và ứng dụng thương mại điện tử để kinh doanh trực tuyến các nhóm mặt hàng nhạy cảm với sức khỏe người tiêu dùng; Tăng cường trách nhiệm của chủ các sàn giao dịch thương mại điện tử trong việc loại bỏ thông tin bán hàng giả, hàng nhái, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; Các mô hình kinh doanh mới; quản lý kinh doanh trực tuyến xuyên biên giới. Đồng thời, triển khai các giải pháp toàn diện nhằm xây dựng hệ sinh thái cho kinh doanh trực tuyến và kinh tế số, hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng các công nghệ tiên tiến của cách mạng công nghiệp 4.0.

Thứ hai, phải cập nhật khung khổ pháp lý và thay đổi tư duy quản lý thương mại điện tử. Hành lang pháp lý để quản lý lĩnh vực này đã xây dựng từ cách đây 6 - 7 năm (thời điểm mới có khoảng mười mấy triệu người dùng internet, trong khi hiện nay đã hơn 65 triệu người). Các nghị định về thương mại điện tử chỉ quy định có 5 hành vi chính cần xử lý, trong khi hiện các vi phạm xuất hiện nhan nhản trên internet. Theo quan điểm của cơ quan quản lý, anh lập một tài khoản trên sàn thương mại điện tử, đăng bán đôi giày adidas fake, super fake, fake 1, fake 2... là cũng đã vi phạm, nhưng

đối chiếu với quy định hiện hành thì lại không xử lý được. Cần phải rà soát lại các website, sàn giao dịch thương mại điện tử. Tổng cục Quản lý thị trường sẽ giao chỉ tiêu, nhiệm vụ cho từng cục, đội quản lý thị trường ở địa phương trong thời gian tới là nắm bắt được trên địa bàn của mình có những mô hình kinh doanh gì. Để quản lý hoạt động kinh doanh trực tuyến trên Facebook, hiện nay, cơ quan Nhà nước đang gặp rất nhiều khó khăn trước tình trạng lợi dụng mạng xã hội bán hàng giả, kém chất lượng. Ví như mỗi năm, Tổng cục Quản lý thị trường nhận rất nhiều khiếu nại của L'Oreal về tình trạng bán mỹ phẩm giả thương hiệu của tập đoàn này tại Việt Nam, trong đó có tình trạng bán mỹ phẩm giả trên Facebook mà phải mất hàng tháng, Facebook mới gỡ bỏ một tài khoản hoặc Fanpage vi phạm. Do vậy Chính phủ cần có tiếng nói mạnh mẽ hơn nữa với các tập đoàn như Facebook để có cơ chế can thiệp, xử lý những trường hợp kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng nhập lậu, vi phạm sở hữu trí tuệ... online. Khi đã xác định là một tài khoản, cửa hàng bán hàng giả, kinh doanh vi phạm trên Facebook thì cơ quan chức năng phải xử lý được và rất mong Facebook hợp tác với chúng ta. Hiện nay cơ chế để gỡ các thông tin như này rất vất vả; lực lượng quản lý thị trường rất khó khăn khi làm việc với các tập đoàn nước ngoài như Facebook./

## Tài liệu tham khảo

Bộ Công Thương (2015), “Thông tư quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động” số 59/2015/TT-BCT ngày 31/12/2015.

Bộ Công Thương (2014), Thông tư quy định quản lý website thương mại điện tử, số 47/2014/TT-BCT ngày 05/12/2014.

Phạm Cường (2020), “Cảnh báo lừa đảo qua hình thức mua hàng trực tuyến”, TTXVN 29/4/2020

Quang Minh (2020), “Tránh rủi ro khi mua bán hàng qua mạng”, [www.nhandan.com.vn](http://www.nhandan.com.vn)

Phúc văn (2020), “Mua bán online - sức hút lớn, rủi ro nhiều”, [www.sggp.org.vn](http://www.sggp.org.vn)

Lấy tẩy chiêu trò lừa đảo bán hàng trên mạng xã hội mùa dịch bệnh Covid-19, [www.tapchitaichinh.vn](http://www.tapchitaichinh.vn), 24/03/2020

Những rủi ro trong kinh doanh online (2020), [kiotviet/mona.media](http://kiotviet/mona.media)

---

# Nhân tố tác động tới ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập của người tiêu dùng Việt Nam

Đậu Hương Giang, Vũ Thị Chiêu Xuân, Nguyễn Quỳnh Anh  
Phạm Thùy Linh, Lê Thị Minh Khuê, Nguyễn Thu Thủy  
Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Nghiên cứu này đề xuất và kiểm định mô hình các nhân tố ảnh hưởng tới ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập của người tiêu dùng Việt Nam. Dữ liệu điều tra từ 527 người tiêu dùng cho thấy việc sử dụng và tin tưởng vào thông tin truyền miệng trực tuyến, sự quan tâm tới sức khỏe có tác động tích cực đến ý định tiêu dùng thực phẩm chức năng ngoại nhập. Trong khi đó chủ nghĩa hướng ngoại và vị chủng tiêu dùng không có tác động. Từ kết quả nghiên cứu, một số giải pháp cho doanh nghiệp và các cơ quan quản lý cũng được gợi mở.

## 1. Mở đầu

Ngày nay việc sử dụng thực phẩm chức năng đang là một xu hướng quan trọng trên toàn thế giới và thị trường thực phẩm chức năng toàn cầu đang ngày càng gia tăng (Boluda và Capilla, 2017). Sự chấp nhận của người tiêu dùng về sản phẩm và quyết định mua hàng của người tiêu dùng có tầm quan trọng lớn đối với sự thành công hay thất bại của hoạt động kinh doanh thực phẩm chức năng. Nhiều học giả khẳng định rằng vẫn cần phải có nhiều nghiên cứu hơn nữa để giải đáp những câu hỏi quan trọng về hành vi khách hàng mua loại thực phẩm này vì việc thương mại hóa và phát triển các sản phẩm này khá tốn kém, rủi ro, phức tạp và có đặc thù tương đối khác các sản phẩm thực phẩm khác.

Sự phát triển nhanh chóng và gần đây của internet đã thay đổi đáng kể cách thức tiến hành hoạt động kinh doanh và xác định lại các thông số về hành vi của người tiêu dùng (Bambauer và Mangold, 2011). Người tiêu dùng thường tìm kiếm các đánh giá được đăng bởi những khách hàng trước đó để tạo cảm giác thoải mái trước khi mua sản phẩm hoặc dịch vụ. Mặc dù các nghiên cứu trước đây đã chứng minh rằng các nguồn thông tin trực tuyến ảnh hưởng đến quá trình quyết định của người tiêu dùng, mối quan hệ qua lại giữa các biến truyền thống và thông tin trực tuyến (EWOM) vẫn chưa được xem xét và nghiên cứu một cách có hệ thống (Yusuf và cộng sự, 2018).

Nghiên cứu này sẽ kiểm tra đồng thời ảnh hưởng tổng hợp của thông tin truyền miệng trực tuyến, độ tin cậy của thông tin truyền miệng trực tuyến, mối quan tâm đến sức khỏe, chủ nghĩa hướng ngoại, chủ nghĩa vị chủng đối với việc dự đoán ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập của người tiêu dùng trong nền kinh tế thị trường mới nổi, và cuối cùng, khám phá tác động trung gian của thái độ mua thực phẩm chức năng ngoại nhập đến ý định mua.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

Sagheb và cộng sự (2020) định nghĩa ý định mua là sự sẵn sàng của khách hàng trong việc mua sản phẩm. Ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng là bước đầu tiên trong quá trình tiêu dùng. Mô hình lý thuyết về hành vi dự định TPB cũng đã chỉ ra ý định đóng một vai trò thiết yếu đối với thực tế hành vi mua hàng và cũng là một yếu tố dự đoán quan trọng về hành vi mua hàng của người tiêu dùng (Conner và cộng sự, 2001). Nghiên cứu về ý định có ý nghĩa quan trọng để hiểu về hành vi tiêu dùng.

Mối quan hệ giữa sự quan tâm sức khỏe với ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập

Sự quan tâm đến sức khỏe hay ý thức sức khỏe dùng để chỉ sự hiểu biết của người tiêu dùng về sự thay đổi tình trạng sức khỏe cá nhân và nhấn mạnh tầm quan trọng của sức khỏe (Kim & Chung, 2011). Ngày nay, chăm sóc sức khỏe đã trở thành mối quan tâm hàng đầu của tất cả mọi người và một trong những cách tốt nhất là sử dụng các sản phẩm tăng cường sức khỏe bên cạnh các chất dinh dưỡng cơ bản và một trong số đó là thực phẩm chức năng.

H1: Sự quan tâm đến sức khỏe có ảnh hưởng cùng chiều với ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập.

Mối quan hệ giữa chủ nghĩa hướng ngoại và ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập

Quan niệm về người tiêu dùng theo chủ nghĩa hướng ngoại là những người có thái độ, niềm tin và tính cách đặc trưng cho một tư duy cởi mở; hoặc coi cả thế giới đều là thị trường của mình và thường có khuynh hướng giải quyết những nhu cầu cần thiết với các sản phẩm và dịch vụ theo hướng tốt nhất mà không cần quan tâm đến những giá trị truyền thống hay ảnh hưởng xã hội (Cannon và cộng sự, 2002). Tại các nền kinh tế mới nổi như Việt Nam, tăng trưởng kinh tế kích thích mong muốn sở hữu các mặt hàng có liên quan với lối

sống phương Tây, cũng gia tăng chủ nghĩa hướng ngoại của người tiêu dùng (Cleveland & cộng sự, 2009), gây ảnh hưởng đến sự tiêu dùng sản phẩm ngoại nhập. Do vậy, nhóm đề xuất:

H2: Chủ nghĩa hướng ngoại có mối quan hệ thuận chiều với ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập.

Mối quan hệ giữa vị chủng tiêu dùng và ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập

Vị chủng tiêu dùng là những niềm tin, quan niệm sẵn có về sự đúng đắn, phù hợp về mặt đạo đức trong việc mua hàng của nước ngoài. Với những người tiêu dùng có chủ nghĩa vị chủng cao, mua các sản phẩm nhập khẩu dẫn tới mất việc làm, đe dọa nền kinh tế và được xem là hành vi không yêu nước (Haque và cộng sự, 2015). Chủ nghĩa vị chủng tiêu dùng có mối quan hệ tiêu cực với cảm nhận về sản phẩm nước ngoài và sự sẵn sàng mua sản phẩm nước ngoài.

H3: Chủ nghĩa vị chủng tiêu dùng có mối quan hệ ngược chiều với ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập.

Mối quan hệ giữa sự chấp nhận thông tin truyền miệng trực tuyến và ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập

Word-of-mouth (WOM) hay truyền miệng được định nghĩa là sự quan tâm của người tiêu dùng đến sản phẩm, dịch vụ thông qua giao tiếp trực tiếp hoặc gián tiếp (Bambauer & Mangold, 2011). E WOM — truyền miệng điện tử truyền miệng thông qua Internet (Goetzke và cộng sự, 2014). Truyền miệng điện tử là tất cả các khẳng định tích cực hay tiêu cực được tạo ra bởi cả những khách hàng cũ, khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng về một sản phẩm hay một công ty; các khẳng định này được tạo ra sẵn có cho các nhóm cộng đồng hay những tổ chức thông qua các công cụ trên Internet như mạng xã hội, diễn đàn trực tuyến, blog, thư điện tử.

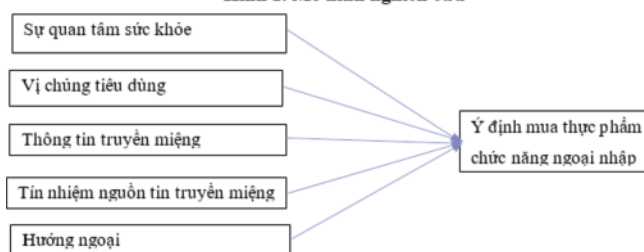
H4: Thông tin truyền miệng trực tuyến có mối quan hệ thuận chiều đến ý định mua sắm thực phẩm chức năng ngoại nhập của người tiêu dùng.

Mối quan hệ giữa sự tin nhiệm nguồn tin truyền miệng trực tuyến và ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập của người tiêu dùng

Theo nghiên cứu của Yusuf và cộng sự (2018), trong môi trường internet, khách hàng sẽ phải đối mặt với một lượng lớn thông tin truyền miệng thật giả lẫn lộn. Khi tìm thấy một thông tin hữu ích, và tin tưởng vào nguồn thông tin đó, khả năng họ chấp nhận và áp dụng là rất cao. Với những thứ khác là như nhau, đánh giá, bình luận có tính thuyết phục hơn sẽ có một tác động tích cực hơn vào ý định mua của người tiêu dùng.

H5: Sự tin nhiệm vào nguồn tin truyền miệng có mối quan hệ thuận chiều đến ý định mua sắm thực phẩm chức năng ngoại nhập.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu



### 3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng trên đối tượng điều tra là những người trên 16 tuổi ở các tỉnh Miền Bắc. Bảng hỏi và tất cả các thang đo trong nghiên cứu này được kế thừa từ các nghiên cứu trước. Kết quả điều tra có 527 phiếu trả lời (201 phiếu thông qua Internet và 326 phiếu thông qua bảng hỏi thu trực tiếp) được đưa vào xử lý dữ liệu.

Số liệu được tiến hành xử lý bằng phần mềm SPSS để kiểm định độ tin cậy và tính phân biệt của thang đo qua phân tích EFA và Cronbach's Alpha., phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính. Sau đó CFA với phần mềm AMOS được sử dụng để kiểm định giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. Cuối cùng phân tích cấu trúc tuyến tính SEM để kiểm định giả thuyết nghiên cứu

### 4. Kết quả nghiên cứu

#### 4.1. Thống kê mô tả

Khi khảo sát về tỷ lệ người tiêu dùng sử dụng thực phẩm chức năng chiếm tới 72.3%.

Người tiêu dùng có xu hướng mua thực phẩm chức năng 1 lần/năm (24%). Các xu hướng mua sắm khác có kết quả lần lượt là: nhóm mua 1 lần/6 tháng chiếm 20%, các nhóm mua 1 lần/tháng, 2-3 lần/tháng, 1 lần/tuần lần lượt chiếm 16%, 11% và 10%, chứng tỏ nhu cầu và mức độ thường xuyên mua sắm thực phẩm chức năng của người Việt Nam là khá cao. Qua phân tích số liệu về độ tuổi có thể tỷ lệ người lớn tuổi (trên 56) sử dụng thực phẩm chức năng ngoại nhập rất cao (khoảng 93,75% trong tổng số người khảo sát). Cũng theo kết quả phân tích số liệu có thể thấy độ tuổi tăng dần tỷ lệ thuận với tần suất sử dụng thực phẩm chức năng ngoại nhập khi với độ tuổi từ 36-55 tỷ lệ này là 85,71%, độ tuổi 26-35 tỷ lệ sử dụng là 79,41% và thấp nhất là độ tuổi 16-25 với tỷ lệ sử dụng là 61,29%. Tỷ lệ người đã có gia đình có xu hướng sử dụng thực phẩm chức năng nhiều hơn những người độc thân.

#### 4.2. Kết quả nghiên cứu

Kiểm định thang đo qua EFA, Cronbach's Alpha, CFA đều cho thấy thang đo đạt yêu cầu để sử dụng cho phân tích SEM.

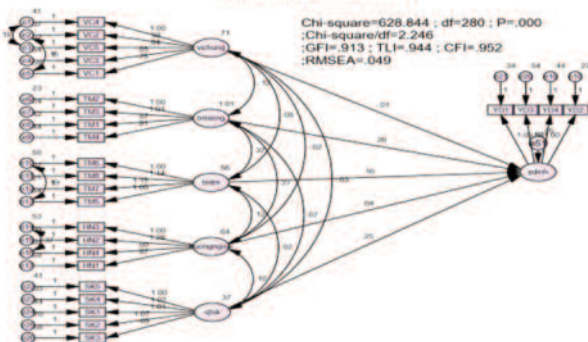
**Bảng 1: Kết quả thang đo**

Biến quan sát	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha
Sự quan tâm đến sức khỏe (SK)	5	0.789
Chủ nghĩa hưởng ngoại (HN)	4	0.854
Sự chấp nhận thông tin truyền miệng trực tuyến (TM)	4	0.912
Sự tin nhiệm nguồn tin truyền miệng trực tuyến (TTM)	4	0.883
Chủ nghĩa vị chùng tiêu dùng (VC)	5	0.860
Ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập (YD)	4	0.848

Kết quả phân tích SEM cho thấy mô hình phù hợp với các chỉ số chi-square/df = 2.246 < 3; GFI = 0.913; CFI = 0.952; TLI=0.944 < 0,9; RMSEA = 0.049 < 0.05.

Kết quả cho thấy các nhân tố tác động đến ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập theo mức độ tăng dần là như tin tưởng vào nguồn tin truyền miệng trực tuyến, sự quan tâm tới sức khỏe và việc sử dụng thông tin truyền miệng trực tuyến. Phát hiện này cung cấp bằng chứng thực nghiệm ủng hộ đề xuất rằng người tiêu dùng có nhiều khả năng dựa vào các nguồn tin truyền miệng hơn trước khi mua sắm, họ sử dụng thông tin xã hội khi đưa ra quyết định của mình, đặc biệt là trong các tình huống không chắc chắn.

**Hình 2. Phân tích SEM**



**Bảng 2. Kết quả kiểm định mô hình (hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa)**

Giả thuyết	Quan hệ	Estimate	S.E.	C.R.	P	Kết luận
H3	YD <- VC	-.012	.045	-.272	.785	Bác bỏ
H4	YD <- TM	.260	.045	5.840	***	Ứng hộ
H5	YD <- TTM	.160	.058	2.768	.006	Ứng hộ
H2	YD <- HN	.044	.046	.954	.340	Bác bỏ
H1	YD <- SK	.250	.064	3.929	***	Ứng hộ

Nguồn: Tính toán của tác giả

## 5. Một số giải pháp gợi ý từ nghiên cứu

Xuất phát từ kết quả nghiên cứu, nhóm đề xuất một số giải pháp cho các cơ sở kinh doanh trong việc làm tăng ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập của người tiêu dùng.

Thứ nhất, tăng cường cung cấp thông tin truyền miệng trực tuyến tới người tiêu dùng. Các doanh nghiệp cần có các phương thức truyền thông đa dạng về sản phẩm, đặc biệt kênh truyền thông số. Tăng cường các hoạt động quảng cáo trực tuyến trên facebook, web, tivi, các kênh review sản phẩm. Tăng số

lượng eWOM trong cộng đồng khiến khách hàng dễ dàng trong việc tham khảo thông tin và yên tâm hơn trong quyết định mua. Thông qua những việc như tạo ra nhiều chủ đề bàn luận về sản phẩm thông qua các diễn đàn, hội nhóm. Cần có nhiều người tham gia tương tác sẽ càng tạo được hiệu ứng thu hút khách hàng.

Thứ hai, gia tăng sự tin tưởng nguồn tin truyền miệng của khách hàng. Các doanh nghiệp cần tăng cường sử dụng eWOM như một công cụ marketing, nâng cao chất lượng, gia tăng sự chấp nhận nguồn tin eWOM. Các doanh nghiệp cần tạo ra các thông tin đảm bảo về chất lượng bao gồm độ tin cậy cao, thông tin mang tính cá nhân (không quảng cáo), thông tin rõ ràng, dễ hiểu, dễ tìm kiếm. Ngoài ra phải phát triển hoạt động tri ân và làm hài lòng khách hàng, tạo nên một cộng đồng khách hàng trung thành hoạt động thường xuyên trên Internet. Luôn quan tâm, động viên và khuyến khích họ trình bày cảm nhận của mình. Gắn kết lợi ích của khách hàng với lợi ích của doanh nghiệp.

Thứ ba, nâng cao nhận thức về sức khỏe. Người tiêu dùng càng quan tâm tới sức khỏe, họ càng có ý định mua cao. Khi chăm sóc sức khỏe đã trở thành mối quan tâm hàng đầu của tất cả mọi người, và nhận thức được một lối sống lành mạnh, thực phẩm chức năng giúp giảm nguy cơ bệnh tật thì nhu cầu mua tăng cao./.

## Tài liệu tham khảo

- Bhaskaran, S. & Hardley F. (2002). Buyer beliefs, attitudes and behavior: Foods with therapeutic claims, *Journal of Consumer Marketing*, 19 (7), 591-606
- Goetzke, B.; Nitzko, S.; Spiller, A. (2014). Consumption of organic and functional food. A matter of well-being and health? *Appetite*, 77, 96—105
- Hair, J.F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*, Pearson: Harlow, UK,
- Huang, L., Bai, L., Gong, S. (2020). The effects of carrier, benefit, and perceived trust in information channel on functional food purchase intention among Chinese consumers, *Food Quality and Preference*, 81.
- Nguyen, T. D., Nguyen, T. T. M., & Barrett, N. J. (2008). Consumer ethnocentrism, cultural sensitivity, and intention to purchase local products—evidence from Vietnam. *Journal of Consumer Behavior*, 7(1), 88—100.
- Yusuf, A.S., Hussin, A.R. and Busalim, A.H. (2018). Influence of e-WOM engagement on consumer purchase intention in social commerce. *Journal of Services Marketing*, 32 (4), 493-504.

# Kinh nghiệm phát triển giáo dục của Singapore và bài học cho Việt Nam nhằm phát triển nguồn nhân lực định hướng công dân toàn cầu

Nguyễn Thị Giang

Khoa Lý luận chính trị, Học viện Ngân hàng

Singapore là quốc gia hầu như không có tài nguyên, chỉ có số lượng ít than, chì, nham thạch, đất sét; không có nước ngọt; đất canh tác hẹp, chủ yếu để trồng cao su, dứa, rau và cây ăn quả,..., các nguyên liệu cần thiết cho sản xuất đều phải nhập từ bên ngoài. Vì vậy, sự phát triển kinh tế của Singapore được thực hiện dựa trên các yếu tố thuận lợi như hệ thống chính trị ổn định, chính sách kinh tế hiệu quả. Thành công mà Singapore đạt được là bài học kinh nghiệm quý báu cho Việt Nam để phát triển nguồn nhân lực định hướng công dân toàn cầu.

## 1. Kinh nghiệm phát triển giáo dục của Singapore

Nghiên cứu về mô hình phát triển ở quốc gia này cho thấy, trước năm 1959, Singapore lấy thương mại là hoạt động chính để giải quyết các vấn đề về kinh tế - xã hội. Trong thập kỷ 1960, do những sức ép về dân số và nạn thất nghiệp, Nhà nước này đã tiến hành công nghiệp hóa, chuyển nền kinh tế chuyên buôn bán chuyển khẩu sang sản xuất hàng hóa công nghiệp, phát triển dịch vụ và tài chính quốc tế. Để hiện thực hóa mục tiêu đó cố thủ tướng Lý Quang Diệu đã nhấn mạnh: “Phải tập trung nỗ lực cho ngành giáo dục nhằm đào tạo một đội ngũ đông đảo các nhân tài kỹ thuật, các nhà khoa học, nhằm đáp ứng đòi hỏi của thời đại vũ trụ, tên lửa và điện lực” và “Nếu thắng trong cuộc đua giáo dục, sẽ thắng trong cuộc đua kinh tế”. Tinh thần phát triển giáo dục này đã được tiếp nối trong những giai đoạn sau và chính sách xây dựng một nền giáo dục phát triển vẫn được coi là chính sách trung tâm trong thời đại kinh tế tri thức. Mục tiêu mà chính sách giáo dục của Singapore hướng đến trong giai đoạn này là “để Singapore hóa rồng”.

Để thực hiện thắng lợi chính sách giáo dục, nhà nước Singapore nhấn mạnh: “Điều quan trọng là nhà nước ngay từ đầu phải có chính sách nhất quán, và ổn định tạo thành một dòng chảy thông suốt. Nếu nói mà không thực hiện thì dòng chảy này sẽ ngắt quãng”. Vì vậy, việc cải cách giáo dục ở Singapore luôn được thực hiện thành một chuỗi liên tục, không có sự ngắt quãng trong những nỗ lực đổi mới giáo dục. Từ năm 1997 đến nay, Singapore đã thực hiện hai giai đoạn của quá trình đổi mới giáo dục:

(1) Giai đoạn 1997-2005: giáo dục lấy năng lực làm động lực

Trước những biến đổi của khoa học - công nghệ, đặc biệt là sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và xu hướng toàn cầu hóa, nhà nước Singapore chú trọng xây dựng một nền giáo dục với tầm nhìn là người học khi ra trường sẽ trở thành những người không những biết đọc, biết viết, biết tính toán mà còn phải có năng lực về công nghệ thông tin và kỹ năng giải quyết các vấn đề phức tạp của cuộc sống. Triết lý giáo dục của Singapore đã chuyển sang một hướng mới là: giáo dục lấy năng lực làm động lực.

(2) Giai đoạn 2006 - nay: Giáo dục lấy đổi mới làm động lực

Từ 2006, trong bối cảnh tiến triển của cách mạng khoa học công nghệ hiện đại, Singapore đã tiến hành thay đổi ở tất cả các bậc học với phương châm hướng đến chất lượng cao trong giáo dục. Những thay đổi này đã khởi đầu cho giai đoạn giáo dục lấy đổi mới làm động lực.

Để phát triển nguồn nhân lực, nhà nước Singapore nỗ lực để xây dựng một hệ thống giáo dục tốt nhất không chỉ trong khu vực ASEAN mà còn có danh tiếng trên thế giới (ví dụ: Đại học Quốc gia Singapore - NUS). Ngoài ra, một mặt nhà nước nhanh chóng cung cấp học bổng cho sinh viên của mình du học ở các nước Bắc Mỹ, Úc và các nước Tây Âu để có thể quay trở về xây dựng đất nước bằng kiến thức, kinh nghiệm sống và làm việc ở các nước phát triển; mặt khác, nhà nước thực thi các biện pháp thu hút nhân tài và sinh viên quốc tế bằng việc trả lương cao và các chương

trình học bổng hấp dẫn hoặc cho vay trả chậm. Biện pháp này giúp Singapore thu được nhiều lợi ích từ các khoản chi tiêu, kinh nghiệm và kiến thức của nhóm người này. Nhà nước Singapore đã lập hai cơ quan chuyên trách thu hút nhân tài - một từ Ấn Độ và một từ các nước trong khu vực Đông Nam Á để tìm kiếm và thu hút các sinh viên tài năng từ khu vực Châu Á đến Singapore học tập, sau đó triển khai “thu hoạch sớm” bằng cách đề nghị các sinh viên này làm việc ngay trước khi tốt nghiệp. Singapore chú trọng thu hút sinh viên Châu Á vì mức sống và mức lương mà Singapore trả có thể cao hơn và do đó dễ thu hút các sinh viên này hơn, đồng thời nhóm người này cũng dễ dàng hòa nhập vào xã hội Singapore hơn là các sinh viên đến từ các khu vực khác.

Định hướng cơ bản trong chính sách giáo dục của Singapore là tạo ra sự liên kết giữa giáo dục và sự phát triển kinh tế. Việc phát triển giáo dục phải dựa vào nguyên tắc thỏa mãn được nhu cầu của thị trường, khuyến khích các hoạt động đào tạo theo đơn đặt hàng hoặc nhu cầu của các doanh nghiệp trong nước và các công ty nước ngoài. Nhà nước Singapore yêu cầu các trường đại học phải liên tục kiểm tra lại chương trình và phương pháp giảng dạy để đảm bảo những gì họ cung cấp là cần thiết và hữu ích. Giáo dục phải chuẩn bị cho các học viên cách tham gia vào quá trình phát triển kinh tế. Để làm được điều đó, cơ quan phát triển nhân lực của Singapore nhấn mạnh các yếu tố quan trọng của kỹ năng, chương trình giảng dạy là: (1) Kỹ năng nghề nghiệp để có năng lực cần thiết phục vụ cho công việc của mỗi người; (2) Kỹ năng công nghiệp cho phép mỗi người hiểu rõ về ảnh hưởng của công việc của mình đến công việc của những người khác và nền kinh tế Singapore; (3) Kỹ năng làm việc tạo nền tảng cho mỗi người có những kỹ năng cần thiết để thích nghi một cách có hiệu quả tại nơi làm việc. Trong môi trường thay đổi nhanh chóng của công việc, người lao động không những cần được trang bị kỹ năng nghề nghiệp của bản thân mà cần được trang bị cả những kiến thức chung của một loạt các ngành công nghiệp để hiểu rõ mình đang làm gì và mình đang ở đâu, và đóng vai trò gì đối với sự phát triển của nền kinh tế.

Đồng thời, nhằm thích ứng với những thay đổi của môi trường toàn cầu, nhà nước Singapore đã cung cấp những chương trình giáo dục linh hoạt, trong đó có việc cung cấp các chương trình đào tạo từ xa. Thách thức đặt ra đối với sự phát triển chương trình này là vấn đề tâm lý và khoảng cách, vì thông thường, người học đến với chương trình giáo dục này thường có những gián đoạn về việc học và đa số các học viên của chương trình giáo dục từ xa khá lớn tuổi và bị hạn chế về thời gian học do gánh nặng gia đình và nghĩa vụ trong công việc. Việc đào tạo từ xa có thể dẫn đến

việc có nhiều người ở những trình độ khác nhau học tập trong môi trường không giống nhau nên đòi hỏi cần phải có những hỗ trợ để giúp học viên nỗ lực tự học.

Nhà nước Singapore luôn xác định vấn đề trọng tâm của phát triển giáo dục là làm thế nào để chuẩn bị cho học sinh có thể làm việc trên thị trường lao động có tính cạnh tranh toàn cầu. Trong thời đại thông tin, vấn đề quan trọng của giáo dục là thực hiện sự đổi mới nhằm hấp thụ kiến thức và trang bị kỹ năng thích ứng với môi trường toàn cầu. Điều này đòi hỏi các chương trình giáo dục và đào tạo phải bồi dưỡng tư duy toàn cầu cho người học và người lao động ở Singapore để xây dựng được nguồn nhân lực sáng tạo, linh hoạt, có kỹ năng và thích ứng với sự biến đổi không ngừng của tri thức để đóng góp tích cực cho nền kinh tế mới. Trong đó, việc phát triển kỹ năng giao tiếp như: văn hóa giao tiếp; kỹ năng đàm phán... là hết sức cần thiết. Trong môi trường toàn cầu, thách thức nằm ở sự pha trộn giữa kỹ năng kỹ thuật và kỹ năng mềm. Trong khi các kỹ thuật chuyên môn là yếu tố quan trọng để thực hiện nhiệm vụ trong công việc thì các kỹ năng mềm như quản lý và giao tiếp rất quan trọng cho việc hoàn thành thắng lợi nhiệm vụ được giao.

Nhờ chuẩn bị tốt nguồn nhân lực có kỹ năng, tay nghề cao, Singapore đã tạo được lợi thế so sánh để “hấp dẫn” các công ty đa quốc gia.

Để hiện thực hóa mục tiêu xây dựng một nền giáo dục hội nhập sâu rộng, Singapore đã kêu gọi các trường đại học danh tiếng đầu tư vào đảo quốc này, đồng thời xúc tiến xuất khẩu dịch vụ giáo dục của họ sang các quốc gia khác. Chính phủ lựa chọn Tiếng Anh là ngôn ngữ bắt buộc trong các trường học. Thông qua đề án “Global Schoolhouse”, Singapore đã thu hút được nhiều trường đại học danh tiếng trên thế giới như RMIT, Wharton (Đại học Pennsylvania), Đại học New South Wales, v.v... xây dựng cơ sở giảng dạy tại đất nước này. Trong khi đó, các trường của Singapore lại xuất khẩu chương trình của họ sang các nước láng giềng như Việt Nam và Trung Quốc... Đề án này đã giúp Singapore trở thành một trong những quốc gia nổi tiếng trên thế giới về xuất khẩu các chương trình giảng dạy kinh tế và quản trị kinh doanh của chính họ và của các trường nước ngoài có cơ sở tại Singapore.

Nhà nước Singapore nhận thức sâu sắc rằng nhân loại đang sống trong thời kỳ đầy áp những thay đổi khó có thể dự đoán được và người thành công là những ai có thể linh động hòa nhập và thích nghi với những thay đổi đó; thất bại sẽ là kết quả tất yếu cho những ai luôn đeo bám với những điều cũ kỹ, lỗi thời. Vì vậy, để phát triển nguồn nhân lực ở Singapore toàn diện và bền vững, nhà nước Singapore coi việc cổ vũ những ai thất bại biết gượng dậy để tiếp tục phấn đấu là một việc làm cần thiết.

## 2. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Trong những năm qua, Việt Nam luôn nỗ lực cải cách giáo dục để hiện thực hóa mục tiêu nâng tầm chất lượng nguồn nhân lực. Tuy nhiên, năng lực cạnh tranh của Việt Nam trên thị trường lao động thế giới còn rất thấp. Để cải thiện tình hình trên, nhà nước cần có những điều chỉnh kịp thời, phù hợp để tạo ra lực lượng lao động có chất lượng tiệm cận với tiêu chuẩn quốc tế góp phần giúp Việt Nam tăng cường khả năng cạnh tranh quốc tế. Từ bài học kinh nghiệm của Singapore, Việt Nam cần triển khai những giải pháp sau:

+ Về xây dựng chương trình cải cách: Từ kinh nghiệm của Xingapo cho thấy, để thành công trong đổi mới giáo dục thì ngay từ đầu nhà nước phải có chính sách nhất quán, và ổn định để tạo thành một dòng chảy thông suốt. “Nếu nói mà không thực hiện thì dòng chảy này sẽ ngắt quãng”.

+ Xử lý mối quan hệ giữa nhà nước và thị trường trong lĩnh vực giáo dục: Giáo dục cần đặc biệt chú trọng đến tính “thân thiện với thị trường”, tạo ra sự liên kết giữa giáo dục và sự phát triển kinh tế. Việc phát triển giáo dục phải dựa vào nguyên tắc thỏa mãn được nhu cầu của thị trường, khuyến khích các hoạt động đào tạo theo đơn đặt hàng hoặc nhu cầu của các doanh nghiệp trong nước và các công ty nước ngoài. Theo đó, nhà nước cần yêu cầu các trường đại học phải liên tục kiểm tra lại chương trình và phương pháp giảng dạy nhằm đảm bảo những gì họ cung cấp là cần thiết và hữu ích để lĩnh vực giáo dục có thể trang bị những kiến thức hữu ích cho các học viên khi tham gia vào quá trình phát triển kinh tế.

Để tăng hiệu quả của giáo dục, cần coi việc khuyến khích khu vực tư nhân đầu tư vào lĩnh vực này là một giải pháp quan trọng. Tuy nhiên, dù tạo điều kiện mở rộng các trường tư và để tư nhân đầu tư vào giáo dục, nhưng điều đó không đồng nghĩa là buông lỏng chất lượng đào tạo. Như ở Singapore, sau một thời gian mở rộng trường tư để thu hút lợi nhuận, nhà nước Singapore đã nhận ra rằng: nếu muốn biến Singapore thành một trung tâm giáo dục của khu vực, phải chú trọng vào chất lượng hơn là số lượng. Vì vậy, chất lượng của hệ thống giáo dục đại học tư nhân đang được xiết chặt dần dần sau thời gian “thả” để thu hút lợi nhuận. Những đại học tư nhân không đảm bảo chất lượng như học viện AIT sẵn sàng bị đóng cửa... Điều đó cho thấy quan điểm của nhà nước Singapore là cần thiết phải mở rộng để khu vực tư nhân đầu tư vào giáo dục, nhưng cần có những biện pháp hữu hiệu để quản lý chất lượng đào tạo của khu vực này.

Bên cạnh đó, nhà nước cũng cần đặc biệt chú trọng thu hút các trường đại học nước ngoài đến thành lập các cơ sở đào tạo tại Việt Nam, đồng thời, khuyến khích sinh viên đi du học tại các nước phát triển.

+ Chính sách giáo dục để tạo đà cho hiện đại hóa nền kinh tế: Chương trình giáo dục trong nền kinh tế mang bản chất toàn cầu đòi hỏi một phương pháp tổng thể: tập trung đổi mới giáo dục để thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh tế. Điều này đòi hỏi các chương trình giáo dục phải bồi dưỡng tư duy toàn cầu cho người học để xây dựng một đội ngũ nhân lực có tính sáng tạo, linh hoạt, và khả năng thích ứng với sự biến đổi không ngừng của nền kinh tế mới. Một mặt, các kỹ năng mềm, như: văn hóa giao tiếp, kỹ năng đàm phán; một mặt nhà nước chú trọng nâng cao các kỹ năng kỹ thuật, bao gồm cả kỹ năng sắp xếp, trình bày, và phương thức điều tra... phải là yêu cầu bắt buộc tích hợp trong các chương trình đào tạo. Bởi, sống trong một thế giới mà sự thay đổi đang ngày càng nhanh thì kỹ năng mềm sẽ cùng với kỹ năng chuyên môn là những yếu tố quan trọng để hoàn thành thắng lợi nhiệm vụ được giao.

Bên cạnh đó, một trong những rào cản lớn nhất của lao động Việt Nam hiện nay là trình độ ngoại ngữ chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường lao động quốc tế. Bởi vậy, những biện pháp quyết liệt như Singapore đã áp dụng là việc lựa chọn Tiếng Anh là ngôn ngữ bắt buộc trong các trường học là một kinh nghiệm mà chúng ta có thể tham khảo.

Những bài học kinh nghiệm rút ra từ chính sách giáo dục của Singapore tuy không dễ thực hiện, đặc biệt là trong bối cảnh nguồn lực cho phát triển nói chung và phát triển giáo dục ở nước ta còn hạn hẹp. Bởi vậy, việc tiếp thu có chọn lọc, xem xét đến yếu tố đặc thù của Việt Nam để có tầm nhìn chiến lược toàn diện cho sự phát triển nguồn lực con người, hướng tới xây dựng đội ngũ lao động đáp ứng được yêu cầu hội nhập quốc tế hiện nay là thực sự cần thiết./

### Tài liệu tham khảo

Lý Quang Diệu (2001), Bí quyết hoá rồng: Lịch sử Singapore 1965 - 2000, Nxb. Trẻ, Hà Nội.

Lý Quang Diệu (2001), Singapore và sự bùng nổ kinh tế Châu Á, Nxb. Trẻ

Phan Đình Diệu (1999), Hướng tới thế kỉ 21 - Xã hội tri thức và vài suy nghĩ về con đường hội nhập của chúng ta, Tạp chí Việt Nam và Đông Nam Á ngày nay, số 8, 9, 11, tháng 4/1999.

Phí Mạnh Hồng (2006), Một số vấn đề cơ bản về kinh tế tri thức — cơ hội và thách thức đặt ra cho Việt Nam, Đề tài trọng điểm năm 2006, ĐHQG Hà Nội.

Kỷ yếu hội thảo khoa học (2007), Nhà nước và khoa học trong một nền kinh tế tri thức hiệu quả, Đại học KHXH & NV, tháng 3/2007.

# Vận dụng phương pháp thống kê nghiên cứu chất lượng dịch vụ khách sạn trên địa bàn tỉnh Nam Định

Nguyễn Ngọc Minh

Đỗ Thị Phương

Khoa Du lịch và Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đánh giá đúng chất lượng dịch vụ luôn là mối quan tâm hàng đầu của mọi khách sạn và xác định được các chỉ tiêu định lượng sẽ là căn cứ cho việc đánh giá, kiểm soát chất lượng cũng như loại bỏ các dịch vụ không đạt tiêu chuẩn trước khi sản phẩm đến tay khách hàng. Chính vì vậy, trên cơ sở vận dụng phương pháp thống kê tác giả sẽ đánh giá chất lượng dịch vụ tại các khách sạn 3 sao trên địa bàn tỉnh Nam Định, từ đó đưa ra các giải pháp cải tiến kịp thời.

## 1. Mở đầu

Trong những năm gần đây, số lượng khách sạn mới được xây dựng ngày càng nhiều tạo ra sự cạnh tranh gay gắt. Để có thể đứng vững trên thương trường thì vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực khách sạn không những chỉ là đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, giá cả cạnh tranh mà còn phải nâng cao chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, để lượng hóa và nắm bắt những thông tin về chất lượng dịch vụ, từ đó phân tích, đánh giá và có sự điều chỉnh kịp thời, thỏa mãn nhu cầu khách hàng ngày một tốt hơn luôn là một điều không dễ. Nhằm góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn trên địa bàn tỉnh Nam Định, tác giả tiến hành thu thập thông tin, tổng hợp số liệu và phân tích, đánh giá chất lượng dịch vụ khách sạn trên hai phương diện từ phía khách hàng và doanh nghiệp khách sạn để làm căn cứ đối chiếu, xác định khoảng cách chất lượng dịch vụ, so sánh vai trò ảnh hưởng của các yếu tố chất lượng trong cảm nhận của mỗi bên. Từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn trên địa bàn tỉnh.

## 2. Thực trạng chất lượng dịch vụ khách sạn trên địa bàn tỉnh ND giai đoạn 2015 – 2019

### 2.1. Kiểm định độ tin cậy của đo lường

Với hai bộ số liệu điều tra từ phía khách hàng và doanh nghiệp, hệ số Cronbach'Alpha của các thành phần chất lượng đều lớn hơn 0.6 nên có thể sử dụng các chỉ báo thuộc các thành phần chất lượng này để đo lường chất lượng dịch vụ khách sạn.

**Bảng 1: Kết quả kiểm định độ tin cậy của các chỉ báo đo lường**

Thành phần chất lượng	Hệ số Cronbach'Alpha	
	Khách hàng	DN khách sạn
Sự hữu hình	.882	.856
Sự tin cậy	.917	.874
Sự đáp ứng	.892	.756
Năng lực phục vụ	.901	.865
Sự cảm thông	.908	.834

### 2.2. Phân tích thống kê mô tả thực trạng chất lượng dịch vụ khách sạn

- Kết quả đánh giá từ phía khách hàng

Với 33 chỉ báo đánh giá chất lượng dịch vụ tập trung vào 5 yếu tố chính của chất lượng, mức độ đánh giá theo thang điểm 7, bình quân đạt khoảng 5,3 điểm. Đây là mức điểm khá cao, cho thấy khách hàng tương đối hài lòng về chất lượng dịch vụ mà họ nhận được.

**Bảng 2: Điểm đánh giá bình quân của khách hàng theo các yếu tố chất lượng**

Yếu tố CL	Sự hữu hình	Sự tin cậy	Sự đáp ứng	Năng lực phục vụ	Sự cảm thông
Điểm bình quân	5.58	5.14	5.17	5.06	5.06
Độ lệch chuẩn	.704	.870	.961	.860	.747

Theo kết quả tính toán, yếu tố “Sự hữu hình” được khách hàng đánh giá cao nhất và có mức chênh lệch về điểm hơn hẳn so với các yếu tố còn lại.

- Kết quả đánh giá từ phía doanh nghiệp khách sạn

Kết quả đánh giá từ phương diện bản thân khách sạn có ý nghĩa trong việc chỉ ra sự khác biệt giữa những gì mà người cung cấp hình dung về dịch vụ của mình với thực tế chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Qua số liệu tổng hợp theo thang điểm 7, điểm bình quân đạt được là 5,21 cho thấy các khách sạn cũng đánh giá khá cao chất lượng dịch vụ họ cung cấp.

**Bảng 3: Điểm đánh giá bình quân nội bộ khách sạn theo các yếu tố chất lượng**

Yếu tố CL	Sự hữu hình	Sự tin cậy	Sự đáp ứng	Năng lực phục vụ	Sự cảm thông
Điểm bình quân	5.46	5.33	5.47	5.18	5.23
Độ lệch chuẩn	.6806	.7907	.7906	.7738	.7900

Nhận thấy, sự chênh lệch về điểm khi đánh giá các yếu tố là không nhiều có nghĩa các khách sạn hướng tới sự đồng đều về chất lượng nhằm thỏa mãn tối đa sự hài lòng của khách hàng.

