

Quản lý thương mại điện tử ở Việt Nam: thực trạng và gợi ý chính sách

Vũ Hoàng Linh
Phạm Bích Ngọc, Trần Thị Việt Hà
Viện Kinh tế Việt Nam

Bài viết là sản phẩm của đề tài cấp bộ: “Quản lý thương mại điện tử ở Việt Nam trong bối cảnh mới” do Viện Kinh tế Việt Nam chủ trì, mã số:322/HĐKH-KHXH

Thương mại điện tử (TMĐT) là một lĩnh vực giàu tiềm năng và hấp dẫn mọi chủ thể cả trong và ngoài nước tham gia. Tuy nhiên, sự phát triển của lĩnh vực này cũng đang chứa đựng và bộc lộ những hạn chế cần có sự quản lý hiệu quả hơn từ phía Nhà nước, đặc biệt là trong bối cảnh mở cửa và dưới tác động của dịch bệnh Covid-19 như hiện nay. Bài viết chủ yếu sử dụng phương pháp định tính, tập trung phân tích và đánh giá thực trạng chính sách quản lý thương mại điện tử ở Việt Nam, làm rõ những bất cập, hạn chế cũng như đưa ra các gợi ý chính sách quản lý đối với lĩnh vực thương mại này.

1. Mở đầu

Lĩnh vực TMĐT của Việt Nam từ lâu luôn là một lĩnh vực giàu tiềm năng và có sự hấp dẫn các chủ thể cả trong và ngoài nước. Trong những năm qua, TMĐT Việt Nam đã có sự tăng trưởng và phát triển liên tục với tốc độ tăng trưởng trung bình khoảng 30%-35%/năm. Với số lượng gần 69 triệu người sử dụng Internet hiện tại và liên tục gia tăng trong tương lai, giá trị thị trường TMĐT dự kiến sẽ còn tiếp tục tăng trưởng mạnh trong thời gian tới. Đặc biệt, đại dịch Covid-19 trong thời gian qua tại Việt Nam, bên cạnh những mặt tiêu cực, đã đem đến những cơ hội mới từ phía nhu cầu thị trường trên cơ sở làm thay đổi thói quen mua hàng của người tiêu dùng, chuyển đổi từ thói quen mua hàng truyền thống sang mua hàng qua hình thức TMĐT. Đây là một tác động tích cực và tác động vàng giúp thúc đẩy TMĐT phát triển.

Tuy nhiên, trong sự phát triển tích cực này, TMĐT Việt Nam hiện nay cũng đang bộc lộ những mặt bất cập, hạn chế mà điển hình là những vấn đề liên quan đến các khía cạnh như thanh toán điện tử, chữ ký điện tử, TMĐT xuyên biên giới,...và cần có sự quản lý hiệu quả hơn từ phía Nhà nước. Nhận thấy tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả quản lý TMĐT trong bối cảnh hiện tại, đặc biệt khi mà hiện nay các chính sách quản lý hiện hành vẫn chưa bắt kịp với đà phát triển nhanh chóng của TMĐT, bài nghiên cứu đứng từ góc độ quản lý kinh tế, sẽ đi sâu phân tích, đánh giá thực trạng các chính sách quản lý TMĐT ở Việt Nam hiện tại, làm rõ những bất cập, hạn chế cũng như đưa ra các gợi ý chính sách quản lý đối với lĩnh vực thương mại này.

2. Thực trạng chính sách quản lý thương mại điện tử ở Việt Nam

Hiện nay, hệ thống văn bản Luật và dưới luật điều chỉnh các hoạt động TMĐT nhìn chung đã được ban hành đã tạo nên khung pháp lý cơ bản cho các giao dịch thương mại trong lĩnh vực này, ví dụ như: Nghị định số 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ về TMĐT (được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP), Thông tư số 59/2015/TT-BCT của Bộ Công thương quy định về quản lý hoạt động TMĐT qua ứng dụng trên thiết bị di động, Thông tư số 47/2014/TT-BCT của Bộ Công thương quy định về quản lý website TMĐT, Nghị định số 98/2020/NĐ-CP của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và quyền lợi người tiêu dùng,... Tuy nhiên, khung pháp lý điều chỉnh các hoạt động TMĐT hiện nay vẫn còn những mặt chưa theo kịp sự phát triển và vận động của lĩnh vực này nhất là trong bối cảnh công nghệ ngày một phát triển và sự hội nhập ngày càng mở rộng. Các quy định quản lý vẫn còn tồn tại một số vấn đề hạn chế, bất cập, thiếu sự bao quát và toàn diện, tạo điều kiện cho việc lợi dụng thực hiện các hành vi vi phạm pháp luật. Thực trạng những mặt hạn chế này cụ thể dưới đây:

- Các chính sách, quy định quản lý thiếu tính tới sự khác biệt giữa sàn giao dịch TMĐT và mạng xã hội. Các hoạt động có yếu tố TMĐT theo các cấp độ khác nhau diễn ra ở cả ở mạng xã hội cũng như sàn giao dịch TMĐT và có những đặc điểm, đặc thù riêng biệt. Một trong những điểm khác biệt quan trọng giữa mạng xã hội và sàn TMĐT là mạng xã hội không có chức năng đặt hàng trực tuyến. Do vậy, mạng xã hội

chỉ có vai trò như là một bên môi giới trong khi đối với các sàn giao dịch TMĐT có chức năng này thì vai trò của bên trung gian là nhà cung cấp dịch vụ TMĐT đã trở nên quan trọng hơn.

Tuy nhiên, các quy định pháp luật hiện nay đang có chiều hướng áp dụng chung biện pháp quản lý đối với cả hai loại hình TMĐT này mà thiếu tính tới sự khác biệt cơ bản giữa chúng. Thực tế, tại Thông tư 47/2014/TT-BCT quy định về quản lý website TMĐT (Điều 6) đang áp dụng tiêu chí liên quan đến chức năng của nền tảng TMĐT trong việc xác định khi nào một mạng xã hội phải thực hiện nghĩa vụ của một sàn giao dịch TMĐT. Thực tiễn này chỉ ra rằng pháp luật về TMĐT cần có những quy định quản lý phù hợp hơn đối với các hoạt động TMĐT.

- *Bất cập về khía cạnh giao kết hợp đồng*: Tại Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về TMĐT đã có những quy định về giao kết hợp đồng sử dụng chức năng đặt hàng trực tuyến trên các nền tảng TMĐT, các cơ quan quản lý dựa trên những quy định này để ban hành hướng dẫn cụ thể và thực hiện giám sát, kiểm soát vấn đề giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên cho đến nay vẫn chưa có văn bản hướng dẫn chi tiết các quy định về giao kết hợp đồng trực tuyến trong Nghị định 52. Mặc dù, trước đây đã có Thông tư số 09/2008/TT-BCT hướng dẫn cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT đã có những quy định chi tiết về quy trình giao kết hợp đồng trực tuyến, nhưng đã không còn nhất quán với các văn bản khác, đặc biệt là sau khi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ra đời năm 2010.

- *Thiếu công cụ xử lý các tranh chấp trong giao dịch TMĐT*: Các giao dịch trực tuyến ở Việt Nam đang tăng lên rất nhanh, đồng nghĩa với việc này là các tranh chấp trực tuyến cũng có xu hướng gia tăng, nhưng tính đến hiện tại, Việt Nam vẫn chưa ban hành một văn bản pháp lý nào mà là cơ sở pháp lý cho việc áp dụng phương thức giải quyết tranh chấp theo hình thức trực tuyến để giải quyết các tranh chấp trong môi trường TMĐT. Mặc dù, Nghị định số 52/2013 về TMĐT và Luật Giao dịch điện tử 2005 có một số quy định tản mát về phương thức tiến hành ODR, những quy định này vẫn chỉ ở mang tính nguyên tắc chung và không thể áp dụng một cách trực tiếp cho ODR.

- *Khuôn khổ pháp lý về thanh toán điện tử còn tồn tại những hạn chế, bất cập*: Các quy định được ban hành chưa theo kịp sự phát triển của thị trường để tạo ra một môi trường cho phát triển dịch vụ và hình thành các cơ chế bảo vệ các chủ thể tham gia TMĐT cũng như để thiết lập nên một quy trình giải quyết các tranh chấp một cách khách quan, hiệu quả. Trên thực tế, văn bản có liên quan trực tiếp đến thanh toán không dùng tiền mặt, thanh toán điện tử

là Nghị định số 101/2012/NĐ-CP về thanh toán không dùng tiền mặt (đã được sửa đổi, bổ sung). Tuy nhiên, Nghị định đã bộc lộ những tồn tại và hạn chế như chưa đầy đủ trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân trong hoạt động TTKDTM, các quy định về điều kiện kinh doanh, về trách nhiệm và nghĩa vụ các bên liên quan, về các hành vi vi phạm còn có phần chung chung, các quy định chưa bao quát được hết các hình thái mới (như tiền điện tử, tiền ảo),...

- *Các quy định về chữ ký điện tử, chữ ký số còn tồn tại những bất cập*: Trong những năm vừa qua, các văn bản quy định về cung cấp dịch vụ chữ ký số, chứng thực chữ ký số trong giao dịch điện tử đã được ban hành nhưng vẫn chưa đủ chặt chẽ, đặc biệt là các quy định về điều kiện cấp phép dẫn đến thực trạng nhiều đơn vị có thể dễ dàng xin và được cấp phép (ví dụ như các điều kiện về tài chính, nhân sự, kỹ thuật được quy định tại Điều 13, Nghị định 130/2018/NĐ-CP có những định mức điều kiện còn tương đối thấp nhất là nhìn từ góc độ của loại hình dịch vụ đòi hỏi độ tin cậy cao như chứng thực chữ ký số).

Từ khi Luật Giao dịch điện tử 2005 được ban hành đến hiện tại, Chính phủ mới chỉ ban hành Nghị định quy định về chữ ký số mà chưa ban hành quy định nào mang tính giải thích về chữ ký điện tử an toàn. Đặc biệt là chưa có quy định về các tiêu chuẩn, điều kiện để chữ ký điện tử được coi là chữ ký điện tử an toàn, chưa có sự đảm bảo giá trị pháp lý của chữ ký điện tử an toàn trong khía cạnh chữ ký điện tử an toàn có giá trị chứng cứ.

- *Tồn tại một số hạn chế trong các quy định liên quan đến TMĐT xuyên biên giới*: Hiện tại hoạt động TMĐT xuyên biên giới đang gặp một số khó khăn về mặt chính sách, pháp luật. Điển hình như các sàn TMĐT đang gặp khó khăn trong việc mua bán ngoại tệ bởi thủ tục để mua được ngoại tệ trên sàn TMĐT là khá phức tạp. Ngoài ra, việc các quy định pháp luật hiện hành không chấp nhận hình thức thanh toán rút gọn dựa trên các dữ liệu điện tử thay vì các chứng từ giấy tạo nên nhiều trở ngại cho sự phát triển TMĐT xuyên biên giới cũng như dẫn tới sự thiếu minh bạch trong quá trình thanh toán.

Một khía cạnh quan trọng khác liên quan đến TMĐT xuyên biên giới là vấn đề quản lý của cơ quan hải quan đối với hàng hóa được giao dịch qua TMĐT được thực hiện từ khi người khai thực hiện khai báo. Vì thế, thông tin về hàng hóa tại thời điểm được gửi đến cơ quan hải quan muộn hơn khá nhiều so với thời điểm giao dịch TMĐT được xác lập và cơ quan hải quan trong nhiều trường hợp không biết được thời điểm thực tế phát sinh giao dịch TMĐT.

Cuối cùng, một hạn chế ở mức độ hội nhập là nước ta chưa có cơ chế phối hợp và tham chiếu thực

sự hiệu quả với các nước trong khu vực cũng như các quốc gia trên thế giới để ban hành các quy định chung về TMĐT dẫn tới các chính sách thúc đẩy hòa nhập của các doanh nghiệp trong nước vẫn chưa hiệu quả.

3. Gợi ý chính sách quản lý thương mại điện tử

Nghiên cứu đưa ra một số gợi ý chính sách để có thể nâng cao hiệu quả quản lý cũng như thúc đẩy sự phát triển của TMĐT tại Việt Nam nhất là trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay:

- Về vấn đề chưa tính đến sự khác biệt giữa sàn giao dịch TMĐT và mạng xã hội

+ Với những thông tin mang nội dung thương mại được đăng tải trên các nền tảng mạng xã hội mà có chức năng hỗ trợ thương mại (ví dụ như Shop của Zalo hay Marketplace của Facebook) nhưng không có chức năng đặt hàng trực tuyến thì vẫn nên được quản lý theo pháp luật về TMĐT nhưng có thể theo tiêu chuẩn thương mại ở mức độ thấp.

+ Đối với các thông tin mang nội dung thương mại trên các mạng xã hội thuần túy (không có chức năng hỗ trợ TMĐT cũng như chức năng đặt hàng trực tuyến) thì nên được quản lý theo các quy định pháp luật liên quan đến quản lý, cung cấp và sử dụng thông tin trên mạng như Nghị định 72/2013/NĐ-CP (ít mang tính thương mại hơn).

- Về vấn đề giao kết hợp đồng trực tuyến: Cần có một văn bản hướng dẫn cụ thể, chi tiết quy trình giao kết hợp đồng trực tuyến trên website TMĐT nhằm đảm bảo sự giao kết hợp đồng trực tuyến giữa các chủ thể tham gia các giao dịch TMĐT được hiệu quả, chặt chẽ, tuân thủ đúng pháp luật. Ngoài ra, văn bản này cần có sự nhất quán và phù hợp với Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 và các văn bản hướng dẫn chi tiết thi hành Luật trong khía cạnh nhằm giúp quyền lợi người tiêu dùng được bảo vệ trong quá trình giao kết

- Về vấn đề xử lý tranh chấp trong các giao dịch TMĐT: Cần có quy định và văn bản hướng dẫn cụ thể, chi tiết về cách thức và quy trình thu thập chứng cứ điện tử; quyền và nghĩa vụ của chủ thể có liên quan khi tiến hành thu thập chứng cứ. Bên cạnh đó, cần ban hành một văn bản pháp luật làm cơ sở pháp lý cho việc áp dụng ODR, quy định cụ thể phạm vi tranh chấp được sử dụng phương thức ODR... và kèm theo các văn bản hướng dẫn có liên quan nhằm tăng cường và thúc đẩy việc áp dụng ODR trong giải quyết các tranh chấp trực tuyến trong môi trường TMĐT.

- Về vấn đề thanh toán điện tử: Thứ nhất, hoàn thành việc rà soát, sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện khuôn khổ pháp lý cho hoạt động TTKDTM, thanh toán điện tử nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển các mô hình, sản phẩm dịch vụ thanh toán.

Thứ hai, tăng cường các quy định bảo hộ thanh toán điện tử để thúc đẩy hơn nữa sự phát triển của hình thức thanh toán hiện đại này.

Thứ ba, hiện đại hoá công nghệ và hệ thống thanh toán để đáp ứng tốt hơn các nhu cầu của khách hàng về mặt chất lượng, giá cả và mức độ an toàn, bảo mật trong thanh toán.

- Về vấn đề chữ ký điện tử/chữ ký số:

Thứ nhất, Luật Giao dịch điện tử (sửa đổi) cần có định nghĩa rõ ràng, phân biệt các khái niệm “chữ ký điện tử”, “chữ ký điện tử an toàn” và “chữ ký số”.

Thứ hai, nâng cao các điều kiện cấp phép (điều kiện về tài chính, nhân sự, kỹ thuật) trong các văn bản pháp luật nhằm đảm bảo các tổ chức, doanh nghiệp được cấp phép là những đơn vị có đủ năng lực để có thể cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số.

Thứ ba, tăng cường các chế tài xử phạt đối với các hành vi vi phạm, không tuân thủ pháp luật của các nhà cung cấp dịch vụ và mức phạt cần được nâng cao hơn, đặc biệt đối với những vi phạm nghiêm trọng.

- Về TMĐT xuyên biên giới

Thứ nhất, Ngân hàng Nhà nước nên ban hành các quy định cho phép: (i) Mua ngoại tệ từ nguồn tiền mặt; (ii) Xuất trình tờ khai hải quan bằng kết nối dữ liệu; (iii) Thay hợp đồng bằng các bản “Điều khoản & Điều kiện” giao kết giữa các bên; (iv) Dùng thông tin đơn hàng thay hóa đơn.

Thứ hai, giảm thời gian, thủ tục cho người khai hải quan nhằm hạn chế tình trạng thông tin liên quan đến hàng hóa được gửi đến cơ quan quản lý hải quan muộn hơn so với thời điểm giao dịch TMĐT được thành lập và cơ quan hải quan không nắm rõ được đầy đủ thời điểm thực tế phát sinh các giao dịch TMĐT.

Thứ ba, tăng cường ký kết các hiệp định song phương và đa phương về TMĐT với các quốc gia trong khu vực và các quốc gia trên thế giới./.

Tài liệu tham khảo

VCCI (2021), Thương mại điện tử trên mạng xã hội tại Việt Nam: Một số vấn đề pháp lý, Phòng Công nghiệp và Thương mại Việt Nam

Dương Quỳnh Hoa (2020), Giải quyết tranh chấp trực tuyến ở Việt Nam, Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp số 19

Lê Thị Thanh (2020), Thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp, Tạp chí Tài chính, Kỳ 1

Nguyễn Duy Thanh (2018), Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về hoạt động bán hàng trên Website TMĐT ở Việt Nam, Đại học Luật, Đại học Huế

Xuất khẩu nông sản Việt Nam sang Liên minh châu Âu: thực trạng, cơ hội và thách thức

Mai Thị Thanh Mai

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

Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU đã đạt những kết quả ấn tượng. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU vẫn còn rất hạn chế, chưa tương xứng với tiềm lực của cả hai bên. Thông qua phân tích thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU27 giai đoạn 2017 - 2021, bài viết nhận diện các cơ hội và thách thức từ EVFTA đối với hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam sang EU; từ đó, đưa ra một số khuyến nghị nhằm đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang thị trường đầy tiềm năng này.

1. Thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường EU

EU với 27 quốc gia thành viên được đánh giá là thị trường tiềm năng, có sức mua rất lớn. Dân số châu Âu chỉ khoảng 511 triệu người nhưng mỗi năm EU nhập khẩu nông sản khoảng gần 130 tỷ Euro/năm; trong đó, hàng rau quả tươi nhập khẩu chiếm khoảng hơn 60 tỷ Euro/năm, tương đương 44% trị giá thương mại toàn cầu của thị trường rau củ (Europa, 2022). Điều đó cho thấy EU là một thị trường hấp dẫn cho hàng hóa xuất khẩu Việt Nam nói chung và ngành nông sản nói riêng.

Bảng 1: Thương mại của EU27 với thế giới năm 2021

	Đơn vị	Nhập khẩu	Xuất khẩu	Cán cân thương mại
Tổng giá trị thương mại	triệu euro	2 112 458	2 180 402	67 944
Tổng giá trị thương mại nông sản	triệu euro	130 158	198 068	67 910
- tỷ trọng thương mại nông sản trong tổng thương mại của EU27	(%)	6.2	9.1	100.0

Nguồn: Europa, 2022

Như trong bảng 1, kim ngạch nhập khẩu hàng năm của EU năm 2021 đạt hơn 2.000 tỷ Euro. Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, tỷ trọng nhập khẩu các sản phẩm nông nghiệp đã bị sụt giảm nhưng vẫn chiếm 6.2% trong tổng thương mại nhập khẩu của EU. Điều đó cho thấy, EU là vẫn là một thị trường có dung lượng nhập khẩu nông sản cao.

Xuất nhập khẩu giữ hai nền kinh tế tương đối cân bằng trong các năm 2017 đến 2019, kim ngạch mỗi chiều dao động trong khoảng hơn 1 tỷ Euro/năm. EU nhập khẩu các mặt hàng cà phê, chè, rau quả,... của Việt Nam; trong khi đó, Việt Nam nhập khẩu các mặt hàng như sữa, thịt động vật, đồ uống, chế phẩm nông sản từ EU (Europa, 2022). Từ năm 2020, EVFTA có hiệu lực, vượt lên rất nhiều khó khăn do dịch bệnh Covid -19 mang lại, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU đã có những bước phát triển vượt bậc; kim ngạch xuất khẩu tăng gấp đôi so với từng năm trước đó, lên khoảng 2,2 tỷ Euro/năm.

Kim ngạch xuất khẩu đã gần gấp đôi kim ngạch nhập khẩu từ EU. Đó là kết quả của việc Việt Nam đã tận dụng tốt các ưu đãi của EVFTA để đưa nông sản sang thị trường EU.

Bảng 2: Các chỉ số thương mại nông sản giữa Việt Nam và EU27 năm 2021

	Đơn vị	Nhập khẩu	Xuất khẩu	Cán cân thương mại
Tổng giá trị thương mại nông sản của EU với thế giới	triệu euro	130 158	198 068	67 910
Giá trị thương mại nông sản	triệu euro	1 227	2 233	1 006
- tỷ trọng của Việt Nam trong tổng thương mại nông sản của EU	(%)	0.6	1.7	

Nguồn: Europa, 2022

Kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam sang EU đã tăng trưởng vượt bậc trong năm 2021 và 2022, tuy nhiên, nhìn vào các chỉ số thương mại nông sản giữa Việt Nam – EU (Bảng 2) thì có thể thấy tỷ trọng xuất nhập khẩu nông sản của Việt Nam trong tổng thương mại nông sản của EU vẫn rất hạn chế. Hiện nay, Việt Nam hiện là đối tác xuất khẩu nông sản sang EU đứng thứ 17 với tỷ trọng còn rất khiêm tốn chỉ 1,7%. Điều này một mặt cho thấy dung lượng thị trường EU là rất lớn và EU là một thị trường rất tiềm năng đối với nông sản Việt Nam; mặt khác cũng cần xem xét, đánh giá lại nguyên nhân vì sao nông sản Việt Nam chỉ chiếm một thị phần rất nhỏ tại EU.

Về cơ cấu các mặt hàng nông sản xuất khẩu: Hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang EU có mức độ tập trung lớn về chủng loại sản phẩm. Bảng 4 cho thấy những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ đạo của Việt Nam sang EU trong giai đoạn 2017 – 2021. Trong đó, các mặt hàng như cà phê, trà, trái cây, các loại hạt và gia vị là những mặt hàng chủ đạo xuất khẩu sang EU (chiếm 82,3% kim ngạch xuất khẩu).

Về thị trường xuất khẩu sang các nước thành viên EU: Dù chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19, kim ngạch xuất khẩu nông sản sang các thị trường chủ lực của Việt Nam tại khu vực EU đều tăng trưởng tích cực hoặc chỉ giảm nhẹ. Trong đó, Đức (chiếm 28,8% tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông

sản chính của Việt Nam sang EU, đạt 641 triệu USD, tăng 24,4% so với cùng kỳ năm 2020), Hà Lan (chiếm 22,5%, đạt 500 triệu USD, tăng 1,9%), Italy (chiếm 12,8%, đạt 285 triệu USD, tăng 3,2%), Tây Ban Nha (chiếm 9%, đạt 202 triệu USD, giảm nhẹ 0,6%), Pháp (chiếm 6,4%, đạt 142 triệu USD, tăng 25,2%),... Ngoài ra, một số thị trường có kim ngạch xuất khẩu nhỏ nhưng đạt mức tăng trưởng mạnh mẽ, cho thấy tiềm năng xuất khẩu: Phần Lan (tăng 198%), Hungary (tăng 86,9%), Cộng hòa Séc (tăng 49,2%) (Tổng cục thống kê, 2021).

2. Cơ hội

Việt Nam và EU ký kết thành công Hiệp định EVFTA đã tạo một cơ sở pháp lý vững chắc cho các hoạt động thương mại giữa hai bên. EVFTA có hiệu lực đã mở ra nhiều cơ hội cho xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam nói chung và các sản phẩm nông sản nói riêng.

Thứ nhất, các mặt hàng nông sản của Việt Nam có nhiều cơ hội từ các cam kết cắt giảm thuế quan được quy định trong EVFTA. Các mặt hàng chủ lực của Việt Nam như cà phê, hạt tiêu, hạt điều đều có thuế suất 0% ngay khi EVFTA có hiệu lực.

Thứ hai, EVFTA mở ra cơ hội cho hàng nông sản Việt Nam các thị trường nước thành viên EU – thị trường có tầng lớp trung lưu đông đảo và nhu cầu tiêu dùng cao với một cơ chế ưu đãi thuế quan ổn định và lâu dài cho cả 2 bên thay cho chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) mà EU dành cho Việt Nam trước đây.

Thứ ba, EVFTA đưa đến cho các doanh nghiệp cơ hội tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, nâng cao trình độ của lực lượng sản xuất; các doanh nghiệp nông nghiệp có thể tiếp cận thị trường các nước thành viên EU nơi có tầng lớp trung lưu đông đảo và nhu cầu tiêu dùng cao.

Thứ tư, các quy định về rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT) và các biện pháp kiểm dịch động thực vật và vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), hay các quy định về môi trường, lao động hay sở hữu trí tuệ đã có những tác động nhất định tới ý thức của các doanh nghiệp sản xuất, chế biến nông sản tại Việt Nam.

Thứ năm, hiện nay EU đã công nhận bảo hộ cho 39 bộ chỉ dẫn địa lý của Việt Nam, mà không phải qua thủ tục đăng ký, mang lại cơ hội lớn cho các doanh nghiệp và nông dân Việt Nam.

3. Thách thức

Về lý thuyết, EVFTA đã mở rộng cơ hội xuất khẩu cho nông sản Việt Nam. Tuy nhiên, để mở rộng thị trường xuất khẩu, hàng nông sản Việt Nam vẫn phải đối mặt với nhiều thách thức.

- Thách thức cạnh tranh trên thị trường nội địa

các nước thành viên của EU: Để bảo hộ ngành sản xuất trong nước, các nước thành viên EU sẽ có xu hướng tăng các quy định về hàng rào kỹ thuật trong thương mại để hạn chế và cạnh tranh với hàng nhập khẩu từ Việt Nam được hưởng ưu đãi về thuế. Tuy nhiên, để được hưởng ưu đãi, hàng xuất khẩu sang EU cần thỏa mãn các quy định về quy tắc xuất xứ.

- Thách thức đến từ hàng rào phi thuế quan của EU: EU là một trong những thị trường khó tính nhất với những yêu cầu về TBT và SPS rất cao và kiểm soát chặt chẽ, đặc biệt với hàng nông sản. Xu hướng của thị trường EU là tăng rào cản kỹ thuật khi giảm hàng rào thuế quan. Minh chứng là ngay sau khi EVFTA có hiệu lực, EU đã có thêm 86 thông báo liên quan đến các quy định SPS (2020) và 70 thông báo (tính đến tháng 10/2021).

- Thị trường EU là một trong những thị trường khó tính nhất trên thế giới do yêu cầu của EU buộc các doanh nghiệp phải tuân thủ nghiêm ngặt về lao động và môi trường. Sự khắt khe của thị trường EU với nhiều tiêu chuẩn mới, đòi hỏi cao hơn về kỹ thuật, môi trường, vệ sinh an toàn, bảo vệ quyền người lao động, cùng với chính sách bảo hộ nông nghiệp.

- Vấn đề sở hữu trí tuệ: Đây là một trong các yêu cầu được EU rất coi trọng. Quy định về bảo hộ sở hữu trí tuệ của EU có một số điều khoản yêu cầu cao hơn so với quy định về quyền sở hữu trí tuệ của tổ chức Thương mại thế giới. Trong khi đó nhiều doanh nghiệp Việt Nam còn chưa có sự quan tâm thích đáng đến vấn đề này mà đang chỉ chú trọng tới số lượng xuất khẩu.

4. Một số khuyến nghị nhằm đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang thị trường EU

Mặc dù Việt Nam thuộc nhóm nước dẫn đầu trong thương mại hai chiều với EU, nhưng EU cũng đang đàm phán hiệp định thương mại với các quốc gia khác trong khu vực. Do đó, Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam cần tận dụng tối đa lợi thế và cơ hội của “người đi trước” để tạo chỗ đứng vững chắc tại thị trường EU (VEPR, 2021).

Về phía Nhà nước

Thứ nhất, cần ban hành các chính sách thúc đẩy áp dụng khoa học công nghệ vào sản xuất và chế biến hàng nông sản nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, cải thiện năng lực cạnh tranh. Việt Nam đầu tư cho nghiên cứu và phát triển ngành nông nghiệp còn thấp; sản xuất nông nghiệp còn rất manh mún, công nghệ lạc hậu, năng suất chất lượng thấp. Trong khi, EU là thị trường khó tính với những yêu cầu hết sức chặt chẽ về chất lượng. Chính vì vậy, để hàng nông sản của Việt Nam có thể thâm nhập được vào thị trường EU, Nhà nước cần có các chính sách ưu tiên để phát triển công nghệ kỹ thuật trong sản xuất, bảo quản, chế biến nông sản.

Thứ hai, đẩy mạnh công tác truyền thông và tổ chức hướng dẫn doanh nghiệp hiểu rõ các quy định trong EVFTA, cũng như các quy định của EU về các biện pháp phi thuế quan (đặc biệt là SPS và TBT) mà EU áp dụng với hàng nông sản Việt Nam. Hiện nay, các vụ việc hàng hoá nông sản Việt Nam vi phạm các quy định về SPS và TBT của các thị trường nhập khẩu vẫn còn rất cao. Do đó, cần cải tổ và tăng năng lực điều hành cũng như giám sát đối với văn phòng SPS và TBT Việt Nam nhằm hạn chế các vi phạm các quy định về an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật tại các nước nhập khẩu.

Thứ ba, cần ban hành các quy định và chế tài chặt chẽ về vấn đề bảo vệ môi trường và phát triển bền vững; tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức về môi trường và có chế tài nghiêm khắc đối với hoạt động sản xuất nông nghiệp gây ô nhiễm môi trường; đẩy mạnh công tác đào tạo, hướng dẫn, tuyên truyền nhằm thay đổi tập quán sản xuất nông nghiệp của nông dân như kỹ thuật sản xuất nông sản sạch, an toàn theo tiêu chuẩn quốc tế, ứng dụng khoa học - kỹ thuật và đổi mới công nghệ,...

Thứ tư, đẩy mạnh công tác thông tin như dự báo thị trường, thống kê, điều tiết sản xuất, hỗ trợ doanh nghiệp và hộ nông dân nhằm ứng phó kịp thời với những biến động bất lợi của kinh tế và thị trường thế giới. Bên cạnh đó, tiến hành nghiên cứu về thị trường tiếp cận, nhận định được những tiềm năng, cũng như đánh giá được sức cạnh tranh của từng loại nông sản để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tiến vào thị trường EU.

Thứ năm, cần hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản thực hiện việc xây dựng thương hiệu, đăng ký quyền sở hữu trí tuệ cho sản phẩm nông nghiệp của mình nhằm nâng cao uy tín trên thị trường và tránh việc bị mất thương hiệu. Đặc biệt, việc đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý nắm vai trò hết sức quan trọng trong xuất khẩu nông nghiệp; là tiền đề để sản phẩm nông nghiệp khẳng định thương hiệu và vị trí tại thị trường trong nước và thế giới.

Thứ sáu, đầu tư vốn và công nghệ để phát triển sản xuất, kinh doanh trên tất cả các lĩnh vực nông nghiệp. Khuyến khích mở rộng tín dụng an toàn, hiệu quả có thể tạo điều kiện thuận lợi hỗ trợ cho doanh nghiệp kịp thời đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ sản xuất kinh doanh, tập trung vào các lĩnh vực ưu tiên của Chính phủ như cho vay nông nghiệp nông thôn, công nghiệp hỗ trợ, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao.

Cuối cùng, một trong những chiến lược nhà nước cần chú trọng đó là phát triển công nghiệp phụ trợ nhằm đảm bảo thỏa mãn yêu cầu về xuất xứ nguyên vật liệu của các mặt hàng nông sản Việt Nam. Việc quy hoạch các cụm sản xuất công nghiệp phụ trợ, sản xuất, chế biến nông nghiệp tập trung, giảm tình trạng rải rác, manh mún và tự phát.

Về phía doanh nghiệp

- Các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản cần tìm hiểu và nắm vững các quy định của EVFTA và các quy định liên quan đến thị trường EU;

- Nâng cao chất lượng hàng nông sản phù hợp với các cam kết theo EVFTA để hàng hoá có đủ điều kiện thâm nhập vào thị trường EU. Phát triển nền nông nghiệp hữu cơ hướng tới nền sản xuất hiện đại, tạo nền tảng cho nông nghiệp phát triển; chú trọng việc ứng dụng khoa học công nghệ vào trong sản xuất, chế biến nông sản.

- Chủ động tìm kiếm cơ hội hợp tác với các đối tác tại thị trường EU để thu hút mạnh mẽ đầu tư trực tiếp; tận dụng hiệu quả nguồn vốn và việc chuyển giao công nghệ từ các tập đoàn lớn, có kinh nghiệm của EU.

- Các doanh nghiệp cần tập trung sản xuất các sản phẩm nông sản xuất khẩu chính ngạch giá trị cao, đồng thời tái cơ cấu lại ngành theo hướng gắn với thiên nhiên, bảo vệ môi trường và đảm bảo giá trị lao động gắn liền với sản phẩm xuất khẩu.

- Doanh nghiệp cần thường xuyên tham gia các khoá tập huấn, hướng dẫn, chia sẻ thông tin về các quy định của EU nhằm tìm cách vượt qua được hàng rào phi thuế quan của EU như các quy định về SPS, TBT, các quy định về nguồn gốc xuất xứ, chất lượng sản phẩm và bảo hộ sở hữu trí tuệ.

- Xây dựng thương hiệu và đăng ký sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm nông nghiệp Việt Nam.

- Nâng cao năng lực chế biến nông sản để phù hợp hơn với tiêu chuẩn của thị trường EU, nơi có khoảng cách địa lý lớn với Việt Nam bằng việc phát triển các sản phẩm đồ hộp, có thể bảo quản dài ngày đối với các mặt hàng nông sản như trái cây, rau củ./.

Tài liệu tham khảo

Bộ Công Thương (2021), Tình hình xuất, nhập khẩu một số mặt hàng chính sang các nước thành viên EVFTA, Vụ Chính sách thương mại đa biên, Bộ Công thương.

Europa (2022), Agri-Food Trade Statistical Factsheet, <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/statistics/>;

Ngô Xuân Nam (2020), An toàn thực phẩm và kiểm dịch động, thực vật: Một số định hướng thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường EU, Bản tin SPS Việt Nam, số 1, tháng 9/2020, p11-17

VCCI (2019), Tóm lược Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA);

VERP (2021), Báo cáo đánh giá: một năm thực hiện Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Châu Âu (EVFTA): Tác động đến kinh tế Việt Nam và sự thay đổi chính sách, Viện Nghiên cứu Kinh Tế Và Chính Sách, Trường Đại học Kinh tế, ĐQGHN.

Hiệp ước quốc tế Basel và thực trạng kỷ luật thị trường ngành ngân hàng Việt Nam

Trần Việt Dũng

Trường Bồi dưỡng cán bộ ngân hàng - Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Hiệp định Basel đã tạo ra một khuôn khổ pháp lý làm tăng tính công khai minh bạch cho các ngân hàng, việc nhanh chóng triển khai và hoàn tất các trụ cột của chuẩn mực Basel không chỉ giúp chính các ngân hàng tăng khả năng chống đỡ trước những bất ổn của nền kinh tế mà còn thúc đẩy phát triển một thị trường tài chính minh bạch, hạn chế rủi ro cho các chủ thể kinh tế. Bài viết gồm 3 nội dung chính: (i) Hiệp ước Basel về kỷ luật thị trường ngành ngân hàng; (ii) Thực trạng kỷ luật thị trường ngành ngân hàng Việt Nam; (iii) Một số khuyến nghị cho Việt Nam.

1. Hiệp ước quốc tế Basel về kỷ luật thị trường ngành ngân hàng

Tháng 6/1999, Ủy ban Basel đã đề xuất khung đo lường vốn Basel II để khắc phục những hạn chế của khung đo lường vốn Basel I (the Basel Capital Accord). Basel II đưa ra “Ba trụ cột” gồm: (i) Yêu cầu vốn tối thiểu; (ii) Xem xét giám sát của quá trình đánh giá nội bộ và sự đủ vốn của các tổ chức tài chính; (iii) Sử dụng hiệu quả của việc công bố thông tin nhằm làm lành mạnh kỷ luật thị trường như là một sự bổ sung cho các nỗ lực giám sát. Theo đó, hai trụ cột đầu của Basel II là những mục tiêu chủ chốt của Hiệp ước vốn Basel I. Trụ cột thứ ba là mới, thể hiện việc chuyển từ cơ chế điều tiết dựa trên tỷ lệ, hướng đến một sự điều tiết dựa nhiều hơn vào các số liệu nội bộ, thông lệ và các mô hình. Trụ cột thứ ba yêu cầu các ngân hàng cần phải công khai thông tin một cách thích đáng theo nguyên tắc thị trường. Basel II đưa ra một danh sách các yêu cầu buộc các ngân hàng phải công khai thông tin, từ những thông tin về cơ cấu vốn, mức độ đầy đủ vốn đến những thông tin liên quan đến mức độ nhạy cảm của ngân hàng với rủi ro tín dụng, rủi ro thị trường, rủi ro vận hành và quy trình đánh giá của ngân hàng đối với từng loại rủi ro này.

Kỷ luật thị trường (KLTT) được xem là hành động “trừng phạt” của những chủ thể khác nhau, bao gồm: người gửi tiền, người vay, cổ đông, trái chủ và cả chính các ngân hàng với nhau, đối với những hành vi rủi ro trong hoạt động kinh doanh ngân hàng thông qua hai cơ chế: về giá (price mechanism) và về lượng (quantity mechanism). Kỷ luật thị trường là sự thúc đẩy các ngân hàng, tổ chức tài chính và các doanh nghiệp lớn khác dựa trên cơ sở thị trường về tính minh bạch và công khai các rủi ro liên quan đến một doanh nghiệp hoặc tổ chức. Nó hoạt động phối hợp với các hệ thống quản lý để tăng

tính an toàn và lành mạnh của thị trường. Trong trường hợp không có sự can thiệp trực tiếp của chính phủ vào nền kinh tế thị trường tự do, kỷ luật thị trường sẽ cung cấp cả cơ chế quản trị bên trong và bên ngoài. Trụ cột III là một khuôn mẫu để nhiều quốc gia học tập trong việc xây dựng các quy tắc chặt chẽ hơn cho các ngân hàng. Đặc biệt, các nước đang phát triển cũng đang tự nguyện áp dụng trụ cột II về minh bạch thông tin và sử dụng trụ cột này như một thước đo để thúc đẩy việc xây dựng các quy tắc luật lệ tốt hơn đối với ngành ngân hàng. Từ đó lĩnh vực ngân hàng có cơ sở để quản trị các rủi ro tài chính tốt hơn và hoạt động ổn định hơn.

Ngày nay, kỷ luật thị trường được đưa vào Hiệp ước vốn Basel II như một trụ cột của quy định ngân hàng thận trọng. Kỷ luật thị trường hoạt động như một sự giám sát của bên đối tác trong lĩnh vực ngân hàng cho phép các bên liên quan bảo vệ quyền lợi của họ trước rủi ro quá mức của ngân hàng. Nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích hiệu quả của thị trường kỷ luật trong việc hạn chế hành vi chấp nhận rủi ro của các ngân hàng. Cụ thể hơn, nó nhằm mục đích chỉ ra kỷ luật thị trường cung cấp cho các ngân hàng động cơ để nắm giữ lượng vốn ổn định để chống lại những tổn thất tiềm ẩn trong tương lai có thể phát sinh từ rủi ro của ngân hàng.

2. Thực trạng kỷ luật thị trường ngành ngân hàng tại Việt Nam

2.1. Văn bản pháp lý tham chiếu

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam thực hiện thanh tra tại chỗ, giám sát từ xa lĩnh vực ngân hàng; thanh tra hành chính, thanh tra và giám sát chuyên ngành về ngân hàng, các tổ chức tín dụng...thuộc phạm vi quản lý Nhà nước của NHNN.

- Quy định về hình thành ngân hàng: Luật các Tổ chức Tín dụng 2010, Luật NHNN và một số văn bản

hiện hành có một số quy định liên quan tới việc hình thành Ngân hàng như sau: Khoản 2, 3 Điều 55, Luật các Tổ chức tín dụng 2010 – “Tỷ lệ sở hữu cổ phần” quy định một cổ đông tổ chức (và người có liên quan của cổ đông đó) không được sở hữu quá 15% (20%) vốn điều lệ của một tổ chức tín dụng; Khoản 2, Điều 103 – “Góp vốn, mua cổ phần” quy định NHTM phải thành lập hoặc mua lại công ty con, công ty liên kết để thực hiện hoạt động kinh doanh chứng khoán, cho thuê tài chính, bảo hiểm; Điều 134, Luật các Tổ chức tín dụng 2010 – “Quyền và nghĩa vụ của công ty kiểm soát” quy định quyền, nghĩa vụ của Công ty đang sở hữu trực tiếp hoặc gián tiếp trên 20% vốn điều lệ hoặc vốn cổ phần có quyền biểu quyết hoặc nắm quyền kiểm soát của một NHTM; Điều 135, Luật các Tổ chức tín dụng 2010 – “Góp vốn, mua cổ phần giữa các công ty con, công ty liên kết, công ty kiểm soát” quy định hạn chế việc góp vốn lòng vòng và sở hữu chéo giữa các công ty con, công ty liên kết, công ty kiểm soát của tổ chức tín dụng; Điều 56, Luật NHNN – “Đối tượng giám sát ngân hàng” quy định trong trường hợp cần thiết, NHNN yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền giám sát hoặc phối hợp giám sát công ty con, công ty liên kết của TCTD...

- Quy định về tỷ lệ đảm bảo an toàn vốn theo phương thức hợp nhất (Thông tư 36 và các văn bản sửa đổi bổ sung, Thông tư 41 về an toàn vốn theo phương pháp tiêu chuẩn của Basel II);

- Quy định về các giới hạn và tỷ lệ đảm bảo an toàn (tỷ lệ khả năng chi trả; tỷ lệ cho vay trên tổng tiền gửi, tỷ lệ nguồn vốn ngắn hạn cho vay trung và dài hạn; tỷ lệ đầu tư trái phiếu chính phủ; giới hạn cấp tín dụng; giới hạn sở hữu cổ đông, cổ phần, sở hữu chéo giữa các công ty con, công ty liên kết và giữa các tổ chức tín dụng với nhau; quy định về quyền kiểm soát; quy định về người có liên quan của TCTD...),

- Quy định về trình tự, thủ tục thanh tra, giám sát tổ chức tín dụng (Thông tư 08 về trình tự, thủ tục giám sát ngân hàng; Sổ tay giám sát ngân hàng; Thông tư 04 về can thiệp sớm; Thông tư 36 về trình tự, thủ tục thanh tra ngân hàng; Khung thanh tra giám sát trên cơ sở rủi ro - RBS);

- Quy định về hệ thống kiểm soát nội bộ, quản lý rủi ro (đối với tất cả các rủi ro trọng yếu), tính toán nội bộ về mức đủ vốn, kiểm toán nội bộ (Thông tư 13 quy định về hệ thống kiểm soát nội bộ của NHTM, chi nhánh NHNNg);

- Quy chế và quy định về xếp hạng các TCTD (Thông tư quy định về việc xếp hạng các TCTD quy định các chỉ tiêu xếp hạng gồm: Vốn, Chất lượng tài sản, Quản trị điều hành, Kết quả hoạt động kinh doanh và Thanh khoản. Kết quả xếp hạng các TCTD sẽ phản ánh đầy đủ tình hình hoạt động, mức độ rủi ro của từng TCTD để phục vụ công tác quản lý, thanh tra, giám sát của NHNN);

- Quy định về phân loại nợ và trích lập dự phòng rủi ro của các TCTD;

- Quy định về các công cụ quản lý (xử lý) khủng hoảng ngân hàng (Quyết định 1058 về tái cơ cấu các TCTD gắn với xử lý nợ xấu; Thông tư 07 về kiểm soát đặc biệt đối với TCTD...).

- Yêu cầu có ít nhất 12-15 NHTM áp dụng thành công Basel II (Nghị quyết số 24/2016/QH14 ngày 08/11/2016 và Nghị quyết số 27/NQ-CP ngày 21/02/2017).

2.2. Kỷ luật thị trường ngành ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2015-2020

Trong những năm gần đây kỷ luật thị trường nói chung và cụ thể ngành ngân hàng nói riêng đang ngày càng được siết chặt và nhận được nhiều sự quan tâm từ các cơ quan quản lý, các tổ chức, doanh nghiệp cũng như các cá nhân trong nền kinh tế.

Về việc áp dụng chuẩn Basel II, từ sau đợt thí điểm thử nghiệm tại 10 NHTM vào năm 2016, thì tính tới thời điểm hiện tại đã có 18 NHTM đạt chuẩn Basel II, trong đó có 16 NHTM nội địa bao gồm: VIB, Vietcombank, MB Bank, Techcombank, ACB, MSB, HDBank, OCB, VP Bank, VietBank, TPBank, VietCapitalBank, SeABank, BIDV, LienVietPostBank, Nam Á Bank, và 2 NHTM có vốn nước ngoài là Shinhan Bank và Standard Chartered Việt Nam. Về cơ bản, mục tiêu áp dụng thành công Basel II vào năm 2020 đã hoàn thành theo đúng kế hoạch của Quốc hội, song mới chỉ khoảng một phần ba các ngân hàng công bố trên đã hoàn thành cả 3 trụ cột là: VIB, Vietcombank, SeABank, VPBank, TPBank, MSB, VietCapitalBank.

Cơ cấu tài sản của các ngân hàng đã thay đổi theo hướng ổn định hơn. Trong đó, ngân hàng BIDV dẫn đầu với khoản cho vay khách hàng cá nhân trong năm 2020 đạt 1,195,239 tỷ đồng, chiếm tới 78,8% trên tổng tài sản. MSB và VietBank là hai ngân hàng chiếm tỷ trọng cho vay trên tổng tài sản thấp nhất trong nhóm với tỷ lệ lần lượt là 44,4 % và 48%, còn các NHTM còn lại thì tỷ lệ này đều trong khoảng từ 50-70%. Có thể thấy tỷ lệ cho vay đang được các ngân hàng đẩy mạnh hơn các năm trước và cần đối phù hợp với mức nợ xấu của từng ngân hàng. So với năm 2019 thì khoảng mục nợ phải trả của các NHTM đều có sự tăng nhẹ. Trung bình các NHTM còn lại tăng trong khoảng 15%, các ngân hàng lớn như BIDV, Vietcombank và VP Bank chỉ tăng dưới 10%. Tuy nhiên, dựa trên số liệu được tính toán thì tổng nợ phải trả trên tổng nguồn vốn năm 2020 của các NHTM đa phần chiếm trên 90%.

Nguồn vốn huy động tiền gửi với hai nhóm là tiền gửi khách hàng và tiền gửi của các TCTD khác chiếm lượng lớn trong khoản mục nợ của ngân hàng. Trong đó, tiền gửi khách hàng cá nhân chiếm tỷ trọng lớn nhất trên tổng số tiền gửi huy động được.

Mặc dù lượng tiền gửi của khách hàng tăng lên hàng năm và quy mô lượng tiền gửi cũng lớn hơn nhiều, song mức tăng trưởng tiền gửi lại có xu hướng giảm dần trong những năm gần đây do sự phát triển của các kênh đầu tư khác trong hệ thống tài chính.

Bên cạnh đó, các cơ quan thanh tra giám sát ngân hàng vẫn tiếp tục củng cố, thực hiện chức năng tham mưu, hỗ trợ quản lý nhà nước đối với các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài, quản lý nhà nước về công tác thanh tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo, phòng, chống tham nhũng, phòng, chống rửa tiền, bảo hiểm tiền gửi. Hơn bao giờ hết, vai trò và nhiệm vụ của cơ quan thanh tra giám sát đang ngày càng được nâng cao thông qua một loạt các sai phạm ngân hàng được đưa ra xét xử trong thời gian qua.

2.3. Một số đánh giá về kỷ luật thị trường ngành ngân hàng Việt Nam

Thứ nhất, hầu hết các sai phạm của các ngân hàng tại Việt Nam đều là vi phạm trong hoạt động cấp tín dụng, các sai phạm này một mặt xuất phát từ chính mong muốn chủ quan của các lãnh đạo ngân hàng, một mặt dựa vào các lỗ hổng từ thị trường để trục lợi. Theo đó, việc hàng loạt các vụ xét xử nổ ra với thiệt hại hàng nghìn tỷ đồng cho thấy các công cụ, phương thức giám sát kỷ luật thị trường ngành ngân hàng chưa thực sự hiệu quả, chưa theo kịp sự vận động; Thứ hai, số lượng các ngân hàng Việt Nam triển khai, áp dụng các tiêu chuẩn Hiệp ước Basel trong quản trị rủi ro ngân hàng chưa nhiều. Điều này đến từ phía các cơ quan quản lý nhà nước chưa thực sự “ép chặt” các ngân hàng phải tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về quản trị rủi ro, báo cáo tài chính theo chuẩn quốc tế; Thứ ba, một số ngân hàng Việt Nam chưa thực sự “chủ động” trong việc đẩy nhanh tiến độ hoàn thành các trụ cột của Basel. Vì điều này sẽ ngốn không ít nguồn vốn và thời gian cho việc thực hiện.

3. Một số khuyến nghị cho Việt Nam

Từ thực trạng kỷ luật thị trường của các ngân hàng thương mại Việt Nam, bài viết đề xuất một vài kiến nghị nhằm nâng cao kỷ luật thị trường của ngành ngân hàng nói riêng và hệ thống tài chính Việt Nam nói chung.

(i) Về phía các cơ quan quản lý nhà nước: Thứ nhất, Dựa vào tình hình thực tế, xem xét những tồn đọng mà các NHTM vẫn đang gặp phải về môi trường pháp lý, về quy trình thực hiện... để có hướng xử lý kịp thời, tránh xảy ra những sai sót gây tổn thất nặng nề; Thứ hai, Chính phủ và các cơ quan chức năng cần ban hành các quy định pháp luật chặt chẽ cùng với chế tài xử phạt nghiêm khắc liên quan đến hoạt động trình bày và công bố thông tin cũng như kỷ luật thị trường cho các ngân hàng thương mại và các tổ chức tài chính hoạt động cung cấp các

dịch vụ ngân hàng; Thứ ba, Có những hỗ trợ hợp lý để tích cực đẩy mạnh các NHTM đạt chuẩn Basel theo đúng lộ trình và tiến tới chuyển đổi hệ thống báo cáo cũng như trình bày báo cáo tài chính theo chuẩn quốc tế; Thứ tư, liên tục kiểm tra, đào tạo, bồi dưỡng kiến thức cán bộ viên chức không chỉ về năng lực nghiệp vụ chuyên môn mà còn về cả đạo đức. Đồng thời, cần làm chặt chẽ hơn công tác tuyển chọn cán bộ để tránh xảy ra những bê bối gây thất thoát nghiêm trọng.

(ii) Về phía các NHTM: Thứ nhất, tích cực đẩy nhanh tiến độ hoàn thành các trụ cột của Basel, đây không chỉ là những tiêu chí giúp tăng sức chống chịu của ngân hàng mà còn làm tăng tính minh bạch thông tin, nâng cao uy tín và vị thế ngân hàng trên thị trường trong và ngoài nước; Thứ hai, nghiên cứu đầu tư và đẩy mạnh phát triển ứng dụng công nghệ cần được quan tâm hàng đầu. Các cơ sở thông tin, dữ liệu, phần mềm quản lý cần được nghiên cứu ứng dụng để giảm thiểu các rủi ro về sai lệch thông tin, nâng cao chất lượng và độ chính xác của thông tin; Thứ ba, nhanh chóng hoàn thiện hệ thống quản trị ngân hàng, hệ thống kiểm toán nội bộ, cải thiện công tác công bố thông tin tới cổ đông và nhà đầu tư; Thứ tư, trau dồi nâng cao bồi dưỡng kiến thức và đạo đức của các cấp từ nhân viên cho đến các nhà quản lý thông qua các chương trình đào tạo, kiểm tra giám sát, tạo dựng môi trường và văn hoá doanh nghiệp vững mạnh để mỗi cán bộ ngân hàng đều thực hiện đúng vai trò của mình và góp phần tạo dựng uy tín cho ngân hàng./.

Tài liệu tham khảo

Alam, N. (2012). “The Impact of Regulatory and Supervisory Structures on Bank Risk and Efficiency: Evidence from dual bank system”, *Asian Journal of Finance & Accounting*, 4(1): 217-244.

Alessandra Allini & Annamaria Zampella (2020), “The Value Relevance of Risk Disclosure: An Analysis of the Banking Sector”, *Accounting in Europe*, 17:2, 129-157

“Basel II và cái đích 2020”, Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam, <https://www.vnba.org.vn/index.php?option=com_k2&view=item&id=16428:basel-ii-va-cai-dich-2020&Itemid=241&lang=vi>

Tùng Lâm, “Những đại án làm rung động ngành ngân hàng 20 năm qua”, Cafef.vn, <<https://cafef.vn/nhung-dai-an-lam-rung-dong-nganh-ngan-hang-20-nam-qua-20170909111435611.chn>>

Giải pháp phát triển nguồn nhân lực Việt Nam đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế

Lê Thị Thu Hương

Trường Đại học Sư phạm, Đại học Huế

Trong bối cảnh hiện nay, để thực hiện được mục tiêu đến năm 2025, Việt Nam là nước đang phát triển, có công nghiệp theo hướng hiện đại, vượt qua mức thu nhập trung bình thấp; đến năm 2030, là nước đang phát triển, có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao thì nguồn nhân lực chất lượng cao là yếu tố quyết định. Tuy nhiên, nguồn nhân lực Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều khó khăn và hạn chế. Do đó, Việt Nam cần những giải pháp kịp thời và hiệu quả vừa mang tính ngắn hạn vừa mang tính lâu dài để nâng cao, phát triển nguồn nhân lực đất nước đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

1. Mở đầu

Trong suốt những năm qua, Đảng Cộng sản Việt Nam luôn quan tâm, chú ý đào tạo và phát triển nguồn nhân lực của đất nước. Đảng ta luôn khẳng định: Con người là trung tâm, chủ thể, nguồn lực quan trọng nhất và mục tiêu của sự phát triển; lấy giá trị văn hóa, con người Việt Nam là nền tảng, sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững. Để thực hiện được điều này, Đại hội Đảng lần thứ XIII khẳng định: “Xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, có sức khỏe, năng lực, trình độ, có ý thức, trách nhiệm cao đối với bản thân, gia đình, xã hội và Tổ quốc. Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực, nhất là nhân lực chất lượng cao...”; thực hiện phương châm: “Đào tạo con người theo hướng có đạo đức, kỷ luật, kỷ cương, ý thức trách nhiệm công dân, xã hội; có kỹ năng sống, kỹ năng làm việc, ngoại ngữ, công nghệ thông tin, công nghệ số, tư duy sáng tạo và hội nhập quốc tế (công dân toàn cầu).”

Như vậy, có thể thấy, quan điểm Đại hội XIII của Đảng về con người và phát triển nguồn lực con người, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao có tính toàn diện, cập nhật và sâu sắc nhằm đáp ứng được yêu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Đảng ta khẳng định con người vừa là mục tiêu, vừa là động lực của phát triển kinh tế - xã hội. Do đó, vấn đề cốt lõi là phải thực hiện chiến lược giáo dục và đào tạo nguồn nhân lực, phát triển con người, nguồn nhân lực chất lượng cao một cách toàn diện cả về số lượng và chất lượng, bao gồm thể lực, trí lực, tâm lực. Nhiệm vụ của chính sách phát triển con người và chính sách giáo dục và đào tạo đó là đưa con người đạt đến những giá trị phù hợp với đặc điểm văn hóa và những yêu cầu mới đặt ra đối với con người Việt Nam để thực hiện thành công sự nghiệp

xây dựng và phát triển đất nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

2. Tình hình phát triển nguồn nhân lực Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay

Thứ nhất, Việt Nam vẫn được coi là quốc gia có nguồn nhân lực dồi dào, nhân công giá rẻ. Tính đến quý I/2022, lực lượng lao động từ 15 trở lên của Việt Nam là 51,2 triệu người, chiếm 52,2%. Do đó, nhân lực Việt Nam vẫn có sức hút nhất định đối với các nước trong khu vực và trên thế giới, đảm bảo được cho lực lượng lao động Việt Nam luôn trong tình trạng ổn định sẵn sàng “phục vụ” thị trường lao động bất cứ lúc nào.

Thứ hai, về cơ cấu lực lượng lao động, cơ cấu đã có sự dịch chuyển tích cực theo hướng hiện đại từ lĩnh vực nông nghiệp, công nghiệp sang lĩnh vực dịch vụ. Cụ thể lao động trong ngành nông nghiệp giảm xuống 13,9 triệu lao động, lao động trong ngành công nghiệp giảm xuống còn 16,7 triệu lao động và lao động trong ngành dịch vụ tăng lên, chiếm số lượng cao nhất là 19,4 triệu lao động.

Thứ ba, năng suất lao động của Việt Nam cũng đã dần dần được cải thiện, và có những bước tiến đáng kể so với quá khứ. Bình quân giai đoạn 2016 - 2020, năng suất lao động tăng 5,78%/năm, cao hơn so với mức tăng bình quân 4,35%/năm của giai đoạn 2011 - 2015. Tính chung giai đoạn 2011 - 2020, năng suất lao động tăng bình quân 5,07%/năm. Năm 2021 năng suất lao động của nước ta đạt 171,3 triệu đồng/lao động. Năng suất lao động trong năm 2021 tăng 4,71% do trình độ của người lao động được cải thiện.

Thứ tư, chất lượng của nguồn nhân lực trong những năm qua cũng có nhiều thay đổi. Năm 2015, tỷ lệ nguồn nhân lực đã qua đào tạo là 51,6% thì đến năm 2020, tỷ lệ này đã tăng lên 64,5%. Nhân lực sở

hữu bằng cấp, chứng chỉ chiếm khoảng 24,5%.

Những khó khăn trong phát triển nguồn nhân lực Việt Nam

Mặc dù đã có những cải thiện nhất định nhưng nguồn nhân lực Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều khó khăn.

Thứ nhất, sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, có trình độ chuyên môn, có tay nghề, có kỹ năng, dẫn đến thiếu cung lao động chất lượng cao cho thị trường sức lao động. Theo kết quả khảo sát của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) tại 10 quốc gia ASEAN, gần 50% chủ sử dụng lao động trong cuộc khảo sát cho biết, người lao động tốt nghiệp phổ thông không có được kỹ năng họ cần; cử nhân tốt nghiệp đại học mặc dù được trang bị những kỹ năng có ích nhưng cũng chưa đáp ứng được nhu cầu ngày nay của các doanh nghiệp. Từ đó, ILO đi đến kết luận: Hiện nay lao động có tay nghề và kỹ năng cao trong khối ASEAN chủ yếu di chuyển vào thị trường Singapore, Malaixia và Thái Lan. Còn lại hầu hết nhân lực di chuyển trong phạm vi ASEAN, trong đó có Việt Nam là lao động trình độ kỹ năng thấp hoặc không có kỹ năng do trình độ phát triển không đồng đều về chất lượng.

Thứ hai, chênh lệch về nguồn nhân lực chất lượng cao giữa các ngành nghề. Lao động ở Việt Nam vẫn chủ yếu là lao động phổ thông, thiếu hụt nhiều lao động có tay nghề kỹ thuật cao; lao động vẫn chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp và phi nông nghiệp; nhiều ngành, nghề, lĩnh vực luôn ở trong tình trạng thiếu hụt trầm trọng nguồn nhân lực chất lượng cao như: kinh doanh tài chính, ngân hàng, kiểm toán, công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông, cơ khí chế tạo...; cơ cấu nhân lực lao động của Việt Nam cũng còn nhiều bất cập.

Bảng 1: Tỷ lệ lao động chất lượng cao theo khu vực giai đoạn 2011-2020 (%)

Ngành kinh tế	2011	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nông, lâm nghiệp và thủy sản	2,7	4,3	4,1	4,2	4,1	4,0	4,6
Công nghiệp chế biến, chế tạo	14,8	18,0	18,5	18,6	17,9	17,7	17,9
Thông tin và truyền thông	71,8	75,4	80,8	82,9	83,1	86,5	83,5
Tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	78,8	82,9	82,9	81,0	85,4	86,0	85,1
Khoa học và công nghệ	73,0	76,0	81,4	78,4	82,6	80,2	81,9
Giáo dục và đào tạo	90,3	91,3	92,0	91,2	91,5	91,2	91,3
Y tế	86,9	89,1	87,8	90,2	91,1	92,2	89,8

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Niên giám Thống kê các năm.

Nhìn vào bảng 1 có thể thấy, trong các ngành kinh tế, ngành y tế và giáo dục và đào tạo có tỷ trọng lao động chất lượng cao lớn nhất (chiếm lần lượt 91,2% và 92,2% lao động của ngành trong năm 2019). Trong khi đó, công nghiệp chế biến, chế tạo là ngành chủ lực trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa thì lao động chất lượng cao chỉ mới chiếm 17,8% lao động của ngành và tỷ lệ này lại có xu hướng giảm.

Thứ ba, tỷ lệ thất nghiệp của Việt Nam tuy có xu

hướng giảm xuống nhưng vẫn còn ở mức cao so với khu vực và thế giới. Tỷ lệ thất nghiệp của thanh niên từ 15 - 24 tuổi tương đối cao, chiếm 7,93%; tỷ lệ lao động không sử dụng được hết tiềm năng cũng không nhỏ, chiếm 6,1%. Còn xét một cách tổng thể thì tỷ lệ thiếu việc làm và tỷ lệ thất nghiệp trong độ tuổi lao động là 5,47%.

Thứ tư, năng suất lao động mặc dù có sự cải thiện đáng kể nhưng vẫn ở mức thấp so với thế giới. Năng suất lao động Việt Nam dù đã được cải thiện trong giai đoạn 2016 - 2020, song vẫn bị tụt hậu, thấp so với nhiều nước trong khu vực, thua xa Singapore, Malaysia, Thái Lan hay cả Indonesia.

Nguyên nhân của những khó khăn

Một là, cơ cấu kinh tế chậm chuyển dịch, lao động trong nông nghiệp chiếm tỷ lệ cao, máy móc, thiết bị và quy trình công nghệ còn lạc hậu, chất lượng, cơ cấu và hiệu quả sử dụng lao động chưa đáp ứng yêu cầu.

Hai là, xuất phát điểm của nền kinh tế Việt Nam còn thấp; trình độ tổ chức, quản lý và hiệu quả sử dụng các nguồn lực còn nhiều bất cập; tăng trưởng chủ yếu dựa vào đóng góp của yếu tố vốn và lao động, đóng góp của năng suất các nhân tố tổng hợp chưa cao; còn một số "điểm nghẽn" về cải cách thể chế và thủ tục hành chính...

Ba là, nguồn nhân lực còn yếu về chất lượng: lao động có tay nghề cao chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường lao động và hội nhập; khoảng cách giữa giáo dục nghề nghiệp và nhu cầu của thị trường lao động ngày càng lớn, lao động thiếu năng động và sáng tạo, tác phong chuyên nghiệp...

Bốn là, chưa thực hiện tốt việc dự báo nguồn nhân lực, giáo dục hướng nghiệp và công tác phân luồng học sinh sau trung học.

Năm là, tác động của dịch Covid - 19 cũng ảnh hưởng đến sự phát triển của nguồn nhân lực chất lượng cao, gây ra sự đứt gãy trong chuỗi cung ứng của thị trường lao động.

3. Một số đề xuất nhằm phát triển nguồn nhân lực Việt Nam đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế

Thứ nhất, xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực gắn với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội. Cần xây dựng một chiến lược tổng thể, chính sách về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Trong đó, chiến lược cần xác định rõ mục tiêu, quy mô, lộ trình và những cơ chế, chính sách tổng thể. Mục tiêu chiến lược cần ưu tiên khắc phục mâu thuẫn giữa phát triển về số lượng, chất lượng và cơ cấu; xác định quy mô, số lượng và cơ cấu của từng loại nhân lực cho phù hợp. Mặt khác, cũng cần xây dựng lộ trình thực hiện một cách hợp lý, có tính dự

báo cao, xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách đặc thù để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực một cách toàn diện và đồng bộ. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư diễn ra như vũ bão với nhiều thay đổi mạnh mẽ ở tất cả các ngành, các lĩnh vực. Chính vì vậy, đào tạo nguồn nhân lực theo hướng truyền thống sẽ gặp nhiều rào cản và lạc hậu. Do đó, để phát triển bền vững, cần xây dựng chiến lược phát triển kinh tế gắn với chiến lược phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.