Xét chi tiết hơn để xem xét cụ thể sự khác biệt giữa khách hàng và khách sạn trong các yếu tố chất lượng như thế nào, kết quả cho thấy:

- Về yếu tố “Sự hữu hình” bao gồm 10 chỉ báo đo lường.



# NGHIÊN CỨU

RESEARCH

**Bảng 4: So sánh điểm bình quân theo các chỉ báo thuộc yếu tố “Sự hữu hình”**

Chỉ báo đo lường	Khách hàng	Khách sạn	Chênh lệch	Mức ý nghĩa
Khách sạn có vị trí đẹp, thuận tiện	6.24	6.20	0.04	0.645
Kiến trúc bên ngoài khách sạn sang trọng, thu hút	6.21	5.57	0.64	0.000
Tiền sảnh khách sạn rộng rãi và bài trí phù hợp	6.09	5.48	0.61	0.000
Hành lang khách sạn thông thoáng và sắp đặt hợp lý	5.61	5.29	0.32	0.001
Trang thiết bị trong phòng đầy đủ, tiện nghi	5.38	5.37	0.01	0.931
Trang thiết bị trong phòng còn sử dụng tốt	5.33	5.20	0.13	0.228
Phòng luôn được vệ sinh sạch sẽ, ngăn nắp	5.39	5.61	-0.22	0.028
Không gian trong phòng yên tĩnh, ánh sáng đảm bảo	5.27	5.49	-0.22	0.017
Tài liệu, tranh ảnh giới thiệu dịch vụ rõ ràng, hấp dẫn	5.14	5.15	-0.01	0.918
Trang phục của nhân viên lịch sự, gọn gàng, sạch sẽ	5.12	5.23	-0.11	0.296

“Sự hữu hình” theo đánh giá của khách hàng cao hơn nhưng trong đó vẫn có 4 chỉ báo khách hàng cho điểm thấp hơn so với thực tế khách sạn đánh giá. Đây là những chỉ báo mà các khách sạn cần phải đặc biệt chú trọng vì có ảnh hưởng trực tiếp đến sự cảm nhận của khách về dịch vụ lưu trú.

- Về yếu tố “Sự tin cậy” bao gồm 5 chỉ báo đo lường.

**Bảng 5: So sánh điểm bình quân theo các chỉ báo thuộc yếu tố “Sự tin cậy”**

Chỉ báo đo lường	Khách hàng	Khách sạn	Chênh lệch	Mức ý nghĩa
Bỏ trí phòng và dịch vụ đúng yêu cầu của khách	5.14	5.35	-0.21	0.028
Khách hàng luôn được cung cấp đầy đủ thông tin về dịch vụ	5.12	5.30	-0.18	0.053
Các dịch vụ luôn được cung cấp kịp thời	5.21	5.31	-0.1	0.287
Luôn quan tâm giải quyết tất cả những khó khăn của khách	5.15	5.30	-0.15	0.102
Đội ngũ nhân viên phục vụ luôn chủ ý đáp ứng nhu cầu khách hàng	5.07	5.38	-0.31	0.001

“Sự tin cậy” theo khách hàng đánh giá thì chất lượng luôn kém hơn so với những gì mà khách sạn nhận định. Đặc biệt, các khách sạn đánh giá đội ngũ nhân viên của mình luôn thực hiện tốt và đáp ứng tất cả mọi yêu cầu của khách nhưng thực tế lại không đúng như khách kỳ vọng nên khách hàng đánh giá thấp hơn đáng kể.

- Về yếu tố “Sự đáp ứng” bao gồm 3 chỉ báo đo lường.

**Bảng 6: So sánh điểm bình quân theo các chỉ báo thuộc yếu tố “Sự đáp ứng”**

Chỉ báo đo lường	Khách hàng	Khách sạn	Chênh lệch	Mức ý nghĩa
Thủ tục đặt và trả phòng đơn giản, nhanh chóng, thuận tiện	5.31	5.58	-0.27	0.007
Nhân viên phục vụ luôn giải quyết kịp thời yêu cầu của khách	5.13	5.53	-0.40	0.000
Mọi thắc mắc của khách đều được giải đáp nhanh chóng, thỏa đáng	5.08	5.31	-0.23	0.013

“Sự đáp ứng” theo khách sạn đánh giá luôn cao hơn so với khách hàng. Do đó, các khách sạn cần phải đặc biệt chú ý đến việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

- Về yếu tố “Năng lực phục vụ” bao gồm 7 chỉ báo đo lường.

**Bảng 7: So sánh điểm bình quân theo các chỉ báo thuộc yếu tố “Năng lực phục vụ”**

Chỉ báo đo lường	Khách hàng	Khách sạn	Chênh lệch	Mức ý nghĩa
Nhân viên lễ tân chuyên nghiệp, lịch sự, tôn trọng khách hàng	5.09	5.22	-0.13	0.223
Nhân viên phục vụ lành nghề, chu đáo	5.02	5.09	-0.07	0.538
Các yêu cầu về dịch vụ trong phòng được đáp ứng tốt	5.06	5.17	-0.11	0.217
Dịch vụ ăn uống được phục vụ chu đáo, kịp thời	4.86	5.10	-0.24	0.008
Chất lượng đồ ăn thức uống đảm bảo, hợp vệ sinh	4.94	5.18	-0.24	0.020
Thực đơn phong phú đa dạng, đáp ứng mọi yêu cầu của khách	4.81	4.66	0.15	0.125
An ninh đảm bảo, không bị mất mát, hư hỏng đồ đạc	5.66	5.81	-0.15	0.182

Về “Năng lực phục vụ”, ngoại trừ chỉ báo “An ninh đảm bảo, không bị mất mát, hư hỏng đồ đạc” thì còn lại các chỉ báo khác đều thể hiện sự nhận định thấp trên cả hai phương diện và khách hàng đánh giá các tiêu chí phục vụ thuộc yếu tố này thấp hơn bản thân doanh nghiệp. Tuy nhiên, đáng chú ý là chỉ báo “Thực

đơn phong phú đa dạng, đáp ứng mọi yêu cầu của khách” được khách hàng đánh giá thấp nhất (4.81 điểm) và đối với nhận định của khách sạn lại còn thấp hơn (4.66 điểm) nên đã tạo ra chênh lệch dương. Điều này không hẳn là tích cực mà đây là tiêu chí khách sạn tự nhận thấy bản thân cần phải cải thiện nhiều nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

- Về yếu tố “Sự cảm thông” bao gồm 5 chỉ báo đo lường.

**Bảng 8: So sánh điểm bình quân theo các chỉ báo thuộc yếu tố “Sự cảm thông”**

Chỉ báo đo lường	Khách hàng	Khách sạn	Chênh lệch	Mức ý nghĩa
Khách hàng dễ dàng liên hệ khi có yêu cầu	5.16	5.37	-0.21	0.025
Khách sạn luôn lấy sự hài lòng của khách làm tôn chỉ hoạt động	5.03	5.31	-0.28	0.002
Đội ngũ nhân viên luôn quan tâm đến sở thích riêng của khách	5.01	5.21	-0.2	0.027
Đội ngũ nhân viên luôn hiểu rõ nhu cầu của khách	5.01	5.15	-0.14	0.112
Thời gian hoạt động của các dịch vụ phù hợp nhu cầu của khách	5.08	5.10	-0.02	0.871

“Sự cảm thông” theo đánh giá của khách hàng đều thấp hơn so với nhận định của khách sạn. Chênh lệch cao nhất phải kể đến chỉ báo “Khách sạn luôn lấy sự hài lòng của khách làm tôn chỉ hoạt động”, sự cảm nhận của khách hàng về điều này của khách sạn là chưa đạt tới những gì mà họ kỳ vọng.

### 2.3. Phân tích nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khách sạn

- Trên phương diện khách hàng

Phương pháp thành phần chính được sử dụng để rút gọn 32 biến ban đầu thành 3 thành phần chính biểu diễn tốt nhất cho các thông tin thu thập, bao gồm: Thành phần F1 - Sự đáp ứng về cơ sở vật chất và phục vụ trong khách sạn; Thành phần F2 - Sự sẵn sàng và thấu hiểu khách hàng; Thành phần F3 - Vị trí và kiến trúc. Theo đó, biến phụ thuộc (C33) là mức độ hài lòng chung của khách hàng về các dịch vụ khách sạn cung cấp và biến độc lập là 3 thành phần chính vừa xác định.

**Bảng 9: Kết quả phân tích hồi quy giữa các thành phần chất lượng với sự hài lòng của KH**

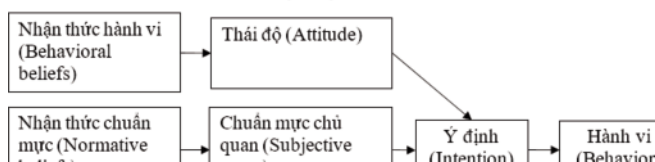
Mô hình	Hệ số hồi quy		Hệ số xác định	t	Mức ý nghĩa
	B	Sai số chuẩn			
(Constant)	5.271	.040	.686	133.237	.000
F1	.374	.040		9.427	.000
F2	.753	.040		18.992	.000
F3	.298	.040		7.518	.000

3 thành phần trên đã giải thích được 68.6% mức độ hài lòng chung của khách hàng về chất lượng dịch vụ khách sạn cung cấp. Căn cứ vào các hệ số hồi quy cũng cho biết F2 có ảnh hưởng nhiều nhất đến mức độ hài lòng chung của khách hàng, tiếp đến là F1 và cuối cùng F3.

- Trên phương diện doanh nghiệp khách sạn

Phương pháp thành phần chính được sử dụng để rút gọn 32 biến ban đầu thành 5 thành phần chính biểu diễn tốt nhất cho các thông tin thu thập, bao gồm: Thành phần F1 - Sự đáp ứng và phục vụ trong khách sạn; Thành phần F2 - Sự sẵn sàng và thấu hiểu khách hàng; Thành phần F3 - Sự chuyên nghiệp và đảm bảo; Thành phần F4 - Kiến trúc ngoại thất và trang bị nội thất; Thành phần F5 - Sự tín nhiệm.

Hình 1: Mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch



5 thành phần trên đã giải thích được 46.9% mức độ hài lòng chung của khách hàng về chất lượng dịch vụ khách sạn cung cấp. Căn cứ vào các hệ số hồi quy cũng cho biết F2 có ảnh hưởng nhiều nhất đến mức độ hài lòng chung của khách hàng, tiếp đến là F4, F3, F1 và cuối cùng F5.

Nhìn chung, hầu hết các chỉ báo đánh giá chất lượng khách hàng đều cho điểm bình quân thấp hơn so với khách sạn đánh giá. Đặc biệt là những chỉ báo cho thấy giá trị cốt lõi trong chất lượng dịch vụ khách sạn như dịch vụ phòng, dịch vụ ăn uống, dịch vụ bổ sung, các thủ tục giao dịch, thái độ phục vụ, sự quan tâm, đáp ứng nhu cầu khách hàng,...

### 3. Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn trên địa bàn tỉnh Nam Định

#### 3.1. Đối với công tác thống kê nghiên cứu chất lượng dịch vụ khách sạn

- Quan tâm đến ý kiến của khách hàng cũng như sự đóng góp ý kiến của cán bộ quản lý và nhân viên để xem xét chất lượng dịch vụ của khách sạn.

- Thiết lập hệ thống đo lường chất lượng dịch vụ khách sạn đồng thời trên cả hai phương diện khách hàng và bản thân khách sạn.

- Đối với lĩnh vực khách sạn các phương pháp thống kê mô tả kết hợp với phân tích nhân tố ảnh hưởng sẽ mang lại hiệu quả cao khi cần làm rõ vấn đề chất lượng.

#### 3.2. Đối với công tác nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn

- Nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú: Hoàn thiện tiêu chuẩn dịch vụ phòng của khách sạn; Cải tạo và nâng cao chất lượng cơ sở vật chất dịch vụ phòng của khách sạn; Chú trọng sự hợp lý giữa giá cả và chất lượng phòng; Tăng cường hợp tác chặt chẽ với các bộ phận khác trong khách sạn; Hoàn thiện quy trình xử lý thông tin của khách hàng.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống: Đa dạng hóa sản phẩm ăn uống, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm; Bồi dưỡng và nâng cao tay nghề cho đội ngũ đầu bếp của khách sạn; Hoàn thiện quy trình phục vụ và tăng cường công tác quản lý chất lượng bộ phận ăn uống.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ bổ sung: Dịch vụ vui chơi giải trí; Dịch vụ đổi tiền; Dịch vụ đặt vé máy bay; Dịch vụ chuyển quà, chuyển tiền.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực khách sạn: Chú trọng công tác tuyển dụng, đào tạo; Bồi dưỡng

nâng cao trình độ và thái độ phục vụ của nhân viên; Nâng cao nhận thức của toàn thể cán bộ, nhân viên về tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ đối với hoạt động của khách sạn.

## 4. Kết luận

Nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng ngày càng tốt hơn yêu cầu của khách hàng luôn là tôn chỉ hàng đầu trong lĩnh vực dịch vụ nói chung và kinh doanh khách sạn nói riêng. Việc sử dụng các phương pháp thống kê đã giúp chất lượng dịch vụ khách sạn được xem xét một cách đa chiều và sự hài lòng chung của khách hàng chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố. Kết quả phân tích này sẽ là nguồn thông tin tham khảo rất hữu ích cho các khách sạn trên địa bàn tỉnh Nam Định trong việc định vị và kiểm soát chất lượng dịch vụ cung cấp của mình./.

## Tài liệu tham khảo

Phan Công Nghĩa (2009), Giáo trình Thống kê chất lượng, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

Nguyễn Hữu Chí (2001), Một số phương pháp phân tích thống kê đa biến trong đánh giá chất lượng dịch vụ khách sạn, Luận văn Thạc sỹ, Khoa Thống kê — ĐHKinh tế Quốc dân.

Nguyễn Thị Thanh Hương (2014), Nghiên cứu chất lượng dịch vụ tại khách sạn Hàm Rồng Sa Pa — Lào Cai, Luận văn Thạc sỹ, ĐHKhoa học Xã hội và Nhân văn.

# Các giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển kinh tế số tại Việt Nam

Nguyễn Thụy Phương

Khoa Du lịch và Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế- Kỹ thuật Công nghiệp

Phát triển kinh tế số được xem là xu hướng tất yếu để tạo ra những động lực tăng trưởng kinh tế cho Việt Nam trong bối cảnh làn sóng cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) đang diễn ra mạnh mẽ. Làn sóng tiếp theo của những công nghệ số - Trí tuệ nhân tạo, chuỗi khối (blockchain), Internet vạn vật và các nền tảng, ứng dụng dựa trên điện toán đám mây — sẽ mang lại tiềm năng chuyển đổi Việt Nam thành một nền kinh tế hoạt động với hiệu quả vượt trội của châu Á, và mang lại mức sống cao hơn cho tất cả người dân Việt Nam trong những thập kỉ tới.

## 1. Mở đầu

Hiện nay nền kinh tế thế giới đang thay đổi một cách sâu rộng dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Kinh tế số đang trở thành đặc trưng và xu hướng phát triển kinh tế - công nghệ quan trọng nhất hiện nay. Hoạt động kinh tế không chỉ đơn thuần là việc trao đổi hàng hóa giữa người với người mà dựa trên các công nghệ kỹ thuật số. Đó chính là nền kinh tế số (còn được gọi là kinh tế web, kinh tế Internet hay kinh tế mới) là nền kinh tế dựa trên các công nghệ kỹ thuật số. Kinh tế số bao gồm các thị trường kinh tế dựa trên các công nghệ kỹ thuật số để giúp cho việc giao dịch, trao đổi hàng hóa và dịch vụ thông qua thương mại điện tử được dễ dàng hơn.

Bên cạnh đó theo các chuyên gia thì Việt Nam đang sở hữu lợi thế về nguồn lực con người và sự ủng hộ của Chính phủ. Bởi vậy tạo ra làn sóng, động lực quốc gia về phát triển kinh tế số là hướng đi mà Việt Nam có thể đẩy mạnh phát triển kinh tế số hóa mạnh mẽ hơn nữa. Trong một nghiên cứu của Trung tâm kinh doanh toàn cầu của Đại học Tufts (Mỹ) đã cho thấy hiện nay Việt Nam đang đứng ở vị trí 48/60 quốc gia có tốc độ chuyển đổi kinh tế số hóa nhanh trên thế giới, đồng thời đứng ở vị trí 22 về tốc độ phát triển số hóa. Những con số này đã chứng tỏ sự thay đổi lớn trong mô hình kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam, là bước ngoặt giúp kinh tế - xã hội Việt phát triển lên một tầm cao mới.

## 2. Triển vọng nền kinh tế số tại Việt Nam

Kinh tế số là nền kinh tế vận hành chủ yếu dựa trên công nghệ số, đặc biệt là các giao dịch điện tử tiến hành thông qua internet. Kinh tế số bao gồm tất cả các lĩnh vực và nền kinh tế (công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ; sản xuất, phân phối lưu thông hàng hóa, giao thông - vận tải, logistics, tài chính - ngân hàng...) mà công nghệ số được áp dụng.

Nền kinh tế số tại Việt Nam đang được đánh giá có sự phát triển nhanh chóng, mang lại những đóng góp quan trọng cho kinh tế của đất nước. Theo một số đánh giá của các chuyên gia, nền kinh tế số Việt Nam được định giá khoảng 3 tỷ USD vào năm 2015, tăng lên 9 tỷ USD vào năm 2018 và dự kiến sẽ đạt 30 tỷ USD vào năm 2025. Xu hướng thương mại điện tử và sự xuất hiện của các mô hình kinh doanh mới trên Internet đã thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân. Lĩnh vực thương mại điện tử là lĩnh vực phát triển nhanh nhất, tăng trưởng khoảng 30% mỗi năm, với doanh thu năm 2018 đạt khoảng 8 tỷ USD và ước tính đạt ít nhất 10 tỷ USD vào năm 2020. Tuy nhiên, những thách thức đối với Việt Nam trong thời kỳ bùng nổ nền kinh tế số như vấn đề an ninh mạng, áp lực cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

Chính vì vậy, để đạt được tăng trưởng kinh tế bền vững, những vấn đề này đòi hỏi các giải pháp hỗ trợ đồng bộ và nỗ lực từ phía các doanh nghiệp và nhà nước, trong đó có việc tạo ra các hành lang pháp lý thuận lợi kèm theo các tài liệu quy phạm phù hợp với nền kinh tế số, nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật số, trang bị các giải pháp công nghệ kỹ thuật số hiện đại, đưa ra chính sách ưu đãi thuế đối với hoạt động đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và bảo mật thông tin.

## 3. Một số đánh giá về kinh tế số của Việt Nam trong thời gian qua

### 3.1. Những lợi thế đối với sự phát triển kinh tế số tại Việt Nam

Dù đi sau trong cuộc CMCN 4.0, Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên phát triển kinh tế số với nhiều lợi thế cơ bản sau đây:

Thứ nhất, Chính phủ Việt Nam thể hiện rõ quyết tâm, định hướng và nỗ lực hành động mạnh mẽ trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế số ở Việt Nam. Nghị

quyết số 01/NQ-CP, ngày 1-1-2019, của Chính phủ, về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2019 đã đề ra các nhiệm vụ thúc đẩy kinh tế số, như xây dựng giải pháp phát triển nhân lực quốc gia đáp ứng yêu cầu CMCN 4.0; xây dựng Đề án chuyển đổi số quốc gia, từng bước tạo môi trường pháp lý để triển khai kế hoạch chuyển đổi số; thay đổi mô hình quản trị, thúc đẩy ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, y tế...

Thứ hai, nguồn nhân lực là một lợi thế quan trọng cho việc phát triển kinh tế số ở Việt Nam. Dân số gần 100 triệu người, 40% dân số dưới 25 tuổi, dân trí khá cao, có nền tảng toán học và công nghệ thông tin tương đối tốt, người Việt Nam được xem là yêu thích và nhanh nhạy trong nắm bắt công nghệ cũng như thích ứng khá nhanh với cái mới, đây chính là một trong những chìa khóa quan trọng để thúc đẩy kinh tế số.

Thứ ba, Việt Nam đang có những nền tảng hạ tầng khá thuận lợi cho việc chuyển đổi và ứng dụng số. Việt Nam có mạng lưới hạ tầng mạng viễn thông, công nghệ thông tin và internet phát triển nhanh chóng, bao phủ rộng khắp và hiện đại không thua kém các nước tiên tiến trên thế giới. Việt Nam có số dân dùng internet, điện thoại thông minh cao và nằm trong top đầu các nước có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất thế giới.

Thứ tư, những năm gần đây các hình thức của kinh tế số ở Việt Nam phát triển đa dạng, nhanh chóng, hứa hẹn sự bùng nổ mạnh mẽ hơn trong những năm tới. Việt Nam là một trong những quốc gia có tốc độ phát triển kinh tế số khá nhanh trong khu vực. Xu hướng số hóa, chuyển đổi và ứng dụng công nghệ số ở Việt Nam đang diễn ra nhanh và rộng khắp trên nhiều lĩnh vực, ngành kinh tế, từ thương mại đến giao thông, ngân hàng, y tế, giáo dục, du lịch, giải trí, quảng cáo và các dạng ứng dụng trực tuyến...

Thứ năm, Việt Nam là một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh nhất khu vực và thế giới. Kinh tế Việt Nam tăng trưởng liên tục trong vòng hơn 30 năm qua và những năm gần đây luôn duy trì tốc độ tăng trưởng khoảng 7%/năm. Cùng với sự tăng trưởng kinh tế nhanh và một nền kinh tế ngày càng hội nhập sâu rộng với thế giới, sự gia tăng thu nhập của người dân, sự lớn mạnh của tầng lớp trung lưu và một thị trường nội địa gần 100 triệu dân là nền tảng và sức hút lớn thúc đẩy kinh tế số nói chung và TMĐT nói riêng phát triển.

### **3.2. Thách thức đối với sự phát triển nền kinh tế số tại Việt Nam**

Hiện nay, Việt Nam đang phải đối mặt với thách thức cơ bản nhất của quá trình phát triển nền kinh tế số nằm ở câu hỏi quá trình chuyển đổi số của chúng ta sẽ diễn ra như thế nào. Nói cách khác là làm sao dung hoà được lợi ích và quản lý song song các mô hình kinh tế truyền thống và kinh tế số hay kinh tế chia sẻ.

Một là, Việt Nam đi sau trong xu hướng kinh tế số, nhận thức, kiến thức của nhiều cán bộ, doanh nghiệp và người dân về kinh tế số, thời cơ và thách thức của nó đối với sự phát triển của đất nước còn chưa đồng đều ở các cấp, các ngành dẫn tới nhu cầu, kế hoạch và hành động nắm bắt xu thế kinh tế số còn chưa kịp thời, nhanh nhạy, sự chuyển đổi số ở một số cấp, ngành, địa phương và các doanh nghiệp còn hạn chế.

Hai là, môi trường pháp lý và thể chế cho phát triển kinh tế số ở nước ta vừa thiếu, vừa nhiều lỗ hổng, chưa chặt chẽ, đồng bộ, minh bạch và mang tính kiến tạo. Thời gian qua, các cơ quan quản lý nhà nước tỏ ra khá lúng túng trong quản lý các hoạt động kinh tế số, như vấn đề quản lý và thu thuế đối với các hoạt động thương mại trực tuyến, nhất là kinh doanh qua các mạng xã hội và cung cấp dịch vụ xuyên biên giới; việc xử lý, giải quyết những tranh chấp, xung đột về hoạt động cũng như lợi ích của các chủ thể tham gia các hoạt động kinh doanh, thương mại và dân sự trên môi trường số.

Ba là, thách thức về an ninh mạng, bảo mật, an toàn thông tin ở nước ta. Kinh tế số dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, internet chứa đựng nguy cơ lớn về bảo mật, an toàn thông tin, tài chính và tính riêng tư của dữ liệu, của các chủ thể kinh tế số. Việt Nam là một trong những quốc gia bị tấn công mạng nhiều nhất và cũng dễ bị tổn thương nhất khi bị tấn công mạng.

Bốn là, nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu chuyển đổi sang kinh tế số. Việt Nam đang có sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, nhất là nhân lực công nghệ thông tin và truyền thông. Giáo dục Việt Nam chưa theo kịp xu thế phát triển vũ bão của kinh tế số, kinh tế sáng tạo của CMCN 4.0 trên thế giới hiện nay. Vấn đề này nếu không được quan tâm đầu tư thích đáng trong thời gian tới thì sẽ là một điểm nghẽn lớn cho phát triển kinh tế số ở nước ta.

Năm là, cơ sở hạ tầng kỹ thuật số của Việt Nam vẫn còn đang khá thô sơ về dữ liệu, tốc độ truyền tải. Để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số thì cần đầu tư nhiều hơn nữa vào cơ sở hạ tầng.

## **4. Đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy kinh tế số tại Việt Nam**

Dù kinh tế khu vực và thế giới còn tiềm ẩn những nhân tố bất ổn, CMCN 4.0 cùng với nền kinh tế số sẽ là một xu hướng lớn, mở ra cơ hội đuổi kịp cho các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam. Để phát triển kinh tế số ở Việt Nam cần tập trung vào một số giải pháp sau:

Một là, sớm ban hành Chiến lược quốc gia về chuyển đổi số, kinh tế số. Cùng với đó, cần xây dựng và công bố quy hoạch ngành về phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin. Trên cơ sở đó, sẽ ban hành các chuẩn trao đổi thông tin giữa các cơ quan, đơn vị

để tạo sự liên kết, đồng bộ trong quá trình đầu tư và phát triển hạ tầng dựa vào ứng dụng công nghệ thông tin.

Hai là, xây dựng chiến lược hội nhập quốc tế mới trong thời đại kinh tế số, thực hiện “đổi mới” và “hội nhập” vào thị trường kinh tế số toàn cầu, đi đôi với kích thích phát triển và hỗ trợ đúng mức để nuôi dưỡng và thúc đẩy các doanh nghiệp số trong nước không ngừng lớn mạnh. Chiến lược hội nhập quốc tế cần kết hợp vừa “mở cửa, hội nhập” thị trường kinh tế số, vừa phải có chiến lược thúc đẩy phát triển các doanh nghiệp công nghệ Việt Nam thông qua chính sách hỗ trợ và ưu đãi có chọn lọc, nhất là với những doanh nghiệp công nghệ nội địa tiềm năng vươn lên chiếm lĩnh thị trường trong nước và sớm đủ sức vươn ra cạnh tranh với bên ngoài.

Ba là, Việt Nam cần chủ động tìm hiểu và tham gia các nỗ lực quốc tế, các cơ chế, sáng kiến hợp tác, liên kết quốc tế, khu vực, đồng thời xây dựng cơ chế phối hợp chính sách với các quốc gia trên bình diện cả song phương lẫn đa phương ở các lĩnh vực liên quan đến phát triển kinh tế số và giải quyết những vấn đề nảy sinh trong mối quan hệ liên quốc gia từ quá trình phát triển kinh tế số hiện nay. Các lĩnh vực hợp tác quan trọng, bao gồm thu thuế xuyên biên giới qua không gian mạng, bảo đảm an ninh an toàn không gian mạng, bảo mật dữ liệu và quyền riêng tư, ngăn chặn và chống các loại tội phạm công nghệ, tạo thuận lợi cho kết nối hạ tầng và thanh toán số nhằm hỗ trợ các giao dịch xuyên quốc gia.

Bốn là, quan tâm thúc đẩy cải cách và số hóa những cơ quan, lĩnh vực hoạt động liên quan đến đối ngoại, hợp tác và hội nhập quốc tế. Các cơ quan làm đối ngoại trong nước cũng như các cơ quan đại diện của Nhà nước Việt Nam ở nước ngoài cần đi đầu trong công tác số hóa ngành bao gồm việc xây dựng kết cấu hạ tầng dữ liệu quốc gia cho ngoại giao số, xây dựng chiến lược quản trị công tác đối ngoại, cải cách mạnh mẽ thủ tục hành chính liên quan đến đối ngoại, như đơn giản hóa, số hóa, điện tử hóa, minh bạch hóa thông tin, đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại và hỗ trợ doanh nghiệp trong nước hợp tác đầu tư với bên ngoài...

Năm là, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong nền kinh tế số hiện nay. Quyền sở hữu trí tuệ là nền tảng theo đó sáng tạo được chia sẻ, tính sáng tạo được khuyến khích và sự tin cậy của khách hàng được thúc đẩy. Nhưng thế giới số đặt ra một thách thức mới, đó là làm thế nào để quản lý sự cân bằng khi khách hàng là người sáng tạo, khi chi phí biên sao chép là 0, khi việc thực thi luật bản quyền hiện nay là rất khó khăn và khi việc tiếp cận thông tin là “miễn phí” và nội dung được nhiều người xem được yêu cầu phải trở thành một quyền.

Sáu là, đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, có cơ chế, chính sách hoàn thiện để điều chỉnh hoạt

động của các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp trong lĩnh vực này. Việc chậm cấp giấy phép từ cơ quan quản lý cũng khiến các doanh nghiệp không thể chủ động triển khai các dịch vụ như kế hoạch đã đề ra.

Bảy là, hỗ trợ huy động các nguồn lực, có những chính sách ưu đãi về thuế cho ngành phần mềm, các khu công nghệ cao, các công viên phần mềm. Thi điểm xây dựng những “đặc khu ảo” để thu hút sự đầu tư của các doanh nghiệp internet, tương tự như việc hình thành đặc khu kinh tế. Có chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư, phát triển, kinh doanh công nghệ mới tiến tới xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo ở Việt Nam.

Tám là, nâng cao chất lượng giáo dục đào tạo nguồn nhân lực cho nền kinh tế số. Sự thiếu hụt nguồn nhân lực công nghệ thông tin được xem là một trong những mối thách thức lớn đối với sự phát triển của nền kinh tế số của Việt Nam. Theo các nghiên cứu, gần 1/3 số nghề mới hiện nay không tồn tại cách đây ¼ thế kỷ, và sau ¼ thế kỷ nữa sẽ có 60% số nghề chưa xuất hiện bây giờ. Vì vậy, cùng với việc thay đổi chương trình đào tạo theo kịp các xu thế công nghệ mới, đẩy nhanh việc xã hội hóa giáo dục công nghệ thông tin bằng việc tạo điều kiện cho học sinh, sinh viên sớm tiếp cận lĩnh vực này thì cũng rất cần thay đổi giáo dục theo hướng tăng tính tự học, tự cập nhật và học suốt đời. Tuyên truyền nâng cao nhận thức toàn xã hội về nền kinh tế số. Các cơ quan báo chí, tuyên thông cần định hướng dư luận, giúp cho các doanh nghiệp, người dân và toàn xã hội có nhận thức đúng về nền kinh tế số, qua đó có sự chuẩn bị tốt nhất cho thích ứng xu hướng phát triển này./.

## Tài liệu tham khảo

Nghị quyết số 01/NQ-CP, ngày 1-1-2019, của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2019.

Quyết định số 392/QĐ-TTg (2015), đề ra mục tiêu phát triển CNTT tới năm 2020, tầm nhìn đến 2025;

Quyết định số 149/QĐ-TTg (2016), đề ra mục tiêu phát triển cơ sở hạ tầng băng tần và viễn thông tới năm 2020;

Chỉ thị số 16/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ (năm 2017) do Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc ban hành, về tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0;

Nghị quyết số 17/NQ-CP ngày 7/3/2019 của Chính phủ về một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm phát triển Chính phủ điện tử giai đoạn 2019-2020, định hướng đến 2025.

# Tổng quan các nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến động lực học tập của sinh viên

Hoàng Thu Hiền

Hoàng Thị Phương Lan

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Nhằm mục đích nâng cao hiệu quả cũng như chất lượng đào tạo trong giáo dục, việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến động lực nhằm nâng cao tiến, nâng cao kết quả học tập là rất quan trọng. Việc nâng cao mức độ hài lòng của sinh viên đối với nhà trường và kết quả học tập của người học có ảnh hưởng đến hiệu quả cũng như chất lượng của cơ sở đào tạo. Kết quả tất yếu của việc này là làm nâng cao khả năng cạnh tranh của các trường đại học, nâng cao vị thế của cơ sở đào tạo trong mắt sinh viên và cả giảng viên.

## 1. Giới thiệu

Động lực là những gì thúc đẩy bạn hành động. Đó là nguồn cảm hứng của chúng ta để thực hiện một điều gì đó. Thật vậy, động lực từ lâu đã được xem như là nguyên nhân chính khởi nguồn cho các hành vi mang tính cá nhân. Động lực được định nghĩa là các hành động hoặc quá trình thúc đẩy; sự kích thích hay sự tác động nhằm khuyến khích tạo ra những nỗ lực cho cá nhân nào đó, nói chung động lực là một cái gì đó (chẳng hạn như nhu cầu hay mong muốn), sẽ là nguyên nhân giúp định hướng hành động của một cá nhân (Merriam-Webster, 1997). Động lực là yếu tố duy nhất ảnh hưởng trực tiếp đến thành công trong học tập của học sinh, sinh viên, và tất cả các yếu tố khác suy cho cùng tác động đến thành công trong học tập là do chúng ảnh hưởng đến động lực. Cụ thể, động lực học tập của sinh viên phản ánh mức độ định hướng, tập trung và nỗ lực của sinh viên trong quá trình học tập những nội dung của môn học (Nguyễn Đình Thọ và cộng sự, 2013).

Động lực học tập (ĐLHT) là khao khát, mong muốn, hào hứng, cảm thấy có trách nhiệm và đầy nhiệt huyết trong quá trình học tập (Bomia et al., 1997), là sự nỗ lực cố gắng để hoàn thành có kết quả một công việc nào đó (DuBrin, 2008). ĐLHT có tác động tích cực đến kết quả nhận thức của sinh viên trong quá trình học. Ngoài ra, động lực đúng đắn sẽ giúp người học nâng cao tư duy phản biện và khả năng tự chủ giúp người học trở nên nhiệt huyết, yêu thích, tích cực và thoải mái tham gia các hoạt động học tập và đóng góp vào sự thành công của người học.

## 2. Cơ sở lý thuyết liên quan đến động lực học tập

### 2.1. Khái niệm động lực

Động lực là những gì thúc đẩy bạn hành động. Đó là nguồn cảm hứng của chúng ta để thực hiện một điều gì đó. Thật vậy, động lực từ lâu đã được xem như

là nguyên nhân chính khởi nguồn cho các hành vi mang tính cá nhân. Động lực được định nghĩa là các hành động hoặc quá trình thúc đẩy; sự kích thích hay sự tác động nhằm khuyến khích tạo ra những nỗ lực cho cá nhân nào đó, nói chung động lực là một cái gì đó (chẳng hạn như nhu cầu hay mong muốn), sẽ là nguyên nhân giúp định hướng hành động của một cá nhân (Merriam-Webster, 1997). Có rất nhiều tác giả nghiên cứu về yếu tố động lực, lĩnh vực chuyên môn của họ cũng rất đa dạng. Phần đông trong số này là các chuyên gia trong lĩnh vực giáo dục và kinh tế.

Các khái niệm phức tạp về động lực thường nhấn mạnh sự kích thích một cách trực tiếp đến các cá nhân: hoặc là một sự tự nỗ lực bên trong, hoặc là một sự khuyến khích từ môi trường bên ngoài (Kinman & Kinman, 2001). Có ba điểm nổi bật trong định nghĩa mà Kinman & Kinman (2001) và Pinder (2008) đưa ra: thứ nhất, động lực có thể xuất phát từ bên trong con người hay sự kích thích từ bên ngoài, cụ thể chúng ta sẽ tìm hiểu cụ thể về động lực bên trong và bên ngoài ở phần tiếp theo; thứ hai, động lực được xác định là một tập hợp các năng lượng, và chính những năng lượng này kích thích sự hành động của con người; thứ ba, tập hợp năng lượng này có thể tác động tích cực hoặc tiêu cực, để tạo nên hình thức, định hướng, cường độ hành vi của con người.

### 2.2. Động lực học tập

Như đã đề cập, một số nhà nghiên cứu tin rằng động lực là yếu tố duy nhất ảnh hưởng trực tiếp đến thành công trong học tập của học sinh, sinh viên, và tất cả các yếu tố khác suy cho cùng tác động đến thành công trong học tập là do chúng ảnh hưởng đến động lực (Tucker & Zayco, 2002). Cụ thể, động lực học tập của sinh viên phản ánh mức độ định hướng, tập trung và nỗ lực của sinh viên trong quá trình học tập những nội dung của môn học (Nguyễn Đình Thọ và cộng sự, 2013).

Việc học tập có ý nghĩa hơn khi mọi người tham gia vì một lợi ích cá nhân nào đó của họ, chứ không phải nhằm thỏa mãn một nhu cầu bên ngoài (Elton, 1988; Boud, 1990). Kroll (1988) đã lập luận rằng động lực nội tại sẽ dẫn dắt người học tìm ra hoặc chấp nhận những kinh nghiệm học tập rõ ràng và phức tạp, điều này tạo cơ hội cho họ có thể thách thức cả thế giới quan của chính mình và do đó thúc đẩy tư duy trừu tượng của họ.

Có những bằng chứng cho thấy động lực bên ngoài, chẳng hạn như tiền bạc, địa vị và những áp lực bên ngoài cảm nhận được, có thể làm suy giảm khả năng học tập (Amabile và cộng sự, 1990). Vậy, phải chăng chỉ có động lực bên trong góp phần làm gia tăng khả năng học tập của mỗi cá nhân. Chính những động lực cá nhân bên ngoài xuất hiện làm cho chúng ta làm việc, học tập chăm chỉ hơn, nhưng dần dần nó trở thành rào cản khi chúng ta trở nên tham vọng hơn, có những đòi hỏi cao hơn.

Tóm lại, động lực là một yếu tố cơ bản khi xem xét việc học tập của sinh viên. Giảng viên có thể hỗ trợ trong việc gia tăng và phát triển động lực học tập, giúp sinh viên đạt thành tích tối ưu trong lớp học. Ngoài ra, thông qua việc tạo môi trường học tập thuận lợi, thiết lập mục tiêu học tập rõ ràng cùng với sự nhiệt tình trong bài giảng có thể giúp sinh viên tìm thấy niềm vui và hứng thú trong học tập (Valerio, 2012).

### 3. Tổng quan nghiên cứu

#### 3.1. Tình hình nghiên cứu ở nước ngoài

Nghiên cứu của Klein, Noe và Wang năm 2006 về “động lực học tập và kết quả học”, trong nghiên cứu tác giả xem xét các yếu tố tác động đến kết quả học tập thông qua biến trung gian là động lực học tập. Nghiên cứu cho thấy có sự tương quan dương đáng kể của 3 yếu tố: đặc điểm người học, các rào cản/ hỗ trợ cảm nhận được, đặc điểm giảng dạy đến động lực học tập và đến kết quả học tập cuối cùng. Đây là một nghiên cứu thiên về cảm nhận và đánh giá mang tính cá nhân của của người học nên việc khảo sát qua mạng sẽ khiến cho nghiên cứu có độ tin cậy không cao. Hạn chế của cứu sử dụng nhiều thang đo cũng như những câu hỏi khó hiểu, lúc này khảo sát qua mạng làm cho nghiên cứu viên mất đi vai trò kiểm soát người trả lời. Ngoài ra nghiên cứu này cũng không cho thấy rằng còn có yếu tố nào ngoài 3 yếu tố trên tác động hay tạo ra động lực hay không, cụ thể trong yếu tố đặc điểm học, các tác giả cũng chỉ xem xét một yếu tố đại diện là “định hướng mục tiêu học tập”.

Nghiên cứu của Anh em nhà William về 5 yếu tố cải thiện động lực học tập của sinh viên (2011), bài nghiên cứu đánh giá bao quát về các yếu tố ảnh hưởng đến động lực học tập. Một sinh viên trong suốt quá trình học tập tại giảng đường họ phải tiếp xúc nhiều với giảng viên, bạn bè, môi trường học và đây là những yếu tố cần xem xét để gia tăng động lực của họ. Tác giả sử dụng phương pháp định tính với lập

luận mang tính thuyết phục rất cao. Khó khăn của nghiên cứu chính là phải đọc và tham khảo nhiều tài liệu, cũng như phải có những trải nghiệm lâu dài trong lĩnh vực giáo dục để có những lập luận sâu sắc và thuyết phục người đọc.

Nghiên cứu Multan (2013), nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến động lực học tập của sinh viên trường đại học Bahauddin Zakariya, Multan (Pakistan). Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng việc sử dụng phương pháp giảng dạy hiệu quả, môi trường học tập phù hợp và việc chủ động trong học tập có thể gia tăng động lực học tập của sinh viên. Cụ thể việc khuyến khích xây dựng môi trường học tập năng động như tạo sự tranh luận, hay cơ hội thảo luận, xây dựng môi trường học tập hợp tác và làm việc theo nhóm nhỏ có thể khuếch đại động lực học tập của sinh viên. Ngoài ra việc gây áp lực cho sinh viên bằng khối lượng bài học nhiều, phương pháp giảng dạy lạc hậu, quy mô lớp học lớn làm giảm sự quan tâm của sinh viên cũng như động lực học tập của họ (Ullah và cộng sự, 2013). Đây là nghiên cứu khá gần với nội dung của đề tài, nghiên cứu của tác giả mang tính khám phá hơn là kiểm tra mức độ tác động của các yếu tố, dù tác giả vẫn sử dụng nhiều phương pháp định lượng trong phân tích.

#### 3.2. Tình hình nghiên cứu ở trong nước

Động lực học tập là một khái niệm đa chiều, sự biểu hiện phong phú, nó được đánh giá bởi nhiều tiêu chí hữu hình và vô hình cũng như có nhiều hướng tiếp cận khác nhau. Vì thế, việc xác định toàn diện các nhân tố có tác động đến động lực học tập của sinh viên là không dễ dàng.

Các nghiên cứu trước chỉ ra rằng động lực học tập của sinh viên chịu tác động bởi các nhóm nhân tố thuộc về nhà trường, nhân tố thuộc về gia đình và nhân tố thuộc về đặc tính cá nhân của sinh viên đó. Theo Trần Thị Thu Trang (2010), động lực học tập bị tác động bởi những nhân tố nội vi - những nhân tố có ngay trong mỗi cá nhân và ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình học tập (lý do học, quan niệm nhận thức của bản thân, cảm xúc người học...) và những nhân tố ngoại vi - đó là môi trường xã hội và các điều kiện của môi trường học tập (ảnh hưởng của giáo viên, vai trò của cha mẹ và bạn bè, tài liệu giảng dạy và học tập, môi trường giảng dạy và học tập).

Dương Thị Kim Oanh (2008) phát hiện ra rằng động lực học tập, và đặc biệt là động lực tự khẳng định mình của sinh viên bị chi phối mạnh bởi yếu tố tinh thần trách nhiệm của sinh viên và các nhân tố khách quan như môi trường xã hội, môi trường học tập, và bạn bè. Tuy nhiên, kỹ thuật phân tích dữ liệu trong nghiên cứu này chưa làm rõ mối quan hệ giữa các loại động lực cũng như chưa đánh giá động lực nào có vai trò “dẫn đường” trong hoạt động học tập của sinh viên. Điều này đã được khắc phục trong nghiên cứu của Trần Thị Phương Thảo và Nguyễn Thành Đức (2013); cụ thể là họ đã kết luận rằng người học bậc

sau đại học trong lớp Anh vẫn không chuyên có nội động lực cao hơn ngoại động lực do người học cảm thấy kích thích từ các thử thách trong bài học, sự khám phá kiến thức để hiểu bài một cách trọn vẹn.

Còn theo Nguyễn Trọng Nhân và Trương Thị Kim Thủy (2014), động lực học tập của sinh viên phụ thuộc vào 3 tiêu chí: tiêu chí hoạt động giáo dục và đào tạo, tiêu chí sự tương thích của ngành học và nhận thức của sinh viên, đời sống vật chất và tinh thần của sinh viên. Các nghiên cứu này đa phần nội dung chủ yếu là định nghĩa, phân loại, một số hướng tiếp cận trong nghiên cứu, vai trò, chiến thuật tạo động lực học tập.