Thứ hai, chính sách đãi ngộ hợp lý đối với người lao động. Trong ngắn hạn, cần có chính sách thỏa đáng về thu nhập, đãi ngộ đặc biệt đối với nhân tài. Mỗi cơ quan, đơn vị, địa phương căn cứ vào tình hình cụ thể của mình để hỗ trợ phần nào điều kiện về vật chất hoặc tạo điều kiện thuận lợi về môi trường công tác cho nguồn nhân lực chất lượng cao được phát huy thế mạnh, sở trường của mình. Sử dụng, đánh giá và đãi ngộ nguồn nhân lực dựa vào năng lực thực tiễn và kết quả, hiệu quả công việc. Về dài hạn, cần cơ chế, chính sách tạo điều kiện vật chất cơ bản như nhà ở, phương tiện đi lại, trang thiết bị làm việc hiện đại để người tài yên tâm công tác và cống hiến cho sự phát triển.

Thứ ba, xây dựng các chương trình đào tạo, bồi dưỡng phù hợp và hiệu quả nhằm nâng cao năng suất lao động và sức cạnh tranh của nền kinh tế. Về đào tạo, chú trọng giáo dục đào tạo, giáo dục hướng nghiệp. Đổi mới căn bản và toàn diện nội dung và cách thức giáo dục hiện nay; tăng cường liên kết giữa Nhà trường – doanh nghiệp – Nhà nước; hướng đào tạo theo nhu cầu của thị trường. Việc hợp tác giữa doanh nghiệp và cơ sở đào tạo trong công tác đào tạo phải mang tính hai chiều, nhà trường phải đào tạo đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp. Cần đẩy mạnh xã hội hóa công tác đào tạo, bồi dưỡng; xây dựng xã hội học tập, ngày khuyến học; khuyến khích phát triển các hoạt động khuyến học, khuyến tài. Về bồi dưỡng, cần đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong lĩnh vực phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là đào tạo chuyên gia, lao động có kỹ năng nghề bậc cao, nhân lực nghiên cứu khoa học và đội ngũ giáo viên, giảng viên. Phát triển thị trường lao động, tăng cường kết nối cung cầu lao động

Thứ tư, xây dựng và triển khai các chính sách thu hút lao động nhân tài tham gia thị trường lao động. Trước hết, cần thay đổi tư duy tiểu nông của người lao động, loại bỏ tính thụ động cố hữu của các tầng lớp lao động. Điều này có thể thực hiện thông qua những cuộc vận động, tuyên truyền về tấm gương khởi nghiệp điển hình, về các ngành nghề có thu nhập ổn định, ít vốn và ít thời gian đào tạo. Bên cạnh đó là triển khai miễn phí các lớp đào tạo, bồi dưỡng về kỹ năng, thái độ cho người lao động.

Thứ năm, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong quản lý, khai thác, chia sẻ

dữ liệu nguồn nhân lực. Làm tốt công tác điều tra, khảo sát thực trạng nguồn nhân lực; hình thành cơ sở dữ liệu nguồn nhân lực của tỉnh, trong đó chú trọng dữ liệu cung - cầu lao động.

Thứ sáu, đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tái cấu trúc nền kinh tế; khuyến khích doanh nghiệp và người lao động chuyển hướng tập trung vào những ngành, nghề có hàm lượng tri thức cao trong chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu. Có như thế mới tạo ra được áp lực lên thị trường lao động, thúc đẩy người lao động nâng cao chất lượng, từ đó, cơ cấu lao động sẽ chuyển dịch theo hướng tăng lao động có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ chất lượng cao để đáp ứng những đòi hỏi mới của nền kinh tế.

Thứ bảy, xây dựng hệ thống các chính sách và giải pháp y tế đảm bảo sức khỏe và an toàn cho người lao động khi trở lại doanh nghiệp làm việc. Thực hiện các mô hình và giải pháp phòng chống dịch Covid - 19 linh hoạt, hiệu quả; bảo vệ và thực hiện các chính sách thỏa đáng đối với lực lượng phòng chống dịch. Trong chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội 2022 - 2023 của cả nước và từng địa phương cần có chương trình phục hồi và phát triển thị trường lao động tương ứng. Hoàn thiện các chính sách và giải pháp thu hút lao động phù hợp với bối cảnh tác động của đại dịch Covid - 19 ở từng địa phương, lĩnh vực; giúp các doanh nghiệp khắc phục tình trạng thiếu hụt lao động khi phục hồi sản xuất kinh doanh./

Tài liệu tham khảo

Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021, t. I, tr.34

Mai Thanh Hằng (2021), Thực trạng và đề xuất một số giải pháp về nguồn lao động chất lượng cao của Việt Nam, Tạp chí Công Thương, Số 15, tháng 6/2021

Viện Nghiên cứu phát triển nguồn nhân lực Việt (2021), Thực trạng phát triển nguồn nhân lực Việt Nam hiện nay, <https://irdm.edu.vn/thuc-trang-nguon-nhan-luc-viet-nam/>

Ban các vấn đề về xã hội và môi trường (2021), Thực trạng và giải pháp phát triển nguồn lao động chất lượng cao, Bộ Kế hoạch và đầu tư, <http://ncif.gov.vn/Pages/NewsDetail.aspx?newid=22824>

Thực trạng của hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam và Trung Quốc hiện nay

Hầu Khải Phong (Hou Kai Feng)

Việt Nam ngày càng có quan hệ đối tác thương mại toàn diện, sâu rộng với Trung Quốc. Hiện nay Trung Quốc là một trong những thị trường xuất khẩu lớn đối với Việt Nam. Trong hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam thì Trung Quốc cũng là một thị trường lớn. Vì thế, bàn về hoạt động xuất nhập nông sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm phân tích đánh giá tình hình xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc, đồng thời đề xuất một số giải pháp cơ bản nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc. Tuy nhiên trong giai đoạn hiện nay với nhiều yếu tố mới, đặc biệt là tác động mạnh mẽ của đại dịch Covid -19 thì chưa có công trình nào trực tiếp nghiên cứu về hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc.

1. Khái quát về nông sản xuất khẩu

Theo quan điểm của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp quốc (FAO), các sản phẩm nông nghiệp gồm: sản phẩm nhiệt đới (chè, ca cao, cà phê, tiêu...), ngũ cốc (mì, lúa gạo, kê, ngô, sắn,...), thịt và sản phẩm từ thịt (thịt bò, thịt lợn, thịt gia cầm,...), dầu mỡ và sản phẩm từ dầu (các loại hạt có dầu như đậu tương, hướng dương và các loại dầu thực vật), sữa và các sản phẩm từ sữa (bơ, pho mát và các sản phẩm làm từ sữa), nông sản nguyên liệu (bông, đay, sợi, cao su thiên nhiên... nông sản nguyên liệu (bông, đay, sợi, cao su thiên nhiên...), rau quả (rau củ quả tươi...).

Theo quy định tại Luật An toàn Thực phẩm của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa: quản lý chất lượng và an toàn đối với các sản phẩm có nguồn gốc nông nghiệp chính để tiêu dùng, và các quy định của Luật Chất lượng và An toàn Sản phẩm Nông nghiệp của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa Sản phẩm nông nghiệp là: Thực vật (thức ăn, cây trồng làm vườn, trái cây, hoa...) , chăn nuôi (sản phẩm từ thịt, sản phẩm từ sữa, sản phẩm từ trứng, các loại sản phẩm từ động vật khác...), thủy sản (động vật thủy sản, sản phẩm thủy sinh...).

Về mặt lý thuyết, khi tập trung chuyên môn hóa sản xuất những mặt hàng mà bản thân quốc gia có lợi thế tuyệt đối thì có thể sản xuất ra một lượng lớn hàng hóa, có thể dư thừa với nhu cầu sử dụng trong nước nên được mang ra trao đổi với bên ngoài. Nếu quốc gia sản xuất và đem trao đổi mặt hàng mình có lợi thế so sánh với quốc gia khác thì cả hai quốc gia đều có lợi.

Như vậy khi phân công lao động quốc tế đạt đến

trình độ nhất định thì thương mại sẽ xảy ra. Trước đây thương mại được hiểu là hình thức trao đổi hàng đổi hàng, sau đó xuất hiện các phương tiện thanh toán trung gian như tiền, séc. Thương mại phát triển ngày càng phức tạp hơn qua cách hình thức như thương mại điện tử, cho thuê tài chính, mua bán nợ thương mại...liên kết chặt chẽ hơn nhưng cũng cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn.

Trên cơ sở về thương mại hàng hóa, xuất khẩu nông sản có thể hiểu là: Xuất khẩu nông sản là hoạt động trao đổi nông sản của một quốc gia với các nước khác trên thế giới dưới hình thức mua bán thông qua quan hệ thị trường nhằm khai thác lợi thế sẵn có của đất nước trong phân công lao động quốc tế, tạo ra lợi thế cạnh tranh đem lại lợi ích cho quốc gia.

2. Một số thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam – Trung Quốc

Môi trường pháp luật, kinh tế ổn định, thuận lợi các chính sách hỗ trợ phát triển nông nghiệp chủ yếu hướng tới mục tiêu đảm bảo an ninh lương thực, tăng trưởng kinh tế và hướng tới xuất khẩu. Theo các kỳ đại hội, Chính phủ đã xây dựng và phát triển chiến lược phát triển kinh tế - xã hội cho giai đoạn 2011- 2020, đưa Việt Nam trở thành nước công nghiệp hóa hiện đại. Trong đó có các hoạt động liên quan đến nông nghiệp như: Quyết định số 255/QĐ-TTg về việc phê duyệt kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2021 - 2025, ngành nông nghiệp tiếp tục được chú trọng đổi mới, phát triển bền vững và nâng cao chất lượng. Một số nội dung quan trọng như: Tiếp tục thực hiện cơ cấu lại ngành nông nghiệp theo hướng phát triển nông

nghiệp bền vững, nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh nông sản; Đẩy mạnh phát triển nền nông nghiệp hiện đại, nông nghiệp sạch, nông nghiệp hữu cơ, gắn với phát triển công nghiệp chế biến nông sản, thích ứng với biến đổi khí hậu và kết nối bền vững với chuỗi giá trị nông sản toàn cầu.

Ban hành hay sửa đổi các cơ chế, chính sách đất đai, khuyến khích đầu tư, phát triển sản xuất nông nghiệp, đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm. Việt Nam đã thực hiện nhiều chương trình để thúc đẩy sản xuất và quản lý tài nguyên thiên nhiên một cách bền vững và hiệu quả hơn. Như chương trình chuẩn quốc gia (Vietgap) hay chuẩn quốc tế (Globalgap), hay như chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" Occop cũng có các chuẩn riêng được đánh từ 3-5 sao.

Việt Nam đã và đang theo đuổi một chiến lược hướng tới tầm quốc tế, một số ngành cạnh tranh đã nhận được chứng chỉ cạnh tranh bền vững như Rain Forest Alliance dành cho ngành sản xuất chè, hay ngành cà phê cũng đã nhận được một số chứng chỉ quốc tế.

Chính sách hỗ trợ xuất khẩu, thực thi Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 và Chiến lược tổng thể hội nhập quốc tế đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Việt Nam đã và đang tiếp tục khai thác các thị trường truyền thống và mở rộng tìm kiếm, phát triển thêm nhiều thị trường mới. Xuất khẩu của Việt Nam sang nhiều thị trường đạt mức tăng trưởng cao, đặc biệt là các thị trường mà Việt Nam đã ký kết FTA. ACFTA đã có hiệu lực từ năm 2010, với mức thuế quan giảm về 0% đối với 8000 dòng sản phẩm, bao gồm cả các sản phẩm nông sản. Trung Quốc và Việt Nam tiếp tục tham gia RCEP - một FTA thế hệ mới, với mức độ cam kết rộng hơn và sâu hơn.

Bộ Công thương luôn ưu tiên triển khai nhiều hoạt động xúc tiến thương mại quy mô lớn, huy động sự tham gia của nhiều Hiệp hội, ngành hàng, địa phương, doanh nghiệp với nhiều hình thức đa dạng, tại nhiều địa phương ở Trung Quốc. Trên cơ sở nghiên cứu kỹ thị trường, Bộ Công Thương đã định hướng cho các Hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp xuất khẩu nông sản tập trung sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm nông sản có chất lượng bao bì đóng gói nhỏ, có thương hiệu, giá trị cao vào các kênh phân phối chính thức, trực tiếp tại thị trường Trung Quốc, kiên quyết chuyển nhanh, chuyển mạnh từ xuất khẩu theo hình thức "trao đổi cư dân" sang xuất khẩu chính ngạch theo thông lệ quốc tế qua các cửa khẩu chính thức; tuyên truyền vận động, tổ chức đoàn mua hàng, đoàn doanh

nghiệp xuất khẩu nông sản khảo sát giao thương nhập khẩu hàng hóa, tham dự các Hội chợ, triển lãm, sự kiện xúc tiến thương mại quốc tế tại Việt Nam như Vietnam Expo, Foodexpo, Vietfish, Hội chợ nông nghiệp quốc tế, Triển lãm mỗi làng một sản phẩm...; đồng thời tích cực trao đổi giữa các cơ quan Chính phủ nhằm tháo gỡ vướng mắc về thủ tục, chính sách; mở rộng phạm vi và năng lực xúc tiến thương mại thông qua mạng lưới Văn phòng xúc tiến thương mại tại các địa phương của Trung Quốc theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng đồng hành cùng các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại truyền thống (hội chợ, triển lãm, giao thương...)

Đồng thời, các thỏa thuận riêng về xúc tiến thương mại cũng đã được ký kết giữa các thành phố lớn của Việt Nam với các đơn vị hành chính tương tự của Trung Quốc; tiêu biểu sự kiện ngày 30/12/2020, Bộ Công thương đã ban hành Quyết định số 3538/QĐ-BCT về việc phê duyệt Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại và Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2021, gồm 170 đề án của các đơn vị chủ trì, với tổng kinh phí phê duyệt là 143 tỷ VND.

3. Thực trạng hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc hiện nay

3.1. Kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc vẫn ổn định

Hiện nay, Trung Quốc là đối tác thương mại lớn nhất, là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam sau Hoa Kỳ (không tính khối nước). Trong giai đoạn 2009 - 2019, hoạt động xuất khẩu nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam vào thị trường Trung Quốc đã đạt được một số thành tựu đáng ghi nhận. Kim ngạch xuất khẩu nông sản đã tăng gấp 3,63 lần, từ mức 1,63 tỷ USD năm 2009 lên 5,92 tỷ năm 2019, bình quân chiếm 32% tổng kim ngạch xuất hàng hóa sang thị trường này và chiếm 30% tổng kim ngạch XN nhóm hàng này của cả nước. Năm 2021, xuất khẩu nông tăng trưởng khả quan ở hầu hết các khu vực thị trường, cụ thể: Thị trường xuất khẩu trọng điểm đứng đầu vẫn là khu vực thị trường châu Á với tổng kim ngạch đạt 15,4 tỷ USD, tăng 9,7% so với cùng kỳ. Trong đó, thị trường Trung Quốc đạt 7,55 tỷ USD, tăng 10,1%; ASEAN đạt 2,89 tỷ USD, tăng 5,0%; Nhật Bản đạt 1,80 tỷ USD, giảm 0,5% và Hàn Quốc đạt 1,19 tỷ USD, tăng 10,5%.

3.2. Về cơ cấu xuất khẩu nông sản

Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, các DN XKNS tiến hành XK 08 nhóm hàng chính: rau quả, hạt điều, hạt tiêu, chè, cà phê, gạo, sắn và sản phẩm

sắn, cao su. Riêng thị trường Trung Quốc chiếm đến bảy mặt hàng: Rau quả, cà phê, hạt điều, chè, gạo, sắn và sản phẩm sắn, cao su và sản phẩm cao su. Trong năm 2021, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất đối với các mặt hàng nông sản Việt Nam bào gồm: rau quả, sắn và các sản phẩm từ sắn và cao su. Trung Quốc còn là thị trường tiêu thụ rau quả lớn nhất của Việt Nam với tỷ trọng đạt 53,7%, tương đương với mức kim ngạch đạt 1,91 tỷ USD, tăng 3,7% so với cùng kỳ. Xuất khẩu rau quả sang Trung Quốc tăng trưởng tích cực trong quý I và II và gặp khó khăn trong quý III và IV do các chính sách kiểm soát dịch bệnh nghiêm ngặt của Trung Quốc tại các cửa khẩu biên giới phía Bắc.

Sắn và các sản phẩm từ sắn. Xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn đạt 2,88 triệu tấn, trị giá đạt 1,18 tỷ USD, tăng 2,4% về lượng và 16,5% về trị giá so với năm 2020. Về thị trường xuất khẩu: Năm 2021, do vị trí thuận lợi và nhu cầu nhập khẩu lớn đối với sắn và các sản phẩm từ sắn nên Trung Quốc tiếp tục là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam đạt 2,69 triệu tấn, trị giá 1,1 tỷ USD, chiếm tỷ trọng khoảng 93,6% tổng xuất khẩu sắn của cả nước. So với năm 2020, xuất khẩu sắn sang Trung Quốc tăng 4,7% về lượng và tăng 18,5% về trị giá.

Cao su. Xuất khẩu cao su tự nhiên năm 2021 đạt 1,96 triệu tấn, trị giá đạt 3,28 tỷ USD, tăng 11,7% về lượng và 37,5% về trị giá so với năm 2020 nhờ đơn giá xuất khẩu bình quân tăng 23%. Trong năm 2021, Trung Quốc tiếp tục là thị trường dẫn đầu với lượng xuất khẩu đạt 1,4 triệu tấn, chiếm 71,4% tổng lượng xuất khẩu và đạt 2,3 tỷ USD, tăng 2,5% về lượng và 24,9% về giá trị so với năm 2020. Về chủng loại, cao su hỗn hợp (nhóm mã HS 400280 – Mixtures of natural and synthetic rubber) có thị phần xuất khẩu cao nhất với lượng đạt hơn 1,2 triệu tấn, tăng 6,6% so với năm trước và chủ yếu được xuất sang Trung Quốc.

3.3. Nhiều hàng hóa nông sản khác của Việt Nam đã và đang có cơ hội lớn tại thị trường Trung Quốc như sữa và một số loại trái cây

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, mỗi năm thị trường sữa Trung Quốc có giá trị ước tính khoảng 30 tỉ USD. Nguồn cung sữa trong nước của Trung Quốc chỉ đáp ứng 75% nhu cầu sữa trên thị trường nội địa, và đây được xem là cơ hội cho các doanh nghiệp sữa của Việt Nam. Tính đến thời điểm hiện tại, cơ quan chức năng của Trung Quốc đã cấp Mã giao dịch cho phép 9 công ty/nhà máy của Việt Nam xuất khẩu các sản phẩm sữa sang thị trường Trung Quốc, gồm TH True Mill, Công ty Bel Việt Nam, Nutifood, ba nhà máy của Vinamilk (Nhà máy Sữa Thống Nhất với sản phẩm sữa đặc, Nhà máy Sữa

Sài Gòn với sản phẩm sữa lên men bổ sung hương vị, Nhà máy Sữa Trường Thọ với sản phẩm sữa tiết trùng, sữa biến đổi, sữa đặc có đường và các sản phẩm sữa đặc khác). Đặc biệt, có hai doanh nghiệp vừa được cấp phép là Công ty FrieslandCampina Hà Nam và Công ty FrieslandCampina Việt Nam.

4. Kết luận

Trung Quốc là một thị trường trọng điểm của Việt Nam trên nhiều phương diện, đồng thời là đối tác thương mại lớn. Những yếu tố thuận lợi từ thị trường Trung Quốc đối với nông sản Việt Nam đã mang lại nhiều cơ hội cho hàng hoá nông sản của Việt Nam được nhập khẩu vào thị trường đầy tiềm năng này. Hiện nay, xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc đã có những thành tựu quan trọng mặc dù chịu sự tác động mạnh mẽ, toàn diện của đại dịch Covid- 19. Xét về tổng thể Trung Quốc hiện là nền kinh tế lớn thứ hai thế giới, là láng giềng với tập quan sinh hoạt, cấp độ tiêu dùng, sức mua và khả năng tiêu thụ lớn để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam, gia tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam, đa dạng mặt hàng nông sản Việt Nam vào thị trường Trung Quốc... cần có sự quan tâm của Chính phủ, các Bộ ngành liên quan với các chính sách hỗ trợ xuất khẩu nông sản phù hợp với sự biến động của thị trường Trung Quốc, Các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản và nông dân cần nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu thông qua việc nâng cao chất lượng sản phẩm nông sản xuất khẩu đáp ứng yêu cầu về chất lượng của mọi sự biến đổi của thị trường Trung Quốc, đảm bảo truy xuất nguồn gốc xuất xứ./.

Tài liệu tham khảo

Lâm Thanh Hà, 2021. Nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam sang thị trường Trung Quốc, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.

Tổng cục Thống kê, 2021. Niên giám thống kê năm 2020, Nxb Thống Kê

WTO, 1995. Hiệp định về Nông nghiệp (Agreement on Agriculture - là AoA).

Bộ Công Thương, 2022. Báo cáo xuất - nhập khẩu Việt Nam 2021, Nxb Công Thương, Hà Nội.

Phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở một số nước trên thế giới: Bài học cho Việt Nam

Lê Quang Tuấn

Trường Cán bộ quản lý Nông nghiệp và Phát triển nông thôn I

Bài viết tìm hiểu về nông nghiệp công nghệ cao của một số quốc gia Nhật Bản, Thái Lan, Israel... để đưa ra những kinh nghiệm giúp Việt Nam áp dụng thành công mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao trên thế giới để góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế nông nghiệp trong thời kỳ 4.0. Việc ứng dụng công nghệ cao trong mô hình phát triển kinh tế nông nghiệp là điều kiện không thể thiếu trong chuỗi tuần hoàn khép kín tăng trưởng, đồng thời mang lại cho người tiêu dùng những sản phẩm an toàn và hiệu quả kinh tế cao cho người lao động nông nghiệp...

1. Phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Nhật Bản

Có thể nói, Nhật Bản là một trong các nước được thế giới đánh giá là thành công nhất hiện nay trong việc ứng dụng nông nghiệp công nghệ cao. Nhật Bản đã và đang đưa những thành tựu khoa học hiện đại vào thực hiện cải cách nông nghiệp trên khắp cả nước. Nhật Bản đã đưa những thành tựu khoa học - kỹ thuật hiện đại vào cải cách nông nghiệp trên khắp cả nước từ nhiều năm trước, với mục đích là khắc phục nhược điểm diện tích đất nông nghiệp ít mà vẫn đảm bảo được năng suất, sản lượng nông sản hàng năm. Với trí thông minh và khả năng sáng tạo, mọi ứng dụng trong nông nghiệp của người Nhật Bản đều nhằm mục đích khắc phục những hạn chế của diện tích đất nông nghiệp, đảm bảo năng suất và chất lượng nông sản.

Nông nghiệp công nghệ cao ở Nhật Bản phát triển trong điều kiện lao động trong nông nghiệp chiếm tỷ lệ thấp. Theo thống kê chỉ có 2% dân số Nhật làm nông nghiệp hoặc có liên quan đến nông nghiệp. Vậy làm thế nào để nền nông nghiệp Nhật Bản lại có thể cung cấp nông sản đủ cho 98% dân số còn lại và chưa tính việc xuất khẩu đi các quốc gia khác trên thế giới. Đây chính là điểm mấu chốt mà các nước làm nông nghiệp cần nghiên cứu học hỏi? Phải chăng đó chính là nhờ vào việc ứng dụng nông nghiệp công nghệ cao đã giúp cho lượng nông sản ở Nhật Bản có thể thu hoạch quanh năm, năng suất cây trồng cao hơn nhiều lần? Qua tìm hiểu thực tế nông nghiệp công nghệ cao Nhật Bản đã thành công chủ yếu là nhờ vào những yếu tố sau:

i) Trồng rau củ quả, trồng cây nông nghiệp trong nhà kính, trồng theo tầng chứ không chỉ trồng trên mặt đất. Điều này khắc phục được hạn chế về diện tích đất trồng.

ii) Sử dụng công nghệ, thiết bị hiện đại trong việc chăm sóc, phòng ngừa sâu bệnh.

iii) Áp dụng các phương pháp bảo quản chất lượng tốt trong thời gian dài, vẫn tươi mới, đủ dinh dưỡng như mới thu hoạch

iv) Trong chăn nuôi cũng sử dụng các thiết bị hiện đại từ khâu ăn uống đến theo dõi, chăm sóc sức khỏe, phối giống, xử lý chất thải, bảo vệ môi trường.

v) Phát triển sản xuất có chọn lọc.

2. Phát triển nông nghiệp công nghệ cao ở Thái Lan

Nông nghiệp công nghệ cao ở Thái Lan cũng phát triển mạnh mẽ với nhiều thành tựu đáng kể. Thái Lan sử dụng chính công nghệ mà họ phát minh ra, tạo ra 8,4% GDP của cả nước và chỉ sử dụng 40% lao động của cả nước cho nông nghiệp.

Nông nghiệp công nghệ cao ở Thái Lan đã và đang tập trung vào 10 ngành công nghiệp mục tiêu, trong đó nông nghiệp là ngành mang lại hiệu quả cao. Ứng dụng công nghệ cao và tận dụng tối đa nguồn tài nguyên dồi dào vào đổi mới canh tác nhằm tăng chất lượng, tính đồng bộ và mang lại hiệu quả cao.

Nhóm nghiên cứu của Thái Lan đã phát triển một hệ thống cảm biến - điều khiển, kết nối với điện thoại hoạt động trên một ứng dụng. Ứng dụng này cho phép người dùng kiểm tra nhiệt độ, độ ẩm và bức xạ mặt trời, cũng như kích hoạt hệ thống tưới nhỏ giọt và tưới phân từ xa.

Đặc biệt hơn nữa, người nông dân Thái Lan rất thông minh, luôn luôn tiếp thu các ứng dụng công nghệ kỹ thuật tiên tiến hiện đại và công việc canh tác, sản xuất nông nghiệp của mình. Họ luôn tự ý thức được việc hoàn thiện kiến thức cho bản thân, học cách sử dụng công nghệ hiện đại như: Sử dụng drone tự động để phun hóa chất, ứng dụng IoT và máy học AI để điều khiển việc trồng trọt...

3. Những thành tựu được áp dụng trong nông nghiệp công nghệ cao của Israel

Nông nghiệp công nghệ cao của Israel mặc dù cũng nằm trong top những quốc gia ứng dụng nông nghiệp công nghệ cao trên thế giới nhưng ở Israel họ đã nghiên cứu và áp dụng công nghệ sản xuất nông nghiệp phù hợp với điều kiện tự nhiên ở nơi đây. Với 70% diện tích đất đai là sa mạc, Israel đã thực sự thành công khi trở thành đất nước có nền nông nghiệp phát triển nhất hiện nay. Từ đặc điểm khí hậu, đất đai và thổ nhưỡng người dân Israel đã sáng tạo ra rất nhiều những công nghệ mới để phục vụ trong nông nghiệp và mang lại hiệu quả như:

i) Hệ thống tưới nhỏ giọt giúp tăng khả năng tăng trưởng ở thực vật được kích thích đáng kể. Từ đó đến nay, hệ thống này đã mang lại cho ngành nông nghiệp công nghệ cao của Israel hiệu quả phát triển vượt bậc, đồng thời cũng nhanh chóng được ứng dụng trên toàn thế giới;

ii) Hệ thống Kiến thức nông nghiệp trực tuyến mở được lựa chọn là hệ thống tương tác trực tuyến trên toàn cầu, liên kết kho dữ liệu kiến thức nông nghiệp, các chuyên gia và nông dân để giải quyết bất cứ một vấn đề gì trong nông nghiệp. Hệ thống này vô cùng thuận tiện và dễ dàng sử dụng đối với bất kỳ ai, bất kỳ nông dân nào cũng có thể truy cập vào hệ thống này để cùng học tập và trao đổi kinh nghiệm, nhờ tư vấn hoặc sự giúp đỡ của các chuyên gia nông nghiệp trên toàn thế giới.

iii) Sản xuất thực phẩm từ khí nhà kính. Khí nhà kính chính là nguyên nhân gây biến đổi khí hậu hiện nay nhưng Israel đã nghiên cứu và sử dụng nó để nuôi trồng nông nghiệp. Người Israel nuôi trồng tảo - là nhân tố chủ chốt trong việc tạo ra phần lớn lượng oxy cho chúng ta hít thở hàng ngày. Thức ăn tảo chính là CO₂ và ánh sáng. Hệ thống Seambiotic mà Israel phát minh ra sẽ đem CO₂ được phát thải từ các nhà máy biến thành nguồn cung cấp thức ăn cho tảo. Một trong những thành tựu đáng kể trong việc vừa sản xuất nông nghiệp vừa bảo vệ môi trường khỏi hiệu ứng nhà kính.

iv) Kén tồn trữ lương thực. Đây là một phát minh của Giáo sư công nghệ thực phẩm quốc tế Shlomo Navarro. Một chiếc túi giúp lương thực tránh được việc tiếp xúc với không khí và độ ẩm. Phát minh này giúp giải quyết các vấn đề về sức nóng và độ ẩm cao, từ đó giúp người nông dân tồn trữ lương thực an toàn, hiệu quả mà không bị tổn thất.

v) Hạt giống chất lượng cao cho mùa vụ bội thu. Công nghệ TraitUP được nghiên cứu và ứng dụng thành công trong việc cấy ghép vật liệu di truyền vào hạt giống mà không sửa đổi cấu trúc DNA gốc. Điều này giúp đảm bảo nâng cao chất lượng của hạt giống, nâng cao khả năng thích nghi của giống với thổ nhưỡng và khí hậu mang lại năng suất cao trong

sản xuất nông nghiệp. Nhưng vẫn đảm bảo được an ninh lương thực và sức cạnh tranh công bằng.

4. Thực trạng phát triển ngành nông nghiệp công nghệ cao ở Việt Nam những năm gần đây và xu hướng phát triển

4.1. Thực trạng phát triển

Việt Nam là đất nước có diện tích đất nông nghiệp chiếm khoảng trên 27,3 triệu ha, tương đương với 80,4% tổng diện tích Việt Nam, đóng góp 24% GDP, sử dụng hơn 47% lực lượng lao động của quốc gia. Thực tế, tỷ lệ người đang sinh sống ở nông thôn và miền núi chiếm tới gần 70% dân số của Việt Nam. Kết quả điều tra 2020 của Tổ chức Nông nghiệp Quốc tế cho thấy, sản phẩm nông nghiệp hữu cơ Việt Nam được tiêu thụ trong nước và xuất khẩu sang 180 nước trên thế giới, bao gồm: Mỹ, Liên minh châu Âu (EU), Trung Quốc, Nhật, Đức, Anh, Hàn Quốc, Nga, Singapore, Pháp, Bỉ, Hà Lan, Italy... Đặc biệt, thời gian qua, trên cả nước đã xuất hiện nhiều mô hình canh tác tiên tiến, ứng dụng kỹ thuật và công nghệ hiện đại, quy trình nuôi trồng quy chuẩn, thân thiện với môi trường. Một số tỉnh phía Nam cũng tích cực phát triển các mô hình sản xuất nông nghiệp hữu cơ nhằm cung cấp cho các nhà nhập khẩu sản phẩm hữu cơ phục vụ thị trường châu Âu, Bắc Mỹ và Nhật Bản. Xuất khẩu gạo năm 2021 đạt 6,19 triệu tấn, kim ngạch 3,27 tỷ USD; tăng 0,8% về khối lượng và tăng 7,2% giá trị. Mặc dù khối lượng gạo xuất khẩu năm 2021 không đạt mục tiêu 6,5 triệu tấn, nhưng do giá bán tăng nên kim ngạch xuất khẩu lại vượt chỉ tiêu 3 tỷ USD đề ra. Đặc biệt ngành lúa gạo trong năm 2021 là giá xuất khẩu gạo của Việt Nam cao hơn giá gạo của Thái Lan, Ấn Độ và Pakistan. Đơn cử như trong tháng 11/2021, giá gạo tẻ thường loại 5% tấm xuất khẩu của Việt Nam ở mức 438 USD/tấn, trong khi giá gạo xuất khẩu cùng loại của Thái Lan là 373 USD/tấn, Ấn Độ là 358 USD/tấn và Pakistan 363 USD/tấn.

Giá trị toàn ngành nông nghiệp ước tính tăng 2,9% trong năm 2021; tỉ lệ số xã chuẩn nông thôn mới đạt 68,2%; kim ngạch xuất khẩu đạt 48,6 tỷ USD. Đây là những thành tựu vượt bậc trong bối cảnh dịch Covid-19. Trên cơ sở đó, ngành nông nghiệp xác định trong năm 2022 sẽ triển khai nhiều biện pháp để chuyển đổi sang tư duy kinh tế nông nghiệp, phát triển chuỗi ngành hàng gia tăng giá trị (Chinhphu.vn).

Có thể thấy, nông nghiệp xanh tại Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc. Tuy nhiên, thực tế, vẫn còn tồn tại một số “điểm nghẽn” cần được tháo gỡ, đó là: Chưa có các quy hoạch về sản xuất hữu cơ hay chính sách riêng hỗ trợ cho sản xuất hữu cơ; Chưa có nhiều tổ chức kiểm tra chứng nhận sản xuất hữu cơ “made in Vietnam” đa phần việc chứng nhận đều phải thuê các tổ chức nước ngoài với mức phí

cao; Nông nghiệp vẫn hoạt động dựa trên nền tảng quy mô nhỏ lẻ nên việc áp dụng các hình thức sản xuất khép kín, tập trung lớn của nông nghiệp xanh là khá khó khăn; người tiêu dùng chưa thực sự tin tưởng và chưa có kinh nghiệm phân biệt giữa sản phẩm sản xuất hữu cơ và các sản phẩm thông thường khác; Nguồn nhân lực tinh thông trong sản xuất nông nghiệp hữu cơ còn hạn chế so với nhu cầu; Chưa có các chương trình trọng điểm và đầu tư nguồn lực tương xứng để tạo đột phá nông nghiệp xanh...

4.2. Xu hướng phát triển

Những năm gần đây, nhờ triển khai nhiều mô hình sản xuất nông nghiệp xanh, sạch nên tỷ trọng sản phẩm nông nghiệp, thủy sản sạch, truy xuất được nguồn gốc đã chiếm tỷ trọng ngày càng lớn. Mô hình nông nghiệp xanh đang được người nông dân quan tâm và ngày càng tham gia nhiều vào hệ thống mô hình mới này.

Nông nghiệp tuần hoàn, còn được gọi là nông nghiệp khép kín, là một phương thức canh tác không những không làm tổn hại mà còn đem lại lợi ích cho tự nhiên. Đôi khi các ứng dụng mới trong nông nghiệp lại bắt nguồn ngay từ kiến thức truyền thống hoặc kinh nghiệm làm nông.

Bên cạnh việc tạo ra giống, phương pháp nuôi trồng để tăng sản lượng thì việc chế biến, bảo quản nông sản tránh việc “được mùa mất giá” cũng có vai trò vô cùng quan trọng. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam đã đặt vấn đề hiện đại hóa và thúc đẩy hơn nữa ứng dụng công nghệ trong chế biến sau thu hoạch đã dẫn đến sự gia tăng từ 5-7% giá trị gia tăng hằng năm của ngành nông nghiệp, đẩy kim ngạch xuất khẩu trung bình tăng 8% đến 10% mỗi năm.

Một trong những định hướng phát triển của Việt Nam giai đoạn 2021-2030 là phát triển nông nghiệp trên cơ sở chuyển đổi số và liên kết thị trường trong nước và quốc tế, đưa Việt Nam trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại, Việt Nam đã và đang đẩy mạnh chuyển đổi số trên nhiều lĩnh vực; trong đó, nông nghiệp là lĩnh vực ưu tiên trong chương trình chuyển đổi số quốc gia. Việt Nam có điều kiện tự nhiên vô cùng thuận lợi để phát triển cho cây trồng nông, với diện tích đất nông nghiệp chiếm khoảng trên 27,3 triệu ha, tương đương với 80,4% tổng diện tích Việt Nam, đóng góp 24% GDP, sử dụng hơn 47% lực lượng lao động của quốc gia. Trải qua Đại dịch Covid-19 vừa là khó khăn, thách thức, vừa là cơ hội để ngành nông nghiệp và người dân thay đổi tư duy quản lý, sản xuất theo công nghệ công nghiệp 4.0. Qua nghiên cứu, so sánh điều kiện tự nhiên chúng ta có thể thấy rằng, Việt Nam có đầy đủ cơ hội đầu tư để dẫn dắt về công nghệ và phương thức sản xuất nông nghiệp hiệu quả, thông minh, đồng thời nâng cao lợi ích từ kiểm soát chất thải và ô nhiễm cũng như sử dụng và quản lý nguồn nước.

Các sản phẩm nông, lâm, thủy sản có xuất xứ Việt Nam của các doanh nghiệp trong và ngoài nước để nâng cao tính cạnh tranh hơn trên thị trường quốc tế và có thể đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về chất lượng và kiểm dịch thực vật, bao gồm tiêu chuẩn về truy xuất nguồn gốc và mẫu mã đóng gói.

5. Kết luận

Phát triển nông nghiệp công nghệ cao của mỗi quốc gia có một mục tiêu khác nhau dựa trên cơ sở điều kiện tự nhiên và đặc điểm phát triển của mỗi quốc gia. Chẳng hạn Nhật Bản, theo số liệu thống kê chỉ có 2% dân số Nhật làm nông nghiệp hoặc có liên quan đến nông nghiệp và mục tiêu của họ là nền nông nghiệp Nhật Bản phải cung cấp nông sản đủ cho 98% dân số còn lại và chưa tính việc xuất khẩu đi các quốc gia khác trên thế giới. Thái Lan lại khác, nông nghiệp công nghệ cao ở Thái Lan tận dụng chính công nghệ mà họ phát minh ra, tạo ra 8,4% GDP của cả nước và chỉ sử dụng 40% lao động của cả nước cho nông nghiệp và cuối cùng là Israel, với 70% diện tích đất đai là sa mạc, Israel đã thực sự thành công khi trở thành đất nước có nền nông nghiệp phát triển nhất hiện nay do người dân Israel đã sáng tạo ra rất nhiều những công nghệ mới để phục vụ trong nông nghiệp và mang lại hiệu quả trong điều kiện khí hậu khô nóng khắc nghiệt. Việt Nam là quốc gia có điều kiện tự nhiên vô cùng thuận lợi để phát triển kinh tế nông nghiệp công nghệ cao. Mặc dù vậy, việc chủ động ứng phó với những thách thức là biến đổi khí hậu; biến động thị trường; biến đổi xu thế tiêu dùng thế giới thì nông nghiệp Việt Nam là cần thiết. Chính vì vậy, Việt Nam cần ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong sản xuất kinh doanh để tạo ra bước ngoặt trong thực hành nông nghiệp trên cả nước, chuyển từ giai đoạn sản xuất nông nghiệp là chính sang kinh tế nông nghiệp dựa trên khoa học công nghệ, chuyển đổi số./

Tài liệu tham khảo

<https://www.vietnamplus.vn/trien-vong-phat-trien-nong-nghiep-tuan-hoan-gan-voi-chuyen-doi-so/773721.vnp>

Phan Thanh Khôi: Hoạt động khuyến nông Việt Nam – Ý nghĩa chính trị xã hội. H. Nxb. Lý luận chính trị, 2006.

Tổ chức Hợp tác và phát triển Liên hiệp quốc (OECD). Chính sách nông nghiệp của Việt Nam. H. Nxb. Lý luận chính trị, 2015.

<https://nhandan.vn/baothoinay-quocte-nhip-song/sang-tao-trong-phat-trien-nong-nghiep-cua-israel-447301/>

<https://namtrieu.com.vn/vi/su-phat-trien-vuot-bac-cua-nganh-nong-nghiep-nhat-ban.a522>

Xây dựng cơ sở hạ tầng cho phát triển kinh tế số: Một số giải pháp từ Tổng công ty Viễn thông Mobifone

Đỗ Nam Nghĩa

Tổng Công ty Viễn thông Mobifone

Hệ thống kết cấu hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông, dữ liệu, điện, năng lượng ... có vai trò quan trọng, là nền tảng căn bản để đảm bảo sự phát triển bền vững của kinh tế số. Hạ tầng viễn thông, công nghệ thông tin, dữ liệu...hiện đại, chất lượng, đồng bộ, liên thông rộng khắp và an toàn cùng với hạ tầng điện, năng lượng ổn định, chất lượng cao là cơ sở để triển khai các công nghệ và dịch vụ của kinh tế số, từ đó thúc đẩy hoạt động chuyển đổi số quốc gia, thúc đẩy phát triển kinh tế số Việt Nam.

1. Thực trạng hệ thống kết cấu hạ tầng cho phát triển kinh tế số

1.1. Ưu điểm:

Hệ thống kết cấu hạ tầng cho phát triển kinh tế số ở Việt Nam trong thời gian qua được tập trung đầu tư xây dựng, ngày càng đồng bộ, hiện đại, cụ thể:

(i) Hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông quốc gia được phát triển mạnh, phủ sóng rộng khắp. Đến năm 2020 hạ tầng viễn thông quốc gia đã phủ rộng khắp toàn quốc, kể cả ở những vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo với hơn 800.000 km cáp quang và các trạm thu phát sóng. Chất lượng hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông ngày càng được nâng cao. Hệ thống băng thông rộng được phát triển mạnh. Chỉ số Internet toàn diện Việt Nam năm 2018 đứng thứ 43 trong tổng số 86 quốc gia, thứ hạng cao hơn một số nước trong khu vực (Indonexia đứng thứ 49, Philippin đứng thứ 54); tốc độ tải trung bình năm 2018 đạt trên 6,9Mbps, đứng thứ 75 trên tổng số 200 quốc gia được xếp hạng (cao hơn Indonexia ở mức 5,8 Mbps, Philipin ở mức 5,2 Mbps). Số thuê bao băng rộng cố định đạt hơn 13,58 triệu, trong đó hơn 12 triệu thuê bao sử dụng cáp quang FTTx, tốc độ truy nhập hơn 10Mbps. Tổng băng thông quốc tế đạt hơn 8,1Tbps với 06 tuyến cáp quang biển kết nối đi quốc tế. Giá cước dịch vụ Internet Việt Nam ở mức vừa phải, cước dịch vụ internet băng thông rộng cố định tại Việt Nam ở mức thấp nhất trong khu vực châu Á Thái Bình Dương (quy đổi theo sức mua tương đương).

Mạng di động ở Việt Nam phát triển mạnh, tỷ lệ phủ sóng đạt 99,7%. Hệ thống mạng di động 3G, 4G đã được phủ sóng rộng khắp. Mạng di động 5G cũng đã được cấp phép thử nghiệm và thành công bước đầu. Số lượng các thuê bao tăng với tốc độ rất cao 30-40% năm, đến nay đã có hơn 100 triệu thuê bao điện thoại cố định và di động, hàng chục triệu thuê

bao Internet. Tỷ lệ người sử dụng Internet ở Việt Nam đã vượt mức trung bình của khu vực và thế giới (Năm 2016 có 46,55% dân số Việt Nam truy cập Internet; năm 2018 có 64 triệu người ở Việt Nam sử dụng Internet).

Các cơ quan lãnh đạo Đảng, Nhà nước, các Bộ, Ban ngành Trung ương, các địa phương, các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp hầu hết đều có mạng thông tin nội bộ, sử dụng công nghệ thông tin vào hoạt động quản lý, điều hành, nhiều tổ chức có Website riêng. Xuất hiện ngày càng nhiều các báo điện tử, trang thông tin điện tử. Thương mại điện tử đang phát triển với tốc độ nhanh.

(ii) Hạ tầng dữ liệu quốc gia ngày càng phát triển trong cả khu vực công và khu vực tư. Trên quy mô quốc gia, một số cơ sở dữ liệu quy mô quốc gia đã hình thành và phát huy hiệu quả trong việc cung cấp dịch vụ trực tuyến như cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, về đăng ký doanh nghiệp, cơ sở dữ liệu hộ gia đình tham gia bảo hiểm, cơ sở dữ liệu ngành thuế, hải quan, bảo hiểm xã hội,... Trong khu vực doanh nghiệp, cùng với đẩy mạnh ứng dụng, phát triển công nghệ số là sự phát triển, hình thành các cơ sở dữ liệu lớn phục vụ khách hàng, kinh doanh.

(iii) Hệ thống xác thực điện tử cũng được đầu tư phát triển. Hiện nay cả nước đã có 12 doanh nghiệp được cấp phép cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng cho người dân, doanh nghiệp giúp thực hiện các giao dịch trên mạng thuận tiện, an toàn, đặc biệt, là giúp các doanh nghiệp sử dụng được các dịch vụ công trực tuyến mức độ cao (mức 3, 4) trong các lĩnh vực thuế, hải quan, bảo hiểm... Đối với các cơ quan trong hệ thống chính trị gồm các cơ quan Đảng, Nhà nước, Chính phủ và các tổ chức chính trị cũng đã được cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số do Ban Cơ yếu Chính phủ cấp.

(iv) Hệ thống hạ tầng điện, năng lượng phát triển nhanh, đa dạng với các cấp điện áp 500kV,220kV,

110kV, các cấp điện trung áp từ 35kV tới 6kV, đã đảm bảo việc cung cấp điện, cải thiện chất lượng điện áp, giảm tổn thất, chống quá tải, đảm bảo ổn định vận hành của hệ thống. Nguồn cung điện đã được đa dạng hóa, ngoài nguồn thủy điện, nhiệt điện, nguồn năng lượng tái tạo cũng phát triển mạnh. Hiện nay, 2 mạng 500kV đã được vận hành, liên kết hệ thống điện Bắc - Trung - Nam, tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác hợp lý các nguồn điện trong cả hệ thống, giảm khả năng thiếu điện cục bộ, nâng cao ổn định toàn hệ thống. Tính đến hết năm 2019, tổng công suất của hệ thống điện quốc gia đạt khoảng gần 54.880 MW tăng trên 2,6 lần so với năm 2010 (năm 2010, tổng công suất nguồn toàn hệ thống là 20.411 MW). Hệ thống lưới điện đã được đầu tư phát triển rộng khắp và có kết nối khu vực, đảm bảo cung cấp điện cho cả những vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo. Lưới truyền tải điện 220kV và 110kV đã phủ kín toàn quốc với độ an toàn cung cấp điện ngày càng được nâng lên. Đến cuối năm 2019, dung lượng trạm biến áp 500 kV tăng 2,84 lần, dung lượng trạm biến áp 220-110 kV tăng 2,82 lần...

Những kết quả đạt được nêu trên là do các nguyên nhân chủ yếu như sau: Sự quan tâm, tăng cường đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng của Nhà nước; Thu hút được vốn đầu tư xã hội hóa từ khu vực tư nhân, từ các thành phần kinh tế trong xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng cho phát triển kinh tế số; Tác động của các cơ chế, chính sách khuyến khích, thu hút đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng của Nhà nước, trong đó đặc biệt quan trọng là các chính sách về phát triển hạ tầng băng thông rộng, hạ tầng công nghệ thông tin - truyền thông, chính sách hỗ trợ giá bán điện năng từ nguồn năng lượng tái tạo... ; Quá trình cải cách, giảm các thủ tục hành chính trong cấp phép viễn thông, khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư phát triển hạ tầng mạng viễn thông; Quản lý chặt chẽ, hiệu quả, đảm bảo đúng tiến độ, sử dụng công nghệ quản lý, công nghệ thi công hiện đại của một số dự án đầu tư kết cấu hạ tầng ...

1.2. Những hạn chế:

Bên cạnh những kết quả đạt được, hệ thống kết cấu hạ tầng cho phát triển kinh tế số ở Việt Nam chưa đáp ứng được nhu cầu yêu cầu phát triển, nhất là để đáp ứng các yêu cầu mới của kinh tế số, cụ thể:

Một là, hệ thống hạ tầng viễn thông, công nghệ thông tin còn nhiều điểm hạn chế: Tốc độ, chất lượng hạ tầng công nghệ thông tin chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển Internet vạn vật, thành phố thông minh, phương tiện tự động, sản xuất thông minh...; việc tiếp cận dịch vụ di động băng thông rộng khu vực nông thôn, miền núi còn hạn chế; sự kết nối trên thực tế không tương thích với tốc độ kết nối trong môi trường ảo; hạ tầng vật lý chưa đáp ứng yêu cầu ứng dụng các phương thức quản lý

thông minh, điều khiển tự động, từ xa; hệ thống mạng 5G mới đang ở giai đoạn thử nghiệm, chưa được thương mại hóa và phổ cập ở diện rộng.

Hai là, hệ thống hạ tầng, cơ sở dữ liệu quy mô quốc gia tạo nền tảng phát triển kinh tế số còn phân tán, thiếu, chưa được chuẩn hóa đồng bộ, khai thác hạn chế. Việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia còn chậm được triển khai. Việc kết nối, chia sẻ các cơ sở dữ liệu của cả khu vực công và tư còn nhiều bất cập. Kết nối, liên thông số và năng lực kết nối giữa các hạ tầng vẫn còn ở mức thấp và chưa thống nhất. Trang bị kỹ thuật cho thu thập, lưu trữ, xử lý dữ liệu còn ít, chưa đồng bộ. An toàn, an ninh mạng chưa được đảm bảo.

Ba là, lượng dữ liệu được xây dựng trong cơ quan nhà nước còn hạn chế, dữ liệu còn tản mát và rời rạc. hệ thống dữ liệu trong cơ quan nhà nước hiện nay mới dừng ở mức độ 2 là phân mảnh. Dữ liệu tồn tại ở nhiều cơ quan, đơn vị khác nhau và chưa được thống nhất quản lý.

Bốn là, hạ tầng thanh toán số chưa đồng bộ, chưa tận dụng được hạ tầng chung, mức độ phủ rộng chủ yếu tại các khu vực thành thị; hạ tầng thanh toán số trên di động đã được triển khai nhưng phạm vi chưa tương xứng với tiềm năng thị trường; các hình thức thanh toán điện tử còn hạn chế.

Năm là, hạ tầng điện lực còn có những điểm chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển; sự cố nguồn, sự cố lưới, quá tải cục bộ xảy ra ở một số khu vực. Một số công trình điện 500-220 kV, công trình lưới điện chậm tiến độ. Nguồn dự phòng điện không ổn định.

Những hạn chế nêu trên có nhiều nguyên nhân chủ yếu như sau: (i) Chưa nhận thức đúng về vai trò, tầm quan trọng của kết cấu hạ tầng cho phát triển kinh tế số, đặc biệt là hạ tầng dữ liệu, hạ tầng thanh toán số; dữ liệu chưa thực sự được coi trọng đúng mức trong quá trình xây dựng và khai thác; (ii) Một số cơ chế, chính sách về tài chính, đầu tư, giải phóng mặt bằng, đối tác công tư (PPP) chưa đồng bộ, thống nhất, phức tạp nên khiến nhiều nhà đầu tư còn e ngại; quy chế, quy định về chia sẻ dữ liệu chưa rõ ràng, thống nhất...; (iii) Công nghiệp phụ trợ, năng lực nghiên cứu, phát triển công nghệ và chế tạo thiết bị trong nước còn hạn chế, dựa nhiều vào nguồn nhập khẩu, giá và chi phí đầu tư cao; (iv) Cơ chế, chính sách thu hút nguồn lực ngoài nhà nước tham gia đầu tư kết cấu hạ tầng chưa thực sự phát huy tác dụng, hiệu quả, thủ tục vay vốn trong và ngoài nước ngày càng phức tạp...(v) Việc triển khai thực hiện một số dự án chậm tiến độ, kéo dài do thiếu vốn đầu tư, vướng mắc về bồi thường, giải phóng mặt bằng, do năng lực của chủ đầu tư, đơn vị xây dựng, thi công còn hạn chế...

2. Giải pháp từ Tổng công ty viễn thông MobiFone

Là một tên tuổi đầu ngành trong lĩnh vực công nghệ thông tin với gần 30 năm “khai phá” dịch vụ viễn thông tại Việt Nam, MobiFone đang là cái tên hoạt động tích cực nhất trong mảng dịch vụ này.

Chuyển đổi số từ những năm 2010, MobiFone đã có những hoạch định rất cụ thể trong việc xây dựng hệ sinh thái hoàn thiện nhằm sẵn sàng cho cuộc cách mạng chuyển đổi số. Trong đó, đáng kể nhất đó chính là việc thành lập Trung tâm Công nghệ thông tin MobiFone - cơ sở nghiên cứu phần mềm công nghệ cao hàng đầu của nhà mạng này để tạo vị thế tiên phong làm chủ công nghệ.

Trung tâm này đã cho ra mắt, vận hành, khai thác và quản lý các hệ thống các sản phẩm đặc thù thuộc 4 nhóm: Các dịch vụ trên Cloud, Internet of Things, Phân phối phần cứng, phần mềm và Giải pháp, dự án. Đặc biệt trọng tâm của mảng Giải pháp, dự án tập trung vào việc xây dựng những nền tảng hết sức cụ thể cho một mô hình của chính phủ số hoàn thiện. Hiện tại, có tới 9 giải pháp và hệ thống hoàn thiện, sẵn sàng đưa vào thử nghiệm hoặc thậm chí là triển khai thực tế. Tiêu biểu gồm có:

- Giải pháp phần mềm một cửa điện tử liên thông e-gate: là một thành phần quan trọng trong Khung kiến trúc Chính quyền điện tử cấp tỉnh/thành phố.

Phần mềm một cửa điện tử e-Gate thực hiện việc tích hợp, kết nối, chia sẻ dữ liệu với các hệ thống CNTT, đồng thời thực hiện đồng bộ hóa dữ liệu hồ sơ thủ tục hành chính từ cấp Trung ương đến cấp tỉnh/thành phố. Đây có thể coi là giải pháp “xương sống” của chính phủ điện tử, với cấu trúc dữ liệu vô cùng phức tạp được xử lý thông minh và logic để có thể thay thế hầu hết những tác vụ cơ bản thông thường.

- Hệ thống phần mềm giải pháp lưu trữ số hóa điện tử tập trung trên nền tảng Big Data: Giải pháp Số hóa và Lưu trữ điện tử tập trung trên nền tảng hệ thống thông tin lưu trữ mở OAIS (Theo quy chuẩn ISO 14721:2012 - Open Archival Information System được các lưu trữ quốc gia Mỹ, Úc, Anh và các nước tiên tiến trên thế giới áp dụng) được xây dựng trên nền tảng công nghệ Web tiên tiến, thiết kế theo kiến trúc hướng dịch vụ SOA cho phép khả năng mở rộng không hạn chế cũng như tích hợp dễ dàng với các hệ thống thông tin khác của tổ chức.

- Giải pháp truyền thông thông minh tại cơ sở trong thời đại mới là một mảnh ghép góp phần xây dựng thành phố thông minh. Như đã biết, truyền thông và tuyên truyền đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ chính phủ trong việc phổ biến các chính sách và duy trì giao tiếp với công dân. Giải pháp truyền thông thông minh này ra đời dựa trên nền

tảng công nghệ 4.0 và triển khai trên hạ tầng Cloud (của MobiFone và khách hàng) nhằm thay thế và khắc phục hoàn toàn những nhược điểm của giải pháp truyền thông FM truyền thống.

Hệ thống bao gồm Hệ thống quản trị, biên tập thông tin tập trung, Thiết bị phát thanh không dây, phục vụ phát tin nơi công cộng, Thiết bị lắp đặt tại các hộ gia đình, phục vụ công tác phát tin truyền thông IOT Gateway kết hợp đồng thời với các ứng dụng di động.

- Hệ thống Quản lý cán bộ công chức, viên chức điện tử: Phần mềm giúp cho các cơ quan Nhà nước theo dõi quá trình biến đổi thông tin của mỗi cán bộ, công chức, viên chức trong quá trình công tác từ khi bắt đầu vào cơ quan cho đến nghỉ hưu.

Hệ thống giúp các đơn vị có thẩm quyền quản lý cán bộ công chức, viên chức quản lý hồ sơ nhân sự hiệu quả, giảm chi phí, thời gian, công sức, thuận tiện trong việc tra cứu tìm kiếm hồ sơ cán bộ công chức, viên chức. Hệ thống phần mềm có các chức năng phân quyền đến từng đơn vị, cho phép Cán bộ tổ chức được phép cập nhật hồ sơ Cán bộ công chức, viên chức của đơn vị mình và đảm bảo tính bảo mật của hồ sơ giữa các đơn vị.

Sản phẩm cung cấp một giải pháp quản lý nhân sự toàn diện, bao gồm đầy đủ các tính năng quản trị nhân sự, Quản lý lịch nghỉ, chấm công, tính lương, Quản lý tài sản, Quản lý quy trình tuyển dụng nhân sự, quản lý đào tạo,... đáp ứng đầy đủ các quy định mới nhất trong luật lao động Việt Nam.

Có thể thấy các giải pháp của MobiFone rất toàn diện, “phủ sóng” hầu hết các khía cạnh quan trọng của một Chính phủ từ quản lý hành chính, quản lý và tổ chức nhân sự, dịch vụ công cho tới tuyên truyền và thông tin. Chắc chắn hệ sinh thái đặc biệt này sẽ mang lại những hiệu quả nhanh chóng và đột phá khi được đưa vào áp dụng thực tế./.

Tài liệu tham khảo

Lan Phương (2021). Xây dựng hạ tầng viễn thông trở thành hạ tầng số thiết yếu của đất nước. <https://ictvietnam.vn/xay-dung-ha-tang-vien-thong-tro-thanh-ha-tang-so-thiet-yeu-cua-dat-nuoc-20210623141309593.htm>

Nguyễn Mạnh Hùng (2021). Hệ thống kết cấu hạ tầng cho phát triển kinh tế số: Thực trạng và giải pháp. <http://avnuc.vn/thong-ket-cau-ha-tang-cho-phat-trien-kinh-te-thuc-trang-va-giai-phap/>

Tú Ân (2020). MobiFone cam kết đồng hành cùng Chính phủ số. <https://baodautu.vn/mobifone-cam-ket-dong-hanh-cung-chinh-phu-so-d120708.html>

Mối quan hệ giữa danh tiếng và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Đinh Thị Thanh Hải
Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp ngày càng chú trọng hơn vào việc bảo vệ danh tiếng của mình trong môi trường cạnh tranh khốc liệt. Từ việc tổng hợp kết quả các nghiên cứu đã được thực hiện trước đây, bài viết đưa ra các quan điểm nhìn nhận về danh tiếng của doanh nghiệp và các cách tiếp cận để đánh giá mối quan hệ giữa danh tiếng và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Trên cơ sở kết quả tổng hợp có thể định hướng cho các nghiên cứu tiếp theo về ảnh hưởng của danh tiếng doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp đó và ngược lại.

1. Đặt vấn đề

Trong thế giới thay đổi nhanh chóng ngày nay và trong môi trường kinh doanh phức tạp và thiếu sự chắc chắn, các doanh nghiệp chỉ dựa vào kết quả kinh doanh ngắn hạn sẽ phải đối mặt với rủi ro kinh doanh ngày càng lớn hơn. Chính vì vậy, nhiều doanh nghiệp ngoài việc sử dụng các chỉ tiêu tài chính còn sử dụng thêm các chỉ tiêu phi tài chính vào việc đánh giá hiệu quả hoạt động cũng như đưa vào các mục tiêu chiến lược nhằm dự đoán hoạt động kinh doanh bền vững trong dài hạn. Một trong những yếu tố quan trọng nhất nhưng cũng là một cấu trúc phi tài chính rất nhạy cảm là danh tiếng của doanh nghiệp. Danh tiếng của doanh nghiệp được công nhận là một tài sản vô hình bên cạnh các tài sản vô hình thông thường trong doanh nghiệp như bằng sáng chế, nhãn hiệu, thương hiệu... Tuy nhiên, trong thời gian gần đây các doanh nghiệp đã bắt đầu dành sự quan tâm và tập trung vào việc quản lý danh tiếng của doanh nghiệp. Theo Hall (1993) thì danh tiếng của doanh nghiệp cũng có thể hoạt động như một tài sản vô hình và mang lại lợi thế vị trí bền vững cho các doanh nghiệp có danh tiếng tích cực và mạnh mẽ. Một mặt danh tiếng thể hiện giá trị của doanh nghiệp, nhưng mặt khác, nó tạo ra giá trị gia tăng cho doanh nghiệp. Danh tiếng có tính chất nhạy cảm, doanh nghiệp phải mất thời gian dài để gây dựng nó nhưng nó cũng có thể bị phá hủy trong tích tắc. Chính vì lý do này, việc hiểu được mối quan hệ giữa danh tiếng với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sẽ giúp cho các nhà quản trị doanh nghiệp tránh được một trong những rủi ro trong quá trình hoạt động.

2. Danh tiếng của doanh nghiệp

Theo từ điển Oxford trực tuyến (2021) đã định nghĩa rõ ràng về thuật ngữ "danh tiếng" là ý kiến của mọi người về điều gì hay người nào đó dựa trên các sự kiện đã xảy ra trong quá khứ. Tuy nhiên, định

nghĩa danh tiếng trong lĩnh vực kinh tế tài chính vẫn chưa hoàn toàn thống nhất. Barnett và cộng sự (2006) cho rằng danh tiếng cũng giống với hình ảnh của doanh nghiệp và thường được sử dụng thay thế cho nhau. Theo Wartick (2002) thì danh tiếng của doanh nghiệp được đánh giá dựa trên sự chia sẻ trải nghiệm của các bộ phận có liên quan với doanh nghiệp qua bất kỳ phương tiện truyền thông nào về hoạt động của doanh nghiệp với các đối thủ. Nói chung, có nhiều luồng ý kiến khác nhau về danh tiếng của doanh nghiệp. Theo luồng ý kiến đầu tiên, danh tiếng của doanh nghiệp là những kỳ vọng của xã hội hay chính xác hơn là những kỳ vọng mà mọi người đặt vào hành vi của doanh nghiệp. Để đo lường danh tiếng theo luồng ý kiến này, chỉ số danh tiếng (QR) là thước đo được đề xuất sử dụng và thước đo này được đề xuất bởi tạp chí Fortune thuộc công ty Fortune Most Admired. Luồng ý kiến thứ hai dựa trên khái niệm tính cách của doanh nghiệp. Davies và cộng sự (2003) đã sử dụng khái niệm liên quan đến hình ảnh và bản sắc của các tổ chức để đánh giá tính cách của họ. Bản sắc của doanh nghiệp phản ánh triết lý hoạt động kinh doanh, các giá trị, hành vi và hoạt động của doanh nghiệp đó với các bên liên quan. Bendixen và Abratt (2007) chỉ ra rằng bản sắc của doanh nghiệp được hình thành bởi sự kết hợp giữa chiến lược, cấu trúc, giao tiếp, văn hóa và được thể hiện qua nhiều kênh truyền thông đa dạng bao gồm sản phẩm, hoạt động của doanh nghiệp, giao tiếp và hành vi của nhân viên, giao tiếp và phát ngôn trên đại chúng. Luồng ý kiến thứ ba xuất phát từ khái niệm niềm tin, có tính đến nhận thức về tính trung thực của tổ chức, độ tin cậy được coi là yếu tố chính. Theo luồng ý kiến này Newell và Goldsmith (2001) đã phát triển thang đo danh tiếng của doanh nghiệp theo mức độ tín nhiệm của doanh nghiệp đó.

Như đã đề cập ở phía trên, danh tiếng của doanh nghiệp được xem là một tài sản vô hình và có giá trị. Dù có nhiều luồng ý kiến về khái niệm danh tiếng,

nhưng đều có điểm chung là cần phải chứng minh giá trị của danh tiếng và nó cần phải được đo lường. Tuy nhiên, vì đặc tính vô hình và ảnh hưởng của cảm tính trong nhận thức của người quan sát nên khó có thể đo lường được. Vì vậy, cho đến hiện nay vẫn chưa có một công cụ tiêu chuẩn hóa thống nhất được sử dụng để đo lường danh tiếng, mới chỉ có các nhà nghiên cứu hoặc các tổ chức xây dựng danh sách xếp hạng với các loại biến số khác nhau.

Vì các danh sách xếp hạng đều được xây dựng chủ yếu dựa trên nhận thức và quan điểm của các nhà quản lý và nhà nghiên cứu riêng biệt. Đến năm 1999, Fombrun kết hợp với công ty nghiên cứu thị trường Harris Interactive đã phát triển công cụ đo lường là chỉ số danh tiếng và được tạp chí Fortune sử dụng. Fombrun và cộng sự (2001) đã chứng minh rằng danh tiếng của doanh nghiệp là một cấu trúc tổng hợp mô tả nhận thức của nhiều người có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp. Vì hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là một cấu trúc đa chiều nên danh tiếng cũng sẽ được kỳ vọng là đa chiều, phản ánh nhiều khía cạnh mà những người có liên quan đánh giá về hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Chỉ số danh tiếng bao gồm 20 mục đánh giá được chia thành 6 nhóm tiêu chí: Sự hấp dẫn về cảm xúc; Sản phẩm và dịch vụ; Hiệu quả tài chính; Tầm nhìn và lãnh đạo; Môi trường làm việc và Trách nhiệm xã hội.