Nghiên cứu của Nguyễn Thùy Dung và Phan Thị Thùy Anh (2012) phân tích các nhân tố tác động đến động lực học tập của sinh viên trong một trường đại học tại Hà Nội cho thấy sự hài lòng của sinh viên về chất lượng giảng viên, môi trường học tập, điều kiện học tập, các hoạt động hỗ trợ sinh viên trong học tập có tác động tích cực lên động lực học tập của sinh viên.

Nghiên cứu của Nguyễn Thị Bình Giang và Du Thống Nhất (2014) cho rằng kết quả học tập của sinh viên Trường Đại học Bình Dương bị tác động mạnh bởi hai động cơ bên trong (học để có kỹ năng thực hành nghề và học để tiếp thu kiến thức) và một động cơ bên ngoài (học để có bằng đại học). Tuy nhiên, việc sử dụng thống kê mô tả, kiểm định t-test và ANOVA chưa lượng hóa được tác động cụ thể của những động cơ đó đến kết quả học tập. Trước đó, Phan Hữu Tín và Nguyễn Thúy Quỳnh Loan (2011) chỉ ra rằng động lực học tập, giáo trình và nội dung môn học, giảng viên, điều kiện ăn ở sinh hoạt, thực hành và thực tập thực tế, hệ thống cơ sở vật chất, và phương pháp giảng dạy có ảnh hưởng sâu sắc đến thái độ học tập của sinh viên.

Nghiên cứu của Đỗ Hữu Tài, Lâm Thanh Hiền, Nguyễn Thanh Lâm (2016) cho rằng động lực học tập của sinh viên trường Đại học Lạc Hồng bị tác động bởi bảy nhân tố chính, gồm có: Yếu tố xã hội; Gia đình và bạn bè; Môi trường học tập; Nhận thức của bản thân người học; Ý chí của bản thân người học; Quan điểm sống của người học; và Khu vực sống của người học. Từ đó, một số gợi ý được đề xuất với giảng viên, với cơ sở giáo dục & đào tạo cũng như gia đình và bản thân của người học để người học có động lực học tập tốt hơn.

Như vậy, từ kết quả nghiên cứu tổng quan tình hình nghiên cứu ở nước ngoài và trong nước, nhóm nghiên cứu đã khái quát hoá một số kết luận như sau:

Thứ nhất: Động lực học tập có tác động tích cực đến kết quả nhận thức của sinh viên trong quá trình học. Ngoài ra động lực đúng đắn sẽ giúp người học nâng cao tư duy phân biện và khả năng tự chủ giúp người học trở nên nhiệt, thích, tích cực và thoải mái tham gia các hoạt động học tập và đóng góp vào sự thành công của người học.

Thứ hai: Động lực học tập gồm có động lực bên trong và động lực bên ngoài. Động lực bên ngoài gồm

có: Yếu tố môi trường xã hội, môi trường học tập, gia đình và bạn bè. Động lực bên trong gồm có: Đặc điểm bản thân, nhận thức của bản thân, ý chí của bản thân, quan điểm sống của bản thân.

Thứ ba: Động lực học tập chịu tác động bởi các nhóm nhân tố: Nhà trường, gia đình, đặc tính cá nhân của sinh viên

Động lực học tập có ảnh hưởng lớn đến thái độ học tập, từ đó dẫn đến kết quả học tập của sinh viên. Kết quả học tập có ảnh hưởng rất lớn đến sự nghiệp sau này của họ, qua đó chất lượng giảng dạy hay chất lượng đào tạo của một cơ sở đào tạo cũng được đánh giá phần nào. Do đó, làm thế nào để tăng động lực học tập thực sự trở thành mối quan tâm lớn cho những người làm giáo dục. Vì vậy, việc phân tích và thấu hiểu những nhân tố tác động đến động lực học tập của sinh viên đặc biệt đối với nhóm nhân tố “nhà trường” là cơ sở để tìm phương hướng thúc đẩy, gia tăng động lực học tập của sinh viên, nâng cao kết quả học tập.

## 4. Kết luận

Nghiên cứu tổng quan các công trình nghiên cứu trong nước và ngoài nước có ý nghĩa to lớn trong việc tìm ra khoảng trống và xây dựng mô hình nghiên cứu các công trình có liên quan đến động lực học tập của sinh viên. Nghiên cứu này chỉ nhằm mục đích tạo tiền đề cho các nghiên cứu tiếp theo./

## Tài liệu tham khảo

Dương Thị Kim Oanh, “Một số hướng tiếp cận trong nghiên cứu động cơ học tập”, Tạp chí Khoa học ĐHSPTPHCM, số 48, trang 138 — 148, (2013)

Nguyễn Trọng Nhân, Trương Thị Kim Thủy, “Những nhân tố ảnh hưởng đến động cơ học tập của sinh viên ngành Việt Nam học”, Trường Đại học Cần Thơ. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 33, trang 106 — 113, (2014).

Deborah Stipek, “Motivation to learn: From theory to practice”, Fourth Edition, Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, (2002)

Durbin, A.J, “Human Relations for Career and Personal Success”, Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education, Inc, (2008).

Murphy, Alexander, “A Motivated Exploration of Motivation Terminology”, Contemporary Educational Psychology, 25, 3 — 53, (2000).



# Kinh tế chia sẻ và những tác động đến kinh doanh dịch vụ lưu trú chia sẻ tại Việt Nam trong kỷ nguyên số

Lưu Thị Hoan

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

Tại Việt Nam, mặc dù kinh tế chia sẻ chưa thực sự phát triển nhưng việc cho thuê những tài sản ít sử dụng đã và đang tồn tại; mô hình kinh tế chia sẻ đã xuất hiện với sự góp mặt của các công ty như: Uber, Grab, Airbnb, Triip.me, Travelmob. Bài viết sẽ tập trung làm rõ một số nội dung: (1) Khái niệm về kinh tế chia sẻ; (2) Các loại hình kinh tế chia sẻ chính và những tác động của nó đến kinh doanh dịch vụ lưu trú chia sẻ tại Việt Nam; (3) Một số khuyến nghị nhằm phát triển kinh tế chia sẻ đối với dịch vụ lưu trú chia sẻ tại Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

## 1. Khái niệm về kinh tế chia sẻ

Trên thế giới, khái niệm “Kinh tế chia sẻ” hoặc “mô hình chia sẻ” đã xuất hiện từ rất lâu, tuy nhiên phải đến năm 2009, mô hình kinh doanh này mới thực sự phát triển mạnh mẽ khi nền kinh tế Mỹ rơi vào khủng hoảng, người dân buộc phải thay đổi cách tiêu dùng để thích ứng với bối cảnh khó khăn. Việc chia sẻ những tài nguyên sẵn có bằng các ứng dụng công nghệ cùng những khoản lợi nhuận khổng lồ đem lại cho các nhà cung ứng dịch vụ lẫn người cho thuê và sử dụng tài nguyên.

Kinh tế chia sẻ là một mô hình kết nối để những người tiêu dùng có thể tận dụng nguồn lực dư thừa của nhau. Như vậy, kinh tế chia sẻ là một mô hình thị trường kết hợp giữa sở hữu và chia sẻ, trong đó đề cập đến vai trò ngang hàng dựa trên sự chia sẻ quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ nhằm gia tăng lợi ích cho các bên tham gia. Hiện nay, có ba yếu tố giúp cho việc chia sẻ quyền sử dụng các hàng hóa và dịch vụ được thuận lợi như:

Thứ nhất, hành vi của khách hàng đối với nhiều loại hàng hóa và dịch vụ được thay đổi tính chất từ sử hữu đến chia sẻ.

Thứ hai, liên kết mạng lưới người tiêu dùng qua các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử dễ dàng hơn.

Thứ ba, ứng dụng công nghệ thông tin qua các thiết bị di động và các dịch vụ điện tử làm cho việc sử dụng, chia sẻ các hàng hóa và dịch vụ trở nên thuận tiện hơn.

Nghĩa là, mô hình kinh tế này tạo ra những cơ hội để người tham gia có thể làm việc toàn thời gian, bán thời gian hoặc làm việc tự do, từ đó đem lại thu nhập tăng thêm bên cạnh công việc hiện có của người tham gia. Việc chia sẻ cũng đem lại cho người tiêu dùng khả năng được tiếp cận với những dịch vụ/tài sản mà họ

không thể sở hữu. Đồng thời, giúp nâng cao phúc lợi xã hội, làm cho việc sử dụng tài sản vật chất và các nguồn lực nhân rồi khác trở nên hiệu quả hơn, góp phần phát triển bền vững và giảm những tác động tiêu cực tới môi trường. Các đối tượng được hưởng lợi từ mô hình kinh tế chia sẻ là những công ty đã thành công, người sáng lập, chủ sở hữu, nhà đầu tư, nhân viên và người tiêu dùng.

## 2. Các loại hình kinh tế chia sẻ chính và những tác động của nó đến kinh doanh dịch vụ lưu trú chia sẻ tại Việt Nam

### 2.1. Một số mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực dịch vụ lưu trú chia sẻ

Tại Việt Nam, hiện nay có một số mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lưu trú chia sẻ cụ thể như sau:

Thứ nhất, mô hình Airbnb

Airbnb là viết tắt của cụm từ Airbed and Breakfast, là ứng dụng kết nối trực tiếp người có phòng (chủ nhà/chủ phòng trọ/căn hộ/villas) cho thuê với người thuê phòng (đi du lịch/ công tác) cần tìm chỗ lưu trú, kể cả ngắn ngày hoặc dài ngày, thông qua một ứng dụng di động với thủ tục, cách làm cực kỳ đơn giản mà giá cả lại rẻ, hợp lý hơn rất nhiều so với những trang web đặt phòng thông dụng khác — như booking, agoda,...

Mặc dù chỉ có mặt ở Việt Nam từ năm 2015 nhưng sau 4 năm phát triển, Airbnb đã xây dựng thương hiệu và thị trường của riêng mình, trở thành đối thủ cạnh tranh mạnh mẽ cho các loại khách sạn khác.

Tại Việt Nam, tính đến tháng 1 năm 2019, số lượng phòng Airbnb tại Việt Nam đạt 40.800 căn, và con số này không có dấu hiệu dừng lại. Airbnb phát triển mạnh nhất tại các thành phố du lịch: Sapa, Đà Lạt, Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Nha Trang, Đà Nẵng, Hội

An,...với khoản phí đối với chủ nhà ở mức 3% tổng giá trị đặt phòng, phí thu khác đặt phòng ở mức 6 - 12%, mức phí này sẽ hiển thị luôn trong quá trình sử dụng dịch vụ. Dù vậy, mức phí này vẫn đảm bảo số tiền phải trả thấp hơn so với khi đặt phòng khách sạn qua các kênh truyền thống.

Thứ hai, mô hình Luxstay

Luxstay là một ứng dụng hoạt động trên nền tảng “home-sharing”, mang tính kết nối giữa chủ nhà và khách lưu trú, giúp họ có thể liên hệ với nhau khi có nhu cầu về nhà trọ. Mô hình kinh doanh của Luxstay không khác Airbnb, Agoda hay Booking là mấy, nhưng điểm khác biệt và thành công của Luxstay là tập trung phát triển hướng tới người tiêu dùng nội địa và kết hợp với các đối tác địa phương tại các quốc gia có nhiều khách du lịch tới Việt Nam như Hàn Quốc, Nhật Bản,...để phát triển người dùng.

Tháng 8 năm 2019, Luxstay chính thức công bố tính năng “Power Commission” trong đó chủ nhà có thêm lựa chọn mức phí sử dụng nền tảng công nghệ thông tin là 3% bên cạnh mức phí sử dụng nền tảng là 15% đang áp dụng. Cụ thể về mức phí sử dụng nền tảng công nghệ thông tin 3% dành cho chủ nhà, Luxstay sẽ thu phí sử dụng nền tảng công nghệ thông tin là 3% trên mỗi giao dịch đặt phòng thành công của khách hàng. Giá phòng chủ nhà thiết lập tại Luxstay sẽ là giá đã bao gồm 3% và khách hàng sẽ phải trả phí dịch vụ tương đương với 0-12% giá phòng chủ nhà đã thiết lập tại Luxstay. Mức giá này đảm bảo rẻ hơn rất nhiều so với việc thuê nhà truyền thống.

Thứ ba, mô hình Travelmob

Cũng giống như Airbnb, Travelmob là một trang có thể đăng tải thông tin về việc cho thuê nhà hay phòng ngủ trong thời gian ngắn hạn. Chủ nhà sẽ cung cấp thông tin cần thiết về vị trí, diện tích, giá cả miễn phí trên Travelmob qua đó du khách sẽ có sự lựa chọn nơi lưu trú phù hợp với nhu cầu của họ. Chủ nhà sẽ trả một khoản phí dịch vụ khi giao dịch thành công. Travelmob sẽ là trung gian giải quyết các giao dịch tài chính giữa hai bên. Travelmob được thành lập năm 2012 tại Singapore, là công ty chuyên cung cấp chỗ ở cùng dân bản xứ dành cho du khách và tạo điều kiện cho chủ nhà đăng ký chỗ ở trống của họ cho du lịch ngắn hạn. Hiện nay, Travelmob đã có mặt ở hầu hết các điểm đến nổi tiếng trong khu vực Đông Nam Á và Châu Á

Trên đây là một số mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lưu trú bước đầu đã xuất hiện ở Việt Nam. Với một thị trường hơn 90 triệu dân cùng hạ tầng công nghệ ổn định, những mô hình này sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển và người tiêu dùng cũng có thêm nhiều lựa chọn phù hợp với nhu cầu của bản thân với chi phí hợp lý.

## 2.2. Những tác động của kinh tế chia sẻ đến dịch vụ lưu trú chia sẻ tại Việt Nam

Nhờ có sự phát triển của công nghệ mà lối kinh doanh cộng sinh này được nhiều người hướng tới, tạo ra nhu cầu cực kỳ lớn cho ngành kinh doanh dịch vụ lưu trú. Chính sự thay đổi và phát triển này cũng có những tác động nhất định đến phương thức kinh doanh lưu trú truyền thống. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, tuy không phải là công ty kinh doanh khách sạn mà là một mô hình trung gian kết nối giữa người cho thuê phòng và khách du lịch nhưng mô hình kinh doanh lưu trú theo phương thức kinh tế chia sẻ đã giúp người tiêu dùng có thể tiếp cận và khai thác sử dụng những tài sản mà họ không sở hữu hoặc không có điều kiện sở hữu riêng (căn hộ, phòng nghỉ); đồng thời giúp người sở hữu tài sản (là chủ của các căn hộ, phòng nghỉ) có cơ hội để tăng thêm thu nhập. Do đó trong thời gian sắp tới với sự lên mạnh của mô hình này sẽ là mối đe dọa với mô hình kinh doanh lưu trú truyền thống.

Cũng theo thống kê từ AirDNA, tổng số chủ nhà hiện nay tại nước ta ở mức xấp xỉ 19.000; trong đó có tới 5.000 chủ nhà tại miền Bắc và miền Nam, số còn lại phân bố tại miền Trung, Tây Nguyên. Tuy nhiên, chủ nhà thường đăng ký sở hữu trên 2 chỗ nghỉ qua các nền tảng đặt phòng, chiếm tỷ lệ 69%. Điều này khẳng định home-sharing không đơn thuần là nguồn tăng thu nhập cho chủ nhà có phòng nhàn rỗi mà đã trở thành sản phẩm kinh doanh sinh lời, đầy tiềm năng của các chủ đầu tư trong thời gian hiện nay.

Thứ hai, mô hình kinh doanh lưu trú theo phương thức kinh tế chia sẻ đem lại cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn cho kỳ nghỉ của mình. Tùy theo chi phí và mục đích chuyến đi của bạn mà bạn có thể lựa chọn các căn phòng cho mình cho phù hợp. Nếu bạn đi nghỉ dưỡng cùng đại gia đình, hoặc tập thể thì bạn có thể lựa chọn thuê những căn biệt thự, villas, resort gồm nhiều phòng để mức chi phí sẽ rẻ hơn, với không gian thoáng và thoải mái hơn. Còn với những ai thích đi du lịch kiểu bụi, muốn trải nghiệm, muốn tiết kiệm chi phí lưu trú một cách tối đa, thì có thể lựa chọn hình thức Shard room để nghỉ ngơi — hình thức này kiểu như chỉ thuê giường ngủ trong cùng 1 căn phòng, bạn chỉ cần chỗ nằm nghỉ cho để tiếp tục chuyến đi, với hình thức này chi phí rất rẻ nhưng lại không có không gian riêng.

Thứ ba, sự xuất hiện của mô hình kinh doanh dịch vụ lưu trú theo phương thức kinh tế chia sẻ, buộc các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ phải đối diện với sự cạnh tranh mạnh mẽ. Không thể phủ nhận với mạng lưới phòng nghỉ và căn hộ cho thuê phủ rộng ở khắp các tỉnh thành trên cả nước, với sự hỗ trợ của công nghệ thông tin, phương thức thanh toán đơn giản tiện ích là một lợi thế giúp cho mô hình kinh doanh này phát triển mạnh mẽ, càng khiến cho thị phần của hình thức kinh doanh lưu trú truyền thống càng ngày bị thu hẹp.

Thứ tư, khả năng tiếp cận với khách hàng rộng rãi

trên toàn quốc, thậm chí toàn cầu, bởi việc tiếp cận với công nghệ thông tin giúp cho hình thức này được biết đến một cách phổ biến. Nếu như trước đây các nhà nghỉ, khách sạn, khu nghỉ dưỡng chỉ biết đến thông qua báo đài, kênh liên hệ đặt phòng chủ yếu là điện thoại, và đặc biệt du khách không biết được thực tế khu nghỉ dưỡng của mình như nào cũng tạo nên sự rụt rè, cân nhắc trong việc đặt phòng — đó chính là hạn chế của kinh doanh lưu trú truyền thống. Thì giờ đây, với ứng dụng của công nghệ thông tin đã giúp cho du khách biết được vị trí, dịch vụ và toàn cảnh của khu lưu trú của mình, ngoài ra có thể thanh toán đặt chỗ, và lựa chọn các dịch vụ đi kèm.

### 3. Một số khuyến nghị nhằm phát triển kinh tế chia sẻ đối với dịch vụ lưu trú chia sẻ tại Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Để phát triển bền vững và tận dụng các lợi thế cơ hội của kinh tế chia sẻ đặc biệt là kinh doanh dịch vụ lưu trú, Nhà nước cần phải quan tâm đến các quan điểm định hướng và giải pháp cụ thể như sau:

Thứ nhất, cần tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các hoạt động kinh tế chia sẻ và truyền thống. Tận dụng tối đa tài nguyên nhưng phải đảm bảo các tiêu chuẩn phù hợp với từng lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh cụ thể. Do đó Nhà nước cần hoàn thiện hệ thống pháp luật và cơ chế chính sách hiện hành để các hoạt động của kinh tế chia sẻ đặc biệt trong hoạt động dịch vụ lưu trú được quy định và kiểm soát chặt chẽ tại nước ta (về đăng ký kinh doanh, thực hiện nghĩa vụ thuế, nghĩa vụ tài chính, nghĩa vụ khai báo thông tin, ...), đặc biệt cần quy định rõ trách nhiệm giữa các bên trong việc kinh doanh dịch vụ lưu trú theo mô hình kinh tế chia sẻ, trách nhiệm của các cơ quan nhà nước trong việc quản lý đối với mô hình kinh doanh này.

Thứ hai, cần đưa ra các quy định quản lý chất lượng dịch vụ để bảo vệ người tiêu dùng: chất lượng phòng phù hợp với chi phí không, chất lượng dịch vụ đi kèm,...Mô hình home-sharing giúp cho các du khách tìm kiếm nơi lưu trú một cách dễ dàng, biết thông tin đầy đủ hơn, nhưng việc kiểm chứng các thông tin và tiếp xúc trực tiếp với nhau ít hơn nên nó cũng tiềm ẩn không ít rủi ro là các khu nghỉ dưỡng không đúng như ý muốn, không đúng như đăng tải, hoặc thậm chí việc thanh toán cũng có khả năng tiềm ẩn rủi ro. Chính vì thế vấn đề bảo hiểm, an toàn cho các bên bao gồm cả người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ hay khách hàng cũng phải đặt ra các quy định, và quản lý chặt chẽ hơn.

Thứ ba, cần chú trọng công tác an ninh mạng đảm bảo lợi ích cho các bên tham gia, cần xác định rõ nghĩa vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thanh toán thương mại điện tử. Cụ thể cần có những chính sách hướng dẫn các cá nhân, tổ chức và người nước ngoài có trách nhiệm bảo mật thông tin (không cung

cấp thông tin cho bên thứ ba, ngoài trừ có yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền và người có thông tin cho phép), việc thanh toán xuyên biên giới đều phải thông qua cổng thanh toán quốc gia, do một đơn vị làm chủ (đơn vị này do Ngân hàng Nhà nước cấp phép hoạt động).

Thứ tư, tăng cường nhận của các bên trong nền kinh tế chia sẻ đặc biệt cho kinh doanh dịch vụ lưu trú, bao gồm Nhà nước, doanh nghiệp, người dân. Mô hình kinh tế chia sẻ trong đó có kinh doanh dịch vụ lưu trú là mọi người xây dựng niềm tin thông qua một mô hình cho phép giao dịch trên môi trường mạng để thu được những lợi ích của việc chia sẻ và việc xếp hạng đánh giá ngang hàng, xác thực và trách nhiệm của bên thứ ba, bảo hiểm là cách phổ biến nhất để thiết lập sự tin tưởng như vậy giữa người dùng và nền tảng cũng như trong những người dùng.

### 4. Kết luận

Kinh tế chia sẻ là một mô hình kinh tế mới, phát triển trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, việc cung cấp dịch vụ lưu trú cho các khách du lịch đã tạo ra bước tiến vượt trội: không cần phải đến tận nơi xem phòng, không cần phải trực tiếp đến thanh toán khách hàng cũng có thể chọn cho mình chỗ lưu trú phù hợp với chi phí, phù hợp với nhu cầu của bản thân. Chỉ mới du nhập vào Việt Nam một thời gian không phải là dài nhưng kinh tế chia sẻ được đánh giá sẽ có nhiều tác động tích cực tới nền kinh tế nước nhà nói chung và hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú nói riêng. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là cần phải có những điều chỉnh, bổ sung trong hệ thống luật pháp để có những chính sách quản lý phù hợp, đẩy mạnh được những ưu điểm và hạn chế nhược điểm của mô hình này. Từ đó tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng và lành mạnh để mô hình kinh tế chia sẻ được phát triển, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú trong bối cảnh hội nhập./.

### Tài liệu tham khảo

Trần Minh Phương — Đại học Thương Mại (2018), “Kinh tế chia sẻ và những tác động đến du lịch tại Việt Nam”  
 Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018), “Báo cáo Đề án mô hình kinh tế chia sẻ”  
 Nguyễn Thị Loan — Đại học Công nghệ Giao thông vận tải — Cơ sở Thái Nguyên (2018), “Kinh tế chia sẻ - tiềm năng và thách thức đối với Việt Nam”, Tạp chí Tài Chính  
 AirDNA (2019), “VietNam Homestays Fill Gaps and Provide Opportunities”

# Nghiên cứu một số góc nhìn lý thuyết giải thích hành vi tiêu dùng xanh

Đoàn Kim Thêu

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Ngày nay, tiêu dùng xanh đang nổi lên như một xu hướng mới tất yếu trên thế giới cũng như tại Việt Nam. Trong thập kỷ qua, tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ của người tiêu dùng đã tăng lên rất nhiều trên toàn thế giới, dẫn đến cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên và gây thiệt hại nghiêm trọng cho môi trường. Một số hậu quả nghiêm trọng của việc hủy hoại môi trường là sự nóng lên toàn cầu, gia tăng ô nhiễm môi trường và suy giảm hệ động thực vật. Nhiều quốc gia trên toàn cầu đang bắt đầu nhận ra mối đe dọa này và bắt đầu nỗ lực giảm thiểu tác động có hại của các hoạt động kinh doanh của họ đối với môi trường.

## 1. Mở đầu

Nhận thức và quan tâm đến môi trường và xã hội này đã dẫn đến sự xuất hiện của 'phát triển bền vững', nhấn mạnh sự cần thiết phải thúc đẩy tính bền vững và ủng hộ hình thức phát triển đó nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội. Phát triển bền vững khuyến khích hơn nữa đổi mới sinh thái và tiêu dùng xanh. Mặt khác, 'tiêu dùng xanh' thường liên quan đến tiêu dùng có trách nhiệm với môi trường trong đó người tiêu dùng xem xét tác động môi trường của việc mua, sử dụng và thải bỏ các sản phẩm khác nhau hoặc sử dụng các dịch vụ xanh khác nhau. Tiêu dùng xanh là mua và sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường, không gây hại cho sức khỏe con người và không đe dọa đến hệ sinh thái tự nhiên. Còn sản phẩm xanh là tất cả các sản phẩm ở các ngành hàng được làm từ các nguyên liệu thiên nhiên, hữu cơ hoặc thành phần đơn giản, ít gây hại đến môi trường và sức khỏe con người.

Trên thực tế tiêu dùng xanh là một quá trình có thể nhìn nhận từ nhiều góc độ như xã hội, sự phát triển kinh tế, văn hoá, hành vi của cá nhân... Vì vậy, các kiến thức về tiêu dùng xanh cần được phổ biến ở nhiều góc độ nhìn nhận, ở các giai đoạn trong tiến trình mua sắm của người tiêu dùng. Tuy nhiên, nghiên cứu về các quy luật, các kiến thức trong lĩnh vực này còn nhiều khoảng trống.

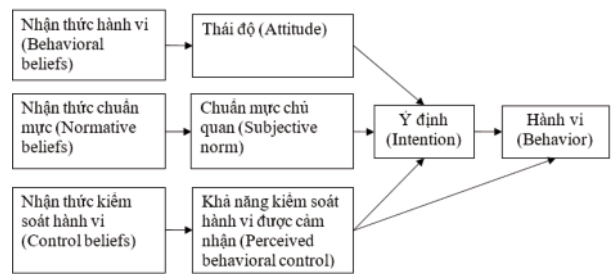
Do vậy, chúng ta cần nghiên cứu một số lý thuyết nền tảng để có thể hiểu thấu đáo hơn nữa về hành vi tiêu dùng xanh. Sau đây là một số lý thuyết nền tảng được dùng để giải thích hành vi tiêu dùng xanh của khách hàng:

## 2. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

Lý thuyết hành vi có kế hoạch cho rằng ý định thực hiện hành vi chịu ảnh hưởng bởi ba yếu tố: thái độ đối với hành vi, nhận thức về áp lực xã hội hay ảnh hưởng

mang tính xã hội đối với hành vi cá nhân, khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận (Perceived behavioral control-PBC).

Hình 1: Mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch



Nguồn: Ajzen, 1991

Trong mô hình TPB đề cập đến những biểu hiện có thể quan sát được của một hành vi, được thực hiện (hoặc không được thực hiện) liên quan đến một mục tiêu cụ thể, trong một tình huống nhất định, tại một thời điểm cụ thể (Fishbein và Ajzen, 1975). Fishbein và Ajzen (1975) cũng gợi ý rằng tiền đề quan trọng nhất để thực hiện hành vi là ý định của cá nhân để thực hiện hành vi đó. Ý định thực hiện hành vi được hiểu là "mức độ mạnh hay yếu mà ý định của một người để thực hiện một hành vi cụ thể. Lý thuyết TPB cho rằng đối với cá nhân ý định để tham gia vào một hành vi càng mạnh thì càng nhiều khả năng ý định này sẽ được thực hiện. Khác với TRA, lý thuyết TPB đưa ra ba tiền đề (thay vì hai) quyết định đến ý định thực hiện hành vi bao gồm: thái độ, chuẩn mực chủ quan và khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận. Ngoài các yếu tố thái độ và chuẩn mực chủ quan như đã đề cập ở TRA, khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận đề cập đến sự dễ dàng hoặc khó khăn về việc thực hiện hành vi và nó được cho là phản ánh sự trải nghiệm trong quá khứ cũng như là sự cản trở hoặc trở ngại được dự đoán. Lý thuyết TPB cho rằng thái độ, chuẩn mực chủ quan và khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận càng thuận lợi thì ý định thực hiện hành vi (còn đang cân nhắc) sẽ càng mạnh. Lý thuyết TPB đã

được ứng dụng nghiên cứu với nhiều hành vi tiêu dùng xanh cụ thể như hành vi mua thực phẩm xanh, hành vi mua sản phẩm xanh hay hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh nói chung (Wu and Chen, 2014). Nhiều nghiên cứu cũng sử dụng TPB để khám phá thái độ ý định của khách hàng và hành vi mua thực của khách hàng đối với sản phẩm xanh (Vermeir và Verbeke, 2008; Wheale và Hinton, 2007). Tuy nhiên mô hình này không giải thích đến các nhân tố tình huống và các nhân tố môi trường ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng của khách hàng.

**Mô hình ABC (Attitude- Behaviour — Context)**

Mô hình này được giới thiệu bởi Guagnano, Stern và Dietz (1995) được xem là mô hình hiểu biết tốt hơn hành vi của người tiêu dùng, theo mô hình này hành vi tiêu dùng xanh không chỉ được quyết định bởi thái độ mà còn bởi các nhân tố mang tính bối cảnh, một số các nhân tố bối cảnh tác động tích cực hoặc tiêu cực đến hành vi tiêu dùng xanh. Lý thuyết thái độ-hành vi-bối cảnh (ABC) (Guagnano và cộng sự, 1995) cho rằng hành vi của người tiêu dùng có thể được coi là kết quả liên quan giữa thái độ và các yếu tố ngữ cảnh. Nó cũng có thể ngụ ý rằng người tiêu dùng thể hiện hành vi để đạt được những lợi ích mong đợi nhất định và hành vi đó chỉ thể hiện khi người tiêu dùng phát triển một thái độ tích cực đối với hành vi đó, dưới tác động mạnh mẽ của các yếu tố ngữ cảnh (H. Zhang và cộng sự, 2018). Những yếu tố như vậy làm cho một tình huống nhất định trở nên độc đáo bằng cách tăng khả năng dự đoán về hành động hành vi của một cá nhân. Do đó, lý thuyết ABC phù hợp với nghiên cứu về tiêu dùng xanh vì nó đã được sử dụng trong quá khứ để cung cấp những hiểu biết sâu sắc về cách các thái độ môi trường chuyển thành hành vi mục tiêu, nó giúp các nhà nghiên cứu tập trung vào việc kiểm tra cụ thể khoảng cách giữa thái độ và hành vi, được coi là một trong những vấn đề quan trọng của nghiên cứu người tiêu dùng và nó tập trung vào các yếu tố ngữ cảnh, có liên quan chặt chẽ đến hành động và quyết định mua của người tiêu dùng.

**Mô hình Động lực - Khả năng - Cơ hội (MAO)**

Mô hình Động lực - Khả năng - Cơ hội (MAO) (Olander và Thøgersen, 1995) đã giới thiệu để hiểu hành vi của người tiêu dùng. Mô hình MAO sử dụng hai cấu trúc - khả năng và cơ hội, như những điều kiện tiên quyết không thể thiếu đối với hành vi tiêu dùng xanh. Cấu trúc khả năng kết hợp cả kiến thức về thói quen và nhiệm vụ, trong khi cấu trúc cơ hội kết hợp các điều kiện tạo điều kiện hoặc ‘cơ hội’ để thực hiện hành vi. Theo mô hình này, thái độ tích cực của người tiêu dùng sẽ chỉ dẫn đến hành vi mong muốn nếu họ có khả năng và cơ hội để thực hiện hành vi được mong đợi. Ví dụ, việc mua hàng xanh sẽ không thể xảy ra nếu không có các sản phẩm xanh dễ dàng. Gần đây, Phipps et al. (2013) đã giới thiệu lý thuyết xác định tương hỗ để hiểu hành vi tiêu dùng bền vững. Mô

hình này nhấn mạnh tầm quan trọng của hành vi trong quá khứ và coi nó như một chỉ báo của hành vi bền vững trong tương lai. Mô hình gợi ý rằng các yếu tố cá nhân như thái độ, cùng với các hành vi bền vững trong quá khứ và môi trường văn hóa xã hội, ảnh hưởng đến hành vi bền vững trong tương lai. Như vậy, rõ ràng từ cuộc thảo luận ở trên rằng hành vi của người tiêu dùng không chỉ bị ảnh hưởng bởi thái độ, mà còn bởi nhiều yếu tố cá nhân và tình huống khác. Hơn nữa, những yếu tố này có thể củng cố hoặc làm suy yếu sức mạnh của mối quan hệ thái độ - hành vi.

**3. Lý thuyết nhận thức xã hội**

Lý thuyết nhận thức xã hội được phát triển bởi Albert Bandura (1991) tập trung giải thích hành vi con người dựa trên giả thuyết về sự tương tác lẫn nhau giữa bộ ba nhóm yếu tố bao gồm: yếu tố hành vi, yếu tố về nhận thức và cá nhân, yếu tố về môi trường.

Mức độ tương tác giữa các yếu tố tùy thuộc vào điều kiện, hoàn cảnh cũng như hành vi nào đang được xem xét. Lý thuyết này giải thích quá trình hình thành tri thức của con người về hành vi thông qua quan sát hành vi của người khác và các sự kiện diễn ra trong môi trường xung quanh. Thông qua quá trình học tập, quan sát con người mở rộng tri thức về các quy tắc, kỹ năng và điều kiện cần thiết để thực hiện hành vi, từ đó làm cơ sở dẫn dắt hành vi. Ví dụ thông tin về ô nhiễm môi trường sẽ thu hút sự chú ý của những người quan tâm đến môi trường hơn là những người khác. Tuy nhiên, con người không thực hiện hành vi mà họ được nếu họ không có động cơ để thực hiện hành vi đó. Lý thuyết SCT đã được sử dụng rộng rãi và xác nhận để giải thích hành vi của con người trong nhiều bối cảnh. Trong nghiên cứu của Lin và cộng sự (2015) cho thấy mối quan hệ giữa hiệu quả bản thân và hành vi tiêu dùng xanh là rất quan trọng. Có nghĩa là, nếu các cá nhân đang đối mặt với những thách thức nghiêm trọng của biến đổi khí hậu và phát triển bền vững cần được thuyết phục thực hiện hành vi tiêu dùng xanh, thì năng lực bản thân của họ phải được nâng cao để giải quyết vấn đề một cách hiệu quả. Kết quả của nghiên cứu này chỉ ra rằng mặc dù các cá nhân nhận thức được tầm quan trọng và mức độ cấp thiết của các vấn đề liên quan đến môi trường và phát triển bền vững, họ vẫn phải có đủ khả năng tự điều chỉnh để hạn chế bản thân và có niềm tin cần thiết nếu họ muốn thay đổi thói quen sống hàng ngày và hành vi tiêu dùng thực tế.

**4. Lý thuyết về giá trị tiêu dùng (Theory of consumption values)**

Lý thuyết về giá trị tiêu dùng cho rằng sự lựa chọn của người tiêu dùng về một sản phẩm là sự tổng hợp cảm nhận của người tiêu dùng về các giá trị tiêu dùng mà sản phẩm đó mang lại bao gồm: giá trị hữu dụng, giá trị xã hội, giá trị cảm xúc, giá trị học hỏi và giá trị điều kiện.

Nghiên cứu của Lin và Huang (2012) áp dụng lý thuyết về giá trị tiêu dùng để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn của người tiêu dùng liên quan đến sản phẩm xanh và xem xét liệu có sự khác biệt đáng kể về giá trị tiêu dùng và hành vi lựa chọn giữa những người tiêu dùng có quan điểm khác nhau về các mối quan tâm về môi trường hay không. Phân tích một chiều phương sai và hồi quy bội số được sử dụng để đánh giá dữ liệu được thu thập bằng điều tra bảng câu hỏi. Kết quả chỉ ra rằng người tiêu dùng có mối quan tâm cao về môi trường ủng hộ các sản phẩm xanh nhiều hơn và cho thấy sự sẵn sàng lựa chọn chúng hơn. Nghiên cứu này kết luận rằng các yếu tố ảnh hưởng chính đến hành vi lựa chọn của người tiêu dùng đối với các sản phẩm xanh bao gồm lợi ích tâm lý, mong muốn kiến thức, tìm kiếm sự mới lạ và các điều kiện cụ thể, và không bao gồm các giá trị chức năng, giá cả và chất lượng.

Như vậy, có thể nói, có nhiều lý thuyết có thể áp dụng và có tính phổ quát trong giải thích hành vi tiêu dùng xanh. Tiêu dùng xanh có thể được nhìn nhận dưới nhiều góc độ khác nhau bao gồm cả các yếu tố cá nhân, bối cảnh, môi trường, tình huống thực hiện hành vi, các giá trị mà khách hàng có thể cảm nhận... Trên thực tế, mỗi lý thuyết đều đem lại một góc nhìn hợp lý giúp giải thích về hành vi tiêu dùng xanh. Việc áp dụng lý thuyết nào vào trong các nghiên

cứ là tùy thuộc vào từng hoàn cảnh nghiên cứu cụ thể. Vì vậy, hiểu được các lý thuyết nền tảng, các tiền đề, các nhân tố ảnh hưởng cũng như các cơ chế trong mỗi lý thuyết là vô cùng quan trọng để hiểu biết về hành vi tiêu dùng của người tiêu dùng./

### Tài liệu tham khảo

Olander, F., & Thøgersen, J. (1995). Understanding of consumer behaviour as a prerequisite for environmental protection. *Journal of consumer policy*, 18(4), 345- 385.

Lin, P., Huang, Y., 2012. The influence factors on choice behavior regarding green products based on the theory of consumption values. *J. Clean. Prod.* 22, 11—18.

Ajzen, I., 1991. The theory of planned behavior. *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.* 50, 179—211.

Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences on attitude-behavior relationships a natural experiment with curbside recycling. *Environment and behavior*, 27(5), 699-718.

Albert Bandura, *Social cognitive theory of self-regulation*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Volume 50, Issue 2, 1991.

## Đa dạng hóa các mô hình liên kết kinh tế...

hiên, trong các mô hình liên kết chỉ ra vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục mới có thể giúp cho các mô hình liên kết phát triển bền vững.

Các giải pháp đó là: Các cấp chính quyền cần sửa đổi chính sách phù hợp nhằm tháo gỡ những rào cản về đất đai tạo điều kiện cho các HTX có nhu cầu mở rộng quy mô; vớt vớt dụng và thị trường; Nhà nước có chính sách hỗ trợ các đơn vị nghiên cứu, sản xuất cây, con giống cho năng suất, chất lượng cao để giải quyết nhu cầu thiếu giống chất lượng; Thu hút đầu tư doanh nghiệp hình thành các cụm chế biến công nghệ cao, khép kín tại vùng chuyên canh chính, có cơ sở hạ tầng và dịch vụ hậu cần để tăng hiệu quả kết nối sản xuất - thị trường. Phát triển hệ thống dịch vụ hậu cần ứng dụng công nghệ 4.0 phục vụ thương mại nông sản chủ lực. Xây dựng và quản lý thương hiệu quốc gia cho từng sản phẩm nông nghiệp chủ lực của tỉnh; Cần tiếp tục phát huy vai trò liên kết giữa 4 nhà: nhà nông - doanh nghiệp - nhà khoa học - Nhà nước nhằm gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ để thúc đẩy sản xuất nông nghiệp phát triển ổn định, bền vững, tiến tới sản

xuất hàng hóa quy mô lớn, hiện đại; Nông dân cần thay đổi tư duy sản xuất truyền thống sang dạng hàng hoá và cơ chế thị trường, chủ động phối hợp với doanh nghiệp, đầu tư đưa tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất. Tập huấn phổ biến kiến thức về ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao năng lực quản lý và sản xuất cho nông dân./

### Tài liệu tham khảo

Cục thống kê tỉnh Bắc Giang (2020), Niên giám thống kê tỉnh Bắc Giang 2020, Cục thống kê Bắc Giang, Bắc Giang

Hồ Quế Hậu (2012). Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam. Luận án tiến sĩ. Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội

UBND tỉnh Bắc Giang (2014) Quyết định số 2076/QĐ - UBND tỉnh Bắc Giang ngày 23/12/2014 về việc phê duyệt đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp tỉnh Bắc Giang theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững giai đoạn 2015 - 2020.

# Vận dụng kế toán môi trường tại một số doanh nghiệp nhiệt điện thuộc Tổng công ty Điện lực Việt Nam

Nguyễn Thị Kim Chi

Đinh Thị Lan

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

Tại Việt Nam hiện nay, thực trạng của các nhà máy nhiệt điện với lượng thải tro, xỉ, thạch cao... hàng năm rất lớn đã đặt ra yêu cầu cấp thiết trong việc đưa ra các giải pháp kịp thời để xử lý vấn đề chất thải và môi trường. Bên cạnh việc nghiên cứu đầu tư công nghệ để có thể sử dụng chất thải công nghiệp để chế thành các nguyên liệu sử dụng trong lĩnh vực xây dựng, các đơn vị còn cần phải chú trọng đến các giải pháp đồng bộ khác để thực hiện một cách hiệu quả mục tiêu bảo vệ môi trường. Một trong các giải pháp đó nằm trong công tác hạch toán kế toán của mỗi đơn vị. Từ việc nghiên cứu các lý luận chung và thực trạng liên quan, nhóm tác giả nhận thấy việc vận dụng kế toán môi trường tại các doanh nghiệp nhiệt điện - EVN là một khuyến nghị phù hợp và thiết thực.

## 1. Tổng quan chuẩn mực kế toán quy định về kế toán môi trường

Kế toán môi trường (KTMT) là một vấn đề khá mới mẻ ở Việt Nam nhưng đã xuất hiện ở các nước phát triển từ thập niên 90 của thế kỷ trước. KTMT xuất hiện đầu tiên ở Mỹ vào năm 1972, sau Hội nghị thượng đỉnh về môi trường tại Stockholm (Thụy Điển) vào năm 1972, nhưng chú trọng vào việc hạch toán ở cấp độ quốc gia, tức là KTMT quốc gia. Tuy nhiên, phải đến năm 1990, KTMT tại các doanh nghiệp (DN) bắt đầu được nghiên cứu.

KTMT được đề cập đến trong các chuẩn mực

- Chuẩn mực kế toán quốc tế 1 (IAS 1) - Trình bày báo cáo tài chính
- Chuẩn mực kế toán quốc tế 8 (IAS 8) — Chính sách kế toán, thay đổi trong ước tính kế toán.
- Chuẩn mực kế toán quốc tế 16 (IAS 16) - Nhà xưởng, máy móc, thiết bị.
- Chuẩn mực kế toán quốc tế số 38 (IAS 38) - Tài sản vô hình.
- Thông tư 200 TT-BTC

Mặc dù KTMT đã được đề cập trong các chuẩn mực và thông tư nói trên tuy nhiên Việt Nam hiện chưa ban hành chế độ kế toán có liên quan đến việc tổ chức kế toán môi trường trong DN. Chế độ kế toán hiện hành chưa có các văn bản hướng dẫn cụ thể về việc việc bóc tách và theo dõi chi phí sản xuất kinh doanh, chưa có các tài khoản cần thiết để hạch toán các khoản chi phí môi trường cũng như doanh thu hay thu nhập trong trường hợp DN có hệ thống xử lý chất thải bán quyền thải ra môi trường cho các DN cùng ngành. Yếu tố chi phí môi trường và thu nhập do môi trường mang lại không nằm trong một tài khoản, một

khoản mục riêng rẽ, cụ thể nào của kế toán. Rất nhiều chi phí liên quan đến môi trường đang phản ánh chung trong các tài khoản chi phí quản lý và các nhà quản lý kinh tế không thể phát hiện, không thể thấy được quy mô và tính chất của CPMT nói chung và từng khoản CPMT nói riêng. Ngoài ra, hiện nay, trên các tài khoản kế toán chưa ghi nhận các chi phí đáng kể liên quan đến môi trường như chi phí sửa chữa, đền bù, chi phí khắc phục sự cố và chi phí dọn dẹp, xử lý trong các vụ tai nạn, hủy hoại môi trường sinh thái, môi trường sống. Điều này làm cho Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cũng chưa thể hiện các khoản chi phí và thu nhập về môi trường và chưa giải trình cụ thể trên thuyết minh báo cáo tài chính, nên việc đánh giá hiệu quả kinh doanh của DN là chưa đầy đủ, chưa chính xác.

## 2. Thực trạng vận dụng kế toán môi trường tại các doanh nghiệp nhiệt điện thuộc EVN

Tổng công ty Điện lực Việt Nam được thành lập ban đầu theo Quyết định số 562/QĐ-TTg ngày 10/10/1994 của Thủ tướng Chính phủ trên cơ sở sắp xếp lại các đơn vị thuộc Bộ Năng lượng; tổ chức và hoạt động theo Điều lệ ban hành kèm theo Nghị định số 14/CP ngày 27/1/1995 của Chính phủ. Hiện nay, EVN hiện có 3 tổng công ty phát điện (GENCO 1, 2, 3) và 8 công ty thủy điện/nhiệt điện thuộc lĩnh vực sản xuất điện năng với gần 30 nhà máy nhiệt điện than (NMNĐ), 5 tổng công ty điện lực kinh doanh điện năng đến khách hàng.

Để tìm hiểu quy trình hoạt động sản xuất và thực trạng công tác kế toán môi trường, nhóm tác giả đã thu thập thông tin của một số công ty nhiệt điện tiêu biểu. Với việc tương đồng trong quy trình hoạt động giữa các đơn vị, nên nhóm tác giả đã tìm hiểu quy

trình sản xuất và thực trạng công tác công tác kế toán môi trường nói chung thông qua Công ty CP nhiệt điện Quảng Ninh.

Theo như quy trình sản xuất mà nhóm tác giả đã nghiên cứu được, hiện nay có hai loại chất thải chính là xỉ và tro bay được thải ra từ các xường nhiệt điện sử dụng lò hơi đốt than kiểu tầng sôi. Than cám được lựa chọn là nguyên liệu đốt lò hơi. Loại lò hơi kiểu tầng sôi là loại lò hơi mới được nghiên cứu phát triển có thể sử dụng thích hợp cho nhiều loại nhiên liệu khác nhau với hiệu suất cao. Đồng thời có thể thêm chất hấp thụ SO<sub>2</sub> là đá vôi vào quá trình đốt than để giảm lượng SO<sub>2</sub>, giảm ô nhiễm môi trường và đạt tiêu chuẩn khí thải. Quá trình đốt nhiều giai đoạn cũng sẽ giảm nhiệt độ cháy và làm giảm phần lớn lượng khí NO<sub>x</sub> sinh ra.

Điện được truyền đến hệ thống trạm phân phối tải để đi tiêu thụ theo các mạch đường dây: Hà Nội, Hải Phòng thông qua hệ thống đường dây tải điện 220KV hoặc 500KV ...

Các đơn vị sản xuất có phát thải phải chịu trách nhiệm tổ chức xử lý chất thải phát sinh trong quá trình sản xuất... , như vậy trách nhiệm xử lý chất thải đã được gắn với các đơn vị xả thải

Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả về một số quan điểm quản lý vấn đề kế toán môi trường tại các đơn vị sản nhiệt điện cho thấy 100% các nhà quản lý đều cho rằng hoạt động môi trường có ảnh hưởng nhất định đến tình hình tài chính của doanh nghiệp. Hàng năm một số đơn vị đều dành các khoản chi phí tương đối lớn phục vụ công tác bảo vệ môi trường như: chi phí quan trắc môi trường, chi phí thuê xử lý chất thải, chi phí nguyên vật liệu xử lý nước thải, khí thải, vận chuyển. Bên cạnh đó, các đơn vị đều cho rằng thông tin kế toán môi trường là rất quan trọng và được sử dụng để đánh giá rủi ro môi trường, vì vậy thông tin kế toán môi trường như các thông tin về tài sản môi trường, nợ phải trả môi trường, dự phòng nợ phải trả, nợ tiềm tàng môi trường, chi phí — thu nhập môi trường, cần thiết được công khai trong báo cáo tài chính. cần công khai trong báo cáo tài chính doanh nghiệp. Nhóm tác giả tìm hiểu thấy toàn bộ các đơn vị đều có mô hình tổ chức bộ máy kế toán theo kiểu tập trung, không tổ chức hoặc không tổ chức một cách riêng biệt bộ phận kế toán môi trường mà công tác này được thực hiện đan xen với công tác kế toán tài chính.

Nghiên cứu thực trạng Kế toán môi trường tại các doanh nghiệp nhiệt điện EVN, nhóm tác giả thấy rằng:

Thực tế cho thấy các đơn vị đã đầu tư các tài sản cố định phục vụ cho hoạt động xử lý chất thải tuy nhiên các tài sản cố định hữu hình và vô hình sử dụng cho hoạt động này không được tách biệt thành một loại riêng theo nhóm TSCĐ môi trường mà được xếp chung vào các loại tài sản cố định của doanh nghiệp

và được phân loại theo hình thái biểu hiện như: Nhà cửa, vật kiến trúc; Máy móc, thiết bị; Phương tiện vận tải, thiết bị truyền dẫn; Thiết bị, dụng cụ quản lý. Việc xác định nguyên giá tài sản cố định phục vụ cho hoạt động xử lý chất thải tại đơn vị đã đảm bảo phù hợp với các tiêu chuẩn ghi nhận tài sản cố định theo quy định hiện hành song lại thiếu sự phân loại riêng cho hoạt động môi trường

Các khoản nợ phải trả từ hoạt động môi trường phát sinh tại các doanh nghiệp nhiệt điện EVN, nếu có chủ yếu là các khoản nợ phát sinh liên quan đến các chi phí thuê ngoài như dọn sạch môi trường, chi phí vận chuyển chất thải, chi phí thuê ngoài xử lý chất thải. Tuy nhiên, các khoản nợ phải trả này được các doanh nghiệp xem như là các khoản nợ thương mại thông thường được xác định như là một khoản nợ phải trả người bán hoặc khoản nợ phải trả ngắn hạn khác trong doanh nghiệp chứ không được tách biệt thành một loại riêng là nợ phải trả môi trường

Tại các doanh nghiệp nhiệt điện EVN hiện nay, tro xỉ sau khi thải ra và trữ tại các bãi chứa sẽ được bán trực tiếp cho các đơn vị thu mua là các cơ sở sản xuất vật liệu xây dựng. Vì thế hoạt động xử lý tro xỉ hầu như không phát sinh chi phí xử lý, chỉ phát sinh chi phí vận chuyển tro xỉ và được theo dõi chi tiết theo đối tượng nhà cung cấp và hạch toán vào giá thành sản phẩm điện. Một số các khoản chi phí khác trong xử lý chất thải phát sinh như: chi phí hóa chất xử lý môi trường, lương nhân viên, khấu hao tài sản cố định sử dụng cho hoạt động xử lý chất thải, tuy nhiên cũng giống như các đối tượng trên, các khoản chi phí này chưa được ghi nhận tách biệt thành chi phí môi trường, mà chỉ được hạch toán chung vào hai tài khoản 627 và 642

Trong quá trình hoạt động kinh doanh tại các doanh nghiệp nhiệt điện EVN ,phát sinh một số khoản thu nhập từ hoạt động xử lý chất thải chủ yếu đến từ việc tiêu thụ tro, xỉ cho các đơn vị thu mua là các đơn vị sản xuất vật liệu xây dựng, được kế toán hạch toán vào TK 5118. Như vậy, các khoản thu nhập từ hoạt động xử lý tiêu thụ tro, xỉ chưa được phân thành một loại thu nhập riêng mà chỉ được các doanh nghiệp phản ánh chung vào khoản thu nhập khác.

Các doanh nghiệp nhiệt điện EVN hiện nay đang lập Báo cáo tài chính theo các quy định của Thông tư 200/2014/TT- BTC. Hệ thống Báo cáo tài chính cho các doanh nghiệp bao gồm: Bảng cân đối kế toán, Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, Báo cáo lưu chuyển tiền tệ, Thuyết minh báo cáo tài chính. Theo mẫu báo cáo tài chính quy định hiện nay, các chỉ tiêu liên quan đến hoạt động môi trường chưa được trình bày và thuyết minh độc lập. Vì vậy, các chỉ tiêu liên quan đến tài sản môi trường, nợ phải trả môi trường, chi phí môi trường, thu nhập môi trường chưa được các doanh nghiệp trình bày trên báo cáo tài chính



**3. Một số khuyến nghị nhằm vận dụng kế toán môi trường tại các doanh nghiệp nhiệt điện EVN**

a. Tổ chức công tác kế toán môi trường

Tổ chức công tác kế toán môi trường phải đảm bảo chấp hành các nguyên tắc, các chính sách, chế độ và các quy định của pháp luật hiện hành có liên quan.

Tổ chức công tác kế toán môi trường trong doanh nghiệp nhiệt điện EVN là tổ chức việc thu nhận, hệ thống hóa và cung cấp thông tin về hoạt động hoạt động xử lý, tiêu thụ tro xỉ của đơn vị. Tổ chức công tác kế toán phải đảm bảo tuân thủ Luật kế toán, Chuẩn mực kế toán đảm bảo phản ánh chính xác chi phí, thu nhập của hoạt động, đảm bảo chế độ kiểm tra kế toán, chế độ bảo quản lưu trữ tài liệu kế toán, cung cấp thông tin kế toán chính xác và đầy đủ cho các đối tượng quan tâm, giúp họ đưa ra được các quyết định chính xác.

b. Tổ chức chứng từ kế toán và hạch toán ban đầu

Các nghiệp vụ kinh tế, tài chính phát sinh liên quan đến các hoạt động môi trường của doanh nghiệp đều phải lập chứng từ kế toán riêng. Lập chứng từ kế toán là việc sử dụng các chứng từ kế toán đã được xác định trong danh mục chứng từ kế toán đã lựa chọn và các phương tiện phù hợp để phản ánh các nghiệp vụ kinh tế tài chính vào chứng từ kế toán, việc lập chứng từ kế toán phải thực hiện đúng quy định pháp lý.

c. Tổ chức tài khoản kế toán

Trên cơ sở Danh mục hệ thống tài khoản kế toán doanh nghiệp theo Thông tư số 200/2014/TT-BTC hoặc và Thông tư số 133/2016/TT-BTC BTC, để hệ thống hóa và xử lý thông tin kế toán môi trường, các đơn vị cần mở thêm một số TK chi tiết xuyên suốt để phản ánh các nghiệp vụ kinh tế phát sinh liên quan đến hoạt động xử lý tro, xỉ, thạch cao theo nguyên tắc không cần thiết lập thêm tài khoản cấp 1 và 2 mà chỉ cần chi tiết tài khoản cấp 3, ví dụ có thể lựa chọn mã ký hiệu tài khoản chi tiết cấp 3 là 9 cho riêng hoạt động này.

Ví dụ:

- Trên cơ sở Tài khoản 2112- Máy móc, thiết bị, doanh nghiệp cần mở chi tiết thêm là TK 21129 cho đối tượng là máy móc, thiết bị phục vụ cho hoạt động xử lý chất thải bảo vệ môi trường.

- Trên cơ sở Tài khoản 2131- Quyền sử dụng đất, doanh nghiệp cần mở chi tiết là TK 21319 cho đối tượng là quyền sử dụng đất cho hoạt động xử lý chất thải

- Trên cơ sở Tài khoản 2141- Hao mòn tài sản cố định hữu hình, doanh nghiệp cần mở chi tiết cho đối tượng là hao mòn tài sản cố định hữu hình sử dụng cho hoạt động xử lý tro xỉ là TK 21419.

d. Tổ chức sổ kế toán

Việc tổ chức sổ kế toán hoạt động môi trường cần dựa trên hệ thống tài khoản kế toán hiện hành, vận

dụng các tài khoản hiện có trong hệ thống tài khoản và thiết kế, bổ sung thêm các tài khoản phản ánh các hoạt động môi trường phát sinh trong doanh nghiệp.

e. Tổ chức cung cấp thông tin và sử dụng thông tin tài sản, nợ phải trả, chi phí, thu nhập hoạt động liên quan đến môi trường trong doanh nghiệp

Trong các doanh nghiệp sản xuất nhiệt điện, có thể nói trong chi phí môi trường thì chi phí xử lý tiêu thụ tro, xỉ là chi phí phát sinh lớn nhất. Chính vì vậy, cung cấp các thông tin chi phí môi trường cho các đối tượng sử dụng thông tin kế toán bên ngoài doanh nghiệp nhằm đánh giá mức độ đầu tư, rủi ro, và hiệu quả sử dụng chi phí môi trường là vô cùng cần thiết. Báo cáo kế toán của doanh nghiệp cần được hoàn thiện và bổ sung thêm thông tin tài chính môi trường một cách riêng biệt như tài sản môi trường, nợ phải trả, chi phí, thu nhập phát sinh từ hoạt động liên quan đến môi trường trong thuyết minh báo cáo tài chính.

**4. Kết luận**

Việc giải quyết các vấn đề xung quanh công tác môi trường tại các nhà máy nhiệt điện EVN không chỉ là mục tiêu kinh tế của riêng mỗi đơn vị sản xuất mà còn là một trong những chính sách vô cùng quan trọng và cấp thiết của Đảng và Nhà nước Việt Nam. Vì vậy, việc vận dụng kế toán môi trường tại các đơn vị này là rất cần thiết và cần được thực hiện sớm vì nó góp phần không nhỏ vào công tác bảo vệ môi trường nói chung và còn ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích của nhiều đối tượng trong nền kinh tế xã hội./.

**Tài liệu tham khảo**

Bộ Tài Chính (2008), Nội dung và hướng dẫn 26 chuẩn mực kế toán Việt Nam, Nxb Thống kê.

Quyết định số 452/QĐ-TTg ngày 12/4/2017 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án đẩy mạnh xử lý, sử dụng tro, xỉ, thạch cao của các nhà máy nhiệt điện, nhà máy hóa chất, phân bón làm nguyên liệu sản xuất vật liệu xây dựng và trong các công trình xây dựng.

Quyết định 1696/QĐ-TTg ngày 23/9/2014 của Thủ tướng Chính phủ về giải pháp thực hiện xử lý tro, xỉ, thạch cao của nhà máy nhiệt điện, nhà máy hóa chất phân bón để làm nguyên liệu sản xuất vật liệu xây dựng

Hoàng Thị Bích Ngọc (2014), Kế toán quản trị môi trường tại Nhật Bản và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

Thanh Nga (2017), Xử lý chất thải của các nhà máy phân bón hóa chất: Cách nào để tiêu thụ được thạch cao nhân tạo, Báo Điện tử của Bộ xây dựng

# Định giá thương hiệu

## và các phương pháp định giá thương hiệu

Lê Thị Mai Hương

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

Bài báo trình bày nội dung của định giá thương hiệu, sự cần thiết của việc định giá thương hiệu. Bài viết tóm tắt các phương pháp định giá thương hiệu trong các doanh nghiệp, ưu nhược điểm của từng phương pháp.

### 1. Định giá thương hiệu

Trên thế giới hiện nay, có nhiều quan điểm về giá trị của thương hiệu. Keller (1993) cho rằng Giá trị thương hiệu chính là kiến thức của khách hàng (brand knowledge) về thương hiệu đó, Kiến thức của khách hàng này bao gồm hai thành phần chính: Nhận biết thương hiệu (brand awareness) - Ấn tượng về thương hiệu (brand image).

Theo Aaker (1996) đề nghị bốn thành phần của giá trị tài sản thương hiệu. Bốn thành phần này bao gồm: Lòng trung thành (brand loyalty)- Nhận biết thương hiệu (brand awareness)- Chất lượng cảm nhận (perceived quality)- Các thuộc tính đồng hành của thương hiệu (brand associations) như tên một địa phương, một nhân vật gắn liền với thương hiệu, bằng sáng chế (patents), nhãn hiệu cầu chứng (trademarks), mối quan hệ với kênh phân phối.

Tuy nhiên, cách ghi nhận hiện nay mới chỉ là ghi chú trong tài khoản phần giá trị thương hiệu được mua lại, điều này dẫn đến sự hiện diện không đầy đủ của giá trị thương hiệu trong tổng tài sản doanh nghiệp. Như vậy, thương hiệu không còn là một phần của marketing mà được xem xét như một “tài sản” quý giá - là đòn bẩy quan trọng trong mọi hoạt động kinh doanh và đầu tư. Tuy nhiên, giá trị của thương hiệu được tính toán như thế nào? Có đơn giản, dễ hiểu, dễ sử dụng, chính xác và chất lượng không? Là câu hỏi nghiên cứu đòi hỏi cần được trả lời sớm để báo cáo tài chính được cải thiện trên khía cạnh giá trị thương hiệu, để giá trị tài sản doanh nghiệp được nhìn nhận đầy đủ hơn.

### 2. Các phương pháp định giá thương hiệu

Định giá thương hiệu ngày càng trở thành nội dung quan trọng. Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu được xuất phát từ hai cách tiếp cận nghiên cứu cơ bản: i) Xác định giá trị thương hiệu dựa trên nghiên cứu thị trường; ii) Xác định giá trị thương hiệu dựa trên các số liệu tài chính.

Từ mỗi cách tiếp cận, các phương pháp nghiên cứu cụ thể được hình thành và đề xuất, mỗi cách tiếp

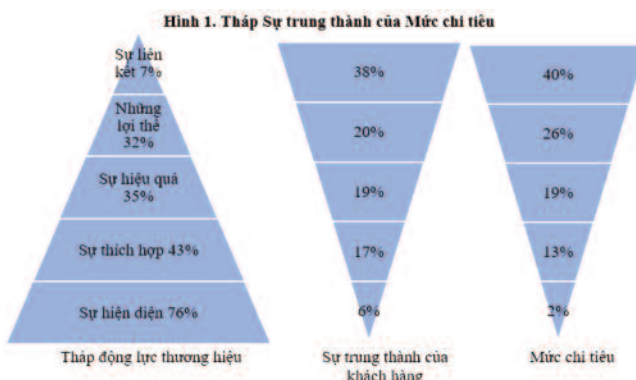
cận có những lợi thế riêng biệt và hiện tại chưa có một thước đo chuẩn mực nào để đánh giá tính chính xác và hợp lý của từng phương pháp trong mỗi cách tiếp cận.

#### 2.1 Cách tiếp cận 1 - Xác định giá trị thương hiệu dựa trên nghiên cứu thị trường

Có nhiều mô hình được đề xuất để đánh giá giá của thương hiệu. Kết quả thu được từ cách tiếp cận nghiên cứu này không đưa ra một con số tài chính cụ thể về giá trị thương hiệu mà cho biết những đánh giá và xếp hạng về thương hiệu dựa trên việc khảo sát nhận thức, tình cảm và thái độ của khách hàng đến hiệu quả kinh tế của thương hiệu.

- “Mô hình động lực thương hiệu”

Mô hình động lực thương hiệu hay còn được gọi là Tháp động lực thương hiệu được hình thành dựa trên mô hình vốn thương hiệu của Aaker và Joachismthaler, mô hình đánh giá chi tiết mối quan hệ của thương hiệu với khách hàng rồi từ đó đo lường độ trung thành của khách hàng, hình thành bởi 5 nhân tố xếp chồng lên nhau với độ lớn giảm dần biểu thị những mức độ cao hơn của lòng trung thành với thương hiệu bao gồm: Sự hiện diện - Sự phù hợp - Những hiệu quả - Những lợi thế - Sự liên kết.



Những thương hiệu mạnh nhất thường thành công nhất trong việc xây dựng lòng trung thành của khách hàng. Kết quả sẽ được thể hiện trên tháp với độ rộng dựa trên các số liệu thu được một cách tương ứng. Quan trọng hơn, khách hàng trung thành nhất —

những người ở đỉnh tháp thường chi tiêu nhiều nhất, mang lại tỷ trọng doanh thu lớn nhất trong tổng doanh thu. Nên kết quả từ tháp không chỉ cho doanh nghiệp biết được có bao nhiêu khách hàng trung thành mà còn đo lường được giá trị mà khách hàng mang lại cho doanh nghiệp cũng như nhận diện họ.

• Mô hình “Định giá tài sản thương hiệu”

Mô hình này được nghiên cứu và đề xuất bởi Young & Rubicam - một trong những hãng định giá thương hiệu khá nổi tiếng và uy tín trên thế giới. Với các khung lý thuyết của từng bộ phận trong mô hình, Y&R đã phát triển thành các câu hỏi điều tra quan điểm khách hàng với những nội dung chặt chẽ trong bốn bộ tiêu chí là Sự khác biệt - Sự liên kết - Sự trân trọng - Kiến thức, để đo sức mạnh thương hiệu và thấy được vị trí hiện tại cũng như khả năng phát triển dài hạn trong tương lai của thương hiệu. Các câu hỏi được thiết kế theo từng ngành, từng sản phẩm và từng khu vực. Số liệu thu được từ các câu hỏi thuộc bốn yếu tố của mô hình sẽ cho thấy “sức mạnh” và “tầm” thương hiệu, từ đó sẽ giá trị thương hiệu sẽ được nhận diện.

**Hình 2: Mô hình vốn tài sản thương hiệu dựa trên khách hàng của Y&B**



Có thể nói, dù nội dung và độ phức tạp các mô hình đánh giá giá trị thương hiệu thuộc các tiếp cận thứ 1 có khác nhau, nhưng đều có điểm chung là cố gắng giải thích, diễn dịch, và đo lường nhận thức, lòng trung thành của khách hàng bao gồm quá trình nghiên cứu kiến thức về sản phẩm (không hiểu, hiểu, hiểu rất rõ), tính thân thuộc, các sản phẩm liên quan, thuộc tính hình ảnh đặc trưng, khả năng mua hàng, sản phẩm thích hơn, mức độ thỏa mãn, kiến nghị... Kết quả thống kê của các mô hình đều được sắp xếp theo trật tự phân hạng và tính điểm để tìm hiểu các mức độ khác nhau của khách hàng từ nhận thức đến yêu thích, cuối cùng là hành vi mua hàng và lòng trung thành. Sự thay đổi của một hay nhiều chỉ số sẽ ảnh hưởng đến giá trị của thương hiệu.

**2.2 Cách tiếp cận 2 - Xác định giá trị thương hiệu dựa trên số liệu tài chính**

Sự ra đời việc xác định giá trị thương hiệu theo cách thứ hai này do vấn đề phát sinh khi xử lý các bút toán về thương hiệu trên bảng cân đối kế toán. Đến thời điểm này, không ai phủ nhận thương hiệu là một “tài sản” quý giá của doanh nghiệp, nhưng các cơ sở pháp lý thừa nhận sự tồn tại của tài sản này vẫn chưa

có, vậy ghi nhận giá trị của nó là bao nhiêu dựa theo các chuẩn mực kế toán hiện hành để giá trị thương hiệu được nhìn nhận là một tài sản thực thụ tạo nên giá trị tổng thể của doanh nghiệp?

Hiện tại có nhiều phương pháp xác định giá trị thương hiệu theo cách tiếp cận tài chính, cuốn “Brand and Branding, an economist book” của Interbrand đã tổng hợp thành một số phương pháp cơ bản như:

• Phương pháp thị trường

Phương pháp xác định giá trị thương hiệu dựa trên những thông tin sẵn có trên thị trường mua bán thương hiệu. Phương pháp này có hai cách thức tính toán:

- Cách tính thứ nhất:

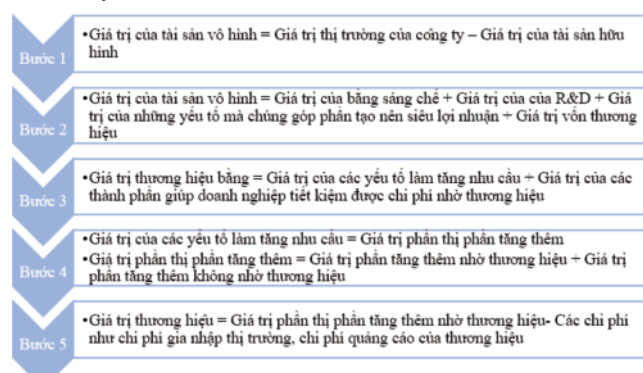
Dựa trên số tiền mà một thương hiệu có thể được bán ra, giá trị của thương hiệu là giá trị cao nhất mà "người mua sẵn lòng mua và người bán sẵn sàng" (Reilly và Schweih, 1999). Cũng theo Reilly và Schweih, phương pháp này nên được sử dụng khi thương hiệu trở thành hàng hóa - có nghĩa được mua bán trên thị trường.

Cơ sở để người mua và người bán phát ra những thông tin liên quan đến giá của thương hiệu là giá của thương hiệu tương tự là bao nhiêu sẽ áp dụng cho thương hiệu muốn định giá (Reilly và Schweih, 1999). Phương pháp có ưu điểm là được dựa trên những con số mà các bên muốn sở hữu thương hiệu sẵn sàng trả giá nên rất dễ tính toán.

Ưu điểm của phương pháp này là dễ sử dụng và giúp cho doanh nghiệp xác định được vị thế thương hiệu của mình với đối thủ cạnh tranh, từ đó dễ dàng cho việc xây dựng hoặc điều chỉnh chiến lược phát triển thương hiệu. Điểm hạn chế của phương pháp này là việc xuất hiện những thương hiệu tương tự nhau là rất khó nên sẽ không bao giờ có được những thông tin đầy đủ và chi tiết cho cả người mua và người bán về giá của thương hiệu đang giao dịch.

- Cách tính thứ hai:

Simon và Sullivan (1993) trình bày việc sử dụng giá trị tài chính để ước tính giá của thương hiệu, cách tính toán này được thực hiện như sau:



Cách tính này có rất nhiều lợi thế ở chỗ nó được hình thành dựa trên thực nghiệm, dễ tính toán, thông

tin sử dụng không đòi hỏi quá nhiều thời gian và nhân lực.

- Phương pháp chi phí

Phương pháp được đánh giá dễ thực hiện nhất vì giá trị vốn thương hiệu được đo lường bằng tổng chi phí marketing để tạo hoặc thay thế một thương hiệu. Phương pháp tính toán này tương tự như cách tính giá thành sản phẩm, đơn giản trong tính toán vì chủ yếu tập hợp những số liệu nội bộ về chi phí đã phát sinh trong quá trình hình thành và duy trì thương hiệu.

Hiện tại, trường phái này đang có xu hướng tiếp cận mới là tính giá trị thương hiệu bằng cách chiết khấu dòng chi phí đầu tư cho thương hiệu. Sẽ phải dự báo số tiền và thời gian đầu tư trong tương lai để đầu tư cho thương hiệu để đạt được mục tiêu định trước như thị phần, tốc độ tăng trưởng, mức độ nhận biết của khách hàng và lòng trung thành của khách hàng.

Trên thực tế phương pháp định giá này chỉ còn ý nghĩa lịch sử, rất ít doanh nghiệp hay hãng tư vấn về thương hiệu sử dụng kết quả của phương pháp này để xác định giá trị kinh tế của thương hiệu mà chỉ có nghĩa tham khảo cho quá trình xây dựng ngân sách dành cho thương hiệu.

- Phương pháp thu nhập dự tính

Xuất phát từ phương pháp chiết khấu dòng tiền để định giá tài sản của Aswath Damodaran đã xác định giá trị thương hiệu dựa trên những dòng thu nhập ròng trong tương lai mang lại từ thương hiệu. Phương pháp định giá này thích hợp khi thương hiệu không được hoặc không có ý định mua bán, kết quả của phương pháp phản ánh tiềm năng của thương hiệu đối với chủ sở hữu trong tương lai. Kết quả từ phương pháp này còn có giá trị tham khảo khi thương hiệu có thị trường riêng của mình và được giao dịch trên đó.

Có thể thống kê một số mô hình theo phương pháp này gồm:

- Mô hình của Interbrand

Phương pháp định giá thương hiệu của InterBrand mang tính hiện đại và được đánh giá khá cao trong giới chuyên môn..."Giá trị thương hiệu là tổng hiện giá ròng (NPV) của các dòng tiền dự báo kiểm được trong tương lai nhờ thương hiệu và được chiết khấu bởi tỉ lệ "lãi suất chiết khấu" của thương hiệu. Tính NPV bao gồm khoảng thời gian dự báo và khoảng thời gian ngoài dự báo. Qua đó, sẽ phản ánh khả năng tạo ra những lợi nhuận trong tương lai của thương hiệu..."

Xác định giá trị hiện tại ròng của thương hiệu: Giá trị thương hiệu chính là giá trị hiện tại của các dòng tiền thu nhập do thương hiệu tạo ra. Trong đó, tỉ suất chiết khấu được xác định bởi chỉ số sức mạnh của thương hiệu. Giá trị tạo ra bởi sản phẩm có thương hiệu luôn cao hơn giá trị của sản phẩm tương tự nhưng không có thương hiệu.

- Mô hình của Brand Finance

Phương pháp định giá thương hiệu của Brand Finance thường dựa trên phân tích chiết khấu dòng tiền (discounted cash flow - DCF). Các nhà phân tích thường dùng phương thức này để quy dòng tiền tương lai của một dự án cụ thể về giá trị hiện tại, từ đó đánh giá được mức độ khả thi của một dự án đầu tư. Nếu như dòng tiền tương lai sau khi qua chiết khấu có giá trị lớn hơn chi phí đầu tư hiện tại của dự án thì đây có thể sẽ là một cơ hội đầu tư tốt.

Mô hình này dựa trên giả định doanh nghiệp không có thương hiệu và phải trả phí (hay tiền thuê) cho bên sở hữu để được sử dụng thương hiệu. Kỹ thuật tính toán được ghi nhận và đánh giá cao nên kết quả từ phương pháp phản ánh tương đối chính xác giá trị tài chính của thương hiệu, từ đó các nghĩa vụ thuế và việc ghi nhận thương hiệu như một tài sản có giá trị trên bảng cân đối kế toán là hoàn toàn có cơ sở.

Như vậy, thương hiệu có giá trị như thế nào ngày càng trở thành vấn đề quan tâm của nhiều học giả, nhà nghiên cứu cũng như các nhà quản lý và kinh doanh trên thế giới. Đến thời điểm hiện tại, có nhiều phương pháp xác định giá trị thương hiệu, mỗi phương pháp đều đạt được những thành tựu khoa học đáng kể, đều có những ưu nhược điểm trong kết quả thu được.

### 3. Kết luận

Trên thế giới, định giá thương hiệu đã là một hoạt động phổ biến, nhất là trong hoạt động mua bán, sáp nhập. Tuy nhiên, ở Việt Nam, khái niệm định giá thương hiệu đối với các DN vẫn còn tương đối mới mẻ. Nhiều DN chưa thực sự coi trọng việc định giá thương hiệu. Có nhiều phương pháp để định giá thương hiệu nhưng việc lựa chọn số liệu hợp lý, phương pháp hợp lý sẽ giúp cho việc định giá thương hiệu được chính xác nhất./.

### Tài liệu tham khảo

Keller, KL (1993), "Conceptualizing, Measuring and Managing Customer — Bases Brand Equity", Journal of Marketing.

Aaker, DA (1996), Measuring Brand Equity across products and markets". California Management review, Vol 38, No.3

Interbrand (2004), Brands and Branding — an Economist Book, New York.

David Haigh (2000), Brand Valuation: Measuring and Leveraging your Brand, Institute of Canadian Advertising Press.

Simon, Carol J and Mary W.Sullivan (1993). "The Measurement and Determinants of Brand Equity: a Financial Approach", Marketing Science.

Reilly, RF, and Schweih, RP (1999), Valuing Intangible Assets, McGraw Hill, New York.

# Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển thanh toán không dùng tiền mặt và liên hệ tại Việt Nam

Nguyễn Thị Thuý  
 Trường Đại học Điện lực

Hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng mở rộng về quy mô và phạm vi trên toàn thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Nó làm giảm khối lượng tiền mặt trong lưu thông, tiết giảm chi phí, hướng tới một nền ngân hàng xanh. Do đó, bài báo tập trung nghiên cứu các nhân tố tác động tới sự phát triển thanh toán không dùng tiền mặt, và từ đó đưa những đánh giá về hoạt động này ở Việt Nam.

## 1. Phát triển thanh toán không dùng tiền mặt

Thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM) là cách thức thanh toán hàng hoá, dịch vụ không có sự xuất hiện của tiền mặt mà được tiến hành bằng cách trích tiền từ tài khoản của người chi trả chuyển vào tài khoản của người thụ hưởng hoặc bằng cách bù trừ lẫn nhau thông qua vai trò trung gian của các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán. (Mận, 2010)

Phát triển thanh toán không dùng tiền mặt là một loại hình dịch vụ thanh toán, so với phát triển dịch vụ này cũng tương tự các khái niệm phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng khác.

Việc phát triển TTKDTM về chiều rộng chính là việc tăng quy mô, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ TTKDTM cũng như tần suất sử dụng hoạt động này; còn về chiều sâu là NHTM phải thực hiện việc nâng cao chất lượng dịch vụ trên các phương tiện sau để phục vụ khách hàng: Tăng tính thuận lợi, tăng khả năng tiếp cận, tăng tính đảm bảo, an toàn và tăng độ hài lòng khi sử dụng dịch vụ. (Hoàn, 2015)

## 2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động phát triển thanh toán không dùng tiền mặt

### 2.1. Nhân tố phía ngân hàng

#### a. Hạ tầng công nghệ của ngân hàng

Việc phát triển hạ tầng công nghệ trong thanh toán là điều không thể thiếu trong công tác phát triển TTKDTM. Cơ sở hạ tầng trong thanh toán gồm các hệ thống thanh toán liên thông của NHNN, mạng lưới hoạt động và hệ thống thanh toán nội bộ của các NHTM, hệ thống máy rút tiền tự động, hệ thống thiết bị chấp nhận thẻ, các liên minh thẻ, hệ thống hạ tầng kỹ thuật của ngành viễn thông và công nghệ thông tin...

b. Ứng dụng công nghệ trong các dịch vụ thanh toán

Sự phát triển của khoa học kỹ thuật cho phép các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán có thể phát triển các dịch vụ thanh toán khác nhau để khách hàng lựa chọn. Công nghệ thông tin phát triển đã tạo ra một

bước tiến nhảy vọt trong lĩnh vực thanh toán, tác động mạnh mẽ đến cách thức mà người ta thực hiện một giao dịch thanh toán, TTKDTM phát triển với tốc độ nhanh nhất từ trước đến nay. (Kiều, 2011)

#### c. An toàn bảo mật:

Ngành ngân hàng cần tăng cường công tác đảm bảo an toàn bảo mật cho các phương thức thanh toán sử dụng công nghệ cao. An toàn bảo mật đã trở thành vấn đề sống còn của ngành ngân hàng trong thời kỳ điện tử hoá. An toàn bảo mật cũng là mối quan tâm hàng đầu của khách hàng khi quyết định lựa chọn hình thức TTKDTM. Vì vậy, nếu thiếu những biện pháp an ninh, an toàn bảo mật trong thanh toán thì việc phát triển TTKDTM không thể nào thực hiện được.

#### d. Mạng lưới cung ứng dịch vụ thanh toán

Mạng lưới cung ứng dịch vụ thanh toán là nhân tố quan trọng, có tác động lớn đến mở rộng TTKDTM qua các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán có mạng lưới giao dịch rộng, sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân đến giao dịch, thanh toán, từ đó mở rộng phạm vi TTKDTM qua các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán. Tuy nhiên, việc mở rộng mạng lưới thanh toán bằng phương pháp truyền thống là thành lập các chi nhánh, các điểm giao dịch sẽ gặp rất nhiều khó khăn do phải tăng chi phí để đầu tư vào cơ sở vật chất và nguồn nhân lực. (Kiều, 2011)

#### e. Nguồn lực ngân hàng

Các hệ thống thanh toán hiện đại đòi hỏi một nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn ngân hàng, được đào tạo tốt về công nghệ thông tin kỹ năng nghiệp vụ thanh toán và thành thạo Anh ngữ- ngôn ngữ căn bản của lĩnh vực công nghệ thông tin và dịch vụ ngân hàng hiện đại. Đội ngũ cán bộ ngân hàng chuyên nghiệp như trên sẽ đảm nhận tốt công tác giao tiếp, cung ứng các dịch vụ thanh toán cho khách hàng, là điều kiện quan trọng để phát triển TTKDTM.

#### f. Quy mô ngân hàng.

Quy mô của ngân hàng càng lớn, mức tập trung

của các ngân hàng càng cao thì việc hiện đại hoá công nghệ ngân hàng, trong đó có hoạt động TTKDTM càng có một hệ thống cơ sở hạ tầng phù hợp, phải đầu tư với chi phí ban đầu là rất tốn kém thanh toán cá nhân chỉ được thực hiện ở một số điểm với số lượng các máy còn ít. Vì vậy việc phổ biến hình thức này còn có nhiều hạn chế.

## 2.2. Nhân tố từ phía khách hàng

### a. Vấn đề tâm lý

Khi người dân muốn thanh toán một khoản nào đó, nếu thủ tục quá phức tạp, chờ đợi lâu mất nhiều thời gian hoặc phải đi xa, sẽ nảy sinh tâm lý lo ngại. Để các hình thức TTKDTM được phổ biến trong cả dân cư thì tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán phải chú ý tới yếu tố con người như nâng cao chất lượng cán bộ công chức, quảng cáo tuyên truyền cho người dân biết về tiện ích của hình thức thanh toán này, có như vậy mới dần dần xoá bỏ được tâm lý chuộng tiền mặt và thúc đẩy TTKDTM ngày một phát triển. (Kiều, 2011)

### b. Mức sống của người dân.

Mức sống là một trong những nhân tố quan trọng để phát triển TTKDTM. Khi người dân sống với thu nhập thấp thì họ sẽ ít quan tâm tới các dịch vụ ngân hàng. Họ sẽ dùng tiền mặt thay vì thanh toán qua ngân hàng. Do vậy, phát triển kinh tế và cải thiện mức sống người dân là những điều kiện quan trọng để phát triển TTKDTM. (Kiều, 2011)

### c. Sự hiểu biết và chấp nhận của phương thức TTKDTM

Thói quen và sự yêu thích dùng tiền mặt và tâm lý e ngại của khách hàng trước những dịch vụ mới sẽ có thể là những trở ngại lớn cho việc phát triển TTKDTM. Để phát triển TTKDTM, nếu chỉ có các dịch vụ và phương thức thanh toán hiện đại và tối ưu thì chưa đủ. Sự hiểu biết của đông đảo khách hàng về các phương pháp thanh toán này và tiện ích của chúng là sự cần thiết. Do đó, để phát triển TTKDTM, nhà nước và các đơn vị cung ứng dịch vụ thanh toán cần phải đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức về TTKDTM, nâng cao nhận thức để thay đổi hành vi thanh toán của người dân. (Kiều, 2011)

## 2.3. Nhân tố khách quan khác

### a. Điều kiện về pháp lý

Nếu hệ thống pháp luật đảm bảo cho hệ thống TTKDTM không đầy đủ, không đồng bộ thì các chủ thể sẽ không yên tâm khi tham gia vào hoạt động thanh toán xét cả từ khía cạnh người tổ chức thanh toán và cả người sử dụng các dịch vụ thanh toán. Vì vậy, cơ sở pháp lý cho hệ thống TTKDTM là nền tảng đảm bảo cho các chủ thể yên tâm và tham gia tích cực vào hoạt động thanh toán. Từ đó mà không ngừng mở rộng và phát triển hệ thống thanh toán qua ngân hàng.

### b. Môi trường kinh tế

Hệ thống thanh toán qua các tổ chức cung ứng

dịch vụ thanh toán là tổng thể bao gồm các yếu tố: cơ sở pháp lý và các điều kiện tổ chức thanh toán, các chủ thể tham gia thanh toán, các dịch vụ thanh toán, các phương tiện và các phương thức thanh toán. Các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, tác động lẫn nhau tạo thành hệ thống thanh toán qua tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán trong nền kinh tế. Trong đó, các yếu tố quan trọng hàng đầu là các quy định của pháp luật và của tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán làm dịch vụ thanh toán; (Kiều, 2011)

### c. Sự ổn định chính trị xã hội

Sự ổn định về chính trị xã hội có ảnh hưởng rất lớn tới nền kinh tế nói chung và hoạt động TTKDTM. Khi chính trị của một quốc gia ổn định thì sẽ tạo ra một môi trường kinh doanh tốt, hấp dẫn không chỉ những nhà đầu tư trong nước mà còn thu hút các nhà đầu tư nước ngoài và khách du lịch nước ngoài. Do đó, sẽ góp phần phát triển sản xuất, trao đổi hàng hoá, dịch vụ và thúc đẩy nhanh hoạt động TTKDTM. Đồng thời, xu hướng TTKDTM sẽ tăng lên nếu các hoạt động “kinh tế ngầm” như buôn lậu, mại dâm, trốn thuế, tham ô... được ngăn chặn, từ đó tăng nguồn thu cho ngân sách nhà nước.

## 3. Thực trạng về thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam

### a. Những thành tựu đổi mới và phát triển trong thanh toán không dùng tiền mặt

Trong thời gian qua, hoạt động TTKDTM tại các ngân hàng có sự chuyển biến mạnh mẽ. Nhiều phương tiện thanh toán và dịch vụ thanh toán mới, hiện đại, tiện ích ra đời, đáp ứng được nhiều loại nhu cầu của người sử dụng dịch vụ thanh toán, với phạm vi tiếp cận mở rộng tới các đối tượng cá nhân và dân cư. Từ nền tảng thanh toán hoàn toàn thủ công, khi mà mọi giao dịch thanh toán đều dựa trên cơ sở chứng từ giấy, được chuyển dần sang phương thức xử lý bán tự động sử dụng chứng từ điện tử. Đến nay các giao dịch thanh toán được xử lý điện tử chiếm tỷ trọng khá lớn. Thời gian xử lý hoàn tất một giao dịch được rút ngắn từ hàng tuần trước đây, nay chỉ còn vài phút (đối với các khoản thanh toán khác hệ thống, khác địa bàn), chỉ trong vài giây hoặc tức thời (đối với các khoản thanh toán trong cùng hệ thống, hoặc cùng địa bàn)

Các giao dịch hệ thống thanh toán điện tử của ngân hàng tăng vượt bậc cụ thể từ năm 2015 chỉ mới khoảng 67 triệu giao dịch thì đến năm 2019 số lượng giao dịch đã tăng lên gần gấp 3 (165 triệu giao dịch), nâng số tiền lưu thông bằng hình thức TTKDTM gần 95.000 nghìn tỷ đồng gấp 5 lần so với năm 2015.

Trong hơn 6 tháng đầu năm 2020, mặc dù Việt Nam cũng là một trong những nước bị ảnh hưởng bởi đại dịch thế kỷ — Covid19 thế nhưng dường như những

ngành nghề liên quan đến công nghệ lại không chịu quá nhiều ảnh hưởng tiêu cực nhiều như những ngành khác. Điển hình như thị trường thanh toán điện tử vẫn luôn “tấp nập” bất chấp dịch bệnh.