Sau nghiên cứu của Fombrun và cộng sự đã có nhiều nhà nghiên cứu đã phát triển các công cụ đo lường danh tiếng của doanh nghiệp với các tiêu chí khác nhau. Klopota (2016) theo quan điểm để đạt được tính ổn định khi đo lường danh tiếng thì số lượng các tiêu chí không nên quá nhiều, vì thế đã giảm công cụ đo lường danh tiếng xuống ba khía cạnh với chín câu hỏi: (1) khía cạnh Sản phẩm và dịch vụ gồm: việc đảm bảo cho sản phẩm và dịch vụ, phát triển các dịch vụ sáng tạo, chất lượng sản phẩm và dịch vụ, mức độ sản phẩm và dịch vụ với mức giá ấn định; (2) khía cạnh Tầm nhìn: quản lý doanh nghiệp; tầm nhìn cho tương lai, phẩm chất của ban lãnh đạo doanh nghiệp; (3) khía cạnh Điều kiện làm việc: chất lượng của doanh nghiệp với tư cách là người cung cấp việc làm, chất lượng của nhân viên.

3. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù có khả năng phản ánh được cách mà doanh nghiệp đang sử dụng nguồn nhân lực. Để từ đó đạt được hiệu quả cao nhất các mục tiêu và kế hoạch kinh doanh được xác định. Cụ thể, doanh nghiệp có thể so sánh sự chênh lệch giữa kết quả đầu ra và kết quả đầu vào, giữa chi phí đầu tư và doanh thu nhận được. Chỉ các doanh nghiệp kinh doanh mới cần đánh giá chỉ số này bởi mục tiêu mà họ hướng đến chính là tối đa hoá lợi nhuận.

Hiệu quả kinh doanh có sự liên quan mật thiết đến quá trình cung cấp dịch vụ và sản xuất hàng hoá. Vì vậy, khi thực hiện phân tích, những lợi ích mà doanh nghiệp sẽ nhận được bao gồm:

- Với các nhà quản trị doanh nghiệp, việc tiếp nhận các thông tin từ phân tích hiệu quả sẽ giúp họ có thể nhanh chóng nắm bắt và đánh giá được mức độ hiệu quả trong việc sử dụng các tài sản và nguồn lực của doanh nghiệp. Từ đó, có thể xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng các nguồn lực và nguyên nhân gây ra các ảnh hưởng đó để xây dựng giải pháp khắc phục những tồn tại và khai thác triệt để các tiềm năng.

- Với các nhà đầu tư, việc phân tích hiệu quả kinh doanh giúp họ nắm bắt nhanh chóng hiệu quả sử dụng vốn và mức độ lợi nhuận thu vào. Từ đó, có thể đưa ra quyết định thu hồi vốn hoặc tiếp tục đầu tư một cách chính xác.

Để có thể thực hiện việc đánh giá hiệu quả trong kinh doanh một cách chính xác nhất, người sử dụng thông tin có thể phân tích qua các chỉ tiêu sau.

Khả năng sinh lời

Hầu hết để đánh giá hiệu quả kinh doanh, các doanh nghiệp hiện nay thường sử dụng và quan tâm đến nhóm chỉ tiêu đánh giá về khả năng sinh lời bởi mục tiêu mà họ hướng tới chính là lợi nhuận. Các chỉ tiêu này bao gồm:

- Tỷ suất lợi nhuận/doanh thu (ROS): Chỉ tiêu này thể hiện tỷ lệ phần trăm một đồng doanh thu chiếm được trong tổng số lợi nhuận. Kết quả này càng cao thì hiệu quả càng lớn.

- Tỷ suất lợi nhuận/tổng tài sản (ROA): Chỉ tiêu này thể hiện lượng đơn vị lợi nhuận mà doanh nghiệp có thể thu về từ một đơn vị tài sản trung bình. Nếu kết quả này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả kinh doanh càng lớn.

- Tỷ suất lợi nhuận/vốn chủ sở hữu (ROE): Chỉ tiêu này sẽ giúp doanh nghiệp đánh giá hiệu quả kinh doanh thông qua việc ước lượng lợi nhuận mà mình sẽ nhận được sau khi đã trừ thuế. Kết quả này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng nguồn vốn chủ sở hữu càng lớn.

Hiệu suất sử dụng lao động

Trong quá trình sản xuất và kinh doanh, một trong ba yếu tố quan trọng nhất đối với doanh nghiệp chính là nguồn lao động. Vì vậy, dù là chất lượng hay số lượng thì nguồn lao động đều có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh doanh. Các chỉ tiêu cụ thể này bao gồm:

- Lợi nhuận bình quân của một lao động = lợi nhuận ròng/số lượng lao động bình quân (trong cùng thời kỳ).

- Doanh thu trung bình của một lao động = doanh thu/số lượng lao động bình quân (trong cùng thời kỳ).

Hiệu quả trong sử dụng tài sản

Mục đích cuối cùng mà hầu hết các doanh nghiệp khi đánh giá hiệu quả kinh doanh đều hướng tới chính là lợi nhuận. Tuy nhiên, chỉ khi họ biết cách sử dụng tài sản của mình một cách hiệu quả thì hoạt động kinh doanh mới đạt được những thành tựu tốt nhất.

Cụ thể, hiệu quả trong sử dụng tài sản sẽ được thể hiện thông qua nhiều lợi ích hay giảm bớt thời gian của một vòng quay tài sản mà chỉ cần sử dụng lượng tài sản ít nhất. Các chỉ tiêu này bao gồm:

- Số vòng quay tài sản = doanh thu thuần/tài sản bình quân (trong cùng thời kỳ).

- Sức sản xuất của tài sản = doanh thu thuần/tài sản cố định bình quân.

- Số vòng quay ngắn hạn = doanh thu thuần/tài sản ngắn hạn bình quân.

- Số vòng quay hàng tồn = doanh thu thuần/lượng hàng tồn kho bình quân.

- Thời gian vòng quay tài sản ngắn hạn = thời gian kỳ phân tích/số vòng quay tài sản ngắn hạn (trong cùng thời kỳ).

4. Môi quan hệ giữa danh tiếng với hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Danh tiếng của doanh nghiệp là một thuật ngữ đa nghĩa, mang nhiều ý nghĩa khác nhau trong các lĩnh vực khác nhau và theo từng quan điểm riêng biệt. Đối với các nhà quản trị doanh nghiệp nói chung và những người xây dựng chiến lược phát triển cho doanh nghiệp nói riêng thì danh tiếng của doanh nghiệp được xem như là một nguồn lực tạo ra lợi thế cạnh tranh. Dưới góc nhìn của kế toán và các nhà quản trị tài chính thì danh tiếng của doanh nghiệp được ghi nhận như một tài sản vô hình, giống như một loại lợi thế thương mại và có giá trị dao động trên thị trường. Việc giữ được một uy tín tốt đối với các nhà đầu tư và các bên liên quan khác trở thành yếu tố quan trọng đối với doanh nghiệp và điều đó giúp cho doanh nghiệp có thể nhận được hiệu quả kinh doanh cao hơn. Tuy nhiên, Dowling (2006) nghiên cứu thấy rằng sự lành mạnh về tài chính của một doanh nghiệp có thể gây dựng nên một danh tiếng tốt cho doanh nghiệp đó.

Có hai cách tiếp cận để có thể khám phá ảnh hưởng của danh tiếng doanh nghiệp đến các hoạt động kinh tế tài chính của doanh nghiệp. Cách tiếp cận thứ nhất dựa trên việc xem xét các chỉ tiêu tài chính cũng như lợi nhuận đạt được thông qua số liệu của kế toán. Cách tiếp cận thứ hai dựa trên việc đánh giá hiệu suất của các cổ phiếu được giao dịch trên các sở giao dịch chứng khoán. Cách tiếp cận thứ hai thường được sử dụng nhiều hơn so với cách tiếp cận thứ nhất vì việc định giá cổ phiếu liên quan trực tiếp đến đánh giá của thị trường từ các nhà đầu tư về danh tiếng của một

doanh nghiệp và điều này cũng giúp giải thích sự khác biệt giữa giá trị sổ sách và giá trị thị trường (Lev, 2005). Trong khi có một số nghiên cứu xác định được mối quan hệ tích cực và trực tiếp của danh tiếng tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp và đó là cơ sở để các nhà quản trị đầu tư phát triển tài sản vô hình này. Một số những kết quả nghiên cứu khác lại chứng minh rằng ở việc các doanh nghiệp đầu tư vào hình ảnh và danh tiếng của mình cũng không đảm bảo cho việc hoạt động tốt trên thị trường vốn hay không giúp cải thiện giá trị cổ phiếu.

5. Kết luận

Bài viết này đã thảo luận về các cách tiếp cận khác nhau của cấu trúc danh tiếng của doanh nghiệp, nhằm tìm ra một khái niệm toàn diện có thể sử dụng cho các mục đích đo lường danh tiếng sau này. Dựa trên tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến chủ đề này với kết quả nghiên cứu đã phân tích được mối quan hệ giữa danh tiếng doanh nghiệp với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp đó, cùng với các thuộc tính của danh mục xếp hạng danh tiếng doanh nghiệp.

Thêm vào đó, kết quả cho thấy rằng danh tiếng doanh nghiệp có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh, ngược lại hiệu quả kinh doanh tốt cũng giúp nâng cao danh tiếng của doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong một số môi trường kinh doanh thì chưa tìm thấy mối quan hệ giữa hai nhân tố này./.

Tài liệu tham khảo

Barnett, M.L., Jermier, J.M., Lafferty, B.A. (2006), Corporate reputation: The definitional landscape, Corporate reputation review, Vol.9, No.1, 26-38.

Bendixen, M., Abratt, R. (2007), Corporate identity, ethics and reputation in supplier-buyer relationships, Journal of Business Ethics, Vol.76, No.1, 69-82.

Dowling, G.H.G. (2006), Corporate reputations create corporate value, Corporate Reputation Review, Vol.9, No.2, 134-143.

Newell, S.J. and Goldsmith, R.E. (2001), The development of a scale to measure perceived corporate credibility, Journal of Business Research, Vol. 52 No. 3, 235-247.

Vidaver-Cohen, D. (2007), Reputation beyond the rankings: a conceptual framework for business school research, Corporate Reputation Review, Vol. 10, No. 4, 278-304.

Wartick, Steven L. (2002), "Measuring Corporate Reputation: Definition and Data". Business and Society, Vol 4, No 1, trang 371-392.

Kinh nghiệm phát triển thị trường trái phiếu xanh của Trung Quốc và hàm ý cho Việt Nam

Nguyễn Trần Minh Trí
Nguyễn Mai Ly, Trần Thị Hà
Viện Kinh tế và Chính trị Thế giới

Xây dựng một hệ thống tài chính xanh đã trở thành chiến lược quốc gia của Trung Quốc. Vào tháng 8/2016, với sự chấp thuận của Quốc vụ viện, bảy bộ và ủy ban bao gồm cả Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc và Bộ Tài chính đã cùng phát hành Bộ nguyên tắc phát hành và sử dụng nguồn thu từ Trái phiếu Xanh (gọi tắt là NTTPX - Green Bond Principles), với 35 điều dựa trên 9 khía cạnh. Nghiên cứu kinh nghiệm từ thực tiễn của Trung Quốc sẽ không chỉ có những bài học về thành công mà còn cả những hạn chế để cung cấp thông tin cho không chỉ Trung Quốc mà còn các quốc gia khác trong quá trình phát triển hệ thống tài chính xanh phục vụ cho quá trình chuyển đổi xanh.

1. Các loại hình trái phiếu xanh của Trung Quốc

Hiện nay Trung Quốc đang áp dụng bốn loại hình sản phẩm TPX gồm:

TPX áp dụng tiêu chuẩn về việc sử dụng nguồn vốn thu được: nghĩa vụ nợ tiêu chuẩn, trên cơ sở có thể bị truy đòi của tổ chức phát hành, tuân thủ theo các tiêu chí của NTTPX (ICMA, 2018). TPX theo tiêu chí Doanh thu: nghĩa vụ nợ miễn truy đòi của tổ chức phát hành đáp ứng các tiêu chí của NTTPX; trong đó, rủi ro tín dụng của trái phiếu là việc dòng tiền cam kết từ doanh thu, phí, thuế, v.v. và nguồn vốn thu được từ phát hành trái phiếu có thể được sử dụng cho các Dự án Xanh có liên quan hoặc không liên quan (ICMA, 2018). Trái phiếu tài trợ Dự án Xanh: loại trái phiếu gắn với một hoặc nhiều dự án xanh; trong đó, nhà đầu tư phải chịu rủi ro trực tiếp từ các dự án, có thể hoặc không thể có khả năng truy đòi từ tổ chức phát hành, và tuân thủ các tiêu chí của NTTPX (ICMA, 2018). TPX Chứng khoán hóa: loại trái phiếu được thế chấp bởi một hoặc nhiều Dự án Xanh cụ thể, bao gồm nhưng không giới hạn ở các trái phiếu được đảm bảo, chứng khoán đảm bảo bằng tài sản (ABS), chứng khoán đảm bảo bằng thế chấp (MBS) và các sản phẩm cấu trúc khác; và phù hợp với NTTPX. Nguồn trả nợ đầu tiên thường đến từ các dòng tiền của tài sản (ICMA, 2018).

Chính phủ Trung Quốc hiện thực hóa các mục tiêu phát triển xanh và giảm lượng phát thải carbon qua hai đòn bẩy cụ thể của thị trường trái phiếu gồm: (i) Đưa ra chính sách và khuôn khổ quy định nhằm giảm thiểu rủi ro cơ bản của dự án. Điều này bao gồm một loạt các chính sách từ hướng dẫn tín dụng xanh đến các chỉ báo dài hạn (ví dụ: thuế nhập khẩu, v.v.); (ii) Sử dụng các công cụ và công cụ tài chính công để giúp đánh giá quy mô, tính thanh

khảo và mức độ rủi ro/ tỷ lệ lợi nhuận cho các nhà đầu tư. Chúng bao gồm phổ cập chính sách của chính phủ và ngân hàng phát triển, hỗ trợ đối với trái phiếu doanh thu xanh, trái phiếu truy đòi kép, cũng như thiết lập các định nghĩa xanh.

Hai đòn bẩy này được hiện thực hóa qua một loạt các cơ chế sau: Phát hành trái phiếu công khai; Có cơ cấu truy đòi kép đối với việc phát hành trái phiếu đô thị xanh, trong đó các nhà đầu tư có quyền truy đòi tài sản đảm bảo, cũng như tiếp cận bảng cân đối kế toán của chính phủ; Ngân hàng xanh và hỗ trợ tín dụng; Các khoản ưu đãi thuế đối với lợi nhuận thu được từ TPX của các doanh nghiệp nhà nước (SOEs) lẫn các công ty tư nhân; Đưa ra mức chênh lệch giá đối với các khoản vay xanh so với các khoản vay "nâu". Phát triển cho vay xanh rất quan trọng đối với TPX vì chúng tạo điều kiện cho một nhóm các khoản vay lớn hơn phù hợp để được tái cấp vốn với việc phát hành TPX thông qua chứng khoán hóa xanh (ICMA, 2021).

2. Các yếu tố chính hỗ trợ phát triển thị trường TPX của Trung Quốc

2.1. Xây dựng nền tảng cho thị trường TPX

Trung Quốc đã có kinh nghiệm liên quan để phát triển các định nghĩa cụ thể. Các tiêu chuẩn xanh cho thị trường trái phiếu có thể được xây dựng dựa trên các định nghĩa được phát triển theo Hướng dẫn Tín dụng Xanh. Ủy ban Phát triển Thị trường TPX, bao gồm các đại diện cơ quan quản lý, sẽ xem xét và điều chỉnh các định nghĩa hiện có về Tín dụng Xanh để phù hợp với thị trường trái phiếu. Các định nghĩa liên quan đến thị trường trái phiếu phải phù hợp với NTTPX.

Cần có một hệ thống xác minh và thực thi tự cấp vốn và tự kiểm soát để đảm bảo rằng các tổ chức

phát hành TPX 'tuân thủ các tiêu chuẩn và tiêu chí chung do Ủy ban Phát triển Thị trường đặt ra ở cấp trung ương. Điều này có thể dưới dạng một tổ chức độc lập không tổ chức chính phủ, phi lợi nhuận được thành lập đặc biệt để xác minh hoạt động xanh của các đợt phát hành trái phiếu ở cấp độ tài sản theo các tiêu chuẩn này.

2.2. Phát hành TPX có bảo chứng công khai

Tại Trung Quốc, các ngân hàng phát triển đóng một vai trò lớn trong việc phát hành trái phiếu trong nước, mang lại cơ hội lớn cho việc phát hành TPX. Dư địa cho việc phát hành TPX thông qua cả hai kênh này ở thị trường Trung Quốc là rất lớn (Anh, 2020).

Đối với trái phiếu thành phố xanh, tốc độ đô thị hóa nhanh chóng ở Trung Quốc làm tăng vai trò của các thành phố, cả trong quá trình chuyển đổi carbon thấp và về sức mạnh tài chính. Những xu hướng này và những thay đổi về quy định năm 2014 đã cho phép 10 thành phố tự phát hành TPX ở Trung Quốc. Tại thời điểm năm 2015, thị trường trái phiếu thành phố của Trung Quốc đã đạt trên 1 nghìn tỷ NDT (164 tỷ USD) (Tu, 2014a). TPX có thể được sử dụng để tài trợ cho một loạt các dự án xanh, các hạng mục chính cho các thành phố ở Trung Quốc là giao thông đường sắt, năng lượng tái tạo, công trình xanh và nước sạch (Anh, 2020).

2.3. Cấu trúc trái phiếu truy đòi kép cho TPX

Tổ chức phát hành có nghĩa vụ truy đòi đối với TPX đã bán ra. Toàn bộ số tiền thu được từ đợt phát hành TPX loại này sẽ được ghi vào một tiểu khoản, sau đó chuyển sang một danh mục đầu tư hoặc được tổ chức phát hành theo dõi theo quy trình nội bộ. Tổ chức phát hành TPX loại này sẽ tổng hợp khoản vay từ phát hành trái phiếu và các hoạt động đầu tư để cấp vốn các dự án đủ điều kiện.

Trái phiếu truy đòi kép xanh sẽ là một phương tiện cải thiện tính minh bạch của các khoản nợ cấp tỉnh ở Trung Quốc bằng cách chuyển nợ sang các phương tiện truy đòi kép mới (Sean Kidney, 2016). Chức năng chính của truy đòi kép xanh là làm tài sản xanh tăng tính đảm bảo và cung cấp lựa chọn có thể chuyển đổi các khoản cho vay có bảo đảm thuộc các dự án có quan hệ đối tác công tư. Ví dụ, các khoản cho vay hệ thống tàu điện ngầm có thể được tái cấp vốn bằng trái phiếu truy đòi kép, trong đó nhà đầu tư nhận được bảo lãnh của tỉnh, cũng như truy đòi tài sản đảm bảo là tài sản công.

Khi các nhà đầu tư trở nên quen thuộc với hiệu suất của tài sản xanh, thì việc sử dụng trái phiếu truy đòi kép sẽ không còn cần thiết và thị trường có thể chuyển sang chứng khoán xanh được hỗ trợ bằng tài sản. Cho phép phát hành chứng khoán hoàn lại bằng tài sản sẽ có lợi cho các thành phố tự cân đối các khoản vay, cho phép đưa các khoản nợ ra khỏi bảng cân đối kế toán của thành phố.

3. Xu hướng phát triển thị trường TPX Trung Quốc

Thị trường TPX Trung Quốc đang trong giai đoạn định hình và phát triển, theo đó chính phủ Trung Quốc định hướng phát triển của thị trường TPX theo các hướng như sau:

Dự kiến sẽ tiếp tục mở rộng thị trường: Thị trường TPX được dán nhãn đang tăng trưởng nhanh chóng, từ 11 tỷ USD phát hành năm 2013 lên gần 40 tỷ USD năm 2014 (Sean Kidney, 2016). Tổng cộng 100 tỷ USD phát hành dự kiến trong năm 2015.

Các công ty phát hành TPX mới: Đã có sự chuyển dịch trên thị trường từ các ngân hàng phát triển chiếm ưu thế trong việc phát hành, sang phát hành TPX dành cho doanh nghiệp chiếm phần lớn lượng phát hành. Trái phiếu thành phố và đô thị cũng đã tham gia vào thị trường TPX trong năm ngoái. Đây là một lĩnh vực quan trọng cho sự phát triển trong tương lai, khi các thành phố và các tổ chức dưới quyền huy động tài chính để đáp ứng các yêu cầu về cơ sở hạ tầng xanh. Các ngân hàng phát triển cũng đang ngày càng phát hành TPX để khởi động thị trường trong nước

Các loại TPX mới: Phần lớn TPX được phát hành cho đến nay được liên kết với tài sản, không được đảm bảo bằng tài sản, có nghĩa là trái phiếu này cung cấp cho các nhà đầu tư quyền truy đòi vào đơn vị phát hành, nhưng số tiền thu được được liên kết với các tài sản xanh. Tuy nhiên, TPX được hỗ trợ bằng tài sản được hỗ trợ trực tiếp bởi hiệu suất của các tài sản xanh đang nổi lên khi thị trường trưởng thành. Đặc biệt, chứng khoán hóa dựa trên tài sản sẽ rất quan trọng để tổng hợp các thị trường năng lượng tái tạo và tiết kiệm năng lượng bị phân mảnh với quy mô mà thị trường trái phiếu yêu cầu. (Zhang, 2021)

Các tiêu chuẩn xung quanh các quy tắc báo cáo và định nghĩa về đầu tư xanh đang được phát triển: Đề án Tiêu chuẩn Trái phiếu Khí hậu đang phát triển các định nghĩa được tiêu chuẩn hóa, tham chiếu khoa học về những gì cấu thành đầu tư xanh. Điều này sẽ rất quan trọng đối với giai đoạn tăng trưởng tiếp theo khi thị trường mở rộng ra ngoài các ngân hàng và tổ chức lớn và đáng tin cậy sang các tổ chức nhỏ hơn và phát hành trong khu vực. Nguyên tắc TPX, một tập hợp các hướng dẫn tự nguyện xoay quanh các đặc điểm thiết kế và báo cáo của TPX, đã được đưa ra vào tháng 1/2014. Có một loạt các lĩnh vực chính sách theo Kế hoạch 5 năm lần thứ 12 của Trung Quốc (FYP) trong đó dán nhãn TPX có thể hoạt động như một thước đo hiệu suất của vốn được phân bổ và lợi ích môi trường.

4. Hàm ý chính sách cho Việt Nam

Trong chiến lược phát triển giai đoạn 2011 -

2020, Việt Nam đã xác định yêu cầu xuyên suốt trong chiến lược là phát triển nhanh gắn liền với phát triển bền vững, trong đó đổi mới mô hình tăng trưởng chuyển dịch từ nền kinh tế nâu sang nền kinh tế xanh là một trong những nhiệm vụ trọng tâm. Từ kinh nghiệm của Trung Quốc với tư cách là một trong những quốc gia đi đầu trong việc xây dựng hệ thống tài chính xanh, chúng ta có thể rút ra một số vấn đề cần cân nhắc khi phát triển hệ thống tài chính xanh cho Việt Nam cụ thể như sau:

Một là, cần lựa chọn mô hình phát triển hệ thống tài chính xanh phù hợp. Do hệ thống tài chính Việt Nam chưa phát triển mạnh và toàn diện như các quốc gia Âu Mỹ nên mô hình phát triển hệ thống tài chính xanh “từ trên xuống” sẽ phù hợp hơn. Kinh nghiệm Trung Quốc cho thấy, nếu Chính phủ của chúng ta có thể đưa ra định hướng phát triển và ban hành các văn bản hướng dẫn tương ứng sẽ có tác động dẫn dắt thị trường, cũng như tạo nên sự an tâm của các thành viên chính trên thị trường, qua đó khuyến khích sự phát triển chung của hệ thống tài chính xanh.

Hai là, cần phát triển hệ thống tài chính xanh trên cơ sở gắn kết với chiến lược phát triển kinh tế. Quá trình phát triển hệ thống tài chính xanh cần kết hợp với chiến lược phát triển xanh, cũng như chiến lược phát triển chung của Chính phủ nhằm đảm bảo mang lại lợi ích chung trong dài hạn. Vì vậy, chúng ta cần xem xét điều chỉnh hệ thống luật pháp hiện hành và xây dựng các quy định mới cho phù hợp với thông lệ quốc tế theo xu hướng phát triển hệ thống tài chính xanh. Mặt khác, hệ thống tài chính xanh có nhiều đặc điểm khác biệt so với hệ thống tài chính hiện nay nên Chính phủ cần có yêu cầu nâng cao năng lực quản lý của các cơ quan nhà nước, cũng như đầu tư cho hoạt động đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực để hỗ trợ quản lý hiệu quả hệ thống tài chính xanh.

Ba là, cần thiết lập một cơ chế khuyến khích rõ ràng hỗ trợ phát triển hệ thống tài chính xanh. Việc thiết lập một cơ chế rõ ràng để khuyến khích phát triển hệ thống tài chính xanh là cần thiết trên cơ sở phân tích kinh nghiệm của Trung Quốc. Điều này thể hiện bằng việc Chính phủ Việt Nam cần thực hiện những điều chỉnh về chính sách, khung khổ pháp luật liên quan tới hoạt động tài chính và các tổ chức tài chính khác nhau như ngân hàng, bảo hiểm, cơ quan quản lý tài chính của Nhà nước nhằm tạo điều kiện xây dựng và phát triển một hệ thống tài chính xanh hướng tới một nền kinh tế xanh.

Liên quan tới vấn đề này chúng ta có thể tham khảo kinh nghiệm của Chính phủ Trung Quốc khi áp dụng cơ chế bảo lãnh chuyên ngành và trợ cấp lãi suất tài chính để hỗ trợ tài trợ tín dụng cho các dự án xanh. Chúng ta cũng có thể áp dụng Khung khổ đánh giá thận trọng vĩ mô như một cơ chế khuyến

khích các ngân hàng cấp tín dụng xanh hiệu quả như trường hợp của Trung Quốc. Ngoài ra, Chính phủ cũng có thể cân nhắc ban hành những quy định hỗ trợ chính quyền địa phương giảm chi phí huy động TPX thông qua các cơ chế bảo đảm, tăng cường tín dụng chuyên ngành và các biện pháp khác.

Bốn là, cần ban hành những quy định đảm bảo sự minh bạch của thị trường. Xây dựng môi trường kinh doanh rõ ràng minh bạch là yếu tố quan trọng hỗ trợ sự phát triển hệ thống tài chính xanh. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy, việc Chính phủ ban hành quy định về công bố thông tin môi trường của các công ty niêm yết là vô cùng quan trọng. Nếu chúng ta ban hành những quy định này, sẽ góp phần cải thiện số liệu thống kê thông tin và công bố dữ liệu trên tất cả các loại tài sản và dịch vụ tài chính xanh (liên quan tới hoạt động phát hành trái phiếu, huy động vốn chủ sở hữu, bảo hiểm, cho vay...) đảm bảo tính minh bạch của thị trường, củng cố lòng tin của các nhà đầu tư, qua đó khuyến khích họ tham gia vào hệ thống tài chính xanh. Những quy định về công bố thông tin này cũng hỗ trợ cung cấp dữ liệu để Chính phủ Việt Nam có thể đánh giá tác động của các chính sách tài chính xanh, đánh giá hiệu quả kinh doanh của các tổ chức có liên quan để có cơ sở sửa đổi, điều chỉnh và/hoặc ban hành các chính sách tương ứng trong tương lai./.

Tài liệu tham khảo

- Anh, T. T. (2020). Kinh nghiệm xây dựng hệ thống tài chính xanh tại Trung Quốc. Tạp chí Ngân hàng. <https://tapchinganhang.gov.vn/kinh-nghiem-xay-dung-he-thong-tai-chinh-xanh-tai-trung-quoc.htm>
- Climate Bonds Initiative. (2016). CHINA GREEN BOND MARKET 2016. Climate Bonds Initiative and the China Central Depository & Clearing Company. <https://www.climatebonds.net/files/files/SotM-2016-Final-WEB-A4.pdf>
- ICMA. (2021). Green Bond Principles Voluntary Process Guidelines for Issuing Green Bonds. International Capital Market Association. <https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/2021-updates/Green-Bond-Principles-June-2021-140621.pdf>
- Sean Kidney, P. O. (2016). Roadmap for China's green bond market. International Institute for Sustainable Development. <https://www.climatebonds.net/resources/reports/roadmap-chinas-green-bond-market>
- Zhang, D. (2021). How environmental performance affects firms' access to credit: Evidence from EU countries. Journal of Cleaner Production. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652621025099>

Bảo hiểm liên kết đầu tư: giải pháp tài chính linh hoạt

Bùi Quỳnh Anh

Khoa Bảo hiểm, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Bảo hiểm liên kết đầu tư đã được biết đến cách đây hơn 40 năm, đầu tiên là tại các nước có thị trường chứng khoán phát triển như châu Âu, Bắc Mỹ. Tại thị trường châu Á, sản phẩm này cũng rất phổ biến và trở thành xu thế mới từ những năm 1990. Từ khi ra đời đến nay, bảo hiểm liên kết đầu tư đã chứng minh là một giải pháp tài chính linh hoạt, là sự kết hợp tối ưu giữa sự bảo vệ trước những rủi ro biến cố và cơ hội đầu tư sinh lời cho những người tham gia bảo hiểm. Bài viết đi sâu nghiên cứu về loại hình bảo hiểm này trên thế giới và ở Việt Nam hiện nay.

1. Khái quát về bảo hiểm liên kết đầu tư

Bảo hiểm liên kết đầu tư là một loại hình đặc biệt của bảo hiểm nhân thọ. Được ra đời cách đây hơn 40 năm nhưng hiện tại chưa có một định nghĩa rõ ràng nào về loại hình bảo hiểm này, đặc biệt trong hệ thống văn bản pháp luật. Tuy nhiên, theo một số quan điểm, sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư là sản phẩm bảo hiểm nhân thọ không chia lãi bao gồm hai phần tương đối tách biệt nhau: phần bảo hiểm và phần đầu tư, trong đó phần đầu tư là chủ yếu. Khi tham gia bảo hiểm liên kết đầu tư khách hàng phải đóng phí bảo hiểm đối lại họ nhận được sự bảo vệ về tài chính của công ty bảo hiểm đồng thời có cơ hội tích lũy đầu tư với lãi suất cao.

Điểm nổi bật của bảo hiểm liên kết đầu tư là khả năng gia tăng giá trị tài sản bên cạnh việc cung cấp sự bảo vệ. Theo đó, một phần phí bảo hiểm sẽ được dùng để đưa vào các quỹ khách hàng đã lựa chọn trong danh mục đầu tư. Các quỹ này đầu tư vào các hình thức đầu tư như cổ phiếu, trái phiếu, và các công cụ tiền tệ khác, tùy thuộc vào đặc điểm rủi ro và mục tiêu đầu tư của mỗi khách hàng. Khác với các sản phẩm truyền thống, bảo hiểm liên kết đầu tư có tính linh hoạt cao trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Vì vậy, sản phẩm bảo hiểm này có thể mang lại lợi nhuận trong khoảng thời gian đầu tư dài hạn và ngày càng được sử dụng như một công cụ hữu hiệu để tạo ra thu nhập thụ động tiềm năng cho các mục tiêu tài chính trong tương lai của khách hàng.

Bảo hiểm liên kết đầu tư có một số đặc điểm cơ bản:

Thứ nhất, phí bảo hiểm tách thành 2 phần riêng biệt: phần phí dành cho bảo hiểm rủi ro (tử vong, thương tật toàn bộ vĩnh viễn...) và phần phí còn lại dành cho đầu tư.

Thứ hai, quyền lợi bảo hiểm cũng được tách bạch thành quyền lợi bảo hiểm rủi ro và quyền lợi đầu tư.

Thứ ba, tính linh hoạt cao: Bên mua bảo hiểm có

thể thay đổi tỷ lệ đầu tư cho phù hợp hơn với mục tiêu đầu tư của mình, đóng thêm phí bảo hiểm (khi có nhiều tiền, muốn đầu tư thêm), rút một phần giá trị từ quỹ, thay đổi số tiền bảo hiểm...

Thứ tư, tính minh bạch cao: Bên mua bảo hiểm biết được việc sử dụng phí bảo hiểm cho từng mục đích, được thông báo định kỳ về hoạt động của các quỹ đầu tư.

2. Các sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư cơ bản

Hiện nay, có nhiều loại sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư. Bảo hiểm liên kết đầu tư được thiết kế để đáp ứng nhu cầu tích lũy - đầu tư và bảo vệ lâu dài của khách hàng. Vì vậy, sản phẩm sẽ phù hợp hơn với những người có kế hoạch tham gia dài hạn. Điều này sẽ giúp họ vượt qua những biến động của thị trường cũng như cân bằng chi phí tham gia bảo hiểm mà họ phải chi trả trong những năm đầu. Để chọn được sản phẩm phù hợp khách hàng nên căn cứ vào điều kiện tài chính, nhu cầu của bản thân và gia đình.

Phân loại theo đặc tính, các loại bảo hiểm liên kết đầu tư cơ bản gồm:

- Sản phẩm liên kết đầu tư trọn đời: Kết hợp giữa bảo hiểm trọn đời và đầu tư. Đây là một chương trình tài chính cho phép người tham gia có cơ hội tiết kiệm, đầu tư dài hạn trọn đời với lãi suất cao. Bên cạnh đó còn được bảo hiểm trong suốt cuộc đời để khi qua đời sẽ có một khoản tiền để lại cho người thân, người phụ thuộc.

- Sản phẩm liên kết đầu tư hỗn hợp: Kết hợp giữa bảo hiểm hỗn hợp và đầu tư. Đây là một chương trình tài chính giúp khách hàng tích lũy, tiết kiệm một khoản tài chính trong một khoảng thời gian xác định với lãi suất cao thực hiện các dự định trong tương lai; đồng thời được công ty bảo hiểm bảo đảm tài chính nếu không may gặp rủi ro.

- Sản phẩm liên kết đầu tư trả tiền định kỳ: Kết hợp giữa bảo hiểm trả tiền định kỳ và đầu tư. Khi tham gia sản phẩm này khách hàng có cơ hội tích lũy, tiết kiệm, đầu tư với lãi suất cao để đến khi về già có những khoản tiền định kỳ để chi tiêu.

Phân loại theo nghiệp vụ bảo hiểm, bảo hiểm liên kết đầu tư gồm:

- Sản phẩm bảo hiểm liên kết chung:

Bảo hiểm liên kết chung là sản phẩm bảo hiểm nhân thọ thuộc dòng sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư, trong đó phí bảo hiểm mà khách hàng đóng được tách thành phần phí bảo hiểm dành cho bảo hiểm rủi ro và phần phí bảo hiểm dành cho đầu tư, được góp vào quỹ liên kết chung. Ngoài ra, bên mua bảo hiểm có thể đóng thêm phí bảo hiểm để tham gia vào quỹ liên kết chung. Trong hệ thống văn bản pháp luật sẽ có quy định cụ thể về tổng số phí bảo hiểm được phép đóng thêm trong mỗi năm hợp đồng.

Đối với sản phẩm liên kết chung, quyền lợi bảo hiểm cũng được tách bạch thành quyền lợi bảo hiểm rủi ro (số tiền khách hàng được nhận khi gặp các rủi ro như tử vong, thương tật toàn bộ vĩnh viễn...) và quyền lợi đầu tư (quyền lợi được hưởng từ phần phí bảo hiểm dành cho đầu tư).

- Sản phẩm bảo hiểm liên kết đơn vị:

Bảo hiểm liên kết đơn vị là sản phẩm bảo hiểm nhân thọ thuộc dòng sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư và có những đặc điểm sau:

+ Cơ cấu phí bảo hiểm và quyền lợi bảo hiểm được tách bạch giữa phần bảo hiểm rủi ro và phần đầu tư. Bên mua bảo hiểm được linh hoạt trong việc xác định phí bảo hiểm và số tiền bảo hiểm theo thỏa thuận tại hợp đồng bảo hiểm.

+ Bên mua bảo hiểm được quyền lựa chọn đầu tư phí bảo hiểm của mình để mua các đơn vị của các quỹ liên kết đơn vị do DNBH thành lập. Đồng thời, khách hàng được hưởng toàn bộ kết quả đầu tư và chịu mọi rủi ro đầu tư từ các quỹ liên kết đơn vị đã lựa chọn tương ứng với phần phí bảo hiểm đã đầu tư.

+ DNBH được hưởng các khoản phí do bên mua bảo hiểm trả theo thỏa thuận tại hợp đồng bảo hiểm. Doanh nghiệp bảo hiểm chỉ được phép tính các loại phí được quy định.

+ Ngoài phần phí bảo hiểm đã thỏa thuận trước trong hợp đồng bảo hiểm, bên mua bảo hiểm có thể đóng thêm phí bảo hiểm để mua các đơn vị quỹ liên kết đơn vị. Toàn bộ phí bảo hiểm đóng thêm sẽ được đầu tư vào quỹ liên kết đơn vị sau khi trừ đi khoản phí ban đầu.

+ Hợp đồng bảo hiểm liên kết đơn vị phải phù hợp với quy định của pháp luật và có đầy đủ các

thông tin: Các quyền lợi và cơ chế gắn kết các quyền lợi đó với kết quả hoạt động quỹ liên kết đơn vị mà bên mua bảo hiểm lựa chọn; Mục tiêu, chính sách đầu tư của từng quỹ liên kết đơn vị;...

3. Bảo hiểm liên kết đầu tư ở Việt Nam

Trên thế giới, bảo hiểm nhân thọ ra đời từ rất sớm và đã trở nên quen thuộc đối với người dân, đặc biệt là ở các nước phát triển. Tuy nhiên, ở Việt Nam loại hình bảo hiểm này ra đời khá muộn. Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ đầu tiên được triển khai ở Việt Nam vào năm 1996 bởi Tổng Công ty Bảo hiểm Việt Nam (Bảo Việt). Sau đó, Cuối năm 1999 đầu năm 2000 nền kinh tế Việt Nam khôi phục và phát triển cao, thu nhập dân cư khá hơn là nền tảng thuận lợi cho phát triển bảo hiểm nhân thọ và Bộ Tài chính đã chính thức cấp phép cho các công ty bảo hiểm nhân thọ nước ngoài vào hoạt động tại Việt Nam tạo nên thị trường bảo hiểm nhân thọ cạnh tranh cung cấp sản phẩm bảo hiểm nhân thọ đáp ứng nhu cầu trong dân cư. Bảo hiểm nhân thọ là loại hình bảo hiểm con người, thực hiện theo nguyên tắc “số đông bù số ít” và đặc điểm vừa khắc phục hậu quả rủi ro, vừa là hình thức tiết kiệm có kế hoạch. Vì vậy, bảo hiểm nhân thọ ra đời nhằm bảo đảm ổn định cuộc sống cho người dân và góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Hiện nay, ngành bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam đã và đang phát triển với tốc độ tăng trưởng cao, quy mô thị trường ngày càng mở rộng, mạng lưới hoạt động được triển khai hầu hết các tỉnh, thành trong cả nước. 17 công ty bảo hiểm nhân thọ đang hoạt động trên thị trường đem lại những tín hiệu tích cực cho sự phát triển của ngành bảo hiểm nhân thọ năm 2022. Đời sống người dân càng nâng cao thì ngành bảo hiểm nhân thọ lại càng có tiềm năng phát triển rộng mở, đi kèm với đó là sự cạnh tranh khốc liệt để khẳng định vị thế của mình. Dịch bệnh COVID-19 vừa mang lại những khó khăn, thách thức lớn cho ngành bảo hiểm trong năm 2021 nhưng đây cũng mở ra nhiều kỳ vọng cho lĩnh vực còn nhiều tiềm năng này. Thị trường bảo hiểm, đặc biệt là BHNT vẫn duy trì đà tăng trưởng tích cực trong năm 2021 và quý đầu năm 2022. Điều đó cho thấy, thị trường đã vượt qua thách thức của đại dịch Covid-19 và còn nhiều dư địa phát triển một cách ổn định, bền vững trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Theo số liệu từ Cục Quản lý Giám sát Bảo hiểm, trực thuộc Bộ Tài chính thì quy mô thị trường bảo hiểm nhân thọ đã đạt hơn 710 nghìn tỷ đồng đến hết năm 2021. Con số này tăng gần 25% so với cùng kỳ năm trước. Đến năm 2022, tình hình diễn biến dịch vẫn còn nhiều khó khăn, song dữ liệu trong báo cáo “Tổng quan thị trường bảo hiểm hai tháng đầu năm

2022” đã chỉ ra điểm tích cực. Quy mô thị trường bảo hiểm nhân thọ vẫn tiếp tục tăng 11.11% so với cùng kỳ năm ngoái 2021. Trong đó, thị phần tổng doanh thu các công ty bảo hiểm được chia lần lượt: Bảo Việt Nhân thọ: 21.4%, Manulife: 18,8%, Prudential: 14.3%, AIA: 11,8%, Dai-ichi: 11,3%, MB Ageas: 4%, Sun Life: 3,3%, 2,8% thuộc về Hanwha (2,8%), Chubb đạt 2,7%, 1.7% – Cathay, còn lại là của các doanh nghiệp khác.

Chiếm tỷ trọng lớn trong doanh thu phí BHNT, thường là sản phẩm bảo hiểm liên kết chung. Để lựa chọn sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư phù hợp cần phải phụ thuộc vào nhu cầu bảo vệ và đầu tư của mỗi người mua bảo hiểm. Người thích an toàn nên lựa chọn sản phẩm bảo hiểm liên kết chung; người thích sự mạo hiểm thì bảo hiểm liên kết đơn vị. Sau một quãng thời gian có mặt trên thị trường, bảo hiểm liên kết chung đã từng bước khẳng định được vai trò quan trọng của mình và thực sự trở thành sản phẩm chủ lực của các DNBH nhân thọ hiện nay, và cũng được đại đa số khách hàng lựa chọn, Sự ra đời của sản phẩm bảo hiểm liên kết chung là một yêu cầu phát triển tất yếu của thị trường, đồng thời cũng là hướng đi mang lại nhiều lợi ích cho các bên, cho cả thị trường bảo hiểm nhân thọ, cho thị trường chứng khoán và đặc biệt là cho nhà đầu tư.

Ở Việt Nam hiện nay, sản phẩm bảo hiểm liên kết chung đã được triển khai tại hầu hết các DNBH và có tỷ trọng doanh thu phí cao, chiếm khoảng 50 - 60% tổng doanh thu các nghiệp vụ. Trong đó, Bảo Việt, Manulife, Chubb, Dai-ichi, AIA, Hanwha và Sun Life có tỷ trọng doanh thu phí bảo hiểm liên kết chung lớn trên tổng doanh thu phí khai thác mới. Các DNBH khác cũng dần mở rộng và phát triển các sản phẩm bảo hiểm liên kết chung phù hợp hơn với đối tượng khách hàng của mình.

Bảo hiểm liên kết đơn vị có tỷ trọng doanh thu còn ở mức thấp (chưa đến 10%). Bởi đây là sản phẩm nghiêng về đầu tư nhiều hơn nên thường dành cho những người có am hiểu sâu nhất định về thị trường tài chính, chứng khoán. Các khách hàng này có khả năng tự lựa chọn cho mình những quỹ đầu tư phù hợp với nhu cầu lợi tức cao đồng thời có một phần vốn đảm bảo cho các rủi ro có thể xảy ra đối với họ. Hiện nay, Prudential Việt Nam đang là doanh nghiệp bán tốt nhất bảo hiểm liên kết đơn vị. Bên cạnh đó, AIA Việt Nam, Dai-ichi Life Việt Nam... cũng đã phát triển dòng sản phẩm này. Hy vọng trong thời gian tới, với sự phát triển mạnh của thị trường chứng khoán, các nhà đầu tư am hiểu chuyên nghiệp hơn, các DNBH có chiến lược khai thác mới sẽ giúp nâng tỷ lệ doanh thu phí của sản phẩm bảo hiểm liên kết đơn vị đơn vị so với tổng doanh thu phí bảo hiểm khai thác mới.

Theo số liệu thống kê của Cục Quản lý, giám sát bảo hiểm, trong năm 2016, nghiệp vụ chiếm tỷ trọng lớn là bảo hiểm liên kết đầu tư, với doanh thu phí khai thác mới ước đạt 7.604 tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 50%); phí bảo hiểm bình quân/một hợp đồng lớn nhất, ước đạt 12,8 triệu đồng/hợp đồng.

Đến năm 2021, sau 5 năm, tổng doanh thu phí bảo hiểm toàn thị trường ước đạt là 159.458 tỉ đồng, tăng 22% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, về cơ cấu doanh thu theo sản phẩm, sản phẩm bảo hiểm liên kết chung chiếm tỷ trọng cao nhất đạt 52,9%; sản phẩm bảo hiểm liên kết đơn vị chiếm tỷ trọng 5,3%. Về số lượng hợp đồng khai thác mới 12 tháng năm 2021 đạt 3.554.018 hợp đồng (sản phẩm chính), tăng 14,25% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó: Sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư chiếm tỷ trọng 56,67% tăng 1,95% so với cùng kỳ năm ngoái (trong đó, sản phẩm bảo hiểm liên kết chung chiếm tỷ trọng 43,3% giảm 14% so với cùng kỳ năm ngoái. Sản phẩm bảo hiểm liên kết đơn vị chiếm tỷ trọng 13,4% tăng 133% so với cùng kỳ năm trước. Tổng số lượng hợp đồng có hiệu lực cuối kỳ (sản phẩm chính) là 13.213.200 hợp đồng, tăng 13,84% so với cùng kỳ năm trước. Cơ cấu số lượng hợp đồng theo sản phẩm, sản phẩm được ưa chuộng và chiếm tỉ trọng cao nhất gồm sản phẩm bảo hiểm liên kết chung (50,9%).

Các con số này cho thấy rõ xu hướng lựa chọn bảo hiểm nhân thọ kết hợp đầu tư của người dân ngày càng tăng. Nếu như trước đây, bảo hiểm thường chỉ được nhìn nhận ở góc độ bảo hiểm và tích lũy, thì nay, bảo hiểm nhân thọ còn được coi như một kênh đầu tư được nhiều khách hàng lựa chọn. Phân khúc bảo hiểm liên kết đầu tư trong thời gian tới sẽ tiếp tục sôi động và trở thành kênh đầu tư được người dân tin tưởng lựa chọn, phù hợp với xu hướng của thị trường tài chính thế giới. Bảo hiểm liên kết đầu tư được dự báo sẽ trở thành một xu thế được ưa chuộng của người dân bởi lợi ích to lớn mà hình thức đầu tư này mang lại./.

Tài liệu tham khảo

Phương Nguyễn (2008), Bảo hiểm liên kết đầu tư: Sản phẩm mang lại khởi sắc cho thị trường bảo hiểm nhân thọ, Báo Pháp luật TP. Hồ Chí Minh;

Công ty Luật Dương Gia (2017), Khái quát về sản phẩm bảo hiểm nhân thọ liên kết đầu tư;

Thảo Hà (2016) Bảo hiểm liên kết đầu tư - Xu hướng mới trên thị trường bảo hiểm nhân thọ.

Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, Tổng quan thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2021

Kinh tế tuần hoàn – động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững tại Việt Nam

Bùi Ngọc Phương

Khoa Tài chính, Học viện Ngân hàng

Hiện nay, Việt Nam là một trong số những quốc gia dễ bị tổn thương nhất do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu. Những vấn đề này đang đe dọa tới sự phát triển bền vững của nền kinh tế Việt Nam trong tương lai. Trong tình trạng đó, mô hình kinh tế tuần hoàn đang dần được áp dụng thay cho mô hình kinh tế tuyến tính truyền thống đã không còn phù hợp. Đại hội Đảng lần thứ XIII cũng đã xác định rõ, xây dựng kinh tế tuần hoàn là một trong những định hướng phát triển đất nước quan trọng trong giai đoạn 10 năm tới để giúp Việt Nam đạt được các mục tiêu phát triển bền vững, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu trên quy mô lớn.

1. Mở đầu

Sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế thể hiện ở mọi lĩnh vực, mọi ngành nghề, tuy nhiên, thực tế cho thấy, nền kinh tế Việt Nam đang phải đối mặt với rất nhiều thách thức, đe dọa cho sự tăng trưởng bền vững của nền kinh tế, trong số đó có tình trạng cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm, suy thoái môi trường và biến đổi khí hậu. Khối lượng tài nguyên thiên nhiên đang bị sụt giảm nghiêm trọng do tình trạng khai thác quá mức trong một thời gian dài. Hơn thế nữa, tình trạng ô nhiễm môi trường tại Việt Nam cũng đáng báo động. Theo thông tin từ Hiệp hội Nhựa Việt Nam (2022), Việt Nam hiện đang đứng thứ 4 trong số 20 quốc gia có tỷ lệ phát sinh lượng chất thải nhựa cao nhất thế giới. Bên cạnh đó, lượng rác thải nhựa ra biển của Việt Nam rơi vào khoảng 0,28-0,73 triệu tấn, chiếm khoảng 6% lượng thải ra biển toàn thế giới hàng năm. Tình trạng ô nhiễm nguồn nước có thể khiến Việt Nam chịu tổn thất tới 3.5% GDP vào năm 2035 theo ước tính của Ngân hàng Thế giới. Trong khi đó, ô nhiễm không khí, theo tính toán, có thể gây thiệt hại khoảng 5-7% GDP hàng năm. Theo đánh giá của cơ quan Phát triển Pháp (AFD), Việt Nam là một trong những nước dễ bị tổn thương nhất bởi biến đổi khí hậu. Dự báo, biến đổi khí hậu và thiên tai có thể khiến Việt Nam chịu thiệt hại kinh tế hơn tới 11% GDP từ 2030. Thực chất, những vấn đề trên là kết quả của mô hình kinh tế truyền thống (mô hình kinh tế tuyến tính) đã tồn tại trong một thời gian dài, trong đó, tài nguyên thiên nhiên bắt đầu được khai thác, đưa vào hệ thống kinh tế, sản xuất, phân phối, tiêu dùng, sau đó lại bị thải ra (Phạm Tuyên, 2021). Tuy nhiên, để hướng tới một nền kinh tế phát triển bền vững, đồng thời đảm bảo thực hiện theo các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã tham gia ký kết, mô hình này đã không còn phù hợp. Bài toán để giải quyết

tình trạng này chính là việc đẩy nhanh mô hình kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam.

2. Tổng quan về mô hình kinh tế tuần hoàn

Hiện nay, một định nghĩa về kinh tế tuần hoàn được nhiều quốc gia và các tổ chức quốc tế sử dụng trên diện rộng xuất phát từ Tổ chức thúc đẩy phát triển kinh tế toàn cầu Ellen MacArthur Foundation (2013), theo đó, kinh tế tuần hoàn được hiểu là một hệ thống có tính khôi phục – tái tạo thông các kế hoạch và thiết kế chủ động, trong đó việc sản xuất được chuyển sang sử dụng năng lượng tái tạo, không còn sử dụng các hóa chất độc hại làm mất đi khả năng tái sử dụng, thay vì vậy, thông các thiết kế ưu việt vật liệu, sản phẩm, hệ thống và mô hình kinh doanh, sản phẩm tạo ra có thể quay trở lại sinh quyền và kéo dài vòng đời của mình.

Tổ chức OECD chỉ ra những đặc điểm then chốt của một nền kinh tế tuần hoàn như sau: tăng cường tái sản xuất và sửa chữa sản phẩm, tăng cường tái chế nguyên vật liệu, tăng tuổi thọ của sản phẩm qua thiết kế, tăng năng suất nguyên vật liệu, cải thiện tính hữu dụng của tài sản và thay đổi hành vi của người tiêu dùng, nhờ đó sẽ làm giảm nhu cầu đối với các hàng hóa mới, giảm việc sử dụng vật liệu nguyên chất, thay thế nguyên liệu thô thứ cấp trong sản xuất, mở rộng lĩnh vực thứ cấp, sản phẩm lâu bền hơn và có thể sửa chữa được cũng như mở rộng nền kinh tế dịch vụ và chia sẻ (McCarthy và các cộng sự, 2018)

Quỹ Ellen Macarthur (2015) đã chỉ ra ba nguyên tắc chính của một nền kinh tế tuần hoàn, bao gồm “bảo tồn và tăng cường nguồn lực tự nhiên bằng cách kiểm soát các nguồn dự trữ hữu hạn và cân đối các dòng tài nguyên có thể tái tạo, tối ưu hóa sản lượng tài nguyên bằng các việc tái sử dụng các sản phẩm, các yếu tố cấu thành và nguyên vật liệu ở mức cao nhất trong cả chu trình kỹ thuật và sinh

học, tăng cường hiệu quả của các thiết kế loại trừ tác động tiêu cực từ phía bên ngoài. Từ đó, phương án giải quyết được áp dụng gồm 6 hoạt động chính: Tái sinh; Sẻ chia; Tối ưu hóa; Lặp lại; Áo hóa, và Trao đổi. Như vậy, quá trình vận hành của kinh tế tuần hoàn sẽ không có chất thải ra môi trường, nhờ vậy có thể đảm bảo mối quan hệ hòa hợp giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường.

3. Phát triển kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam hiện nay

Thực chất, mô hình kinh tế tuần hoàn này đã manh nha ở Việt Nam từ khá lâu. Chẳng hạn, từ những năm 1970-1980, ngành nông nghiệp Việt Nam đã có những sáng kiến sản xuất gần với mô hình kinh tế tuần hoàn như sự xuất hiện của mô hình “Vườn-Ao-Chuồng” hay mô hình “Vườn-Rừng-Ao-Chuồng”. Đây là những mô hình kết hợp giữa trồng trọt – chăn nuôi, thu hồi và xử lý chất thải của vật nuôi bằng hầm Biogas, vừa bảo vệ môi trường, vừa tiết kiệm chi phí do có thể thay thế chất đốt hoặc chạy máy phát điện. Trong khi đó, ngành công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp hay các làng nghề truyền thống ở Việt Nam đã sử dụng phế liệu, phụ phẩm từ sản xuất công nghiệp như tái chế sắt thép, tái chế giấy...

Nhiều doanh nghiệp đã nhận thức được tiềm năng sinh lời từ mô hình kinh tế tuần hoàn, vì vậy, họ đã áp dụng mô hình này từ khá sớm. Các doanh nghiệp đã đầu tư công nghệ, cải tiến và tăng cường hiệu quả các công đoạn sản xuất, nhờ vậy tiết kiệm tài nguyên, năng lượng, xử lý và thu hồi chất thải, tăng tiềm năng kinh tế mà không xả thải ra môi trường.

Thực tế cho thấy, Chính phủ Việt Nam đã sớm nhận thức được tầm quan trọng của kinh tế tuần hoàn đối với sự phát triển bền vững của đất nước. Điều này thể hiện qua rất nhiều văn bản pháp lý và các quyết định của Chính phủ liên quan đến việc bảo vệ môi trường trong những năm qua, có thể kể đến như Kế hoạch hành động quốc gia thực hiện Chiến lược phát triển bền vững giai đoạn 2011-2015, Nghị quyết số 24-NQ/TW, ngày 03-6-2013 của Ban Chấp hành Trung ương về chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường; Quyết định số 2612/QĐ-TTg ngày 30-12-2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược sử dụng công nghệ sạch giai đoạn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030... Một số văn bản pháp luật có liên quan chặt chẽ đến kinh tế tuần hoàn đã được ban hành như Luật khoáng sản, Luật tài nguyên nước, Luật đất đai, Luật Hóa chất... Gần đây nhất, Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII năm 2021 đã xác định xây dựng kinh tế tuần hoàn là một trong những định hướng quan trọng của tiến trình phát triển đất nước giai đoạn 2021-2030. Văn kiện

Đại hội XIII của Đảng đã cụ thể hóa lộ trình, cơ chế, chính sách, pháp luật để vận hành mô hình kinh tế tuần hoàn phù hợp với tình hình hiện tại của Việt Nam.

3.1. Lợi ích của kinh tế tuần hoàn đối với sự phát triển bền vững của Việt Nam

Thứ nhất, mô hình kinh tế tuần hoàn là một giải pháp phù hợp ứng phó với tình trạng cạn kiệt nguồn tài nguyên và suy thoái môi trường. Kinh tế tuần hoàn hướng tới việc tối ưu hóa khả năng sử dụng hữu ích của nguồn tài nguyên bằng cách tăng cường luân chuyển các sản phẩm, thành phần, nguyên vật liệu được sử dụng trong cả chu kỳ kỹ thuật và sinh học thông qua các hoạt động tái chế, sửa chữa, tái sử dụng. Nhờ vậy, nguồn tài nguyên bị khai thác mới sẽ được giảm thiểu, cũng như không còn chất thải được tạo ra, giúp ứng phó với tình trạng cạn kiệt nguồn tài nguyên và ô nhiễm môi trường. Đây là mục tiêu chính trong kế hoạch của các quốc gia nhằm giảm phát thải các bon, gây hiệu ứng nhà kính và làm biến đổi khí hậu toàn cầu.

Thứ hai, kinh tế tuần hoàn giúp kinh tế Việt Nam phát triển bền vững, tạo công ăn việc làm và mở ra các tiềm năng tăng trưởng mới với giá trị cao. Để tiết kiệm nguồn tài nguyên, thông qua thiết kế và sản xuất ưu việt, sản phẩm và dịch vụ sẽ được gia tăng chức năng sử dụng và có tuổi thọ lâu hơn, nhờ vậy, các doanh nghiệp sẽ giảm được chi phí sản xuất. Đồng thời, việc nghiên cứu, xử lý, thu hồi và tận dụng tối đa nguồn phế phẩm, phụ phẩm, chất thải trong sản xuất có thể mở ra các mảng kinh doanh mới, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp, đồng thời giải quyết bài toán chất thải chưa qua xử lý sẽ làm ô nhiễm môi trường.

Thứ ba, việc chuyển đổi từ mô hình kinh tế tuyến tính sang mô hình kinh tế tuần hoàn là phù hợp với định hướng phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam, đồng thời đảm bảo thực hiện các cam kết quốc tế của Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế thế giới. Với tình hình hiện tại, Việt Nam đang nằm trong số những nước được đánh giá là có sức chống chịu kém trước ảnh hưởng của biến đổi khí hậu. Kinh tế tuần hoàn sẽ giúp Việt Nam cắt giảm được các chi phí liên quan đến các thiệt hại do ô nhiễm môi trường gây ra, tập trung vào các nguồn lực khác để đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế.

3.2. Thách thức đối với việc chuyển đổi sang mô hình kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam

Việt Nam vẫn là một đất nước có nền kinh tế đang phát triển, do đó, việc chuyển đổi mô hình kinh tế tuyến tính truyền thống sang mô hình kinh tế tuần hoàn gặp không ít khó khăn, thách thức, có thể kể đến một số rào cản chính như sau:

Thứ nhất, nguồn lực để thực hiện chuyển đổi sang phát triển kinh tế tuần hoàn còn thiếu. Trước

hết, về nguồn lực tài chính. Kinh tế tuần hoàn là một mô hình khép kín khi chất thải của chu kỳ này được là đầu vào của chu kỳ mới. Tuy nhiên, việc thu hồi giá trị từ chất thải vẫn đang là một rào cản đối với Việt Nam do việc đầu tư công nghệ, máy móc hiện đại sẽ tốn nhiều chi phí. Điều này khiến các doanh nghiệp cân nhắc kỹ trước khi đầu tư vì có thể sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận trong một khoảng thời gian nhất định, đồng thời làm giảm sức cạnh tranh.

Thứ hai, nhận thức của đa số người dân và doanh nghiệp về kinh tế tuần hoàn và tầm quan trọng của mô hình này vẫn chưa đầy đủ. Chẳng hạn, đối với người dân Việt Nam, việc phân loại rác tại nguồn vẫn chưa được thực hiện đúng quy trình, trong khi lượng rác thải tại Việt Nam ngày càng tăng, điều này làm tăng chi phí và áp lực đối với việc ứng dụng mô hình kinh tế tuần hoàn. Hơn thế nữa, người dân đã quen với sự tiện lợi của các sản phẩm có giá thành rẻ nhưng có tác hại với môi trường như túi nilon, sản phẩm nhựa dùng một lần.

Thứ ba, khung chính sách và các điều kiện pháp lý hỗ trợ cho sự phát triển của kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam còn gặp nhiều hạn chế và bất cập. Việt Nam còn thiếu các chính sách thúc đẩy kinh tế tuần hoàn phát triển, như quy định trách nhiệm cụ thể của nhà sản xuất, phân phối trong việc thu hồi, phân loại, tái chế các sản phẩm đã qua sử dụng, quy định về chi trả chi phí xử lý các sản phẩm loại thải dựa trên số lượng tiêu thụ trên thị trường, quy định về một bộ tiêu chuẩn chung trong lĩnh vực kinh tế tuần hoàn nhằm phát triển các mô hình kinh tế tuần hoàn và chuyển đổi sang mô hình kinh tế tuần hoàn...

4. Giải pháp thúc đẩy kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam

Theo Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, xây dựng kinh tế tuần hoàn được xác định là một trong những định hướng quan trọng, phát triển đất nước giai đoạn 2021-2030. Để đạt được mục tiêu “xây dựng nền kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, thân thiện với môi trường”, Việt Nam sẽ cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp như sau:

Một là, hoàn thiện khung pháp lý thúc đẩy mô hình kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam. Nhà nước cần xây dựng cơ chế khuyến khích thực hiện kinh tế tuần hoàn bên cạnh việc quy định cụ thể trách nhiệm của từng chủ thể trong nền kinh tế, từ cơ quan trung ương đến địa phương, người dân, nhà sản xuất, nhà phân phối, đặc biệt là trách nhiệm trong việc thu hồi, tái chế, chi trả các chi phí xử lý các sản phẩm thải bỏ. Ban hành các tiêu chuẩn đo lường kinh tế tuần hoàn phù hợp với xu thế và tiêu chuẩn của khu vực và thế giới.

Hai là, cần xây dựng lộ trình chuyển đổi sang kinh tế tuần hoàn phù hợp với điều kiện của đất

nước. Việc xây dựng cần xuất phát từ vi mô đến vĩ mô, với Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, doanh nghiệp và người dân giữ vai trò trung tâm trong phát triển kinh tế tuần hoàn. Xây dựng các mô hình kinh tế tuần hoàn có chiều sâu, gắn phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường, sử dụng hiệu quả các nguồn lực đầu vào, thay thế các nguyên vật liệu có hại với môi trường, các sản phẩm sử dụng một lần bằng các nguồn nguyên vật liệu thân thiện với môi trường và tăng tuổi thọ của sản phẩm.

Ba là, các doanh nghiệp với vai trò trung tâm trong lộ trình chuyển đổi kinh tế tuần hoàn cần ưu tiên nguồn lực tài chính để thay thế phương thức sản xuất truyền thống sang các mô hình kinh tế tuần hoàn. Các doanh nghiệp cần xác định rõ lợi ích dài hạn thay vì tập trung vào các mục tiêu ngắn hạn, nghiên cứu, đầu tư công nghệ, máy móc tiên tiến, khai thác tối đa giá trị sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh và mang lại tiềm năng tăng trưởng cao hơn.

Bốn là, cần nâng cao nhận thức của người dân, doanh nghiệp về kinh tế tuần hoàn để có thể thay đổi thói quen tiêu dùng, sản xuất. Người dân cần được khuyến khích chuyển hướng sử dụng các sản phẩm có thể tái chế, tái sử dụng, hạn chế sử dụng túi nilon và các sản phẩm nhựa dùng một lần, cần nâng cao ý thức phân loại rác tại nguồn, tạo thuận lợi cho việc tái chế và tái sản xuất... Đồng thời, đưa vào chương trình giáo dục đào tạo trong các trường học những kiến thức về kinh tế tuần hoàn, một mặt cung cấp những kiến thức cơ bản về kinh tế tuần hoàn cho học sinh, sinh viên, mặt khác góp phần đào tạo nguồn nhân lực đủ khả năng vận hành mô hình kinh tế tuần hoàn trong tương lai cho đất nước./.

Tài liệu tham khảo

EMF (2013), *Towards The Circular Economy*, Vol.1, (Ellen MacArthur Foundation), Cowes, Isle of Wight

European Environment Agency (2016). *Circular Economy in Europe - Developing the knowledge base*. EEA Report No. 2/2016.

McCarthy, A., R. Dellink và R. Bibas (2018), “The Macroeconomics of the Circular Economy Transition: A Critical Review of Modelling Approaches”, OECD Environment Working Papers, No. 130, OECD Publishing, Paris. Truy cập tại: <http://dx.doi.org/10.1787/af983f9a-en>.

Nguyễn Khang (2021), Việt Nam - Quốc gia dễ bị tổn thương nhất do biến đổi khí hậu. <https://kinhtedothi.vn/viet-nam-quoc-gia-de-bi-ton-thuong-nhat-do-bien-doi-khi-hau.html>

Phạm Tuyên (2021), Mô hình kinh tế tuần hoàn với phát triển nền kinh tế xanh ở Việt Nam. Tạp chí Lý luận chính trị.