Theo báo cáo, trong riêng năm 2020, các giao dịch qua Internet, điện thoại di động tăng trưởng đến 238% (số liệu được trích từ báo cáo của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số — Bộ Công Thương). Trong bài báo cáo còn cho thấy mức độ phát triển mạnh mẽ của những ứng dụng thanh toán điện tử mới và lâu đời với hơn 78 tổ chức, công ty cung ứng dịch vụ thanh toán qua Internet và 45 tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán qua điện thoại di động (mobile payment). (Cafef, 2020)

Trong 90 triệu người Việt Nam, số người sử dụng internet chiếm 49%, số người sử dụng internet thông qua thiết bị điện thoại chiếm 34%, chính vì thế Việt Nam được xem như là 1 thị trường béo bở để phát triển thương mại điện tử cũng như thanh toán điện tử. (BCT, 2020)

Các yếu tố thị trường và các loại thị trường hàng hoá, dịch vụ từng bước hình thành đồng bộ, vận hành cơ bản thông suốt và bước đầu có sự gắn kết với thị trường khu vực và quốc tế. Quy mô và cơ cấu thị trường tài chính có sự điều chỉnh hợp lý hơn giữa thị trường tiền tệ và thị trường vốn, thị trường vốn cổ phần và trái phiếu, thị trường trái phiếu chính phủ và trái phiếu doanh nghiệp, giữa dịch vụ tín dụng và các dịch vụ phi tín dụng; thanh toán bằng với thị trường khu vực và quốc tế. Quy mô và cơ cấu thị trường tài chính có sự điều chỉnh hợp lý hơn giữa thị trường tiền tệ và thị trường vốn, thị trường vốn cổ phần và trái phiếu, thị trường trái phiếu chính phủ và trái phiếu doanh nghiệp, giữa dịch vụ tín dụng và các dịch vụ phi tín dụng; thanh toán bằng tiền mặt giảm dần, các hình thức thanh toán qua ngân hàng được mở rộng, đặc biệt là thông qua hệ thống ví điện tử.

b. Những mặt hạn chế trong thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam

- Nhìn chung, thanh toán bằng tiền mặt còn rất phổ biến trong nền kinh tế., Tiền mặt vẫn là phương tiện thanh toán chiếm tỷ trọng lớn trong khu vực doanh nghiệp và chiếm đại đa số trong các giao dịch thanh toán của khu vực dân cư.

- Số người sử dụng dịch vụ ngân hàng chủ yếu là các doanh nghiệp lớn, lao động ở khu vực có số vốn đầu tư nước ngoài, nhân viên công sở có thu nhập cao và ổn định. Đại đa số dân cư, công chức, viên chức thuộc khu vực chính phủ, lao động thuộc các doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa tiếp cận với các phương tiện và dịch vụ thanh toán.

- Hạ tầng cơ sở và trang thiết bị kỹ thuật phục vụ cho hoạt động thanh toán còn nhiều hạn chế và kém hiệu quả. Hơn nữa, các máy ATM lại chỉ có khả năng phục vụ cho một nhóm nhỏ ngân hàng, chứ không có khả năng sử dụng chung cho nhiều ngân hàng như

thực tế ở nhiều nước hiện nay, làm cho mạng lưới máy rút tiền tự động càng hạn chế phạm vi phục vụ, với các thiết bị tại điểm bán (POS) cũng chung tình trạng như vậy.

- Chất lượng, tiện ích và tính đa năng về dịch vụ TTKDTM chưa phong phú. Khả năng đáp ứng nhu cầu của nhiều loại đối tượng sử dụng còn hạn chế. Các phương tiện TTKDTM chưa đạt được tính tiện ích và phạm vi thanh toán để có thể thay thế cho tiền mặt. Phương thức giao dịch chủ yếu tiếp xúc trực tiếp và mặt đối mặt. Để được nhận một sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, các chủ thể tham gia thường phải đến các điểm giao dịch ngân hàng. Phương thức giao dịch từ xa, dựa trên nền tảng công nghệ thông tin hiện đại như giao dịch qua internet, mobile, homebanking... chưa phát triển hoặc mới chỉ dừng lại ở quy mô nhỏ hẹp.

- Tính cạnh tranh trên thị trường dịch vụ ở mức thô sơ và phát triển dưới mức tiền năng. Cạnh tranh bằng thương hiệu, chất lượng dịch vụ chưa phổ biến.

- Phí dịch vụ thanh toán còn khá cao và khó chấp nhận đối với những giao dịch thanh toán mức trung bình, đặc biệt đối với các giao dịch liên ngân hàng và liên tỉnh. Ngoài ra, một số phương tiện thanh toán khi sử dụng khách hàng còn phải trả thêm phụ phí so với việc sử dụng tiền mặt.

- Hệ thống thanh toán cốt lõi là hệ thống thanh toán liên ngân hàng của NHNN, mặc dù được cải thiện rất nhiều sau khi hoàn tất giai đoạn 1 của dự án hiện đại hệ thống thanh toán, nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu gia tăng về hoạt động thanh toán giữa các ngân hàng. Theo thiết kế ban đầu, hệ thống thanh toán liên ngân hàng có khả năng xử lý 4.500 giao dịch mỗi ngày. Nhưng từ khi đi vào hoạt động đến nay, hệ thống thường xuyên lâm vào tình trạng quá tải so số lượng giao dịch bình quân lên tới 10.000 giao dịch/ ngày./.

## Tài liệu tham khảo

BCT. (2020). Báo cáo kinh tế- xã hội . Hà Nội.

Cafef. (2020). Báo cáo thị trường thanh toán điện tử Landscape 2020. Hà nội.

Hoàn, Đ. C. (2015). Dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt cho người dân Việt Nam, phát triển tài chính cá nhân- Kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam. Hà Nội: NXB Đại học Quốc Gia Hà Nội.

Kiều, N. M. (2011). Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại. Hà Nội: NXB Lao động xã hội Hà Nội.

Mận, L. T. (2010). Giáo trình lý thuyết tài chính tiền tệ. Hà nội: NXB Lao động xã hội.

<https://thitruongtaichinhvientien.vn/day-manh-thanh-toan-khong-dung-tien-mat-trong-ling-vuc-dich-vu-cong-ket-qua-va-mot-so-khuyen-nghi-29007.html>

# Một số vận dụng kế toán quản trị trong kế toán chi phí và giá thành tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc nổ

Vũ Thị Hương

Ngô Thị Hiền

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

Trong những năm gần đây các doanh nghiệp sản xuất vật liệu nổ công nghiệp đã có nhiều thay đổi trong công tác quản lý sản xuất, công tác kế toán nói chung và kế toán chi phí sản xuất và tính giá thành vật liệu nổ công nghiệp nói riêng, song về mặt lý luận cũng như trên thực tế phần hành kế toán này trong các doanh nghiệp sản xuất thuốc nổ còn nhiều vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện cho phù hợp với nền kinh tế thị trường, phù hợp với yêu cầu của cơ chế quản lý kinh tế theo hướng hội nhập.

## 1. Mở đầu

Vật liệu nổ công nghiệp được sử dụng ở tất cả các quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, do tính chất và mức độ nguy hiểm nên vật liệu nổ công nghiệp được quản lý, sản xuất kinh doanh theo quy định chặt chẽ riêng.

Hiện nay, tại Việt Nam, các doanh nghiệp sản xuất thuốc nổ mới chỉ dừng ở việc tổ chức hệ thống kế toán tài chính, chưa tổ chức bộ máy kế toán quản trị nhằm cung cấp các thông tin về hoạt động nội bộ của doanh nghiệp cũng như việc phục vụ quản lý, điều hành, kiểm tra và ra quyết định hoạt động sản xuất, kinh doanh. Vì vậy, trong bài viết này tác giả muốn đưa ra một số đề xuất về vận dụng kế toán quản trị vào kế toán chi phí và tính giá thành nhằm kiểm soát tốt nhất chi phí và hạ giá thành cho đơn vị vật liệu nổ công nghiệp.

## 2. Đặc điểm kế toán chi phí sản xuất và tính giá thành sản phẩm trong các doanh nghiệp sản xuất vật liệu nổ công nghiệp

Do đặc điểm của sản phẩm là vật liệu dễ cháy nổ, quá trình công nghệ khép kín, vì vậy đối tượng hạch toán chi phí sản xuất là từng loại vật liệu nổ công nghiệp. Đối tượng tính giá thành là vật liệu nổ các loại.

Kế toán chi phí và tính giá thành vật liệu nổ công nghiệp tại các doanh nghiệp sản xuất vật liệu nổ chỉ tập trung vào công tác thu nhận, xử lý và cung cấp thông tin của kế toán tài chính, cụ thể:

- Về phân loại chi phí sản xuất: Việc phân loại chi phí sản xuất ở các doanh nghiệp mới chỉ dừng lại ở cách phân loại chi phí sản xuất theo nội dung kinh tế và theo công dụng kinh tế để đáp ứng nhu cầu thông tin trên hệ thống báo cáo tài chính công khai

- Về công tác dự toán chi phí: Việc lập dự toán chi phí sản xuất chưa thực sự được quan tâm, mặc dù hàng năm doanh nghiệp có lập kế hoạch sản xuất, trong đó có kế hoạch dự toán chi phí, nhưng mới chỉ dừng ở số lượng sản phẩm sản xuất và định mức chi

phí cho một đơn vị sản phẩm mà chưa có dự toán chi tiết cho từng trung tâm chi phí, chưa lập dự toán theo cách ứng xử của chi phí. Do đó dự toán chi phí chưa có tác dụng nhiều trong việc tăng cường kiểm soát chi phí, nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực phục vụ sản xuất kinh doanh

- Về trình tự kế toán chi phí và giá thành:

Bước 1: Tập hợp chi phí sản xuất phát sinh theo từng yếu tố chi phí:

Chi phí nguyên vật liệu: tùy theo từng loại vật liệu nổ công nghiệp mà doanh nghiệp sử dụng các loại vật liệu chính, vật liệu phụ khác nhau, cụ thể:

+ Đối với vật liệu nổ AH1: Vật liệu chính định mức gồm: TNT bột là 100 kg/tấn thuốc nổ; Muối công nghiệp (NaCl) là 200 kg/tấn thuốc nổ; Đạm Nitratamoni (NH<sub>4</sub>NO<sub>3</sub>) là 670 kg/tấn thuốc nổ; Bột gỗ là 30 kg/tấn thuốc nổ.

+ Đối với vật liệu nổ ANFO (thường): Vật liệu chính theo định mức gồm dầu diezen là 72lít/tấn thuốc nổ và đạm Nitratamoni (NH<sub>4</sub>NO<sub>3</sub>) là 740kg/tấn thuốc nổ.

+ Đối với vật liệu nổ ZECNO: Vật liệu chính định mức gồm cốt TNT hạt của Trung Quốc là 210 kg/tấn thuốc nổ và đạm Nitratamoni (NH<sub>4</sub>NO<sub>3</sub>) là 790 kg/tấn thuốc nổ.

Vật liệu phụ bao gồm, Sáp nến, bì gỗ, vỏ hòm, bao bì dùng để bao gói sản phẩm. Ngoài ra, kế toán tập hợp các yếu tố chi phí: chi phí nhiên liệu, chi phí động lực, tiền lương, khấu hao, dịch vụ mua ngoài và chi phí bằng tiền khác.

Bước 2: Tổng hợp chi phí sản xuất toàn doanh nghiệp, đánh giá sản phẩm dở dang cuối kỳ

Toàn bộ chi phí sản xuất và phục vụ cho sản xuất vật liệu nổ công nghiệp cuối tháng được phản ánh vào bảng kê chi phí sản xuất.

Vật liệu nổ công nghiệp là một loại sản phẩm đặc biệt có quy trình công nghệ khép kín, liên tục từ khi



đưa nguyên vật liệu vào phối trộn cho đến khi tạo ra sản phẩm nhập kho. Vì vậy, cuối kỳ không có sản phẩm dở dang.

**Bước 3: Tính giá vật liệu nổ công nghiệp**

Do đặc điểm của sản phẩm là vật liệu dễ cháy nổ, quá trình công nghệ khép kín, vì vậy kế toán áp dụng phương pháp tính giá thành trực tiếp (phương pháp tính giá thành gián đơn) theo công thức:

Tổng giá thành thực tế của từng loại vật liệu nổ công nghiệp = Tổng chi phí xuất theo yếu tố chi ra trong kỳ cho từng loại nguyên vật liệu

Giá thành 1 tấn vật liệu nổ công nghiệp từng loại = Tổng giá thành thực tế của từng loại vật liệu nổ công nghiệp / Tổng số tấn thuốc nổ từng loại sản xuất trong kỳ

**3. Vận dụng kế toán quản trị trong kế toán chi phí và giá thành vật liệu nổ công nghiệp tại các doanh nghiệp sản xuất vật liệu nổ**

Theo quan điểm của kế toán quản trị thì kế toán chi phí và giá thành vật liệu nổ cần:

Thứ nhất, hoàn thiện phương pháp phân loại chi phí sản xuất.

Trên thực tế, khi tác giả khảo sát tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc nổ đang thực hiện phân loại chi phí sản xuất theo hai tiêu thức đó là: Phân loại theo nội dung kinh tế và theo lĩnh vực hoạt động. Để đáp ứng yêu cầu thông tin về chi phí cho quản trị doanh nghiệp, cần sử dụng thêm các cách phân loại chi phí khác như:

- Phân loại theo cách ứng xử của chi phí: Theo cách này, chi phí sản xuất được chia thành: biến phí, định phí và chi phí hỗn hợp.

**Bảng 1: Bảng phân loại chi phí (Theo cách ứng xử chi phí)**

STT	Các khoản chi phí	Tài khoản	Chi phí biến đổi	Chi phí cố định	Chi phí hỗn hợp
1	Chi phí NVL trực tiếp	621	x		
2	Chi phí nhân công trực tiếp	622	x		
3	Chi phí sản xuất chung	627		x	
	Chi phí nhân viên phân xưởng	6271		x	
	Chi phí vật liệu phân xưởng	6272		x	
	Chi phí cung cụ, dụng cụ	6273		x	
	Chi phí khấu hao TSCĐ	6274		x	
	Chi phí dịch vụ mua ngoài	6277			x
	Chi phí khác bằng tiền	6278			x

- Phân loại chi phí theo thẩm quyền ra quyết định: Cách phân loại này giúp cho nhà quản lý tăng cường trách nhiệm kiểm soát chi phí ở các bộ phận trong doanh nghiệp là cơ sở để đánh giá kết quả, hiệu quả hoạt động của từng bộ phận trong doanh nghiệp.

Thứ hai, hoàn thiện hệ thống chứng từ kế toán.

Hiện nay các doanh nghiệp sản xuất vật liệu nổ sử dụng và lập hệ thống chứng từ theo mẫu biểu do Nhà nước quy định. Tuy nhiên, thông tin ghi trên chứng từ mới chỉ phục vụ cho việc ghi sổ các phần hành của kế toán tài chính mà chưa chi tiết hoá thông tin phục vụ cho yêu cầu quản trị chi phí. Để tổ chức hệ thống

chứng từ kế toán quản trị chi phí trên cơ sở các chứng từ hiện có, kế toán cần phải bổ sung một số thông tin chi tiết vào từng loại chứng từ để xử lý các thông tin cụ thể hơn theo yêu cầu, mục tiêu quản trị chi phí. Ngoài các chứng từ các doanh nghiệp đang sử dụng thì cần sử dụng thêm một số chứng từ cần thiết khác như: Phiếu xuất vật tư theo hạn mức để từ đó xác định được lượng vật tư sử dụng vượt hoặc hụt so với định mức, đồng thời xác định được nguyên nhân và lập tổng hợp giá trị vật tư sử dụng vượt hoặc hụt so với định mức theo mẫu sau:

**Bảng 2: Bảng tổng hợp vật tư sử dụng vượt hoặc hụt so với định mức**  
**BẢNG TỔNG HỢP VẬT TƯ SỬ DỤNG VƯỢT HOẶC HỤT SO VỚI ĐỊNH MỨC**

STT	Tên các loại sản phẩm	Số lượng vật tư vượt định mức	Số lượng vật tư hụt so với định mức	Đơn giá	Thành tiền	Nguyên nhân
1	Thuốc nổ AnFo					
2	Thuốc nổ AH1					
3	Thuốc nổ AnFo chịu nước					
<b>Cộng</b>					<b>xxx</b>	

Thứ ba, hoàn thiện hệ thống tài khoản kế toán.

Các doanh nghiệp vật liệu nổ áp dụng hệ thống tài khoản kế toán doanh nghiệp được ban hành theo Thông tư 200/TT-BTC ngày 22/12/2014 của Bộ trưởng Bộ tài chính. Hệ thống tài khoản cấp I để tập hợp chi phí sản xuất và tính giá thành cho từng loại vật liệu nổ công nghiệp sản xuất trong kỳ như: TK 621-Thuốc nổ AH1; TK 621- Thuốc nổ AnFo; TK 621- Thuốc nổ zecno; TK 622- Thuốc nổ AH1 TK 622- Thuốc nổ AnFo- TK 622: Thuốc nổ Zecno ; TK 627: Chi phí sản xuất chung; TK 154- Thuốc nổ AH1; TK 154- Thuốc nổ AnFo; TK 154- Thuốc nổ Zecno.

Việc mở hệ thống tài khoản như trên mới chỉ giúp cho kế toán tài chính tính được giá thành thực tế một tấn vật liệu nổ công nghiệp các loại, mà chưa giúp cho chủ doanh nghiệp và các nhà quản trị doanh nghiệp kiểm tra, giám sát tình hình sử dụng chi phí sản xuất một cách chi tiết, để có cơ sở đề ra các giải pháp nhằm tiết kiệm tối đa chi phí sản xuất. Do đó, việc mở thêm hệ thống tài khoản chi tiết chi phí sản xuất phục vụ cho yêu cầu quản trị nội bộ là cần thiết và có ý nghĩa to lớn, góp phần vào việc quản lý tốt chi phí sản xuất cho doanh nghiệp. Hệ thống tài khoản mở chi tiết như sau:

**Bảng 3: Hệ thống tài khoản chi tiết**

STT	Tên TK	Thuốc nổ AnFo	Thuốc nổ AH1	Thuốc nổ Zecno
1	TK 621 "Chi phí NVL trực tiếp"	TK 6211	TK 6212	TK 6213
		-TK 62111: VLC	- TK 62121: VLC	- TK 62131: VLC
		- TK 62112: VLP	- TK 62122: VLP	- TK 62132: VLP
		- TK 62113: NL	- TK 62123: NL	- TK 62133: NL
2	TK 622 "Chi phí nhân công trực tiếp"	TK 6221	TK 6222	TK 6223
		- TK 62211: lương chính	- TK 62221: lương chính	- TK 62231: lương chính
		- TK 62212: lương phụ	- TK 62222: lương phụ	- TK 62232: lương phụ
		- TK 62213: các khoản trích theo lương	- TK 62223: các khoản trích theo lương	- TK 62233: các khoản trích theo lương
3	TK 627 "Chi phí sản xuất chung"	TK 6271: Phân xưởng sản xuất thuốc nổ AH1"	TK 6272 Phân xưởng sản xuất thuốc nổ AnFo"	TK 6273 Phân xưởng sản xuất thuốc nổ Zecno

Thứ tư, hoàn thiện công tác lập dự toán chi phí sản xuất

Trong xu thế hội nhập kinh tế thế giới hiện nay, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển bền vững thì phải có chiến lược kinh doanh hợp lý. Do vậy cần phải lập được dự toán chi phí sản xuất. Lập dự toán chi phí sản xuất, bản chất là việc dự kiến (kế hoạch) những chỉ tiêu chi phí sản xuất một cách chi tiết, phù hợp với yêu cầu quản lý của doanh nghiệp.

Việc lập dự toán chi phí sản xuất phải được chi tiết theo định kỳ và có hệ thống theo yêu cầu quản lý của chủ doanh nghiệp. Dự toán chi phí sản xuất thường được lập theo năm và chia đều cho các quý, tháng trong năm làm cơ sở cho việc kiểm tra và đánh giá tình hình thực hiện các dự toán chi phí trong tháng, quý, năm.

Thứ năm, hoàn thiện công tác lập báo cáo kế toán quản trị chi phí

Ngoài việc lập báo cáo kế toán tài chính công khai được lập theo mẫu, chi tiết, pháp luật theo quy định của Bộ Tài chính thì doanh nghiệp cần lập thêm một hệ thống báo cáo kế toán nội bộ nhằm cung cấp thông tin cho các đối tượng quản lý trong doanh nghiệp để kiểm soát tình hình thực hiện kế hoạch, dự toán chi phí sản xuất, từ đó làm tăng hiệu quả quản lý và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, đó là hệ thống báo cáo kế toán quản trị chi phí như:

- Báo cáo tình hình sử dụng chi phí NVL trực tiếp: Báo cáo này giúp cho chủ doanh nghiệp và các nhà quản trị doanh nghiệp kiểm soát được lượng nguyên vật liệu đã tiêu hao, giá cả nguyên vật liệu tăng hay giảm so với dự toán nguyên nhân tăng, giảm là do chủ quan hay khách quan để có biện pháp xử lý kịp thời. Báo cáo này được trình bày theo mẫu sau:

**Bảng 4: Báo cáo tình hình sử dụng mức tiêu hao NVL**

**BÁO CÁO TÌNH HÌNH SỬ DỤNG MỨC TIÊU HAO NVL**  
Tên sản phẩm, thuốc nổ ANFO  
Tháng.....năm.....

TT	Chỉ tiêu	Dự toán		Thực hiện		Chênh lệch	
		Lượng	Tiền	Lượng	Tiền	Lượng	Tiền
1	Diezen						
2	Đạm Nitratamon (NH <sub>4</sub> NO <sub>3</sub> )						
3	Bột gỗ						
4							
	<b>Cộng</b>						

- Báo cáo tình hình sử dụng nhân công: Báo cáo này giúp cho nhà quản trị doanh nghiệp biết được tình hình sử dụng lao động, cơ cấu lao động trực tiếp, gián tiếp để sản xuất ra sản phẩm để có biện pháp điều chỉnh kịp thời theo nhu cầu của sản xuất

- Báo cáo chi phí sản xuất chung:

Báo cáo này giúp nhà quản trị doanh nghiệp kiểm soát và cắt giảm những chi phí gián tiếp phát sinh tại các phân xưởng hoặc bộ phận sản xuất tốt nhất

Thứ sáu, xây dựng mô hình kế toán quản trị chi phí và giá thành sản phẩm

Mô hình kế toán quản trị có thể thực hiện theo 1 trong 3 mô hình sau:

- Mô hình kế toán kết hợp: đây là mô hình sử dụng khá phổ biến và tiết kiệm triệt để chi phí gián tiếp cho doanh nghiệp vì tận dụng được các chứng từ, sổ sách, báo cáo kế toán tài chính. Mô hình kế toán này không làm xáo trộn bộ máy kế toán hiện có

- Mô hình kế toán tách biệt

Theo mô hình này, bộ phận kế toán tài chính và bộ phận kế toán quản trị được tách biệt riêng lẻ, mô hình này chỉ phù hợp với những doanh nghiệp có quy mô lớn như: Tập đoàn, Tổng công ty.

- Mô hình kế toán hỗn hợp: đây là sự kết hợp của 2 mô hình kế toán nêu trên. Đối với những phần hành quan trọng, khối lượng công việc nhiều và yêu cầu về thông tin cao, như phần hành kế toán quản trị chi phí và giá thành thì tổ chức riêng bộ phận phụ trách kế toán tài chính với bộ phận phụ trách kế toán quản trị, còn các phần hành kế toán khác ít quan trọng hơn hoặc khối lượng công việc không nhiều thì tổ chức bộ phận phụ trách kế toán theo hình thức kết hợp.

## 4. Kết luận

Nguyên nhân cơ bản làm hạn chế chức năng quản trị của doanh nghiệp, đó là các doanh nghiệp sản xuất vật liệu nổ qua khảo sát hiện tại mới chỉ tổ chức hạch toán chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm theo góc độ của kế toán tài chính, chưa quan tâm đến kế toán quản trị chi phí, từ đó làm tăng giá thành 1 tấn vật liệu nổ công nghiệp. Để giúp doanh nghiệp kiểm soát được chi phí sản xuất, tăng cường chức năng quản lý chi phí thì các doanh nghiệp cần phải khẩn trương xây dựng mô hình kế toán quản trị chi phí và coi đây là nhiệm vụ trọng tâm cần phải thực hiện trong giai đoạn trước mắt cũng như lâu dài cho doanh nghiệp./.

## Tài liệu tham khảo

Thông tư số 13/2018/TT-BCT ngày 15/6/2018 của Bộ Công thương về quản lý sản xuất cung ứng và sử dụng vật liệu nổ công nghiệp.

Hướng dẫn lập chứng từ kế toán, hướng dẫn ghi sổ kế toán: Chế độ kế toán doanh nghiệp, ban hành theo Thông tư 200/TT-BTC ngày 22/12/2014, NXB Tài chính, Bộ Tài chính.

# Phúc lợi xã hội góp phần đảm bảo định hướng xã hội chủ nghĩa tại Việt Nam trong thời kỳ đổi mới

Đoàn Minh Huấn  
 Tạp chí Cộng sản  
 Hoàng Đình Minh  
 Viện Chính lược ngân hàng

Trong nền kinh tế thị trường, phúc lợi xã hội (PLXH) không thụ hưởng một chiều thành quả kinh tế, chi tiêu cho PLXH không hẳn là “bao cấp” mà là đầu tư cho phát triển “vốn con người”, phát triển “hạ tầng xã hội”, nhất là trong điều kiện nguồn nhân lực trở thành nguồn lực quan trọng bậc nhất cho phát triển kinh tế tri thức, kinh tế số. PLXH tiến bộ, hiệu quả, chất lượng còn bảo đảm xã hội phát triển trong trật tự ổn định, ngăn ngừa các nguy cơ xung đột xã hội nảy sinh do bất công xã hội. Với vai trò, chức năng rộng lớn như vậy, PLXH và an sinh bổ sung cho nhau, cùng thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội, góp phần bảo đảm giữ vững định hướng xã hội chủ nghĩa.

## 1. Phúc lợi xã hội trong đảm bảo định hướng xã hội chủ nghĩa

Đất nước ta, sau 35 năm đổi mới đã chuyển từ nền kinh tế kế hoạch tập trung bao cấp sang nền KTTT định hướng XHCN, đòi hỏi phải kiến tạo một hệ thống PLXH phù hợp với thể chế chính trị, trình độ kinh tế, truyền thống dân tộc, tính toán cả yêu cầu hội nhập kinh tế. Văn kiện Đảng các kỳ đại hội luôn nhấn mạnh đến chăm lo chính sách xã hội, phát triển giáo dục, y tế, văn hóa, nhà ở, nước sạch, giao thông công cộng, trợ giá, trợ cước, miễn giảm phí, hỗ trợ các dân tộc thiểu số mua bảo hiểm y tế, doanh nghiệp thực hiện nghiêm việc đóng bảo hiểm cho người lao động,... đều mang ý nghĩa bảo đảm PLXH và an sinh xã hội. Tuy vậy, thiết kế, vận hành một mô hình PLXH phù hợp với tính chất, trình độ phát triển kinh tế, đặc trưng thể chế chính trị ở từng chặng đường phát triển lại chưa được đặt ra nghiên cứu đầy đủ, thậm chí có cả nhầm lẫn giữa PLXH và an sinh xã hội.

PLXH thông qua bảo đảm dịch vụ công cơ bản, thiết yếu miễn phí áp dụng cho các những lĩnh vực, những mặt, những khâu gắn với với trách nhiệm toàn bộ, toàn diện của nhà nước, từ chi trả phí, tổ chức hệ thống cung ứng đến kiểm soát chất lượng dịch vụ. Những dịch vụ này thường gắn liền với trách nhiệm đầy đủ của nhà nước, nếu người dân không được tiếp cận các dịch vụ công cơ bản, thiết yếu không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng sống của cá nhân mà còn gây tổn hại lợi ích công cộng do thiếu nền tảng tri thức, văn hóa, sức khỏe để trở thành những người đủ năng lực làm chủ chính mình, có ích cho xã hội. Ngược lại, khi không được chăm lo phát triển tri thức, giáo dục văn hóa, nâng cao sức khỏe con người sẽ thiếu năng lực làm chủ, thậm chí rơi vào các nguy cơ trở thành gánh nặng cho xã hội. Vì vậy, những gì đem lại lợi ích

công thì nhà nước phải có trách nhiệm chăm lo, tập trung là hệ thống dịch vụ công cơ bản, thiết yếu miễn phí; còn những gì đem lại lợi ích cho cá nhân thì mỗi người phải tự chi trả tài chính.

PLXH thông qua bảo đảm dịch vụ công do nhà nước và người tiêu dùng cùng chia sẻ trách nhiệm chi trả phí sử dụng. Đây thường là những dịch vụ á công, hay còn gọi là dịch vụ không thuần công, lợi ích của dịch vụ mang lại giá trị “kép” cho cả xã hội và cá nhân người thụ hưởng dịch vụ. Người tiêu dùng phải chi trả một phần phí sử dụng để có trách nhiệm tiêu dùng dịch vụ một cách tiết kiệm, hiệu quả, tránh lãng phí. Mức phí dịch vụ mà người tiêu dùng chi trả phụ thuộc vào nhiều yếu tố, nếu khả năng chi trả của nhà nước lớn thì mức chi trả của cá nhân chủ yếu để gắn trách nhiệm sử dụng dịch vụ, nếu khả năng chi trả của nhà nước có giới hạn thì buộc phải tăng thu phí đối với người tiêu dùng. Mặt khác, quy định mức phí đối với người sử dụng dịch vụ còn được xem như công cụ quản lý của nhà nước, khi cần “kích cầu” dịch vụ thì thường để phí thấp, khi cần tiết chế nhu cầu sử dụng thì tăng phí. Chúng thường được áp dụng cho các dịch vụ không thuần công trên các dịch vụ đào tạo (đào tạo nghề, đào tạo đại học), dịch vụ khám chữa bệnh, dịch vụ văn hóa - giải trí, dịch vụ giao thông công cộng đô thị, dịch vụ nước sạch, dịch vụ nhà ở xã hội...

PLXH có tính an sinh xã hội thông qua các khoản hỗ trợ bằng tiền mặt có nguồn gốc từ ngân sách cho người dân mua bảo hiểm y tế, chi tiêu vào các dịp gặp rủi ro, khủng hoảng (như đại dịch Covid-19). Xét về nguồn gốc tài chính thì các dịch vụ này mang tính PLXH, còn xét về tính chất dịch vụ và đối tượng thụ hưởng lại mang tính an sinh xã hội. PLXH dạng này rất cần thiết trong giai đoạn nhất định khi mà đối tượng thụ hưởng không có nguồn lực cho đóng - hưởng, buộc nhà nước phải can dự.

Có thể thấy, để đảm bảo định hướng XHCN, thì PLXH tại Việt Nam đã thực hiện thêm cả chức năng của ASXH. Vì thế, trong thiết kế xây dựng các chính sách xã hội tại Việt Nam rất khó để tách rời PLXH với ASXH trong thời gian tới.

## **2. Thực trạng phúc lợi xã hội đảm bảo định hướng xã hội chủ nghĩa tại Việt Nam trong thời gian qua**

Trong những năm qua, nhiều chủ trương, giải pháp của Đảng, Nhà nước rất chú trọng tới việc thu hẹp khoảng cách giàu-nghèo trong xã hội. Phần đầu xây dựng một xã hội công bằng, giảm bất bình đẳng.

Theo báo cáo của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội hằng năm, chỉ số nghèo của Việt Nam liên tục được cải thiện. Giai đoạn 2016-2020, kết quả giảm nghèo rất ấn tượng, vượt xa mục tiêu Nghị quyết 76 của Quốc hội đề ra. Tỷ lệ hộ nghèo cả nước đã giảm 9,8% năm 2015 xuống còn 3,7% năm 2019, ước cuối năm 2020 còn 2,7%, so với mức chung của các nước đang phát triển là 23,1% dân số. Thành quả về xóa đói giảm nghèo của Việt Nam được đánh giá cao với sự nỗ lực của tất cả các vùng trên cả nước.

Những năm qua, tình hình kinh tế- xã hội nước ta diễn ra trong bối cảnh thế giới có nhiều biến động mạnh. Tuy nhiên Chính phủ đã tập trung chỉ đạo quyết liệt và triển khai nhiều giải pháp, chương trình, đề án, chính sách về lao động, giải quyết việc làm, phát triển nguồn nhân lực, trợ giúp xã hội, giảm nghèo..., góp phần ổn định, phát triển kinh tế, nâng cao phúc lợi xã hội. Quý Quốc gia về việc làm tiếp tục đóng vai trò ngày càng quan trọng trong hỗ trợ tạo và tự tạo việc làm cho người lao động (NLĐ) thông qua việc cho vay vốn với lãi suất ưu đãi đối với NLĐ và cơ sở sản xuất kinh doanh (DN NVV, HTX, tổ hợp tác, hộ kinh doanh). Hàng năm, Quý đã hỗ trợ tạo việc làm cho khoảng 100.000 lao động...

Phát triển con người được Việt Nam đặc biệt chú trọng thông qua giáo dục và đào tạo với việc xác định giáo dục và đào tạo là quốc sách hàng đầu. Với mục tiêu mang đến sự công bằng cho mọi người trong việc tiếp cận các cơ hội kinh tế, Chính phủ Việt Nam thường xuyên quan tâm đến việc đưa giáo dục đến cho người dân. Theo kết quả “Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019”, cả nước có khoảng 91,7% dân số trong độ tuổi đi học phổ thông hiện đang đi học. Trong vòng 20 năm qua, tỷ lệ dân số trong độ tuổi đi học phổ thông nhưng hiện không đi học (chưa bao giờ đi học hoặc đã thôi học) giảm đáng kể, từ 20,9% trong năm 1999 xuống 16,4% trong năm 2009 và 8,3% năm 2019.

Trong lĩnh vực y tế, theo kết quả tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019, Việt Nam đã có những cải thiện rõ rệt khi tuổi thọ trung bình của người Việt Nam là 73,6 tuổi; trong đó, tuổi thọ của nam giới là 71,0 tuổi, của nữ giới là 76,3 tuổi. Từ năm 1989 đến nay, tuổi thọ trung bình của Việt Nam liên tục tăng, từ 65,2 tuổi (năm 1989) lên 73,6 tuổi (năm 2019). Chênh lệch về

tuổi thọ trung bình giữa nam và nữ qua hai cuộc tổng điều tra gần nhất hầu như không thay đổi, duy trì khoảng 5,4 năm.

Theo báo cáo Phát triển Con người toàn cầu năm 2020, Chỉ số phát triển con người (HDI) của Việt Nam năm 2019 là 0,704 đưa Việt Nam vào nhóm phát triển con người cao và xếp thứ 117 trong số 189 quốc gia và vùng lãnh thổ. Từ năm 1990 - 2019, giá trị HDI của Việt Nam đã tăng gần 46%, nằm trong số các nước có tốc độ tăng HDI cao nhất trên thế giới. Với chỉ số phát triển giới (GDI) là 0,997, Việt Nam đứng thứ 65 trong số 162 quốc gia và nằm trong nhóm cao nhất trong 5 nhóm trên thế giới. Đặc biệt, tỷ lệ nữ đại biểu quốc hội đưa Việt Nam vào nhóm cao nhất trong 3 nhóm trên toàn cầu.

PLXH là một bộ phận thu nhập quốc dân, chủ yếu được phân phối lại, ngoài phân phối theo lao động. Trong nền KTTT, việc phân phối theo PLXH là cần thiết nhằm bổ khuyết cho hình thức phân phối theo lao động và theo vốn đóng góp. Trong xã hội, không phải ai cũng có khả năng lao động, có những nhóm người yếu thế không có khả năng hoặc bị suy giảm khả năng lao động, vì vậy họ cần nhận được sự hỗ trợ thông qua các chính sách PLXH nhằm đảm bảo cuộc sống cho họ để không ai bị bỏ lại phía sau.

Bên cạnh những thành công của hệ thống PLXH đang được triển khai của Việt Nam, thì vẫn còn nhiều điểm hạn chế đã bộc lộ trong thời gian qua. PLXH ở nước ta thời gian qua còn tồn tại nhiều hạn chế làm giảm thiểu khả năng định hướng xã hội chủ nghĩa, cụ thể như sau:

- Một là, diện bao phủ của hệ thống PLXH hiện nay trên thực tế còn giới hạn về cả số lượng và chất lượng. Không phải tất cả người dân đều tiếp cận được với hệ thống PLXH khi cần, đặc biệt là những khu vực khó khăn và đồng bào dân tộc thiểu số.

- Hai là, hệ thống PLXH hiện nay vẫn chưa bảo đảm tính bền vững mặc dù đã có được định hướng XHCN. PLXH phải đảm nhận thêm vai trò của ANSH trong một số trường hợp. Già hóa dân số đang là vấn đề của Việt Nam trong thời gian tới, nhu cầu về PLXH ngày càng lớn, những điều này tạo ra áp lực rất lớn lên NSNN.

- Ba là: có sự chồng chéo giữa các nội dung triển khai hệ thống PLXH, giữa các chương trình, dự án PLXH dẫn đến nguồn lực đã hạn chế còn bị phân tán làm giảm hiệu quả sử dụng các nguồn lực này.

- Bốn là: tổ chức quản lý nhà nước đối với hệ thống PLXH vẫn còn hạn chế làm giảm hiệu quả của nguồn lực đầu tư từ NSNN.

- Năm là: mô hình cung ứng PLXH còn chưa có đầy đủ các cơ chế huy động và sử dụng nguồn lực xã hội để cung ứng đầy đủ DVC cho toàn xã hội.

- Sáu là: vai trò của các tổ chức chính trị - xã hội, các tổ chức xã hội, công đồng chưa được xác định cụ thể nhằm phát huy tối đa khả năng của mình.

### 3. Một số kiến nghị hoàn thiện hệ thống phúc lợi xã hội hiện nay

Mục tiêu chung của hệ thống PLXH Việt Nam đã được đề cập trong Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XII và Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XIII, là mở rộng đối tượng được thụ hưởng PLXH qua đó nâng cao chất lượng đời sống của người dân, tạo điều kiện trợ giúp có hiệu quả cho tầng lớp yếu thế, dễ tổn thương hoặc những người gặp rủi ro trong cuộc sống. Để đảm bảo được mục tiêu của hệ thống PLXH tại Việt Nam trong thời gian tới cần thực hiện một số nội dung sau:

- Thống nhất nhận thức về hệ thống phúc lợi xã hội tiến bộ, bền vững, chất lượng cao bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa: PLXH tiến bộ được phản ánh ở bản chất nhân văn, vì con người, đối lập với các hình thức PLXH mang màu sắc dân túy để xoa dịu mâu thuẫn, xung đột xã hội. Quan điểm về kiến tạo hệ thống PLXH tiến bộ phải được thấm nhuần sâu sắc trong hệ thống chính trị và toàn xã hội, được phản ánh ở cơ cấu chi tiêu hợp lý, khá ổn định, mức tăng thuận chiều với đà tăng trưởng của nền kinh tế. PLXH tiến bộ không thể chấp nhận việc mua bán, trao đổi những thứ liên quan đến nhân cách, phẩm giá con người, không đồng nhất xã hội hóa với thị trường hóa các dịch vụ xã hội.

- Thiết kế mô hình phúc lợi xã hội tiến bộ, bền vững, chất lượng cao, phù hợp đặc điểm, trình độ phát triển, đáp ứng nhu cầu giữ vững định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta trong từng giai đoạn: Hệ thống thể chế, chính sách đó phải xác định rõ vai trò chủ đạo, cụ thể của nhà nước trong bảo đảm PLXH ở từng khâu quản lý, chi trả phí, tổ chức cung ứng dịch vụ. Kiến tạo thể chế bảo đảm PLXH trong nền kinh tế thị trường phải xác định rõ trách nhiệm tham gia của doanh nghiệp, phát huy vai trò của xã hội gắn với cơ chế, mô hình cụ thể. Nhà nước chi trả phí toàn phần cho các dịch vụ thuần công về giáo dục, y tế, văn hóa... phải được xác định rõ ở từng khâu, từng dịch vụ cụ thể, tránh bao cấp tràn lan, đồng thời tránh đẩy sang thị trường những hạng mục thuộc trách nhiệm của nhà nước. Xác định tỷ lệ đầu tư cho các lĩnh vực giáo dục, văn hóa, y tế, khoa học - công nghệ một cách công khai, minh bạch, gắn với nội dung các hạng mục cụ thể.

- Hoàn thiện chế độ tài khóa tiến bộ, bảo đảm nguồn thu bền vững, chế độ chi hợp lý cho phúc lợi xã hội; khơi thông, vốn hóa các nguồn lực phi tài chính để tham dự tích cực vào mở rộng phúc lợi xã hội: Ngân sách nhà nước thực hiện PLXH chủ yếu theo nguyên tắc thụ hưởng có điều kiện, tức là người dân đáp ứng những tiêu chuẩn, điều kiện nhất định thì được hưởng chế độ PLXH do Nhà nước tổ chức thực hiện bằng nguồn ngân sách nhà nước đảm bảo. Ngoài ra, Nhà nước cũng cần xây dựng cơ chế, chính sách để huy động thêm các nguồn lực tài chính từ xã hội và công đồng tham gia vào cung ứng DVC cho hệ thống

PLXH. Nguồn NSNN sẽ đóng vai trò chính đề cung ứng các DVC cơ bản, thiết yếu cho hệ thống PLXH. Đối với những DVC có giá trị gia tăng, thì Nhà nước có thể ủy quyền cho khu vực ngoài công lập thực hiện.

- Gắn kết chặt chẽ giữa nâng cao phúc lợi xã hội với mở rộng phạm vi bao phủ và nâng cao chất lượng an sinh xã hội, thúc đẩy phúc lợi cộng đồng: Khuyến khích doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội bằng chuyển một phần nguồn lực đầu tư phát triển các dịch vụ xã hội phi lợi nhuận, mở các chương trình nhân đạo, tăng cường năng lực xã hội của các nhóm yếu thế. Khi doanh nghiệp chuyển một phần nguồn lực đầu tư phát triển dịch vụ xã hội phi lợi nhuận, nhà nước phải có chính sách miễn thuế. Hoàn thiện mô hình quản trị các trường học, bệnh viện phi lợi nhuận được thành lập trong các tập đoàn kinh tế hoặc do các thành viên đóng góp cổ phần, nhằm giữ đúng tôn chỉ, mục đích hoạt động theo nguyên tắc phi lợi nhuận. Phúc lợi cộng đồng là một bộ phận cấu thành của phúc lợi xã hội gắn với xu hướng phát triển dịch vụ phi lợi nhuận trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Trong điều kiện tinh gọn tổ chức bộ máy, biên chế khu vực sự nghiệp công thì phát triển các tổ chức phi lợi nhuận là hướng đi tất yếu, cần có cơ chế, chính sách phù hợp để thúc đẩy phát triển./.

### Tài liệu tham khảo

- Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc XI, XII, XIII
- ADB (2018), Thách thức tài khóa, tài chính cho an sinh xã hội.
- Ủy ban Dân tộc - Văn phòng Chương trình 135: Báo cáo kết quả thực hiện Chương trình 135 giai đoạn 2011 - 2015; nhiệm vụ, giải pháp giai đoạn 2016 - 2020,
- Armando Barrientos (2014), Social Assistance in Developing Countries, Southeast Asian Economies, Vol 31(1).
- Đặng Nguyên Anh, "Social welfare in Vietnam: 30 years in reform on and outlook until 2030", Vietnam Social Sciences No. 3, Hà Nội, 2016
- Akira Okamoto, "Welfare Analysis of pension reforms in an ageing Japan", The Japanese Economic Review, Vol.64, No.4, 2013
- China Development Research Foundation, Constructing a Social Welfare System for All in China, Nxb. Routledge, 2013

# Nâng cao trình độ người lao động - giải pháp hàng đầu để đẩy nhanh quá trình ứng dụng khoa học và công nghệ vào sản xuất nông nghiệp ở tỉnh Phú Thọ hiện nay

Nguyễn Đức Trí

Phạm Quốc Quân, Vũ Đức Vĩnh

Khoa Kinh tế chính trị học Mác - Lênin, Học viện Chính trị

Ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất nông nghiệp là một quá trình tổng hợp, với sự tham gia của nhiều thành phần, lực lượng và được triển khai thực hiện ở tất cả các khâu, các bước của quá trình sản xuất để tác động, cải biến cây trồng, vật nuôi theo hướng nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị nông phẩm nhằm đem lại thu nhập cao cho người sản xuất - kinh doanh trong nông nghiệp.

Với vị trí, vai trò là nhân tố quyết định trung tâm của mọi hoạt động kinh tế - xã hội nói chung và quá trình ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất nông nghiệp nói riêng, người lao động phải có trình độ tri thức, kỹ năng, kinh nghiệm; từng bước làm chủ các phương tiện, phương pháp, quy trình kỹ thuật mới; hiểu rõ điều kiện thời tiết, khí hậu, thổ nhưỡng; nắm bắt kịp thời nhu cầu thị trường, thị hiếu của khách hàng... Trên cơ sở đó lựa chọn, ứng dụng các sản phẩm khoa học - công nghệ hiện đại, phù hợp vào hoạt động sản xuất nông nghiệp nhằm đạt được các mục tiêu mong muốn. Để giúp người lao động nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Phú Thọ đạt được những phẩm chất trên, cần thực hiện đồng thời nhiều biện pháp, cả trước mắt và lâu dài. Trong phạm vi bài viết, tác giả đưa ra một số biện pháp cơ bản sau đây:

Một là, nâng cao nhận thức về vị trí, vai trò của người lao động đối với tiến trình ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất nông nghiệp ở địa phương.

Đây là nội dung, biện pháp cơ bản quan trọng. Bởi nếu các chủ thể làm công tác quản lý, đào tạo, bồi dưỡng người lao động nông nghiệp trên địa bàn tỉnh không có nhận thức đúng hoặc nhận thức chưa đầy đủ về vị trí, vai trò của người lao động thì công tác lãnh đạo, chỉ đạo, triển khai thực hiện sẽ không đem lại kết quả cao, thậm chí còn kéo chậm lại quá trình này.

Do vậy, họ cần tiếp tục quán triệt, nhận thức đúng đắn và vận dụng linh hoạt quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin về mối quan hệ giữa người lao động và tư liệu lao động: “Muốn nâng sản xuất công nghiệp và nông nghiệp lên đến mức độ cao... mà chỉ có phương tiện cơ giới và hóa học phụ trợ thì không đủ. Còn cần phải phát triển một cách tương xứng năng lực của con người sử dụng những phương tiện đó nữa”.

Khi đề cập đến vai trò của người lao động, đặc biệt là người lao động có trình độ cao để xây dựng chủ

nghĩa xã hội và chủ nghĩa cộng sản, V.I.Lênin xác định cần phải có những con người có tinh thần làm chủ tập thể, có năng lực trình độ, hăng say lao động, coi trọng sản xuất, có kỷ luật tự giác cao, có tri thức khoa học, có khả năng tiếp thu những thành tựu mới nhất của nền văn minh hiện đại.

Trên cơ sở nhận thức đúng đắn, đầy đủ quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về vấn đề này, các chủ thể cần quán triệt sâu sắc quan điểm của Đảng về “Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và hội nhập quốc tế”. Từ đó, cụ thể hóa sát với điều kiện thực tế ở Phú Thọ, quyết tâm triển khai thực hiện thắng lợi chủ trương phát triển nguồn nhân lực trên địa bàn tỉnh nói chung và nguồn nhân lực ngành nông nghiệp nói riêng. Phấn đấu đến năm 2025 tỉ lệ lao động qua đào tạo và truyền nghề đạt từ 72% trở lên, trong đó đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ, chứng nhận đạt từ 30% trở lên.

Việc thực hiện tốt nội dung biện pháp này sẽ giúp cho các chủ thể làm công tác quản lý, đào tạo, bồi dưỡng người lao động nông nghiệp ở địa phương có sự thống nhất cao về nhận thức, kịp thời đưa ra các chủ trương, cơ chế, chính sách đúng đắn; lãnh đạo, chỉ đạo xây dựng nội dung, chương trình, kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho người lao động một cách phù hợp, hiệu quả.

Hai là, tiếp tục đổi mới, mở rộng liên kết, hợp tác về giáo dục, đào tạo và dạy nghề để nâng cao trình độ cho người lao động nông nghiệp trên địa bàn tỉnh.

Nội dung biện pháp này giữ vai trò chủ đạo, bởi giáo dục, đào tạo luôn được Đảng ta xác định là nhân tố chủ đạo, là “quốc sách hàng đầu”, là “động lực” cho phát triển lực lượng sản xuất hiện đại, là chìa khóa mở cửa tiến vào tương lai, kinh tế tri thức. Trong văn kiện Đại hội XIII, Đảng ta thể hiện rõ quyết tâm

phải “Tạo chuyển biến căn bản, mạnh mẽ về chất lượng, hiệu quả giáo dục, đào tạo”<sup>5</sup>. Tiếp tục cụ thể hóa chủ trương của Đảng về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong giai đoạn mới, Đại hội Đảng bộ tỉnh Phú Thọ nhiệm kỳ 2020 - 2025 xác định: “Phát triển nhân lực có trọng tâm, trọng điểm, chú trọng phát triển nhân tài, lấy giáo dục phổ thông, đào tạo nghề làm nền tảng đào tạo chất lượng cao”<sup>6</sup>. Để hiện thực hóa chủ trương trên và thực hiện có hiệu quả nội dung, biện pháp này, cần làm tốt một số vấn đề sau:

Trước tiên, đổi mới, nâng cao chất lượng nội dung, chương trình giáo dục đào tạo, dạy nghề sát với các đối tượng, phù hợp với mục tiêu phát triển nguồn nhân lực nông nghiệp ở địa phương. Cùng với đó, phải đổi mới mạnh mẽ phương pháp, hình thức giảng dạy; đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ hiện đại vào giảng dạy; tăng thời lượng thực hành và tính thực quan, sinh động sát với thực tiễn. Qua đó giúp cho người học có thể lĩnh hội nhanh các tri thức khoa học và áp dụng được ngay vào thực tiễn.

Gắn kết chặt chẽ giữa giáo dục, đào tạo, dạy nghề với việc phát triển và ứng dụng khoa học - công nghệ. Mở rộng quy mô và nâng cao năng lực đào tạo của các cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng, trung cấp chuyên nghiệp và dạy nghề trên địa bàn tỉnh; quan tâm, ưu tiên phát triển các ngành học phục vụ quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn như: trồng trọt, chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản, công nghệ bảo quản và chế biến nông sản, dịch vụ thú y...

Đến năm 2020, toàn tỉnh Phú Thọ có 34 cơ sở giáo dục nghề nghiệp, trong đó, có 26 cơ sở công lập và 8 cơ sở dạy nghề ngoài công lập tham gia đào tạo 46 nghề ở trình độ cao đẳng, 82 nghề trình độ trung cấp và 106 nghề trình độ sơ cấp dạy nghề dưới 3 tháng; quy mô đào tạo nguồn nhân lực trên 17.000 người/năm. Với chủ trương phát triển đa dạng hóa các hình thức đào tạo nghề, tỉnh đã xây dựng danh mục đào tạo nghề cho lao động nông thôn với 75 nghề nông nghiệp, 68 nghề phi nông nghiệp; tổ chức trên 900 lớp đào tạo nghề cho hơn 34.000 lao động nông thôn.

Cùng với đó, tiếp tục đổi mới, nâng cao chất lượng công tác định hướng nghề nghiệp cho học sinh ở các bậc học phổ thông, vừa bảo đảm cho người học có một định hướng đúng đắn về ngành nghề, vừa yêu thích và có khát khao cống hiến cho sự phát triển kinh tế nông nghiệp của địa phương. Làm tốt khâu này là cơ sở mở rộng và nâng cao chất lượng nguồn cung lao động ngành nông nghiệp ở địa phương trong thời gian tới.

Bên cạnh đó, việc mở rộng liên kết, hợp tác trong bồi dưỡng, dạy nghề sẽ giúp người lao động nông nghiệp trên địa bàn nông thôn trong tỉnh có nhiều cơ hội được học tập, làm quen và tiến tới làm chủ khoa học, kỹ thuật mới; tiếp cận những mô hình sản xuất hiện đại, phương pháp canh tác tiên tiến... Qua đó, tạo cơ sở tiền đề đẩy nhanh quá trình ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất nông nghiệp ở địa phương.

Ba là, huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực cho công tác đào tạo, bồi dưỡng và dạy nghề cho người lao động nông nghiệp ở địa phương.

Việc huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực, mà trực tiếp là nguồn lực tài chính có ý nghĩa rất quan trọng, quyết định đến chất lượng công tác đào tạo, bồi dưỡng và dạy nghề cho người lao động nông nghiệp. Do vậy, cần phải tăng mức đầu tư từ nguồn vốn ngân sách nhà nước cho các cơ sở đào tạo và dạy nghề do tỉnh quản lý, ưu tiên bố trí vốn cho các cơ sở đào tạo, cơ sở dạy nghề trọng điểm; các cơ sở đào tạo được quy hoạch được nâng cấp từ cao đẳng lên đại học và từ trung cấp lên cao đẳng và từ trung tâm dạy nghề lên trường trung cấp nghề. Hàng năm, dành một phần vốn ngân sách để thực hiện chính sách khuyến khích phát triển cơ sở xã hội hóa, hỗ trợ đầu tư các cơ sở đào tạo, dạy nghề ngoài công lập theo Nghị quyết của Hội đồng nhân dân tỉnh. Quan tâm, đầu tư thích đáng cho công tác đào tạo, dạy nghề nhằm nâng cao trình độ cho lực lượng lao động trong ngành nông nghiệp của địa phương. Năm 2020, tỉnh đã chi hơn 37 tỉ đồng cho công tác đào tạo nghề cho người lao động trên địa bàn nông thôn.

Xây dựng kế hoạch dự toán ngân sách nhà nước theo hướng tập trung cho các nhóm ngành nghề đào tạo, dạy nghề ưu tiên, thực hiện bình đẳng giữa các cơ sở đào tạo, chú trọng các hoạt động đào tạo, dạy nghề trên địa bàn miền núi, vùng sâu vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn và đối tượng là người dân tộc thiểu số, hộ nghèo, hộ gia đình chính sách...

Cùng với đó, tỉnh Phú Thọ phải tiếp tục đẩy mạnh xã hội hóa các hoạt động giáo dục đào tạo, dạy nghề cho người lao động trong ngành nông nghiệp ở địa phương, nhằm huy động tối đa các nguồn vốn đầu tư ngoài ngân sách nhà nước cho công tác này. Tìm kiếm các nguồn tài trợ từ các chương trình mục tiêu quốc gia về xóa đói giảm nghèo và giải quyết việc làm, đề án đào tạo nghề cho lao động nông thôn, các chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ... Có chính sách huy động nguồn đóng góp từ phía doanh nghiệp cho đào tạo nghề, bao gồm chính sách khuyến khích thành lập các trung tâm đào tạo có chất lượng cao. Hỗ trợ kinh phí đào tạo một số nghề mũi nhọn cho người lao động trong lĩnh vực nông nghiệp mà tỉnh có nhu cầu. Tạo mối quan hệ tương hỗ và chia sẻ kinh phí đào tạo giữa nhà nước, nhà trường, doanh nghiệp và người lao động.

Bốn là, tiếp tục hoàn thiện, xây dựng, ban hành các cơ chế chính sách khuyến khích phát triển, nâng cao trình độ người lao động trong ngành nông nghiệp ở địa phương.

Đây là vấn đề rất quan trọng, thực hiện tốt nội dung biện pháp này không chỉ tạo ra hành lang pháp lý mà còn tạo ra sức hút để huy động các nguồn lực khác tham gia vào công tác đào tạo, bồi dưỡng, dạy nghề nâng cao trình độ của người lao động nông

nghiệp. Theo đó, địa phương phải tiếp tục xây dựng, hoàn thiện chính sách khuyến khích đầu tư phù hợp với định hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh, có mức ưu đãi cao trong khung pháp lý chung của nhà nước, chú trọng các hình thức đầu tư mới gắn quyền lợi với trách nhiệm của nhà đầu tư và thu hút nhiều lao động, nhất là trong lĩnh vực nông nghiệp. Qua đó, vừa khuyến khích các doanh nghiệp, các nhà đầu tư tham gia vào công tác đào tạo lực lượng lao động, vừa tạo ra lượng cầu lớn về lao động nông nghiệp chất lượng cao của địa phương.

Cùng với đó, tiếp tục xây dựng, hoàn thiện và ban hành chính sách tài chính, sử dụng ngân sách cho phát triển nhân lực: Tăng đầu tư từ ngân sách nhà nước, huy động mọi nguồn lực trong xã hội để phát triển nhân lực, đặc biệt là phát triển lực lượng lao động nông nghiệp ở địa phương; đổi mới cơ chế quản lý tài chính. Ngân sách nhà nước là nguồn tài chính chủ yếu của giáo dục, đào tạo. Do đó, chính sách tài chính phải hướng tới sự cân đối, đảm bảo đầu tư cho phát triển nguồn nhân lực trong tương quan với các ngành khác ở địa phương.

Bên cạnh đó, để đảm bảo nhu cầu vốn cho phát triển nguồn nhân lực ở địa phương nói chung và lực lượng lao động nông nghiệp nói riêng, phải tiếp tục điều chỉnh cơ chế, chính sách nhằm tăng mức huy động các nguồn vốn xây dựng cơ bản, sự nghiệp kinh tế, sự nghiệp khoa học, vốn hỗ trợ phát triển chính thức ODA, vốn FDI, hợp tác quốc tế và huy động nguồn vốn của các doanh nghiệp, vốn trong dân thông qua xã hội để thực hiện các dự án đào tạo, bồi dưỡng, dạy nghề cho người lao động.

Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện chính sách đãi ngộ và thu hút nhân tài: rà soát, điều chỉnh, bổ sung và nghiên cứu ban hành những chính sách ưu đãi, thu hút người có trình độ cao, đặc biệt cần thu hút các chuyên gia, các nhà khoa học trong lĩnh vực nông nghiệp về tinh công tác cho phù hợp với từng giai đoạn. Thực hiện các chính sách ưu đãi đối với học sinh, sinh viên là người dân tộc thiểu số. Xây dựng các cơ chế, chính sách đặc thù để phát triển nguồn nhân lực các dân tộc thiểu số ở địa phương. Thực hiện tốt cơ chế, chính sách về vấn đề này vừa kích thích con em đồng bào tích cực đến trường học tập nâng cao trình độ, vừa tạo ra cơ sở tiền đề vững chắc để đẩy nhanh quá trình ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất nông nghiệp ở các địa phương nông thôn, miền núi của tỉnh.

Năm là, phát huy tính tích cực, chủ động của người lao động nông nghiệp trên các địa bàn nông thôn, miền núi trong tinh tự giác học tập, nghiên cứu nâng cao trình độ.

Với tư cách là chủ thể của quá trình phát triển, bên cạnh những yếu tố cần do cơ quan, tổ chức, xã hội, môi trường đưa lại thì yếu tố đủ và giữ vai trò quyết định là ý thức tự giác, tự lực, tự cường, chủ động khắc

phục khó khăn vươn lên trong học tập, nghiên cứu trau dồi kiến thức, phẩm chất đạo đức để hoàn thiện kỹ năng, trình độ chuyên môn, nhân cách của bản thân người lao động. Bản thân người lao động phải luôn nuôi dưỡng khát khao vươn lên làm chủ tri thức, làm chủ khoa học - công nghệ và làm giàu chính đáng trên chính mảnh đất, quê hương của mình mới giúp họ tính tích cực, chủ động tìm kiếm tri thức và tự giác học tập nâng cao trình độ.

Đây là nội dung, biện pháp quyết định trực tiếp đến việc nâng cao trình độ người lao động nông nghiệp ở địa phương. Tuy nhiên, vấn đề này lại không thể thực hiện được ngay trong một sớm, một chiều. Nó đòi hỏi phải có sự vào cuộc thường xuyên, liên tục của rất nhiều lực lượng cả gia đình, nhà trường và xã hội; tác động bằng nhiều hình thức, biện pháp khác nhau. Trong đó, công tác tuyên truyền, giáo dục có ý nghĩa quyết định.

Trên đây là một số nội dung, biện pháp rất cơ bản góp phần nâng cao trình độ người lao động nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Phú Thọ hiện nay. Mỗi biện pháp có vị trí, ý nghĩa khác nhau, trong quá trình tổ chức thực hiện cần tiến hành đồng bộ, song phải vận dụng linh hoạt các biện pháp ở từng thời điểm cụ thể khác nhau để không ngừng nâng cao trình độ của người lao động nông nghiệp ở địa phương. Trên cơ sở đó, tạo ra tiền đề căn bản, quan trọng để đẩy nhanh quá trình ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất nhằm đưa kinh tế nông nghiệp của tỉnh phát triển theo hướng hiện đại, bền vững và nâng cao thu nhập cho người nông dân./.

## Tài liệu tham khảo

Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Tập I và Tập 2, Nxb Chính trị Quốc gia.

Đảng bộ tỉnh Phú Thọ (2020), Văn kiện Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Phú Thọ lần thứ XIX.

Phạm Thị Thu Hương (2020), Đẩy mạnh đào tạo nghề, giải quyết việc làm cho người lao động, <http://consosukien.vn/>

Hội đồng nhân dân tỉnh Phú Thọ (2019), Nghị quyết số 05/2019/NQ-HĐND ngày 16/7/2019 của Hội đồng nhân dân tỉnh Phú Thọ về Chính sách hỗ trợ, khuyến khích phát triển nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Phú Thọ.

Hội đồng nhân dân tỉnh Phú Thọ (2011), Quyết định về quy hoạch phát triển nguồn nhân lực tỉnh Phú Thọ giai đoạn 2011 - 2020.



# Nghiên cứu chuyển dịch cơ cấu các ngành kinh tế tại huyện Việt Yên, tỉnh Bắc Giang

Phạm Thị Phương

Trường Đại học Nông - Lâm Bắc Giang

Bài viết sử dụng nguồn số liệu thứ cấp giai đoạn 2015- 2019 của Phòng Thống kê huyện cho thấy bức tranh toàn cảnh về thực trạng chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế theo hướng Công nghiệp hóa - Hiện đại hóa tại huyện Việt Yên. Trong đó, cơ cấu ngành công nghiệp - xây dựng có xu hướng tăng, cơ cấu ngành Nông, lâm, thủy sản có xu hướng giảm. Từ thực trạng trên bài viết đưa ra một số giải pháp chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế nhằm góp phần phát triển kinh tế - xã hội của huyện.

## 1. Mở đầu

Đối với Việt Nam trong giai đoạn 2016 - 2018, mặc dù, tăng trưởng kinh tế đã đạt được những thành tựu đáng kể. Việt Nam còn là một trong những nền kinh tế thành công nhất ở Đông Á trên nhiều khía cạnh (Finn Tarp, 2017). Điều này có thể được thấy ở tốc độ tăng trưởng GDP. Tăng trưởng GDP bình quân 6,57% trong vòng 3 năm (Bộ KH&ĐT, 2019) song quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Việt Nam vẫn còn chậm, tăng trưởng kinh tế còn phụ thuộc nhiều vào nhiều yếu tố như: vốn, tài nguyên, trình độ lao động, chưa đưa các thành tựu khoa học và công nghệ vào hoạt động sản xuất, nguồn lao động có kỹ năng chưa cao, năng suất lao động chưa được cải thiện, chưa cạnh tranh được với một số nước trong khu vực... Bắc Giang nói chung và Việt Yên nói riêng cũng không nằm ngoài thực trạng chung trong cả nước. Đặc biệt, Việt Yên là huyện có vị trí nằm gần trung tâm của tỉnh, với hệ thống giao thông thuận tiện và đa dạng. Đồng thời, nơi đây là vùng trọng điểm phát triển công nghiệp của tỉnh. Huyện có 04 khu công nghiệp trong tổng số 06 khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh. Từ năm 2015 đến nay, cùng với sự phát triển của các địa phương trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, Việt Yên đã có những bước đột phá trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong quá trình CNH, HĐH. Huyện là một trong những địa phương có tốc độ chuyển dịch cơ cấu kinh tế nhanh của tỉnh Bắc Giang và thu được nhiều kết quả kinh tế đáng kể. Tuy nhiên, chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên địa bàn Việt Yên cũng nảy sinh nhiều vấn đề bất cập như: Tăng trưởng kinh tế của huyện trong thời gian qua nhanh nhưng hiệu quả thấp, thiếu bền vững, chưa ổn định; mô hình tăng trưởng kinh tế chủ yếu theo chiều rộng nhờ tăng quy mô của các yếu tố đầu vào, dẫn đến tình trạng đánh đổi cho con số tăng trưởng nhanh là những khoản chi phí kinh tế - xã hội phải bỏ cao.

Xuất phát từ lý do đó, trên cơ sở nghiên cứu thực trạng chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên địa bàn huyện

Việt Yên, bài viết đưa ra một số giải pháp đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế góp phần phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn huyện

## 2. Thực trạng chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên địa bàn huyện Việt Yên, giai đoạn 2015 – 2019

Thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ huyện lần thứ XXII, trong bối cảnh thuận lợi song không ít khó khăn, UBND huyện đã tập trung cao nhất mọi nguồn lực đẩy nhanh tốc độ phát triển, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng nâng cao tỷ trọng công nghiệp - dịch vụ, coi trọng lĩnh vực nông nghiệp, nông dân và nông thôn; phát triển tiểu thủ công nghiệp, sản xuất nông nghiệp hàng hóa, xây dựng nông thôn mới để giảm khoảng cách đô thị và nông thôn; huy động mọi nguồn lực đầu tư kết cấu hạ tầng; nâng cao chất lượng các hoạt động văn hóa - xã hội, giáo dục. Thực hiện tốt chính sách an sinh xã hội; phát huy quyền làm chủ của nhân dân; gắn phát triển kinh tế với quốc phòng, an ninh... Với sự nỗ lực, tinh thần quyết tâm đổi mới, sáng tạo, chủ động, linh hoạt, quyết liệt trong chỉ đạo điều hành. Cùng với sự tập trung lãnh đạo, chỉ đạo, giám sát của Huyện ủy, HĐND, Mặt trận Tổ quốc, các đoàn thể chính trị, xã hội; sự nỗ lực, cố gắng của cộng đồng doanh nghiệp, nhân dân và các lực lượng vũ trang, kinh tế - xã hội của huyện đã đạt được kết quả khá toàn diện, nổi bật trên hầu hết các lĩnh vực.

Về cơ cấu giá trị ngành kinh tế cho thấy: khi bao gồm giá trị của khu công nghiệp, tỷ trọng ngành công nghiệp của huyện chiếm đại đa số ngành kinh tế hai ngành còn lại có giá trị thấp hơn: năm 2015, công nghiệp - xây dựng chiếm 43,75%; nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản chiếm 27,76%; dịch vụ chiếm 28,49%. Năm 2017, công nghiệp, xây dựng tăng lên 49,5%; dịch vụ tăng lên 31% nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản giảm xuống còn 19,5%. Đến năm 2019, công nghiệp, xây dựng tăng lên đạt 61,28%; dịch vụ giảm còn 23,46%; nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản giảm xuống còn 15,26%. Như vậy, có sự chuyển dịch mạnh

mé từ nông lâm nghiệp thủy sản sang công nghiệp, dịch vụ.

**Bảng 1. Tổng giá trị sản xuất toàn huyện Việt Yên giai đoạn 2015 - 2019**

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Tổng GTSX (giá SS 2010)</b>	<b>5.051,7</b>	<b>5.660,7</b>	<b>6.587</b>	<b>8.040,6</b>	<b>8.620,6</b>
Nông nghiệp, LN, TS	1.402,3	1.698,7	1.353	1.933,5	1.338,9
Công nghiệp - Xây dựng	2.210,2	1.625,9	3.330	4.386	5.398,5
Dịch vụ	1.439,2	643,2	1.904	2.246,7	1.883,2
<b>Tổng GTSX (giá HH)</b>	<b>7.115</b>	<b>7.978</b>	<b>9.619,8</b>	<b>11.044,8</b>	<b>13.252,4</b>
Nông nghiệp, LN, TS	1.975	2.143	1.875,8	2.161,3	1.951,9
Công nghiệp - Xây dựng	3113	3363	4762	6371,5	8121,7
Dịch vụ	2.027	2.472	2.982	2.512	3.109,1

*Nguồn: Phòng Thống kê huyện Việt Yên*

Theo báo cáo kết quả thực hiện kinh tế giai đoạn 5 năm (2016 — 2020). Tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất bình quân đạt 14,12%, bằng 104,59% kế hoạch, tổng giá trị sản xuất (không bao gồm khu công nghiệp) 44.010 tỷ, bằng 203% cùng kỳ 2011-2015. Trong đó, Công nghiệp - xây dựng tăng trưởng 20,97%, bằng 124% kế hoạch, bằng 179% cùng kỳ 2011-2015; giá trị sản xuất 25.731,2 tỷ đồng; nông lâm nghiệp thủy sản bằng 1,19% bằng 20,59% kế hoạch; giá trị sản xuất 10.107 tỷ đồng; ngành dịch vụ đạt 11,25%, đạt 73,53% kế hoạch, bằng 112% cùng kỳ 2011-2015; giá trị sản xuất 13.102,1 tỷ đồng.

Nhìn chung, từ năm 2015 đến năm 2019, tốc độ tăng trưởng chung các ngành kinh tế của huyện vượt kế hoạch đề ra, tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng ngành của ngành dịch vụ và nông lâm nghiệp thủy sản không đạt mục tiêu. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tích cực, tăng tỷ trọng công nghiệp xây dựng do sự giảm mạnh của lĩnh vực nông, lâm nghiệp và thủy sản. Lĩnh vực dịch vụ có xu hướng tăng qua 3 năm 2015 — 2017 nhưng chưa rõ ràng. năm 2018 và 2019 lại có xu hướng giảm xuống.

Chất lượng tăng trưởng toàn ngành kinh tế đang dần được cải thiện theo hướng bền vững, phù hợp với mục tiêu của địa phương tại Nghị quyết đại hội Đảng bộ huyện; duy trì khá cao so với cả tỉnh và cả nước, chuyển dịch cơ cấu các ngành kinh tế đang diễn ra liên tục. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tích cực: Tỷ trọng của khu vực nông nghiệp giảm chuyển sang công nghiệp - xây dựng và thương mại - dịch vụ; các ngành, lĩnh vực kinh tế từng bước được cơ cấu lại theo hướng nâng cao chất lượng, hiệu quả, tăng sức cạnh tranh. Thu hút được nhiều dự án đầu tư sản xuất chiều sâu, ứng dụng công nghệ cao, thúc đẩy phát triển kinh tế của huyện cũng như toàn tỉnh

### 3. Đánh giá chung về thực trạng cơ cấu kinh tế huyện Việt Yên giai đoạn 2015 - 2019

#### 3.1. Những kết quả đã đạt được

Kinh tế của huyện những năm gần đây có bước phát triển mạnh mẽ. Quy mô nền kinh tế được mở rộng. Cơ cấu kinh tế biến đổi dần theo hướng hiện đại thể hiện ở tỷ trọng ngành nông, lâm nghiệp, thủy sản giảm và các ngành công nghiệp, xây dựng và dịch vụ tăng lên. Điểm nổi bật trong chuyển dịch cơ cấu kinh

tế của huyện so với cả tỉnh trong giai đoạn vừa qua là tốc độ tăng lĩnh vực công nghiệp - xây dựng trong cơ cấu kinh tế tăng nhanh nhất của cả tỉnh. Ngành công nghiệp trên địa bàn huyện đã khai thác các lợi thế của địa phương, thu hút vốn đầu tư phát triển tăng nhanh, hạ tầng kinh tế - xã hội được đầu tư khá đồng bộ với sự đóng góp đa dạng của nhiều nguồn vốn. vốn đầu tư công được sử dụng có hiệu quả thúc đẩy tăng trưởng kinh tế đã tác động tích cực đến công tác xóa đói giảm nghèo. đóng góp của yếu tố kinh tế vào phát triển con người các lĩnh vực văn hóa - xã hội, giáo dục, y tế của được quan tâm phát triển. Năng suất lao động xã hội tăng lên theo từng năm và cao hơn tốc độ tăng trưởng kinh tế cho thấy thu nhập thực sự của người lao động đã được tăng lên; đây là tiền đề để nâng cao mức chi tiêu cho người dân.

Việc thu hút đầu tư, phát triển công nghiệp đã góp phần rất lớn vào giải quyết việc làm cho người lao động, nâng cao chất lượng lao động, chuyển dịch cơ cấu lao động và thúc đẩy các thành phần kinh tế khác phát triển. Một trong những đóng góp nổi bật là khả năng thu hút lao động và tạo chỗ làm việc mới; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động. Bên cạnh đó, thông qua sự tham gia trực tiếp vào hoạt động của các doanh nghiệp, đặc biệt là các dự án công nghiệp, người lao động đã từng bước hình thành tác phong lao động công nghiệp, có ý thức, kỷ luật lao động, học hỏi được các phương thức lao động tiên tiến góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

#### 3.2. Những hạn chế cần khắc phục

- Về tăng trưởng kinh tế: Tăng trưởng kinh tế của huyện trong thời gian qua nhanh nhưng hiệu quả thấp, tăng trưởng thiếu bền vững, chưa ổn định; cấu trúc kinh tế và mô hình tăng trưởng kinh tế chủ yếu theo chiều rộng nhờ tăng quy mô của các yếu tố đầu vào, đặc biệt là yếu tố vốn đầu tư; động lực của tăng trưởng là các ngành gia công có chi phí trung gian lớn, giá trị gia tăng thấp, năng suất lao động thấp, dẫn đến tình trạng đánh đổi cho con số tăng trưởng nhanh là những khoản chi phí kinh tế - xã hội phải bỏ cao. Hiệu quả sử dụng các yếu tố nguồn lực như vốn, lao động, tài nguyên còn thấp.

- Về cơ cấu kinh tế: Ngành công nghiệp chuyển dịch theo hướng không cân đối, có sự gia tăng mạnh đối với ngành công nghiệp chế biến, chế tạo và phụ thuộc nhiều vào khu vực đầu tư nước ngoài. Lĩnh vực dịch vụ chậm phát triển, chưa có đột phá, chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế, vị thế của huyện. Ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản vẫn chiếm tỷ trọng khá cao nhưng lại là nền nông nghiệp nhỏ lẻ, manh mún. Quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, một số ngành chưa thể hiện được tính bền vững. Cơ cấu ngành công nghiệp bộc lộ những bất hợp lý. Một số ngành dịch vụ tỷ trọng thấp.

- Về cơ cấu vùng: Việc phát triển các vùng kinh tế có lợi hiện nay còn mang tính tự phát, chưa tận dụng

triệt để được các tiềm năng, lợi thế của từng vùng để phát triển các sản phẩm chủ lực.

#### 4. Giải pháp chuyển dịch cơ cấu các ngành kinh tế giai đoạn 2020-2025

Phát triển sản xuất công nghiệp, xây dựng, thực hiện cơ cấu lại ngành công nghiệp phát triển theo chiều sâu. Tạo điều kiện cho sự ra đời và phát triển của các doanh nghiệp cung cấp linh kiện, phát triển công nghiệp phụ trợ, tích cực trong nghiên cứu và triển khai, và phát triển sản phẩm có hàm lượng xuất khẩu cao. Huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn đầu tư phát triển, xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội. Tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất lĩnh vực công nghiệp, xây dựng bình quân đạt 20-25%/năm.

Phát triển nông, lâm nghiệp và thủy sản và xây dựng nông thôn mới, tiếp tục tái cơ cấu ngành nông nghiệp, phát triển nông nghiệp đa dạng, bền vững theo hướng sản xuất tập trung quy mô lớn, đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ để nâng cao năng suất, chất lượng hiệu quả và khả năng cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu đa dạng ở thị trường đặc biệt là thị trường chất lượng cao; nâng cao thu nhập và cải thiện mức sống cho người dân nông thôn, góp phần giảm tỷ lệ đói nghèo và bảo vệ môi trường sinh thái. Xây dựng nền nông nghiệp theo hướng hiện đại, bền vững dựa trên nền tảng phát triển nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp thông minh, nông nghiệp sạch. Phát triển thương hiệu rau, củ, quả Việt Yên. Đổi mới hình thức tổ chức sản xuất trên cơ sở phát triển các doanh nghiệp, hợp tác xã nông nghiệp, các trang trại có sự hợp tác, liên kết chặt chẽ theo chuỗi giá trị. Sản xuất nông nghiệp theo hướng đảm bảo an toàn thực phẩm sản xuất theo tiêu chuẩn Vietgap. Tốc độ tăng trưởng ngành nông nghiệp giai đoạn đạt 1,5%; Tỷ lệ diện tích rau an toàn sản xuất theo tiêu chuẩn VietGap đến 2025 đạt 70%; Tỷ lệ diện tích sản xuất thâm canh thủy sản theo tiêu chuẩn VietGap đến 2025 đạt 50%; Tỷ lệ tổng đàn chăn nuôi lợn theo tiêu chuẩn VietGap đến 2025 50%; Tỷ lệ tổng đàn chăn nuôi gia cầm theo tiêu chuẩn VietGap đến 2025 đạt 53%; Tỷ lệ cơ sở sản xuất, chế biến, kinh doanh nông lâm sản, thủy sản được cấp giấy chứng nhận ATTP đến 2025 đạt 98%;

Phát triển dịch vụ, tập trung mọi nguồn lực để phát triển thương mại đáp ứng nhu cầu thực tiễn cũng như tương xứng với tiềm năng, lợi thế của huyện. Phát triển đa dạng các loại hình dịch vụ và nâng cao chất lượng, trình độ phát triển. Trong giai đoạn, tập trung vào phát triển ngành dịch vụ nhà hàng, khách sạn, bán buôn, bán lẻ, vận tải, logistics phụ trợ cho nhu cầu phát triển công nghiệp. Tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất ngành dịch vụ đạt 12-15%; tổng giá trị sản xuất bao gồm KCN 15.430,32 tỷ đồng; không bao gồm KCN 15.380,32 tỷ đồng.

#### 5. Kết luận

Việt Yên là huyện có lợi thế về vị trí địa lý, là huyện nằm ở cửa ngõ của tỉnh Bắc Giang, cách không xa các trung tâm công nghiệp, đô thị lớn của “Tam giác kinh tế phát triển”: Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, nơi tập trung đầu mỗi giao lưu kinh tế, khoa học, công nghệ của cả nước; là địa bàn được tỉnh chọn là huyện trọng điểm phát triển công nghiệp, trung tâm kinh tế của tỉnh. Huyện đang có chuyển dịch cơ cấu theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa mạnh mẽ. Tuy nhiên giai đoạn vừa qua, do sự định hướng của tỉnh về thu hút đầu tư chưa thực sự chuẩn xác đã dẫn đến cơ cấu, phát triển kinh tế của huyện bộc lộ nhiều tồn tại và dự đoán trong tương lai sẽ khó đảm bảo tiêu chí về phát triển bền vững. Chính quyền địa phương cần đưa ra mục tiêu tăng trưởng nhanh tuy nhiên lưu ý về chất lượng tăng trưởng.

Vì vậy, trong giai đoạn đến năm 2025, huyện Việt Yên cần tập trung hơn nữa để huy động nhân tài và vật chất cho phát triển kinh tế. Cần có một chiến lược đúng đắn để khắc phục các tồn tại cũng như định hướng hướng tới mục tiêu phát triển bền vững trong tương lai./.

#### Tài liệu tham khảo

Đại học kinh tế quốc dân (2013). Khái niệm chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Thư viện Học liệu mở (VOER) <https://voer.edu.vn/m/khai-niem-chuyen-dich-co-cau-kinh-te/6d479283>

Đại học kinh tế quốc dân (2013). Khái quát về công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Thư viện Học liệu mở (VOER) <https://voer.edu.vn/profile/4>

Finn Tarp (2017). Tăng trưởng, chuyển đổi cơ cấu và thay đổi của nông thôn Việt Nam. Viện Nghiên cứu thế giới về Kinh tế Phát triển, Đại học Liên hợp quốc (UNU-WIDER)

Hồng Nguyễn (2019). Chuyển dịch cơ cấu kinh tế là gì và thực trạng ở Việt Nam. <https://timviec365.vn/blog/chuyen-dich-co-cau-kinh-te-la-gi-new6115.html>

# Quản lý nhà nước về xây dựng trên địa bàn huyện Phúc Thọ, thành phố Hà Nội: Thực trạng và những vấn đề đặt ra

Lê Thị Phương

Hà Thị Anh

Trường Cao đẳng Kinh tế Kỹ thuật - Đại học Thái Nguyên

Quản lý phát triển bền vững đô thị có ý nghĩa rất lớn đối với nền kinh tế và quốc gia nói chung, vì nó góp phần phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế xã hội. Phúc Thọ là một huyện ngoại thành của Thành phố Hà Nội cũng không nằm ngoài xu thế chung của quá trình đô thị hoá đang diễn ra khá mạnh mẽ, tốc độ đô thị hoá nhanh, các công trình xây dựng, nhà cửa của người dân ngày một khang trang, các cơ sở thương mại dịch vụ, sản xuất công nghiệp, các công trình hạ tầng... đang ngày ngày đổi thay. Vì vậy, việc quản lý nhà nước về xây dựng trên địa bàn huyện Phúc Thọ được đặt ra một cách cấp thiết hơn bao giờ hết.

## 1. Thực trạng Quản lý Nhà nước về xây dựng trên địa bàn huyện Phúc Thọ

### 1.1. Hoạt động xây dựng trên địa bàn huyện Phúc Thọ

Hàng năm UBND huyện Phúc Thọ chỉ đạo phòng Quản lý đô thị phối hợp với Đội quản lý trật tự xây dựng, tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho cán bộ từ lãnh đạo UBND các xã, thị trấn đến cán bộ chuyên môn quản lý nhà nước về trật tự xây dựng và công tác quản lý, cấp phép xây dựng. Tình hình xây dựng trên địa bàn huyện được tổng hợp như sau:

Bảng 1: Tình hình xây dựng trên địa bàn huyện, 2017-2019

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2017	2018	2019
<b>1</b>	<b>Số công trình xây dựng</b>	<b>CT</b>	<b>166</b>	<b>181</b>	<b>207</b>
a	Nhà ở dân dụng	CT	159	174	203
b	Trụ sở cơ quan	CT	4	3	2
c	Công trình công cộng	CT	3	4	2
<b>2</b>	<b>Diện tích xây dựng</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>21.200</b>	<b>24.430</b>	<b>25.140</b>
a	Nhà ở dân dụng	m <sup>2</sup>	15.900	18.530	21.340
b	Trụ sở cơ quan	m <sup>2</sup>	2.000	2.100	1.200
c	Công trình công cộng	m <sup>2</sup>	3.300	3.800	2.600
<b>3</b>	<b>Số CT được cấp phép XD</b>	<b>CT</b>	<b>153</b>	<b>168</b>	<b>195</b>
a	Nhà ở dân dụng	CT	146	161	191
b	Trụ sở cơ quan	CT	4	3	2
c	Công trình công cộng	CT	3	4	2
<b>4</b>	<b>Số CT không có GPXD</b>	<b>CT</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>12</b>
a	Nhà ở dân dụng	CT	13	13	12
b	Trụ sở cơ quan	CT	0	0	0
c	Công trình công cộng	CT	0	0	0

Nguồn: UBND huyện Phúc Thọ

Số công trình xây dựng và diện tích xây dựng tăng từ năm 2017-2019, qua 03 năm số công trình xây dựng tăng 11,67%, diện tích xây dựng tăng 8,9%. Số công trình được cấp giấy phép tăng lên, trong 03 năm tăng bình quân 12,89% và chủ yếu tăng ở nhóm nhà ở dân dụng chứng tỏ nhu cầu nhà ở tăng lên và điều kiện kinh tế của hộ gia đình khá giả hơn. Số công trình xây dựng không có giấy phép qua 03 năm có giảm nhưng không đáng kể (giảm 3,92%). Các công trình như trụ sở cơ quan hay các công trình công cộng hầu như

không xây ra tình trạng xây dựng không phép, công trình không phép ở đây là các công trình nhà ở dân dụng. Do vậy mà cần có biện pháp tuyên truyền để các hộ dân hiểu và chấp hành các quy định của pháp luật về xây dựng.

### 1.2. Công tác quản lý nhà nước về xây dựng trên địa bàn huyện

- Công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật về xây dựng

Nhận thức rõ vai trò và tầm quan trọng của hoạt động tuyên truyền, phổ biến pháp luật trong xây dựng, trong những năm qua, UBND huyện đã tích cực triển khai bằng nhiều hình thức phù hợp nhằm cập nhật và phổ biến sâu rộng tới các chủ thể tham gia hoạt động xây dựng trên địa bàn huyện. Các hoạt động này đã góp phần quan trọng trong việc làm cho pháp luật của Nhà nước đi vào đời sống xã hội, nâng cao nhận thức và hành động phù hợp với quy định của pháp luật. Trong giai đoạn từ năm 2017 đến năm 2019, huyện đã tổ chức 26 cuộc tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật trên địa bàn huyện; tổ chức 5 cuộc thi tìm hiểu pháp luật, với hơn 1000 lượt người tham dự về pháp luật liên quan lĩnh vực xây dựng, trật tự xây dựng đô thị, quy trình, thủ tục xin cấp giấy phép xây dựng, các hình thức xử lý vi phạm trật tự xây dựng; bên cạnh đó, thường xuyên đăng tải các thông tin trên các phương tiện đại chúng, loa phóng thanh xã, website quận, bản tin, trang fanpage huyện các quy định liên quan lĩnh vực trật tự xây dựng đô thị, thông qua đó đã thu hút hàng triệu lượt người quan tâm chia sẻ thông tin.

- Công tác quản lý quy hoạch xây dựng

Theo quy hoạch chung xây dựng Thủ đô đến năm 2030, huyện Phúc Thọ là một huyện ngoại thành phát triển kinh tế tổng hợp, trong đó chú trọng phát triển nông nghiệp đô thị sinh thái, có môi trường đầu tư thuận lợi, chất lượng sống đô thị và nông thôn cao, phát triển bền vững. Quy hoạch huyện Phúc Thọ gồm

2 định hướng lớn về phát triển không gian. Với không gian đô thị (thị trấn sinh thái Phúc Thọ) là trung tâm đầu não chính trị, hành chính, văn hóa, xã hội, giáo dục, đào tạo, khoa học, kỹ thuật, kinh tế, thương mại, dịch vụ của huyện. Còn không gian khu vực nông thôn, được tôn tạo cảnh quan làng xóm truyền thống gắn với việc khai thác các hoạt động phục vụ du lịch tại nông thôn, ở các khu dân cư và làng nghề, di sản di tích văn hóa lịch sử, cải tạo, trùng tu, nâng cấp các công trình lịch sử, văn hóa, công trình tôn giáo, tín ngưỡng, công trình công cộng dân gian truyền thống.

- Công tác quản lý về cấp giấy phép xây dựng

Điều kiện thực hiện thủ tục cấp giấy phép xây dựng: (1) phù hợp với mục đích sử dụng đất theo quy hoạch sử dụng đất được phê duyệt; (2) bảo đảm an toàn cho công trình, công trình lân cận và yêu cầu về bảo vệ môi trường, phòng, chống cháy, nổ; bảo đảm an toàn hạ tầng kỹ thuật, hành lang bảo vệ công trình thủy lợi, đê điều, năng lượng, giao thông, khu di sản văn hóa, di tích lịch sử - văn hóa; bảo đảm khoảng cách an toàn đến công trình dễ cháy, nổ, độc hại và công trình quan trọng có liên quan đến quốc phòng, an ninh; (3) thiết kế xây dựng nhà ở riêng lẻ được thực hiện theo quy định; (4) đối với nhà ở riêng lẻ tại đô thị phải phù hợp với quy hoạch chi tiết xây dựng.