Phát triển kinh tế trang trại trên địa bàn huyện Hà Hòa, tỉnh Phú Thọ

Cù Phúc Thành
Bế Hùng Trường

Trường Đại học Kinh tế & QTKD Thái Nguyên

Nghiên cứu này điều tra các trang trại của huyện Hà Hòa trong giai đoạn 2019-2021, kết quả cho thấy số lượng trang trại của huyện tăng mạnh; giải quyết việc làm cho nhiều lao động; giá trị sản xuất và giá trị hàng hóa bán ra, thu nhập và hiệu quả kinh tế của các trang trại rất khả quan. Tuy nhiên, kinh tế trang trại của huyện Hà Hòa còn thiếu quy hoạch; thiếu cơ sở hạ tầng; còn tồn tại nhiều vấn đề môi trường và xã hội; chủ trang trại và lao động trang trại phần lớn chưa qua đào tạo; việc cấp chứng nhận quyền sử dụng đất lâu dài còn chậm chạp; hầu hết các trang trại đều thiếu vốn. Nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy kinh tế trang trại huyện Hà Hòa phát triển mạnh mẽ hơn trong thời gian tới.

1. Đặt vấn đề

Hà Hòa là một huyện miền núi của tỉnh Phú Thọ, có diện tích tự nhiên là 34.147,2 ha và dân số 109.400 người. Với lợi thế nhiều đất đồi rừng, nhiều diện tích mặt nước tự nhiên, nhiều vùng đất cần cỗi đối với trồng trọt nhưng lại có thể phát triển chăn nuôi rất tốt, Hà Hòa có nhiều tiềm năng phát triển kinh tế trang trại. Tới nay trên địa bàn huyện đã xuất hiện nhiều trang trại với kết quả sản xuất kinh doanh khả quan. Tuy nhiên, phần lớn các trang trại vẫn chưa áp dụng các tiến bộ khoa học, công nghệ mới vào sản xuất, thiếu vốn, khó tiêu thụ sản phẩm. Công tác đầu tư kết cấu hạ tầng trang trại còn hạn chế. Nghiên cứu này tìm hiểu thực trạng kinh tế trang trại của huyện Hà Hòa và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy kinh tế trang trại phát triển mạnh hơn.

2. Phương pháp nghiên cứu

Số liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo chính thức về kinh tế trang trại huyện Hà Hòa, tỉnh Phú Thọ trong giai đoạn 2019-2021 của các cơ quan chức năng nhà nước. Số liệu sơ cấp được thu thập bằng điều tra phỏng vấn các chủ trang trại trên địa bàn huyện Hà Hòa. Về phân tích và xử lý số liệu, đề tài sử dụng phương pháp thống kê mô tả và phương pháp chuyên gia.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tình hình số lượng trang trại

Bảng 1 trình bày tình hình số lượng và loại hình trang trại theo tiêu chí Thông tư số 02/2020/TT-BNNPTNT trong giai đoạn 2019-2021.

Bảng 1: Số trang trại huyện Hà Hòa giai đoạn 2019-2021

Loại hình trang trại	2019		2020		2021		Tăng bình quân mỗi năm (%)
	Số lượng (T)	Cơ cấu (%)	Số lượng (T)	Cơ cấu (%)	Số lượng (T)	Cơ cấu (%)	
Tổng số	91	100	116	100,0	131	100,0	20,0
Trồng trọt	8	8,8	8	6,9	9	6,9	6,1
Chăn nuôi	52	57,1	73	62,9	81	61,8	24,8
Thủy sản	9	9,9	9	7,8	13	9,9	20,2
Lâm nghiệp	8	8,8	11	9,5	11	8,4	17,3
Tổng hợp	14	15,4	15	12,9	17	13,0	10,2

Nguồn: Chi cục Thống kê huyện Hà Hòa

Thời kỳ 2019-2021 số lượng trang trại trên địa bàn huyện Hà Hòa tăng khá nhanh. Năm 2021 tăng 40 trang trại so với năm 2019. Trang trại chăn nuôi và trang trại thủy sản tăng rất mạnh trong giai đoạn 2019-2021; trang trại lâm nghiệp và trang trại tổng hợp cũng tăng khá mạnh, trang trại trồng trọt không tăng nhiều.

3.2. Tình hình các nguồn lực trang trại

a) Tình hình đất đai

Tổng diện tích đất trang trại năm 2021 là 974,9 ha, tăng 7,81% so với năm 2019. Năm 2021 đất trồng cây hàng năm của các trang trại là 79,1 ha, chiếm 8,1%; đất trồng cây lâu năm là 64,4 ha, chiếm 6,6%; đất lâm nghiệp là 726,1 ha, chiếm 74,5%; đất chăn nuôi là 19,2 ha, chiếm 2%; đất nuôi trồng thủy sản là 86,14 ha, chiếm 8,8%. Các trang trại lâm nghiệp có 470,44 ha, chiếm 48,3% đất trang trại; các trang trại tổng hợp có 215,36 ha, chiếm 22,1% đất trang trại; các trang trại trồng trọt có 182,8 ha, chiếm 18,8% đất trang trại; các trang trại chăn nuôi có 86,74 ha, chiếm 8,9% diện tích đất trang trại; các trang trại thủy sản có 19,56 ha, chiếm 2% diện tích đất trang trại.

b) Tình hình lao động

Tổng số lao động năm 2021 là 1.268 người, trong đó lao động thường xuyên là 580 người, chiếm 45,7% tổng lao động trang trại; lao động thuê ngoài theo thời vụ là 688 người, chiếm 54,3% tổng lao

động trang trại. Trang trại trồng trọt sử dụng nhiều lao động nhất, bình quân 15,4 người/trang trại; trang trại thủy sản 11,26 người/trang trại; trang trại chăn nuôi 4,62 người/trang; trang trại tổng hợp 4,51 người/trang trại; trang trại lâm nghiệp 4,47 người/trang trại.

c) Tình hình vốn

Tổng vốn trang trại năm 2021 của huyện là 88.030 triệu đồng, tăng 26.316 triệu đồng so với năm 2019, trong giai đoạn 2019-2021 bình quân mỗi năm tăng 19,4%. Xét về cơ cấu vốn theo loại hình trang trại, năm 2021 vốn chủ yếu tập trung vào các trang trại chăn nuôi, chiếm 55,5% tổng vốn trang trại; tiếp theo là các trang trại thủy sản, chiếm 23,7%; các trang trại tổng hợp, trồng trọt, lâm nghiệp lần lượt chiếm 11%; 5,3% và 4,5% tổng vốn trang trại.

3.3. Kết quả sản xuất kinh doanh của các trang trại

a) Tình hình giá trị sản xuất

Tính chung, tổng GTSX trang trại huyện Hạ Hòa năm 2021 đạt 246.863 triệu đồng, tăng 88.068 triệu đồng so với năm 2019, bình quân mỗi năm tăng 24,68%. Các trang trại chăn nuôi tạo ra GTSX lớn nhất, chiếm 45,9% GTSX trang trại; các trang trại thủy sản tạo ra 34,6%; các trang trại lâm nghiệp, tổng hợp, trồng trọt lần lượt tạo ra 11,1%, 5,8% và 2,7%.

b) Tình hình giá trị hàng hóa bán ra và tỷ suất hàng hóa bán ra

Bảng 2 trình bày giá trị hàng hóa bán ra (GTHHBR) và tỉ suất hàng hóa (TSHH) của các trang trại huyện Hạ Hòa trong giai đoạn 2019-2021. Tính chung, năm 2021 giá trị hàng hóa bán ra của các trang trại huyện Hạ Hòa đạt 239.655 triệu đồng, tăng 85.022 triệu đồng so với năm 2019, bình quân mỗi năm tăng 24,49%.

Bảng 2: GTHHBR của các trang trại huyện Hạ Hòa, 2019-2021

Loại hình trang trại	2019 (triệu đồng)	2020 (triệu đồng)	2021 (triệu đồng)	Chênh lệch 2021-2019 (triệu đồng)	Tăng bình quân mỗi năm (%)	TSHH bình quân hàng năm (%)
Tổng cộng	154.632	189.590	239.655	85.022	24,49	96,90
Trồng trọt	4.991	5.208	6.223	1.232	11,67	94,19
Chăn nuôi	87.100	94.046	111.987	24.887	13,39	98,23
Thủy sản	28.290	53.028	81.234	52.945	69,46	94,71
Lâm nghiệp	24.220	25.908	26.716	2.496	5,03	98,55
Tổng hợp	10.032	11.400	13.494	3.462	15,98	94,22

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra

Về TSHH, TSHH của tất cả các loại hình trang trại đều không chênh lệch nhiều qua các năm nên trong Bảng 5 tỷ suất này được tính theo mức bình quân của cả 3 năm từ 2019-2021. Theo đó, TSHH bán ra tính chung cho tất cả các loại hình trang trại là 96,9%. Như vậy, khả năng sản xuất hàng hóa của các trang trại huyện Hạ Hòa là rất cao.

c) Tình hình thu nhập của các trang trại

Tổng thu nhập trang trại năm 2021 đạt 94.719 triệu đồng, tăng 42.725 triệu đồng so với năm 2019. Năm 2021 thu nhập của: các trang trại chăn nuôi đạt 29.565 triệu đồng; các trang trại thủy sản đạt 28.210 triệu đồng; các trang trại lâm nghiệp đạt thu nhập 25.443 triệu đồng; các trang trại tổng hợp đạt 8.279 triệu đồng; các trang trại trồng trọt đạt 3.222 triệu đồng.

d) Hiệu quả sản xuất kinh doanh của các trang trại huyện Hạ Hòa

Năm 2021 hiệu quả sản xuất kinh doanh của các trang trại huyện Hạ Hòa như sau: mỗi ha đất trang trại đem lại 253,2 triệu đồng GTSX; mỗi đồng vốn đem lại 2,8 đồng GTSX; mỗi lao động trang trại tạo ra 425,6 triệu đồng GTSX; mỗi ha đất trang trại đem lại thu nhập 97,2 triệu đồng; mỗi đồng vốn trang trại đem lại 1,08 đồng thu nhập; mỗi lao động trang trại tạo ra 163,3 triệu đồng thu nhập. Như vậy, hiệu quả sản xuất kinh doanh của các trang trại cao hơn nhiều so với các nông hộ nhỏ lẻ.

e) Tình hình liên kết sản xuất, thị trường tiêu thụ, các khó khăn của các trang trại

Nhìn chung các trang trại huyện Hạ Hòa chưa có nhiều liên kết trong sản xuất. Các trang trại cũng không có sự liên kết với các doanh nghiệp. Đối tượng tiêu thụ hàng hóa chủ yếu của các trang trại là tư thương, chiếm tới 83,64 % giá trị sản phẩm bán ra của trang trại. Về khó khăn, có 39,47% số trang trại thiếu đất sản xuất; 94,18% số trang trại thiếu vốn; 57,97% số trang trại thiếu giống; 23,86% số trang trại thiếu lao động; 58,06% số trang trại thiếu kiến thức khoa học kỹ thuật; 80,02% số trang trại thiếu thông tin thị trường; 60,95% số trang trại gặp khó khăn trong tiêu thụ sản phẩm; 19,92% số trang trại gặp khó khăn về điện và giao thông.

f) Đánh giá chung về phát triển kinh tế trang trại huyện Hạ hòa

Về thành tựu, số trang trại huyện Hạ Hòa tăng rất mạnh, loại hình trang trại cũng đầy đủ và có cơ cấu cân đối. Kinh tế trang trại đã tạo ra một số lượng công ăn việc làm đáng kể cho người dân địa phương. Các trang trại đã tham gia sản xuất một khối lượng sản phẩm và hàng hóa lớn cho nông nghiệp. Hiệu quả kinh tế của các trang trại rất cao.

Về hạn chế, các trang trại được hình thành tự phát theo phong trào chứ chưa có định hướng chung, quy hoạch. Phần lớn chủ trang trại chưa qua đào tạo, trình độ tay nghề của lao động thường xuyên còn chưa cao. Các trang trại còn yếu kém trong tổ chức quản lý sản xuất, tiêu thụ sản phẩm, chưa am hiểu thị trường, đầu tư kiến thiết xây dựng thiếu bài bản, trình độ tham canh chưa cao. Đất đai của trang trại chủ yếu vẫn ở quy mô nhỏ, phần lớn

các trang trại chưa được cấp chứng nhận quyền sử dụng đất lâu dài. Các trang trại rất thiếu vốn trong khi chính sách hỗ trợ vốn, hỗ trợ tín dụng của nhà nước còn hết sức hạn chế.

Nguyên nhân của các hạn chế là: Chính quyền cấp huyện chưa có định hướng và quy hoạch phát triển kinh tế trang trại, thiếu chính sách mang tính chất đột phá cho phát triển trang trại; trình độ quản lý của chủ trang trại chưa đáp ứng được nhu cầu sản xuất hàng hóa lớn; tay nghề của lao động trang trại còn yếu kém; chưa có nhiều liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm; thiếu thông tin thị trường.

3.4. Một số giải pháp phát triển kinh tế trang trại huyện Hạ Hòa, tỉnh Phú Thọ

Về quy hoạch, huyện Hạ Hòa quy hoạch phát triển các cụm trang trại tạo ra các vùng sản xuất hàng hóa tập trung. Về đào tạo nghề, huyện Hạ Hòa cần thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng về quản lý, quy trình và cách thức làm giàu từ kinh tế trang trại. Về chính sách đất đai, cần tạo điều kiện thuận lợi cho việc thuê đất, cấp quyền sử dụng đất cho các dự án chế biến, dịch vụ và mở rộng diện tích cho các trang trại. Về hỗ trợ vốn đầu tư và tín dụng, Chính quyền địa phương cần có giải pháp cùng với các tổ chức tín dụng tạo điều kiện thuận lợi cho vay vốn ưu đãi, vay vốn trung và dài hạn đối với phát triển kinh tế trang trại, cần xây dựng quỹ hỗ trợ phát triển kinh tế trang trại. Về đầu tư cơ sở hạ tầng, huyện Hạ Hòa cần xây dựng và nâng cấp mạng lưới giao thông, đặc biệt là đường liên xã liên thôn. Xây dựng cơ sở hạ tầng điện, thủy lợi, thông tin liên lạc ở các vùng quy hoạch kinh tế trang trại, chế biến sản phẩm nông nghiệp để khuyến khích các hộ gia đình, các cá nhân phát triển trang trại, đẩy mạnh phát triển hệ thống chợ ở địa phương. Cần áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ sản xuất hiện đại vào sản xuất trang trại. Cần phát triển sản xuất trang trại theo chuỗi giá trị gắn với thị trường tiêu thụ sản phẩm; đẩy mạnh phát triển các hình thức liên kết trong các trang trại theo chuỗi giá trị gắn với thị trường.

4. Kết luận

Kinh tế trang trại trên địa bàn huyện hạ Hòa, tỉnh Phú Thọ trong những năm gần đây đã và đang có những bước phát triển mạnh đem lại những lợi ích thiết thực cho các hộ sản xuất nói riêng cũng như kinh tế nông nghiệp huyện nhà. Thực trạng kinh tế trang trại huyện Hạ Hòa cho thấy, sự phát triển trên chưa tương xứng với tiềm năng lợi thế của địa phương, quy mô còn nhỏ, manh mún, đầu tư chưa đồng bộ, giá trị thu nhập đạt thấp và thực trạng vẫn còn nhiều vướng mắc trong cơ chế, chưa phát huy

hết được tiềm năng, thế mạnh của huyện. Để thúc đẩy phát triển kinh tế trang trại của huyện Hạ Hòa, cần có các giải pháp tích cực về nhiều mặt khác nhau như: quy hoạch phát triển trang trại; đào tạo nghề cho chủ trang trại và lao động trang trại; có chính sách đất đai phù hợp; có chính sách hỗ trợ vốn đầu tư và tín dụng tích cực; có sự đầu tư cơ sở hạ tầng cho kinh tế trang trại; tích cực thúc đẩy các mối liên kết trong sản xuất kinh doanh gắn với thị trường; tổ chức thực hiện tốt công tác thông tin thị trường, xúc tiến thương mại, dự báo thị trường, mở rộng và phát triển hệ thống tiêu thụ sản phẩm; tăng cường vai trò quản lý nhà nước đối với trang trại./.

Tài liệu tham khảo

Bộ Nông nghiệp và PTNT, 2020. Thông tư số 02/2020/TT-BNNPTNT ngày 28/02/2020 của Bộ Nông nghiệp & PTNT quy định tiêu chí kinh tế trang trại.

Huy Công, 2021. Vì sự phát triển bền vững của kinh tế trang trại. Báo Phú Thọ, số ra ngày 29/11/2021.

Nguyễn Đức Thịnh (2000), Kinh tế trang trại các tỉnh Trung du, miền núi phía Bắc, NXB Khoa học xã hội.

Nguyễn Thị Lai, Bùi Minh Vũ (2005). Trang trại và những đặc trưng của nó. Viện Khoa học lâm nghiệp Việt Nam.

Trần Tác (2000). Một số giải pháp nhằm tiếp tục đẩy mạnh phát triển kinh tế trang trại ở Việt Nam. Trường Đại học Kinh tế TP Hồ Chí Minh.

Một số giải pháp nâng cao động lực làm việc của đội ngũ công chức hành chính trên địa bàn thành phố Hà Nội

Nguyễn Thị Thanh Loan

Phòng Nội vụ, Huyện Quốc Oai, Thành phố Hà Nội

Khu vực hành chính công hoạt động bằng ngân sách nhà nước có sự ràng buộc chặt chẽ về thứ bậc, quyền hạn nhưng cũng là nơi dễ nảy sinh những trì trệ, quan liêu, tâm lý ỷ lại từ các cán bộ công chức. Vì vậy, người quản lý cần phải có những giải pháp để thúc đẩy động lực làm việc của đội ngũ công chức hành chính. Các giải pháp được đề cập trong nghiên cứu này gồm có: chính sách tiền lương; cơ hội thăng tiến và phát triển; đặc điểm công việc; động lực phục vụ công cộng. Đây là những giải pháp cơ bản để người quản lý có thể áp dụng nhằm nâng cao động lực làm việc của đội ngũ công chức hành chính trên địa bàn thành phố Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Trong khu vực hành chính công, công việc của công chức mang lại lợi ích cho cộng đồng, cho xã hội. Bởi vậy, sự nhiệt huyết, tinh thần trách nhiệm với cộng đồng, xã hội của mỗi công chức sẽ là yếu tố để thúc đẩy động lực làm việc của họ từ đó ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ cộng đồng. Do vậy, nghiên cứu giải pháp nâng cao động lực làm việc của đội ngũ công chức hành chính trên địa bàn thành phố Hà Nội sẽ góp phần nâng cao chất lượng công việc của đội ngũ công chức, hiệu quả hoạt động của khu vực công trên địa bàn thành phố Hà Nội.

2. Tổng quan về đội ngũ công chức hành chính nhà nước trên địa bàn thành phố Hà Nội

2.1. Quy mô đội ngũ công chức

Theo báo cáo số 1713/UBND-NC của UBND Thành phố Hà Nội gửi Bộ Nội vụ, tại thời điểm ngày 29/02/2020 thành phố Hà Nội có 7.635 công chức, chưa sử dụng 407 biên chế; trong đó số biên chế công chức được HĐND thành phố Hà Nội phê duyệt và UBND thành phố giao năm 2015 là 9.408 biên chế công chức, năm 2017 là 9.116 và năm 2020 là 8.042 biên chế công chức. Như vậy, số lượng biên chế công chức của thành phố Hà Nội giảm trong giai đoạn 2015-2020.

Đến ngày 31/12/2020, tổng số công chức hiện có trên địa bàn thành phố Hà Nội là 8.071 người, trong đó nữ là 3.294 người chiếm tỷ lệ 40,81% trong tổng số công chức; nam là 4.777 người chiếm 59,19% trong tổng số công chức. Xét theo khối thì khối quận huyện có tỷ lệ công chức là nam cao tới 60,21%.

2.2. Chất lượng đội ngũ công chức

Theo số liệu của UBND thành phố Hà Nội, năm

2020, tỷ lệ công chức thành phố Hà Nội có trình độ chuyên môn từ đại học trở lên chiếm 95,11% trong tổng số công chức của Thành phố. Tỷ lệ công chức có trình độ chuyên môn dưới trình độ đại học chỉ chiếm 4,89%, là những người làm ở các ngạch nhân viên, phục vụ; tỷ lệ công chức có trình độ sau đại học là 30,54% trong tổng số cán bộ công chức của thành phố Hà Nội. Khối Sở, ngành, tỷ lệ công chức có trình độ chuyên môn từ đại học trở lên chiếm 97,23% (trong đó, công chức có trình độ chuyên môn sau đại học là 36,91%). Công chức thuộc khối Quận, huyện có trình độ chuyên môn từ đại học trở lên chiếm 94,53% (trong đó, công chức có trình độ chuyên môn sau đại học là 26,63%).

2.3. Cơ cấu đội ngũ công chức

- Độ tuổi: Tỷ lệ công chức trong độ tuổi từ 31-50 lớn chiếm 75,64%, công chức dưới 30 tuổi và trên 51 tuổi chỉ chiếm 24,36%. Điều này cho thấy cơ cấu tuổi của đội ngũ công chức thành phố Hà Nội còn chưa đảm bảo tính kế cận độ tuổi.

- Ngạch công chức: Tỷ lệ công chức ngạch chuyên viên và tương đương chiếm tỷ lệ cao nhất với 79,89%; ngạch chuyên viên chính và tương đương chiếm tỷ lệ 9,87%; ngạch chuyên viên cao cấp và tương đương chiếm tỷ lệ 0,38%.

3. Một số giải pháp nhằm nâng cao động lực làm việc của đội ngũ công chức hành chính trên địa bàn thành phố Hà Nội

3.1. Thực hiện đúng chính sách tiền lương gắn với năng lực và hiệu quả trong thực thi công vụ

Văn kiện Đại hội Đại biểu lần thứ XVII Đảng bộ thành phố Hà Nội nhiệm kỳ 2020 - 2025 đã đề ra những nhiệm vụ và giải pháp trong đó có đề cập đến: “Quy định cụ thể tiêu chuẩn vị trí việc làm, chức

đánh giá và sử dụng công chức, viên chức của thành phố”. Để thực hiện những vấn đề này, theo tác giả cần phải có giải pháp nhằm tăng tiền lương cho đội ngũ công chức hành chính trên địa bàn thành phố Hà Nội, cụ thể:

- Đảm bảo những nguyên tắc cơ bản trong chế độ tiền lương cho đội ngũ công chức hành chính: (1) đảm bảo trả lương ngang nhau cho những lao động như nhau; (2) đảm bảo hiệu quả công việc tăng nhanh hơn tiền lương bình quân; (3) cần phải có chính sách đổi mới để tăng lương tương xứng với kết quả thực hiện công việc của công chức hành chính; (4) tiền lương được trả dựa trên những tiêu chí phản ánh chất lượng và hiệu quả công việc được xác định mà mỗi cá nhân đã cống hiến; (5) tiền lương phải tính đến mức đảm bảo các nhu cầu cơ bản của công chức hành chính.

- Thành phố cần sớm hoàn thiện đề án vị trí việc làm để xác định rõ những vị trí công việc và nhân sự của thành phố, làm căn cứ cho việc tính toán chính sách tiền lương. Thực hiện kịp thời, chuẩn xác công tác nâng lương hoặc tạo điều kiện cho công chức phấn đấu nâng lương trước thời hạn được thể hiện thông qua hiệu quả, hiệu suất làm việc và mức độ hoàn thành công việc. Tạo điều kiện gia tăng thu nhập cho cán bộ công chức, bằng cách làm thêm giờ có trả công vào những đợt công việc cao điểm; mở rộng thêm những dịch vụ tư vấn, hỗ trợ liên quan đến chính sách, pháp luật và cho phép thu phí với những dịch vụ này.

- Hoàn thiện cơ chế xét thưởng để tăng thêm tiền lương cho đội ngũ công chức hành chính, đây là một cách thức để tăng thu nhập hợp pháp cho người lao động, đồng thời khuyến khích người lao động làm việc hiệu quả hơn.

3.2. Tạo cơ hội thăng tiến và phát triển cho đội ngũ công chức hành chính nhà nước

- Tạo cơ hội thăng tiến cho đội ngũ công chức hành chính

Nhằm tạo cơ hội thăng tiến và phát triển đội ngũ công chức hành chính cần phải tiếp tục đổi mới và hoàn thiện chính sách bố trí sử dụng đối với họ. Việc đổi mới và hoàn thiện chính sách bố trí sử dụng đối với công chức cần đáp ứng một số yêu cầu cơ bản: (1) bố trí sử dụng công chức phải phát huy được năng lực, sở trường, chuyên môn, nghiệp vụ, ngành nghề đào tạo của từng cá nhân, nâng cao tinh thần trách nhiệm, kích thích sự hăng say, nỗ lực của mỗi người trong thực hiện công việc được giao; (2) tạo được sự ổn định công việc một cách tương đối theo hướng chuyên môn hoá nhằm phát huy năng lực sở

trường của từng công chức; (3) các cơ quan quản lý cần phải thường xuyên chú ý quan tâm xem xét bổ sung, điều chỉnh công việc một cách hợp lý hoặc phân công, bố trí lại, luân chuyển giữa các bộ phận, các địa phương để tránh sự nhàm chán, tăng sự hứng thú cho công chức trong thực hiện công việc; (4) khligiao nhiệm vụ, công việc cho công chức phải gắn liền trách nhiệm với quyền hạn, thẩm quyền nhất định đảm bảo thực hiện tốt công việc được giao; (5) Cần tạo điều kiện và cơ hội phát triển bình đẳng cho mọi công chức.

Đổi mới công tác quy hoạch công chức theo hướng: đảm bảo những người có đủ tiêu chuẩn trình độ, năng lực và phẩm chất cần thiết đều được xem xét đưa vào quy hoạch; định kỳ kiểm tra, đánh giá quá trình thực hiện quy hoạch có sự điều chỉnh cho phù hợp tình hình thực tế; cần tạo nguồn công chức dồi dào, đảm bảo tính ổn định, kế thừa, liên tục và phát triển của các cơ quan, tổ chức trong hệ thống chính quyền của thành phố; quy định rõ trách nhiệm của người đứng đầu trong việc tiến cử, trọng dụng nhân tài, có chế độ thưởng phạt công tâm. Xây dựng cơ chế cạnh tranh nhân tài trong việc tuyển dụng và bổ nhiệm chức vụ lãnh đạo.

- Tạo cơ hội phát triển cho đội ngũ công chức hành chính.

Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức là một nội dung mà tất cả các quốc gia muốn có nền hành chính phát triển đều phải quan tâm. Để tạo cơ hội phát triển cho đội ngũ công chức hành chính, việc đào tạo phải gắn liền với nhu cầu công việc, khắc phục triệt để tình trạng chạy bằng cấp, “sính bằng”. Theo tác giả, mỗi đơn vị hành chính cần xây dựng kế hoạch đào tạo riêng cho từng phòng, ban, gắn với chức năng, nhiệm vụ của từng đơn vị trên cơ sở đào tạo bổ sung các kỹ năng mềm (như kỹ năng quản lý, kỹ năng tổ chức công việc, kỹ năng giải quyết công việc, kỹ năng giao tiếp...). Cụ thể:

+ Đối với công chức là lãnh đạo các phòng, ban: UBND các cấp có thể kết hợp với phương pháp đào tạo tại chỗ cho công chức bằng cách chuyển công tác. Phương pháp này nhằm tạo sự hiểu biết của công chức đối với các vị trí công việc khác nhau, giúp cho họ có cái nhìn toàn diện, để có thể thấy được những khó khăn, vướng mắc trong từng vị trí việc làm.

+ Đối với công chức hành chính không phải lãnh đạo: UBND các cấp cũng cần phải quan tâm nhiều hơn đến nhu cầu đào tạo của cán bộ, chuyên viên các phòng, ban. Nếu họ có nhu cầu được học tập một cách bài bản để nâng cao hiểu biết và trình độ của mình, UBND các cấp nên tạo điều kiện cho người lao động được thoả mãn nhu cầu đó, giảm bớt khối

lượng công việc để người lao động có thời gian học tập.

+ Phân công, luân chuyển công chức hành chính giữa các đơn vị, để tránh sự nhàm chán, tăng hứng thú khi làm việc nhằm phát huy hết khả năng, tạo động lực làm việc cao nhất cho từng công chức.

+ Khi giao nhiệm vụ, công việc cho công chức cần phải gắn liền trách nhiệm với quyền hạn để đảm bảo thực hiện công việc được tốt. Khi công chức được giao quyền hạn sẽ tạo động lực tích cực cho họ trong quá trình thực hiện công việc.

3.3. Đặc điểm công việc

Đặc điểm công việc là yếu tố có sự ảnh hưởng tới động lực làm việc của công chức hành chính. Theo tác giả cần phải làm cho công việc của công chức trở nên phong phú, có ý nghĩa và quan trọng nhằm nâng cao động lực làm việc của công chức hành chính nhà nước trên địa bàn thành phố Hà Nội. Cụ thể:

- Tạo cho công chức quyền tự do hơn trong việc quyết định những vấn đề như lựa chọn phương pháp làm việc, trình tự thực hiện công việc và thời gian làm việc trong khuôn khổ những quy định chung của Thành phố.

- Khuyến khích sự tham gia của công chức cấp dưới vào các quyết định và khuyến khích sự phối hợp giữa các phòng nghiệp vụ/công chức.

- Làm cho công chức cảm thấy có trách nhiệm đối với công việc. Định kỳ, thực hiện đánh giá tình hình thực hiện công việc, mức độ hoàn thành nhiệm vụ so với yêu cầu công việc và khả năng thực hiện của công chức để điều chỉnh, bổ sung cho phù hợp

- Cung cấp những thông tin phản hồi kịp thời và chính xác về sự hoàn thành nhiệm vụ của công chức.

3.4. Động lực phục vụ công cộng

Dịch vụ hành chính công không hướng đến vụ lợi. Do đó, đối với đội ngũ công chức hành chính nói chung trong đó có đội ngũ công chức hành chính trên địa bàn thành phố Hà Nội khi thực hiện các nhiệm vụ họ sẽ đóng vai trò là người cung cấp dịch vụ, được phục vụ Nhân dân, doanh nghiệp và các tổ chức trong xã hội. Điều này được phản ánh rõ trong văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII đã đặt mục tiêu: “Đẩy mạnh thực hiện Chương trình tổng thể cải cách hành chính nhà nước theo hướng xây dựng nền hành chính dân chủ, hiện đại, chuyên nghiệp, năng động, phục vụ nhân dân, hoạt động có hiệu lực, hiệu quả”. Theo tác giả, để nâng cao động lực làm việc mà cụ thể ở đây là động lực phục vụ công cộng của đội ngũ công chức hành chính của Hà Nội cần chú ý đến một số giải pháp sau:

- Thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn về nghiệp vụ chuyên môn nhằm nâng cao nhận thức,

hiểu biết cho đội ngũ công chức hành chính nhà nước về một số nội dung: đối tượng phục vụ của đội ngũ công chức; những yêu cầu, quy định khi thực hiện nhiệm vụ. Thực hiện triệt để khắc phục vấn đề công chức gây phiền hà sách nhiễu, thiếu bình đẳng, thiếu tôn trọng ... khi giải quyết công việc cho người dân.

- Giáo dục, rèn luyện về ý thức, trách nhiệm phụng sự tổ quốc, phụng sự Nhân dân cho mỗi công chức hành chính nhà nước.

- Nâng cao đạo đức cách mạng, đội ngũ công chức hành chính nhà nước phải thực hiện nghiêm Chỉ thị 05 - CT/TW của Bộ Chính trị về việc đẩy mạnh việc học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh để thấm nhuần lời dạy của Bác khi thực hiện công vụ.

4. Kết luận

Động lực làm việc của đội ngũ công chức hành chính có vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả công việc và sự hài lòng của người dân khi sử dụng các dịch vụ công cộng của nhà nước. Nâng cao động lực làm việc của đội ngũ công chức hành chính thành phố Hà Nội góp phần xây dựng nền hành chính nhà nước hoạt động hiệu quả là yêu cầu hết sức quan trọng, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của thủ đô nói riêng và của đất nước nói chung./.

Tài liệu tham khảo

Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Cán bộ, công chức và Luật Viên chức số 52/2019/QH14 ngày 25/11/2019 của Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam.

Văn kiện Đại hội Đại biểu lần thứ XVII Đảng bộ thành phố Hà Nội nhiệm kỳ 2020 – 2025

Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII

Phát triển du lịch cộng đồng ở các huyện miền núi phía Tây tỉnh Nghệ An

Hồ Thị Hương

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật số 1 Nghệ An

Hồ Thị Hiền, Lê Thị Trang

Trường Đại học Kinh tế Nghệ An

Hiện nay, du lịch cộng đồng đang được các huyện miền núi phía tây Nghệ An chú trọng phát triển; đồng bào dân tộc thiểu số nơi đây vẫn còn lưu giữ được nét văn hóa truyền thống rất độc đáo và đặc sắc như: kiến trúc nhà ở; trang phục, trang sức đặc trưng của đồng bào; văn hóa ẩm thực; văn nghệ rất đa sắc màu; Nghề và làng nghề truyền thống vẫn được bảo lưu và truyền dạy như nghề đan lát, nghề dệt thổ cẩm, rượu cần, rượu men lá... Đó cũng là hướng đi bền vững mà Nghệ An chú trọng nhằm phát triển kinh tế, bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa, đồng thời cải thiện sinh kế cho người dân.

1. Du lịch cộng đồng

Quan niệm về du lịch cộng đồng được đưa ra khác nhau do vị trí của du lịch dựa vào cộng đồng tùy theo góc nhìn, quan điểm nghiên cứu.

Quỹ bảo tồn Thiên nhiên Thế giới (WWF): “DLCĐ là loại hình du lịch mà ở đó CĐĐP có sự kiểm soát và tham gia chủ yếu vào sự phát triển và quản lý các hoạt động du lịch và phần lớn lợi nhuận thu được từ hoạt động du lịch được giữ lại cho cộng đồng”

Nicole Hausle và Wolfgang Strasdas cho rằng: “Du lịch cộng đồng là một hình thái du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý. Lợi ích kinh tế có được từ du lịch sẽ đọng lại nền kinh tế địa phương”

Quỹ phát triển Châu Á: “DLCĐ là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương”

Ở Việt Nam, DLCĐ phát triển vào cuối những năm 1980 và ngày càng được coi trọng sau những năm 1990. Trong các nghiên cứu này thì khái niệm về DLCĐ là dựa vào cộng đồng dân cư với tư cách là thành phần cốt lõi.

Viện Miền Núi (2010) cho rằng: “Du lịch cộng đồng là nhằm bảo tồn tài nguyên du lịch tại điểm du lịch đón khách vì sự phát triển du lịch bền vững dài hạn. Du lịch cộng đồng khuyến khích sự tham gia của người dân địa phương trong du lịch và có cơ chế tạo các cơ hội cho cộng đồng. Du lịch cộng đồng là một quá trình tương tác giữa cộng đồng (chủ) và khách du lịch mà sự tham gia có ý nghĩa của cả hai phía mang lại các lợi ích kinh tế, bảo tồn cho cộng đồng và môi trường địa phương”

Theo Luật Du lịch 2017: “DLCĐ là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi”

2. Thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại các huyện miền núi phía tây, tỉnh Nghệ An giai đoạn 2019 - 2021

2.1 Sự hình thành các điểm du lịch cộng đồng ở Nghệ An

DLCĐ đã xuất hiện từ năm 1997 tại một số tỉnh, thành phố của Việt Nam như Hòa Bình, Lào Cai, Quảng Nam,... Cho đến nay, sau 25 năm phát triển, DLCĐ đã mở rộng ra trên cả ba miền. Tại Nghệ An DLCĐ cũng bắt đầu phát triển từ 2009 trở lại đây tại Bản Hoa Tiến xã Châu Tiến, Quỳnh Châu ban đầu mang tính tự phát, nên hoạt động không hiệu quả và không mang lại lợi ích kinh tế như mong đợi. Từ năm 2014, các điểm DLCĐ mới bắt đầu hình thành ban quản lý, rồi tiếp đến là các mô hình hợp tác xã, tổ hợp tác ra đời. Điều này dần khẳng định được vị thế và đưa DLCĐ dần đi vào nề nếp, mang lại sự chủ động thật sự cho người dân làm du lịch đúng với ý nghĩa của một điểm DLCĐ.

Bảng 1. Các điểm DLCĐ trên địa bàn tỉnh Nghệ An

Điểm DLCĐ	Xã, huyện
Bản Khe Rạn	Bồng Khê, Con Cuông
Bản Nưa	Yên Khê, Con Cuông
Vườn cam bản Pha	Yên Khê, Con Cuông
Bản Xiêng	Môn Sơn, Con Cuông
Bản Quang Phúc, Quang Thịnh	Tam Đình, Tương Dương
Vườn Quốc gia Pù Mát	Huyện Con Cuông
Bản Thái cổ Hoa Tiến	Châu Tiến, Quỳnh Châu
Bản Na Xai, Hủa Mương	Hạnh Dịch, Quế Phong
Xóm 4 Thái Minh	Xã Tiên Kỳ, Tân Kỳ
Bản Trung Tâm, Bản Mường Lống 1, Mường Lống 2	Xã Mường Lống, Kỳ Sơn

Nguồn: Sơ Du lịch Nghệ An năm 2021

Hiện tại có 7 huyện tại miền tây Nghệ An đã và đang triển khai mô hình du lịch cộng đồng gồm: Con Cuông, Tương Dương, Kỳ Sơn, Quế Phong, Quỳnh Hợp, Tân Kỳ, Quỳnh Châu, ...

Tại Con Cuông có Bản Nưa, xã Yên Khê; Bản Khe Rạn, xã Bồng Khê và bản Làng Xiềng, xã Môn Sơn

Tại Tân Kỳ có xóm 4 Thái Minh, xã Tiên Kỳ

Tại Quỳnh Châu có bản Hoa Tiến xã Châu Tiến.

Tại Tương Dương có Bản Quang Phúc, Quang Thịnh, xã Tam Đình

Vườn quốc gia Pù Mát

Tại Quế Phong có bản Na Xai, Hủa Mương xã Hạnh Dịch,.

Tìm hướng đi cho du lịch cộng đồng tại bản Trung Tâm, bản Mường Lống 1, bản Mường Lống 2, xã Mường Lống; bản Yên Hòa, xã Mỹ Lý ở Kỳ Sơn và đồi hoa xuân ở Châu Đình Quỳnh Hợp. Ngoài ra các huyện khác như Nam Đàn, Đô Lương ... đang tìm hướng đi phát triển mô hình du lịch cộng đồng.

2.2. Doanh thu từ hoạt động du lịch các huyện miền núi phía Tây, tỉnh Nghệ An từ năm 2019 - 2021

Do ảnh hưởng của dịch Covid19 từ cuối năm 2019 nên đến năm 2020 và 2021 ngành du lịch gần như bị đóng băng. Do đó, doanh thu từ hoạt động du lịch không chỉ của Nghệ An mà cả nước đều giảm mạnh trong 2 năm 2020, 2021. Các huyện miền núi phía tây cũng bị giảm sút nghiêm trọng.

Theo số liệu của phòng nghiệp vụ sở du lịch, doanh thu từ các dịch vụ du lịch của các huyện miền tây Nghệ An năm 2019 đạt 165.170 triệu đồng, năm 2020 đạt 62.495 triệu đồng chỉ đạt 56% so với năm 2019, năm 2021 đạt 26.871 triệu đồng, so với năm 2020 chỉ đạt 43%. Theo sở du lịch tỉnh Nghệ An doanh thu từ loại hình du lịch cộng đồng còn hạn chế, mỗi năm doanh thu trên 4 tỷ đồng.

2.3. Lượng khách du lịch đến các điểm DLCĐ trên địa bàn các huyện miền núi phía tây, tỉnh Nghệ An

Nhìn chung lượt khách ghé thăm vẫn còn hạn chế so với tiềm năng của các huyện miền núi phía Tây Nghệ An, lượng khách tăng với tốc độ tương đối chậm và chưa đồng đều. Đặc biệt, từ cuối năm 2019 đến hết năm 2021, do ảnh hưởng của đại dịch Covid19 các hoạt động du lịch gần như bị đóng băng do thực hiện các chỉ thị về cách ly xã hội, đóng đường bay thương mại nên lượng khách du lịch giảm hẳn.

Cơ cấu khách du lịch được phân chia thành khách quốc tế và khách trong nước. Nguồn khách chủ yếu tới các địa điểm du lịch ở miền tây Nghệ An trên 94% là khách trong nước năm 2019 khách trong nước chiếm 95,89% trong khi khách quốc tế chỉ

chiếm có 4,11%. Năm 2020 do ảnh hưởng của dịch Covid19, các điểm du lịch cơ bản bị đóng cửa để thực hiện giãn cách xã hội vì vậy lượng khách giảm hẳn. Khoảng tháng 7 năm 2020 sau hội thảo kích cầu du lịch “Người Việt Nam đi Du lịch Việt Nam”, “Nghệ An điểm đến an toàn, thân thiện và khác biệt” nên lượng khách bắt đầu phục hồi trở lại nhưng cũng chỉ đạt 54% so với năm 2019, năm 2020 con số tương ứng lần lượt là 97,0% và 3,0%. Đến năm 2021, dịch Covid19 bùng phát mạnh ở Việt Nam, cả nước liên tục thực hiện Chỉ thị 16, 16+ cách ly xã hội để phòng dịch Covid19, vì vậy ngành du lịch gần như đóng băng hoàn toàn, các chuyến bay thương mại quốc tế bị đóng cửa, vì vậy khách du lịch quốc tế đến Việt Nam cũng như Nghệ An sụt giảm. Lượng khách đến các điểm du lịch miền tây Nghệ An năm 2021 đạt 136.104 lượt, tỷ lệ chủ yếu là khách nội địa 98,63% và quốc tế 1.37%. Con số đó chứng tỏ rằng mặc dù có rất nhiều địa điểm du lịch, nhưng công tác quảng bá hình ảnh du lịch địa phương vẫn còn rất hạn chế, chủ yếu quy mô trong tỉnh, các du khách ngoại tỉnh, khách quốc tế còn ít được biết tới du lịch miền Tây Nghệ An.

Tổng hợp số liệu từ Sở du lịch Nghệ An năm 2021 tại các huyện có hoạt động du lịch cộng đồng miền núi phía tây Nghệ An có tổng 88 cơ sở lưu trú, 1.203 phòng và 1.896 giường, trong đó có khách sạn Mường Thanh Con Cuông đạt chất lượng 4 sao, có 3 đơn vị đạt sao còn lại là đạt tiêu chuẩn và hình thức kinh doanh chủ yếu là hộ kinh doanh cá thể. Về cơ bản số lượng và chất lượng các cơ sở lưu trú đã đáp ứng một phần nhu cầu phục vụ lượng khách du lịch tới thăm miền Tây Nghệ An với nhiều hình thức lưu trú khác nhau như nhà nghỉ, khách sạn, homestay, nhà sàn... với nhiều mức giá tương xứng.

Số hộ dân tham gia làm du lịch tại các điểm DLCĐ trên địa bàn các huyện miền núi phía tây, tỉnh Nghệ An tăng dần theo từng năm, tuy nhiên, trong 3 năm thu thập số liệu từ 2019, 2020 và 2021 số hộ dân tham gia làm DLCĐ ở các huyện miền núi phía Tây không có sự thay đổi do ảnh hưởng của yếu tố khách quan.

Bảng 2. Số hộ dân kinh doanh DLCĐ tại các huyện phía Tây tỉnh Nghệ An

	2019	2020	2021
Tổng số hộ	68	70	75
Mức tăng trưởng		02	05
Tỷ lệ tăng trưởng (%)		2,94	7,14

Nguồn: Tổng hợp số liệu của Sở du lịch tỉnh Nghệ An

2.4. Lao động làm việc tại các điểm du lịch cộng đồng ở các huyện miền núi phía Tây, tỉnh Nghệ An

Lao động làm việc tại các điểm DLCĐ thường chủ yếu là nguồn nhân lực du lịch địa phương. Miền Tây

Nghệ An là vùng đông dân số, nguồn lao động dồi dào, loại hình du lịch cộng đồng tại một số huyện sử dụng lao động địa phương khá đông. Tính đến tháng 10 năm 2019 đội ngũ công nhân viên phục vụ du lịch tại các huyện có loại hình du lịch cộng đồng ở miền Tây Nghệ An có 395 người, chủ yếu là làm ở các homestay, nhà sàn, các nhà nghỉ, cơ quan và nhà hàng.

Chất lượng nguồn nhân lực cho du lịch ở huyện miền tây Nghệ An trong thời gian qua đã có những biến chuyển tích cực thông qua các hoạt động nâng cao chất lượng nguồn lao động. Tuy nhiên đối với lực lượng lao động trực tiếp trong ngành du lịch hầu hết chưa được qua đào tạo về nghiệp vụ du lịch. Do vậy chất lượng phục vụ khách du lịch chưa đáp ứng được nhu cầu. Hầu hết là lao động phổ thông chưa có thói quen và tác phong nghề nghiệp, trình độ ngoại ngữ còn hạn chế.

3. Các giải pháp tăng cường quản lý nhà nước về du lịch cộng đồng ở các huyện miền núi phía tây, tỉnh Nghệ An

- Tăng cường công tác tổ chức bộ máy quản lý

Nguồn nhân lực có thể nói là một trong những yếu tố quan trọng nhất quyết định sự thành công của một ngành kinh tế. Nguồn nhân lực có chất lượng là yếu tố quan trọng để hình thành nên chất lượng dịch vụ, tạo nên năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch. Trong những năm qua, công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch của tỉnh cũng như các huyện miền núi phía Tây, tỉnh Nghệ An đã có nhiều chuyển biến tích cực và đạt được những kết quả tích cực, tuy nhiên vẫn còn nhiều vấn đề bất cập cần giải quyết: chất lượng và số lượng chưa đáp ứng yêu cầu đặt ra, cán bộ quản lý nhà nước về Du lịch được đào tạo chuyên ngành chưa cao, đặc biệt là cán bộ quản lý cấp huyện và xã. Công tác đào tạo lại, tập huấn được tổ chức nhưng thời gian thường ngắn, chưa có hẳn chương trình chuyên về đào tạo cho quản lý nhà nước về DLCĐ. Cần tăng cường đầu tư xây dựng đội ngũ cán bộ QLNN về DLCĐ đủ số lượng, chất lượng để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch.

- Tăng cường việc ban hành các quy hoạch, kế hoạch, chính sách, quy định, quy trình phát triển du lịch cộng đồng ở các huyện miền núi phía tây, tỉnh Nghệ An

Trong công tác QLNN đối với một ngành, một lĩnh vực thì việc xây dựng, ban hành văn bản đóng vai trò rất quan trọng phục vụ cho việc định hướng, chỉ đạo, lãnh đạo và điều hành như: xây dựng, ban hành chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển DLCĐ ở các huyện miền núi phía Tây, tỉnh Nghệ An nói riêng và ngành du lịch cả tỉnh nói chung; góp

phần duy trì ổn định, phát triển DLCĐ, đóng góp vào phát triển ngành du lịch trên địa bàn các huyện miền núi phía Tây và của tỉnh Nghệ An.

- Tăng cường công tác thực hiện các quy hoạch, kế hoạch, chính sách, quy định trong lĩnh vực du lịch cộng đồng ở các huyện miền núi phía Tây, tỉnh Nghệ An

Rà soát các chính sách, quy định về kiểm soát tình hình hình hoạt động, hoạt động kinh doanh đảm bảo theo quy định của pháp luật. Đối với công tác này, đặt ra yêu cầu cơ quan Sở Du lịch cần rà soát và bổ sung quy định có liên quan đến điểm DLCĐ. Thông qua công tác này thì sẽ tham mưu đề xuất loại bỏ những điểm chông chéo, chưa phù hợp giữa các văn bản của các bộ, ngành khác nhau, các quy định không hoặc ít có tính khả thi đối với thực tế các điểm DLCĐ trong giai đoạn hiện nay.

Xây dựng, ban hành các quy định về điều kiện kinh doanh du lịch, phương tiện vận chuyển, hướng dẫn viên tại điểm... Xây dựng một cách đồng bộ các quy trình, quy phạm các hoạt động kinh doanh, hoạt động du lịch tại các điểm du lịch. Cần hợp lý hoá các văn bản luật, chính sách và quy định để nâng cao tính thực thi như ban hành các quy định chi tiết các tiêu chuẩn cụ thể đối với cơ sở dịch vụ phục vụ khách du lịch. Trên cơ sở đó tổ chức đào tạo và cấp giấy chứng nhận cho những cơ sở kinh doanh đủ điều kiện./.

Tài liệu tham khảo

Trung tâm Phát triển Nông thôn Bền vững (SRD), Báo cáo Kết quả tập huấn Du lịch cộng đồng tại bản Xiềng, xã Môn Sơn, huyện Con Cuông, Nghệ An, năm 2017.

Đậu Quang Vinh - Trần Thị Thủy (2015), Phát triển du lịch cộng đồng Miền Tây Nghệ An, Nxb Nghệ An.

Bùi Thị Hải Yến (2012), Du lịch cộng đồng, Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam

Cổng thông tin điện tử Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: <https://bvhttdl.gov.vn/nghe-an-phat-trien-du-lich-cong-dong-gan-voi-bao-ve-moi-truong>

<https://baonghean.vn/tinh-nghe-an-du-kien-ban-hanh-chinh-sach-phat-trien-du-lich-cong-dong>.

Cục Thống kê, niên giám thống kê Nghệ An năm 2019, 2020, 2021: www.thongke.nghean.gov.vn

Quản lý chi ngân sách nhà nước của chính quyền huyện Định Quán, tỉnh Đồng Nai: thực trạng và giải pháp

Trần Nam Biên

UBND huyện Định Quán, tỉnh Đồng Nai

Thái Thị Kim Oanh

Trường Đại học Vinh

Quản lý chi ngân sách nhà nước (NSNN) mang tính chất phức tạp được thể hiện ở chỗ, đối tượng của quản lý chi NSNN rất đa dạng, liên quan đến nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội. Thực tiễn cho thấy trong quá trình thực hiện quản lý chi NSNN ở cấp huyện còn bộc lộ nhiều hạn chế tại hầu hết các địa phương, trong đó có huyện Định Quán, tỉnh Đồng Nai. Do đó nâng cao hiệu lực hiệu quả quản lý chi NSNN là một vấn đề cấp bách đặt ra không chỉ đối với các bộ ngành quản lý vĩ mô mà còn đối với các cấp địa phương. Bài viết nghiên cứu phân tích và đánh giá thực trạng quản lý chi NSNN tại Định Quán, tỉnh Đồng Nai, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp tăng cường quản lý chi NSNN Định Quán, tỉnh Đồng Nai trong thời gian tới.

1. Đặt vấn đề

Quản lý chi NSNN của chính quyền cấp huyện là quá trình tác động của chính quyền cấp huyện lên chi NSNN huyện nhằm đảm bảo đạt được mục tiêu chi NSNN huyện. Chủ thể quản lý chi NSNN huyện chính là bộ máy chính quyền cấp huyện. Đối tượng quản lý chi NSNN huyện là chi NSNN huyện thông qua quản lý chi đối với các đơn vị dự toán ngân sách huyện và các đơn vị thụ hưởng ngân sách huyện.

Quản lý chi NSNN cấp huyện là một bộ phận của quản lý ngân sách nhà nước. Quản lý chi NSNN cấp huyện là hoạt động của chính quyền cấp huyện sử dụng các phương pháp và công cụ chuyên ngành theo đúng quy định của pháp luật và phân cấp NSNN để xây dựng dự toán, chấp hành dự toán, quyết toán và kiểm soát mọi hoạt động chi từ NSNN cấp huyện đảm bảo đúng mục đích, có hiệu quả, phù hợp với khả năng thu và đảm bảo nguồn lực tài chính để chính quyền cấp huyện thực hiện tốt các chức năng, nhiệm vụ của mình.

Đối với quản lý chi ngân sách nhà nước cấp huyện ngoài những đặc điểm chung về quản lý NSNN còn có những đặc điểm riêng như:

- Quản lý chi NSNN cấp huyện chịu sự chế định của Luật NSNN và chỉ đạo của UBND tỉnh, các sở chuyên ngành.

- Quản lý chi NSNN cấp huyện phải phù hợp với yêu cầu hoạt động của bộ máy nhà nước cấp huyện, phục vụ lợi ích và định hướng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển KT-XH địa phương.

- Quản lý chi NSNN cấp huyện bao hàm trong nó cả quản lý ngân sách của đơn vị thụ hưởng NS do huyện quản lý, vừa quản lý NS cấp xã theo chế độ phân cấp.

- Quản lý chi NSNN cấp huyện phụ thuộc chế độ chính sách đặc thù về vùng miền, chính sách dân tộc, các chương trình mục tiêu quốc gia, điều kiện phát triển kinh tế- xã hội...

- Quản lý chi NSNN cấp huyện ít nhiều mang tính bị động do cơ quan thu NSNN không thuộc chính quyền cấp huyện, phụ thuộc vào chế độ, chính sách, định mức của trung ương, của tỉnh và phụ thuộc vào khả năng trợ cấp của ngân sách tỉnh.

2. Thực trạng quản lý chi NSNN của huyện Định Quán, tỉnh Đồng Nai

2.1. Những kết quả đạt được

Về bộ máy quản lý: Bộ máy quản lý chi ngân sách của chính quyền huyện Định Quán được bố trí cơ bản theo đúng số lượng quy định tổ chức bộ máy chính quyền cấp huyện. Đội ngũ kế toán phần lớn là nữ, chăm chỉ hơn trong công việc

Về tổ chức thực hiện dự toán: Về cơ bản các đơn vị dự toán, đơn vị sử dụng ngân sách đã căn cứ dự toán, bám sát dự toán, chấp hành chế độ, chính sách và kết quả thực hiện để giải ngân nguồn kinh phí theo quy định.

Bảng 1. Cơ cấu chi ngân sách nhà nước của huyện Định Quán giai đoạn 2018-2022

Năm	Tổng chi trong cân đối		Tổng số chi DIPT		Chi thường xuyên	
	Tổng tiền	Tỷ trọng (%)	Tổng tiền	Tỷ trọng (%)	Tổng tiền	Tỷ trọng (%)
2018	1.138.337.0	0.318	361.952.0	0.286	769.703.0	0.676
2019	1.167.922.8	0.286	333.551.0	0.258	818.521.8	0.701
2020	1.257.790.0	0.258	324.106.0	0.288	924.246.0	0.735
2021	1.425.014.0	0.288	410.496.0		1.010.857.0	0.709

Nguồn: Phòng KH-TC huyện

Về kiểm tra thực hiện dự toán: Quán triệt nguyên lý quản lý gắn với kiểm tra, theo đó công tác kiểm tra, giám sát của chính quyền cấp huyện, của các cơ

quan chuyên môn được tiến hành thường xuyên, đúng quy định, cho nên việc thực hiện dự toán ngày càng đi vào nề nếp, các đơn vị ngày càng chấp hành nghiêm kỷ luật tài chính.

2.2. Những hạn chế trong công tác quản lý dự án đầu tư xây dựng cơ bản

Số lượng đơn vị sử dụng ngân sách của huyện lớn, do đó rất khó khăn trong việc bao quát, quản lý các hoạt động thu chi một cách sát sao. Dự toán chi là cơ sở để điều hành, quản lý chi ngân sách, mặt dù được xây dựng trên cơ sở các đơn vị thụ hưởng ngân sách trên địa bàn được thảo luận về dự toán ngân sách, nhưng đôi khi còn mang tính áp đặt, chưa sát với nhu cầu của đơn vị sử dụng ngân sách. Mặt khác ngay chính các đơn vị thụ hưởng ngân sách cũng chưa xây dựng dự toán đảm bảo yêu cầu của từng ngành, từng lĩnh vực được giao phụ trách.

Đối với kế hoạch XDCB hàng năm còn bị động do phụ thuộc vào phân cấp vốn đầu tư của tỉnh hàng năm. Quá trình triển khai các dự án phụ thuộc vào nhiều yếu tố như công tác giải phóng mặt bằng, pháp luật về đầu tư công tuy đã khá đồng bộ, nhưng không ổn định thay đổi thường xuyên, vẫn còn tồn tại các quy định chông chéo giữa các văn bản pháp luật có liên quan đến đầu tư công, như: Luật về đất đai, Luật môi trường, Luật xây dựng, Luật quy hoạch, Luật ngân sách ... do đó trong quá trình thực hiện nhiều dự án không đảm bảo được tiến độ cũng như kế hoạch đề ra, phải điều chỉnh nhiều lần kế hoạch vốn trong năm, nhiều dự án kéo dài nhiều năm không triển khai được. Chất lượng các công tác tư vấn về đầu tư XDCB chưa cao nhất là tư vấn lập dự án, lập dự toán dẫn đến nhiều sai sót về khối lượng, đơn giá, định mức kinh tế kỹ thuật...

Việc phối kết hợp giữa KBNN, Phòng Tài chính Kế hoạch chưa thật sự chặt chẽ, đôi khi còn chậm trong việc so sánh, đối chiếu báo cáo của các đơn vị dự toán. Việc phân bổ dự toán cho các đơn vị còn có nhiều những hạn chế như: căn cứ để phân định mức chưa đủ cơ sở khoa học, chưa thật sự bao quát toàn diện các lĩnh vực của đời sống xã hội, vẫn ảnh hưởng của cách quản lý bao cấp, cơ chế xin cho và có phần áp đặt.

Đối với việc xây dựng định mức sử dụng ngân sách: theo quy định hiện hành, thẩm quyền ban hành các định mức này chủ yếu thuộc về Bộ Tài chính và HĐND tỉnh. Thực tế HĐND tỉnh Đồng Nai cũng đã ban hành nhiều định mức sử dụng ngân sách ở địa phương trong đó tập trung vào các nội dung chi hành chính như chế độ hội nghị, công tác phí, sử dụng phương tiện thông tin liên lạc, chế độ phụ cấp cho cán bộ xã, phường, công an xã... Tuy nhiên phần lớn các định mức đều lạc hậu và chậm

được sửa đổi bổ sung cho phù hợp và gây khó khăn trong công tác quản lý, là kẽ hở tạo ra sự không trung thực của một bộ phận cán bộ, công chức.

Công tác lập, quyết định, phân bổ dự toán ngân sách còn chậm về thời gian theo quy định, thường là không đủ thời gian chuẩn bị do thời gian giữa kỳ họp HĐND tỉnh và HĐND huyện quá ngắn.

Công tác thanh tra kiểm tra tuy có tiến hành thường xuyên nhưng chưa mang lại hiệu quả cao, nhiều trường hợp còn nể nang, chưa xử lý kiên quyết đối với các đơn vị có sai phạm về tài chính, ngân sách, nên vẫn còn một số đơn vị vi phạm. Do việc kiểm soát thu chi ngân sách ở KBNN huyện tương đối lớn nên đôi khi cán bộ KBNN chưa giải quyết thấu đáo, chưa có những hướng dẫn hoàn thiện cho các đơn vị dự toán.

2.3. Nguyên nhân của những hạn chế

Nguyên nhân thuộc về chính quyền huyện Định Quán

Cán bộ chưa cập nhật kịp thời kế hoạch phát triển kinh tế xã hội địa phương trong giai đoạn và kế hoạch của từng năm để xây dựng nhiệm vụ phát triển kinh tế của địa phương sát với định hướng; hệ thống công nghệ, máy móc phục vụ công tác quản lý chưa đồng bộ, có nơi được cấp trang bị phương tiện quản lý không đưa vào sử dụng (hoặc sử dụng một thời gian ngắn) gây lãng phí tài sản nhà nước.

Công tác phối hợp trong tổ chức bộ máy chính quyền cấp huyện, phối hợp giữa chính quyền cấp huyện với các cơ quan tài chính trên địa bàn trong quá trình quản lý điều hành đôi lúc chưa nhuần nhuyễn, còn cứng nhắc, nguyên tắc.

Nguyên nhân thuộc các đơn vị dự toán ngân sách huyện Định Quán

Do dự báo không chính xác, dự toán chi NSNN chưa chú trọng kết quả đầu ra cũng như hiệu quả sử dụng NSNN, dự toán chi không phù hợp với thực tế, bổ sung, điều chỉnh, dẫn đến đội dự toán chi NSNN, thực hiện chi ngân sách tăng theo.

Việc chấp hành dự toán chi còn theo mệnh lệnh hành chính, chi chưa đúng mục đích nguồn thu phát sinh; việc chấp hành dự toán chưa nghiêm, cho nên công tác quản lý, điều hành còn mang tính áp đặt từ mệnh lệnh hành chính, mệnh lệnh cơ quan chỉ đạo, vì mục tiêu nhiệm vụ chính trị trước mắt.

Một số cơ quan, đơn vị chậm nộp báo cáo quyết toán nhưng chưa xử phạt nghiêm minh, có tình trạng chây ì trong việc chấp hành nộp báo cáo quyết toán ngân sách.

Các yếu tố khác thuộc môi trường của chính quyền huyện Định Quán

Nhiều chế độ chính sách nhưng tiền lương, tiền

công, phụ cấp, đề bù giải phóng mặt bằng, chi các lĩnh vực khác... ảnh hưởng đến công tác lãnh đạo chỉ đạo thực hiện nhiệm vụ chính trị được giao, phức tạp chồng chéo trong chế độ chính sách làm cho tiến độ thực hiện dự toán, chất lượng việc thực hiện dự toán ngân sách.

Công tác phê duyệt dự án đầu tư, cấp giấy chứng nhận đầu tư hầu hết chưa được phân cấp cho địa phương, do cấp tỉnh thực hiện (trừ dự án quy mô nhỏ) cho nên việc thực hiện đầu tư thường mất nhiều thời gian, ảnh hưởng đến việc chậm giải ngân nguồn vốn đã được phân b

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, Xây dựng chiến lược quy hoạch cán bộ, đào tạo, bồi dưỡng cán bộ có phẩm chất, năng lực công tác; không để tình trạng cán bộ quản lý ngân sách vừa thiếu, vừa yếu trình độ chuyên môn; sắp xếp bố trí cán bộ phù hợp với chuyên môn được đào tạo và bổ nhiệm phó phòng Tài chính - Kế hoạch còn thiếu theo quy định, đồng thời có chính sách hỗ trợ nâng cao thu nhập cho cán bộ làm công tác tin học để họ chuyên tâm phục vụ công tác

Thứ hai, Cần ban hành các chế độ chính sách đặc thù nhằm ưu tiên phát triển, khuyến khích ngành, lĩnh vực, thực hiện các chương trình dự án thúc đẩy phát triển KTXH từ nguồn vốn ngân sách huyện. Tuy nhiên việc ban hành phải căn cứ khả năng ngân sách để cơ chế chính sách có tính khả thi, trở thành đòn bẩy khuyến khích, phát huy được các nguồn lực xã hội thúc đẩy phát triển KTXH trên địa bàn huyện.

Thứ ba, Tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho kế toán các đơn vị cách thức, nguyên tắc lập dự toán, thống nhất biểu mẫu dự toán, như vậy các đơn vị sẽ được xây dựng dự toán đầy đủ, biểu mẫu thống nhất, thời gian tổng hợp để xây dựng dự toán ngân sách huyện sẽ được rút ngắn. Đồng thời nâng cao nhận thức, trách nhiệm trong công tác lập dự toán, hạn chế việc xây dựng dự toán tràn lan không sát với yêu cầu nhiệm vụ chi của từng cơ quan, đơn vị.

Thứ tư, Quán triệt nguyên tắc chi ngân sách đã được ghi trong dự toán, đúng chế độ, tiêu chuẩn, định mức quy định; gắn trách nhiệm của các cơ quan đơn vị với kết quả quản lý, sử dụng NSNN khi triển khai thực hiện nhiệm vụ được giao; bố trí chi hợp lý, đảm bảo tăng cường hiệu lực và hiệu quả hoạt động Nhà nước của chính quyền cấp huyện.

Thứ năm, Tăng cường kỷ luật tài chính trong công tác lập báo cáo định kỳ và quyết toán ngân sách nhà nước. Các các phòng ban, đơn vị sự nghiệp thuộc huyện, UBND cấp xã thực hiện báo cáo quyết

toán ngân sách nhà nước đơn vị theo đúng chế độ, phải lập đúng theo mẫu biểu quy định, phản ánh đầy đủ các chỉ tiêu đã quy định, phải lập đúng kỳ hạn, nộp đúng thời hạn gửi phòng Tài chính - Kế Hoạch.

Thứ sáu, Tăng cường đầu tư và ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác quản lý chi ngân sách nhà nước của huyện. Trang bị các thiết bị và phần mềm tin học cho 100% kế toán các đơn vị sử dụng ngân sách và kế toán các xã thị trấn, đảm bảo cho việc ứng dụng các phần mềm kế toán, chương trình quản lý tài sản, phần mềm quản lý thu chi và quyết toán ngân sách huyện

Thứ bảy, Tăng cường lãnh đạo, giám sát, thanh tra, kiểm tra, xử lý, nhất là vai trò lãnh đạo của Đảng, giám sát của HĐND, Mặt trận tổ quốc và các đoàn thể nhân dân, nhằm tăng cường trật tự, kỷ cương tài chính, phòng chống tham nhũng, tham ô, lãng phí.