**Bảng 2: Tình hình và kết quả cấp giấy phép xây dựng trên địa bàn huyện, 2017-2019**

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2017	2018	2019
<b>1</b>	<b>Số hồ sơ xin GPXD</b>	<b>Hồ sơ</b>	<b>158</b>	<b>171</b>	<b>197</b>
a	Nhà ở dân dụng	Hồ sơ	151	164	193
b	Trụ sở cơ quan	Hồ sơ	4	3	2
c	Công trình công cộng	Hồ sơ	3	4	2
<b>2</b>	<b>Số hồ sơ được cấp GPXD</b>	<b>Hồ sơ</b>	<b>153</b>	<b>168</b>	<b>195</b>
a	Nhà ở dân dụng	Hồ sơ	146	161	191
b	Trụ sở cơ quan	Hồ sơ	4	3	2
c	Công trình công cộng	Hồ sơ	3	4	2
<b>3</b>	<b>Số hồ sơ không được cấp phép XD</b>	<b>Hồ sơ</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a	Nhà ở dân dụng	Hồ sơ	5	3	2
b	Trụ sở cơ quan	Hồ sơ	0	0	0
c	Công trình công cộng	Hồ sơ	0	0	0

Nguồn: UBND huyện Phúc Thọ

Hồ sơ xin cấp phép tăng qua các năm, bình quân qua 03 năm tăng 11,66%. Số hồ sơ được cấp giấy phép xây dựng tăng bình quân là 12,89% trong đó chủ yếu là hồ sơ của các công trình nhà ở dân dụng, còn hồ sơ các công trình trụ sở cơ quan và các công trình công cộng thì giảm. Số hồ sơ không được cấp phép có giảm nhưng vẫn còn một vài trường hợp hồ sơ không cấp được giấy phép xây dựng là các trường hợp hồ sơ công trình nhà ở dân dụng. Do vậy, cần tăng cường công tác tuyên truyền để người dân hiểu và nắm rõ các quy định về điều kiện cấp cấp phép xây dựng.

- Công tác quản lý về xây dựng theo giấy phép huyện Phúc Thọ

Công tác quản lý việc xây dựng theo giấy phép là một nội dung có ý nghĩa quan trọng trong lĩnh vực quản lý trật tự xây dựng. Thông qua việc cấp giấy phép xây dựng cũng như việc quản lý xây dựng theo giấy phép được cơ quan có thẩm quyền cấp sẽ đảm bảo được quy hoạch xây dựng được thực hiện một cách

ngghiêm túc, cảnh quan kiến trúc, chất lượng công trình xây dựng được đảm bảo. Xác định tầm quan trọng của công tác quản lý nhà nước về xây dựng theo giấy phép xây dựng, trong thời gian qua, UBND huyện đã chỉ đạo phòng Quản lý đô thị huyện, UBND xã, thị trấn phối hợp với Đội quản lý trật tự xây dựng thực hiện tốt công tác quản lý nhà nước về xây dựng theo giấy phép xây dựng, các thông tin cơ sở dữ liệu về số lượng, nội dung giấy phép xây dựng được liên thông thông suốt, kịp thời tạo cơ sở dữ liệu để quản lý nhà nước về xây dựng theo giấy phép xây dựng hiệu quả.

**Bảng 3: Tình hình vi phạm trật tự xây dựng trên địa bàn huyện, 2017-2019**

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2017	2018	2019
<b>1</b>	<b>Số công trình xây dựng</b>	<b>CT</b>	<b>166</b>	<b>181</b>	<b>207</b>
<b>2</b>	<b>Số công trình được cấp phép</b>	<b>CT</b>	<b>153</b>	<b>168</b>	<b>195</b>
<b>3</b>	<b>Số công trình có vi phạm</b>	<b>CT</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>16</b>
a	Số công trình không phép	CT	13	13	12
b	Số công trình sai phép hoặc sai quy hoạch, sai TK	CT	4	4	3
c	Vi phạm khác	CT	2	1	1
<b>4</b>	<b>Kết quả xử lý</b>	<b>CT</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
a	Xử phạt vi phạm hành chính	CT	5	5	6
b	Cưỡng chế tháo dỡ	CT	1	2	2
c	Tự khắc phục	CT	4	4	3

Nguồn: UBND huyện Phúc Thọ

Số công trình vi phạm có giảm qua các năm nhưng giảm không nhiều, bình quân trong 3 năm giảm 8,23%. Trong số công trình có vi phạm thì công trình không phép có số lượng nhiều nhất, sau đến các công trình vi phạm khác chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ. Về kết quả xử lý ta thấy bình quân 03 năm kết quả xử lý tăng 18,32% trong đó xử phạt vi phạm hành chính, cưỡng chế tháo dỡ tăng thể hiện sự vào cuộc của các cấp chính quyền địa phương trong việc kiên quyết xử lý các công trình vi phạm. Còn ý thức tự khắc phục vi phạm của người dân còn chưa cao do đó cần tuyên truyền vận động để người dân tự giác chấp hành và khắc phục hậu quả do hành vi vi phạm của mình gây ra.

- Công tác giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm hành chính trong xây dựng

UBND cấp huyện điều hành các đội quản lý trật tự xây dựng phối hợp với UBND cấp xã để quản lý trật tự xây dựng trên địa bàn; chủ tịch UBND cấp xã chịu trách nhiệm quản lý trật tự xây dựng trên địa bàn, thực hiện thẩm quyền xử lý vi phạm trật tự xây dựng; chỉ đạo, điều hành tổ công tác của đội quản lý trật tự xây dựng đặt tại địa bàn; yêu cầu công an, các cơ quan liên quan cấm vận chuyển vật liệu xây dựng vào công trình vi phạm.

## 2. Những vấn đề đặt ra từ quản lý Nhà nước về xây dựng trên địa bàn huyện Phúc Thọ

Thứ nhất, văn bản pháp luật: Bất cập trong công cụ pháp luật là một nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng đến công tác cấp phép xây dựng. Việc thường xuyên thay đổi những quy chế mới, tiêu chuẩn mới về định mức, tiêu chuẩn mới, đơn giá hay hình thức xử lý vi phạm... Khiến việc thẩm định hồ sơ và tính toán chi

phí xây dựng cho từng công trình và hạng mục công trình của các chủ đầu tư phải tính lại nhiều lần, gây mất thời gian và tăng chi phí. Quy định pháp luật chưa thực sự rõ ràng khiến cho việc hiểu sai hoặc vận dụng ở các đơn vị là khác nhau, tạo kẽ hở cho việc vi phạm trật tự xây dựng diễn ra. Văn bản hướng dẫn cấp phép xây dựng các công trình nhà ở của nhân dân tại một số khu vực chưa có quy hoạch chi tiết hoặc khu có mặt cắt đường từ 22,5m trở lên hoặc chiều cao nhà từ 5 tầng trở lên trên địa bàn huyện phải thỏa thuận xin ý kiến của Sở Xây dựng dẫn đến mất nhiều thời trong thủ tục cấp phép.

Thứ hai, công tác tuyên truyền: Việc tuyên truyền vận động nhân dân hiểu, nắm được chính sách pháp luật về xây dựng để thực hiện là rất quan trọng. Trên thực tế thì công tác này ở các phường còn tuyên truyền chưa sâu rộng đến các tổ chức và cá nhân có công trình xây dựng. Đây cũng là nguyên nhân khiến cho các chủ đầu tư không nắm bắt được mà xây dựng công trình sai phép, không phép, trái phép xảy ra còn nhiều. Để thấy tìm được các hình thức tuyên truyền phù hợp.

Thứ ba, công tác quy hoạch: Công việc xây dựng phải gắn với quy hoạch phát triển không gian kiến trúc, cảnh quan đô thị. Việc xây dựng không được tự phát mà phải phù hợp với quy hoạch chung, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế-xã hội, do đó trước khi xây dựng thì việc quy hoạch phải đi trước một bước. Tuy nhiên trong thời gian qua trên địa bàn huyện công tác quy hoạch còn hạn chế, dẫn đến một số công trình xây dựng vi phạm quy hoạch. Các đồ án quy hoạch trên địa bàn huyện còn chưa đồng bộ, chất lượng chưa cao, có nhiều sai sót dẫn đến quy hoạch bị chồng lấn dự án sau lên dự án trước ở các dự án khu đô thị và chỉ đến khi khởi công xây dựng mới được phát hiện.

Thứ tư, chủ đầu tư: Kết quả cấp phép xây dựng trên địa bàn huyện tăng hàng năm nhưng vẫn còn hạn chế rất nhiều đối với một huyện như Phúc Thọ. Có rất nhiều nguyên do, nhưng trước hết là từ phía chủ đầu tư, người có công trình xây dựng và trực tiếp chịu trách nhiệm về công trình của mình. Các chủ đầu tư vẫn chưa mặn mà với việc xin cấp GPXD mặc dù thủ tục hành chính đã cải cách rất nhiều. Đây có lẽ là nguyên nhân dẫn đến hành vi vi phạm trật tự xây dựng công trình không phép./.

## Tài liệu tham khảo

Chính phủ (2012), Nghị định số 64/2012/NĐ-CP ngày 4/9/2012 của Chính phủ về cấp phép xây dựng.

UBND huyện Phúc Thọ, Báo cáo quy hoạch sử dụng đất huyện Phúc Thọ các năm 2017, 2018, 2019.

UBND huyện Phúc Thọ, Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội huyện Phúc Thọ các năm 2017, 2018, 2019.

UBND Thành phố Hà Nội (2013), Quyết định số 59/2013/QĐ-UBND ngày 19/12/2013 của UBND thành phố Hà Nội về việc “Ban hành quy định chi tiết một số nội dung về cấp phép xây dựng trên địa bàn thành phố Hà Nội”.

UBND Thành phố Hà Nội (2014), Quyết định số 09/2014/QĐ-UBND ngày 14/02/2014 của ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội về việc “Ban hành quy chế phối hợp quản lý trật tự xây dựng giữa sở xây dựng và ủy ban nhân dân Quận, Huyện, Xã, Phường, Thị trấn trên địa bàn thành phố Hà Nội”.

# Đa dạng hóa các mô hình liên kết kinh tế nhằm nâng cao giá trị sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

Phạm Thị Thanh Lê

Trường Đại học Nông - Lâm Bắc Giang

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả cho thấy các mô hình liên kết kinh tế theo chuỗi giá trị khép kín từ khâu sản xuất đến tiêu thụ đã tạo ra những sản phẩm nông nghiệp năng suất, chất lượng cao, hình thành được một số nhãn hiệu tập thể, tạo cơ hội cho sản phẩm vươn ra thế giới. Điều đó đã góp phần làm tăng giá trị gia tăng cho sản phẩm nông nghiệp, ổn định thu nhập cho các hộ tham gia vào chuỗi liên kết. Tuy nhiên, sự liên kết còn lỏng lẻo, việc phân chia lợi ích và rủi ro còn chưa đều. Thông qua mô hình ma trận SWOT trong phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức, bài viết đưa ra các kiến nghị, giải pháp nhằm nâng cao giá trị sản xuất nông nghiệp tại Bắc Giang.

## 1. Mở đầu

Xây dựng một nền nông nghiệp phát triển toàn diện theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững để tiến tới phát triển nông nghiệp thông minh và sản xuất an toàn theo chuỗi nhằm cải thiện và nâng cao được mức sống cả về vật chất và văn hóa cho nhân dân, xây dựng được nông thôn mới văn minh, hiện đại là mục tiêu phát triển nông nghiệp, nông thôn của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Bắc Giang là tỉnh một tỉnh trung du thuộc vùng Đông Bắc Bộ, trong đó, diện tích đất nông nghiệp của tỉnh năm 2019 là 301,626,8 ha chiếm 77,43% tổng diện tích đất tự nhiên. Mặc dù diện tích đất nông nghiệp của tỉnh những năm gần đây đã chuyển đổi một phần lớn cho phát triển khu công nghiệp xong GDP trong nông nghiệp vẫn chiếm tỷ lệ đáng kể là 15,77% năm 2019 (Cục thống kê Bắc Giang, 2020). Cũng như các địa phương khác hiện nay Bắc Giang xuất hiện hàng loạt các bất cập hạn chế trong sản xuất nông nghiệp như: tình trạng manh mún đất nông nghiệp, thiếu lao động nông nghiệp do một bộ phận lao động rút ra khỏi ngành nông nghiệp, một số hộ gia đình sản xuất nông nghiệp mang tính cầm chừng. Do đó, cần có những giải pháp cụ thể nhằm nâng cao giá trị sản xuất thông qua đa dạng hóa các mô hình liên kết sản xuất để đáp ứng nhu cầu nông sản trong tiến trình công nghiệp hóa và toàn cầu hóa. Bài viết này, chúng tôi tập trung đề cập đến vấn đề vận dụng các mô hình liên kết kinh tế (LKKT) tạo sự gắn bó giữa các ngành công nghiệp chế biến, thương mại, dịch vụ với sản xuất nông nghiệp, nông thôn, từ đó đưa ra các kiến nghị và giải pháp giúp nâng cao hiệu quả của các mô hình liên kết sản xuất.

Liên kết kinh tế là các mối quan hệ hợp tác và phối hợp thường xuyên, chặt chẽ và ổn định giữa các chủ thể kinh tế độc lập, được thực hiện trên cơ sở tự nguyện, cùng có lợi thông qua những thỏa thuận hợp đồng giữa các bên tham gia. Liên kết trong sản xuất

nông nghiệp là sự tham gia tự nguyện của các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, thường là nhà nông, nhà khoa học và doanh nghiệp trong quá trình sản xuất - chế biến - tiêu thụ nông sản trên cơ sở hợp tác lâu dài, thường xuyên và cùng có lợi để khai thác tốt các tiềm năng cũng như khắc phục các thiếu hụt của mỗi chủ thể, hướng tới sự phát triển bền vững.

## 2. Các mô hình liên kết nổi bật tại Bắc Giang

Bắc Giang đã thực hiện các mô hình liên kết sản xuất trên địa bàn tỉnh. Trong đó có một số mô hình liên kết nổi bật như sau:

Mô hình rau sạch của HTX rau sạch Yên Dũng: Với 50 thành viên tham gia, hình tổ chức sản xuất trong nhà lưới, nhà màng; sử dụng các loại phân bón, thuốc bảo vệ thực vật đúng theo tiêu chuẩn VietGAP. Sản phẩm khi đưa ra thị trường có nhãn, mác in trên bao bì, gắn tem truy xuất nguồn gốc được cấp chứng nhận Rau an toàn theo tiêu chuẩn VietGap. Hình thức liên kết được thực hiện thông qua việc ký hợp đồng với cơ sở tiêu thụ như: Công ty thực phẩm an toàn Vikofood, Công ty TNHH Cheosang Vina, siêu thị BigC, bếp ăn của trường học, khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh và tỉnh lân cận..... Doanh thu HTX năm 2019 đạt 14,4 tỷ đồng, lợi nhuận thu về 9,6 tỷ đồng. Thu nhập bình quân mỗi người lao động trong HTX ổn định 5 - 6 triệu đồng/tháng.

HTX dược liệu Khánh Hoa với mô hình liên kết kinh tế sản xuất cây dược liệu theo hình thức ký hợp đồng với các doanh nghiệp. Sản phẩm của HTX là các cây dược liệu như: nhân trần, kim tiền thảo, địa liền, hương bài, cà gai leo, đinh lăng, ba kích, ngảiĐài Loan, nấm Lim... Năm 2019, tổng doanh thu của HTX đạt được 10 tỷ, lợi nhuận 5%, thu nhập bình quân của các thành viên trong HTX ổn định từ 8 - 10 triệu đồng/tháng.

Mô hình liên kết kinh tế gà đồi Yên Thế được thực hiện theo hình thức chuỗi giá trị khép kín từ khâu sản

xuất đến tiêu thụ thông qua HTX Nông nghiệp xanh Yên Thế. Để mở rộng thị trường tiêu thụ, tăng doanh thu cho người chăn nuôi, chính quyền các cấp cùng HTX có nhiều giải pháp đồng bộ từ chuẩn hóa con giống đến áp dụng quy trình chăn nuôi an toàn theo quy trình VietGap. Mỗi hộ chăn nuôi có sổ sách theo dõi, quản lý, bảo đảm thời gian nuôi cũng như thời gian cách ly các loại thuốc kháng sinh trước khi xuất bán ra thị trường theo quy định. Sản phẩm chính của HTX là gà lông và các sản phẩm từ gà đã qua chế biến, như giò gà, chả gà và gà đã được giết mổ hút chân không....Năm 2019, HTX cung cấp cho thị trường 13,5 triệu con gà với doanh thu khoảng 1.300 tỷ đồng, các hộ thành viên thu lãi 30 - 35 triệu đồng khi xuất bán 1 nghìn con gà, có hộ gia đình một năm xuất chuồng 7 nghìn con, thu lãi lên đến 200 triệu đồng.

Mô hình liên kết kinh tế sản xuất vải hữu cơ theo hình thức ký hợp đồng giữa công ty cổ phần Nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao Delco (Bắc Ninh) với các nhà vườn trồng vải. Các nhà vườn tham gia mô hình vải thiều hữu cơ được công ty lắp camera giám sát, nhật ký chăm sóc điện tử. Người dân được tập huấn quy trình chăm sóc vải hữu cơ không dùng thuốc bảo vệ thực vật, phân bón hóa học. Quy trình chăm sóc đến khi thu hoạch đều có sự đồng hành giữa người dân và doanh nghiệp. Việc tiêu thụ vải được công ty thỏa thuận giá mua ký hợp đồng với người dân trước khi thu hoạch trung bình từ 60.000 - 80.000 đồng/kg chủ yếu phục vụ thị trường cao cấp. Đặc biệt, những quả vải thiều hữu cơ được tuyển chọn kỹ lưỡng, đóng vào hộp giấy thiết kế đẹp mắt, có dán tem truy xuất nguồn gốc. Người tiêu dùng chỉ cần dùng điện thoại tra cứu phần mềm sẽ ra toàn bộ thông tin về sản phẩm. Sản phẩm này được công ty xuất bán với giá 200.000 đồng/hộp 12 quả.

Nhìn chung, mỗi mô hình liên kết có những đặc thù riêng phù hợp với đặc điểm của sản phẩm từng địa phương, nhưng kết quả cuối cùng đều tạo ra sự chuyển biến tích cực góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho người dân trong sản xuất nông nghiệp khi tham gia liên kết.

### 3. Phân tích SWOT

Qua nghiên cứu thực trạng một số mô hình liên kết trên địa bàn tỉnh Bắc Giang cho thấy điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của các mô hình liên kết trong sản xuất nông nghiệp giai đoạn 2015 - 2019 như sau:

#### 3.1. Điểm mạnh (S)

- Đã hình thành được một số vùng sản xuất hàng hóa tập trung, có diện tích lớn phù hợp với phát triển sản xuất nông nghiệp hiện đại

- Các hộ tham gia liên kết có tổ chức đại diện đủ tư cách pháp nhân để ký kết hợp đồng về số lượng, chất lượng chủng loại và giá cả sản phẩm và được bao tiêu sản phẩm.

- Được ủng hộ về giống, vật tư nông nghiệp
- Tạo ra lượng hàng hóa lớn, đồng đều, an toàn phục vụ cho công nghiệp chế biến và xuất khẩu
- Tăng tính gắn kết cộng đồng, tính tự giác trong việc áp dụng các quy trình sản xuất an toàn
- Hình thành được một số nhãn hiệu tập thể có chỉ dẫn địa lý, tạo cơ hội cho sản phẩm vươn ra thế giới

#### 3.2. Điểm yếu (W)

- Quy mô sản xuất còn nhỏ lẻ
- Nhận thức của nông dân về liên kết còn hạn chế
- Thu nhập trong sản xuất nông nghiệp còn thấp hơn so với các khu công nghiệp
- Không thu hút được đội ngũ lao động trẻ vào sản xuất nông nghiệp
- Tính liên kết còn lỏng lẻo, việc phân chia lợi ích và rủi ro còn chưa đều
- Ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ cao trong sản xuất còn hạn chế. Thiếu các cây, con giống có năng suất và chất lượng cao đặc biệt là các giống cây được liệu.

#### 3.3. Cơ hội (O)

- Chính phủ có nhiều chính sách khuyến khích phát triển kinh tế hợp tác, kinh tế tập thể như chính sách dồn điền đổi thửa tạo tiền đề cho sản xuất hàng hóa lớn, tập trung
- Nâng cao ý thức cho người sản xuất trong việc áp dụng quy trình sản xuất và kinh doanh đạo đức.
- Tiếp thu được khoa học kỹ thuật mới, thay đổi được cách làm truyền thống kém hiệu quả.
- Nông dân bán được sản phẩm với giá cao hơn
- Doanh nghiệp chủ động về nguồn nguyên liệu sản xuất

#### 3.4. Thách thức (T)

- Hàng rào kỹ thuật đối với nông sản xuất khẩu đòi hỏi ngày càng khắt khe
- Xuất hiện ngày càng nhiều khu công nghiệp dẫn đến tình trạng thiếu đất, thiếu lao động cho sản xuất nông nghiệp
- Sản xuất nông nghiệp còn gặp nhiều rủi ro
- Các doanh nghiệp bảo quản, chế biến, tiêu thụ nông sản trên địa bàn còn ít và quy mô nhỏ.

### 4. Kết luận và kiến nghị giải pháp

Liên kết trong sản xuất nông nghiệp thực sự cần thiết trong quá trình phát triển ngành nông nghiệp nói riêng và phát triển kinh tế xã hội nói chung. Các mô hình liên kết kinh tế đã góp phần tăng số lượng và chất lượng sản phẩm, khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và xuất khẩu. Liên kết từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp theo chuỗi giá trị, quyết định tính bền vững trong sản xuất nông nghiệp. Tuy

*Xem tiếp trang 97*



# Quản lý ngân sách nhà nước cấp huyện, thị: nghiên cứu tại huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai

Ma Thị Hương

Trường Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh

Thông qua khảo sát 132 cán bộ công chức của huyện, 3 thị trấn và 12 xã trên địa bàn huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai về công tác quản lý NSNN cấp huyện, Nghiên cứu phân tích, đánh giá và phát hiện những tồn tại trong công tác quản lý NSNN tại huyện Bát Xát tỉnh Lào Cai giai đoạn 2017 -20 20, đề xuất một số giải pháp nâng cao công tác quản lý NSNN tại huyện Bát Xát tỉnh Lào Cai trong thời gian tới góp phần giúp địa phương hoàn thành mục tiêu phát triển kinh tế, chính trị và xã hội giai đoạn 2020 -2025.

## 1. Mở đầu

Huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai là huyện vùng cao biên giới nằm ở phía tây bắc tỉnh Lào Cai, là địa bàn rất quan trọng về phát triển kinh tế, xã hội và quốc phòng- an ninh của tỉnh. Với diện tích tự nhiên trên 70% là đồi núi, gồm 14 dân tộc chung sống, dân tộc thiểu số chiếm 82%. Trên toàn huyện có 17 xã thuộc diện 135. Trong những năm qua, Kinh tế của huyện tiếp tục duy trì ổn định, tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm trên địa bàn bình quân năm 2018 đạt 14,77%, tăng 1,86% so với cùng kỳ. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tích cực ra mục tiêu phấn đấu đến năm 2020 là huyện phát triển khá của tỉnh, đến năm 2025 là huyện phát triển của tỉnh với nền kinh tế toàn diện, bền vững. Trong đó, mục tiêu phấn đấu đến năm 2020 thu ngân sách trên địa bàn đáp ứng đủ chi thường xuyên, nhằm phấn đấu cân đối thu — chi ngân sách huyện, đảm bảo từng bước hình thành hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế, xã hội thiết yếu thuận lợi cho phát triển kinh tế, giao lưu và giao thương với các nơi khác. Để thực hiện hóa mục tiêu này, một trong những nhiệm vụ quan trọng là nâng cao hiệu quả công tác quản lý NSNN tại địa phương. Tăng cường công tác quản lý NSNN cấp huyện, thị là nhiệm vụ cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn NSNN, giúp các địa phương hoàn thành nhiệm vụ kinh tế, chính trị và xã hội trong công cuộc đổi mới đất nước.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

Để nghiên cứu thực trạng công tác quản lý NSNN tại huyện Bát Xát tỉnh Lào Cai giai đoạn 2016-2018 tác giả dựa trên cơ sở lý thuyết về công tác quản lý NSNN cấp huyện gồm những nội dung chủ yếu sau:

- Ngân sách nhà nước (NSNN) là toàn bộ các khoản thu, chi của Nhà nước được cơ quan nhà nước có thẩm quyền quyết định và được thực hiện trong một năm để đảm bảo thực hiện các chức năng, nhiệm vụ của Nhà nước.

- NSNN phản ánh các quan hệ kinh tế phát sinh gắn liền với quá trình tạo lập, phân phối và sử dụng quỹ tiền tệ tập trung của Nhà nước khi Nhà nước tham gia phân phối các nguồn tài chính quốc gia.

- Hiện nay, hệ thống NSNN ở Việt Nam bao gồm: Ngân sách Trung ương (NSTW) và NSĐP. NSĐP được chia thành các cấp: Ngân sách cấp tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; Ngân sách cấp huyện, thị xã trực thuộc tỉnh; ngân sách cấp xã, phường, thị trấn.

- Quản lý ngân sách cấp huyện gồm các nội dung chủ yếu: Quản lý công tác lập dự toán NSNN cấp huyện; công tác chấp hành dự toán, Quản lý công tác thanh toán, quyết toán NSNN cấp huyện; Quản lý công tác kiểm tra, thanh tra NSNN cấp huyện, công khai NSNN cấp huyện.

### 2.2 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng các phương pháp thu thập số liệu, tài liệu và phương pháp xử lý, phân tích số liệu, tài liệu. Cụ thể như:

- Phương pháp thu thập số liệu, tài liệu: Khảo sát hệ thống quản lý ngân sách và hệ thống cơ sở dữ liệu về dự toán và tình hình thực hiện dự toán NSNN của huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai thông qua khảo sát 132 cán bộ công chức tham gia công tác quản lý NSNN tại Phòng tài chính huyện Bát Xát và 17 xã trực thuộc huyện; kế thừa các báo cáo tổng kết, báo cáo chuyên đề về công tác quản lý NSNN của các cơ quan quản lý Bát Xát, tỉnh Lào Cai.

- Phương pháp xử lý, phân tích số liệu, tài liệu: Tổng hợp và phân tích số liệu ban đầu bằng cách tính toán các chỉ tiêu thống kê thể hiện các trị số đặc trưng của hệ thống dữ liệu liên quan đến công tác quản lý NSNN tại huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai

## 3. Thực trạng công tác quản lý ngân sách nhà nước tại huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai

### 3.1. Lập dự toán ngân sách nhà nước tại huyện Bát Xát

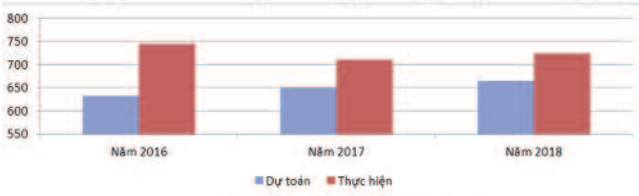
Sau khi nhận được quyết định giao dự toán thu, chi ngân sách hàng năm của UBND Tỉnh, Sở Tài chính có trách nhiệm lập dự toán thu, chi NSNN trên địa bàn để báo cáo UBND Tỉnh. Sau đó, UBND Tỉnh trình HĐND để thông qua Nghị quyết về dự toán NSNN của HĐND Tỉnh. Sau khi dự toán được duyệt, UBND Tỉnh sẽ phân bổ dự toán thu, chi NSNN cho các sở, ngành, huyện trực thuộc.

Nhìn chung, công tác lập và phân bổ dự toán NSNN huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai đã thực hiện đúng thời gian quy định, đúng quy trình và giao dự toán của Luật NSNN. Tuy nhiên, chất lượng của công tác lập dự toán của huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai chưa cao, số liệu dự toán chủ yếu do các xã ước số thực hiện năm trước và tăng thêm một tỷ lệ nhất định cho năm kế hoạch để lập dự toán cho năm sau trong thời kỳ ổn định ngân sách.

### 3.2. Kết quả chấp hành dự toán ngân sách nhà nước tại huyện Bát Xát

- Về thu NSNN: Việc thu NSNN trên địa bàn huyện Bát Xát được tuân thủ theo quy định của Luật NSNN, các văn bản hướng dẫn của các Bộ ngành, Nghị quyết của HĐND tỉnh Lào Cai, dưới sự điều hành của UBND huyện Bát Xát. Kết quả thu NSNN của huyện Bát Xát qua 3 năm 2016-2018 như sau:

Hình 1. Thực hiện Thu NSNN so với dự toán của huyện Bát Xát giai đoạn 2016-2018 (triệu đồng)



Nguồn: Phòng Tài chính huyện Bát Xát

Nhìn chung hầu hết các khoản thu ngân sách trên địa bàn huyện Bát Xát giai đoạn 2016 -2018 đều vượt kế hoạch theo dự toán. Tuy nhiên xu hướng thu hẹp khoảng cách giữa thực hiện so với dự toán.

- Về chi NSNN: Việc chấp hành dự toán chi ngân sách nhà nước của huyện Bát Xát được thực hiện căn cứ theo dự toán đã được UBND tỉnh Lào Cai phê duyệt.

Hình 2. Thực hiện Chi NSNN so với dự toán của huyện Bát Xát giai đoạn 2016-2018 (triệu đồng)



Nguồn: Phòng Tài chính huyện Bát Xát

Nhìn chung các khoản thu, chi ngân sách được thực hiện theo đúng các khoản thu, chi của dự toán được giao

### 3.3. Quyết toán ngân sách nhà nước tại huyện Bát Xát

Công tác quyết toán ngân sách huyện Bát Xát tỉnh

Lào Cai trong những năm gần đây đã thực hiện theo quy định của luật NSNN, các văn bản quy định của Bộ Tài chính và các văn bản hướng dẫn của Sở Tài chính tỉnh. Phòng Tài chính - Kế hoạch huyện là cơ quan tham mưu cho UBND huyện trong công tác thẩm tra quyết toán đối với ngân sách cấp xã, thị trấn, các đơn vị dự toán và các tổ chức xã hội được ngân sách huyện hỗ trợ. Qua công tác thẩm tra quyết toán ngân sách đã phát hiện, nên chặn các sai phạm trong việc quản lý, sử dụng ngân sách, xử lý thu hồi, xuất toán, giảm chi các khoản chi sai chế độ quy định. Giai đoạn 2016 -2018 chi ngân sách huyện không có tình trạng chi ghi sai chế độ phải xuất toán. Hoạt động thu, chi nhìn chung bám sát dự toán, đúng chế độ chính sách của Nhà nước, đảm bảo tính công khai, minh bạch và đúng quy định của Luật NSNN.

### 3.4. Thanh tra, kiểm tra ngân sách huyện Bát Xát

Công việc thanh tra, kiểm tra thu chi ngân sách huyện Bát Xát được thực hiện bởi phòng Thanh tra huyện, thanh tra về công tác sử dụng tài chính ngân sách ở các xã phường, trường học, các phòng ban chuyên môn, cơ quan đơn vị hành chính thuộc UBND huyện quản lý.

Công tác thanh tra, kiểm tra ngân sách của huyện Bát Xát được thực hiện thường xuyên và khá hiệu quả. Số lượt kiểm tra qua 3 năm là 45 lượt và thu hồi kịp thời số tiền sai do vi phạm là 292.025.000 đồng Nhờ đó đã góp phần quan trọng trong việc xử lý, điều chỉnh kịp thời những sai phạm, đưa công tác quản lý ngân sách đi vào nề nếp, hiệu quả, đúng quy định của Nhà nước.

### 3.5. Một số tồn tại, hạn chế trong công tác quản lý NSNN tại huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai

Công tác lập dự toán

- Có một số đơn vị dự toán thuộc huyện lập và nộp dự toán đến cơ quan tổng hợp còn chậm, dẫn đến tổng hợp dự toán ngân sách huyện thiếu chính xác. Điều này làm cho dự toán ngân sách được giao chưa sát với đặc điểm tình hình KT-XH của từng địa phương.

- Hiện nay, tiêu chí phân bổ ngân sách chưa khoa học, thiếu tính tự chủ và linh hoạt. Công tác lập dự toán và điều hành ngân sách trong năm chưa hướng mạnh vào việc tác động chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng để xây dựng nguồn thu ngân sách huyện đảm bảo cân đối chi.

- Một số xã kế toán tham mưu cho UBND xã lập dự toán thu đầu năm để trình HĐND xã thông qua chưa sát với khả năng thu theo phân cấp địa phương được hưởng và được thu; khoản chi chưa đầy đủ

Về chấp hành dự toán

- Việc chấp hành thu ngân sách xã còn nhiều bất cập Về chi ngân sách xã cũng còn các bất cập về trình tự, thủ tục thực hiện như việc ghi chép nghiệp vụ kinh tế phát sinh trên chứng từ chưa được cập nhật đầy đủ, một số phiếu thu, chi đã qua nhiều tháng nhưng thiếu chữ ký chủ tài khoản, kế toán, thủ quỹ, người nhận tiền.

- Các đơn vị sử dụng NSNN thực hiện các chế độ chính sách, tiêu chuẩn, định mức chi tiêu chưa nghiêm túc

- Đối với các đơn vị giao quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về biên chế và kinh phí chi hành chính chưa có cơ sở tính toán việc phân bổ kinh phí một cách khoa học, mà chỉ căn cứ trên tình hình thực tế chi của các năm trước để làm căn cứ giao dự toán năm đầu của thời kỳ giao quyền tự chủ, chưa có công cụ, thước đo kết quả hoàn thành nhiệm vụ của các đơn vị, chưa phân định rạch ròi các chứng từ chi, nội dung chi của nguồn kinh phí không tự chủ, dẫn đến hiệu quả sử dụng kinh phí NSNN chưa cao.

- Cơ cấu chi NS của huyện chưa hợp lý. Thể hiện ở việc bố trí chi đầu tư phát triển còn quá thấp, chi thường xuyên còn ở mức cao. Bố trí vốn đầu tư còn dàn trải. Trong thời gian tới, huyện cần tăng cường các khoản chi cho đầu tư phát triển và tiết kiệm hơn đối với các khoản chi thường xuyên.

**Quyết toán ngân sách huyện**

Công tác quyết toán ngân sách đúng quy định nhưng đạt chất lượng chưa cao. Các đơn vị dự toán của các cấp ngân sách lập báo cáo quyết toán chất lượng còn thấp, thuyết minh còn sơ sài, báo cáo chưa đầy đủ theo các mẫu biểu quy định. Việc tổ chức xét duyệt và thẩm định quyết toán của các đơn vị dự toán cấp I và cơ quan tài chính đối với các đơn vị dự toán thường chậm, chất lượng chưa cao, nên số liệu tập hợp vào tổng quyết toán ngân sách chưa chuẩn xác cao.

**Công tác thanh tra, kiểm tra**

Công tác thanh tra, kiểm tra chưa có sự phối hợp chặt chẽ, xử lý sai phạm chưa triệt để, có những sai phạm trong khâu quyết toán hoặc thanh tra ngân sách phát hiện nhưng vẫn còn một số cơ quan, đơn vị, địa phương chưa thực hiện qua nhiều năm nhưng huyện cũng chưa có biện pháp xử lý nghiêm.

**4. Giải pháp hoàn thiện công tác quản lý ngân sách nhà nước tại huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai**

Để nâng cao hiệu quả quản lý NSNN trên địa bàn huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai, cần quan tâm đến một số giải pháp sau:

Thứ nhất: hoàn thiện công tác lập dự toán NSNN. HĐND và UBND cấp huyện phải chỉ đạo các cơ quan, đơn vị tổ chức, cá nhân lên kế hoạch cụ thể cho ngân sách. Dự toán NSNN phải được xây dựng trên cơ sở tính đúng, tính đủ các khoản thu theo quy định và phân tích, dự báo về yếu tố tăng trưởng kinh tế, thị trường giá cả, lộ trình hội nhập quốc tế. Chủ tịch UBND các xã, thị trấn chỉ đạo bộ phận kế toán ngân sách xã lập dự toán thu ngân sách cấp xã phải bám sát vào chế độ, chính sách và tình hình phát triển KT-XH của địa phương, tránh tình trạng đầu nguồn thu để tăng trợ cấp hoặc tăng thu để tăng chi đầu tư XDCB để dẫn đến phá vỡ dự toán chung của huyện.

Thứ hai: Hoàn thiện công tác chấp hành dự toán NSNN cụ thể: Tăng cường công tác quản lý thu, chú trọng những lĩnh vực còn thất thu lớn, chủ yếu là thất thu từ các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, hộ kinh doanh cá thể,.. và ở các xã, thị trấn, thực hiện đấu thầu cho thuê mặt nước để nuôi trồng thủy sản, các khoản thu tại xã phải được nộp đầy đủ, kịp thời vào NSNN qua xác nhận của KBNN huyện. Thường xuyên đôn đốc, nhắc nhở, kiểm tra và xử lý nghiêm đối với những hành vi trái pháp luật. Đồng thời tăng cường quản lý chi NSNN huyện: Hàng năm cán bộ quản lý, điều hành chi NSNN huyện theo đúng dự toán được giao, bám sát các mục chi, đảm bảo chi đúng nhiệm vụ chi, đúng chế độ, tiêu chuẩn, định mức hiện hành của Nhà nước. Tất cả các khoản chi NSNN đều phải được kiểm tra, kiểm soát trước, trong và sau quá trình cấp phát thanh toán. Thực hiện nghiêm quy định của Luật phòng chống tham nhũng, luật thực hành tiết kiệm chống lãng phí và các văn bản dưới luật, đặc biệt là tổ chức thực hiện một cách có hiệu quả Chương trình thực hành tiết kiệm, chống tham nhũng, lãng phí do UBND huyện ban hành.

Thứ ba: Tăng cường thanh tra, kiểm tra tài chính NSNN. Công tác thanh tra tài chính phải được đẩy mạnh để đáp ứng yêu cầu của Nhà nước về quản lý và điều hành NSNN. Công tác thanh tra, kiểm tra tài chính cần có sự phối hợp tất cả các ngành, cơ quan, đơn vị cơ sở nhằm đảm bảo pháp luật, chế độ tài chính kế toán được chấp hành nghiêm chỉnh, kịp thời phát hiện uốn nắn, xử lý sai phạm.

Thứ tư: Nâng cao trình độ quản lý NSNN. Con người luôn là nhân tố trung tâm có ảnh hưởng quyết định đến hoạt động quản lý và điều hành NSNN. Đào tạo cán bộ, sắp xếp, bố trí đội ngũ cán bộ của các cơ quan nhà nước, các đơn vị thụ hưởng ngân sách có đủ trình độ triển khai hoàn thành nhiệm vụ mới, tiếp tục thực hiện công tác bổ nhiệm và bổ nhiệm lại cán bộ lãnh đạo theo quy định./.

**Tài liệu tham khảo**

Nguyễn Như Quân (2019), Quản lý NSNN tại huyện Bát Xát, tỉnh Lào Cai, Luận văn Thạc sỹ;  
 Phòng Tài chính - kế hoạch huyện Bát Xát(2016), Báo cáo tổng quyết toán ngân sách năm 2016  
 Phòng Tài chính - kế hoạch huyện Bát Xát(2017), Báo cáo tổng quyết toán ngân sách năm 2017  
 Phòng Tài chính - kế hoạch huyện Bát Xát(2018), Báo cáo tổng quyết toán ngân sách năm 2018  
 Ủy ban nhân dân huyện Bát Xát(2016-2018), Quyết toán thu - chi ngân sách Nhà nước (các biểu tổng hợp) năm 2016-2018

# Quản lý dự án đầu tư xây dựng cơ bản trên địa bàn huyện Anh Sơn, tỉnh Nghệ An: thực trạng và giải pháp

Hoàng Quyền  
UBND huyện Anh Sơn, tỉnh Nghệ An  
Thái Thị Kim Oanh  
Khoa Kinh tế - Trường Đại học Vinh

Thực tiễn cho thấy trong quá trình thực hiện đầu tư XDCB còn bộc lộ nhiều hạn chế, hiệu quả đầu tư còn thấp; thất thoát, lãng phí trong đầu tư xây dựng cơ bản còn lớn và diễn ra ở hầu hết các địa phương, trong đó có huyện Anh Sơn, tỉnh Nghệ An. Do đó quản lý và sử dụng nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư là một vấn đề cấp bách đặt ra không chỉ đối với các bộ ngành quản lý vĩ mô mà còn đối với các địa phương, doanh nghiệp,... Bài viết nghiên cứu phân tích và đánh giá thực trạng quản lý dự án (QLDA) đầu tư XDCB tại huyện Anh Sơn, tỉnh Nghệ An, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp tăng cường quản lý dự án đầu tư XDCB tại huyện Anh Sơn trong thời gian tới.

## 1. Mở đầu

Đặc trưng của dự án xây dựng cơ bản là những dự án có kỹ thuật phức tạp, thời gian đầu tư lâu dài, kết quả sử dụng vận hành lâu dài, dự án mang tính hệ thống cao, sản phẩm mang tính chất hàng hoá công, nên công tác QLDA trong lĩnh vực này thực hiện chủ yếu là hoạt động quản lý nhà nước trong lĩnh vực QLDA. Những mục tiêu quan trọng và nguyên tắc căn bản của công tác QLDA trong việc quản lý nhà nước về đầu tư XDCB trên địa bàn cấp huyện cần phải chú trọng vào các nội dung của công tác QLDA đó là: i) Quản lý tiến độ thực hiện dự án; ii) Quản lý chất lượng thực hiện dự án; iii) Quản lý chi phí thực hiện dự án; iv) Quản lý đấu thầu dự án; v) Quản lý nguồn vốn dự án; và vi) Xây dựng kế hoạch bố trí vốn đảm bảo hiệu quả đầu tư, đúng quy định về pháp luật và mục tiêu phát triển của địa phương nhằm phát huy hiệu quả của dự án.

## 2. Thực trạng QLDA đầu tư XDCB trên địa bàn huyện Anh Sơn, tỉnh Nghệ An

### 2.1. Những kết quả đạt được

Quản lý thời gian và tiến độ dự án: Thời gian và tiến độ thực hiện dự án cơ bản đáp ứng theo kế hoạch chung của dự án, một số dự án đã rút ngắn được thời gian thi công, khi đưa công trình vào sử dụng đã phát huy được hiệu quả. Tiêu biểu có nhiều dự án vượt tiến độ sớm so với kế hoạch phát huy hiệu quả đầu tư sớm như: công trình Sửa chữa đập Khe Mường xã Đức Sơn, Sửa chữa cầu Trọt Dong xã Cao Sơn, Sửa chữa đập tràn Cầu Húng xã Cao Sơn....

- Quản lý chất lượng thực hiện dự án: Công tác QLDA được đảm bảo từ khâu chuẩn bị đầu tư đến khi kết thúc đưa công trình vào khai thác vận hành. Quy

trình quản lý chất lượng đảm bảo đúng theo tiêu chuẩn của Việt Nam, các yêu cầu của dự án được cấp có thẩm quyền phê duyệt. Chất lượng ở giai đoạn thi công xây dựng công trình, đúng, đủ về mặt khối lượng, nghiệm thu đúng thực tế. Ở giai đoạn vận hành: không xảy ra sự cố gì, quy trình bảo trì, bảo hành dự án được thực hiện nghiêm ngặt.

Nhiều công trình được cấp các cơ quan cấp trên nghiệm thu đưa vào sử dụng được đánh giá cao về chất lượng thực hiện như Sở giao thông vận tải, Sở xây dựng, Sở nông nghiệp & PTNT... đó là: Công trình sửa chữa đập khe Sùng, sửa chữa đập Khe Tran, công trình cầu vượt lú xã Hội Sơn, công trình đường vào nhà máy chế biến tinh bột sắn xã Hoa Sơn...

Quản lý đấu thầu dự án: Thực hiện theo đúng quy trình, đã lựa chọn nhà thầu phù hợp để thực hiện dự án, công tác đấu thầu không xảy ra chạnh chấp hay kiện tụng. Công tác chấm thầu hiệu quả đã lựa chọn được các đơn vị nhà thầu uy tín với năng lực thi công tốt như: Công ty TNHH Danh Nhung, Công ty TNHH Phúc Anh, Công ty CPTV Xây dựng Miền Trung....