4. Kết luận

Thực hiện quản lý chi ngân sách trên địa bàn để tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh giữa các thành phần kinh tế; góp phần thúc đẩy việc tổ chức và sắp xếp lại sản xuất, tăng năng suất lao động, nâng cao hiệu quả kinh tế, tăng tích lũy. Thực hiện tốt công tác quản lý chi ngân sách sẽ phát huy được tiềm năng, lợi thế của huyện; khai thác tối đa các nguồn lực trên địa bàn huyện có hiệu quả; thu hút các nguồn vốn đầu tư phát triển, tạo nguồn thu ngân sách ngày càng lớn, bền vững hơn. Thông qua quản lý chi ngân sách để giúp cho huyện thực hiện tốt chức năng đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và hỗ trợ người nghèo, rút ngắn khoảng cách giữa người giàu và người nghèo, thực hiện các chính sách an sinh xã hội trên địa bàn./.

Tài liệu tham khảo

Đồng Thị Vân Hồng (2010), Giáo trình quản lý ngân sách nhà nước, Nhà xuất bản Lao Động.

Nguyễn Thị Ngọc Huyền và các tác giả (2015), Giáo trình quản lý học, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.

Dương Thị Bình Minh, năm (2005), “Sách chuyên khảo: Quản lý chi tiêu công ở Việt Nam - Thực trạng và giải pháp”.

UBND Huyện Định Quán, Báo cáo tổng kết thực hiện nhiệm vụ các năm từ năm 2018 đến năm 2021 và phương hướng nhiệm vụ giai đoạn 2022-2025”.

UBND Huyện Định Quán, Báo cáo tài chính các năm từ năm 2018 đến năm 2021

Ảnh hưởng của các nhân tố cơ bản và tiến bộ công nghệ đến tăng trưởng của Hãng hàng không Vietjet thông qua cấu trúc Hàm loga siêu việt

Bùi Duy Phú

Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Đại Nam

Việc đánh giá ảnh hưởng của các nhân tố đến sự phát triển nói chung và tăng trưởng kinh tế nói riêng cho một công ty, một hãng đã có nhiều công trình đề cập đến. Tuy nhiên việc sử dụng hàm loga siêu việt để nghiên cứu đòi hỏi phải tiếp cận nhiều vấn đề về cấu trúc và kiểm định. Bởi vậy trong bài báo này, tác giả mới chỉ tiếp cận đến việc có tồn tại hay không ảnh hưởng của tiến bộ công nghệ đến tăng trưởng kinh tế của Hãng hàng không Vietjet và ảnh hưởng đó như thế nào khi nó cùng với các yếu tố cơ bản là vốn và lao động tác động đến tăng trưởng.

1. Phương pháp luận về hàm sản xuất biên ngẫu nhiên và phân rã tăng trưởng

Trong mô hình hàm sản xuất biên ngẫu nhiên chúng ta giả thiết rằng các doanh nghiệp hoạt động dưới mức hiệu quả nhất vì nguyên nhân kỹ thuật, quản lý hoặc các nguyên nhân khác. Với giả thiết doanh nghiệp hoạt động chưa hiệu quả nên có thể cải thiện tăng năng suất nhờ cải thiện hiệu quả (TE) mà không cần có tiến bộ công nghệ (TC). Như vậy cách tiếp cận hàm sản xuất biên ngẫu nhiên có thể cho phép xác định cả thay đổi hiệu quả cũng như tiến bộ công nghệ có thể được định nghĩa như sau:

$$y_t = f(x;t) = f(x_j(t);t).exp(-u_t) \quad (1)$$

Trong đó y_t là đầu ra của doanh nghiệp ở thời kỳ t , $f(0)$ là hàm sản xuất biên, x là véc tơ đầu vào, t là khuynh hướng thời gian và được coi là biến xấp xỉ cho tiến bộ công nghệ, $u \geq 0$ là nhiễu phi kỹ thuật định hướng đầu ra và yếu tố này biến thiên theo thời gian. Lấy đạo hàm (1) theo thời gian thu được

$$\frac{d(\ln f(x;t))}{dt} = \frac{\partial \ln f(x;t)}{\partial t} + \sum_j (\frac{\partial \ln f(x;t)}{\partial x_j}) \times \frac{dx_j}{dt} \quad (2)$$

Số hạng thứ nhất và thứ hai ở vế phải trong phương trình (2) đo sự thay đổi của đầu ra trên sản lượng biến gây ra do thay đổi trong TC và trong đầu ra tương ứng. Theo định nghĩa độ co giãn của đầu vào j theo sản lượng là $\epsilon_j = \frac{\partial \ln f}{\partial \ln x_j}$

Thay thế giá trị này của x_j vào số hạng thứ 2 ta được $\sum_j \epsilon_j x'_j$ trong đó dấu chấm trên của biến x dùng để đo tốc độ thay đổi theo thời gian (đạo hàm theo thời gian của biến x). Khi đó phương trình (2) có thể viết lại như sau:

$$\frac{d(\ln f(x;t))}{dt} = TC + \sum_j \epsilon_j x'_j \quad (3)$$

Lấy đạo hàm theo loga của y theo t và kết hợp (3) thu được

$$y' = (d \ln f(x;t))/dt - du/dt = TC + \sum_j \epsilon_j x'_j - du/dt \quad (4)$$

Thay đổi tổng năng suất không chỉ bị ảnh hưởng bởi tiến bộ công nghệ TC và thay đổi đầu vào mà còn cả thay đổi trong phi hiệu quả kỹ thuật TC có thể dương (hoặc âm) nếu thay đổi kỹ thuật ngoại sinh là sự dịch chuyển đường biên lên trên (hoặc xuống dưới) với mức đầu vào đã biết. Để xem xét ảnh hưởng của tiến bộ công nghệ (TC) và thay đổi hiệu quả (TE), tăng trưởng năng suất nhân tố tổng hợp, người ta định nghĩa TFP là tăng trưởng sản lượng không được giải thích bởi tăng trưởng đầu vào dạng:

$$TFP = y' - \sum_j S_j x'_j \quad (5)$$

Trong đó S_j là phần chia trong chi phí đầu vào j . Nếu phi hiệu quả kỹ thuật không tồn tại theo thời gian (bất biến) thì sự phân rã trên ngụ ý rằng TFP hay phần dư Solow chính là tiến bộ công nghệ.

Chỉ định mô hình

Để thực hiện nghiên cứu thực nghiệm, mô hình được chỉ định dưới dạng hàm loga siêu việt:

$$\ln y_t = \alpha_0 + \sum_j \alpha_j \ln x_{jt} + \theta_1 t + 1/2 \theta_2 t^2 + 1/2 \sum_i \sum_j \beta_{ij} \ln x_{jt} \ln x_{it} + \sum_j \beta_j \ln x_{jt} + v_{jt} - u_t \quad (6)$$

Trong đó, y_t là sản lượng quan sát được, $x_t =$ là giá trị đầu vào, t là thời gian, sai số u sẽ giải thích cho sự lãng phí trong sản xuất do hoạt động phi hiệu quả kỹ thuật của doanh nghiệp. luôn lớn hơn hoặc bằng 0 và có phân phối đồng nhất ($\sim iidN(0; \sigma^2)$).

Gọi Y_t là giá trị tăng trưởng của doanh nghiệp (đơn vị: triệu đồng) tại thời điểm t , L_t là lực lượng lao động lao động (đơn vị: người), K_t là tổng tài sản của doanh nghiệp tại thời điểm t (đơn vị: triệu

đồng), t là đại diện cho biến xu thế, \ln là ký hiệu loga tự nhiên của các nhân tố. Khi đó hàm loga siêu việt có thể viết lại như sau:

$$\ln Y_t = \alpha_0 + \theta_1 t + 1/2\theta_2 t^2 + \alpha_1 \ln L_t + \alpha_2 \ln K_t + 1/2\beta_1 (\ln L_t)^2 + 1/2\beta_2 (\ln K_t)^2 + \beta_3 (\ln L_t)(\ln K_t) + \beta_4 (\ln L_t).t + \beta_5 (\ln K_t).t + (v_t - u_t) \quad (7)$$

Từ (7) cả tiến bộ công nghệ (TC) và hiệu quả kỹ thuật biến đổi theo thời gian (TE) đều có thể ước lượng được. Lưu ý rằng các tham số của hàm loga siêu việt cho phép tính được cả tiến bộ công nghệ (TC) phi trung tính. Tiến bộ công nghệ (TC) là trung tính nếu tất cả các hệ số β_j và θ_2 bằng 0. Phân phối của ảnh hưởng phi hiệu quả về kỹ thuật, u_t , được giả định dưới dạng phân phối chuẩn cụt $N(\mu; \sigma_\mu^2)$ (Theo Battese & Coelli, 1992)

Từ đó tiến bộ công nghệ được xác định bởi

$$TC = (\partial \ln f(x;t)) / \partial t = \theta_1 + \theta_2 t + \beta_4 (\ln L_t) + \beta_5 (\ln K_t) \quad (8)$$

Như vậy tiến bộ công nghệ cho một doanh nghiệp hoàn toàn có thể xác định nếu như ta ước lượng được hàm sản xuất.

3, Mô tả số liệu và các kết quả thực nghiệm

3.1 Mô tả số liệu

Để kiểm nghiệm cho vấn đề được đặt ra, chúng ta sử dụng những số liệu thu nhận được từ So sánh Báo cáo tài chính cho các công ty trên thị trường chứng khoán. Số liệu nhận được là số liệu cho hãng hàng không Vietjet. Chúng ta nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố chủ yếu đến sự phát triển của Hãng hàng không Vietjet bởi lẽ trong suốt thời gian vừa qua, Hãng Vietjet là một trong những doanh nghiệp có sự phát triển với tốc độ lớn và thu hút ngày càng khách hàng trong và ngoài nước.

Để phục vụ nghiên cứu, chúng ta xem xét sự tăng trưởng trên khía cạnh 2 nhân tố chủ đạo: đó là doanh thu, tổng tài sản và lực lượng lao động. Ngoài ra t được chỉ thị là biến xu thế. Những số liệu này được thu thập theo quý từ quý 1 năm 2015 đến quý 4 năm 2021.

Trước hết, từ các chuỗi số liệu thu nhận được, bằng công cụ tính toán, chúng ta thu được các chỉ số thống kê cơ bản như sau

Bảng 1 Những chỉ số thống kê cơ bản

	Y	K	L
Mean	15821485	26104942	3303.313
Median	6033621	25480323	3162.000
Maximum	2.73E+08	48620658	5468.000
Minimum	1473796	-9332200	975.000
Std. Dev	47150164	17056639	1604.257
Skewness	5.301163	-0.134161	0.003203
Kurtosis	29.42233	1.734697	1.490295
Jarque - bera	1080.732	2.230652	3.039031
Probability	0.0000	0.327808	0.218821
Sum	5.06E+08	8.35E+08	105706.00
Sum Sq. Dev	6.89E+16	9.02E+15	79782847
Observations	32	32	32

Kết quả cho thấy chuỗi số liệu vốn và lao động đều phân phối chuẩn, còn chuỗi số liệu doanh thu chưa phân phối chuẩn mà lệch nhiều về bên phải. Điều này cho thấy trong những năm gần đây, doanh số của Hãng Vietjet đã tăng trưởng rất lớn.

3.2 Kết quả thực nghiệm

Trước hết, bảo toàn dạng của (7), chúng ta ký hiệu $Y1 = \ln Y$, $K1 = \ln K$, $L1 = \ln L$, thực hiện hồi qui trên phần mềm EVIEWS 9.0, sau khi khắc phục khuyết tật tự tương quan, chúng ta thu được hàm thực nghiệm

$$Y1 = 293.03 + 7.6953*t + 0.0586*t^2 + 48.76*K1 + 2.7859*K1^2 - 193.722*L1 + 5.7013L1^2 - 19.3231*KL + 0.8113*K1*t - 2.9495*L1*t + [AR(1)=-0.08376]$$

SE (18.2)** (6.71) (0.012)* (12.56)* (1.12)* (172.31)
SE (1.56)* (24.13) (1.08) (2.803)

R² = 0,8718 F- Sta = 11,747 D-W Sta = 2,014 (9)
Ghi chú: *, **, *** chỉ mức ý nghĩa 1%, 5%, 10%

Trước khi đi phân tích kết quả hồi qui, chúng ta tiến hành thực hiện các kiểm định cần thiết khác.

Kiểm định về chỉ định dạng hàm

Bằng kiểm định Ramsey thu được $F Sta = 0,1206$; $Prob = 0,9053$. Điều đó bác bỏ giả thiết $H1$, thừa nhận $H0$. Như vậy dạng hàm nghiên cứu là chấp nhận được.

Kiểm định về tiến bộ công nghệ

Để xem xét tiến bộ công nghệ có ảnh hưởng đến tăng trưởng hay không, khi đó thực hiện kiểm định cho cặp giả thiết

$$(H0: \theta_1 = \theta_2 = \beta_4 = \beta_5 = 0)$$

$$(H1: \text{Có ít nhất 1 hệ số khác 0})$$

Bằng kiểm định về thu hẹp hàm hồi qui, chúng ta thu được $F Sta = 3,526$ với bậc tự do (4;32) thỏa mãn với mức ý nghĩa 5%. Điều này có nghĩa rằng tiến bộ công nghệ có ảnh hưởng đến tăng trưởng. Tuy nhiên từ kết quả của (9), các hệ số θ_1 ; β_4 ; β_5 có thể coi nhân giá trị 0. Khi đó từ phương trình (8) chúng ta thu được

$$TC = 2*\theta_2*t = 0,1172*t$$

Đây chính là hàm tiến bộ công nghệ mà chúng ta thu được từ kết quả hồi qui. Kết quả cho thấy xu thế tác động dương đến tiến bộ công nghệ và từ đó có ảnh hưởng lớn đến tăng trưởng.

Kiểm định về tính hợp lý

Phương pháp kiểm định: Sử dụng các giá trị của các tỷ số hợp lý thu được từ việc ước lượng các mô hình trên để kiểm định dạng hàm. Thống kê kiểm định là $LR(\lambda) = -2[L(H0) - L(H1)]$, trong đó $L(H0)$ là giá trị loga hợp lý trong mô hình được coi là giả thuyết gốc $H0$; và $L(H1)$ là giá trị loga của hàm hợp lý trong mô hình biên tổng quát và được gọi là giả thuyết đối $H1$. Kiểm định thống kê này có phân phối

xấp xỉ χ^2 hoặc χ^2 hỗn hợp với bậc tự do bằng chênh lệch giữa các tham số tương ứng trong giả thuyết gốc và giả thuyết đối mà thông thường là 1.

Kết quả hồi qui cho giá trị Log likelihood là -72,52, giá trị AIC = 5,3239, SC=5,864 cho thấy tính hợp lý mà mô hình đang xét

Kiểm định về khuyết tật tự tương quan

Để khắc phục khuyết tật tự tương quan, bằng cách sử dụng phương pháp lập Cochranr – Orcutt sau 13 bước lập thu được hệ số D -W Sta = 2,014 cho thấy phương trình hồi qui thu được không còn khuyết tật tự tương quan.

Ngoài ra khi thực hiện kiểm định khuyết tật phương sai sai số ngẫu nhiên thay đổi, đa công tuyến cho thấy không tồn tại trong mô hình.

Bằng việc loại bỏ những hệ số hồi qui không có ý nghĩa thống kê, chúng ta thu được một phương trình hồi qui tốt rút gọn như sau

$$Y1 = 293,03 + 0,0586*t2 + 48,76*K1 + 2,7859*K1^2 - 193,722*L1 + 5,7013L1^2 \quad (10)$$

4. Kết luận

Để nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đầu ra cơ bản và tiến bộ công nghệ đến đầu ra, tức là tăng trưởng kinh tế, chúng ta sử dụng cấu trúc hàm loga siêu việt để vận dụng cụ thể cho một doanh nghiệp có sự phát triển rất nhanh chóng trong nền kinh tế Việt Nam giai đoạn vừa qua, đó là Hãng hàng không Vietjet.

Từ kết quả tốt thu được cho thấy tiến bộ công nghệ là tồn tại và có ảnh hưởng lớn đến tăng trưởng của Hãng. Hệ số của vốn khá lớn cho thấy việc đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ hiện đại và máy móc, máy bay tiên tiến góp phần thúc đẩy nhanh chóng tăng trưởng.

Đặc biệt, với cấu trúc các biến đầu vào có mặt trong mô hình dưới dạng tam thức bậc hai cho thấy sự gia tăng đầu vào ảnh hưởng rất lớn tới tăng trưởng. Hơn nữa biến nhân lực lại có hệ số của dạng bậc nhất âm, hệ số của dạng bậc hai dương cho thấy đạo hàm tăng trưởng theo lao động dương là hàm đồng biến, tức là môi trường làm việc của Hãng vẫn là một môi trường hấp dẫn để thu hút nguồn nhân lực nhằm phát triển Hãng trong tương lai./.

Tài liệu tham khảo

Nguyễn Khắc Minh (2002), Các phương pháp phân tích & dự báo trong kinh tế, Nhà xuất bản Khoa Học và Kỹ thuật, Hà Nội.

Nguyễn Khắc Minh (2006), Ảnh hưởng của tiến bộ công nghệ đến tăng trưởng kinh tế, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.

Bùi Duy Phú (2013), Đánh giá sự cạnh tranh bằng tiến bộ công nghệ qua kiểm chứng mô hình tăng trưởng Solow, Hội thảo khoa học của Bộ môn Kinh tế, Học viện Ngân hàng: “Thực trạng và triển vọng nâng cao khả năng cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam sau sáu năm gia nhập WTO”, tháng 4

Charnes, A.; W. Cooper; and E., Rhodes, (1978). “Measuring the efficiency of decision making units “. European Journal of Operational Research vol.2, pp 429-444

Banker, R.D.; R.F. Charnes; and W. Cooper (1984). “Some Models for Estimating Technical and Scale Inefficiencies in Data Envelopment Analysis”. Management Science vol.30, pp. 1078-1092.

Land, K., C,A, K, Lowell and S, Thore (1984) , “ Chance constrained Data Envelopment Analysis “ Management and Decision Economics 14, 541-555,
So sánh báo cáo tài chính, https://www.cophieu68.vn/company_financial.php.

Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn tín dụng trong hộ nông dân tỉnh Thái Nguyên

Lê Thị Phương

Trương Thu Hương

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật, Đại học Thái Nguyên

Sử dụng hiệu quả vốn tín dụng cho phát triển nông nghiệp nông thôn là vấn đề rất quan trọng và cấp thiết, trong thời gian qua việc sử dụng vốn tín dụng của các hộ nông dân trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận, góp phần phát triển kinh tế và từng bước giảm nghèo. Nội dung bài báo đã phân tích thực trạng hiệu quả sử dụng vốn tín dụng của các hộ nông dân trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn tín dụng, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế nông nghiệp nông thôn và cải thiện đời sống nhân dân.

1. Đặt vấn đề

Bài toán vốn cho nông nghiệp và nông thôn đang đặt ra cho Chính phủ, các tổ chức tài chính những vấn đề cần có giải pháp tạo nguồn và sử dụng vốn có hiệu quả để tạo chuyển biến mạnh mẽ trong sản xuất nông nghiệp, kinh tế nông thôn và nâng cao đời sống nhân dân. Thực tế những năm qua cho thấy hệ thống tín dụng nông thôn đã cung cấp một lượng tín dụng đáng kể cho sản xuất nông nghiệp, nông thôn phát triển. Tuy nhiên, việc sử dụng vốn trong nông nghiệp đạt hiệu quả không cao dẫn đến sản xuất nông nghiệp còn nhiều yếu kém. Việc sử dụng nguồn vốn như thế nào để phù hợp với từng địa phương, từng hộ gia đình, và đầu tư như thế nào để cho đúng hướng, nhằm góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, để thực hiện mục tiêu xoá đói giảm nghèo, ổn định kinh tế chính trị xã hội nông thôn. Xuất phát từ thực tế trên việc nghiên cứu vấn đề “Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn tín dụng trong hộ nông dân tỉnh Thái Nguyên” có ý nghĩa lý luận và thực tiễn cấp bách.

2. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

2.1. Hiệu quả sử dụng vốn của toàn tỉnh Thái Nguyên

Quy mô sản xuất bao gồm vốn, lao động, đất đai có ảnh hưởng không nhỏ tới kết quả sản xuất. Tại Thái Nguyên với đặc thù là tỉnh trung du miền núi, các hộ nông dân nghèo vẫn còn sản xuất theo hướng tự cung tự cấp là chính, với trình độ dân trí còn hạn chế, trình độ sản xuất và quản lý kinh tế còn yếu kém nhất là các xã xa trung tâm huyện thì việc sử dụng các nguồn lực cho sản xuất như vốn, đất đai, lao động chưa đem lại hiệu quả cao.

Dựa vào kết quả tính toán các chi phí, tổng giá trị

sản xuất và thu nhập hỗn hợp, các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế được xác định qua bảng 1:

Bảng 1: Hiệu quả sử dụng vốn của các hộ điều tra

	GO/IC (lần)	VA/IC (lần)	MI/IC (lần)	Vốn vay/tổng CP (%)
Trồng trọt	1,37	0,37	0,41	64,78
Chăn nuôi	1,17	0,18	0,19	62,78
DV - NN	1,51	0,51	0,44	80,32
Tổng số	1,35	0,35	0,34	39,15

Nguồn: tính toán của tác giả dựa trên số liệu điều tra năm 2021

Kết quả tính được cho thấy tổng giá trị sản xuất trên chi phí trung gian bằng 1,35 lần. Điều này có nghĩa là cứ một đồng chi phí mà các hộ nông dân bỏ ra đầu tư vào sản xuất kinh doanh sẽ thu được 1,35 đồng. Chỉ tiêu này ngành dịch vụ - ngành nghề chiếm tỷ lệ cao nhất bằng 1,51 lần, tiếp đến là ngành trồng trọt 1,37 lần, thấp nhất là ngành chăn nuôi 1,17 lần.

Giá trị gia tăng trên chi phí trung gian bằng 0,35 lần. Điều đó có nghĩa là khi bỏ một đồng vốn đầu tư, các hộ nông dân đã tạo ra một giá trị mới là 0,35 đồng. Trong đó ngành dịch vụ là 0,51 lần, ngành trồng trọt 0,37 và chăn nuôi 0,18 lần trên một đồng chi phí.

Thu nhập hỗn hợp trên chi phí trung gian bằng 0,34 lần. Điều đó có nghĩa khi bỏ một đồng vốn đầu tư, các hộ nông dân đã thu được 0,34 đồng thu nhập hỗn hợp. Trong đó từ ngành dịch vụ - ngành nghề 0,44 lần, ngành trồng trọt là 0,41 lần, tiếp đến là ngành chăn nuôi 0,19 lần.

2.2. Hiệu quả sử dụng vốn của các hộ điều tra phân theo địa bàn nghiên cứu

Sau khi xem xét kết quả đầu tư tín dụng chung cho tất cả các hộ điều tra trong toàn tỉnh, chúng tôi tiến hành xem xét hiệu quả đầu tư vốn riêng cho từng địa bàn điều tra. Dựa vào kết quả sản xuất đã

tính được ta xác định hiệu quả sử dụng vốn của các huyện theo ngành sản xuất ở bảng 2 :

Bảng 2: Hiệu quả sử dụng vốn của các huyện theo ngành sản xuất

	GO/IC (lần)	VA/IC (lần)	MI/IC (lần)	Vốn vay/tổng chi phí (%)
1. Định Hoá				
- Trồng trọt	1,42	0,42	0,34	74,44
- Chăn nuôi	1,17	0,17	0,14	43,64
- Dịch vụ - Ngành nghề	1,53	0,53	0,37	79,68
2. Phú Lương				
- Trồng trọt	1,35	0,35	0,29	55,11
- Chăn nuôi	1,14	0,14	0,12	59,27
- Dịch vụ - Ngành nghề	1,59	0,60	0,51	78,57
3. Phú Bình				
- Trồng trọt	1,37	0,37	0,31	72,04
- Chăn nuôi	1,20	0,20	0,14	72,46
- Dịch vụ - Ngành nghề	1,38	0,38	0,26	82,95

Nguồn: tính toán của tác giả dựa trên số liệu điều tra năm 2021

Đối với huyện Phú Lương ngành dịch vụ phát triển nhất với tổng giá trị thu nhập trên chi phí vật chất cao nhất nên hiệu quả cao nhất là 1,59 lần. Vì vậy huyện cần tập trung phát triển ngành này để phục vụ phát triển trồng trọt và chăn nuôi. Tổng giá trị sản xuất của ngành trồng trọt là thấp nhất nên hiệu quả của ngành trồng trọt không cao chỉ đạt 1,35 lần. Ngành chăn nuôi thu được hiệu quả là 1,14 lần khi bỏ 1 đồng chi phí. Vì chủ yếu sản xuất nhỏ và tiết kiệm sản phẩm thừa trong trồng trọt và sinh hoạt hằng ngày nên khó tính được chi phí cụ thể của việc chăn nuôi.

Khác với huyện Phú Lương chuyên độc canh về cây chè và cây lúa thì huyện Định Hoá còn kết hợp với việc trồng hoa màu. Giá trị sản phẩm đạt cao nhất nên hiệu quả của ngành trồng trọt là 1,42 lần thu được trên một đồng chi phí. Đây là ngành có hiệu quả giá trị gia tăng, thu nhập hỗn hợp trên một đồng chi phí thấp chỉ sau ngành dịch vụ ngành nghề.

Các chỉ tiêu kinh tế của Phú Bình là tương đối thấp. Việc sản xuất của các hộ qua điều tra chủ yếu là tự cung tự cấp. Ngành trồng trọt phụ thuộc nhiều vào thiên nhiên. Hệ thống mương máng chưa đáp ứng được yêu cầu nên giá trị sản phẩm ngành nông nghiệp thu được hiệu quả tổng giá trị sản xuất 1,37 lần, thu nhập hỗn hợp là 0,31 lần so với chi phí. Ngành chăn nuôi đã được các hộ chú trọng đầu tư, đã có trang trại gà, lợn...do khó phục được kịp thời hoạt động của các trang trại và ngăn chặn kịp thời các bệnh nên hiệu quả sản xuất của ngành này là cao nhất trong 3 địa bàn nghiên cứu. Tổng thu nhập hỗn hợp của ngành này đạt 1,14 lần so với chi phí, bằng với Định Hoá và cao hơn Phú Lương. Ngành dịch vụ có phát triển nhưng chủ yếu là buôn bán tạp hoá nhỏ.

3. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn tín dụng

Một là: đối với huyện Phú Lương thế mạnh của huyện là dịch vụ - ngành nghề. Vì vậy huyện cần tập trung phát triển ngành này để phục vụ phát triển

trồng trọt và chăn nuôi. Để tìm đầu ra cho ngành trồng trọt cần phải có những cây con giống chất lượng cao chuyển giao đến tận tay người nông dân. Để thúc đẩy ngành chăn nuôi của huyện phát triển hơn nữa thì phải nhập những giống gia súc gia cầm chất lượng cao, mở rộng sản xuất bằng cách phát triển các trang trại gà, lợn, bò.

Hai là: đối với huyện Phú Bình cần tập trung nguồn lực để đẩy mạnh phát triển các ngành thế mạnh của vùng là chăn nuôi, nhất là chăn nuôi đại gia súc và ngành trồng trọt, nhất là trồng lúa, hoa màu...Hai ngành này phù hợp với điều kiện tự nhiên của vùng và kinh nghiệm của người dân địa phương. Đây là ngành mang tính phổ thông truyền thống, không đòi hỏi vốn lớn, rất phù hợp với đại bộ phận hộ nông dân nông thôn là hộ nghèo và hộ trung bình.

Ba là: đối với huyện Định Hoá nên tiếp tục duy trì sản xuất sản phẩm theo hướng hàng hoá, những sản phẩm mà hiện tại địa phương vẫn đang sản xuất, đồng thời nên thận trọng đưa thêm tỷ trọng đàn bò sữa vào trong cơ cấu đàn của ngành chăn nuôi. Tiếp tục đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu cây trồng để tăng vụ trồng trọt, tăng hệ số sử dụng đất, bởi vì Định Hoá là vùng có diện tích đất sản xuất nông nghiệp trên đầu lao động là tương đối thấp, người dân địa phương cũng nên có hướng học hỏi và tăng vụ thông qua sản xuất rau giống, vì thời gian cho mỗi vụ rau giống ngắn trong khi lao động của địa phương là thừa, địa phương nên mở rộng một số ngành nghề mới để giải quyết việc làm tại địa phương./.

Tài liệu tham khảo

Ngân hàng CSXH tỉnh Thái Nguyên, Báo cáo tình hình huy động và cho vay vốn của ngân hàng năm 2021.

Ngân hàng NN&PTNT tỉnh Thái Nguyên, Báo cáo tình hình huy động và cho vay vốn của ngân hàng năm 2021.

Lê Thị Phương (2019), Nâng cao chất lượng tín dụng cho vay hộ nghèo của các tổ chức tín dụng trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, Tạp chí Tài chính, Kỳ 2 tháng 5/2019.

NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.

Nguyễn Hữu Thu (2021), Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận tín dụng chính thức của hộ nghèo vùng núi cao tỉnh Thái Nguyên, Tạp chí Kinh tế - Châu Á Thái Bình Dương, Số 608, tháng 4/2022.

UBND tỉnh Thái Nguyên, Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2021.

Giải pháp nhằm hoàn thiện quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ: Kinh nghiệm của tỉnh Bắc Kạn

Đoàn Quang Huy

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

Hoàng Thị Hồng Chuyên

Ngân hàng Nhà nước – Chi nhánh tỉnh Bắc Kạn

Phạm Hoàng Linh

Khoa Kinh tế và Quản lý, Trường Đại học Thủy Lợi

Bài báo được xây dựng dựa trên kết quả nghiên cứu của đề tài khoa học mã số B2019-TNA-18 do Bộ Giáo dục và Đào tạo tài trợ.

Nông nghiệp hữu cơ là một trong những hướng đi chủ đạo của chiến lược phát triển nông nghiệp đã được Đảng và Nhà nước nhấn mạnh, chỉ rõ. Dựa trên kết quả nghiên cứu 398 hộ gia đình, doanh nghiệp và 180 cán bộ sở, ban, ngành, luận văn đã chỉ rõ thực trạng công tác quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn; chỉ rõ những ưu điểm và hạn chế trong công tác quản lý. Dựa trên kết quả phân tích thực trạng, tác giả đã đề xuất các giải pháp để hoàn thiện việc quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ tỉnh Bắc Kạn trong thời gian tới.

1. Đặt vấn đề

Trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn hiện đã từng bước hình thành và phát triển các mô hình nông nghiệp hữu cơ, trong đó có thể kể đến một số loại cây trồng chủ lực như cây chè, dược liệu, dong riềng,... Sự chuyển dịch này đã mở ra cho ngành nông nghiệp tỉnh Bắc Kạn hướng đi mới, với nhiều thách thức, nhưng cũng rất nhiều cơ hội về sản xuất, tiêu thụ, cũng như tạo thu nhập, việc làm cho người nông dân. Qua quá trình triển khai, tỉnh Bắc Kạn đã đạt được một số kết quả đáng khích lệ. Điều này đã từng bước góp phần thay đổi nhận thức của người tiêu dùng cũng như người sản xuất về tiềm năng phát triển, cũng như ưu thế vượt trội của sản xuất hữu cơ.

Tuy nhiên, quá trình phát triển sản xuất nông nghiệp hữu cơ tại địa phương vẫn còn tồn tại nhiều khó khăn, hạn chế như: Điều kiện cơ sở hạ tầng, kỹ thuật chưa đáp ứng được yêu cầu của sản xuất, sơ chế, bảo quản và tiêu thụ, diện tích và năng suất nông nghiệp hữu cơ không ổn định, chưa chiếm được lòng tin của người tiêu dùng, hệ thống cơ chế, chính sách thúc đẩy phát triển sản xuất và tiêu thụ nông nghiệp hữu cơ còn thiếu tính thực tiễn, không đi vào đời sống, chưa tìm được đầu ra cho người nông dân yên tâm sản xuất, các doanh nghiệp chưa mạnh dạn đầu tư cho sản xuất nông nghiệp hữu cơ,... Chính vì vậy, việc nghiên cứu giải pháp nhằm quản lý phát triển nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn là vô cùng quan trọng và cần thiết. Nghiên cứu này được xây dựng với hai mục tiêu chính: (i) Đánh giá thực trạng quản lý phát triển nông nghiệp trên

địa bàn tỉnh Bắc Kạn; (ii) Đề xuất các giải pháp để hoàn thiện công tác quản lý phát triển nông nghiệp cho tỉnh Bắc Kạn.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để có thể giải quyết được mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, tác giả đã tiến hành sử dụng cả phương pháp nghiên cứu thứ cấp và sơ cấp. Các dữ liệu thứ cấp được thu thập thông qua các báo cáo tổng kết và thống kê tổng hợp hàng năm của tỉnh Bắc Kạn, đặc biệt là của Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn.

Các số liệu sơ cấp được điều tra thông qua bảng hỏi gồm 02 đối tượng khảo sát chính (1) Doanh nghiệp, HTX, liên hiệp HTX, tổ hợp tác, chủ trang trại, hộ sản xuất, cá nhân, hộ gia đình; (2) Cán bộ quản lý nông nghiệp, cán bộ khuyến nông ở Sở NN và PTNT, Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành phố Bắc Kạn và các huyện. Hiện nay, đối với nhóm 1, tỉnh Bắc Kạn có 52 DN, 182 HTX, khoảng 57.000 hộ gia đình. Đối với nhóm 2, tỉnh Bắc Kạn hiện có 330 cán bộ quản lý nông nghiệp, cán bộ khuyến nông ở Sở NN&PTNT, Phòng NN&PTNT tp Bắc Kạn và các huyện. Áp dụng công thức chọn mẫu Slovin, tác giả đã tiến hành điều tra, khảo sát 398 hộ kinh doanh, doanh nghiệp và 181 cán bộ. Các tiêu chí được đánh giá dựa trên thang đo Likert 5 mức.

3. Kết quả nghiên cứu

* Thực trạng lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ đối với quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ

Trong giai đoạn 2018-2020, tỉnh Bắc Kạn đã xây dựng được nhiều đề án, dự án về phát triển nông nghiệp. Các dự án chủ yếu tập trung vào lĩnh vực trồng trọt (22/43 dự án là 51%); lĩnh vực thủy sản chiếm tỷ lệ nhỏ nhất (5/43 dự án là 12%).

Bảng 1. Đánh giá công tác lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ

Nội dung	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Công tác lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ đúng quy trình, nhiệm vụ được giao	3,36	Trung bình
Lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ phù hợp với các điều kiện thực tế	3,21	Trung bình
Các bản quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ đã ban hành cụ thể về địa điểm, thời gian, đối tượng, mức hỗ trợ...	3,74	Khá
Phối hợp trong xây dựng, góp ý của các sở, ban, ngành liên quan trong việc lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ	3,39	Trung bình
Sự phù hợp trong việc lập kế hoạch, đề án, dự án phát triển nông nghiệp hữu cơ được lồng ghép trong kế hoạch, đề án phát triển nông nghiệp theo hướng hàng hóa, sức cạnh tranh trên thị trường	2,46	Yếu

* Thực trạng công tác triển khai quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ đối với phát triển nông nghiệp hữu cơ trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn

Thực trạng công tác triển khai quy hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ của tỉnh Bắc Kạn được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 2. Đánh giá công tác triển khai thực hiện

Nội dung	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Có sự phân công, phối hợp thực hiện quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách hỗ trợ giữa các đơn vị	2,97	Trung bình
Công tác tuyên truyền, thông tin được thực hiện kịp thời qua các phương tiện thông tin đại chúng, website của Sở NN&PTNT	3,44	Khá
Tổ chức tập huấn triển khai chính sách, hướng dẫn kỹ thuật được thực hiện thường xuyên, kịp thời, có hiệu quả	3,00	Trung bình
Cán bộ khuyến nông thực hiện hướng dẫn người dân trồng trọt, chăn nuôi theo đúng quy trình kỹ thuật, theo đúng TCVN	2,93	Trung bình

Mức độ phù hợp của công tác quy hoạch, kế hoạch và chính sách trong thực tế được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 3. Đánh giá công tác quản lý nông nghiệp hữu cơ

Nội dung	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Cán bộ của Sở NN&PTNT, Phòng Nông nghiệp, Phòng Kinh tế thuộc UBND huyện kịp thời triển khai các cơ chế, chính sách mới, đồng thời hướng dẫn từng bước thực hiện cụ thể cho người dân	3,25	Trung bình
Các chính sách hỗ trợ, mô hình sản xuất phù hợp với quy mô sản xuất, loại sản phẩm và nhu cầu phát triển sản xuất trong tương lai	3,01	Trung bình
Ông/Bà nhận được sự tạo điều kiện tối đa từ các sở, ban, ngành trong quá trình nhận tiếp cận, nhận hỗ trợ từ chính sách	3,41	Khá
Cán bộ của Sở NN& PTNT tỉnh, Phòng Nông nghiệp, Phòng Kinh tế thuộc UBND huyện thường xuyên hướng dẫn người dân trồng trọt, chăn nuôi theo đúng quy trình kỹ thuật, theo đúng TCVN	2,99	Trung bình

* Công tác thanh tra, kiểm soát quản lý chất lượng và xuất xứ nông nghiệp hữu cơ

Đánh giá công tác thanh tra, kiểm tra việc quản lý chất lượng và xuất xứ nông nghiệp hữu cơ được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 4. Đánh giá công tác thanh tra, kiểm tra

Nội dung	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Kế hoạch thanh tra, kiểm tra được xây dựng hàng năm theo chức năng nhiệm vụ; thực hiện thanh kiểm tra đột xuất theo vụ việc	3,67	Khá
Kế hoạch thanh tra, kiểm tra đã cụ thể về thời gian, nội dung, đơn vị phối hợp thanh, kiểm tra, đơn vị được thanh, kiểm tra	3,40	Trung bình
Các cuộc thanh, kiểm tra được thực hiện đúng quy trình, kế hoạch	3,64	Khá
Đòi hỏi các vi phạm đã có hình thức phạt thích hợp, đúng pháp luật về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực nông nghiệp	3,11	Trung bình
Người thực hiện nhiệm vụ thanh, kiểm tra chịu trách nhiệm về kết quả thanh tra của mình	2,91	Trung bình

* Tổ chức sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm nhằm tiếp tục quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ

Kết quả hoạt động sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 5. Đánh giá công tác sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm

Nội dung	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Công tác sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm được tổ chức định kỳ, thường xuyên, đúng hạn	3,41	Khá
Các đơn vị, sở, ban ngành có phối hợp với Sở NN và PTNT trong công tác sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm	2,91	Trung bình
Sau khi sơ kết, rút kinh nghiệm, các nội dung tồn tại, hạn chế được khắc phục, điều chỉnh ngay	2,99	Trung bình
Nội dung tổng kết được lấy làm tiền đề, căn cứ cho việc lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, chính sách được xây dựng sau đó	3,42	Khá

* Đánh giá chung việc quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn

- Ưu điểm:

Công tác quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ tại tỉnh Bắc Kạn đã đạt được những kết quả như sau:

Thứ nhất, đã hình thành những mô hình sản xuất nông nghiệp hữu cơ, bước đầu đem lại hiệu quả kinh tế cho người dân, DN, HTX tham gia sản xuất.

Thứ hai, cơ chế, chính sách của Chính phủ và các Bộ ngành trung ương về phát triển nông nghiệp hữu cơ, nhìn chung đã được lãnh đạo tỉnh Bắc Kạn thực hiện một cách nghiêm túc, đầy đủ theo yêu cầu. Điều này góp phần tạo ra các hàng hoá có thương hiệu và sức cạnh tranh của tỉnh.

Thứ ba, việc lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, chính sách thực hiện đúng trình tự; cụ thể hóa về thời gian, địa điểm, sản phẩm, mô hình... Do đó, việc thực hiện được dễ dàng trong thực tế; dễ theo dõi, kiểm tra và rút kinh nghiệm.

Thứ tư, công tác triển khai cơ chế chính sách của Sở NN và PTNT tỉnh cơ bản là tốt thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, qua internet, thông qua các lớp tập huấn và hướng dẫn của cán bộ khuyến nông. Qua đó, giúp người dân, DN, HTX nắm bắt được thông tin về các cơ chế, chính sách và kỹ thuật trồng trọt, chăn nuôi. Từ đó, nâng cao hiệu quả sản xuất nông nghiệp hữu cơ.

Thứ năm, công tác thanh tra, kiểm tra được tiến hành định kỳ, thường xuyên, đúng quy trình.

Thứ sáu, công tác tổng kết, rút kinh nghiệm được thực hiện định kỳ, thường xuyên, đúng hạn. Sau khi sơ kết, rút kinh nghiệm, các nội dung tồn tại, hạn chế được Sở NN và PTNT tỉnh khắc phục, điều chỉnh ngay cho phù hợp với thực tế; các nội dung tổng kết được làm căn cứ cho việc lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, chính sách tiếp theo.

Thứ bảy, công tác phối hợp của các sở, ban, ngành và các đơn vị liên quan trong quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ về cơ bản là tốt. Sự phối hợp được thực hiện từ quá trình lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, chính sách đến triển khai thực hiện và sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm.

- Hạn chế

Mặc dù đã đạt được một số kết quả nhất định nhưng nhìn chung việc quản lý phát triển nông nghiệp hữu cơ còn khó khăn và hạn chế như sau:

Thứ nhất, việc lập quy hoạch, kế hoạch, chính sách hỗ trợ cho nông nghiệp hữu cơ chưa được ban hành bằng văn bản riêng, cụ thể cho đối tượng là các loại cây trồng, vật nuôi sản xuất theo hướng hữu cơ.

Thứ hai, chủng loại sản phẩm của các mô hình sản xuất cũng chưa đa dạng, chưa tương xứng với tiềm năng phát triển của địa phương. Hiện nay mới chỉ có cây rau, cây chè, cây cam quýt, cây hồng không hạt, dong riềng là được cấp chứng nhận ATTP, VietGAP, hữu cơ. Đây là hạn chế lớn bởi vì, nhu cầu của thị trường phong phú và thay đổi không ngừng. Các sản phẩm nông nghiệp hữu cơ tại tỉnh Bắc Kạn chưa đa dạng chứng tỏ năng lực cạnh tranh của các nhà sản xuất chưa được nâng cao, chưa đáp ứng sự thay đổi thường xuyên, liên tục của thị trường.

Thứ ba, việc sản xuất nông nghiệp hữu cơ có chi phí cao, giá bán tương đối cao so với thu nhập trung bình của người dân địa phương cũng như người dân trong nước. Số lượng tổ chức, cá nhân tham gia sản xuất nông nghiệp hữu cơ tại tỉnh Bắc Kạn còn ít, tuy có phát triển nhưng tốc độ còn chậm. Do đó, việc phát triển nông nghiệp hữu cơ rất khó khăn.

Thứ tư, công tác phối hợp giữa các sở ban ngành trong quản lý nông nghiệp còn một vài hạn chế như: một vài ý kiến tham gia vào dự thảo quy hoạch, đề án, chính sách chưa đi sâu góp ý vào nội dung quản lý, mà chỉ góp ý vào hình thức soạn thảo văn bản; hoặc có đơn vị không tham gia góp ý....

4. Giải pháp hoàn thiện quản lý nông nghiệp hữu cơ trên địa bàn tỉnh Bắc Kạn

Để có thể hoàn thiện công tác quản lý, tỉnh Bắc Kạn cần thực hiện những giải pháp sau:

Thứ nhất, Tỉnh Bắc Kạn cần thực hiện lập quy hoạch, kế hoạch, đề án, dự án, chính sách phát triển nông nghiệp hữu cơ nhằm đảm bảo cho nông nghiệp hữu cơ phát triển nhanh và bền vững. Phát triển vùng sản xuất nông nghiệp hữu cơ cần phải căn cứ vào lợi thế khu vực, các sản phẩm ưu thế và phù hợp với nhu cầu thị trường. Trên cơ sở đó, tỉnh sẽ tiến hành rà soát, quy hoạch, xây dựng các khu chuyên canh và các chính sách phù hợp để hỗ trợ. Bên cạnh đó, việc kêu gọi các doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất nông nghiệp hữu cơ là cực kỳ quan trọng và cần thiết. Cần nhận rộng mô hình điểm nông nghiệp hữu cơ.

Thứ hai, tăng cường tuyên truyền, triển khai các cơ chế chính sách, quy định về phát triển nông nghiệp hữu cơ. Tỉnh cần tổ chức các lớp tập huấn đến từng xã, phường; người tham gia tập huấn là

cán bộ khuyến nông, cán bộ quản lý nhà nước về nông nghiệp hoặc chuyên gia. Sở NN và PTNT tỉnh ký hợp đồng với các cơ sở đào tạo để tổ chức các lớp tập huấn cho người dân, DN, HTX. Triển khai hình thức tuyên truyền, phổ biến chính sách thông qua đài phát thanh, truyền hình địa phương để người dân kịp thời nắm được; đăng tải nội dung của các chính sách phát triển nông nghiệp hữu cơ cũng như kết quả đã và đang thực hiện lên trang điện tử để người dân có thể kịp thời nắm bắt và cập nhật.

Thứ ba, nâng cao hiệu quả việc tổ chức thực hiện quản lý nông nghiệp. Tỉnh cần xây dựng và nhân rộng mô hình điểm nông nghiệp hữu cơ. Tổ chức thêm nhiều hội nghị có sự tham gia của các Sở, ban ngành có liên quan để báo cáo tình hình thực hiện chính sách, những khó khăn mà người dân gặp phải ở khâu nào thì chỉ rõ cho từng đơn vị liên quan đó biết để kịp thời giải đáp những vướng mắc đó trong thời gian nhanh nhất. Thực hiện nghiêm túc việc sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện, nhằm phát huy những mặt đã đạt được, khắc phục khó khăn, vướng mắc, phát hiện những mặt chưa phù hợp thực tiễn để điều chỉnh kịp thời. Tỉnh cần tiến hành đa dạng hoá các hình thức tổ chức sản xuất nông nghiệp hữu cơ. Đồng thời, tích cực đẩy mạnh nghiên cứu khoa học, đặc biệt là chuyển giao công nghệ và hợp tác quốc tế trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp hữu cơ cả về vật tư đầu vào cũng như bao tiêu sản phẩm đầu ra.

Thứ tư, hoàn thiện công tác thanh tra, kiểm soát quản lý chất lượng và xuất xứ nông nghiệp hữu cơ. Bên cạnh hoạt động tăng cường thanh tra, kiểm tra, đặc biệt là giám sát việc cấp chứng nhận sản phẩm nông nghiệp hữu cơ. Thêm vào đó, tỉnh cần tăng cường công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực, nâng cao năng lực cho các cán bộ, công chức, cũng như người nông dân./.

Tài liệu tham khảo

Cục Thống kê tỉnh Bắc Kạn (2018, 2019, 2020, 2021), Niên giám thống kê tỉnh Bắc Kạn năm 2018, 2019, 2020, 2021, Nhà xuất bản Thống kê.

Sở NN và PTNT tỉnh Bắc Kạn (2016), Báo cáo phát triển nông nghiệp giai đoạn 2016-2020, tỉnh Bắc Kạn.

Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Bắc Kạn (2019), Kết quả thực hiện Kế hoạch phát triển nông, lâm nghiệp, thủy sản năm 2019 và triển khai Kế hoạch năm 2020, tỉnh Bắc Kạn.

Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Bắc Kạn (2020), Kết quả thực hiện Kế hoạch phát triển nông, lâm nghiệp, thủy sản năm 2020 và triển khai Kế hoạch năm 2021, tỉnh Bắc Kạn.

Chuỗi cung ứng bền vững trong bối cảnh hậu COVID-19

Vũ Lê Thùy Trang

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

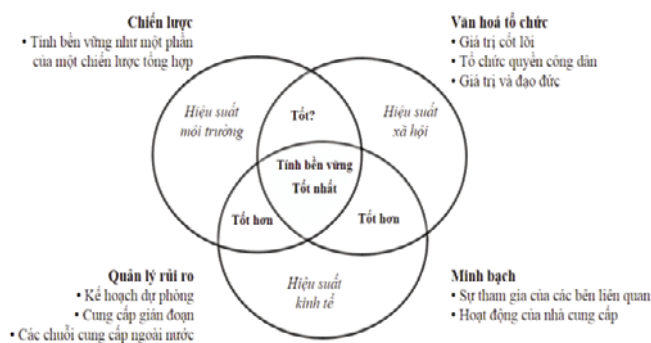
Khi COVID-19 bắt đầu xuất hiện trên thế giới, nó đã đe dọa nghiêm trọng tới sức khỏe và tính mạng của con người và đồng thời gây ảnh hưởng tới nền kinh tế toàn cầu. Trong giai đoạn 2020 đến những tháng cuối năm 2021, diễn biến dịch COVID-19 khá phức tạp làm cho chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt gãy và mất nhiều thời gian để phục hồi. Đặc biệt, đối với chuỗi cung ứng bền vững, việc hoàn thiện các hoạt động sản xuất tuân theo ba trụ cột bền vững trong bối cảnh dịch bệnh càng trở nên khó khăn hơn rất nhiều. Tuy nhiên, thế giới đã bắt đầu với một thời kì bình thường mới hậu COVID-19, nên chuỗi cung ứng bền vững đang cần được phục hồi và thúc đẩy mạnh mẽ hơn.

1. Cơ sở lý luận về chuỗi cung ứng bền vững

1.1. Chuỗi cung ứng bền vững

Tính bền vững đã được định nghĩa bởi khái niệm ba trụ cột bền vững gồm sự cân bằng về môi trường, xã hội và các khía cạnh kinh doanh khi quản lý chuỗi cung ứng. Một vấn đề chiến lược và cạnh tranh quan trọng đối với tính bền vững trong chuỗi cung ứng là sự xác nhận và xác minh rằng các quá trình, sản phẩm và hoạt động trong chuỗi cung ứng đáp ứng các tiêu chí và chứng nhận bền vững nhất định. Thuật ngữ bền vững, đề cập đến sự tích hợp các trách nhiệm xã hội, môi trường và kinh tế.

Các tài liệu cho thấy rằng tính bền vững của tổ chức, ở cấp độ rộng hơn, bao gồm ba thành phần: môi trường tự nhiên, xã hội và kết quả hoạt động kinh tế. Quan điểm này tương ứng với ý tưởng về ba điểm mấu chốt, một khái niệm được phát triển bởi Elkington (1998, 2004), đồng thời xem xét và cân bằng các mục tiêu kinh tế, môi trường và xã hội trên quan điểm kinh tế vi mô. Do đó, ba trụ cột bền vững gợi ý rằng ở điểm giao nhau giữa kết quả hoạt động xã hội, môi trường và kinh tế, có những hoạt động mà các tổ chức có thể tham gia không chỉ ảnh hưởng tích cực đến môi trường tự nhiên và xã hội, mà còn mang lại lợi ích kinh tế lâu dài và lợi thế cạnh tranh cho công ty (Carter & Easton, 2011).



Các khía cạnh kinh tế đề cập đến khả năng tài chính. Nó bao gồm các vấn đề về khả năng cạnh tranh, tạo việc làm, thị trường và lợi nhuận dài hạn. Bền vững kinh tế ngày càng được hiểu là việc tạo ra giá trị gia tăng theo nghĩa rộng hơn là kế toán tài chính thông thường.

Yếu tố môi trường tập trung vào tác động của một tổ chức đối với các hệ thống tự nhiên sống và không sống, bao gồm hệ sinh thái, đất, không khí và nước. Những trách nhiệm thuộc về môi trường liên quan đến việc tuân thủ tất cả các quy định hiện hành của chính phủ hoặc thậm chí các sáng kiến như tái chế hoặc tiết kiệm năng lượng (Luthra & Mangla, 2018). Nó liên quan đến cách tiếp cận toàn diện đối với hoạt động, sản phẩm và cơ sở vật chất của công ty bao gồm đánh giá các sản phẩm, quy trình và dịch vụ kinh doanh; loại bỏ chất thải và khí thải; tối đa hóa hiệu quả và năng suất của mọi tài sản và nguồn lực; và giảm thiểu các hoạt động có thể ảnh hưởng xấu đến việc sử dụng tài nguyên của hành tinh của các thế hệ tương lai (Carter & Easton, 2011)

Khía cạnh xã hội tập trung vào tác động của tổ chức đối với các hệ thống xã hội mà tổ chức hoạt động trong đó. Điểm mấu chốt của xã hội là bao gồm các vấn đề về sức khỏe cộng đồng, các vấn đề cộng đồng, tranh cãi công khai, kỹ năng và giáo dục, công bằng xã hội, an toàn nơi làm việc, điều kiện làm việc, quyền con người, cơ hội bình đẳng và quyền lao động.

1.2. Cú sốc Covid19

Có thể thấy rõ sự bất ổn về sự bền vững của chuỗi cung ứng trong bối cảnh dịch COVID-19. Các biện pháp ngăn chặn vi rút trên toàn cầu bao gồm việc đóng cửa các cơ sở kinh doanh không thiết yếu, các cuộc tụ họp công cộng nhỏ hơn, hoãn vô thời hạn các sự kiện thể thao, hủy bỏ các buổi hội nghị và yêu cầu người dân phải làm việc tại nhà. Do đó, hoạt

động và sự mong manh của chuỗi cung ứng càng bị đẩy lên cao trào trong cuộc khủng hoảng dịch bệnh. Việc thiếu hụt số lượng lớn giấy vệ sinh, khẩu trang và trang bị bảo hộ cá nhân (PPE) - đã trở thành những tin tức hàng ngày. Các chuỗi cung ứng toàn cầu đã chùn bước trong việc cung cấp hàng hóa cần thiết, vì chúng có thể dễ thấy và thiếu tính linh hoạt trong hoạt động. Cuộc khủng hoảng COVID-19 đã gây chấn động các chuỗi cung ứng. Các hoạt động xuất nhập khẩu sụt giảm khiến việc trao đổi hàng hóa cũng như vận chuyển, kho bãi trở. Chuỗi cung ứng bền vững vốn vừa được tiếp cận một cách mong manh lại gặp phải khó khăn lớn càng khiến cho chuỗi này càng trở nên khó thực hiện hơn nữa.

2. Thực trạng của chuỗi cung ứng bền vững trong Covid 19

Trong bối cảnh đại dịch, các nỗ lực bền vững môi trường có thể phải đối mặt với tác động ngược của khủng hoảng - nơi các hoạt động phục hồi của xã hội sẽ tập trung hoàn toàn vào tính bền vững kinh tế và xã hội. Các cuộc khủng hoảng trước đây cũng như trong cuộc khủng hoảng này đã làm chậm tăng trưởng kinh tế dẫn đến một số cải thiện về môi trường như giảm phát thải khí nhà kính.

Việc giãn cách xã hội trong thời kỳ dịch bệnh khiến các nhà máy trên thế giới đóng cửa, sự việc này may mắn thay lại có tác động tích cực đến môi trường. Hàng loạt nhà máy sản xuất đóng cửa tạm thời đồng nghĩa với lượng khí thải độc hại ra không khí bị giảm đi đáng kể. Tại Việt Nam, Tổng cục Môi trường (Bộ Tài nguyên và Môi trường) cho biết, so sánh kết quả chất lượng không khí tại các đô thị miền Bắc từ tháng 1-4/2020, trong đó có thời gian thực hiện cách ly xã hội cho thấy, sự thay đổi các hoạt động sản xuất, sinh hoạt của con người là nguyên nhân quan trọng làm thay đổi chất lượng không khí. Việc vận chuyển hàng hóa cũng giảm đi do chính sách giãn cách xã hội đã góp phần vào sự sụt giảm đáng kể khí carbon dioxide, methane, và lượng khí thải carbon monoxide. Tuy nhiên, dù Covid-19 tác động một cách tích cực cho môi trường nhưng chúng ta cũng không thể phủ nhận rằng môi trường vẫn đang phải chịu những tác động tiêu cực cũng chính từ đại dịch này (Cao & Zhang, 2010). Thực trạng là chất thải ra môi trường gia tăng làm ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí. Do việc sử dụng khẩu trang dùng một lần cao chưa từng có, một số lượng đáng kể khẩu trang đã bị vứt bỏ vào môi trường tự nhiên, làm tăng thêm gánh nặng rác thải nhựa trên toàn thế giới. Trong đại dịch COVID-19, nhu cầu sử dụng nhựa trong y tế đã tăng lên đáng kể ở một số quốc gia. Bên cạnh thiết bị bảo vệ

cá nhân như khẩu trang, găng tay, nước sát khuẩn, việc sử dụng nhựa tăng lên đáng kể do liên quan đến yêu cầu đóng gói và các mặt hàng sử dụng một lần.

Về mặt kinh tế, chuỗi cung ứng lúc này đột ngột đứt gãy do sự đóng cửa biên giới của nhiều nước trên thế giới đã gây ra sự hỗn loạn về dòng luân chuyển hàng hóa và nguyên vật liệu sản xuất (Carter & Easton, 2011). Tại Việt Nam, đại dịch nổ ra bất ngờ khiến cho con người chưa có sự chuẩn bị về việc lưu trữ nguyên vật liệu để có thể sản xuất đúng tiến độ trong khoảng thời gian này. Những chấn động kinh tế đã xảy ra với sự ngừng trệ của chuỗi cung ứng giữa các ngành - một số ngành không thiết yếu vẫn chưa phục hồi hoàn toàn. Không chỉ vậy, việc thực hiện nghiêm ngặt các quy định kiểm định dịch tễ, kiểm soát chặt chẽ lịch trình di chuyển dịch bệnh, làm cho việc vận chuyển hàng hóa chậm lại và kéo dài thời gian sản xuất đáng kể và gây thiệt hại về chi phí vận hành cho nhà sản xuất.

Về mặt xã hội, do sự bùng nổ dịch bệnh khiến nhiều nhà máy đóng cửa nên nhiều nhân công gặp tình trạng không có việc làm, hoặc phải làm việc tại nhà trong thời gian dài. Các chuẩn mực bền vững xã hội mới xuất hiện khi mọi người sống khác nhau - ví dụ, sự giãn cách xã hội đã dẫn đến việc làm việc tại nhà và ít gặp gỡ hơn (Sarkis et al., 2020).

3. Hàm ý và kiến nghị cho chuỗi cung ứng bền vững hậu COVID-19

Áp dụng tự động hóa để cải thiện tốc độ và độ chính xác của quá trình đưa ra quyết định

Thời kì hậu COVID-19 sẽ tạo ra nhiều tiềm năng mới cũng như những biện pháp thúc đẩy chuỗi cung ứng bền vững như hoạt động về công nghệ hay những đổi mới xã hội. Công nghệ sản xuất đang có xu hướng tự động hóa và các hệ thống trao đổi dữ liệu như trong Công nghiệp 4.0. Các nhà sản xuất đang sử dụng các công nghệ Công nghiệp 4.0 - hệ thống vật lý mạng (CPS), internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây và điện toán nhận thức - có thể bổ sung cho các quyết định của con người bằng các công nghệ có thể phân quyền ra quyết định. Những công nghệ này có thể đảm nhận những vai trò quan trọng trong dài hạn để đáp ứng với các hoạt động COVID-19.

Sử dụng công cụ để hiểu rõ hơn phân tích dữ liệu cần thiết cho chuỗi cung ứng.

Một thay đổi lớn có thể giúp ích cho chuỗi cung ứng bền vững chính là hành động tập thể về nhận thức dựa trên cơ sở dữ liệu. Hành động này có nghĩa là con người sẽ giải quyết các tình huống một cách hợp tác và sau đó điều chỉnh hành vi để ứng phó với

cuộc khủng hoảng COVID-19. Việc điều chỉnh hành vi có thể mang lại lợi ích cho sự bền vững. Các tổ chức và chuỗi cung ứng của họ yêu cầu nhiều dữ liệu hơn và kịp thời hơn trong và sau cuộc khủng hoảng; họ sẽ nội bộ hóa việc ra quyết định, phát triển các sáng kiến và chương trình mới để ứng phó với bất kỳ cuộc khủng hoảng sau này. Năng lực của các công ty sản xuất cần nâng cao tư duy bền vững - các cuộc khủng hoảng môi trường và xã hội sẽ xảy ra nhưng với thời gian và mức độ không chắc chắn. Việc có các hệ thống định hướng dữ liệu cần thiết - chẳng hạn như Big Data - có thể giúp các tổ chức ứng phó nhanh chóng với các cuộc khủng hoảng, đặc biệt là các cuộc khủng hoảng về môi trường và xã hội (Luthra & Mangla, 2018). Các công nghệ hợp tác như công nghệ blockchain cho phép chia sẻ thông tin một cách minh bạch, hợp lý, nhanh chóng, chính xác và rộng rãi. Việc tích hợp các hệ thống này với IoT và trí tuệ nhân tạo (AI) có thể thay đổi cách các nhà quản lý chuỗi cung ứng đưa ra quyết định và vận hành sau đó để ngăn chặn sự đứt gãy và tạo ra sự bền vững (Cao & Zhang, 2010). Biết các khả năng và năng lực của chuỗi cung ứng là rất quan trọng để xây dựng khả năng phục hồi. Các công ty và tổ chức có thể hoàn thành việc xác định hiệu quả các lỗ hổng bảo vệ môi trường và xã hội của chuỗi cung ứng bằng cách sử dụng tính minh bạch và khả năng truy xuất nguồn gốc của chuỗi khối, kết hợp với các công cụ phân tích dự đoán dữ liệu lớn - giúp xây dựng các khả năng và năng lực cần thiết.

Tăng khả năng sản xuất nội địa hóa

Cuộc khủng hoảng này cung cấp bằng chứng cho thấy các hệ thống bản địa hóa có nhiều khả năng trở nên mạnh mẽ và linh hoạt hơn so với chuỗi cung ứng toàn cầu. Nội địa hóa cũng rất quan trọng đối với tính bền vững của chuỗi cung ứng với môi trường. Sản xuất địa phương có nghĩa là đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của địa phương, nhưng với mức tiêu thụ năng lượng và tài nguyên thấp (Sharma et al., 2020). Để gia tăng sự bền vững của chuỗi cung ứng thời kỳ hậu COVID-19, các tổ chức cần đảm bảo thiết bị và vật liệu quan trọng thông qua sản xuất nhanh nhẹn hơn và hậu cần giao hàng nhanh chóng đến các điểm nóng có thể tương đương với việc cứu sống nhiều người hơn hoặc làm chậm sự lây lan của các trường hợp tiêu cực - mối quan tâm về tính bền vững của xã hội. Các công nghệ hệ thống sản xuất linh hoạt như sản xuất phụ gia và công nghệ robot có thể nội địa hóa khả năng sản xuất (Sarkis et al., 2020). Sản xuất phụ gia địa phương các bộ phận cho máy thở hoặc mặt nạ là những giải pháp quan trọng trong thời kỳ đại dịch. Các nhà máy thông minh với thông tin phân tán, sản xuất phụ gia và tích hợp công nghệ Công nghiệp 4.0

là một trong những giải pháp để xây dựng khả năng phục hồi và mạnh mẽ của chuỗi cung ứng bền vững thông qua nội địa hóa. Năng lực sản xuất nội địa hóa có thể hỗ trợ chuỗi cung ứng bền vững bằng cách chỉ sản xuất những gì cần thiết. Ít chất thải hơn, ít vận chuyển hơn và ít nhu cầu lưu kho hơn do chuỗi cung ứng ngắn hơn; mỗi bên đều có ý nghĩa chuỗi cung ứng bền vững. Có những lo ngại về tính bền vững với một số giải pháp được khuyến nghị để xây dựng khả năng phục hồi trong chuỗi cung ứng. Sự nhanh nhẹn trong mạng lưới cung ứng có thể sẽ đồng nghĩa với việc xây dựng năng lực và khả năng dư thừa./.

Tài liệu tham khảo

Carter, C. R., & Easton, P. L. (2011). Sustainable supply chain management: Evolution and future directions. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 41(1), 46-62.

Cao, M., & Zhang, Q. (2010). Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal Of Operations Management*, 29(3), 163-180.

Luthra, S., & Mangla, S. K. (2018). Evaluating challenges to Industry 4.0 initiatives for supply chain sustainability in emerging economies. *Process Safety and Environmental Protection*, 117, 168-179.

Sarkis, J., Cohen, M., Dewick, P., & Schröder, P. (2020). A brave new world: Lessons from the COVID-19 pandemic for transitioning to sustainable supply and production. *Resources, Conservation And Recycling*, 159, 104894.

Sharma, M., Luthra, S., Joshi, S., & Kumar, A. (2020). Developing a framework for enhancing survivability of sustainable supply chains during and post-COVID-19 pandemic. *International Journal Of Logistics Research And Applications*, 25(4-5), 433-453.