Quản lý nguồn vốn thực hiện dự án: Xây dựng kế hoạch bổ sung nguồn vốn hàng năm kịp thời, đáp ứng các nguồn vốn để thực hiện dự án, đảm bảo nguồn vốn để thanh toán công nợ cho nhà thầu thực hiện dự án.

Quản lý chi phí thực hiện dự án: Loại bỏ được những chi phí bất hợp lý khi thực hiện dự án, đảm bảo đúng và đủ các chế độ định mức, đơn giá, khi lập dự toán.

Đặc biệt nhiều dự án đã phát huy được tác dụng hiệu quả, tạo sự chuyển biến mạnh mẽ về chất lượng công tác, sinh hoạt của cán bộ và nhân dân huyện nhà khi đưa các công trình vào khai thác sử dụng.

**2.2. Những hạn chế trong công tác quản lý dự án đầu tư xây dựng cơ bản**

Đối với công tác quản lý thời gian và tiến độ dự án: Ban quản lý dự án đã lập tiến độ chung cho cả dự án, nhưng chưa theo dõi cập nhật tiến độ chi tiết cho những công việc cụ thể của từng dự án. Các thông tin vướng mắc công trường chưa nắm bắt kịp thời để điều chỉnh tiến độ thi công phù hợp. Thi công, giám sát, khảo sát thiết kế chưa đáp ứng về nhân sự như trong HSĐT, tài chính thiếu hụt, máy móc thi công lạc hậu.

Đối với công tác quản lý chất lượng dự án: Công tác quản lý chất lượng công trình còn tồn tại nhiều bất cập và thiếu sót. Một số hạng mục công trình trong quá trình thi công tư vấn giám sát không phát hiện sai sót đã làm ảnh hưởng đến chất lượng dự án. Biện pháp tổ chức thi công của nhà thầu chưa phù hợp nên không phát huy năng suất hiệu quả và chất lượng công việc khi thi công. Máy móc thi công của nhà thầu không đáp ứng về số lượng, công nghệ lạc hậu không phát huy được hiệu suất công việc. Vai trò quản lý chất lượng của tổ chức tư vấn giám sát tại công trường chưa phát huy năng lực của cán bộ giám sát.

Đối với công tác quản lý đấu thầu: Việc lựa chọn nhà thầu theo hình thức đấu thầu rộng rãi trong nước và Quốc tế nhưng trên thực tế danh sách nhà thầu tham gia dự thầu chỉ có 2 hoặc 3 nhà thầu tham dự, như vậy đã không tạo được sự cạnh tranh trong đấu thầu. Công tác chấm thầu, thẩm định kết quả đấu thầu kéo dài thời gian. Phân chia các gói thầu còn nhiều bất hợp lý dẫn đến ít nhà thầu đủ năng lực tham dự thầu, chủ đầu tư không có nhiều cơ hội để lựa chọn nhà thầu. Việc cập nhật giá gói thầu trước thời điểm mở thầu chưa kịp thời, do đó phải điều chỉnh giá gói thầu sau khi đã mở thầu.

Đối với công tác quản lý vốn đầu tư: Điều chỉnh kế hoạch nguồn vốn nhiều lần trong năm do tổng mức đầu tư dự án phải điều chỉnh, do phát sinh khối lượng trong thi công, biến động chỉ số giá, nhà nước thay đổi chế độ chính sách, bất cập trong thiết kế. Công tác giải ngân dự án còn chậm, chưa đúng với lịch trình cam kết với phía nhà tài trợ, do công tác giải phóng mặt bằng chậm, xây dựng kế hoạch tiến độ thi công không sát kế hoạch giải ngân nguồn vốn. Việc quyết toán vốn đầu tư dự án quá chậm, do nhà thầu thi công, nhà thầu tư vấn không phối hợp trong việc quyết toán dự án hoàn thành, công tác làm hồ sơ nhà thầu yếu kém phải là đi là làm nhiều lần nên việc quyết toán vốn của dự án bị ảnh hưởng.

Đối với công tác quản lý chi phí: Tổng mức đầu tư, tổng dự toán còn phải điều chỉnh nhiều lần do thay đổi, phát sinh khối lượng, điều chỉnh giá do giá cả biến động và nhà nước thay đổi chế độ chính sách. Không thường xuyên cập nhật chính sách mới, chỉ số giá vật tư dẫn đến việc áp dụng một số định mức chi phí chưa

phù hợp. Không lường trước được những nội dung công việc trong quá trình thực hiện sẽ phát sinh, điều chỉnh kéo dài thời gian thực hiện dự án các chi phí khác tăng theo nhất là chi phí tư vấn. Do công tác giải phóng mặt bằng, xây dựng kế hoạch tiến độ không đảm bảo thiếu khoa học, thiếu thực tiễn.

**2.3. Nguyên nhân của những hạn chế**

**i). Nguyên nhân khách quan**

Thứ nhất, cơ chế chính sách Nhà nước: Các văn bản pháp luật về quản lý đầu tư xây dựng cơ bản thường xuyên thay đổi, nhằm phù hợp với tình hình biến đổi thực tế thị trường trong nước và Quốc tế, đây là một nguyên nhân khiến việc quản lý dự án gặp nhiều khó khăn. Những bất cập trong Luật cũng là những cản trở đến việc vận hành hệ thống quản lý dự án đầu tư xây dựng. Nhà nước thay đổi chính sách, đơn giá tiền lương... liên tục nhưng bảng giá chưa thay đổi phù hợp linh hoạt.

Thứ hai, điều kiện tự nhiên: việc thực hiện một dự án thường có những tác động nhất định đến môi trường sinh thái về cả hai mặt. Tác động tích cực có thể là làm đẹp cảnh quan môi trường, cải thiện điều kiện sống, sinh hoạt cho dân cư địa phương dự án đạt mục tiêu. Các tác động tiêu cực bao gồm việc ô nhiễm nguồn nước, không khí, đất đai..., dự án không phát huy được hiệu quả.

Thời tiết khí hậu Anh Sơn biến đổi theo mùa. Mùa mưa kéo dài gây ngập úng, mùa nắng thì nhiệt độ tăng cao làm giảm hiệu suất lao động ảnh hưởng đến tiến độ thi công của dự án.

Thứ ba, kinh tế - xã hội: Dự án đầu tư xây dựng công trình được triển khai nhằm mục đích thực hiện mục tiêu đầu tư, phát triển, tạo cơ sở vật chất cho xã hội, do vậy thường có thời gian hoạt động dài, chịu tác động trực tiếp từ nhiều môi trường xung quanh như chính trị, kinh tế, xã hội, tự nhiên, luật pháp, công nghệ, một trong yếu tố này biến động sẽ ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động quản lý dự án. Một số dự án trên địa bàn huyện sau quá trình kêu gọi và vận động được cơ quan cấp trên cho chủ trương đầu tư và dự kiến bố trí kinh phí để đầu tư như: Nhà văn phòng làm việc UBND huyện, cầu cứng tại Thị trấn bắc qua Sông Lam... nhưng bị ảnh hưởng bởi điều kiện bất lợi về kinh tế xã hội của tỉnh nhà như ảnh hưởng bởi dịch lợn tai xanh, dịch Covid... nên địa phương phải ưu tiên nguồn lực để phòng chống dịch bệnh nên dự án đã tạm trì hoãn.

**ii). Nguyên nhân chủ quan**

Thứ nhất, cán bộ quản lý dự án đầu tư XD CB của Ban quản lý dự án không đảm bảo số lượng, một số cán bộ có trình độ chuyên môn, năng lực, ý thức chuyên nghiệp của một số cán bộ còn hạn chế, vị trí việc chưa phù hợp với chuyên môn do đó không phát

huy được năng lực trong công việc.

Thứ hai, sự chậm trễ diễn ra từ cơ quan cấp trên do thời gian thực hiện các thủ tục hành chính chậm đã ảnh hưởng đến tiến độ thực hiện dự án và các hạng mục công trình, đặc biệt hiện nay khi giá cả có nhiều biến động thường xuyên dẫn đến việc phải duyệt bổ sung, bù giá..., điều này càng làm cho dự án bị chậm về tiến độ thực hiện và thay đổi tổng mức đầu tư so với ban đầu được duyệt.

Thứ ba, công tác giám sát, theo dõi, kiểm tra và đánh giá dự án chưa được thực hiện nghiêm túc từ cơ quan quản lý Nhà nước có liên quan, Ban quản lý dự án, đơn vị tư vấn, đơn vị thi công. Quyền lực, quyền lợi và trách nhiệm không tương xứng. Quyền lực thì tập trung nhưng trách nhiệm thì phân tán, thiếu rõ ràng.

Thứ tư, đối với các dự án xây dựng công trình thường chậm tiến độ do công tác đền bù giải phóng mặt bằng, tái định cư gặp nhiều khó khăn, phức tạp liên quan đến chính sách, cơ chế thiếu nhất quán.

Thứ năm, xây dựng kế hoạch, phân bổ nguồn lực, ước lượng thời gian thực hiện các công việc dự án căn cứ vào kinh nghiệm, thiếu căn cứ khoa học nên thời gian ước lượng chưa chính xác do vậy thời gian theo kế hoạch đề ra thường không đáp ứng.

Thứ sáu, xuất phát từ đơn vị nhà thầu thực hiện dự án như nhà thầu phụ năng lực hạn chế về mặt tài chính, thiết bị máy móc thi công lạc hậu, số lượng nhân sự không đáp ứng công việc, sự phối kết hợp với đơn vị liên quan, chủ đầu tư dự án không cao dẫn đến việc giải quyết các vấn đề vướng mắc trên công trường mất nhiều thời gian, việc lập kế hoạch, biện pháp thi công của nhà thầu chưa phù hợp với điều kiện công trình do đó không phát huy được tác dụng dẫn đến việc thi công không đảm bảo công việc.

### **3. Giải pháp tăng cường quản lý dự án vốn đầu tư xây dựng cơ bản trên địa bàn huyện Anh Sơn, tỉnh Nghệ An**

Thứ nhất, Nâng cao năng lực đội ngũ quản lý dự án đầu tư xây dựng cơ bản. Thu hút, tuyển dụng những cán bộ có phẩm chất, năng lực và có chuyên môn phù hợp làm công tác quản lý vốn đầu tư xây dựng và nhiệt tình trách nhiệm với công việc. Trong thời gian tới giai đoạn 2021 trở đi, thu hút từ 5 đến 10 sinh viên tốt nghiệp loại giỏi, xuất sắc có chuyên môn phù hợp vào công tác tại Ban QLDA huyện. Xây dựng cơ chế lương, thưởng theo chế độ tự chủ tài chính đối với Ban QLDA theo quy định tại Nghị định 16/2015/NĐ-CP Quy định cơ chế tự chủ của đơn vị sự nghiệp công lập, từ đó có chế độ đãi ngộ tốt với người lao động công tác tại Ban QLDA.

Thứ hai, Nâng cao chất lượng quy hoạch các dự án đầu tư xây dựng cơ bản. Các chương trình, dự án trước khi xác lập các quy hoạch phát triển, các kế hoạch dài

hạn phải căn cứ theo Nghị quyết của Đại hội Đảng bộ huyện, các nghị quyết hàng năm của Hội đồng nhân dân huyện. Cụ thể chỉ đạo tập trung theo quy hoạch, định hướng và nhiệm vụ trọng tâm đã được Nghị quyết số 01/NQ-ĐH ngày 09/8/2020 Đại hội đại biểu Đảng bộ huyện Anh Sơn lần thứ XXI, nhiệm kỳ 2020-2025 xác định.

Thứ ba, Đổi mới công tác quản lý đấu thầu dự án đầu tư xây dựng cơ bản trên địa bàn huyện. Gắn chủ trương điều chỉnh lại kế hoạch đầu tư theo hướng tập trung dứt điểm sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho công tác đấu thầu.

Thứ tư, Nâng cao chất lượng kiểm soát thanh toán các dự án đầu tư xây dựng cơ bản. Tăng cường chất lượng kiểm soát thanh toán vốn thông qua niêm yết công khai quy trình kiểm soát thanh toán vốn đầu tư và vốn có tính chất đầu tư. Thực hiện cải cách thủ tục hành chính trong kiểm soát thanh toán vốn đầu tư theo hướng công khai quy trình, tăng cường kỹ năng giao tiếp và thái độ phục vụ của công chức Kho bạc nhà nước, hướng tới mục tiêu “giao dịch thuận lợi, thủ tục đơn giản, kiểm soát chặt chẽ”.

Thứ năm, Tăng cường công tác kiểm soát, chống thất thoát, lãng phí trong đầu tư xây dựng cơ bản tại địa phương. Nâng cao hiệu quả công tác giám sát đầu tư nội bộ tại các cấp. Đẩy mạnh công tác giám sát, kiểm tra, thanh tra từ bên ngoài (thanh tra tài chính, xây dựng, thanh tra nhà nước, kiểm toán,...) và đưa công tác này thực sự trở thành một công cụ đặc lực của tỉnh, huyện trong công tác quản lý vốn đầu tư. Tăng cường công tác giám sát đầu tư của cộng đồng nhằm theo dõi, đánh giá việc chấp hành các quy định về quản lý đầu tư xây dựng./.

### **Tài liệu tham khảo**

Ban quản lý dự án đầu tư xây dựng huyện Anh Sơn (2016-2020), Báo cáo tổng kết hàng năm của Ban quản lý dự án đầu tư xây dựng huyện Anh Sơn, tỉnh Nghệ An.

Bộ Tài chính (2016), Thông tư số 08/2016/TT-BTC ngày 18/01/2016

Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2015), Nghị định số 59/2015/NĐ-CP ngày 05/8/2015 Quản lý dự án đầu tư xây dựng, Hà Nội.

Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2014), Nghị định số 63/2014/NĐ-CP ngày 15/8/2014, quy định chi tiết một số điều của Luật Đấu thầu về lựa chọn nhà thầu, Hà Nội.

Từ Quang Phương (2014), Quản lý dự án, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

# Quản lý nhà nước về đất đai của chính quyền thành phố Vinh, tỉnh Nghệ An

Ngô Hồng Nhung  
Trường Đại học Vinh

Vinh là thành phố có tình trạng biến động đất đai nhanh bởi tốc độ đô thị hóa cao, nhu cầu sang nhượng, chuyển đổi mục đích sử dụng đất, chia tách sát nhập địa giới hành chính... tăng nhanh qua từng năm. Từ khi có Luật Đất đai sửa đổi, bổ sung năm 2013 đến nay, TP.Vinh đã rất chú trọng tới công tác này và các đơn vị thực hiện thanh tra chủ yếu là thanh tra thuộc Sở Tài nguyên và Môi trường đã hoạt động tích cực và có hiệu quả.

**C**hính quyền thành phố Vinh được UBND tỉnh Nghệ An chỉ đạo thực hiện có hiệu quả, từng bước tháo gỡ khó khăn, vướng mắc, đáp ứng được nhu cầu đất đai sử dụng vào các mục đích phát triển kinh tế, xã hội, góp phần giữ vững ổn định chính trị và trật tự an toàn xã hội.

Hàng năm, UBND thành phố kiện toàn Hội đồng phố biển giáo dục pháp luật nhằm phổ biến kịp thời các chính sách pháp luật của Đảng, Nhà nước đến các tầng lớp nhân dân, tập trung vào lĩnh vực đất đai, tài nguyên và môi trường, xây dựng kế hoạch triển khai thi hành Luật Đất đai năm 2013 và tổ chức các hội nghị tuyên truyền phổ biến đất đai và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Đất đai 2013 đến các phòng, ban, ngành, đoàn thể của thành phố, lãnh đạo UBND các xã, phường và phổ biến đến cán bộ địa chính, cán bộ tư pháp, trưởng các thôn của các xã, phường với nhiều hình thức, nội dung phong phú, đa dạng. UBND thành phố chủ động triển khai thực hiện, hướng dẫn, chỉ đạo các xã, phường tăng cường công tác quản lý Nhà nước về đất đai, giám sát kiểm tra các tổ chức, cá nhân trong việc sử dụng đất, xử lý các vi phạm pháp luật về đất đai theo quy định của pháp luật. Đặc biệt, Thành ủy, UBND thành phố tổ chức nhiều hội nghị đối thoại với nhân dân theo từng dự án thu hồi đất, kết hợp công tác đối thoại với công tác tuyên truyền pháp luật về đất đai, môi trường, khai thác khoáng sản, các vi phạm về đất đai... Từ năm 2010 đến nay, UBND tỉnh Nghệ An đã xây dựng và ban hành khá đầy đủ các văn bản để cụ thể hóa các chính sách, pháp luật, triển khai thực hiện; đồng thời kịp thời sửa đổi, bổ sung những quy định không còn phù hợp với văn bản quy phạm pháp luật của trung ương, tình hình thực tiễn của thành phố Vinh trong từng giai đoạn.

Mục đích của các văn bản pháp luật nhằm tổ chức triển khai thực hiện Luật Đất đai và các văn bản hướng dẫn thi hành thống nhất, đồng bộ và hiệu quả, góp phần giữ vững ổn định chính trị, đảm bảo an sinh xã hội, phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và phát triển TP; tuyên truyền, phổ biến Luật

Đất đai và các văn bản hướng dẫn thi hành đến người sử dụng đất nhằm bảo đảm quyền tiếp cận thông tin đất đai; nâng cao nhận thức cộng đồng về quản lý, sử dụng có hiệu quả, tiết kiệm tài nguyên đất đai, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững; nâng cao ý thức trách nhiệm, hiệu quả thực thi công vụ của đội ngũ cán bộ đất đai; thực hiện tốt công tác rà soát, hệ thống hoá văn bản kết hợp ban hành văn bản theo thẩm quyền để kịp thời thực hiện Luật Đất đai và các văn bản hướng dẫn thi hành, đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ và khả thi.

Trong những năm qua, công tác quản lý đất đai trên địa bàn TP Vinh, tỉnh Nghệ An đã thực hiện có kết quả nhiều nhiệm vụ được giao, giải quyết có hiệu quả các nhiệm vụ cấp bách, đáp ứng được các yêu cầu thực tế đặt ra đối với công tác quản lý đất đai, góp phần phát triển kinh tế xã hội của thành phố, thực hiện thắng lợi chủ trương, chính sách của Đảng và nhà nước về lĩnh vực đất đai. Với sự lãnh đạo của Đảng bộ, UBND thành phố, sự phấn đấu quyết tâm của cán bộ, công nhân viên quản lý đất đai đã đạt được những kết quả to lớn:

- Về hướng dẫn thực hiện văn bản thủ tục về đất đai: Thời gian qua, TP Vinh đã ban hành nhiều văn bản pháp quy dưới hình thức chỉ thị, kế hoạch, quyết định, quy định... trong công tác quản lý đất đai, đã giải quyết tháo gỡ vướng mắc về cơ chế, chính sách, cải cách một bước về thủ tục hành chính trong lĩnh vực đất đai.

Song song với việc triển khai thực hiện các văn bản pháp luật. UBND TP Vinh đã tích cực tuyên truyền, phổ biến, các chính sách pháp Luật Đất đai cho các tầng lớp nhân dân; tổ chức hội nghị tập huấn cho các cán bộ chủ chốt của phường, xã. Ngoài ra Thành phố còn cử các cán bộ đi học tập để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Việc thực hiện các văn bản pháp Luật Đất đai ngày càng có hiệu quả cao, tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản lý đất đai trên địa bàn thành phố ngày càng tốt hơn.

Công tác thực hiện cải cách thủ tục hành chính

được quan tâm và ngày càng được nâng cao cho việc giải quyết hồ sơ thủ tục về đất đai cho người dân kịp thời, tạo được sự đồng thuận và tín nhiệm của nhân dân và các tổ chức đến liên hệ,...

- Về quản lý công tác quy hoạch và kế hoạch sử dụng đất: Công tác quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất đều được phê duyệt giúp cho công tác quản lý đất đai đạt hiệu quả cao.

Hàng năm, UBND thành phố Vinh đã tổng hợp nhu cầu sử dụng đất của các sở, ngành, tổ chức, cá nhân trên địa bàn để lập kế hoạch trình thông qua Hội đồng nhân dân tỉnh làm cơ sở bố trí sử dụng đất các công trình, dự án.

UBND thành phố thường xuyên chỉ đạo cơ quan chuyên môn thực hiện lập điều chỉnh quy hoạch sử dụng đất đến năm 2030 và kế hoạch sử dụng đất trên cơ sở kết quả thực hiện kế hoạch sử dụng đất kỳ đầu. Trong quá trình quy hoạch đất, việc xem xét chuyển mục đích sử dụng đất đều dựa trên nguyên tắc khai thác tiết kiệm, hiệu quả và triệt để quỹ đất, đáp ứng được các yêu cầu phát triển kinh tế xã hội, an ninh quốc phòng, phát triển hạ tầng của thành phố, do đó các diện tích đất thu hồi đều tạo được sự đồng thuận trong nhân dân.

- Về quản lý việc sử dụng đất: Công tác giao đất cho thuê đất, thực hiện nghĩa vụ tài chính về đất đã được triển khai theo đúng pháp luật, đáp ứng được yêu cầu thực hiện các dự án phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn thành phố.

Hoàn thành cơ bản công tác giao đất nông nghiệp và cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nông nghiệp cho các hộ gia đình cá nhân theo Nghị định 64CP và chỉ đạo hướng dẫn chuyển đổi ruộng để tạo điều kiện công nghiệp hoá hiện đại hoá nông thôn.

Hoàn thành cơ bản công tác đo đạc bản đồ địa chính trên toàn địa bàn thành phố và bàn giao cho các quận huyện, phường xã, thị trấn để kịp thời phục vụ cho công tác quản lý đất, đồng thời triển khai lập hồ sơ Địa chính ở cả 3 cấp theo quy định làm nền tảng đưa công tác quản lý đất đai có hiệu quả trên cơ sở khoa học.

Về giải quyết các tranh chấp về đất đai, giải quyết các khiếu nại tố cáo các vi phạm trong quản lý và sử dụng đất

Nhiều đợt thanh tra, kiểm tra vi phạm pháp luật đất đai và chỉ đạo xử lý vi phạm đã được tổ chức thành công.

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác quản lý đất đai còn nhiều tồn tại cần phải khắc phục:

- Về hướng dẫn thực hiện văn bản thủ tục về đất đai: Trong công tác quản lý đất đai, tuy số lượng văn bản ban hành nhiều nhưng chất lượng xây dựng văn bản còn hạn chế về nội dung và chưa kịp thời. Nhiều hiện tượng vi phạm pháp luật đất đai vẫn xảy ra, công tác thu hồi đất còn gặp nhiều khó khăn, kết quả thực

hiện không cao do sự cản trở từ nhiều cấp.

Vai trò quản lý của các cấp chính quyền phường xã, thị trấn theo quy định phân cấp chưa rõ ràng. Không ít trường hợp cơ quan quản lý đất đai không thể xử lý dứt điểm các vấn đề phát sinh trong quan hệ sử dụng đất của các thành phần kinh tế. Có lúc vai trò quản lý bị coi nhẹ, hạn chế về quyền lực.

- Về quản lý công tác quy hoạch và kế hoạch sử dụng đất: Chuyển dịch cơ cấu từ đất nông nghiệp sang đất phi nông nghiệp đang diễn ra theo hướng giảm dần đất nông nghiệp, tăng đất phi nông nghiệp, nhưng có một số nơi chưa thực hiện đúng theo quy hoạch (xây dựng nhà trong đất nông nghiệp chủ yếu là khu vực nông thôn)

Giữa quy hoạch sử dụng đất và quy hoạch xây dựng chưa thống nhất về mục đích sử dụng đất, gây khó khăn trong công tác quản lý.

Còn nhiều dự án phát sinh nằm ngoài quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất đã được phê duyệt do chưa dự báo chính xác, nhất là các dự án về lĩnh vực sản xuất kinh doanh, dịch vụ thương mại, các công trình công cộng kêu gọi đầu tư xã hội hóa nên đưa vào xây dựng sớm so với kế hoạch do Doanh nghiệp thu xếp được nguồn vốn.

Các hộ dân trong dự án có nhu cầu chuyển quyền sử dụng đất hoặc đăng ký thế chấp quyền sử dụng đất để có vốn kinh doanh, sản xuất nhưng theo quy định khi có Quyết định thu hồi đất của UBND tỉnh thì đất nằm trong dự án không được thực hiện các thủ tục chuyển quyền và đăng ký thế chấp quyền sử dụng đất, nên tác động ảnh hưởng đến đời sống, sản xuất của người dân trong khu vực bị ảnh hưởng dự án.

Kế hoạch sử dụng đất hàng năm mặc dù có bước phối hợp chặt chẽ trong công tác lập, thẩm định, trình phê duyệt. Tuy nhiên còn nhiều địa phương trong quá trình thực hiện còn chưa xác với tình hình thực tế trong việc rà soát, cập nhật chưa xác với điều kiện của địa phương.

Theo chính sách Luật Đất đai năm 2003, một số Nhà đầu tư đã thỏa thuận, thương lượng nhận chuyển nhượng quyền sử dụng đất với dân (đất trồng lúa) để thực hiện dự án, nhưng đến nay Nhà đầu tư không lập thủ tục hoặc có đến liên hệ lập thủ tục chuyển mục đích sử dụng đất thì thời hạn sử dụng đất đã hết (do đất trong lúa thời hạn sử dụng đất là 20 năm). Do đó, việc lập thủ tục chuyển mục đích sử dụng đất thực hiện dự án chưa được thực hiện, do còn vướng thời hạn sử dụng đất đã hết hạn.

Việc lập kế hoạch sử dụng đất trên địa bàn thành phố cũng gặp phải một số khó khăn như: “ Sự phối hợp đồng bộ giữa các ngành, các cấp trong việc quản lý, sử dụng đất theo quy hoạch, kế hoạch chưa được chặt chẽ, dẫn đến một số quy hoạch còn mâu thuẫn, chồng chéo nhau. Cán bộ quản lý công tác quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất các cấp còn thiếu và yếu so với



khối lượng công việc. Các chỉ tiêu quy hoạch sử dụng đất để xây dựng, mở rộng, chỉnh trang, phát triển đô thị cao nhưng thực hiện chưa hết diện tích do nguồn vốn bị hạn chế dẫn đến một số dự án được đăng ký chưa có kinh phí thực hiện, trong khi một số dự án khác không được đăng ký trước lại được cấp kinh phí.

- Về quản lý việc sử dụng đất: Công tác cho thuê đất cho các tổ chức kinh tế còn gặp nhiều khó khăn phức tạp làm cản trở thực hiện các dự án đầu tư. Thủ tục thuê đất phải qua nhiều cấp nhiều cơ quan, thời gian xét duyệt lâu dài làm nản lòng các nhà đầu tư. Cơ chế cho thuê lại đất trong khu công nghiệp còn bất hợp lý, không bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong nước và các doanh nghiệp nông nghiệp nước ngoài đầu tư tại Việt Nam.

Việc lập phương án bồi thường cho các chủ sử dụng đất thực hiện theo quyết định thu hồi đất theo chỉ thị 15 và phương án sử dụng đất có hiệu quả nhìn chung còn chậm, có nhiều bất cập, một số tổ chức sử dụng đất không có hiệu quả khi lập hồ sơ thu hồi đất còn có ý thức không chấp hành, thậm chí có đơn vị còn chống đối làm cho hiệu lực thu hồi đất có nhiều hạn chế.

- Về giải quyết các tranh chấp về đất đai, giải quyết các khiếu nại tố cáo các vi phạm trong quản lý và sử dụng đất: Công tác thanh tra sử dụng đất đai ở các quận huyện chưa thường xuyên thiếu kiên quyết trong quá trình xử lý làm kéo dài thời gian thanh tra, gây tác động xấu đối với công tác quản lý đất đai trên địa bàn. Các đoàn kiểm tra mới chỉ dừng lại ở khâu kết luận thanh tra và kiến nghị xử lý mà chưa có kế hoạch và quan tâm thực hiện giám sát kết quả xử lý.

Vấn đề nổi cộm đó là việc cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất còn quá chậm thủ tục phiền hà. Giao đất và cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nông nghiệp là một chủ trương đúng đắn của Đảng ta nhưng ở nông thôn, vẫn có xã chưa được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất làm những người nông dân ở xã đó không yên đầu tư sản xuất nông nghiệp.

Việc lấn chiếm đất đai tùy tiện để xây dựng nhà ở của nhân dân vẫn xảy ra trong khi đó sự quản lý của các cấp chính quyền còn thiếu chặt chẽ bởi vậy đã dẫn đến nhiều vụ khiếu kiện tranh chấp, tố cáo những vi phạm trong quá trình quản lý sử dụng đất.

Trình độ chuyên môn, năng lực của đội ngũ cán bộ còn yếu kém, chưa được trải qua đào tạo chu đáo bài bản về công tác quản lý, có những đơn vị cán bộ là những người được đào tạo trái ngành nghề nhưng vẫn làm công tác quản lý bởi vậy trình độ chuyên môn của họ không có hoặc họ chỉ biết sơ qua về quản lý đất đai là như thế nào cho nên hiệu quả quản lý không cao, nhất là ở những nơi phường xã, thị trấn.

Những nguyên nhân của sự tồn tại trong việc quản lý nhà nước về đất đai của chính quyền thành phố Vinh, tỉnh Nghệ An đó là:

- Việc chấp hành pháp luật và thực hiện nghĩa vụ tài chính của các tổ chức sử dụng đất còn chưa tự giác, chưa ý thức được trách nhiệm của họ trong việc sử dụng đất. Đồng thời kiến thức pháp luật của các đối tượng sử dụng đất còn thấp.

- Công tác ban hành văn bản pháp luật đất đai còn chưa đồng bộ, chưa kịp thời và thiếu ổn định, việc tuyên truyền phổ biến pháp luật đất đai chưa sâu rộng đó cũng là nguyên nhân của những tồn tại trên và nhiều hiện tượng vi phạm pháp luật vẫn xảy ra.

- Tổ chức quản lý Nhà nước về đất đai có nhiều khâu, nhiều việc còn chông chéo giữa cơ quan chức năng, gây ách tắc trong quá trình chỉ đạo thực hiện.

- Việc quy hoạch xây dựng mở rộng đô thị ảnh hưởng rất lớn đến tiến độ và kết quả giao đất, cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nông nghiệp theo nghị định 64 CP. Bên cạnh đó phương pháp giao đất không thống nhất của các cơ quan từ trung ương đến địa phương cũng là nguyên nhân làm cho cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất chậm, làm cho công tác quản lý đất đai chưa thực sự hiệu quả.

- Quản lý các cấp các ngành còn chưa đồng bộ từ trung ương đến xã phường, làm hạn chế việc chỉ đạo thực hiện những vấn đề mang tính chất chính trị và cấp bách của thành phố.

Những kết quả đạt được của công tác quản lý đất đai tạo tiền đề quan trọng để thực hiện các nhiệm vụ đặt ra cho những năm tiếp theo, đồng thời cũng khuyến khích động viên cán bộ địa chính phấn đấu hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình. Việc tìm ra những nguyên nhân của những hạn chế nhằm khắc phục, giải quyết triệt để những hạn chế đó góp phần đưa công tác quản lý đất đai trên địa bàn thành phố vào nề nếp theo quy định của pháp luật./.

## Tài liệu tham khảo

Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, Quyết định số 130/2013/QĐ-UBND ngày 22/4/2013 về việc xét duyệt Quy hoạch sử dụng đất đến năm 2020 và kế hoạch sử dụng đất 5 năm kỳ đầu (2011 - 2015) của thành phố Nghệ An.

Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, Quyết định số 652/QĐ-UBND ngày 06/12/2013 về việc phê duyệt điều chỉnh quy hoạch chung thành phố Nghệ An đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, Quyết định số 652/QĐ-UBND ngày 6/12/2013 về việc điều chỉnh quy hoạch chung thành phố Nghệ An đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2050.

# Vai trò của Ngân hàng Chính sách xã hội huyện Võ Nhai đối với sự phát triển kinh tế xã hội tại địa phương

Chu Thị Thức

Hà Thị Thanh Nga

Trường Đại học Kinh tế & QTKD Thái Nguyên

Ngân hàng Chính sách xã hội (NHCSXH) được thành lập để thực hiện chính sách tín dụng ưu đãi đối với người nghèo và các đối tượng chính sách khác nhằm giúp hộ nghèo, hộ cận nghèo và đối tượng chính sách trong cả nước có điều kiện tiếp cận vốn tín dụng ưu đãi để phát triển sản xuất, tạo việc làm, nâng cao thu nhập, cải thiện điều kiện sống, vươn lên thoát nghèo, góp phần thực hiện chính sách phát triển kinh tế gắn liền với xóa đói, giảm nghèo, bảo đảm an sinh xã hội, vì mục tiêu dân giàu - nước mạnh - dân chủ - công bằng - văn minh.

Ngân hàng Chính sách Xã hội huyện Võ Nhai là một Phòng giao dịch trực thuộc Chi nhánh Ngân hàng Chính sách Xã hội tỉnh Thái Nguyên, được thành lập theo quyết định số 602/QĐ-HĐQT ngày 10 tháng 05 năm 2003 của HĐQT ngân hàng Chính sách Xã hội Việt Nam.

Sau 18 năm triển khai, đồng hành cùng người nghèo và đối tượng chính sách, hoạt động tín dụng chính sách của Ngân hàng Chính sách Xã hội huyện Võ Nhai đã thu được nhiều kết quả nổi bật, huy động được các nguồn lực tài chính để tạo lập nguồn vốn, tổ chức thực hiện hiệu quả các chương trình tín dụng chính sách. Thành tựu này được đánh giá là “điểm sáng” và là một trong những “trụ cột” trong hệ thống các chính sách giảm nghèo trên địa bàn.

Vai trò của NHCSXH huyện Võ Nhai đối với sự phát triển kinh tế xã hội tại địa phương được thể hiện qua những điểm sau đây:

Thứ nhất: Hoạt động của Ngân hàng chính sách xã hội góp phần đổi mới hoạt động của các tổ chức chính trị - xã hội nghề nghiệp, thu hút toàn thể hội viên của các tổ chức này có cơ hội được tiếp cận với nguồn vốn tín dụng xã hội của nhà nước với nhiều ưu đãi và cách làm phù hợp với thực tiễn.

Hiện nay tại NHCSXH huyện Võ Nhai đang có 274 Tổ TK&VV đang hoạt động thực hiện nhiệm vụ theo hợp đồng ủy nhiệm đã ký kết với NHCSXH huyện Võ Nhai như hướng dẫn khách hàng làm thủ tục vay vốn khi có nhu cầu; Thu lãi, huy động tiết kiệm; kiểm tra giám sát quá trình sử dụng vốn vay của khách hàng, đôn đốc hộ vay sử dụng vốn đúng mục đích, thông báo, đôn đốc hộ vay trả nợ gốc khi đến hạn; thường xuyên theo dõi hộ vay đi làm ăn xa, bỏ đi khỏi nơi cư

trú để phối hợp xử lý theo quy định. Thực hiện tốt công tác tuyên truyền, hướng dẫn, tạo điều kiện cho các hộ vay vốn biết cách làm ăn, thực hiện việc trả nợ đúng kỳ hạn, tuyên truyền các chính sách tín dụng ưu đãi của Nhà nước đến với nhân dân.

Tổ Tiết kiệm và vay vốn (TK&VV) của Hội phụ nữ, Hội nông dân, Đoàn thanh niên, Hội cựu chiến binh, với 6.734 hội viên tại khắp thôn, bản trong cả nước, với hàng trăm ngàn cán bộ không biên chế đang sát cánh cùng NHCS XH Việt Nam trong công cuộc “xóa đói giảm nghèo”, góp phần thực hiện có hiệu quả các chính sách tín dụng xã hội của nhà nước.

**Bảng 1. Số tổ TK&VV của NHCSXH huyện Võ Nhai tính đến 31/12/2019**

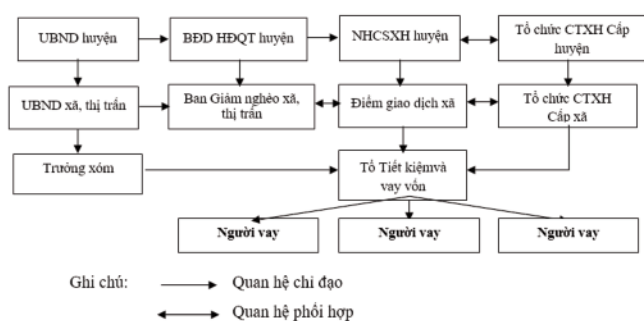
TT	Tên tổ chức CT - XN	Số Tổ TK&VV	Số hộ dư nợ (trđ)
1	Hội Nông Dân	66	2.249
2	Hội Liên hiệp phụ nữ	68	2.435
3	Hội Cựu chiến binh	72	2.318
4	Đoàn TNCS Hồ Chí Minh	68	2.193
<b>Tổng cộng</b>		<b>274</b>	<b>9.199</b>

*Nguồn: PGD NHCSXH huyện Võ Nhai*

Hoạt động nhận ủy thác từ NHCSXH đã tạo điều kiện cho các tổ chức chính trị - xã hội tập hợp lực lượng, củng cố, nâng cao cả về số lượng, chất lượng phong trào hoạt động, tăng số lượng hội viên, góp phần củng cố hệ thống chính trị cơ sở, giúp người nghèo có điều kiện được sinh hoạt tại các tổ chức chính trị - xã hội, qua đó được tiếp cận với nhiều hoạt động lồng ghép, như: hoạt động khuyến nông, khuyến lâm, khuyến ngư, chuyển giao khoa học kỹ thuật, chăm sóc sức khỏe, nâng cao dân trí...

Thứ hai, Hoạt động của NHCS XH gắn liền với cấp ủy và chính quyền các địa phương nên góp phần đảm bảo hiệu quả các chính sách tín dụng xã hội của nhà nước tới tất cả mọi người dân ở địa phương

**Hình 1. Mô hình và tổ chức hoạt động của NHCSXH huyện Võ Nhai**



NHCSXH huyện Võ Nhai hiện nay có 14 điểm giao dịch đặt tại 14 trụ sở UBND cấp xã, thị trấn trong toàn huyện với sự phối hợp chặt chẽ và đồng bộ với chính quyền địa phương. Với mạng lưới giao dịch rộng giúp nguồn vốn tín dụng của NHCSXH huyện Võ Nhai được phủ sóng đến tất cả các đối tượng chính sách là các hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ đồng bào dân tộc, hộ vùng sâu, vùng xa,...trong toàn huyện.

Thứ ba, Các chương trình tín dụng chính sách xã hội của nhà nước không ngừng được mở rộng, quy mô nguồn vốn, dư nợ tăng và hiệu quả tín dụng chính sách ngày càng rõ rệt cho tất cả các đối tượng cần mở rộng tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện

Hiện nay tại NHCSXH huyện Võ Nhai đang thực hiện 18 Chương trình cho vay trong đó Chương trình cho vay Hộ nghèo chiếm tỷ trọng cao nhất 35,7% trong tổng dư nợ.

**Bảng 2. Kết quả cho vay các chương trình tín dụng tại NHCSXH huyện Võ Nhai đến 31/12/2019 (triệu đồng)**

Chương trình cho vay	Tổng dư nợ	Số khách hàng dư nợ	Doanh số cho vay	Doanh số thu nợ	Tăng trưởng trong năm	
					Số tiền	Tỷ lệ
Cho vay Hộ nghèo	141.802,25	3.422	27.240,50	31.723,51	-4.483,01	-3%
Cho vay Hộ cận nghèo	62.008	1.427	16.332	7.857,38	8.474,62	14%
Cho vay Hộ mới thoát nghèo	27.833,5	589	8.968	2.136	6.832	25%
Cho vay HSSV	4.219,05	204	118,5	2.487,63	-2.963,13	-56%
Cho vay NS&VSMINT	37.220,6	2.732	13.003	5.699,8	7.303,2	20%
Cho vay GQVL	13.541,52	339	6.638	2.513	4.125	30%
Cho vay XKLD theo ND 61	1.716	33	1.236	139	1.097	64%
Cho vay DTCS đi LD ở nước ngoài	647	13	0	80	-80	-12%
Cho vay hộ SXKDVKK	80.164,97	2.122	30.311	12.009,1	18.301,9	23%
Cho vay TNVKK	2.372,35	55	820	837,65	-17,65	-1%
Cho vay Nhà ở xã hội	1.199	6	350	56	294	25%
Cho vay Nhà ở QĐ167	4.814,43	616	0	2.813,7	-2.813,70	-58%
Cho vay Nhà ở QĐ 33	5.615	225	1.575	10	1.565	28%
Cho vay hộ DTTS QĐ 32	5	1	0	0	0	0
Cho vay DTTS QĐ 54	3.583	449	0	614	-614	-17%
Cho vay ĐBDTTS QĐ 755	6.359,5	453	0	1.074	-1.074	-17%
Cho vay trồng rừng ND 75	900	21	0	0	0	0
Cho vay hộ DTTS QĐ 2085	2.999	80	1.012	12	1.000	33%
<b>Tổng cộng</b>	<b>397.000,17</b>	<b>12.787</b>	<b>107.694</b>	<b>70.062,14</b>	<b>37.631,86</b>	<b>9%</b>

(Nguồn: PGD NHCSXH huyện Võ Nhai)

Tổng dư nợ tại PGD NHCSXH huyện Võ Nhai ngày càng tăng do, công tác tuyên truyền về nguồn vốn tín dụng ưu đãi đến nhân dân đạt được hiệu quả cao, công tác giảm nghèo, đảm bảo an sinh xã hội tại cơ sở được trú trọng, mức cho vay tối đa một số chương trình đã tăng lên 100 triệu đồng/hộ (Chương trình cho vay Hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo, Hỗ trợ tạo việc làm duy trì và mở rộng việc làm...) nhu cầu vay vốn của nhân dân cũng tăng lên, mạnh dạn đầu tư với nguồn vốn lớn để phát triển kinh tế.

Thứ tư, chính sách tín dụng ưu đãi của NHCSXH góp phần thay đổi tập quán canh tác truyền thống lạc hậu của người dân định hướng theo kinh tế thị trường.

Chính sách tín dụng ưu đãi của NHCSXH góp phần thúc đẩy hộ gia đình chuyển dịch cơ cấu kinh tế tự cung, tự cấp sang trồng các loại cây, nuôi các loại con có năng suất cao và chất lượng đáp ứng được yêu cầu của thị trường; chuyển dịch sang làm dịch vụ chế biến, vận tải, gia công hàng hóa,... Nông nghiệp — nông thôn trên địa bàn huyện Võ Nhai chuyển dịch theo hướng chuyên nghiệp hơn, chất lượng hơn, thương hiệu hơn: Rất nhiều làng nghề được ra đời, nhiều sản phẩm OCOP được đăng kí nhãn hiệu. Nhờ đó, tạo ra công ăn việc làm cho người dân trên địa bàn, nâng cao thu nhập, góp phần xóa đói giảm nghèo, nâng cao đời sống vật chất cho người dân ở các khu vực nông thôn.

Thông qua việc mở rộng và nâng cao chất lượng tín dụng chính sách do NHCS XH thực hiện, góp phần nâng cao thu nhập của người nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo, sẽ góp phần nâng cao thu nhập GDP bình quân đầu người, giảm tỷ lệ hộ nghèo một cách bền vững; tạo việc làm cho người dân vùng nông thôn; cải thiện điều kiện vệ sinh, nước sạch và môi trường cho người dân,...

## Tài liệu tham khảo

Đặng Công Thức (2018), “Vai trò của Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam trong thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội theo nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XII, Tạp chí Ngân hàng số 3+4, tháng 2/2018.

Một số báo cáo của NHCS XH huyện Võ Nhai

Việt Hải (2019). Hiệu ứng từ sự quyết tâm của cả hệ thống chính trị thực hiện tín dụng chính sách ở Thái Nguyên. <https://dangcongsan.vn/ngan-hang-chinh-sach-xa-hoi-vi-muc-tieu-xoa-doi-giam-ngheo/--hie-u-ung-tu-su-quiet-tam-cua-ca-he-thong-chinh-tri-thuc-hien-tin-dung-chinh-sach-o-thai-nguyen-532975.html>