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho các hộ trồng cây trà hoa vàng tại huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh

Nguyễn Thị Thuý, Nguyễn Phương Thuý,
Nguyễn Thị Thuý, Trần Thị Mây, Nguyễn Thị Thương Huyền
Khoa Kinh tế, Trường Đại học Công nghiệp Quảng Ninh

Nâng cao hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm tối đa hoá lợi nhuận trong điều kiện tối thiểu hoá chi phí không chỉ là mong muốn của những nhà quản trị doanh nghiệp có tổ chức, mà ngay cả đối những với những cá nhân- những hộ dân tự bỏ vốn của mình ra để đầu tư vào các mô hình sản xuất. Huyện Ba Chẽ- tỉnh Quảng Ninh là một huyện vùng núi cao, là nơi được nhiều người biết đến với nhiều sản phẩm mang thương hiệu vùng miền đã được chứng nhận của OCOP, đặc biệt là các sản phẩm từ Trà hoa vàng. Tuy nhiên, hoạt động trồng và khai thác vẫn chưa đạt hiệu quả cao. Báo cáo nhóm tác giả nghiên cứu nhằm đưa ra một số giải pháp Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho các hộ trồng cây trà hoa vàng tại huyện Ba Chẽ- tỉnh Quảng Ninh

1. Sự cần thiết của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho các hộ trồng trà hoa vàng tại huyện Ba Chẽ- Quảng Ninh

Trà hoa vàng là lấy gỗ, làm cây trồng tầng dưới ở các đai rừng phòng hộ, trồng làm cảnh và làm đồ uống cao cấp, có tác dụng phòng và chống các bệnh huyết áp, tim mạch, tiểu đường, u bướu Nhận thức được cây trà hoa vàng có rất nhiều công dụng cả về mặt dược liệu, hoa cảnh hay sản xuất hàng hóa, mang lại nguồn lợi kinh tế lớn cho người trồng, tại Ba Chẽ Quảng Ninh rất nhiều hộ gia đình, cá nhân và cơ sở tư nhân đang đầu tư mạnh mẽ để phát triển loại cây này, không chỉ là cây trồng giúp xóa đói giảm nghèo, mà hiện nay cây trà hoa vàng còn được nhiều hộ nông dân lựa chọn là cây trồng làm giàu. Tại các xã trồng trà hoa vàng nhiều hộ gia đình các dân tộc Tày, Nùng, Dao... có thu nhập từ 100 - 150 triệu đồng/năm nhờ trồng cây trà hoa vàng.

2. Hiệu quả sản xuất kinh doanh của các hộ trồng trà tại huyện Ba Chẽ- Quảng Ninh

2.1. Hiệu quả về kinh tế

Bảng 1. Tình hình sản xuất trà hoa vàng tại huyện Ba Chẽ

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	So sánh %		
					2020/2019	2021/2020	BQ
Số hộ sản xuất	Hộ	1.098	1.233	1.539	112,3	124,82	118,39
Diện tích sản xuất	Ha	314,69	316,75	350	100,65	110,5	105,46
Năng suất bình quân	Tạ/ha	145	150	155	103,45	103,33	103,39
Thu nhập bình quân	Triệu đồng/hộ	42,3	45,4	51,2	107,33	112,78	110,02

(Nguồn: Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Ba Chẽ)

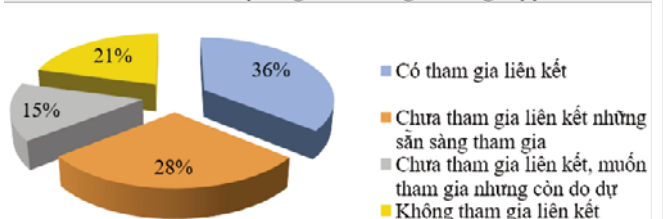
Qua bảng 1 ta thấy, số hộ sản xuất trà hoa vàng của huyện Ba Chẽ đã tăng qua các năm. Năm 2019 có 1.098 hộ, năm 2021 đạt 1.539 hộ, tốc độ tăng

bình quân đạt 18,39%. Tuy nhiên, diện tích sản xuất trong 3 năm vừa qua của huyện cũng tăng không đáng kể, từ 314,69 ha năm 2019, lên 350 ha năm 2021, tốc độ tăng bình quân đạt 5,46%. Năng suất bình quân tăng từ 145 tạ/ha lên 155 tạ/ha. Thu nhập bình quân hộ trồng trà tăng đáng kể từ 42,3 triệu đồng/hộ năm 2019, lên 51,2 triệu đồng/hộ năm 2021, tốc độ tăng bình quân đạt 10,02%. Như vậy, có thể thấy vai trò của cây trà trong phát triển kinh tế nông thôn của huyện. Đây là tiền đề để huyện tập trung vào phát triển cây trà trong thời gian tới.

2.2. Hiệu quả về xã hội

Phát triển vùng sản xuất trà hoa vàng quy mô 350 ha tạo việc làm và thu nhập ổn định từ 3.000-4.000 lao động nông thôn trong vùng trồng trà, quy hoạch của UBND huyện Ba Chẽ đến năm 2025 mở rộng quy mô trồng trà toàn huyện lên 550 ha, sẽ tạo việc làm cho khoảng 5.000 - 5.500 lao động nông thôn toàn huyện, qua đó góp phần tích cực vào xóa đói giảm nghèo, xây dựng nông thôn mới, thúc đẩy phát triển kinh tế nông nghiệp, tăng nguồn thu ngân sách địa phương và tạo nhiều sản phẩm cho xã hội.

Hình 1. Liên kết của các hộ trồng trà hoa vàng huyện Ba Chẽ



2.3. Phương pháp nghiên cứu các nhân tố tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của các hộ dân trồng cây trà hoa vàng trên địa bàn huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh

Phương pháp nghiên cứu được tác giả sử dụng bao gồm: phương pháp thống kê mô tả nhằm phân tích thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của các hộ dân sản xuất và kinh doanh trà hoa vàng của huyện Ba Chẽ tỉnh Quảng Ninh; phương pháp phân tích hồi qui đa biến thông qua hàm sản xuất Cobb-Douglas để phân tích ảnh hưởng của các yếu tố tới thu nhập của các hộ trồng và kinh doanh trà hoa vàng trên địa bàn huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh. Mô hình có dạng:

$$\ln THUNHAP = \ln A + b_1 \ln TUOI + b_2 \ln THANHVIEN + b_3 \ln VON + b_4 \ln HOCVAN + b_6 \ln GIOITINH + U$$

Bảng 2. Tổng hợp các biến trong mô hình

Tên biến	Giải thích nội dung biến	ĐVT	Dấu kỳ vọng
<i>Biến phụ thuộc</i>			
THUNHAP (Y)	Thu nhập từ sản xuất và kinh doanh trà hoa vàng của hộ tính cho 1 năm	Triệu đồng	
<i>Biến độc lập</i>			
TUOI (X ₁)	Được đo bằng tuổi của chủ hộ	Năm	+
THANHVIEN (X ₂)	Số lượng lao động của hộ được khảo sát	Người	+
VON (X ₃)	Được đo bằng tổng số tiền hiện có của hộ	Triệu đồng	+
HOCVAN (X ₄)	Được đo bằng số năm đi học của chủ hộ	Năm	+
GIOITINH (D1)	Nhận giá trị 1 nếu chủ hộ là nam và 0 nếu chủ hộ là nữ.		+

2.4. Kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới thu nhập của các hộ sản xuất và kinh doanh các sản phẩm từ cây trà hoa vàng của huyện Ba Chẽ tỉnh Quảng Ninh

Kết quả phân tích số liệu khảo sát 103 hộ sản xuất và kinh doanh trà hoa vàng tại huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh thông qua mô hình hồi qui Cobb-Douglas như sau:

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi qui các nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập của các hộ sản xuất và kinh doanh trà hoa vàng huyện Ba Chẽ

Biến số	Hệ số hồi qui chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi qui chuẩn hóa	Giá trị t	Ý nghĩa thống kê	Thống kê cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.140	1.713		.665	.508		
D1	.120	.205	.039	.583	.561	.945	1.058
lnX1	1.528	.390	.284	3.918	.000	.813	1.230
lnX2	.934	.150	.452	6.209	.000	.806	1.240
lnX3	.239	.058	.278	4.094	.000	.925	1.081
lnX4	1.632	.379	.286	4.304	.000	.968	1.033

* Adjusted R Square = 0.565
a. Dependent Variable: lnY

Dựa vào kết quả ước lượng mô hình hàm hồi qui, ta thấy 5 biến được đưa vào mô hình đều có ý nghĩa thống kê (các biến X1, X2, X3, X4 có Sig. < 0,05; các biến D1 có Sig. < 0,1). Trong nghiên cứu, các kiểm định KMO, Anova và kiểm định phương sai sai số phần dư thay đổi đều đảm bảo được thông qua.

Hệ số xác định R² hiệu chỉnh (Adjusted R Square) là 0.565 có ý nghĩa 56.5% thay đổi của thu nhập của các hộ sản xuất và kinh doanh cây trà hoa vàng của huyện Ba Chẽ tỉnh Quảng Ninh được giải

thích bởi các yếu tố: tuổi của chủ hộ, số lượng thành viên của hộ, số vốn của hộ, học vấn của chủ hộ, giới tính của chủ hộ, còn lại 43.5% là do các yếu tố khác.

Từ phân tích trên ta có mô hình hồi quy sau:

$$\ln Y = 1.14 + 1.528 \ln X_1 + 0.934 \ln X_2 + 0.239 \ln X_3 + 1.632 \ln X_4 + 0.120 D_1 + U_i$$

Mô hình hồi quy cho thấy:

Biến Tuổi của chủ hộ (X1) có hệ số +1.528 tức là khi các yếu tố khác không đổi, tuổi của chủ hộ tăng 1 tuổi thì thu nhập của hộ sẽ tăng 1.528 %.

Biến Số lượng thành viên của hộ (X2) có hệ số +0.934 nghĩa là khi các yếu tố khác không đổi, số thành viên của hộ tăng 1 người thì thu nhập của hộ từ sản xuất và kinh doanh các sản phẩm từ cây trà hoa vàng tăng lên 0.934%.

Biến Vốn của chủ hộ (X3) có hệ số +0.239 tức là khi các yếu tố khác không đổi, hộ có số vốn tăng thêm 1 triệu đồng thì thu nhập của hộ tăng 0.239%.

Biến Trình độ học vấn của hộ (X4) có hệ số +1.632 nghĩa là khi các yếu tố khác không đổi, số năm đi học của chủ hộ tăng 1 năm thì thu nhập của hộ tăng 1.632%.

Biến giới Giới tính của chủ hộ (D1) có hệ số +0.120 tức là khi các yếu tố khác không đổi, những hộ sản xuất và kinh doanh trà hoa vàng có chủ hộ là nam giới sẽ có thu nhập cao hơn những hộ có chủ hộ là nữ giới 0.120%.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho các hộ trồng trà hoa vàng của huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh

- Hỗ trợ về vốn sản xuất kịp thời cho các hộ trồng trà hoa vàng.

- Cần có chính sách thiết thực để phát triển yếu tố đầu vào đảm bảo giá cả ổn định để giảm nhẹ khoản chi phí đầu vào cho người dân trồng trà.

- Chính quyền địa phương cần có chính sách cụ thể trong mở rộng quy hoạch quỹ đất trồng trà

- Khuyến khích, hỗ trợ đầu tư khoa học công nghệ vào sản xuất và chế biến sản phẩm, đa dạng hóa các sản phẩm chế biến từ trà hoa vàng nhằm ổn định đầu ra cho sản phẩm.

- Nâng cao nhận thức cho bà con về liên kết trong sản xuất kinh doanh.

- Tăng cường đào tạo, tập huấn về kỹ thuật sản xuất cho nông hộ kết hợp với ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ.

- Ứng dụng về thương mại điện tử cho các hộ trồng trà hoa vàng để quảng bá hình ảnh nhằm mở rộng thị trường.

- Phát triển du lịch tham quan, du lịch sinh thái tại vùng trồng trà đồng thời bán các sản phẩm chế biến từ trà tại các khu này nhằm tăng thu nhập cho người dân trồng trà.

4. Kết luận

Trong những năm gần đây khi mà cây trà hoa vàng đem lại giá trị kinh tế cao người dân huyện Ba Chẽ đã giúp các hộ cải thiện được đời sống, các sản phẩm không chỉ còn tập trung trong huyện, tỉnh mà ngày càng mở rộng... Nhưng vẫn còn gặp một số khó khăn nhất định đó là tính bền vững của việc trồng cây trà hoa vàng vì thị trường còn nhiều bất ổn, giá cả đến tay người tiêu dùng còn cao dẫn đến khó khăn trong việc mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm... Do vậy cần phải đánh giá một cách chính xác và toàn diện hiệu quả sản xuất kinh doanh của các hộ trồng trà hoa vàng trên địa bàn huyện Ba Chẽ.

Từ vấn đề cấp thiết đó, tác giả nghiên cứu hiệu quả sản xuất và kinh doanh cây trà hoa vàng của các hộ trồng trà. Trong nghiên cứu của mình, tác giả đã hệ thống hóa lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh của các hộ trồng trà hoa vàng. Từ lý luận đó, tác giả nghiên cứu thực trạng về hiệu quả sản xuất kinh doanh của các hộ trồng trà hoa vàng trên địa bàn huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh. Nghiên cứu đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất của các hộ trồng trà hoa vàng trên địa bàn huyện Ba Chẽ. Đây là căn cứ chính xác để xác định những yếu tố nào có tác động mạnh đến hiệu quả từ đó đưa ra các biện pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho các hộ.

Với việc chỉ rõ thực trạng sản xuất, kinh doanh cũng như phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả. Tác giả đã chỉ ra được những kết quả đạt được, những nhược điểm và nguyên nhân của các nhược điểm này để từ đó đề xuất ra các giải pháp. Trong nghiên cứu này, tác giả đã đề xuất một số giải pháp về vốn sản xuất, yếu tố đầu vào, nhân lực hộ, quy mô sản xuất và chính sách. Với những đóng góp này, tác giả mong muốn hoạt động sản xuất kinh doanh của các hộ trồng trà hoa vàng trên địa bàn huyện Ba Chẽ ngày càng hiệu quả và bền vững./.

Tài liệu tham khảo

Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh (2021), Báo cáo tình hình nông nghiệp huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh

Nguyễn Trọng Hoài (2008), "Biến phụ thuộc bị giới hạn", Chương trình giảng dạy Kinh tế Fullbright, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh (2020), Báo cáo tình hình nông nghiệp huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh

Lê Lâm Bằng (2008), Đánh giá hiệu quả kinh tế sản xuất chè của hộ nông dân trên địa bàn huyện Văn Trấn- Yên Bái (2008)

Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh (2019), Báo cáo tình hình nông nghiệp huyện Ba Chẽ, tỉnh Quảng Ninh

Chế độ bản vị vàng Rub: kinh nghiệm...

Tiếp theo trang 70

Tài liệu tham khảo

Eichengreen, Barry (2019). Toàn cầu hóa tư bản: Lịch sử của hệ thống tiền tệ quốc tế (xuất bản lần thứ 3). Nhà xuất bản Đại học Princeton. trang 7, 79

Eichengreen, Barry; Esteves, Rui Pedro (2021), Fukao, Kyoji; Broadberry, Stephen (eds.), "International Finance", The Cambridge Economic History of the Modern World: Volume 2: 1870 to the Present, Cambridge University Press, vol. 2, trang 501-525

McGregor, Richard (2011-01-16). "Câu hỏi vai trò tương lai của đô la Mỹ". Thời báo tài chính.

al-'Amraawi, Muhammad; Al-Khammar al-

Baqqali; Ahmad Saabir; Al-Hussayn ibn Haashim; Abu Sayf Kharkhaash; Mubarak Sa'doun al-Mutawwa'; Malik Abu Hamza Sezgin; Abdassamad Clarke; Asadullah Yate (2001-07-01). "Tuyên bố về 'Ulama on the Gold Dinar"

Greenspan, Alan (tháng 7 năm 1966). "Vàng và Tự do Kinh tế". Người theo chủ nghĩa khách quan.

Appelbaum, Binyamin (2015-12-01). "Ngày xưa tốt đẹp của tiêu chuẩn vàng? Không thực sự, các nhà sử học nói". Thời báo New York.

"Thực hiện chính sách tiền tệ: Báo cáo của Ban dự trữ liên bang Căn cứ vào Đạo luật việc làm và tăng trưởng cân bằng năm 1978, PL 95-523 và Tình trạng nền kinh tế: Điều trần trước Tiểu ban về Chính sách tiền tệ trong nước và quốc tế của Ủy ban về Dịch vụ Tài chính và Ngân hàng, Hạ viện". Giám sát

Nghiên cứu tiêu dùng năng lượng trong đun nấu của các hộ gia đình Việt Nam

Đặng Thị Thu Hà

Viện Kinh tế và Quản lý, Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội

Năng lượng đóng vai trò rất quan trọng trong nền văn minh của con người. Năng lượng được sử dụng trong mọi mặt trong cuộc sống hàng ngày đặc biệt là trong việc sử dụng năng lượng để nấu ăn. Trước thực trạng về việc sử dụng năng lượng chưa được phù hợp, an toàn và tiết kiệm tác giả đã tiến hành khảo sát việc sử dụng năng lượng trong đun nấu của hơn 200 hộ gia đình Việt Nam để từ đó đề xuất các giải pháp sử dụng năng lượng an toàn, hiệu quả trong việc đun nấu.

1. Đặt vấn đề

Năng lượng giữ vai trò vô cùng quan trọng trong cuộc sống, tác động tới tất cả các lĩnh vực đời sống kinh tế - xã hội của con người. Vấn đề sử dụng năng lượng để đun nấu trong các hộ gia đình ở Việt Nam đã và đang thu hút nhiều sự quan tâm. Lượng năng lượng cần thiết để đáp ứng nhu cầu nhiệt cho nấu ăn hàng ngày của mỗi gia đình phụ thuộc vào mức sống, tình trạng kinh tế, khả năng tiếp cận của gia đình cũng như ý thức bảo vệ môi trường, tiết kiệm năng lượng của mỗi cá nhân. Để có được một bữa ăn ngon, nhanh chóng, tiết kiệm được thời gian, tiền bạc thì việc lựa chọn sử dụng loại bếp nào là khá quan trọng và góp phần đánh giá việc quản lý và sử dụng năng lượng trong chính căn nhà của mình.

Thực hiện khảo sát trên 205 hộ gia đình từ các vùng khác nhau như: thành phố, thị xã / thị trấn và nông thôn, tác giả cung cấp tổng quan về thực trạng sử dụng năng lượng trong đun nấu của các hộ gia đình tại Việt Nam. Từ đó có thể đưa ra các đề xuất giúp việc quản lý, sử dụng năng lượng trong đun nấu được tiết kiệm, hiệu quả và hợp lý hơn.

2. Mục tiêu khảo sát và các loại thông tin cần thu nhập

2.1 Mục tiêu khảo sát

Việc xác định mức tiêu thụ năng lượng và nhu cầu tiêu thụ năng lượng trong đun nấu của hộ gia đình một cách chính xác nhằm giúp chúng ta phân tích được những nguyên nhân tác động đến nhu cầu tiêu thụ năng lượng trong đun nấu. Từ đó, thuận lợi cho việc lên kế hoạch, định hướng dự báo nhu cầu năng lượng trong đun nấu đồng thời xây dựng được những chính sách tiết kiệm, đáp ứng nhu cầu sử dụng nguồn năng lượng một cách hợp lý trong tương lai.

2.2 Các loại thông tin cần thu thập

- Địa chỉ của người tham gia khảo sát;

- Nghề nghiệp của chủ hộ trong gia đình;
- Độ tuổi của chủ hộ trong gia đình;
- Số thành viên trong gia đình, kiểu hình nhà đang sinh sống;
- Thu nhập hàng tháng của gia đình;
- Loại bếp gia đình đang sử dụng, lý do vì sao sử dụng? Mức độ hài lòng với bếp đang sử dụng, lý do?
- Chi phí nhiên liệu tiêu tốn cho đun nấu trung bình hàng tháng?
- Số bữa ăn hàng ngày của gia đình;
- Những thiết bị điện cho đun nấu nào được gia đình sử dụng.

3. Kết quả khảo sát

- Kết quả 205 phiếu đã khảo sát như sau: Gia đình có chủ hộ là Sinh viên chiếm 16,6% (34 phiếu); Công nhân 5,4% (11 phiếu); Các ngành nghề kỹ thuật (kỹ sư, lập trình viên...) 5,4% (11 phiếu); Công chức 5,9% (12 phiếu); Giáo viên/Giảng viên 10,2% (21 phiếu); Lĩnh vực y tế 4,9% (10 phiếu); Nông dân 19,5% (40 phiếu); Nhân viên công ty 6,8% (14 phiếu); Thương nhân, tiểu thương 12,2% (25 phiếu); Cán bộ quản lý 2,4% (5 phiếu); Hưu trí 8,3% (17 phiếu); các ngành nghề khác 2,4% (5 phiếu).

Từ kết quả khảo sát thu thập được từ hơn 200 hộ gia đình ta nhận thấy có rất nhiều yếu tố tác động đến tình hình sử dụng năng lượng cho đun nấu ở Việt Nam:

- Khu vực sinh sống: Nhu cầu sử dụng năng lượng cho đun nấu ở thành phố và thị trấn tương đối nhiều hơn so với nông thôn. Khung giá điện ở thành phố đắt hơn thị trấn thị tứ và nông thôn. Mật độ dân cư ở thành phố đông hơn so với khu vực thị trấn thị tứ và nông thôn nên cũng làm cho việc lựa chọn loại bếp đun nấu khác nhau, ảnh hưởng đến định mức năng lượng tiêu thụ cho đun nấu. Hiện nay ở thành phố - thị trấn, đa số người dân sử dụng bếp gas và bếp từ bếp hồng ngoại, ngoài ra một số ít

sử dụng thêm bếp than trong đun nấu. Vùng nông thôn, các gia đình ít sử dụng bếp điện mà chủ yếu sử dụng bếp gas cùng những nhiên liệu từ tự nhiên như than, củi và kiềng. Ngoài ra ở nông thôn, còn một số nơi có tình trạng cắt điện diễn ra liên tục nên việc sử dụng bếp điện là lựa chọn chưa hợp lý.

- Nghề nghiệp của chủ hộ: Các ngành nghề của chủ hộ rất đa dạng và có tác động khác nhau tới loại bếp đun. Một người có nghề nghiệp chỉ phải làm việc trong khung giờ hành chính sẽ có thời gian nấu ăn tại nhà nhiều hơn là những người có công việc phải tăng ca, làm thêm giờ...Do đó :

- Công nhân, sinh viên, ... : Có xu hướng sử dụng bếp gas khá nhiều bởi mức độ tiện dụng, phù hợp với điều kiện sống, thời gian sinh hoạt, không cần không gian đun nấu rộng.

- Nông dân : Thường sử dụng bếp than, củi, gas bởi các dạng nhiên liệu này dễ sử dụng, dễ kiếm ở nông thôn và giá rẻ phù hợp với điều kiện nhu cầu. Hơn nữa các loại bếp than, củi cần không gian rộng và thời gian nhiều, nông dân thường có diện tích rộng, thoải mái, ...

- Công chức, cán bộ quản lý, kỹ sư, bác sĩ, ... : Thường chú trọng tới sức khỏe, độ an toàn nhiều hơn, không những vậy họ còn có nhu cầu sử dụng các loại bếp đun đẹp, sang trọng. Họ có xu hướng sử dụng bếp từ, bếp gas, bếp hồng ngoại.

- Hộ trí : thường sử dụng bếp gas bởi nó đơn giản dễ sử dụng, không phức tạp như bếp từ, bếp hồng ngoại.

- Độ tuổi của chủ hộ: Ta thấy độ tuổi của chủ hộ có tác động lớn tới nhu cầu sử dụng, lựa chọn bếp đun trong gia đình :

- Chủ hộ có độ tuổi từ 41-50 tuổi : 40% trong số họ thường sử dụng các loại bếp gas, bếp từ, ...

- Nhóm 18-40 tuổi : thường ít lựa chọn bếp than, củi ; bởi độ tuổi này, họ bận rộn, thời gian dành cho đun nấu không nhiều. Theo khảo sát họ sử dụng phần lớn bếp gas, bếp từ và một số ít sử dụng bếp hồng ngoại.

- Chủ hộ có độ tuổi lớn hơn 60 tuổi : sử dụng phần lớn bếp gas, một số ít có nhu cầu sử dụng bếp than, bếp từ.

- Số lượng thành viên, số bữa trong gia đình

Số lượng thành viên cũng tác động đến nhu cầu sử dụng năng lượng đun nấu. Gia đình càng nhiều người thì mức sử dụng lại càng tăng. Với cuộc sống hiện nay, gia đình đông người thường sẽ nấu ăn đầy đủ ba bữa chính hơn so với những người chỉ có một người. Số lượng bữa nấu càng nhiều thì lượng nhiên liệu tiêu tốn cho đun nấu càng nhiều.

- Thu nhập trung bình hàng tháng của gia đình

Thu nhập của các hộ gia đình ở thành phố thường cao hơn gấp khoảng 1.8 - 1.9 lần so với thu

nhập của gia đình ở nông thôn. Xu hướng các hộ gia đình sử dụng nhiều nhiên liệu chất lượng cao hơn (như điện và gas). Theo mức thu nhập của cuộc khảo sát, thu nhập của hầu hết các gia đình vào khoảng 10 - 30 triệu. Một số ít người có thu nhập thấp dưới 2 triệu và người có thu nhập cao trên 80 triệu. Cơ cấu sử dụng nhiên liệu của nhóm thu nhập cao và thu nhập thấp tương đối khác nhau. Các gia đình có thu nhập thấp thường sử dụng bếp củi, than, bếp gas bởi chúng rẻ, dễ kiếm, dễ sử dụng, và chi phí vận hành thấp. Những gia đình có thu nhập cao thường sử dụng bếp từ, bếp hồng ngoại có thời gian đun nấu nhanh, an toàn cho người sử dụng, hình thức đẹp, sang trọng, bắt mắt, tính thẩm mỹ cao.

- Kiểu nhà của chủ hộ: Kiểu nhà có ảnh hưởng rất lớn tới loại bếp sử dụng trong gia đình. Theo kết quả khảo sát, đa số các gia đình sống trong nhà hai tầng trở lên. Với kiểu nhà này, gia chủ có nhiều lựa chọn và thường sử dụng bếp gas, bếp than ; bởi các loại bếp này rất dễ sử dụng, giá rẻ. Đối với, nhà chung cư, vấn đề an toàn là quan trọng, nên bếp từ được sử dụng nhiều nhất. Hiện nay nhiều chung cư còn bắt buộc các hộ phải sử dụng các loại bếp điện để đun nấu, ngoài ra nó còn mang tính thẩm mỹ.

Đa số các gia đình đều hài lòng với loại bếp đun mà họ đang sử dụng chiếm khoảng 90.2% bởi :

- Chi phí vận hành, sử dụng phù hợp với điều kiện của gia đình ;

- Sự an toàn, tiện lợi và dễ sử dụng, dễ tìm kiếm, thay thế trên thị trường ;

- Hiệu suất cao, tiết kiệm thời gian đun nấu ;

- Sang trọng, có tính thẩm mỹ cao, dễ vệ sinh ;

- Tiết kiệm năng lượng, bảo vệ môi trường và an toàn với sức khỏe.

Một số ít gia đình không hài lòng với bếp đang sử dụng bởi :

-Chi phí không phù hợp với điều kiện gia đình : cao hơn ;

- Không đảm bảo an toàn : Dễ gây cháy nổ, ảnh hưởng sức khỏe ;

- Sự bất tiện : Khó di chuyển, khó vệ sinh;

- Tiêu hao nhiên liệu : Không tiết kiệm năng lượng

- Thời gian đun nấu không phù hợp: tốn thời gian

- Không thân thiện với môi trường.

Khi được hỏi về khả năng thay thế một loại bếp khác, hầu hết những người đang sử dụng các loại bếp truyền thống đều lựa chọn thay thế. Đa số mọi người đều cho rằng việc sử dụng những loại bếp truyền thống gây nên ô nhiễm nặng nề, ảnh hưởng đến sức khỏe của chính mình, hiệu suất đun nấu không cao và không tiết kiệm năng lượng. Ngoài ra về mặt an toàn bếp điện cũng đáp ứng được những nhược điểm mà các bếp khác gây nên. Đây là những

lý do chiếm tỷ trọng cao được chọn bởi những người khảo sát.

Xét về chi phí nhiên liệu tiêu tốn cho bếp đun nấu trung bình hàng tháng của mỗi gia đình :

- Chi phí nhiên liệu cho đun nấu từ 200 000 đến 500 000 VND chiếm tỷ trọng lớn trong các hộ gia đình nghiên cứu với 49.3%. Đây là mức chi phí phổ biến của các gia đình hiện nay dành cho đun nấu.

- Chi phí nhiên liệu cho đun nấu lớn hơn 6 000 000 VND chiếm tỷ trọng nhỏ nhất khoảng 1% thường đối với các hộ gia đình kinh doanh, buôn bán thường xuyên đun nấu

Xét về tháng trong năm tiêu tốn nhiều chi phí nhiên liệu cho đun nấu nhất :

- Tháng 2 và tháng 12 là hai tháng có lượng tiêu thụ nhiều chi phí nhất bởi hai tháng này gồm tháng đầu năm (Tết âm lịch) và cuối năm dương lịch, các gia đình thường đun nấu nhiều cho những ngày lễ, tết.

- Ngoài ra, còn tùy thuộc vào tùy từng gia đình, mỗi gia đình đều có những công việc gia đình riêng cần tới đun nấu nhiều.

Xét về chi phí nhiên liệu cho đun nấu tháng cao nhất trong năm :

Chi phí nhiên liệu cho đun nấu tháng cao nhất trong năm trong khoảng 400 000 VND cao hơn chi phí các tháng còn lại.

Một số thiết bị điện khác trong đun nấu được sử dụng phổ biến trong các gia đình : Nồi cơm điện, ấm siêu tốc, lò vi sóng, lò nướng, nồi chiên không dầu, ...

4. Đề xuất và kiến nghị

- Đối với việc lựa chọn loại bếp đun: nên lựa chọn loại bếp đun phù hợp với nhu cầu.

Bếp dùng để đun nấu thức ăn, được sử dụng thường xuyên, liên tục ở hầu hết các gia đình người Việt nên cần cân nhắc để lựa chọn loại bếp tiết kiệm năng lượng. Mỗi một gia đình tiết kiệm được một lượng nhỏ năng lượng khi đun nấu sẽ giúp xã hội tiết kiệm được lượng lớn năng lượng và giảm phát thải khí nhà kính.

Các loại bếp đun truyền thống như than, củi, rơm, có những nhược điểm rất lớn như hiệu suất không cao, tiêu tốn nhiều năng lượng, không thân thiện với môi trường, không có tính thẩm mỹ cần được thay thế bằng các loại bếp hiện đại hơn như bếp gas, bếp từ. Chọn mua và sử dụng bếp gas sẽ thuận tiện đối với những gia đình không muốn đầu tư quá nhiều tiền vào bếp và nồi chảo một lần. Đồng thời dễ sử dụng đối với người lớn tuổi do không có quá nhiều chức năng cũng như công nghệ cao, và muốn nấu nhiều món ăn từ đơn giản tới phức tạp. Bếp gas còn thích hợp sử dụng ở các gia đình nông thôn, hoặc những vùng hay mất điện, điện không ổn định.

Trong khi đó, bếp từ tiết kiệm thời gian nấu ăn, nhưng cần thêm chi phí mua nồi chảo và giá thành cũng cao hơn bếp ga. Bếp từ không thích hợp cho những gia đình ở nông thôn vì nguồn điện không ổn định. Bếp từ sẽ phù hợp cho những gia đình bận rộn, muốn đầu tư một loại bếp an toàn và dễ vệ sinh, ít nấu nướng phức tạp. Bên cạnh đó, đối với những gia đình có trẻ nhỏ chúng ta nên trang bị bếp từ để sử dụng bởi hầu hết các loại bếp từ hiện nay có chế độ “khóa trẻ em” để đảm bảo an toàn cho trẻ nhỏ, giúp người lớn an tâm hơn.

- Đối với việc quản lý và sử dụng năng lượng trong đun nấu:

Tắt các loại bếp khi không sử dụng một cách cẩn thận. Đối với bếp gas cần vặn khóa gas sau khi sử dụng, để tránh rò rỉ gas gây lãng phí và nghiêm trọng hơn là cháy nổ. Đối với các loại bếp từ, bếp hồng ngoại nên đợi từ 2-3 phút để lượng nhiệt của bếp bị mất đi và bếp tắt hẳn; rồi sau đó mới rút dây cắm ra.

Thường xuyên vệ sinh bếp để đảm bảo chất lượng đun nấu, có thể sử dụng thêm máy hút khói để tránh khói bụi bám nhiều lên bếp; thường xuyên vệ sinh cũng nhằm giúp bếp luôn hoạt động tốt, không bị han gỉ, và hỏng các bộ phận bên trong bếp.

Lựa chọn loại nồi phù hợp với từng loại bếp, cần lưu ý đối với việc lựa chọn nồi cho bếp từ.

Cần bảo trì và bảo dưỡng các thiết bị đun nấu trong bếp một cách thường xuyên.

Có thể sử dụng thêm một số loại nồi chuyên dụng (nồi áp suất...) nhằm tiết kiệm năng lượng.

Sử dụng các loại nồi có diện tích tiếp xúc phù hợp với bếp để tăng hiệu quả đun nấu.

Tài liệu tham khảo

Trần Văn Bình, Nguyễn Hoàng Lan, 2021. Giáo trình “Quản lý sử dụng năng lượng”. NXB Đại học Kinh tế quốc dân

Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 432/QĐ-TTg ngày 12/4/2012 phê duyệt Chiến lược Phát triển bền vững Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020;

Bộ Công Thương (2012), Thông tư số 07/2012/TT-BCT về dán nhãn năng lượng chi các phương tiện và thiết bị sử dụng năng lượng...

Phạm Thanh Bình (2016), Phát triển bền vững ở Việt Nam: Tiêu chí đánh giá và định hướng phát triển, Tạp chí Tài chính;

Năng lực của doanh nhân và sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập

Nguyễn Thị Vân Anh

Trường Đại học Điện lực

Bài báo nghiên cứu và đánh giá sự ảnh hưởng của năng lực kinh doanh với sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong bối cảnh hội nhập tại Việt Nam. Bài báo này kết hợp hai lý thuyết, lý thuyết về sự phụ thuộc tài nguyên (RDT) và lý thuyết dựa vào nguồn lực (RBV) để giải thích mô hình nghiên cứu, trong đó RDT gợi ý rằng các doanh nghiệp phải phụ thuộc vào các bên bên ngoài (nhà cung cấp và khách hàng) cho sự sống còn của họ. Từ đó, góp phần kiến thức hiện có trong năng lực kinh doanh, tích hợp bên ngoài và thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam.

1. Mở đầu

DNNVV Việt Nam hầu hết là DNV, DNN và siêu nhỏ, hoạt động kinh doanh tập trung vào thị trường nội địa. Giai đoạn 2016-2018 là "thời kỳ phát triển mạnh mẽ nhất của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong lịch sử tại Việt Nam", với số lượng và quy mô doanh nghiệp thành lập mới liên tiếp đạt mức kỷ lục. Trung bình mỗi năm có gần 123.000 doanh nghiệp gia nhập thị trường với số vốn đăng ký đạt khoảng 1,2 triệu tỷ đồng, tăng 49,3% về số lượng và 156% về số vốn so với giai đoạn 3 năm trước đó.

Mặc dù năm 2018 là năm có bối cảnh kinh tế chậm lại và diễn biến nhiều yếu tố khó lường. Thương mại toàn cầu tăng trưởng chậm hơn dự báo, chiến tranh thương mại Mỹ- Trung ngày càng phức tạp, tuy vậy, trong giai đoạn 2018-2019, DNNVV chiếm hơn 90% tổng số doanh nghiệp trong cả nước, đặc biệt, tỷ trọng doanh nghiệp NVV hoạt động trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ là chủ yếu. Năm 2020-2022, mặc dù do ảnh hưởng bởi đại dịch Covid với một số lượng doanh nghiệp giải thể và đóng cửa, tuy nhiên, số lượng DNNVV vẫn chiếm tỷ trọng rất lớn tại Việt Nam và đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1 Doanh nhân và năng lực doanh nhân

Nhiều nghiên cứu đã nêu bật vai trò của chủ doanh nghiệp đối với sự thành công trong kinh doanh của các DNVVN. Doanh nhân là một cá nhân phát triển doanh nghiệp thông qua các hoạt động sáng tạo và cải tiến, bằng cách giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ mới bằng cách cải tiến các phương pháp sản xuất hoặc dịch vụ hiện có. Như vậy, năng lực của các doanh nhân làm cho một doanh nghiệp thành công hơn, liên quan đến hiệu quả của doanh nghiệp và có thể tạo ra các lợi thế cạnh tranh nhất

định (Man và cộng sự, 2002). Bên cạnh đó, việc tích hợp khách hàng là quan trọng trong đề cập đến các phản hồi tức thời để đáp ứng nhu cầu và yêu cầu của khách hàng, đặc biệt với ngành thương mại và dịch vụ đối với bất kỳ nền kinh tế nào. Do đó, đối với sự thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, vai trò của hội nhập bên ngoài là cần thiết và quan trọng vì có thể cung cấp thông tin có giá trị về xu hướng của sản phẩm hoặc dịch vụ và sở thích của khách hàng cũng như nhu cầu của họ đối với các doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh.

2.2 Rủi ro Tài nguyên (RBV) và Năng lực Doanh nhân

Lý thuyết RBV cho rằng, doanh nghiệp có nguồn tài nguyên có giá trị, không thể bắt chước sẽ tạo ra được lợi thế cạnh tranh và khác biệt đối với các đối thủ cạnh tranh (Barney, 1991). Không thể phủ nhận rằng, năng lực của doanh nghiệp và giá trị của nguồn nhân lực là tài sản vô hình của các công ty, đặc biệt các kỹ năng, kiến thức và khả năng có giá trị của doanh nhân có thể sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp.

Năng lực kinh doanh là một phạm trù khái niệm được đề cập đến trong nhiều nghiên cứu, gắn liền với năng lực của doanh nhân. Các nhà nghiên cứu ban đầu đã phân loại doanh nhân thông qua đặc điểm và đặc tính riêng biệt của họ. Tuy vậy, nghiên cứu về kinh doanh tập trung nhiều hơn vào các lý thuyết về năng lực và định nghĩa năng lực doanh nhân là yếu tố năng lực được sở hữu bởi các cá nhân, là phương tiện để khởi nghiệp doanh nghiệp và sau đó tăng giá trị thông qua tổ chức và cơ hội tài nguyên (Bird, 1995).

2.3 Khái niệm về thành công trong kinh doanh

Thành công là một khái niệm được định nghĩa bằng nhiều cách và các thước đo khác nhau. Một số nghiên cứu đo lường sự thành công bằng các chỉ số tài chính, một số khác nghiên cứu và đo lường sự

thành công bằng các chỉ số phi tài chính. Điều này đã tạo thành sự không nhất quán trong việc đưa ra các thước đo cho sự thành công. Sự thành công thể hiện ở tạo ra lợi nhuận và thể hiện một mức tăng trưởng thể hiện ở doanh thu của họ. Do đó, nghiên cứu này cũng xem xét sự thành công của doanh nghiệp bao gồm các chỉ số về tài chính cũng như phi tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong đề xuất mô hình nghiên cứu.

2.4 Năng lực doanh nhân và thành công trong kinh doanh

Sự thành công của doanh nghiệp gắn liền với nhân lực, đặc biệt là doanh nhân. Doanh nhân với những kỹ năng, khả năng đặc biệt sẽ tạo ra kết quả kinh doanh, lợi nhuận và sự tăng trưởng cho doanh nghiệp. Bird (1995) đã nhận định năng lực cạnh tranh và hành động của doanh nghiệp sẽ góp phần tác động vào kết quả thông qua đầu tư mạo hiểm hay kỹ năng của các doanh nhân tiếp tục thay đổi khi công ty chuyển từ giai đoạn phát triển này sang giai đoạn phát triển khác. Điều này thể hiện qua trường hợp các doanh nhân tìm kiếm cơ hội tốt hơn cho các liên doanh của họ với năng lực của các doanh nhân liên quan đến việc xây dựng chiến lược liên doanh phù hợp hơn với doanh nghiệp của họ. Những phẩm chất cá nhân, sự tự tin, khả năng lãnh đạo, khả năng sáng tạo và khả năng tiếp nhận rủi ro rất cần thiết cho sự thành công của doanh nhân (Martin & Staines, 1994).

2.5 Tên Năng lực doanh nhân

Các doanh nhân thường là nhà khởi nghiệp và sáng tạo, thường phải thực hiện các nhiệm vụ khác nhau và khó khăn hơn các nhà quản lý của tổ chức. Vì vậy, các nghiên cứu cần hiểu rõ từng chi tiết của từng năng lực để hiểu các hành vi liên quan với từng năng lực cụ thể.

- Năng lực chiến lược (Strategic Competency) thể hiện một doanh nhân là người định hướng mọi hoạt động của toàn bộ doanh nghiệp, năng lực này liên quan đến việc thiết lập, đánh giá và thực hiện các chiến lược cho công ty. Năng lực này thể hiện tầm nhìn và xây dựng mục tiêu rõ ràng, ứng dụng chiến lược kinh doanh một cách hợp lý và liên quan đến khả năng lập kế hoạch chiến lược, đánh giá và thực thi chiến lược cho doanh nghiệp.

Năng lực ý tưởng (Conceptual Competency) liên quan đến khả năng khái niệm ý tưởng khác nhau mà các doanh nhân phản ánh trong hành vi của họ. Năng lực này phản ánh khả năng tinh thần để điều phối tất cả các hoạt động kinh doanh. Trong nghiên cứu này, hai thành phần này được tổng hợp trong năng lực ý tưởng phản ánh mô hình ban đầu của Man (2001).

Năng lực nắm bắt cơ hội (Opportunities Competency) được xem như là một trong những năng lực quan trọng quyết định sự thành công của

một doanh nhân. Một trong những đặc điểm chính của doanh nhân là họ có thể nhìn thấy hoặc nhận ra những cơ hội mà những người khác không thể làm được (Allison, Chell, & Hayes, 2000).

- Năng lực học tập (Learning Competency) cho thấy khả năng của các doanh nhân để học hỏi từ nhiều cách khác nhau, luôn cập nhật trong lĩnh vực liên quan, học hỏi một cách chủ động và sau đó áp dụng kiến thức và kỹ năng đã học vào các hoạt động thực tiễn. Học tập là rất quan trọng đối với quá trình kinh doanh vì giúp các doanh nghiệp tạo ra kiến thức và giảm rủi ro và sự không chắc chắn (Ward, 2004).

- Năng lực cá nhân (Personal Competency) là những phẩm chất và khả năng đặc biệt của bản thân doanh nhân giúp tạo dựng sức mạnh cá nhân để chinh phục các rào cản và thách thức trong kinh doanh và cũng đóng vai trò nền tảng cho việc phát triển, hoàn thiện các nhóm năng lực khác của doanh nhân. Năng lực này giúp doanh nhân nhận thức được điểm mạnh, điểm yếu của bản thân để đối đầu với thách thức và tận dụng các thời cơ trên thương trường Man (2001).

- Năng lực đạo đức (Ethical Competency): thể hiện khả năng trung thực và minh bạch trong kinh doanh bằng cách thừa nhận những sai lầm và trung thực. Một doanh nhân có năng lực đạo đức khi hành động của mình đảm bảo rằng các quy tắc và thông lệ này được áp dụng trong tất cả các tình huống kinh doanh một cách nhất quán, điều này sẽ lại lợi nhuận tốt trong kinh doanh lâu dài (Zairi & Peters, 2002).

- Năng lực gia đình (Familism Competency): được hiểu là một hình thức tổ chức xã hội về các nghĩa vụ và quyền làm chủ liên kết các thành viên của nhau với nhau và thể hiện sự cam kết và lòng trung thành của cá nhân đối với nhóm của họ. Doanh nhân Việt Nam thường chú tâm đến sự hỗ trợ và lời khuyên từ các thành viên trong gia đình, chia sẻ nguồn lực và kiến thức với những người cộng tác chặt chẽ của họ.

- Năng lực thực hiện trách nhiệm xã hội (Social Responsibility Competency): bao gồm những hành vi tích cực của doanh nhân trong việc thể hiện trách nhiệm của họ đối với các đối tác hữu quan như khách hàng, người lao động, cộng đồng và môi trường sinh thái. Với năng lực này doanh nhân luôn nỗ lực để thiết lập sự cân bằng giữa mục tiêu lợi nhuận, mục tiêu môi trường và mục tiêu xã hội để đạt được một kết quả hoạt động kinh doanh mang tính bền vững và toàn diện.

2.6 Lý thuyết về sự phụ thuộc tài nguyên (RDT) và tích hợp bên ngoài

Với vị thế doanh nghiệp nhỏ và vừa, lý thuyết về sự phụ thuộc tài nguyên đã thể được quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Để có được sự hoạt động một cách thuận lợi, tìm cách xây dựng mối quan hệ với các công ty khác. RDT quan tâm đến sự linh hoạt

trong việc đưa ra các sáng kiến mới sử dụng các nguồn tài nguyên thay thế trong sự khan hiếm nguồn lực (Sherer & Lee 2002). Dựa trên RDT, bài báo này lập luận rằng các DNVVN phải phát triển và duy trì các mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp và khách hàng của mình để đạt được các nguồn lực cần thiết cho sự sống còn và thành công của họ.

Hội nhập bên ngoài thể hiện mức độ mà công ty có thể xây dựng và phát triển các mối quan hệ với các nhà cung cấp, khách hàng, với các quy trình và thủ tục nhất định. Hội nhập bên ngoài của một công ty tạo thành liên minh chiến lược với khách hàng và nhà cung cấp để xây dựng mối quan hệ hợp tác chiến lược với họ để phát triển các chiến lược để tận dụng các cơ hội thị trường, giúp các công ty giảm chi phí giao dịch bằng cách phát triển mối quan hệ hợp tác với bên ngoài (Zhao và cộng sự, 2008).

2.7 Quan hệ với khách hàng

Trong các nghiên cứu, mối quan hệ với khách hàng đã được khái niệm hóa theo nhiều cách như là phát triển mối quan hệ (trung thành), duy trì mối quan hệ (trương tác) và tạo ra các mối quan hệ (thu hút) (Izquierdo và cộng sự, 2005). Vì vậy, các DNVVN phát triển mối quan hệ gần gũi hơn, cá nhân và lâu dài với khách hàng của họ (Bhutta và cộng sự, 2007, Hồng và Jeong, 2006) và mối quan hệ khách hàng chặt chẽ và tốt là cần thiết để hiểu và đáp ứng nhu cầu của họ. Sự hài lòng của khách hàng dẫn đến sự trung thành của họ và do đó đóng góp rất nhiều cho sự thành công của công ty.

2.7 Quan hệ với nhà cung cấp

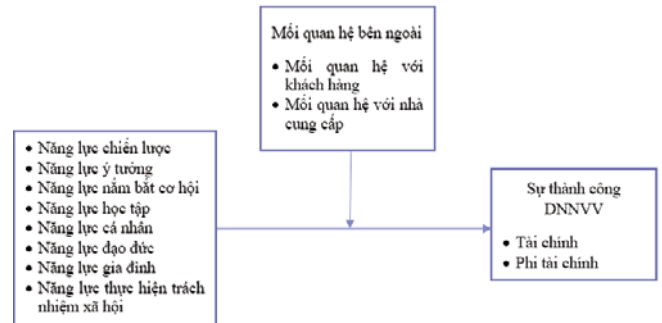
Quan hệ với nhà cung cấp đặc biệt quan trọng với doanh nghiệp NVV hoạt động trong ngành Thương Mại và dịch vụ tại Việt Nam. Với sự hội nhập kinh tế thế giới, các doanh nghiệp trong mọi nền kinh tế đều là mắt xích trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Các DNVVV thông qua các mối quan hệ hợp tác với các nhà cung cấp, đều thu được các thành phần và nguyên liệu cho các quy trình sản xuất của họ. Quan hệ nhà cung cấp mà còn được gọi là tích hợp theo chiều dọc đề cập đến việc xây dựng và phát triển các mối quan hệ của công ty chiến lược với các nhà cung cấp của nó. Quan hệ đối tác chiến lược bao gồm các nhà cung cấp trong nhiều hoạt động quan trọng như mua sắm, nghiên cứu và phát triển, phân phối và ra quyết định (Bagchi và cộng sự, 2005).

3. Mô hình khái niệm

Mô hình dưới đây mô tả giả thuyết liên kết các năng lực kinh doanh, tích hợp bên ngoài và thành công trong kinh doanh. Việc xây dựng lý thuyết về năng lực kinh doanh trong bối cảnh Việt Nam. Bên cạnh đó, để phát triển các nghiên cứu tiếp theo nên xem xét phát triển bộ thang đo hoàn chỉnh cho các tình huống và ngữ cảnh phù hợp vì sự phát huy các

năng lực kinh doanh và hội nhập trong thực tiễn sẽ khác nhau trong bối cảnh khác nhau, và trong các ngành nghề khác nhau.

Hình 1. Mô hình khái niệm đề xuất



4. Kết luận

Bài báo này đã mô tả và đề xuất khung nghiên cứu liên quan đến tầm quan trọng của năng lực kinh doanh đối với sự thành công trong kinh doanh của các DNVVN bằng cách kết hợp khái niệm tích hợp bên ngoài như là biến kiểm duyệt và điều tiết các mối quan hệ của các biến độc lập và các biến phụ thuộc. Như tài liệu hiện tại cho thấy tầm quan trọng của năng lực kinh doanh đối với thành công kinh doanh, nghiên cứu nhận định rằng thông qua hội nhập bên ngoài, mối quan hệ này có thể được cải thiện hơn. Tuy đây, đây chỉ là một nghiên cứu đề xuất mô hình, những nghiên cứu thực nghiệm trong tương lai cần được tiến hành bằng cách sử dụng mô hình nghiên cứu này để xem tác động của hội nhập bên ngoài như một biến điều tiết giữa năng lực kinh doanh và thành công trong kinh doanh của DNVVV./.

Tài liệu tham khảo

Allinson, C.W., Chell, E., & Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 31-43.

Amini, A. (2004). The distributional role of small business in development. *International Journal of Social Economics*, 31(4), 370-383.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.

Bagchi, P. K., Ha, B. C., Skjoett-Larsen, T., & Soerensen, L. B. (2005). Supply chain integration: A European survey. *International Journal of Logistics Management*, 16(2), 275-294.

Bird, B. (1995). Toward a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, JAI Press, 2, 51-72.

Zairi, M., & Peters, J. (2002). The impact of social responsibility on business performance. *Managerial Auditing Journal*, 17(4), 174-178.

Chế độ bản vị vàng Rub: kinh nghiệm vượt cấm vận và chống lạm phát của Nga

Trần Thanh Tuấn
Trường Đại học Điện Lực

Vào cuối tháng 3, Nga đã đưa ra một thông báo khá gây sửng sốt và có thể có tác động lâu dài. Đó là quyết định thiết lập một chốt mới của đồng rub với vàng. Khởi điểm là 5.000 rub /gram vàng trong khoảng thời gian từ ngày 28/3 đến ngày 30/6. Động thái này mở rộng khả năng Nga quay trở lại chế độ bản vị vàng, lần đầu tiên sau hơn một thế kỷ. Bài báo đi sâu phân tích những ưu điểm và nhược điểm, kết quả đạt được khi Nga áp dụng chế độ bản vị vàng – rub này và bài học kinh nghiệm rút ra trong điều hành chính sách kinh tế của Việt Nam.

1. Khái quát về chế độ bản vị vàng

Bản vị vàng hay kim bản vị là chế độ tiền tệ mà phương tiện tính toán kinh tế tiêu chuẩn được ấn định bằng hàm lượng vàng. Dưới chế độ bản vị vàng, tổ chức phát hành tiền mặt (ở dạng giấy bạc hay tiền xu-còn gọi là hiện kim) cam kết sẵn sàng nhận lại tiền mặt và trả vàng nếu được yêu cầu. Các chính phủ sử dụng thước đo giá trị cố định này nếu chấp nhận thanh toán cả tiền mặt của chính phủ nước khác bằng vàng sẽ có liên hệ tiền tệ ấn định (lượng tiền mặt lưu hành, tỷ giá quy đổi). Bản vị vàng là cơ sở cho hệ thống tiền tệ quốc tế từ những năm 1870 đến đầu những năm 1920, và từ cuối những năm 1920 đến năm 1932 cũng như từ năm 1944 đến năm 1971 khi Hoa Kỳ đơn phương chấm dứt khả năng chuyển đổi của đồng đô la Mỹ. Vàng cho các ngân hàng trung ương nước ngoài, chấm dứt hiệu quả hệ thống Bretton Woods. Những người ủng hộ chế độ bản vị vàng cho rằng hệ thống này đề kháng được sự bành trướng tín dụng và nợ nần. Không như chế độ tiền luật định (không có vàng bảo đảm), đồng tiền được bảo đảm bằng vàng sẽ không cho phép chính phủ tùy tiện in tiền giấy. Cản trở này ngăn hiện tượng lạm phát do đánh tụt giá tiền tệ. Nó được tin rằng giúp loại bỏ được sự bất ổn hệ thống tiền tệ, đảm bảo sự tín nhiệm của tổ chức phát hành tiền tệ và khuyến khích hoạt động cho vay và hạn chế tối đa được lạm phát. Nhờ đó người dân càng tin tưởng đồng tiền hơn, sẵn sàng đổi vàng lấy tiền. Khi người dân sử dụng tiền sẽ giúp thúc đẩy mua bán trao đổi hàng hóa, kích thích tăng trưởng kinh tế. Chế độ bản vị vàng được ra đời và áp dụng bởi hai đế chế lớn là Anh và Mỹ trước khi Tổng thống Hoa Kỳ Richard Nixon chấm dứt chuyển đổi quốc tế từ đô la Mỹ sang vàng vào ngày 15 tháng 8 năm 1971. Năm 1821 nước Anh tiên phong sử dụng chế độ bản vị vàng và lan rộng ra các nước châu Âu. Mỹ được

cho là quốc gia sử dụng chế độ bản vị muộn nhất. Năm 1874, chế độ này trở nên phổ biến và hưng thịnh trên toàn quốc. Giá vàng luôn luôn được giữ ở mức ổn định. Các nước áp dụng bản vị vàng đã giúp thúc đẩy và phối hợp giao thương với nhau tốt hơn. Năm 1914 – 1944: Sau khi trải qua chiến tranh thế giới lần 1 và lần 2, các quốc gia rất cần tiền mặt để khôi phục nền kinh tế. Trong khi vàng càng ngày càng hiếm, lượng tiền in ra không ra không đủ đáp ứng nhu cầu thực tế.

Mặc dù thời kỳ này bản vị vàng chưa bị phá bỏ nhưng dần suy thoái, không còn phù hợp nữa. Năm 1944: Các cường quốc phe chính yếu gồm Mỹ, Anh, Pháp đã họp lại để đưa ra một hệ thống tiền tệ mới Bretton Woods “bản vị đô la”. Các đồng tiền trên thế giới sẽ được bảo trợ bởi đô la và đô la sẽ được bảo trợ bởi vàng. Lúc này, đồng USD được neo theo vàng với giá trị 35 USD = 1 ounce. Do nhu cầu về đồng USD này càng tăng, Mỹ đã in rất nhiều tiền và không có tỷ lệ vàng dự trữ được thiết lập. Sự in tiền vô tội vạ như vậy đã khiến châu Âu cảm thấy không ổn. Vậy nên, nhiều nước châu Âu đã bán đô la để mua lại vàng. Mỹ đã phải đổi 50% lượng vàng hiện có và số tiền gửi về Mỹ để đổi sang vàng gấp 12 lần số vàng Mỹ hiện có. Năm 1971: Tổng thống Mỹ Nixon đã bãi bỏ Bản vị vàng khỏi đồng đô la. Điều này đồng nghĩa giá trị cố định của đồng đô la bị gỡ bỏ, cho phép nó thả nổi trên thị trường. Hệ quả ngay lập tức khiến đồng USD bị mất giá. Năm 1973: Bản vị vàng chính thức sụp đổ trên toàn thế giới. Việc trở lại chế độ bản vị vàng đã được Ủy ban Vàng Hoa Kỳ xem xét vào năm 1982, nhưng chỉ nhận được sự ủng hộ của thiểu số. Năm 2001, Thủ tướng Malaysia Mahathir bin Mohamad đề xuất một loại tiền tệ mới ban đầu sẽ được sử dụng cho thương mại quốc tế giữa các quốc gia Hồi giáo, sử dụng đồng dinar vàng Hồi giáo hiện đại, được định nghĩa là 4,25 gam vàng nguyên

chất (24 carat). Mahathir tuyên bố nó sẽ là một đơn vị tài khoản ổn định và là biểu tượng chính trị của sự thống nhất giữa các quốc gia Hồi giáo. Điều này có mục đích làm giảm sự phụ thuộc vào đồng đô la Mỹ và thiết lập một loại tiền tệ không được bảo đảm bằng nợ, phù hợp với luật Sharia cấm tính lãi suất. Tuy nhiên, đề xuất này đã không được thực hiện và hệ thống tiền tệ toàn cầu tiếp tục dựa vào đồng đô la Mỹ làm đồng tiền dự trữ và giao dịch chính.

Chính vì vậy mà khi Nga đưa ra thông báo ấn định tỷ giá hối đoái giữa đồng rub với vàng đã làm nhiều người suy đoán Nga muốn quay trở lại chế độ bản vị vàng gây nhiều tò mò cho các quốc gia và các nhà kinh tế.

2. Chế độ bản vị vàng – rub

Việc ngân hàng Trung Ương Nga gắn chốt tỷ giá cố định giữa rub và vàng ở mức 5000 rub đổi 1 gram vàng được đánh giá là một sự kiện bất thường trong thế kỷ 21 vì ngay cả Thụy Sĩ cũng đã phải từ bỏ tỷ giá vàng của đồng franc vào năm 1999. Việc Nga ra đời bản vị vàng có thể diễn ra trong ba giai đoạn:

Bước đầu tiên sẽ là cho phép các ngân hàng Nga bán vàng của họ để huy động nguồn lực ngắn hạn. Các ngân hàng Nga không thể bán vàng trên thị trường quốc tế do các lệnh trừng phạt. Động thái này sẽ kích thích dòng chảy vàng từ các ngân hàng thương mại Nga đến kho bạc của Ngân hàng Trung ương Nga. Để đạt được mục tiêu này, Ngân hàng Trung ương Nga đã đặt mức chốt 5.000 rúp/gram vàng.

Bước thứ hai sẽ là khuyến khích chuyển đổi thành đồng rúp. Con át chủ bài chính của Nga là gần 60% tổng lượng dầu và khí đốt từ Nga được cung cấp cho khu vực EU, trong khi chỉ riêng Nga cung cấp khoảng 35% lượng dầu và khí đốt tiêu thụ tại EU. Nga đã bắt đầu nhấn mạnh rằng tất cả các khoản thanh toán cho dầu và khí đốt của Nga được thực hiện bằng đồng rúp hoặc vàng. Nó có nghĩa là nếu EU quyết định thanh toán bằng đồng rúp, họ sẽ phải mua đồng rúp và tăng cường sức mạnh cho đồng rúp. Ngoài ra, nếu họ thanh toán bằng vàng, sẽ có một đợt chuyển lượng vàng dự trữ từ EU sang Nga.

Bước thứ ba và cuối cùng sẽ là biến đồng rúp trở thành vật thay thế tỷ giá hối đoái cố định, đáng tin cậy cho vàng. Điều này tương tự như những gì Hoa Kỳ đưa ra dưới dạng chốt giữa đô la với vàng cho đến năm 1971, trước khi Nixon chính thức bỏ bản vị vàng. Quá trình này dẫn đến thực tế là đồng đô la đã trở thành tiêu chuẩn thế giới. Nga thấy trước một tình huống trong đó quyền bá chủ của đồng đô la sẽ bị suy giảm bởi việc gia tăng thanh toán bằng vàng và các loại tiền song phương khác.

Bằng cách đề nghị mua vàng từ các ngân hàng Nga với mức giá cố định là 5.000 RUB / 1gram vàng, Ngân hàng Trung ương Nga đã liên kết đồng RUB với vàng, và vì vàng được giao dịch bằng đô la Mỹ nên họ cũng đồng thời neo đồng RUB theo USD. Vào thời điểm áp dụng tỷ giá giữa đồng nội tệ của Nga được giao dịch là 100RUB/1USD nhưng sau đó tỷ giá RUB/USD dần dần mạnh lên 80RUB/1USD vì vàng được giao dịch trên thị trường thế giới là 62 USD/gram, tương đương với 5000RUB/62gram vàng tức khoảng 80,5RUB/1USD nên tỷ giá của đồng nội tệ Nga đã dần dần điều chỉnh mạnh lên quanh mốc 80RUB/1USD. Nếu thị trường vàng phái sinh (paper gold) LBMA / COMEX của phương Tây tìm cách đẩy giá đô la Mỹ xuống thấp hơn, khi những đồng tiền này được định giá lại thấp hơn, chúng có thể bị bán tháo. Và vì đồng tiền mất giá cũng có nghĩa là lạm phát kéo theo và ảnh hưởng nặng nề tới phát triển kinh tế của các nước đó.

Nga là nhà xuất khẩu khí đốt tự nhiên lớn nhất thế giới và nước xuất khẩu dầu lớn thứ ba trên thế giới. Khi các nước thanh toán dầu, khí cho Nga bằng RUB thì sẽ ngay lập tức có một chốt giá gián tiếp đối với vàng vì vàng đã được ấn định tỷ giá 5000RUB/1gram vàng. Từ đó Nga có thể mở rộng thanh toán vàng vật chất cho dầu, khí hoặc bất cứ hàng hóa nào của mình và làm giảm bớt lượng RUB được đưa vào lưu thông vì đã chuyển một phần sang tiền vàng, giúp tránh được lạm phát leo cao.

3. Kết luận

Nếu cơ quan quản lý tiền tệ giữ đủ vàng tương ứng với toàn bộ lượng tiền lưu thông, đó là chế độ bản vị vàng đầy đủ. Mà Chế độ bản vị vàng đầy đủ không thể vận hành được bởi hai lý do: Thứ nhất, lượng vàng trên thế giới là quá nhỏ so với lượng tiền cần thiết để duy trì hoạt động kinh tế toàn cầu. Thứ hai, lượng tiền vừa đủ (có nghĩa là không gây lạm phát và cũng không giảm phát) không phải là cố định, nó biến động liên tục cùng với mức độ hoạt động thương mại.

Nhưng trong chế độ bản vị vàng một phần (tức là không giữ đủ 100% vàng), trong đó đồng xu vàng được lưu thông như tiền và tiền giấy được đổi ra vàng theo giá đã ấn định của Ngân hàng Nhà nước sẽ làm giảm bớt lượng tiền mặt được lưu thông, giúp hạn chế lạm phát và đồng tiền vàng này cũng sẽ được người dân mua vào như một biện pháp tích trữ, tránh rủi ro, giúp tăng niềm tin vào tiền tệ, nhất là với một nước mà ư tích trữ vàng như Việt Nam thì đây có thể là một cách làm tăng niềm tin vào đồng tiền quốc gia, kiềm chế lạm phát./.

Xem tiếp trang 62

Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các công ty ngành y tế trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Đỗ Huyền Trang
Lương Thị Mỹ Liên
Trường Đại học Quy Nhơn

Trong bài viết này, tác giả sẽ kiểm chứng tác động của quy mô doanh nghiệp, cấu trúc vốn, khả năng thanh toán, tốc độ tăng trưởng, số vòng quay tài sản, thời gian hoạt động, cấu trúc tài sản đến hiệu quả kinh doanh (HVKD) được đo lường bằng chỉ tiêu ROA của các công ty ngành Y tế niêm yết trên thị trường chứng khoán (TTCK) Việt Nam. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất hàm ý nhằm nâng cao HVKD của các công ty ngành y tế trên TTCK.

1. Cơ sở lý thuyết

Nhiều nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến HVKD đã được thực hiện sử dụng thước đo HVKD trên khía cạnh kế toán qua biểu hiện cụ thể của các chỉ tiêu tỷ suất sinh lợi của tài sản (ROA), tỷ suất sinh lợi của vốn chủ sở hữu (ROE), tỷ lệ thu nhập trên vốn sử dụng (ROCE), thu nhập trên mỗi cổ phần (EPS). Ở nước ngoài, các nghiên cứu đã tìm thấy HVKD chịu tác động của số vòng quay tài sản cố định, tỷ lệ lợi nhuận hoạt động, tính thanh khoản, tuổi doanh nghiệp, số vòng quay khoản phải thu, tốc độ tăng trưởng doanh thu, quy mô công ty, tỷ lệ nợ trên tổng tài sản, tỷ lệ lãi suất, tỷ lệ lạm phát (Bhayani, 2010); tỷ lệ nợ, số vòng quay tài sản, quy mô công ty, tỷ lệ tài sản hữu hình, cơ hội tăng trưởng, ngành công nghiệp (Pouraghajan & cộng sự, 2012); quy mô doanh nghiệp, vốn lưu động, số vòng quay tài sản, tính thanh khoản (khả năng thanh toán hiện hành) và đòn bẩy (nợ phải trả/vốn chủ sở hữu và đòn bẩy tài chính), hệ số thanh toán hiện hành, hệ số nợ trên tổng tài sản, lợi nhuận biên ròng, ROE và số vòng quay tổng tài sản (Shahnia & cộng sự, 2020).

Tương tự hướng lựa chọn biến phụ thuộc này, các nghiên cứu đã thực hiện tại Việt Nam cũng cho thấy nhiều điểm tương đồng, HVKD (được đo lường bởi ROA hoặc cả ROA và ROE) chịu sự tác động bởi quy mô doanh nghiệp, tốc độ tăng trưởng, quản trị nợ phải thu khách hàng, đầu tư tài sản cố định, cơ cấu vốn, rủi ro kinh doanh, thời gian hoạt động; loại hình doanh nghiệp, doanh thu thuần, tổng tài sản bình quân, lợi nhuận gộp (Nguyễn Thị Mỹ Dung, 2019); quy mô doanh nghiệp, tỷ suất nợ, tỷ suất đầu tư tài sản cố định, tốc độ luân chuyển vốn thanh toán, tỷ suất chi phí sản xuất và tỷ lệ tăng trưởng doanh thu thuần (Nguyễn Thị Thà & Phạm Duy Khánh, 2021); tỷ lệ đòn bẩy tài chính, vay ngân hàng/tổng nợ, tỷ lệ tài sản cố định/tổng tài sản, tỷ lệ cổ phiếu quỹ/vốn chủ sở hữu, hàng tồn kho/tổng tài sản, tỷ lệ chi phí bán hàng và quản lý doanh

nh nghiệp/tổng chi phí hoạt động, doanh thu, đòn bẩy tài chính, cơ cấu tài sản và hiệu suất sử dụng tài sản (Nguyễn Văn Linh & Đặng Ngọc Hùng, 2017); khả năng thanh toán, quy mô doanh nghiệp, kinh nghiệm của nhà quản trị, tỷ lệ lạm phát; tỷ số thanh toán ngắn hạn, thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp, tỷ số nợ, quy mô doanh nghiệp, tỷ trọng tài sản cố định hữu hình, tuổi đời doanh nghiệp (Trần Tiến Dũng, 2018).

Ở một hướng nghiên cứu khác, khi sử dụng cả giá trị sổ sách và giá trị thị trường để đo lường HVKD của doanh nghiệp qua Tobin's Q, giá trị thị trường của vốn chủ sở hữu trên giá trị sổ sách của vốn chủ sở hữu, giá mỗi cổ phiếu trên thu nhập mỗi cổ phiếu, giá trị thị trường của vốn chủ sở hữu và giá trị sổ sách của nợ phải trả chia cho giá trị sổ sách của vốn chủ sở hữu (hiệu quả hoạt động trên thị trường), ROE, ROA, thu nhập trước thuế và lãi vay cộng với khấu hao chia tổng tài sản (hiệu quả hoạt động trên khía cạnh kế toán), Zeitun & Tian (2007) đã tìm thấy ảnh hưởng của cấu trúc vốn (tỷ lệ nợ), cơ hội tăng trưởng, quy mô doanh nghiệp, rủi ro kinh doanh, thuế thu nhập doanh nghiệp, cấu trúc tài sản, khủng hoảng chính trị, ngành nghề kinh doanh.

2. Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

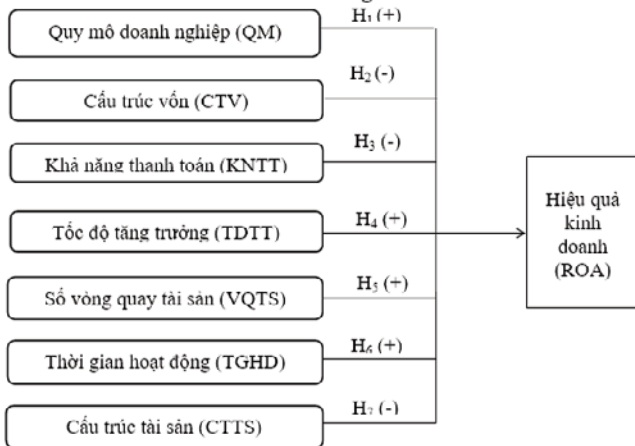
Dựa trên cơ sở lý thuyết, nhóm tác giả đề xuất 7 nhân tố ảnh hưởng đến HVKD của doanh nghiệp, gồm: quy mô doanh nghiệp, cấu trúc vốn, khả năng thanh toán, tốc độ tăng trưởng, số vòng quay tài sản, thời gian hoạt động, cấu trúc tài sản. Mô hình nghiên cứu được thể hiện tại Hình 1.

Giả thuyết nghiên cứu được phát biểu như sau:

Giả thuyết H1: Quy mô doanh nghiệp có tác động tích cực đến HVKD của các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt Nam.

Giả thuyết H2: Cấu trúc vốn có tác động tiêu cực đến HVKD của các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nam.

Giả thuyết H3: Khả năng thanh toán có tác động tiêu cực đến HQKD của các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt Nam.

Giả thuyết H4: Tốc độ tăng trưởng có tác động tích cực đến HQKD của các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt Nam.

Giả thuyết H5: Số vòng quay tài sản có tác động tích cực đến HQKD của các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt Nam.

Giả thuyết H6: Thời gian hoạt động có tác động tích cực đến HQKD của các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt Nam.

Giả thuyết H7: Cấu trúc tài sản có tác động tiêu cực đến HQKD của các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu bao gồm tất cả các công ty được phân loại vào ngành Y tế (mã ngành 4000) theo chuẩn ICB (Industry Classification Benchmark) trên cả ba sàn giao dịch chứng khoán lớn của Việt Nam hiện nay là Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX), Sở giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HOSE) và Sàn giao dịch chứng khoán của các công ty đại chúng chưa niêm yết (UPCoM). Trên cơ sở đó, mẫu nghiên cứu bao gồm 58 công ty, tuy nhiên có 8 công ty bị loại ra khỏi mẫu nghiên cứu do không có đầy đủ dữ liệu từ báo cáo tài chính trong giai đoạn nghiên cứu. Do đó, mẫu nghiên cứu cuối cùng bao gồm 50 công ty. Xuất phát từ mô hình nghiên cứu và phương pháp đo lường các biến trong mô hình, dữ liệu của nghiên cứu được xác định là dữ liệu thứ cấp, được thu thập từ báo cáo tài chính giai đoạn 2016-2020 của 50 công ty trong mẫu nghiên cứu, tạo thành 250 biến quan sát. Như vậy, dữ liệu của nghiên cứu là dữ liệu bảng, tức là có sự kết hợp giữa dữ liệu chéo và dữ liệu chuỗi thời gian.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích tương quan

Qua bảng 1 có thể thấy: Đối với mối tương quan giữa các biến độc lập và HQKD: trong số các biến độc lập thì quy mô doanh nghiệp, khả năng thanh toán, tốc độ tăng trưởng và số vòng quay tài sản bước đầu cho ra mối tương quan cùng chiều với biến phụ thuộc ROA. Ngược lại, các biến như cấu trúc vốn, thời gian hoạt động hay cấu trúc tài sản cho thấy mối tương quan ngược chiều với biến phụ thuộc. Như vậy, trừ biến khả năng thanh toán và thời gian hoạt động bước đầu cho ra chiều hướng tương quan ngược lại với kỳ vọng thì 5 biến còn lại đều có chiều hướng tương quan đúng như ban đầu chúng tôi mong đợi. Đối với mối tương quan giữa các biến độc lập, trừ hệ số tương quan giữa khả năng thanh toán và cấu trúc vốn là đáng kể (-0,6509) thì giữa các biến độc lập còn lại đều có hệ số tương quan nhỏ hay nói cách khác là giữa các biến độc lập không có tương quan hoặc có mối tương quan yếu. Kết quả này bước đầu cho thấy khả năng xảy ra khuyết tật đa cộng tuyến trong mô hình là khá nhỏ.

Bảng 1. Ma trận hệ số tương quan giữa các biến

Tên biến	ROA	QM	CTV	KNTT	TDIT	VQTS	TGHD	CTTS
ROA	1.0000							
QM	0.0043	1.0000						
CTV	-0.4892	0.0061	1.0000					
KNTT	0.3526	0.0986	-0.6509	1.0000				
TDIT	0.1232	0.0171	-0.0834	0.4519	1.0000			
VQTS	0.2067	-0.2095	0.1197	-0.2092	-0.0829	1.0000		
TGHD	-0.0542	0.0813	0.3227	-0.2373	-0.0881	0.0826	1.0000	
CTTS	-0.0389	-0.3942	-0.0650	-0.1760	-0.1113	-0.0750	-0.1412	1.0000

4.2. Kết quả phân tích hồi quy

Chúng tôi đã thực hiện phân tích hồi quy theo các mô hình Pooled OLS, FEM, REM và cho kết quả các mô hình hồi quy như sau:

Mô hình hồi quy theo phương pháp hồi quy Pooled OLS:

$$ROA = -0,112972 - 0,143685 * CTV + 0,0470954 * VQTS - 0,0715914 * CTTS$$

Mô hình hồi quy theo phương pháp hồi quy FEM:

$$ROA = -0,7961985 + 0,0786963 * QM + 0,0650472 * VQTS - 0,127376 * CTTS$$

Mô hình hồi quy theo phương pháp hồi quy REM:

$$ROA = -0,112972 - 0,143685 * CTV + 0,0470954 * VQTS - 0,0715914 * CTTS$$

Từ kết quả đó, chúng tôi thực hiện các kiểm định F test và Hausman để lựa chọn mô hình hồi quy phù hợp cho nghiên cứu. Kiểm định Modified Wald được thực hiện để kiểm tra hiện tượng phương sai sai số thay đổi và kết quả là Prob = 0,0000 < 5% nghĩa là mô hình FEM có xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Kết quả kiểm định Wooldridge về tự tương quan là Prob = 0,0000 < 5%, cho thấy mô hình nghiên cứu có hiện tượng tự tương quan. Hệ số VIF được dùng để kiểm tra đa cộng tuyến và kết quả

kiểm định cho thấy các hệ số VIF thành phần và hệ số VIF của cả mô hình đều nhỏ hơn 3, cho thấy mô hình nghiên cứu không có hiện tượng đa cộng tuyến. Hay nói một cách khác, các biến độc lập trong mô hình không có mối quan hệ với nhau. Vì mô hình FEM còn tồn tại hai khuyết tật, nên chúng tôi tiếp tục sử dụng phương pháp ước lượng hồi quy với sai số chuẩn của Driscoll-Kraay, để khắc phục hai khuyết tật trên nhằm tìm ra kết quả ước lượng hồi quy tốt nhất cho mô hình nghiên cứu.

Theo phương pháp Driscoll-Kraay, trong số bảy nhân tố độc lập, có 4 nhân tố có tác động đến ROA bao gồm: quy mô doanh nghiệp, cấu trúc vốn, số vòng quay tài sản và cấu trúc tài sản. Trong đó, quy mô doanh nghiệp và số vòng quay tài sản có tác động tích cực đến ROA với mức ý nghĩa lần lượt là 10% và 1%; ngược lại, cấu trúc vốn và cấu trúc tài sản có tác động tiêu cực đến ROA với mức ý nghĩa lần lượt là 10% và 5%. Ba biến còn lại trong mô hình là khả năng thanh toán, tốc độ tăng trưởng và thời gian hoạt động mặc dù có tương quan ngược chiều đến ROA nhưng lại không có ý nghĩa thống kê trong việc giải thích biến phụ thuộc. Đồng thời các biến trong mô hình giải thích được 15,15% sự thay đổi của biến phụ thuộc thể hiện qua hệ số R².

Mô hình hồi quy cuối cùng theo phương pháp Driscoll-Kraay có dạng như sau:

$$ROA = - 0,7961985 + 0,0786963 * QM - 0,0678915 * CTV + 0,0650472 * VQTS - 0,127376 * CTTS$$

5. Hàm ý nghiên cứu

Từ kết quả nghiên cứu, chúng tôi đề xuất các hàm ý quản trị như sau:

Thứ nhất, để nâng cao HQKD của các doanh nghiệp ngành Y tế trên TTCK Việt Nam cần lưu ý đến quy mô doanh nghiệp. Nếu các doanh nghiệp Y tế đang có quy mô vừa và nhỏ thì cần từng bước cố gắng chứng tỏ năng lực và vị thế của mình trên thương trường, từ đó tích lũy dần lợi nhuận kinh doanh để mở rộng quy mô doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp lớn thì cần nắm bắt cơ hội và tiềm lực đang có để tận dụng và phát huy được lợi thế về quy mô để đầu tư những công nghệ sản xuất mới, tổ chức nghiên cứu, điều chế nhằm chế tạo ra những sản phẩm y tế khác biệt, chữa được những căn bệnh mà nền y tế hiện nay vẫn còn đang trăn trở.

Thứ hai, trong thời gian tới, các doanh nghiệp cần xem xét, cân nhắc lại các khoản nợ vay, bao gồm cả nợ vay ngắn hạn và vay dài hạn. Việc sử dụng nguồn vốn vay từ bên ngoài để đầu tư cho các dự án trong bối cảnh khó khăn hiện tại của các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp Y tế nói riêng là khá mạo hiểm. Tuy nhiên, nếu buộc phải vay mượn để tài trợ cho các hoạt động sản xuất kinh doanh thì

cần có sự so sánh, cân nhắc giữa các loại nợ. Nếu doanh nghiệp đầu tư các dự án ngắn hạn, thu hồi vốn nhanh thì nên sử dụng nợ ngắn hạn để tiết kiệm chi phí lãi vay. Ngược lại, nếu dự án có thời gian hoàn vốn và sinh lời lâu dài thì nên sử dụng nợ dài hạn để tránh được rủi ro và áp lực thanh toán.

Thứ ba, các công ty ngành Y tế trên TTCK Việt Nam cần tập trung cải thiện nhân tố số vòng quay tài sản nếu muốn nâng cao HQKD của mình. Tập trung tăng doanh thu bằng cách tìm kiếm các thị trường mới, nhất là các thị trường tiềm năng từ ít đến giờ chưa khai thác; nghiên cứu các loại thuốc mới, các sản phẩm y tế mới cũng như các phương pháp điều trị mới; áp dụng dây chuyền công nghệ sản xuất hiện đại và tiên tiến để nâng cao được chất lượng sản phẩm và tiết kiệm chi phí sản xuất...

Thứ tư, doanh nghiệp cần rà soát lại các tài sản cố định hiện có. Đối với những tài sản cố định còn đang dùng tốt nhưng chưa dùng hết công suất thì cần tận dụng thêm năng lực sản xuất của tài sản để tránh gây lãng phí. Đối với những tài sản cố định không được dùng đến hay những tài sản cố định đã dùng trong thời gian dài, lạc hậu về công nghệ khiến tiêu hao nguyên vật liệu nhiều và giảm năng suất lao động thì cần đưa ra các phương án để nâng cấp hoặc thanh lý, nhượng bán. Đồng thời, đầu tư tài sản cố định mới, có công nghệ mới, hiện đại hơn, bắt kịp sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng khoa học công nghệ trên thế giới./.

Tài liệu tham khảo

Nguyễn Thị Mỹ Dung (2019). Phân tích một số nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp ngoài nhà nước trên địa bàn Quận 6, Thành phố Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Nguyễn Văn Linh & Đặng Ngọc Hùng (2017). Các nhân tố ảnh hưởng đến HQKD của doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Số 39, trang 102-107.

Nghiêm Thị Thà & Phạm Duy Khánh (2021). Nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp vật liệu xây dựng niêm yết tại Việt Nam. Tạp chí Tài chính, Số kỳ 2 tháng 10.

Bhayani, S. J. (2010). Determinant of Profitability in Indian Cement Industry: An Economic Analysis. South Asian Journal of Management, 17 (4), 6-20.

Shahnia, C., Purnamasari, E. D., Hakim, L. and Endri, E. (2020). Determinant of profitability: Evidence from trading, service and investment companies in Indonesia. Accounting, 6 (2020), 787-794.

Zeitun, R., and Tian, G. G. (2007). Capital Structure and Corporate Performance: Evidence from Jordan. The Australasian Accounting Business & Finance Journal, 1 (4), 40-61.

Ngành bán lẻ Việt Nam: đổi mới, cạnh tranh và phát triển

Nguyễn Thị Thanh Tân

Học viện Ngân hàng

Việt Nam đã mở cửa hoàn toàn thị trường bán lẻ kể từ ngày 11/1/2015 khiến thị trường bán lẻ trở nên sôi động hơn bao giờ hết. Các nhà bán lẻ nước ngoài với lợi thế về vốn, công nghệ, phương thức quản lý hiện đại tạo ra thách thức lớn cho các nhà bán lẻ trong nước. Ngoài ra, thị trường bán lẻ cũng có xu hướng phát triển các kênh bán lẻ hiện đại, bán lẻ trực tuyến, bán lẻ đa kênh tích hợp, cửa hàng tiện ích tạo nên diện mạo mới của thị trường, tăng sức ép lên kênh bán lẻ truyền thống. Bài báo này sẽ phân tích tác động của cạnh tranh và đổi mới bối cảnh mô hình tăng trưởng kinh tế đến thị trường bán lẻ Việt Nam. Bức tranh về lĩnh vực bán lẻ của Việt Nam sẽ được khám phá trên ba khía cạnh bao gồm đổi mới, cạnh tranh và phát triển.

1. Mở đầu

Kể từ khi Việt Nam chính thức gia nhập WTO vào năm 2007 với những cam kết mở cửa thị trường phân phối và bán lẻ thì làn sóng các nhà bán lẻ nước ngoài gia nhập thị trường Việt Nam càng trở nên mạnh mẽ. Với dân số hơn 96 triệu dân, GDP tăng trưởng 7,02% năm 2019, thu nhập bình quân đầu người được cải thiện, các kênh bán lẻ hiện đại được mở rộng, Việt Nam được đánh giá là một thị trường hấp dẫn trong mắt các nhà đầu tư nước ngoài. Những tập đoàn bán lẻ lớn như AEON (Nhật Bản), Lotte (Hàn Quốc), Central Group (Thái Lan)... với các hoạt động đầu tư, các thương vụ mua bán và sáp nhập rầm rộ vào Việt Nam một mặt mang đến nhiều sự lựa chọn cho khách hàng, mặt khác khiến cho cạnh tranh trên thị trường ngày càng khốc liệt. Tính đến năm 2020, ước tính trên thị trường bán lẻ Việt Nam có 1.163 siêu thị, 250 trung tâm mua sắm, 8.581 chợ truyền thống và khoảng 2,2 triệu nhà bán lẻ đang hoạt động.

Bên cạnh đó, các chuỗi cửa hàng tiện lợi cũng đang bùng nổ nhanh chóng trong những năm gần đây và được đánh giá là có tiềm năng phát triển lớn nhất do vốn đầu tư thấp, thủ tục đăng ký kinh doanh đơn giản, và khả năng thu hồi vốn nhanh. Hình 1.1 dưới đây cho thấy số lượng cửa hàng tiện lợi của một số nhà bán lẻ chiếm thị phần lớn ở Việt Nam hiện nay.

2. Đổi mới ngành bán lẻ tại Việt Nam

Trước những yêu cầu đặt ra của chủ trương đổi mới mô hình tăng trưởng, tái cơ cấu các ngành kinh tế, ngành bán lẻ tại Việt Nam đã có những bước chuyển biến sâu sắc, có sự biến động lớn giữa cơ cấu kênh phân phối và lực lượng lao động trong ngành bán lẻ. Trong giai đoạn 2010 đến nay, trên thị

trường đã có những thay đổi lớn theo các xu hướng phát triển kênh bán lẻ hiện đại, đặc biệt là bán lẻ trực tuyến, bán lẻ đa kênh.

Thực tế, TMĐT chỉ mới bắt đầu xuất hiện tại Việt Nam từ năm 2002. Tại thời điểm đó, mặc dù cũng đã có một số website bán hàng trực tuyến nhưng hình thức chủ yếu được sử dụng vẫn chỉ đơn thuần là các website cung cấp thông tin hàng hóa của các doanh nghiệp bán lẻ, với sự cập nhật thông tin rất chậm trễ và ít ỏi. Các doanh nghiệp lúc này vẫn chưa thực sự nhận thức rõ được cách thức khai thác kênh TMĐT. Tuy nhiên, chỉ sau 5 năm, mọi thứ đã thay đổi. Năm 2007 chứng kiến sự bùng nổ về số lượng các trang TMĐT tại Việt Nam, các giao dịch trực tuyến được thúc đẩy phát triển nhanh chóng nhờ việc xuất hiện những phương thức thanh toán trực tuyến linh hoạt và an toàn hơn. Lần đầu tiên tại Việt Nam các trang TMĐT bắt đầu triển khai thông tin đa chiều, thực sự đóng vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Và từ năm 2009, mua sắm trực tuyến đã trở thành một xu hướng yêu thích mới cho giới trẻ Việt Nam, đặc biệt là tại các thành phố lớn như Hà Nội và Hồ Chí Minh. Bán lẻ trực tuyến ngày càng bao gồm nhiều loại sản phẩm và dịch vụ, chẳng hạn như vé máy bay, đồ điện và điện tử, đồ nội thất, điện thoại di động, sách, máy tính, vận chuyển khách du lịch và đặt phòng khách sạn. Các website TMĐT cũng ngày càng cung cấp nhiều tùy chọn thanh toán linh hoạt hơn, bao gồm COD, chuyển khoản ngân hàng, ví điện tử và thanh toán trực tuyến trực tiếp. Trong lĩnh vực bán lẻ trực tuyến, 75% thị phần TMĐT Việt Nam tập trung ở 2 thành phố lớn là Hà Nội và Hồ Chí Minh (Vecom, 2018). Với sự bùng nổ của đại dịch Covid 19 từ đầu 2020 đã tạo ra cơ hội cho sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử (TMĐT), làm thay đổi hoàn toàn ngành bán lẻ Việt Nam, giá trị bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam năm

2020 đạt 11,8 tỷ đô la, tăng trưởng 18% so với năm 2019 và chiếm tỷ trọng khoảng 5,4% tổng doanh thu dịch vụ bán lẻ (Vecom, 2021). Các công cụ bán lẻ trực tuyến đã được đồng đảo các nhà bán lẻ Việt Nam sử dụng bao gồm bán hàng trên website, web-shop, mạng xã hội, blog, sàn giao dịch điện tử với các điển hình như Shopee, Lazada, Tiki,... Các doanh nghiệp cũng tích cực đem đến những trải nghiệm mới cho khách hàng thông qua việc thúc đẩy các phương thức đặt hàng mới và thanh toán điện tử trên điện thoại thông minh và các thiết bị di động.

3. Cạnh tranh trong lĩnh vực bán lẻ tại Việt Nam

3.1 Cạnh tranh giữa kênh bán lẻ truyền thống và hiện đại

Sự xuất hiện ồ ạt số lượng khổng lồ các siêu thị và trung tâm thương mại mới mở trên thị trường của Việt Nam đã gây áp lực lên các nhà bán lẻ truyền thống, thúc đẩy họ từng bước cải thiện cơ sở hạ tầng, an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn văn hóa hành vi nghề nghiệp. Tuy nhiên, bất chấp những cải tiến này, chợ truyền thống vẫn yếu hơn các kênh bán lẻ hiện đại ở các khía cạnh như chất lượng sản phẩm và kiểm soát xuất xứ hàng hóa. Bên cạnh đó, việc văn hóa ứng xử kém và sự thiếu chuyên nghiệp trong cách phục vụ của nhiều người bán hàng truyền thống cũng đã được chứng minh là thách thức quan trọng nhất của kênh bán lẻ này. Trong những năm gần đây, doanh thu hàng năm của chợ truyền thống giảm mạnh, trong khi doanh thu của kênh bán lẻ hiện đại tăng liên tục. Người tiêu dùng Việt Nam, đặc biệt là những người ở các thành phố lớn, bị thu hút bởi siêu thị do sự tiện lợi, giá cả ổn định và các chương trình khuyến mãi hấp dẫn.

Ngoài ra, thực hiện chủ trương hiện đại hóa hệ thống chợ truyền thống của Chính phủ, Hà Nội và các thành phố lớn đã chuyển đổi chợ truyền thống bằng cách kết hợp với các trung tâm thương mại. Tuy nhiên, các thị trường mới này cuối cùng đã đóng cửa. Mặc dù phát triển nhanh chóng nhưng hiện kênh bán lẻ hiện đại vẫn chỉ chiếm khoảng 25% thị phần ngành bán lẻ chứng tỏ rằng các kênh bán lẻ truyền thống vẫn được một bộ phận đáng kể người tiêu dùng Việt Nam ưa thích.

3.2. Cạnh tranh giữa các nhà bán lẻ nội địa và các nhà bán lẻ nước ngoài

Cạnh tranh giữa các chuỗi siêu thị trong và ngoài nước ngày càng gay gắt kể từ khi Việt Nam mở cửa thị trường bán lẻ cho các doanh nghiệp nước ngoài theo cam kết WTO. Với lợi thế cạnh tranh về vốn và kinh nghiệm của mình, các doanh nghiệp nước ngoài đã nỗ lực chiếm lĩnh thị trường. Trong đó, chẳng hạn, các nhà đầu tư Thái Lan đã mua lại toàn

bộ chuỗi Metro và Big C và; hoặc mua cổ phần trong hệ thống siêu thị Điện Máy Nguyễn Kim và Lan Chi. Các nhà đầu tư Nhật Bản cũng đã mua phần vốn góp, cổ phần tại Điện máy Trần Anh và Citimart. Tuy nhiên, các chuỗi siêu thị trong nước cũng đã biết tận dụng lợi thế của mình về phạm vi tiếp cận địa lý và hiểu được sở thích của người tiêu dùng, cũng như nâng cấp hệ thống phân phối của họ. Một số chuỗi bán lẻ nội địa đã tiến hành các dự án hợp lực để cạnh tranh tốt hơn với các đối thủ nước ngoài. Thông qua các phương thức đầu tư trực tiếp, liên doanh, nhượng quyền, các doanh nghiệp Việt Nam đang cố gắng mở rộng mạng lưới bán hàng, khai thác và kết hợp nguồn lực của các doanh nghiệp nhỏ thành hệ thống quy mô lớn với trình độ tổ chức cao. Một số nhà bán lẻ cũng đã tự tổ chức lại thành mô hình chuỗi, tăng số lượng cửa hàng mỗi năm.

Tuy nhiên, các tập đoàn nước ngoài có quy mô lớn hoạt động nhiều loại hình kinh doanh khác nhau, bao gồm bán lẻ và bán buôn, trong khi hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô vừa và nhỏ. Việc tìm kiếm quỹ đất cho các siêu thị và trung tâm thương mại cũng có thể rất khó khăn, các doanh nghiệp Việt Nam cũng thường không có đủ vốn hoặc tầm ảnh hưởng chính trị để mua đất và xây dựng các siêu thị lớn. Việc giành được quỹ đất đủ lớn để mở trung tâm thương mại không chỉ cần nguồn vốn rất lớn mà còn cần sự hỗ trợ của nhiều bên.

Theo ước tính của Hiệp hội Siêu thị Hà Nội, khoảng 50% thị phần bán lẻ Việt Nam thuộc về doanh nghiệp nước ngoài, nhưng trên thực tế con số này được dự đoán còn cao hơn, và trong tương lai gần hoạt động của các doanh nghiệp bán lẻ nội địa Việt Nam sẽ còn bị thu hẹp hơn nữa (Thu Hòa, 2018). Điều này thực sự là con số đáng lo ngại khi doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam đang dần mất đi thị phần trên chính thị trường nội địa, đòi hỏi các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam cần có những bước đi đột phá trong chiến lược kinh doanh nếu không muốn bị biến mất trên thị trường.

4. Các xu hướng phát triển chính trong lĩnh vực bán lẻ tại Việt Nam hiện nay

Để tồn tại trong môi trường cạnh tranh đầy khốc liệt, các doanh nghiệp phải tiếp tục tìm cách tiết giảm chi phí, duy trì và mở rộng thị trường, nâng cao năng suất và hiệu quả kinh doanh. Với sự gia tăng dự kiến của khách hàng TMĐT, việc phát triển và quảng bá các ứng dụng TMĐT sẽ giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường và cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt hơn. Đồng thời, việc cung cấp các phương thức thanh toán trực tuyến tiện lợi và an toàn sẽ không chỉ giúp thúc đẩy các giao dịch qua ngân hàng mà còn giúp các doanh nghiệp khai thác tăng trưởng doanh số bán hàng trực tuyến.

Các loại hình bán lẻ trực tuyến, đặt hàng qua điện thoại và các mạng xã hội đang ngày càng phổ biến. Các kênh này thực tế không đe dọa các kênh truyền thống mà ngược lại, tạo ra những cơ hội lớn hơn cho các cửa hàng truyền thống, củng cố thêm sức mạnh và hỗ trợ đắc lực cho các kênh truyền thống. Đồng thời, thói quen và hành vi mua sắm của khách hàng đang thay đổi nhanh hơn sự hiểu biết và khả năng ứng phó của doanh nghiệp. Với sự xuất hiện ngày càng nhiều các giao dịch qua điện thoại thông minh, rổ hàng mua sắm đã thay đổi, thậm chí dấu ấn thương hiệu cũng khác. Trước đây khách hàng mua sắm tại siêu thị còn có thể kết hợp với giải trí, thì tới nay thói quen này đã gần như đã chấm dứt. Thay vào đó, khách hàng có xu hướng giải trí tại rạp chiếu phim, quán cà phê, hay trung tâm thương mại. Rổ hàng mua sắm của khách hàng đã thay đổi theo xu hướng tự nhiên hoặc theo nhu cầu mới dựa trên hàng mới, thu nhập và xu hướng chung của thị trường.

Đã từng có nhận định TMĐT sẽ khai tử loại hình bán lẻ truyền thống, thậm chí các cửa hàng, cửa hiệu truyền thống sẽ hoàn toàn biến mất và nhường chỗ cho mua sắm online. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, nhận định trên khó có thể trở thành hiện thực, bởi cả 3 loại hình này cho đến nay vẫn duy trì đà tăng trưởng, tiếp tục cạnh tranh và tương hỗ, giao thoa lẫn nhau. Bán lẻ truyền thống và hiện đại sẽ áp dụng công nghệ vào bán hàng, chăm sóc khách hàng. Ngược lại, TMĐT tìm cách mở các cửa hàng trưng bày sản phẩm và bán hàng để tăng cường quan hệ với khách hàng. Việc học tập, áp dụng các ưu điểm của từng loại hình bán lẻ đem lại hiệu quả cao và ra đời loại hình bán lẻ vượt trội, đó là loại hình bán lẻ đa kênh (Omni-channel). Sự phát triển của bán lẻ đa kênh và các trung tâm mua sắm kết hợp đồng thời các ngành ẩm thực, siêu thị cao cấp, thời trang nhanh hay cửa hàng đồng giá trong thời gian tới cũng được đánh giá là nhiều triển vọng, khi tích hợp các công nghệ quản lý vận hành hiện đại và công cụ tiếp thị mới một cách hiệu quả.

Viễn cảnh tương lai của ngành bán lẻ cũng không thể tách rời các ứng dụng khoa học công nghệ đang nổi lên. Công nghệ đóng một vai trò quan trọng trong việc giúp các nhà bán lẻ duy trì khả năng cạnh tranh. Một ví dụ nổi bật là hệ thống quản lý nguồn lực doanh nghiệp (ERP), cung cấp cho các nhà bán lẻ những con số dự báo chính xác hơn, kiểm soát chi phí tốt hơn và chia sẻ thông tin nhanh hơn giữa các cửa hàng trong cùng một hệ thống. Các ứng dụng của phần mềm ERP hợp nhất tất cả các phòng ban và chức năng của một tổ chức thành một hệ thống duy nhất, cho phép đáp ứng các nhu cầu cụ thể từ các phòng ban khác nhau. Đơn giản và thiết thực, ứng dụng phần mềm ERP hoạt động như một hệ thống

bao gồm tất cả các hoạt động sản xuất kinh doanh, giúp liên kết các quy trình với nhau. Bên cạnh đó, quản lý chuỗi cung ứng (SCM) cũng đang nhanh chóng trở thành một phần không thể thiếu trong kinh doanh hiện đại. SCM cung cấp các giải pháp cho tất cả các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp, từ các đơn đặt hàng cung cấp đến các giải pháp bảo đảm hàng tồn kho. SCM tích hợp các hệ thống cung ứng để mở rộng và phát triển một môi trường sản xuất và kinh doanh thực sự, cho phép các công ty giao dịch trực tiếp với khách hàng và nhà cung cấp trong cả việc mua hàng và chia sẻ thông tin. Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, doanh nghiệp phải xem xét thông tin về khách hàng từ các khía cạnh khác nhau: họ đến với doanh nghiệp như thế nào, dữ liệu khách hàng này được lưu trữ ở đâu và có được sử dụng hiệu quả hay không. Và phần mềm Quản lý Quan hệ Khách hàng (CRM) kết hợp ứng dụng, chiến lược và công nghệ trong thế giới thực sẽ giúp các công ty quản lý và phân tích các tương tác và dữ liệu của khách hàng./.

Tài liệu tham khảo

Anh Hoa (2020) "Mua lại Auchan: Cơ hội lớn cho Saigon Co.op", tại: <https://baodautu.vn/mua-lai-auchan-co-hoi-lon-cho-saigon-coop-d103245.html>.

Bich Ngoc (2020) "Vietnamese e-commerce company Leflair files for bankruptcy", Nikkei Asia, <https://asia.nikkei.com/Business/Startups/Vietnamese-e-commerce-company-Leflair-files-for-bankruptcy>

BASE (2020) "Digital Retail: Vietnamese retail industry and opportunities for transformation in a digital age". <https://resources.base.vn/management/nganh-ban-le-chuyen-doi-so-655>

Maruyama M. and Trung L. V. (2007), "Supermarkets in Vietnam: Opportunities and Obstacles", *Asian Economic Journal* 21(1), 19-46.

Thu Hòa (2018) "Vietnam retail market - prospects and competitive pressure", *Journal of the General Statistics Office*, ISSN 0866-7322. No. 1+2/2018 (527);

VECOM (2020) Báo cáo thương mại điện tử Việt nam 2020, <https://www.vecom.vn/tai-lieu/tai-lieu-trong-nuoc/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2020>

Vai trò của xây dựng mô hình tài chính trong quản trị rủi ro của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam: thực trạng và một số khuyến nghị

Trần Võ Quang

Công ty TNHH Tư vấn Acc.pro Việt Nam

Mục tiêu của nghiên cứu là đánh giá vai trò quan trọng của mô hình tài chính (MHTC) trong quản trị rủi ro tài chính của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Kết quả cho thấy việc áp dụng MHTC trong các doanh nghiệp là chưa cao và không đồng đều giữa các tổ chức. Để thúc đẩy việc áp dụng MHTC trong các doanh nghiệp thì phải thực hiện đồng bộ các giải pháp như: đào tạo cho ban lãnh đạo của các doanh nghiệp hiểu ý nghĩa của MHTC, xây dựng các MHTC chuẩn cho từng lĩnh vực kinh doanh để các doanh nghiệp dễ dàng áp dụng.

1. Mở đầu

Lập mô hình tài chính (MHTC) được đánh giá là rất quan trọng, giúp doanh nghiệp nhìn thấy tình hình tài chính của doanh nghiệp của mình từ những kịch bản liên quan tới thị trường, chi phí, đầu tư tài sản và cấu trúc vốn của doanh nghiệp. Số lượng doanh nghiệp áp dụng việc dự báo tài chính và lập mô hình tài chính ngày càng nhiều, theo một cách nào đó, MHTC thể hiện cho tình trạng thực tế tồn tại của công ty dưới dạng số liệu tài chính. Từ các dự báo được thu nhập, bảng cân đối, báo cáo lưu chuyển tiền tệ của doanh nghiệp và họ sẽ xác định được các mục tiêu nào không đạt được (rủi ro) và từ đây các nhà lãnh đạo sẽ đưa ra được các hành động thích hợp (hoặc không hành động) dựa trên mục tiêu của tổ chức và khả năng chấp nhận rủi ro của họ. Giúp doanh nghiệp hoạt động bền vững hơn đang là một vấn đề cấp thiết cho doanh nghiệp khi thế giới đang trải qua những giai đoạn biến động như Covid, lạm phát và khủng hoảng nền kinh tế toàn cầu.

Một mô hình báo cáo tài chính có nhiều ứng dụng hữu ích cho các giám đốc điều hành của công ty. Các nhà phân tích tài chính thường sử dụng nó để phân tích và dự đoán hiệu suất cổ phiếu của một công ty có thể bị ảnh hưởng như thế nào bởi các sự kiện trong tương lai hoặc các quyết định điều hành doanh nghiệp. Bài viết này sẽ nghiên cứu thực tiễn xây dựng mô hình tài chính trong quản trị rủi ro của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam, từ đó đưa ra một số kiến nghị nhằm hoàn thiện mô hình tài chính cho các doanh nghiệp này ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu sẽ là cơ sở khoa học và thực tiễn quan trọng cho việc xây dựng các MHTC cho từng lĩnh vực kinh doanh khác nhau nhằm giúp các doanh nghiệp tăng khả năng chống chịu những rủi ro trong tương lai.

2. Cơ sở lý luận về mô hình tài chính, quản trị rủi ro và rủi ro tài chính.

- Khái niệm về mô hình tài chính: Lập MHTC là ước tính tình hình và tình trạng tài chính trong một tổ chức hoặc công ty trong tương lai (Financial model). Dựa vào lập mô hình báo cáo tài chính mà ta đã dự báo để có thể ước tính liệu công ty có cần bổ sung vốn bên ngoài hay không, lợi nhuận của công ty trong tương lai như thế nào. Theo Đỗ Thiên Anh Tuấn – Nguyễn Thị Thu Hà (2000) thì lập Mô hình hóa báo cáo tài chính là quá trình tạo ra một bản tóm tắt về chi phí và thu nhập của công ty dưới dạng bảng tính có thể được sử dụng để tính toán tác động của một sự kiện hoặc quyết định trong tương lai.

- Ý nghĩa của việc lập mô hình tài chính:

Thứ nhất, MHTC mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp. MHTC chỉ đơn giản là một công cụ được tích hợp trong phần mềm bảng tính như MS Excel để dự báo hiệu suất tài chính của doanh nghiệp trong tương lai. Dự báo thường dựa trên kết quả hoạt động trước đây của công ty, các giả định về tương lai và yêu cầu chuẩn bị báo cáo thu nhập, bảng cân đối kế toán, báo cáo lưu chuyển tiền tệ và các lịch trình hỗ trợ (được gọi là mô hình 3 báo cáo). Từ đó, các loại mô hình nâng cao hơn có thể được xây dựng như phân tích dòng tiền chiết khấu (mô hình DCF), đòn bẩy mua lại (LBO), mua bán và sáp nhập (M&A) và phân tích độ nhạy.

Nhiều người cho rằng những cuộc khủng hoảng tài chính là nguyên nhân chính để mô hình tài chính áp dụng rộng rãi trên toàn thế giới. Thực ra mô hình tài chính mang lại cho doanh nghiệp rất nhiều lợi ích như: Quản trị rủi ro; Lập ngân sách và danh mục đầu tư; Đánh giá dự án. Trong bài phân tích này tác giả chỉ tập trung vào một lợi ích mang lại của mô hình

tài chính đó là quản trị rủi ro.

Thứ hai, là công cụ để quản trị rủi ro. Theo Ủy ban Kiểm toán quốc gia Hoa Kỳ thì rủi ro là một điều gì đó xảy ra có thể có ảnh hưởng đến việc đạt được mục tiêu, rủi ro bao gồm cả cơ hội cũng như các đe dọa. Quản lý rủi ro là quá trình xác định, phân tích và chấp nhận hoặc giảm thiểu sự không chắc chắn trong quá trình ra quyết định trong doanh nghiệp. Về cơ bản, quản lý rủi ro xảy ra khi một nhà quản lý phân tích và cố gắng xác định khả năng không đạt mục tiêu sau đó thực hiện hành động thích hợp (hoặc không hành động) dựa trên mục tiêu của tổ chức và khả năng chấp nhận rủi ro của họ. Quản lý rủi ro không đầy đủ có thể dẫn đến những hậu quả nghiêm trọng cho các công ty cũng như cá nhân.

- Cách thức sử dụng mô hình trong quản trị rủi ro doanh nghiệp được xây dựng dựa trên ác kịch bản có liên quan đến các yếu tố khác nhau. Cụ thể là các yếu tố về:

- Rủi ro thị trường liên quan đến sự biến động của giá cả thị trường, lãi suất, giá cổ phiếu, tỷ giá... và ảnh hưởng trực tiếp đến giá trị tài sản của doanh nghiệp

- Tín dụng của khách hàng hoặc tín dụng của nhà cung cấp

- Tín dụng hoặc tài trợ mua hàng cho khách hàng, nhưng khách hàng không có khả năng thanh toán.

- Tín dụng của nhà cung cấp, những công ty không có khả năng thanh toán đúng hạn các khoản phải trả. Trong trường hợp này, các nhà cung cấp có thể ngừng cấp tín dụng cho công ty, thậm chí ngừng kinh doanh.

- Thời gian luân chuyển vốn lưu động

- Thời gian tồn kho bình quân, thời gian phải trả bình quân, thời gian phải thu bình quân

- Kế hoạch đầu tư tài sản cố định

- Kế hoạch mua sắm tài sản cố định

- Kế hoạch thanh lý tài sản cố định

- Thay đổi chi phí...

- Tăng/giảm chi phí biến phí/định phí

- Tăng/giảm giá vốn hàng bán

- Kế hoạch vay vốn hoặc trả gốc và lãi cho bên cho vay.

Từ những giả định này sẽ cho ra các kết quả báo cáo tài chính khác nhau và giúp nhà quản lý có thể hình dung một cách dễ dàng đồng thời là cơ sở để nhà quản trị đánh giá yếu tố nào sẽ là yếu tố tác động mạnh mẽ tới doanh nghiệp và là cơ sở để nhà quản lý lựa chọn rủi ro nào ưu tiên phải quản lý. Ngoài ra các bộ phận liên quan sẽ lập các kế hoạch ứng phó với những rủi ro nhằm đảm bảo rằng các rủi ro này được quản trị để giảm thiểu mức tác động một cách thấp nhất hoặc không xảy ra.

Sử dụng MHTC để quản trị rủi ro thông qua các bước sau: Giả định – mô hình – xác định rủi ro - mức độ tác động - lựa chọn rủi ro cần quản lý - kế hoạch ứng phó

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

- Thực trạng các doanh nghiệp Việt Nam trong đại dịch Covid 19: Có thể thấy rằng do dịch bệnh COVID-19 kéo dài, diễn biến phức tạp đã tác động tới mọi mặt đời sống, kinh tế - xã hội, trong đó cộng đồng doanh nghiệp bị ảnh hưởng lớn, nhất là đối với doanh nghiệp SMEs. Cứ 10 doanh nghiệp thì có xấp xỉ 9 doanh nghiệp cho người lao động thôi việc. Với kết quả điều tra khảo sát do VCCI thực hiện tháng 9/2021 trên gần 3.000 doanh nghiệp, cho thấy có tới 93,9% doanh nghiệp cho biết tác động của dịch ở mức độ "hoàn toàn tiêu cực" và "phần lớn là tiêu cực", tăng so với con số 87,2% của khảo sát năm 2020. Trong đó, khoảng 60% doanh nghiệp cho biết tác động của COVID-19 "phần lớn là tiêu cực" và 34% doanh nghiệp nhận định COVID-19 tác động "hoàn toàn tiêu cực" (gấp đôi so với mức 15% của năm 2020). Chỉ có khoảng 4% cho biết không bị ảnh hưởng bởi dịch và khoảng 2% cho biết đại dịch có tác động tích cực mang lại cơ hội cho doanh nghiệp để phát triển. Tỷ lệ tương ứng ở các khu vực khác thấp hơn 90% nhưng cũng tương đối cao, nơi ít nhất là Đồng bằng sông Hồng, nhưng cũng có 78% doanh nghiệp phải giảm số lao động. 93% doanh nghiệp trong lĩnh vực y tế và trợ giúp xã hội báo cáo doanh thu dự kiến bị sụt giảm so với năm 2020.

Về chuỗi giá trị, trung bình có 96,2% doanh nghiệp gặp ít nhất một trong các vấn đề liên quan đến chuỗi giá trị. Các vấn đề này có thể là khó tiếp cận khách hàng, mất cân đối dòng tiền, khó khăn khi quản lý nhân công hay đứt gãy chuỗi cung ứng.

Trong đó, đại dịch khiến khoảng 61,8% doanh nghiệp khó tiếp cận khách hàng trong nước và quốc tế. Ngoài ra, dịch bệnh gây đình đốn nhiều hoạt động sản xuất kinh doanh khiến việc quản lý tài sản, dòng tiền trở thành một thách thức lớn. 57,6% doanh nghiệp gặp phải khó khăn này.

Việc triển khai các biện pháp giãn cách xã hội đòi hỏi doanh nghiệp phải tổ chức lại mô hình làm việc và duy trì trong một thời gian dài tình trạng làm việc từ xa. Chính vì thế, khoảng 57,2% doanh nghiệp cho biết gặp khó khăn trong quản lý nhân sự trong thời kỳ dịch bệnh. Tương tự, dịch bệnh trên toàn cầu gây ra trở ngại lớn về duy trì chuỗi cung ứng với 51,4% doanh nghiệp bị ảnh hưởng

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp hàng không tiếp tục bị "đóng băng" gần như mọi hoạt động, kéo theo hơn 2 triệu lao động ngành này bị mất việc làm hoặc cắt giảm mạnh lượng công việc. Thiệt hại kinh tế mỗi ngày do giãn cách, cách ly là rất lớn.

Để đánh giá về thực trạng áp dụng mô hình tài chính và quản trị rủi ro tài chính tại các doanh nghiệp Việt Nam, tác giả đã tiến hành khảo sát các doanh nghiệp sử dụng MHTC trong quản trị rủi ro trong thời gian dịch bệnh Covid 19 diễn ra với 20 doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, Daklak, Long An. Kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp này trong giai đoạn dịch bệnh Covid 19 như sau:

Những doanh nghiệp không xây dựng mô hình tài chính và không lập kịch bản ứng phó nhằm quản trị rủi ro:

Những doanh nghiệp này đã không biết lượng tiền mặt của doanh nghiệp có thể giúp doanh nghiệp tồn tại trong bao nhiêu ngày. Không có điều chỉnh kế hoạch mua hàng, không xây dựng kế hoạch giao hàng một cách cụ thể, Không làm việc với các khách hàng để tiến hành thu hồi công nợ sớm hơn. Không có sự ưu tiên trong việc xây dựng các kế hoạch ứng phó liên quan tới thị trường, doanh số, sản lượng. Các doanh nghiệp này đã thực sự gặp khó khăn trong dòng tiền, khả năng thanh toán và nguồn vốn để có thể vượt qua đại dịch Covid 19. Mặc dù những doanh nghiệp này vẫn tồn tại sau Covid 19 nhưng cũng có những thiệt hại không đáng có là rất lớn như: Doanh số và lợi nhuận sụt giảm nghiêm trọng, Nợ lương người lao động, nhà máy bị ngưng trệ. Và từng rơi vào tình trạng mất khả năng thanh toán.

Những doanh nghiệp lập kịch bản ứng phó rủi ro nhưng không xây dựng MHTC:

Những doanh nghiệp này đã xây dựng các kế hoạch ứng phó như: chuẩn bị kịch bản cho nguồn vốn bổ sung chuẩn bị kịch bản hàng tồn kho, chuẩn bị kịch bản cho điều chỉnh chi phí nhưng không có mức độ ưu tiên cho những rủi ro để hành động ứng phó ngay.

Những doanh nghiệp xây dựng MHTC để quản trị rủi ro doanh nghiệp.

Từ MHTC các nhà quản lý đã xác định ra những rủi ro nào trọng yếu và thực thi các hành động ứng phó và mang lại hiệu quả như:

Dự báo doanh số chính xác hơn và đưa ra kế hoạch mua hàng, đồng thời tiến hành các hoạt động nhằm thu tiền từ khách hàng nhanh hơn như chiết khấu thanh toán, mở rộng danh mục nhà cung cấp để đảm bảo nguồn nguyên liệu không bị ảnh hưởng. Ngoài ra các chi phí được kiểm soát chặt chẽ, các kế hoạch mua sắm và đầu tư tài sản cố định được điều chỉnh.

Doanh nghiệp đã hoạt động với công suất 80% và không xảy ra tình trạng mất thanh khoản.

Mô hình tài chính và phương pháp quản trị rủi ro trong doanh nghiệp còn rất mới mẻ với các doanh nghiệp Việt Nam. Các phương pháp luận thực hiện đang được phổ biến rộng rãi tại các doanh nghiệp Việt Nam. Một số doanh nghiệp do công tác thống kê và ghi chép kế toán chưa thực sự tốt do đó việc áp

dụng mô hình tài chính có sử dụng các số liệu lịch sử không mang lại hiệu quả. Ngoài ra do việc đào tạo và áp dụng phương pháp này chưa nói rõ các ưu nhược điểm với nhà quản trị nên nhận thức về tầm quan trọng của nhà quản trị với phương pháp này là không cao.

5. Một số giải pháp và khuyến nghị góp phần phát triển việc áp dụng mô hình tài chính trong quản trị rủi ro trong doanh nghiệp

Tổ chức công tác đào tạo phương pháp luận quản trị rủi ro trong doanh nghiệp là hết sức cần thiết. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng chống chọi các tình huống xấu trong tương lai và giúp doanh nghiệp phát triển một cách bền vững hơn.

Xây dựng các mô hình cho từng ngành nghề, và đào tạo hướng dẫn cho các nhà quản lý trong đó có các nhà quản lý tài chính kế toán tại doanh nghiệp. Giúp doanh nghiệp dễ dàng áp dụng và sử dụng trong quản trị.

Nâng cao nhận thức trong việc ghi chép số liệu tài chính - kế toán tại các doanh nghiệp, các kế toán viên để đảm bảo các số liệu được sử dụng phân tích là đáng tin cậy, giúp việc sử dụng công cụ này trở nên hiệu quả hơn.

Nhìn chung, việc áp dụng phương pháp quản trị rủi ro thông qua mô hình tài chính tại Việt Nam là chưa cao. Vấn đề chủ yếu là kiến thức này chưa được đào tạo rộng rãi cho các chủ doanh nghiệp, và nhà quản lý. Ngoài ra các công cụ quản trị này vẫn đang được đào tạo vẫn trọng tâm về lý thuyết. Vì vậy để giúp việc áp dụng quản trị rủi ro và mô hình tài chính trong doanh nghiệp nhằm giúp doanh nghiệp phát triển bền vững hơn đòi hỏi công tác đào tạo trọng tâm thực hành là rất quan trọng.

Các chuẩn mực kế toán Việt Nam đã được tiệm cận với các chuẩn mực kế toán quốc tế hơn, tuy nhiên việc ghi chép thống kê số liệu kế toán cần nâng cao hơn tại các doanh nghiệp nhằm đảm bảo số liệu lịch sử dùng để phân tích là đáng tin cậy./.

Tài liệu tham khảo

Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế ISO: ISO 31000:2009 - Quản lý rủi ro, nguyên tắc và hướng dẫn

Đỗ Thiên Anh Tuấn, Nguyễn Thị Thu Hà (2013). Lập mô hình tài chính. Nhà xuất bản tài chính.

Nguyễn Tấn Bình (2008). Tài chính kế toán cho nhà quản trị. NXB Thống Kế

Harvard Business Review Press (2018). Finance Basics for managers, Nhà xuất bản thế giới.

Simon Benninga (2014) Financial Modeling. The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England .

Một số biện pháp hoàn thiện quản trị huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Quảng Ninh

Đào Văn Thi

Trường Đại học Hàng hải Việt Nam

Với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng, đòi hỏi phải quản trị tốt công tác huy động vốn tiền gửi. Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Quảng Ninh cũng không phải ngoại lệ, nếu như không thể cải thiện và phát triển nguồn vốn tiền gửi thì sẽ ảnh hưởng rất lớn đến việc hoạt động của ngân hàng. Bài nghiên cứu này sẽ chỉ ra thực trạng quản trị huy động vốn tiền gửi tại ngân hàng Vietcombank CN Quảng Ninh giai đoạn 2017 – 2021, chỉ ra kết quả, hạn chế; từ đó đưa ra một số biện pháp nhằm hoàn thiện công tác quản trị huy động vốn tiền gửi tại CN Quảng Ninh.

1. Mở đầu

Trong bất cứ thời kỳ nào, ngành Ngân hàng cũng đóng vai trò rất quan trọng và nổi bật, chính là huyết mạch của cả nền kinh tế. Có thể khẳng định rằng ngành Ngân hàng Việt Nam đã và đang khẳng định được vị thế của mình, từ đó tạo dựng và tiếp tục duy trì niềm tin bền chặt đối với xã hội và kinh tế quốc gia. Theo Selvaraj (2016): “tiền gửi là máu sống của một tổ chức ngân hàng vì chúng cấu thành nguồn chính của vốn để thực hiện hoạt động cho vay”. Tiền gửi đóng vai trò quan trọng đối với ngân hàng. Sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường huy động vốn tiền gửi của các NHTM Việt Nam trong thời gian gần đây là một thách thức lớn đối với các ngân hàng trong nước khi mà ngày càng có nhiều những hình thức mới thu hút nguồn vốn nhân rồi của các cá nhân và các tổ chức và mang lại lợi nhuận lớn cho họ. Do đó, trong công tác huy động vốn các ngân hàng hiện nay gặp không ít những khó khăn. Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam nói chung và Vietcombank CN Quảng Ninh nói riêng cũng không tránh khỏi những khó khăn trong hoạt động này. Bên cạnh những khó khăn nêu trên thì Vietcombank CN Quảng Ninh cũng bị chi phối bởi các quy định của Ngân hàng Nhà Nước và Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam. Bởi vậy, việc đưa ra được những giải pháp để hoàn thiện và đảm bảo tính hiệu quả trong hoạt động quản trị huy động vốn tiền gửi là thách thức rất lớn đối với ngân hàng Vietcombank CN Quảng Ninh.

2. Thực trạng quản trị huy động vốn tiền gửi tại Vietcombank CN Quảng ninh

2.1 Một số khái niệm cơ bản

Tiền gửi: là hoạt động hình thành chủ yếu tạo

nên nguồn vốn của NHTM, là nguồn tiền quan trọng chiếm tỉ trọng lớn trong tổng nguồn tiền của các NHTM. Để đáp ứng được nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, trên thị trường tồn tại nhiều loại tiền gửi với cách thức huy động về lãi suất, kỳ hạn, loại tiền... rất đa dạng. Theo Rose (2013): “Quản trị huy động tiền gửi là hệ thống công cụ quản trị để xác định các loại tiền gửi cần khuyến khích huy động nhằm đáp ứng được nhu cầu sử dụng vốn một cách phù hợp”. Theo Phan Thị Thu Hà (2016): “Quản trị huy động vốn tiền gửi của NHTM là quản trị quá trình huy động vốn tiền gửi để đảm bảo cho NHTM luôn có đủ nguồn vốn để duy trì và phát triển các hoạt động kinh doanh với chi phí hợp lý và đạt hiệu quả cao nhất – đồng thời phải đảm bảo được tính an toàn cho ngân hàng”. Như vậy, quản trị huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại là việc huy động các nguồn vốn từ tiền gửi khác nhau trên thị trường, đáp ứng yêu cầu sử dụng vốn một cách kịp thời, đầy đủ, an toàn và hiệu quả, đảm bảo các lợi ích của các bên liên quan.

2.2 Thực trạng quản trị huy động vốn tiền gửi tại Vietcombank chi nhánh Quảng Ninh

Trải qua 30 năm xây dựng, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - CN Quảng Ninh không ngừng phát triển, mở rộng quy mô và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Chi nhánh hiện nay gồm trụ sở chính và 07 phòng giao dịch. Trong đó, trụ sở chính Chi nhánh tại địa chỉ đường 25/4, phường Bạch Đằng, thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh và 07 phòng Giao dịch trụ sở kinh doanh tại 02 thành phố lớn của tỉnh Quảng Ninh.

- Kết quả huy động vốn

Huy động vốn là một nghiệp vụ có ý nghĩa rất quan trọng trong hoạt động ngân hàng, góp phần mang lại nguồn vốn cho ngân hàng thực hiện các

ngành vụ kinh doanh khác. Bảng 1 dưới đây thể hiện kết quả huy động vốn tại ngân hàng Vietcombank CN Quảng Ninh trong giai đoạn 2017-2021.

Bảng 1. Kết quả hoạt động huy động vốn tại Vietcombank CN Quảng Ninh giai đoạn 2017 – 2021 (tỷ đồng, %)

Chi tiêu huy động vốn	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Số tiền	2018/2017	Số tiền	2019/2018	Số tiền	2020/2019	Số tiền	2021/2020		
Tổng huy động	6.312,8	6.674,2	105,7	6.825,6	102,3	7.103,4	104,1	7.625,8	107,4	
1. Theo đối tượng										
- Doanh nghiệp	2.232,9	2.668,4	119,5	2.756,3	103,3	2.908,6	105,5	3.324,1	114,3	
- Cá nhân	4.079,9	4.005,8	98,2	4.069,3	101,6	4.194,8	103,1	4.301,7	102,5	
2. Theo kỳ hạn										
- Có kỳ hạn	4.653,6	4.841,6	104,0	4.820,2	99,6	4.976,4	103,2	4.759,1	95,6	
- Không kỳ hạn	1.659,2	1.832,6	110,5	2.005,4	109,4	2.127,0	106,1	2.866,7	134,8	
3. Theo loại tiền										
- Tiền VND	5.510,2	5.817,3	105,6	5.793,5	99,6	6.044,7	104,3	6.501,5	107,6	
- Ngoại tệ quy đổi	802,6	856,9	106,8	1.032,1	120,4	1.058,7	102,6	1.124,3	106,2	

Nguồn: Báo cáo HDK của Vietcombank Quảng Ninh giai đoạn 2017-2021

Huy động vốn của Vietcombank CN Quảng Ninh đều tăng trưởng qua các năm từ 2017 đến 2021. Năm 2017 huy động vốn của Vietcombank Quảng Ninh đạt 6.312,8 tỷ đồng; cuối năm 2018 tổng nguồn vốn huy động đạt 6.674,2 tỷ đồng tăng 105,7% so với năm 2017. Đến năm 2019, tổng nguồn vốn huy động đạt được 6.825,6 tỷ đồng, tăng 102,3% so với năm 2018. Năm 2020 và năm 2021 tổng nguồn vốn huy động đạt được 7.103,4 tỷ đồng và 7.625,8 tỷ đồng.

- Việc lập mục tiêu và kế hoạch huy động vốn tiền gửi

Xét về quy mô huy động vốn: chi nhánh đã trọng tâm tăng trưởng quy mô huy động vốn theo mục tiêu kế hoạch hội sở chính đã đặt ra. Năm 2017 chi nhánh huy động được 6.153 tỷ đồng đạt 99,6% kế hoạch được giao. Năm 2018 huy động đạt 6.674,2 tỷ đồng đạt 105,9% kế hoạch. Năm 2019 tổng huy động toàn chi nhánh đạt mức 6.825,6 tỷ đồng, đạt 104,5% kế hoạch. Các năm 2020 và 2021 đều đạt trên 100% kế hoạch huy động vốn được giao với tổng vốn huy động lần lượt là 7.103,4 tỷ đồng và 7.625,8 tỷ đồng. Vietcombank Quảng Ninh đã hoàn thành tốt các mục tiêu đề ra với chiến lược, kế hoạch huy động chi tiết, cụ thể. Quy mô huy động vốn của chi nhánh đều tăng qua các năm, đó là nguồn bổ sung vốn quan trọng cho hoạt động kinh doanh, đồng thời cũng là minh chứng cho thấy chi nhánh đang có mô hình quản trị tương đối sát nhu cầu thị trường.

- Việc xây dựng chính sách và các biện pháp triển khai

Việc xây dựng chính sách huy động vốn tại Vietcombank CN Quảng Ninh phải dựa trên chính sách chung của hội sở chính Vietcombank đưa ra. Dựa trên tình hình hoạt động thực tế của chi nhánh và kinh tế trên địa bàn tỉnh mà có những điều chỉnh, cân đối các hoạt động huy động vốn cho phù hợp với thực tế. Trong quá trình hoạt động kinh doanh, căn cứ theo báo cáo tổng hợp của bộ phận tổng hợp thuộc phòng kế toán việc thực hiện chỉ tiêu theo

hàng tháng của các phòng ban liên quan hoặc theo yêu cầu của Ban lãnh đạo chi nhánh, Ban lãnh đạo chi nhánh sẽ có những đơn đốc chỉ đạo thực hiện, tìm nguyên nhân ảnh hưởng và các biện pháp hỗ trợ, khuyến khích các phòng thực hiện chỉ tiêu, đảm bảo chỉ tiêu chung toàn chi nhánh.

- Việc quản trị sản phẩm, lãi suất, kỳ hạn huy động vốn

Việc quản trị sản phẩm, lãi suất và kỳ hạn huy động vốn là vấn đề trọng tâm trong hoạt động quản trị huy động vốn tiền gửi. Nó có tác động sâu sắc đến kết quả hoạt động huy động vốn tiền gửi.

Sản phẩm tiền gửi: các sản phẩm huy động vốn tiền gửi trong hệ thống Vietcombank nói chung và tại CN Quảng Ninh nói riêng đều do hội sở xây dựng và triển khai hoạt động, nhằm mục tiêu đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng, thu hút, đảm bảo kết quả hoạt động huy động vốn.

Kỳ hạn huy động vốn: các kỳ hạn huy động vốn tại Vietcombank CN Quảng Ninh rất linh hoạt cho khách hàng lựa chọn với nhiều kỳ hạn từ không kỳ hạn, 1 tuần, 2 tuần, 1 tháng, 2 tháng....12 tháng....60 tháng.

Lãi suất của các khoản huy động: tại Vietcombank, lãi suất huy động đã có nhiều thay đổi qua các năm 2017 – 2021 ở tất cả các kỳ hạn và có nhiều hình thức lĩnh lãi khác nhau như lĩnh lãi trả trước, lĩnh lãi hàng tháng, lĩnh lãi hàng quý, lĩnh lãi cuối kỳ.

- Việc quản trị chi phí huy động, rủi ro và nguồn cân đối

Đứng trước những diễn biến phức tạp của thị trường trong giai đoạn năm 2017 đặc biệt là từ năm 2019 đến nay, do ảnh hưởng sâu rộng của đại dịch Covid-19, Ban lãnh đạo Vietcombank CN Quảng Ninh đã có những phản ứng nhanh nhạy và có những quyết sách phù hợp với những biến động của thị trường. Theo thông tư 22/2019/TT-NHNN, tỷ lệ LDR của các NHNN tối đa ở mức 85%. Tỷ lệ LDR là một trong những thước đo quan trọng được sử dụng trong hoạt động quản lý và giám sát hoạt động ngân hàng nhằm đánh giá thanh khoản hay khả năng chi trả của một tổ chức tín dụng.

Bảng 2: LDR bình quân tại Vietcombank CN Quảng Ninh giai đoạn 2017-2021

	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
LDR	83,3	82,5	83	82,4	83,7

Nguồn: Báo cáo tổng hợp của Vietcombank Quảng Ninh giai đoạn 2017-2021

Có thể thấy, tỷ lệ LDR bình quân của chi nhánh trong 5 năm qua đều được đảm bảo theo tỷ lệ cho phép và đều nằm trong vùng an toàn về rủi ro thanh khoản.

3. Đánh giá thực trạng huy động vốn tiền gửi tại Vietcombank chi nhánh Quảng Ninh

3.1 Những kết quả đạt được

Trong giai đoạn 2017 – 2021, Vietcombank CN Quảng Ninh đã làm tương đối tốt công tác quản trị huy động vốn tiền gửi. Quy mô huy động vốn tiền gửi của chi nhánh ngày càng mở rộng, đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn cho hoạt động kinh doanh đồng thời đảm bảo khả năng thanh khoản của ngân hàng. Trong giai đoạn 2017-2021 Ngân hàng Vietcombank CN Quảng Ninh đã đạt được một số kết quả sau: Thứ nhất: công tác tổ chức huy động vốn ngày càng hoàn thiện. Thứ hai: Các sản phẩm huy động vốn cũng như kỳ hạn, lãi suất và dịch vụ của chi nhánh đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh. Thứ ba: nguồn vốn tăng trưởng đều đặn với cơ cấu nguồn vốn ổn định. Thứ tư: quản trị tốt khả năng thanh khoản và kiểm soát rủi ro trong huy động vốn.

3.2 Những hạn chế

Bên cạnh một số kết quả đạt được, còn tồn tại một số hạn chế sau: Thứ nhất: hạn chế liên quan đến quản trị lãi suất huy động. Để phục vụ công tác huy động vốn tiền gửi, Vietcombank đã áp dụng nhiều mức lãi suất khác nhau. Từ năm 2019, dưới ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh Covid – 19, NHNN thực hiện các chính sách về trần lãi suất huy động với những kỳ hạn ngắn dưới 6 tháng, giảm lãi suất các kỳ hạn. Thứ hai: quản trị nguồn vốn huy động chưa thể hiện đầy đủ các nội dung, chủ yếu tập trung điều hành về quy mô, cơ cấu và quản trị lãi suất huy động.

4. Biện pháp hoàn thiện quản trị huy động vốn tại ngân hàng Vietcombank CN Quảng Ninh

4.1 Tăng cường việc chỉ đạo, điều hành trong công tác quản trị huy động vốn tiền gửi.

Trong hoạt động của ngân hàng, hoạt động quản trị huy động vốn tiền gửi cần có sự chủ động, mềm dẻo, linh hoạt, tích cực trong việc chỉ đạo, điều hành, được thể hiện ở việc: thứ nhất, hướng dẫn triển khai kịp thời các văn bản quy định, quy trình về nghiệp vụ huy động vốn tiền gửi, điều lệ các sản phẩm huy động vốn, tuân thủ các quy định của NHNN. Thứ hai, xây dựng chương trình, chiến lược và kế hoạch huy động vốn tối ưu, linh hoạt với nhu cầu sử dụng vốn. Thứ ba, hoàn thiện hoạt động nghiệp vụ liên quan đến huy động vốn: công tác kế toán giao dịch, thu chi tiền mặt, ngân quỹ, luân chuyển, tinh gọn chứng từ đảm bảo an toàn chính xác và hạn chế rủi ro. Thứ tư, chấn chỉnh công tác quản trị, theo dõi đánh giá huy động vốn, đúc rút kinh nghiệm, xây dựng hệ thống quản trị rủi ro hiệu quả. Thứ năm, củng cố và

tăng cường vai trò của các bộ phận liên quan đến công tác huy động vốn và quản trị huy động vốn.

4.2 Hợp lý hóa về quy mô, cơ cấu huy động gắn với sử dụng vốn

Ngân hàng cần xác định quy mô nguồn vốn một cách hợp lý hơn, để đảm bảo cân đối giữa việc sử dụng nguồn vốn, đảm bảo không để xảy ra những rủi ro do tình trạng thừa vốn hay thiếu vốn. Việc huy động nguồn vốn theo các kỳ hạn khác nhau về ngắn hạn, trung hạn, dài hạn cần phải đáp ứng những yêu cầu của các khách hàng về kỳ hạn. Để tạo sự ổn định trong hoạt động huy động vốn tiền gửi, nhất định tập trung khai thác nguồn vốn trung và dài hạn. Bên cạnh đó, chú trọng vào nguồn vốn không kỳ hạn, nguồn vốn trên các tài khoản tiền gửi thanh toán, là nguồn vốn giá rẻ, đáp ứng tốt nhu cầu vốn ngắn hạn trong kinh doanh, đảm bảo sự linh hoạt cho nguồn vốn. Cần cân đối tỷ lệ tiền gửi từ các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế với nguồn tiền gửi từ dân cư để tránh việc phụ thuộc vào một phương thức, đối tượng huy động vốn./.

Tài liệu tham khảo

Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Quảng Ninh, Báo cáo các năm 2017, 2018, 2019, 2020, 2021.

Phan Thị Thu Hà (2017), Quản trị rủi ro, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

Phan Thị Thu Hà (2013). Giáo trình Ngân hàng Thương mại. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

Ngân hàng Nhà nước (2014) - Thông tư 09/2014/TT-NHNN, Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư 02/2013/TT-NHNN ngày 21/01/2013 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước quy định về phân loại tài sản có, mức trích, phương pháp trích lập dự phòng rủi ro và việc sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro trong hoạt động của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

Ngân hàng Nhà nước (2014) - Thông tư 36/2014/TT-NHNN, Quy định các giới hạn, tỷ lệ bảo đảm an toàn trong hoạt động của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

Thúc đẩy ứng dụng chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc

Đinh Văn Cương
Công ty Sông Dương

Bài viết đánh giá thực trạng tình hình ứng dụng chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc. Tác giả cũng vận dụng mô hình phân tích SWOT để phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc trong việc ứng dụng chuyển đổi số. Từ những kết quả đó, tác giả đề xuất những giải pháp tổng thể từ góc độ quản lý doanh nghiệp nhằm thúc đẩy việc ứng dụng chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc.

1. Mở đầu

Tại Việt Nam, các nhiệm vụ, giải pháp về ứng dụng chuyển đổi số đã được đưa vào các Nghị quyết của Đảng (Nghị quyết số 52-NQ/TW, ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư; Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng); Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 (Quyết định số 749/QĐ-TTg, ngày 03/6/2020), xác định 03 trụ cột của chuyển đổi số quốc gia là chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, trong đó trụ cột kinh tế số xác định nhiệm vụ hỗ trợ DN chuyển đổi số là một trong những nhiệm vụ trọng tâm.

Thực hiện theo chủ trương chỉ đạo của Đảng và Nhà nước, nhiều tỉnh thành trong đó có tỉnh Vĩnh Phúc đã lựa chọn ứng dụng chuyển đổi số trở thành con đường ngắn nhất để phục hồi, thúc đẩy phát triển kinh tế. Tỉnh Vĩnh Phúc đã và đang triển khai nhiều giải pháp thiết thực góp phần xây dựng nền kinh tế số, xã hội số trên địa bàn. Vĩnh Phúc phấn đấu đến năm 2025 hỗ trợ chuyển đổi số cho 500 doanh nghiệp và 100% hội doanh nghiệp huyện, thành phố và các tổ chức hội viên tập thể ứng dụng phần mềm quản lý; đến năm 2030 hoàn thành chương trình chuyển đổi số cho các doanh nghiệp hội viên. Với vai trò là cầu nối giữa chính quyền với doanh nghiệp, năm 2022, Hiệp hội doanh nghiệp tỉnh sẽ chủ động phối hợp với các sở, ban, ngành tham mưu UBND tỉnh ban hành Đề án chuyển đổi số, xây dựng chuỗi cung ứng cho cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Vĩnh Phúc đến năm 2025; tham mưu thành lập và tổ chức hoạt động mạng lưới các hội, hiệp hội doanh nghiệp thúc đẩy công nghệ số, kinh tế số tỉnh; chủ động phối hợp với các đơn vị, hỗ trợ cho khoảng 2.000 doanh nghiệp được trải nghiệm miễn phí các nền tảng số.

2. Thực trạng ứng dụng chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc

Để thay đổi cũng như thích ứng trong bối cảnh bệnh Covid-19, các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc đã và đang chủ động chuyển đổi số, tận dụng những cơ hội mà nền kinh tế số mang lại để nâng cao năng suất, năng lực, lợi thế cạnh tranh, tăng tốc, phát triển. Bên cạnh đó, đã có rất nhiều doanh nghiệp đã xác định chuyển đổi số là một trong những hoạt động mở đầu quan trọng, có ý nghĩa quyết định đối với sự chuyển mình của doanh nghiệp trong bối cảnh bình thường mới. Nhiều doanh nghiệp đã nhận định rằng chuyển đổi số không còn là xu hướng mà đã trở thành vấn đề “sống còn”, giúp doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) muốn duy trì, nâng cao năng lực và lợi thế cạnh tranh, hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong bối cảnh hiện nay, để chuyển đổi số thành công, trước hết, người đứng đầu doanh nghiệp cần thay đổi tư duy, nhận thức chứ không chỉ là đầu tư các trang thiết bị số đơn thuần. Cùng với đó chủ động ứng dụng công nghệ vào sản xuất, kinh doanh để tăng sức cạnh tranh với hàng hóa cùng loại trên thị trường và phải xem việc chuyển đổi số là chìa khóa cho sự phục hồi tăng trưởng giai đoạn tới. Bởi vậy, nhiều doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc đã và đang đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số vào các vấn đề như: sản xuất, kinh doanh, mua hàng, bán hàng, quản trị nội bộ, logistics, marketing, trong đó nổi bật nhất là các doanh nghiệp đã sử dụng thương mại điện tử, mạng xã hội, thanh toán điện tử, sử dụng các phần mềm quản lý nhân sự từ xa, quản lý chứng từ, kho hàng... Theo thống kê của Sở Thông tin và Truyền thông, đến nay toàn tỉnh Vĩnh Phúc có trên 13.000 doanh nghiệp, đến hết năm 2020, trên địa bàn tỉnh có 157 DN FDI và 5 DN DDI hoạt động trong các KCN; hơn 2.400 DN nhà nước,

DN dân doanh hoạt động liên quan đến SXKD, dịch vụ số; tỷ lệ DN thực hiện thủ tục đăng ký kinh doanh qua mạng đạt 43%. và để có thể chủ động vượt qua khó khăn đại dịch và hội nhập, hầu hết các doanh nghiệp đã và đang chủ động cho chuyển đổi, sử dụng các công nghệ như điện toán đám mây (Cloud), trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (big data), internet kết nối vạn vật (IoT)... để phân tích dữ liệu, biến đổi và tạo ra một giá trị khác cấp cao hơn số hóa.

Trong quá trình chuyển đổi số trong doanh nghiệp, có được sự chỉ đạo rõ ràng và sự ủng hộ đến từ chính quyền địa phương là một điều cần thiết cho doanh nghiệp thực hiện mục tiêu. Đồng hành với doanh nghiệp trong quá trình ứng dụng chuyển đổi số vào hoạt động sản xuất kinh doanh, quản lý kinh doanh,... tỉnh Vĩnh Phúc đã và đang có những hành động và giải pháp rất thiết thực. Có thể kể đến các hoạt động điển hình như triển khai chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số; ban hành kế hoạch chuyển đổi số các doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2021-2025.. Vào năm 2021, Hiệp hội doanh nghiệp của tỉnh Vĩnh Phúc đã phối hợp với Công ty cổ phần MISA tổ chức 3 hội thảo trực tuyến cho gần 1.000 doanh nghiệp, cam kết tặng miễn phí phần mềm kế toán cho các doanh nghiệp thuê dịch vụ kế toán khi tham gia Nền tảng ASP trong Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số, với mong muốn giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa thực hiện chuyển đổi số trong công tác tài chính kế toán nhằm tối ưu chi phí và đảm bảo tuân thủ chế độ kế toán, thuế theo quy định của Nhà nước.

3. Phân tích SWOT đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Vĩnh Phúc trong ứng dụng chuyển đổi số

Thông qua thu thập thông tin, tài liệu từ chính những trang mạng thông tin truyền thông của quyền địa phương tỉnh Vĩnh Phúc, cũng như tổng hợp thông tin phản ánh từ bản thân các doanh nghiệp nhỏ và vừa đang hoạt động sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh, Tác giả đã tổng hợp được những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với việc ứng dụng chuyển đổi số vào hoạt động quản lý, sản xuất kinh doanh.

Điểm mạnh: Nhờ sự tích cực thực hiện chương trình hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa của chính quyền địa phương, các lãnh đạo doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc đã có những nhận thức nhất định về các xu hướng chuyển đổi, đánh giá được tầm quan trọng của chuyển đổi số. Bên cạnh đó, do đặc thù cơ cấu tổ chức linh hoạt nên các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc cũng dễ dàng thích nghi với các thay đổi của thị

trường. Các doanh nghiệp cũng đã linh hoạt học tập và áp dụng hiệu quả những thành tựu của chuyển đổi số trên thị trường như kênh tiếp thị, phân phối và bán hàng. Năng lực ứng dụng công nghệ số vào kết nối thông tin với khách hàng và nhà cung cấp hay khả năng áp dụng phần mềm vào các nghiệp vụ quản lý cơ bản đều được hầu hết các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc đáp ứng.

Điểm yếu: Bên cạnh những điểm mạnh kể trên, các yếu tố như năng lực quản trị nội bộ, cơ cấu tổ chức và quy trình của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc vẫn chưa hoàn thiện để có thể chuyển đổi số toàn diện. Năng lực của nhân sự liên quan đến tin học, công nghệ thông tin hay khả năng tích hợp công nghệ mới của hệ thống công nghệ thông tin vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế. Tầm quan trọng của dữ liệu vẫn chưa được nhìn nhận đúng đắn khi chỉ số ít doanh nghiệp có chính sách quản trị riêng biệt và ứng dụng phân tích dữ liệu vào trong các hoạt động của mình. Các vấn đề về rủi ro và an ninh mạng cũng chưa được các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc nhận thức đúng đắn. Theo kết quả điều tra cho thấy hầu hết các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh chưa có chính sách cụ thể để quản lý dữ liệu cũng như vấn đề về rủi ro, an toàn mạng mặc dù đây là một trong những yếu tố vô cùng quan trọng trong hệ thống công nghệ thông tin của bất cứ doanh nghiệp nào.

Cơ hội: Ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19, cũng như sự phát triển của khoa học công nghệ làm cho hành vi tiêu dùng của khách hàng đang thay đổi nhanh chóng, đem lại những cơ hội khai phá tiềm năng mới của thị trường. Toàn cầu hóa cũng mang lại sự dịch chuyển của chuỗi cung ứng và mở ra rất nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Với các thành tựu về khoa học kỹ thuật hiện tại của tỉnh Vĩnh Phúc nói riêng cũng như của Việt Nam nói chung, các doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng sẽ có rất nhiều lựa chọn đối với các nhà cung cấp trên thị trường. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc cũng đang được hưởng những lợi thế vô cùng lớn đến từ sự chỉ đạo tận tình và sự hỗ trợ nhiệt tình từ chính quyền địa phương cũng như các hỗ trợ của Chính phủ.

Thách thức: Tuy nhiên bên cạnh những cơ hội trước mắt, các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc cũng vấp phải những thách thức nhất định bởi các chi phí dành cho chuyển đổi số là không nhỏ trong khi đó các doanh nghiệp lại thiếu hụt các nguồn vốn hỗ trợ tương xứng với nhu cầu đầu tư cho thực hiện chuyển đổi số. Khả năng tiếp cận các thông tin, tài liệu và chuyên gia hỗ trợ về chuyển đổi số còn hạn chế. Các giải pháp công nghệ số trên thị trường hiện nay vẫn được cho là rời rạc, chưa mang

tính kết nối, dẫn đến thách thức của nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa trong việc thực hiện chiến lược chuyển đổi số và các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc cũng không phải là ngoại lệ. Yếu tố khoa học kỹ thuật ngày càng phát triển, cùng với đó là sự tăng lên của các rủi ro tiềm ẩn về an toàn thông tin và an ninh mạng.

4. Giải pháp thúc đẩy ứng dụng chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Vĩnh Phúc

Thông qua phân tích SWOT, tác giả có những đề xuất giải pháp thúc đẩy doanh nghiệp nhỏ và vừa địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc ứng dụng hiệu quả chuyển đổi số:

Đối với chính quyền địa phương và hiệp hội doanh nghiệp tỉnh Vĩnh Phúc

(1) Tăng cường hơn nữa truyền thông, tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của DN khi chuyển đổi số; Kết hợp với tạp chí, báo chí, đài phát thanh, đài truyền hình tỉnh Vĩnh Phúc, các cổng Thông tin - Giao tiếp điện tử tỉnh, Đài Truyền thanh - Truyền hình các huyện, thành phố đẩy mạnh tuyên truyền về chuyển đổi số cho cộng đồng doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh; tuyên truyền, vận động các doanh nghiệp tham gia Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ chuyển đổi số.

(2) Tổ chức đánh giá xác định mức độ chuyển đổi số của các doanh nghiệp và tư vấn giải pháp chuyển đổi số cho doanh nghiệp; Chính quyền tỉnh cũng cần thực hiện các cuộc điều tra khảo sát, đánh giá để xác định mức độ chuyển đổi số của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh từ đó đưa ra những giải pháp chuyển đổi số phù hợp cho doanh nghiệp.

(3) Thực hiện các cuộc hội thảo đào tạo, giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm nâng cao Năng lực quản trị nội bộ, cơ cấu tổ chức; Chính quyền tỉnh Vĩnh Phúc nên tích cực chủ trương xây dựng các cuộc hội thảo nhằm để các cán bộ, lãnh đạo, nhà quản lý của các doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể giao lưu học hỏi kinh nghiệm về năng lực quản lý.

(4) Xây dựng cơ sở dữ liệu doanh nghiệp và tổ chức mạng lưới tư vấn kinh tế số và chuyển đổi số DN; Kết nối với các đơn vị tư vấn chuyên ngành về chuyển đổi số cho các doanh nghiệp; Thu thập và kết nối thông tin về các doanh nghiệp có nhu cầu chuyển đổi số với doanh nghiệp cung cấp giải pháp chuyển đổi số;

(5) Triển khai các khóa tập huấn phát triển nguồn nhân lực cho DN về chuyển đổi số; Tìm kiếm một số doanh nghiệp đã thực hiện chuyển đổi số thành công để giới thiệu, nhân rộng;

(6) Triển khai các giải pháp về hỗ trợ nguồn vốn để chuyển đổi số; Triển khai hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia cho các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số.

Đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa hoạt động sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc:

(1) Tích cực tham gia chương trình Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số;

(2) Xây dựng chiến lược cụ thể về việc ứng dụng chuyển đổi số trong sản xuất kinh doanh, quản lý kinh doanh;

(3) Tiến cử các cán bộ, nhân viên tham gia các khóa đào tạo, tư vấn, các diễn đàn khoa học về chuyển đổi số mà tỉnh tổ chức;

(4) Nghiêm túc thực hiện chuyển đổi số doanh nghiệp một cách bền vững; chú trọng an toàn về an ninh mạng, bảo mật thông tin mạng.

5. Kết luận

Trên cơ sở kết quả đánh giá phân tích thực trạng ứng dụng chuyển đổi số, phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức dành cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh về chuyển đổi số, các yếu tố thực tiễn, kết hợp với định hướng của tỉnh Vĩnh Phúc về hỗ trợ chuyển đổi số cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2021-2025, nghiên cứu đã đặt ra sáu giải pháp cụ thể dành cho các cán bộ chịu trách nhiệm của chính quyền địa phương cũng như hiệp hội doanh nghiệp tỉnh Vĩnh Phúc để thúc đẩy việc ứng dụng chuyển đổi số vào các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tuy nhiên, ngoài nỗ lực không ngừng nghỉ của cơ quan địa phương cũng như sự hỗ trợ đến từ hiệp hội doanh nghiệp tỉnh, thì hành động thực tế của bản thân các doanh nghiệp là một phần không thể thiếu trong quá trình đưa công nghệ số vào ứng dụng trong sản xuất kinh doanh, quản lý hoạt động kinh doanh,... Nghiên cứu cũng đưa ra bốn định hướng dành cho các doanh nghiệp, để góp phần đẩy nhanh tiến độ của quá trình chuyển đổi số doanh nghiệp./.

Tài liệu tham khảo

Giao, P. H. (2020). Chuyển đổi số: Bản chất, thực tiễn và ứng dụng. Petrovietnam Journal, 12, 12-16.

Tuấn, N. M., & Tú, T. V. (2022). Xây dựng mô hình hệ thống hỗ trợ quản trị Chuyển Đổi Số cho doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, 32(7), 23-44.

Đề án Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2021- 2025 tỉnh Vĩnh Phúc

Công thông tin - giao tiếp điện tử tỉnh Vĩnh Phúc.
<https://vinhphuc.gov.vn/>

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường Đại học Công Nghệ Thành phố Hồ Chí Minh của tân sinh viên khoa Tiếng Anh

Lê Ngô Ngọc Thu
Trần Đức Thiên Phú

Trường Đại học Công nghệ Tp.HCM (HUTECH)

Hiện nay, giữa các trường đại học đang có sự cạnh tranh gay gắt và một số trường đại học không tồn tại được vì không tuyển được sinh viên. Tuy nhiên, vẫn còn tình trạng nhiều học sinh trung học phổ thông còn chọn trường đại học bằng cảm tính, chưa thật sự tìm hiểu hết về ngành nghề để lựa chọn cho đúng. Và thêm nữa là các chương trình tuyển sinh, chiến dịch truyền thông của các trường đại học còn chưa được triển khai hiệu quả. Từ thực tiễn này, tác giả nhận định cần phải tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh của tân sinh viên khoa Tiếng Anh năm học 2020 – 2021 nhằm đưa ra một số hàm ý quản trị cho Ban Giám hiệu nhà trường.

1. Mở đầu

Trong những năm gần đây, giữa các trường đại học đang có sự cạnh tranh và sẽ có một số trường đại học không tồn tại được vì không tuyển được sinh viên (SV). Những trường chậm đổi mới, trì trệ trong việc nâng cao chất lượng, ít đầu tư cho đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất – thực hành, không làm tốt công tác truyền thông sẽ bị tụt hậu và rất khó khăn trong tuyển sinh. Với tư cách là những người cung cấp dịch vụ, các trường đại học cần phải nâng cao hơn nữa năng lực, lợi thế cạnh tranh của mình nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao.

Bên cạnh đó, các trường đại học nói chung và cả Đại học Công Nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH) nói riêng đang phải đối mặt với hàng loạt những thách thức và khó khăn. Sự xuất hiện ngày càng nhiều các trường đại học đào tạo đa ngành trên quy mô lớn đã đem đến cho người học nhiều cơ hội lựa chọn hơn. Trong khi đó, số lượng học sinh cấp trung học phổ thông có nguyện vọng học tiếp lên đại học hiện nay đang có xu hướng giảm xuống do xuất phát từ nhiều yếu tố tâm lý như: đi du học, học phí, cơ hội học nghề, v.v. Ngoài ra, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã có nhiều sự thay đổi trong công tác tuyển sinh trong những năm gần đây, nên học sinh THPT có thể chủ động hơn và có nhiều cơ hội lựa chọn hơn theo năng lực của mình. Các trường đại học cũng phần nào chủ động trong công tác tuyển sinh trong bối cảnh việc cạnh tranh tuyển sinh đang rất mạnh mẽ. Vậy nên, từ thực tiễn này, tác giả nhận định cần phải tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường HUTECH của tân SV khoa Tiếng Anh năm học 2020 – 2021. Từ đó, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị cho Ban Giám Hiệu nhà trường trong việc tuyển sinh trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Hành vi lựa chọn của con người nói chung bị ảnh hưởng bởi các cơ hội để gia tăng tối đa lợi nhuận, luôn cân nhắc để so sánh chi phí và lợi ích trước mỗi quyết định lựa chọn. Theo lý thuyết lựa chọn, mỗi cá nhân là một nhà đầu tư. Họ đầu tư vào giáo dục đại học để tìm kiếm, hi vọng được lợi ích cao hơn sau những năm học tập.

Lý thuyết về sự lựa chọn hợp lý xây dựng dựa trên cả quan điểm kinh tế và xã hội học. Với giả định rằng một cá nhân hoặc tổ chức có các lựa chọn thay thế có sẵn cho phép họ lựa chọn một lựa chọn được coi là tối ưu nhất. Mỗi cá nhân khi lựa chọn giáo dục đại học đều dựa trên những so sánh về lợi ích mong đợi và chi phí học tập ở bậc đại học. Như vậy, các yếu tố liên quan đến chi phí thực sự là vấn đề mà họ quan tâm nhất khi ra quyết định lựa chọn trường đại học.

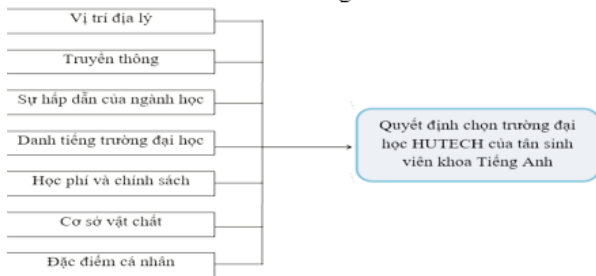
Mô hình hành động hợp lý được Fishbein và Ajzen đề xuất năm 1975. Các tác giả lập luận rằng ý định hành vi dẫn đến hành vi và ý định được quyết định bởi thái độ của cá nhân đối với hành vi và sự ảnh hưởng của chuẩn mực chủ quan việc thực hiện các hành vi đó. Ajzen (1991) gợi ý, các mô hình này có thể được bổ sung hay điều chỉnh bằng cách đưa thêm các nhân tố mới, miễn là các nhân tố mới đóng góp và giải thích ý định hành vi.

Tác giả cho rằng việc lựa chọn trường đại học của học sinh là lựa chọn hợp lý (Rational Action) dựa trên đánh giá và so sánh từ tập hợp các trường đại học khác nhau. Trong nghiên cứu này, tác giả mong muốn sử dụng lý thuyết hành vi hợp lý làm cơ sở lý thuyết và kiểm định một phần khung lý thuyết trong bối cảnh giáo dục đại học ở Việt Nam.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên lý thuyết về hành vi lựa chọn của khách hàng, mô hình nghiên cứu của D.W. Chapman (1981), Cabrera và La Nasa (2000), tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học HUTECH của tân SV khoa Tiếng Anh” bao gồm bảy biến độc lập: 1) Vị trí địa lý; 2) Truyền thông; 3) Sự hấp dẫn của ngành học; 4) Danh tiếng trường đại học; 5) Học phí và chính sách; 6) Cơ sở vật chất; 7) Đặc điểm cá nhân. Tất cả bảy yếu tố được đưa vào mô hình đều phù hợp với bối cảnh giáo dục đại học ở Việt Nam.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Phương pháp nghiên cứu

Mục tiêu của bài viết là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường HUTECH của tân SV khoa Tiếng Anh năm học 2020 – 2021. Để đạt được mục tiêu trên, nhóm tác giả thực hiện phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng được tiến hành thông qua hai giai đoạn:

Giai đoạn 1: Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua việc nghiên cứu tài liệu của các nghiên cứu trước đây để xác định sơ bộ các yếu tố. Sau đó, tác giả thảo luận nhóm với quý thầy cô khoa Quản trị kinh doanh và Phòng Công tác SV nhằm xây dựng, điều chỉnh và bổ sung các thang đo trong mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường HUTECH của tân SV khoa Tiếng Anh. Lấy ý kiến thảo luận nhóm từ các thành viên và phỏng vấn thử để điều chỉnh và bổ sung thang đo.

Giai đoạn 2: Nghiên cứu định lượng nhằm thu thập và phân tích dữ liệu khảo sát. Tác giả dùng kỹ thuật thu thập thông tin trực tiếp bằng cách phỏng vấn SV khoa Tiếng Anh niên khoá 2020 – 2021 trong thời gian từ tháng 01 đến tháng 03 năm 2022. Mẫu nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp ngẫu nhiên theo sự thuận tiện tại khoa Tiếng Anh.

4. Kết quả nghiên cứu

Nhằm đạt được kích thước mẫu đề ra và đảm bảo cho kết quả nghiên cứu đại diện được cho tổng thể, 402 bảng câu hỏi khảo sát được gửi đi phỏng vấn trực tiếp, và thu về 396 bảng hợp lệ.

Với số lượng mẫu là 396, trong đó có 227 SV Nam, tương ứng tỷ lệ 57.3%; và 169 SV Nữ, tương

ứng với tỷ lệ 42.7%. Tỷ lệ SV Nam được phỏng vấn nhiều hơn so với SV Nữ. Có 157 SV học chuyên ngành Tiếng Anh thương mại, tương ứng tỷ lệ 39.6%; có 121 SV học chuyên ngành Tiếng Anh du lịch - nhà hàng - khách sạn, tương ứng với tỷ lệ 30.6%; 47 SV theo học chuyên ngành Biên phiên dịch tiếng Anh, tương ứng với tỷ lệ 11.9% và còn lại là chuyên ngành Phương pháp giảng dạy tiếng Anh với 71 SV theo học, tương ứng với tỷ lệ 17.9%.

Sau khi đo lường độ tin cậy của các yếu tố, tác giả đã loại một số biến không đạt mức ý nghĩa thống kê. Vì vậy kết quả còn lại có 28 biến quan sát của 7 yếu tố độc lập như sau:

Bảng 1. Kết quả phân tích hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

STT	Tên yếu tố	Số lượng biến	Biến quan sát
1	Vị trí địa lý	3	VTDL1, VTDL2, VTDL4
2	Truyền thông	4	TT1, TT2, TT3, TT4
3	Sự hấp dẫn ngành học	5	SHD1, SHD2, SHD3, SHD4, SHD5
4	Danh tiếng trường đại học	4	DT1, DT2, DT3, DT4
5	Học phí và chính sách	3	HP1, HP3, HP5
6	Cơ sở vật chất	5	CSV1, CSV2, CSV3, CSV4, CSV5
7	Đặc điểm cá nhân	4	DDCN2, DDCN3, DDCN4, DDCN5

Với phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax sau 2 lần thực hiện phân tích nhân tố EFA, kết quả các nhóm được gom lần cuối như sau:

Nhóm 1: Yếu tố Vị trí địa lý gồm 3 biến VTDL1, VTDL2, VTDL4.

Nhóm 2: Yếu tố Truyền thông gồm 4 biến TT1, TT2, TT3, TT4.

Nhóm 3: Yếu tố Sự hấp dẫn của ngành học gồm 5 biến SHD1, SHD2, SHD3, SHD4, SHD5.

Nhóm 4: Yếu tố Danh tiếng trường đại học gồm 3 biến DT1, DT3, DT4.

Nhóm 5: Yếu tố Học phí và chính sách gồm 3 biến HP1, HP3, HP5.

Nhóm 6: Yếu tố Cơ sở vật chất gồm 5 biến CSV1, CSV2, CSV3, CSV4, CSV5.

Nhóm 7: Yếu tố Đặc điểm cá nhân gồm 4 biến DDCN2, DDCN3, DDCN4, DDCN5.

Sau đó, tác giả thực hiện phân tích mô hình hồi quy đa biến lần 2 cũng là lần cuối, biến Đặc điểm cá nhân do bị vi phạm đa cộng tuyến nên bị loại.

Giá trị hệ số R2 hiệu chỉnh = 0.502, điều đó có nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với dữ liệu là 50.2%. Nói cách khác, 50.2% quyết định chọn trường đại học HUTECH của tân SV khoa Tiếng Anh là do các yếu tố bên trong mô hình giải thích. Phần trăm còn lại là do các yếu tố khác bên ngoài mô hình.

Kết quả nghiên cứu cho thấy:

Quyết định chọn trường đại học HUTECH của tân sinh viên khoa Tiếng Anh = 0.547 * Truyền thông +

Bảng 2: Thông số trong mô hình hồi quy (lần 2)

THÔNG SỐ MÔ HÌNH ^a										
Mô hình	Hệ số R	Hệ số R ²	Hệ số R ² - hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Thống kê thay đổi					Hệ số Durbin-Watson
					Hệ số R ² sau khi đổi	Hệ số F khi đổi	Bậc tự do 1	Bậc tự do 2	Hệ số Sig. F sau khi đổi	
1	.714 ^a	.510	.502	.54166	.510	67.370	6	389	.000	1.497

Biến độc lập: TT, CSVC, HP, DT, SHD, VTDL
Biến phụ thuộc: QD

	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Giá trị Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	Hệ số VIF
Hằng số	-.466	.282		-1.650	.100		
VTDL	.133	.033	.162	4.077	.000	.795	1.258
TT	.546	.039	.547	13.898	.000	.813	1.230
SHD	.128	.037	.127	3.478	.001	.940	1.063
DT	.106	.041	.102	2.587	.010	.814	1.229
HP	.076	.035	.081	2.196	.029	.916	1.092
CSVC	.110	.040	.099	2.750	.006	.978	1.022

0.162 * Vị trí địa lý + 0.127 * Sự hấp dẫn của ngành học + 0.102 * Danh tiếng trường đại học + 0.099 * Cơ sở vật chất + 0.081 * Học phí và chính sách.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Từ kết quả nghiên cứu ở trên, tác giả đưa ra hàm ý quản trị dành cho Ban Giám hiệu trường HUTECH nhằm thu hút được nhiều hơn nữa tân SV.

- Nâng cao công tác Truyền thông: với số lượng SV rất lớn, nhà trường cần mở thêm các văn phòng trực tuyến và tăng số lượng nhân viên, cán bộ trực để đáp ứng nhu cầu thắc mắc và hỏi đáp của SV, và tích cực hoạt động năng nổ hơn nữa trên các kênh mạng xã hội bằng việc có thể tạo thêm nhiều sân chơi, cuộc thi online. Và nhà trường cần tăng cường cung cấp đầy đủ và chi tiết các thông tin về từng ngành học, chương trình học; cập nhật và giới thiệu các công trình nghiên cứu khoa học, cơ hội việc làm của các ngành học trên các phương tiện truyền thông.

- Vị trí địa lý: HUTECH hiện nay có 4 cơ sở học tập được phân thành 5 khu. Việc tối thiểu hoá thời gian di chuyển và điều kiện di chuyển thuận tiện, nhanh chóng giữa các cơ sở là việc cần thiết. Vấn đề này trong thực tế khá khó khăn và bất tiện do tình hình giao thông hiện nay của thành phố rất phức tạp. Nhà trường cần đề xuất với Sở Giao thông của thành phố về việc xây dựng một cây cầu vượt bộ hành ngay trước cổng trường, tạo điều kiện thuận lợi cho SV khi di chuyển qua lại giữa giao lộ đông đúc.

- Tạo sự hấp dẫn mới lạ cho ngành Tiếng Anh: HUTECH cũng cần phải có sự khác biệt mới có thể thu hút thêm được nhiều SV theo học ngành Tiếng Anh. Trường cần tổ chức thêm nhiều hoạt động ngoại khoá như các cuộc thi Hùng biện Tiếng Anh, trại hè Tiếng Anh, tổ chức các chuyến tham quan tìm hiểu môi trường và văn hóa các doanh nghiệp nói tiếng Anh, phối hợp với các công ty dịch thuật tạo điều kiện cho các bạn SV được thực tập.

- Nâng tầm danh tiếng trường HUTECH: Để nâng

cao danh tiếng trường đại học HUTECH, thì trước tiên, cần phải cải thiện danh tiếng và đảm bảo chất lượng của các khoa, phòng, viện, trung tâm của trường vì đây là những nhân tố nòng cốt giúp phát huy, tạo dựng uy tín của trường một cách hiệu quả nhất. Thêm nữa là cần phải nâng cao danh tiếng của đội ngũ giảng viên.

- Đầu tư cơ sở vật chất và hoạch định học phí, chính sách: Cả hai yếu tố Cơ sở vật chất và Học phí và chính sách tuy đều có sức ảnh hưởng quyết định lựa chọn trường đại học HUTECH của tân SV khoa Tiếng Anh nhưng không mạnh. Hiện nay SV không còn quan tâm đến cơ sở vật chất của trường nữa. Tuy nhiên để thu hút được nhiều các SV theo học, trường HUTECH cần tiếp tục nâng cấp, chỉnh trang các cơ sở học tập; đầu tư, mua sắm các thiết bị, dụng cụ hiện đại phục vụ giảng dạy

Tuy học phí không được quan tâm nhiều vì các SV đều đã được chuẩn bị đầy đủ về vấn đề tài chính. Tuy nhiên, đối với một bộ phận không nhỏ SV có hoàn cảnh khó khăn, nhà trường cần chú trọng hơn nữa đến các chính sách miễn, giảm học phí; tăng cường thêm các suất học bổng. Đối với những SV có nhu cầu vay vốn để học tập, nhà trường có thể tạo điều kiện để SV tiếp cận với các khoản vay của nhà nước, hoặc tự thành lập các quỹ nhằm hỗ trợ cho vay ưu đãi đối với SV.

Tóm lại, vấn đề chọn trường đại học hiện nay không chỉ là mối quan tâm của người học và các bậc phụ huynh, mà còn là yếu tố sống còn của các cơ sở giáo dục đại học vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến các đến sự tồn tại và phát triển của các trường đại học. Các trường đại học ngày nay có xu hướng cạnh tranh với nhau về mọi mặt để thu hút SV. Vậy các SV khoa Tiếng Anh dựa trên những yếu tố nào mà quyết định chọn trường HUTECH làm nơi trau dồi kiến thức suốt 4 năm. Nghiên cứu này được thực hiện để khám phá và nhận xét các yếu tố đó./

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991), 'The Theory of Planned Behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50: 179-211
- Chapman, D.W. (1981), 'A model of student college choice', *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490-505
- Blau, P. M. (1964), 'Exchange and Power in Social Life', New York: John Wiley.
- Becker (1993), 'Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education', University of Chicago Press
- Fishbein and Ajzen (1975), 'Belief, Attitude, Intention, and Behavior: an Introduction to Theory and Research', Addison-Wesley, Reading, MA

Lạm phát những tháng đầu năm 2022: lựa chọn chính sách của các nước và hàm ý cho Việt Nam

Ngô Minh Thu Trang
Khoa Tài chính, Học viện Ngân hàng

Trước nguy cơ lạm phát tăng cao đe dọa sự ổn định của không chỉ hệ thống tài chính mà còn là sự ổn định xã hội, NHTW nhiều nước đã tăng mạnh lãi suất điều hành nhằm kiểm soát lạm phát như Hoa Kỳ (Fed), NHTW Anh (BOE), hay xác nhận sẽ tăng lãi suất trong thời gian tới như NHTW Châu Âu (ECB), Canada,... Tuy nhiên, tại một số quốc gia, ưu tiên hàng đầu vẫn là chỉ tiêu tăng trưởng, như Trung Quốc hay Nhật Bản giữ nguyên chính sách tiền tệ siêu nới lỏng để hỗ trợ cho nền kinh tế sau đại dịch. Nhằm hiểu rõ hơn nguyên do trong sự lựa chọn chính sách tiền tệ của các nước trên thế giới, việc tìm hiểu bản chất của lạm phát trong thời gian qua là cần thiết, từ đó có thể rút ra hàm ý chính sách cho Việt Nam.

1. Diễn biến lạm phát những tháng đầu năm 2022

Tại Báo cáo Triển vọng Kinh tế thế giới tháng 4/2022 của IMF, cuộc chiến ở Ukraine đã làm tăng trưởng toàn cầu chậm lại đáng kể vào năm 2022 và làm gia tăng lạm phát khi giá nhiên liệu và thực phẩm tăng mạnh, chuỗi cung ứng bị gián đoạn đã khiến lạm phát tăng trên phạm vi rộng hơn và trong thời gian dài hơn so với dự báo, đặc biệt là tại Mỹ. Với áp lực giá ngày càng lớn, IMF dự báo lạm phát năm 2022 là 5,7% ở các nền kinh tế tiên tiến và 8,7% ở thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển - cao hơn 1,8 và 2,8 điểm phần trăm so với dự báo vào tháng 1/2022. Đồng thời, IMF cũng dự báo tăng trưởng toàn cầu sẽ chậm lại từ mức ước tính 6,1% vào năm 2021 xuống còn 3,6% vào năm 2022 và 2023. Con số này thấp hơn 0,8 và 0,2 điểm phần trăm cho năm 2022 và 2023 so với dự báo vào tháng Giêng.

Mỹ và Anh là hai nước phát triển có mức lạm phát tăng mạnh trong những tháng đầu năm 2022. Tại Mỹ, ngày 12/01/2022, Bộ Lao động Mỹ công bố chỉ số giá tiêu dùng (CPI) ở Mỹ vào tháng 12/2021 đã tăng 7% so với cùng kỳ năm 2020. Đây là tốc độ tăng theo năm nhanh nhất kể từ năm 1982. Tuy nhiên, chưa dừng lại ở đó, lạm phát tại Mỹ tiếp tục tăng mạnh trong những tháng đầu năm 2022, ở mức 8,6% trong tháng 5/2022, cao nhất trong hơn 40 năm qua trong bối cảnh giá lương thực và xăng dầu liên tục tăng kỷ lục và chưa có dấu hiệu hạ nhiệt. Lạm phát cơ bản tại Mỹ cũng liên tục tăng, từ mức 1,6% vào tháng 3/2021 lên mức cao (6-6,5%) trong những tháng đầu năm 2022. Tại Anh, lạm phát cũng liên tục phá kỷ lục trong 40 năm qua kể từ tháng 3/1982, ở mức 4,8% trong tháng 12/2021 và tăng lên 9,1% trong tháng 5/2022, cao gần gấp 5 lần mục

tiêu 2% mà chính phủ đặt ra cho NHTW Anh (BOE), và còn có thể đạt 11% vào cuối năm nay theo cảnh báo của BOE. Lạm phát cơ bản tại Anh cũng có xu hướng tăng liên tục kể từ tháng 7/2021 (ở mức 1,8%) và tăng lên mức 6,2% trong tháng 4/2022 và giảm nhẹ xuống 5,9% trong tháng 5/2022.

Tại khu vực đồng tiền chung Châu Âu, tỷ lệ lạm phát cũng được xác nhận ở mức cao kỷ lục 8,1% vào tháng 5/2022, cao hơn mức 7,4% trong hai tháng trước đó và cao hơn gấp 04 lần so với cùng kỳ năm 2021. Giá cả tăng trên diện rộng, trong đó năng lượng (39,1%), thực phẩm, rượu và thuốc lá (7,5%), dịch vụ (3,5%) và hàng công nghiệp phi năng lượng (4,2%) là áp lực tăng lớn nhất. Tỷ lệ lạm phát ở khu vực này cao hơn mục tiêu của ECB là 2%.

Ở một thái cực khác, lạm phát tại một số nước Châu Á như Trung Quốc, Nhật Bản mặc dù cũng có xu hướng tăng nhưng vẫn đang trong tầm kiểm soát. Chỉ số lạm phát của Nhật Bản sau một giai đoạn dài duy trì ở mức dưới 1%, thậm chí là ở mức âm, thì tháng 4/2022 đã tăng lên mức 2,5%, đồng thời lạm phát cơ bản cũng ở mức 2,1%, vượt mức mục tiêu 2% mà Ngân hàng Trung ương Nhật Bản (BoJ) đề ra và là mức tăng cao nhất trong vòng 7 năm qua, nhưng chủ yếu chỉ do chi phí nhập khẩu tăng chứ không phải nhu cầu nội địa mạnh mẽ (theo Reuters). Bên cạnh đó, tại Trung Quốc, tỷ lệ lạm phát của nước này chỉ khoảng 1% vào cuối năm 2021, và chỉ số giá tiêu dùng đã tăng 2,1% vào tháng 4/2022 và duy trì mức tăng này trong tháng 5/2022.

Có thể thấy lạm phát đều có xu hướng tăng trên hầu hết các nước trên thế giới, song mức độ tăng là khác nhau giữa các nền kinh tế. Điều này đã tác động đến sự lựa chọn chính sách tiền tệ của các nước. Tuy nhiên, trước hết nguyên nhân lạm phát trong thời gian qua cần được làm rõ.

2. Nguyên nhân và bản chất của lạm phát trong thời gian qua (2021-2022)

Việc lạm phát tăng cao trong thời gian qua do sự kết hợp của nhiều yếu tố cầu kéo và chi phí đẩy, cụ thể theo các nguyên nhân sau:

Thứ nhất, sự phục hồi kinh tế sau khi các nước dỡ bỏ phong tỏa và mở cửa nền kinh tế khi đại dịch cơ bản được kiểm soát nhờ chương trình bao phủ vacxin tại nhiều nước trên thế giới đã kích hoạt các hoạt động sản xuất, thương mại và đầu tư trên quy mô toàn cầu. Đồng thời, khi các nền kinh tế mở cửa trở lại là thời gian người tiêu dùng có xu hướng tăng mạnh chi tiêu sau một thời gian dài bị nén lại khi các lệnh phong tỏa còn hiệu lực.

Thứ hai, tình trạng thiếu hụt đầu vào, gián đoạn và đứt gãy các chuỗi cung ứng toàn cầu vẫn tiếp tục trong điều kiện nhiều nền kinh tế vẫn bị phong tỏa, khiến chi phí và thời gian vận tải, giao hàng bị đẩy lên cao do gián đoạn tạm thời các tuyến vận chuyển hàng hoá như sự kiện đóng cửa kênh đào Suez, khiến các doanh nghiệp khó mở rộng sản xuất trở lại. Theo đó, tốc độ phục hồi của cung chậm hơn cầu cũng là một trong những nguyên nhân dẫn tới giá cả gia tăng cao (Thành, 2022).

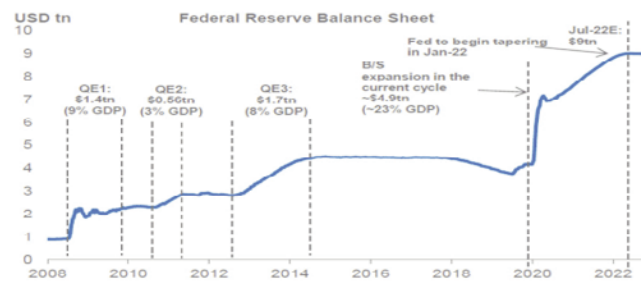
Thứ ba, xung đột quân sự Nga - Ukraine từ tháng 2/2022 và các “công cụ trừng phạt” kinh tế Nga từ Hoa Kỳ và các nước phương Tây mới chỉ qua 3 tháng đã phản tác dụng, làm cho lạm phát trầm trọng hơn, đặc biệt là tới giá năng lượng và lương thực. Nguyên nhân chủ yếu là: (i) Nga là nước xuất khẩu khí đốt tự nhiên lớn nhất và là nước xuất khẩu dầu lớn thứ ba thế giới; (ii) Nga và Ukraine đều là nhà cung cấp lúa mì lớn và chiếm khoảng 30% tổng lượng xuất khẩu toàn cầu, chiếm 19% xuất khẩu ngô, đồng thời chiếm hơn 75% lượng dầu hướng dương xuất khẩu trên toàn cầu; (iii) Nga là một trong những nước xuất khẩu phân bón hàng đầu thế giới, đứng đầu thế giới về xuất khẩu phân ure, NPK, amoni nitrat, đứng thứ ba về xuất khẩu kali và đứng thứ tư về xuất khẩu phosphat; (iv) Nga và Ukraine đều là những quốc gia quan trọng cung cấp hợp chất palladium và platinum, được sử dụng trong sản xuất chất bán dẫn và ô tô.

Thứ tư, chính sách “Zero COVID” kéo dài của Trung Quốc vô hình chung làm trầm trọng hơn những vấn đề của chuỗi cung ứng toàn cầu. Là nhà xuất khẩu lớn nhất thế giới, Trung Quốc là nhà cung ứng khổng lồ mọi loại hàng hóa và là mắt xích thiết yếu cho ngành vận tải biển. Tuy nhiên, việc thực hiện chính sách zero-covid đã khiến tình trạng tắc nghẽn container gia tăng tại các trung tâm vận chuyển quan trọng của Trung Quốc.

Thứ năm, các nước trên thế giới, đặc biệt là Mỹ và các nước Châu Âu, duy trì mức lãi suất thấp và

liên tục tung các gói kích thích quy mô cực lớn, với tốc độ in tiền chưa từng có tiền lệ, nhằm phục hồi kinh tế bị tàn phá bởi đại dịch để bơm tiền ra nền kinh tế cũng là một trong những nguyên nhân tác động tiêu cực tới sự tăng giá.

Hình 1. Bảng cân đối của Fed lên mức 9 tỷ USD trong năm 2022
Fed's balance sheet to peak at US\$9 trillion in 2022



Source: Federal Reserve, BEA, Haver Analytics, Stanely Research

Tại Mỹ, để đối phó với cuộc suy thoái do đại dịch gây ra trong năm 2020, FED đã nhanh chóng áp dụng lập trường chính sách nới lỏng, giảm lãi suất ngắn hạn xuống 0 và mua trái phiếu để kéo lãi suất dài hạn xuống. Có thể thấy bảng cân đối của FED đã phình gấp đôi, lên mức 8.900 tỷ USD chỉ trong hai năm 2020 - 2021 (Hình 3). Tuy nhiên, theo Joseph (2022), FED nên bắt đầu trở lại lập trường chính sách trung lập hơn sau khi thông qua Dự luật cứu trợ Mỹ vào tháng 3/2021 trị giá 1.900 tỷ USD, tuy nhiên cả Fed và hầu hết các nhà dự báo đều không bắt đầu dự đoán một nền kinh tế quá nóng cho đến cuối năm nay.

3. Ứng xử của NHTW các nước trong bối cảnh lạm phát trong năm 2022

Áp lực nhằm kiểm soát đà tăng của lạm phát buộc NHTW nhiều nước phải tăng mạnh lãi suất nhằm kiểm soát lạm phát. Đứng trước áp lực lạm phát tăng cao, chỉ trong 6 tháng đầu năm 2022, FED đã tăng mạnh lãi suất 3 lần với mức tăng là 1,5%, trong đó mức tăng lần gần nhất là 0,75 điểm % (ngày 15/6/2022) và là mức tăng lãi suất lớn nhất trong vòng 28 năm; NHTW Anh (BOE) cũng tăng lãi suất 5 lần kể từ giữa tháng 12/2021 từ mức 0,1% lên mức 1,25%; NHTW Châu Âu (ECB) trong tháng 6 cũng xác nhận sẽ chấm dứt chương trình mua tài sản và dự kiến sẽ tăng lãi suất vào tháng 7/2022 lần đầu tiên kể từ năm 2011 và kết thúc kỷ nguyên lãi suất âm vào tháng 9/2022. NHTW Canada, Australia, Ba Lan và Ấn Độ đều được dự báo nâng lãi suất trong thời gian tới. Các nước mới nổi ở Mỹ Latinh đã bắt đầu chu kỳ thắt chặt tiền tệ trong năm 2021, Brazil đã nâng lãi suất lên 13,25% từ mức 2% hồi tháng 3/2021.

Tuy nhiên, tại một số quốc gia, ưu tiên hàng đầu vẫn là chỉ tiêu tăng trưởng, nổi bật là Trung Quốc khi công bố 33 biện pháp hỗ trợ kinh tế quy mô hơn

400 tỷ USD, đồng thời NHTW Trung Quốc (PBoC) trong tháng 5/2022 đã hạ lãi suất chuẩn đối với khoản vay 5 năm trở lên từ 4,6% xuống 4,45%. NHTW Nhật Bản cũng đã tuyên bố giữ nguyên chính sách tiền tệ siêu nới lỏng để hỗ trợ cho nền kinh tế sau đại dịch Covid-19.

Như vậy, mặc dù lạm phát tăng cao trên phạm vi toàn cầu, song trước diễn biến lạm phát tại các khu vực, các nước là khác nhau, nên hành xử của NHTW các nước cũng khác nhau, phụ thuộc vào điều kiện và nội tại của nền kinh tế. Tuy nhiên, có thể thấy, các nước lựa chọn chính sách tiền tệ nới lỏng đều có đặc điểm chung là lạm phát vẫn duy trì ở mức thấp và còn trong tầm kiểm soát.

4. Hàm ý chính sách với Việt Nam

Tại Việt Nam, dự báo của các tổ chức quốc tế uy tín đều đánh giá Việt Nam có khả năng phục hồi trở lại cao ở mức 6% đến 6,5% vào năm 2022 trong bối cảnh dịch bệnh được kiểm soát, tỷ lệ tiêm chủng được phủ rộng và biến chủng mới Omicron không gây ra nhiều thiệt hại đối với nền kinh tế, tạo điều kiện mở cửa nền kinh tế, tác động kích cầu từ Chương trình phục hồi kinh tế - xã hội giai đoạn 2022-2023.

Tuy nhiên, trong thời gian tới, lạm phát không còn yếu tố hỗ trợ mà chịu nhiều áp lực tăng do: (i) Giá nguyên, nhiên vật liệu tăng mạnh; (ii) Cầu tiêu dùng phục hồi; (iii) Cung khó có thể tăng tương ứng với cầu do một bộ phận doanh nghiệp chưa thể ngay lập tức trở lại quy mô sản xuất như trước. Do đó, một số hàm ý chính sách với Việt Nam, đó là:

Thứ nhất, sự lựa chọn hợp lý của Việt Nam là cần tiếp tục tăng cường phối hợp chính sách tiền tệ, chính sách tài khóa và điều hành giá cả nhằm kiểm soát lạm phát nhưng vẫn hỗ trợ tăng trưởng kinh tế sau đại dịch covid. Theo đó:

(i) Khẩn trương triển khai các nhiệm vụ, giải pháp về tài khóa, tiền tệ theo Nghị quyết 43 của Quốc hội, đẩy nhanh tiến độ giải ngân, triển khai các chương trình mục tiêu quốc gia, các dự án, công trình trọng điểm;

(ii) Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) cần tiếp tục điều hành chủ động, linh hoạt, thận trọng, đồng bộ các công cụ chính sách tiền tệ với liều lượng thích hợp, phù hợp với tình hình thị trường nhằm đảm bảo ổn định kinh tế vĩ mô, phòng ngừa rủi ro lạm phát cũng như rủi ro đối với an toàn hoạt động của hệ thống ngân hàng.

(ii) NHNN cần xây dựng các kịch bản để điều hành lãi suất phù hợp với tình hình cân đối vĩ mô, lạm phát, diễn biến thị trường và mục tiêu CSTT; cân đối hài hòa giữa hỗ trợ nền kinh tế với mục tiêu kiểm soát lạm phát, bảo đảm an toàn hệ thống ngân hàng, phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành để xây

dựng các giải pháp chính sách giúp phục hồi và phát triển kinh tế sau đại dịch COVID-19.

(iii) Phối hợp với Bộ Tài chính để đánh giá hiệu quả cũng như mức độ tác động của các gói kích thích kinh tế và hỗ trợ tăng trưởng đến lạm phát để có phản ứng chính sách phù hợp và kịp thời.

Thứ hai, trong điều kiện Mỹ, châu Âu và nhiều nước tăng lãi suất, thị trường ngoại hối trong nước sẽ bị tác động tiêu cực. Do đó, NHNN cần tiếp tục giữ ổn định thị trường ngoại tệ và tỷ giá, sẵn sàng bán can thiệp ngoại tệ khi tâm lý thị trường diễn biến bất lợi và cần nhắc mua ngoại tệ khi nguồn cung ngoại tệ dồi dào, đảm bảo thanh khoản thị trường thông suốt ngay cả khi thị trường quốc tế biến động mạnh, các nhu cầu ngoại tệ hợp pháp của nền kinh tế được đáp ứng đầy đủ; củng cố dự trữ ngoại hối nhà nước khi có điều kiện.

Thứ ba, cần hoàn thiện cơ chế, chính sách để doanh nghiệp có thể tham gia thị trường với chi phí thấp nhất. Đây là biện pháp cơ bản để có thể giúp tăng trưởng kinh tế trong dài hạn. Trên thực tế, thách thức mà DN gặp phải khi tìm “chỗ đứng” trên thị trường, ngoài sự cạnh tranh, còn có các chi phí khác như: tuân thủ pháp lý, điều kiện hoạt động, sản xuất, môi trường...

Tài liệu tham khảo

Bùi Quang Tuấn, Hà Huy Ngọc (02/2022), Tạp chí Cộng sản, Kinh tế Việt Nam năm 2021 và triển vọng năm 2022.

David Reifschneider, David Wilcox (2022), The Case for a Cautiously Optimistic Outlook for US Inflation, Peterson Institute for International Economics.

Nguyễn Thị Hồng (12/2021), Tạp chí Cộng sản, Điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng giúp kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, góp phần đưa đất nước vượt qua khó khăn của đại dịch COVID-19.

IMF, (2022), World Economic Outlook, April 2022: War Sets Back the Global Recovery

Joseph E. Gagnon (2022), Why US inflation surged in 2021 and what the Fed should do to control it, Peterson Institute for International Economics.

Trần Thị Mai Thành (2022), Tạp chí Tài chính, Lạm phát thế giới năm 2021, triển vọng năm 2022

Xu hướng phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam

Ngô Cẩm Tú

Trường Đại học Công nghệ thông tin và truyền thông, Đại học Thái Nguyên

Trương Thị Thanh Thùy

Học viện Chính trị khu vực II

Hiện nay, kinh tế chia sẻ đã và đang phát triển mạnh mẽ chiếm lĩnh thị trường ở Việt Nam. Trong bối cảnh đó, nếu Việt Nam không chủ động chuẩn bị và đầu tư tích cực nhằm chuyển đổi số, xây dựng cơ chế pháp lý phù hợp kịp thời thì sẽ có nguy cơ tụt hậu ngày càng xa hơn. Từ bản chất đến thực trạng cùng với xu hướng phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam và thế giới, qua đó, gợi mở các hàm ý chính sách để tránh rơi vào kịch bản không mong đợi nêu trên là mục đích của bài viết này.

1. Kinh tế chia sẻ

1.1. Nội hàm của kinh tế chia sẻ

Kinh tế chia sẻ bắt đầu manh nha từ năm 1995 tại Mỹ với mô hình ban đầu có tính chất “chia sẻ ngang hàng” nhưng chưa rõ rệt. Thực ra, ý tưởng chia sẻ mọi thứ và cùng nhau sử dụng không phải là mới trong đời sống của con người, tuy nhiên trong quá khứ mức độ hay khả năng chia sẻ hàng hóa là khá hạn chế, bởi gặp nhiều khó khăn trong việc kết hợp cung và cầu, cũng như sự thiếu tin tưởng giữa các bên.

Tiếp cận dưới góc độ chia sẻ “tiềm năng chưa sử dụng/nhàn rỗi” của sản phẩm, Alex Stephany định nghĩa kinh tế chia sẻ là “hoạt động mang lại giá trị từ việc tận dụng những tài sản chưa được sử dụng một cách tối ưu, làm cho những tài sản này trở nên dễ dàng truy cập hơn trong một cộng đồng trên nền tảng kỹ thuật số, từ đó làm giảm nhu cầu về sở hữu những tài sản này”. Cách định nghĩa này nhấn mạnh tới 5 yếu tố của một nền kinh tế chia sẻ: giá trị (lợi nhuận tạo ra nhờ hoạt động thương mại trên nền tảng số), những tài sản chưa được sử dụng tối ưu (kinh tế chia sẻ giúp tạo ra doanh thu từ những tài sản vẫn còn dư địa để khai thác giá trị sử dụng), khả năng truy cập online (thông qua các nền tảng thương mại số như P2P, B2C, C2C...), cộng đồng (cộng đồng ở đây không chỉ đơn thuần liên quan tới cung-cầu mà còn là sự liên hệ lẫn nhau giữa những người sử dụng, đặc biệt là lòng tin trong cộng đồng người dùng); quyền sở hữu (giảm nhu cầu sở hữu tài sản trong cộng đồng).

Vậy, có thể hiểu kinh tế chia sẻ là một hệ thống kinh tế bền vững được xây dựng dựa trên sự chia sẻ tài sản vật chất và con người. Nó bao gồm những ý tưởng được chia sẻ, sự sản xuất, phân phối, thương mại và sự tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ bởi những người và tổ chức khác nhau. Các hệ thống này tồn tại trong nhiều dạng thức, nhưng điểm chung là sự tận

dụng công nghệ thông tin (nền tảng số) để trao cho các cá nhân, tổ chức, tổ chức phi lợi nhuận và chính phủ những công cụ để phân phối, chia sẻ và tái sử dụng những công năng dư thừa, nhàn rỗi của hàng hoá và dịch vụ thông qua việc kết nối chủ sở hữu sản phẩm, dịch vụ với người có nhu cầu.

1.2. Các loại hình của kinh tế chia sẻ

Hiện nay, trên thế giới đã xuất hiện nhiều loại hình của mô hình kinh tế chia sẻ và phát triển mạnh mẽ từ sau khủng hoảng kinh tế - tài chính thế giới 2008 - 2009, cụ thể:

- Trong lĩnh vực nhân lực: Mô hình kinh tế chia sẻ được áp dụng để kết nối giữa những người có nhu cầu tìm kiếm việc làm và những người có nhu cầu thuê/mướn lao động hoặc nhờ giúp đỡ những công việc đơn giản nhất như di chuyển đồ đạc, dọn dẹp nhà cửa, sửa chữa hoặc những công việc cá nhân khác. Người có nhu cầu tìm người sẽ đẩy thông tin lên các nền tảng số để tìm kiếm người lao động phù hợp về kỹ năng, mức giá và vị trí. Người có nhu cầu làm việc sau khi hoàn thành công việc sẽ được thanh toán qua nền tảng số.

- Trong lĩnh vực y tế: Mô hình kinh tế chia sẻ cũng được áp dụng trong lĩnh vực y tế, giúp tối ưu hoá quá trình đặt lịch hẹn, tìm kiếm bác sỹ, tiếp cận các thiết bị y tế đang không sử dụng và giảm thiểu các hoạt động thuộc về quản trị không cần thiết. Ví dụ, ứng dụng Heal ở California vào năm 2015 đã giúp bệnh nhân đặt lịch hẹn tại nhà với bác sỹ. Sau khi đặt hẹn qua ứng dụng và cung cấp một số thông tin cần thiết, bác sỹ sẽ đến thăm khám trong vòng 20-60 phút, tùy vào từng tình trạng của bệnh nhân và mức phí chi trả.

- Trong lĩnh vực giáo dục: Việc giảng dạy và học tập trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến. Mô hình các học viện trực tuyến như Udemy, Coursera, EdX, Codecademy, Udacity... nơi cung cấp hàng trăm nghìn khoá học từ các tổ chức giáo dục có uy tín trên

thế giới, tạo điều kiện cho học viên được học tập trong bất cứ thời điểm nào, tại bất cứ đâu có truy cập internet.

- Trong lĩnh vực logistics: Mô hình kinh tế chia sẻ trong logistics là một lĩnh vực mới nhưng lại mang lại hiệu quả cao, vì trong lĩnh vực này việc chia sẻ những dịch vụ và nguồn lực dùng chung hay năng lực dư thừa giúp giảm rất nhiều chi phí trong việc tìm kiếm các kho bãi và phương tiện vận tải.

- Dịch vụ vận tải: là loại hình dịch vụ cho phép người tiêu dùng thông qua ứng dụng kết nối với một lái xe tư nhân gần nhất; xác nhận điểm đi, điểm đến và giá cả dịch vụ. Đây là một loại hình đang cạnh tranh mạnh mẽ với taxi truyền thống.

- Dịch vụ nhà ở: Đây là loại hình dịch vụ giúp người đặt phòng và người có phòng trống hoặc một biệt thự nhưng không ở kết nối với nhau thông qua ứng dụng đặt phòng trực tuyến, điển hình là dịch vụ chia sẻ phòng ở như Airbnb, Expedia, gotadi hay VRBO (Vacation Rentals by Owners),... Thông tin về người cung cấp phòng ở, về các đặc tính của phòng ở, giá cả,... được cung cấp cho khách hàng trước khi quyết định thuê phòng.

- Dịch vụ tài chính: Trong loại hình này, kinh tế chia sẻ thông qua các nền tảng (ví dụ như Kickstarter, Indiegogo,...) để kết nối những nhà đầu tư với các doanh nghiệp hay cá nhân có nhu cầu vay. Loại hình dịch vụ này là phép giải cho bài toán tài chính cho những nhà đầu tư nhỏ khi họ khó tiếp cận với nguồn tài chính truyền thống.

2. Thực trạng phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam

Kinh tế chia sẻ xuất hiện ở Việt Nam vào năm 2014 khi cho phép thí điểm mô hình kinh doanh ứng dụng dịch vụ công nghệ kết nối vận tải (Uber, Grab). Hiện nay, kinh tế chia sẻ ở Việt Nam đang tồn tại ở 03 lĩnh vực chính, cụ thể: dịch vụ vận tải trực tuyến (VATO, Gonow, T.Net, GoViet,...), Dịch vụ chia sẻ phòng (Luxstay, Triip.me,...) và dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ (lendbiz.vn, tima.vn,...).

Dù mới có mặt ở Việt Nam trong thời gian ngắn, kinh tế chia sẻ đã chứng minh được khả năng thích ứng tốt với thị trường này. Quy mô thị trường kinh tế chia sẻ tăng trưởng một cách nhanh chóng. Thông qua công nghệ, mô hình kinh tế này đã cung cấp các nguồn lực trong nước đến người có nhu cầu một cách nhanh chóng, tận dụng một cách có hiệu quả các nguồn lực nhàn rỗi trong xã hội, tận dụng hiệu quả về cả thời gian và tiết kiệm chi phí.

Dịch vụ vận tải là một trong những lĩnh vực phát triển mạnh và là lĩnh vực tiên phong áp dụng kinh tế chia sẻ ở Việt Nam. Từ chỗ chỉ có vài trăm tài xế tham gia trở thành đối tác của Uber và Grab trong những ngày đầu kinh doanh trong năm 2014; từ chỗ

chỉ có Grab và Uber tham gia đề án theo Quyết định số 24/QĐ-BGTVT năm 2016 với phạm vi hoạt động tại 4/5 tỉnh thành phố được cấp phép là Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Khánh Hòa và Quảng Ninh, đến nay, thị trường gọi xe công nghệ đã có sự phát triển rất nhanh chóng và lớn mạnh về năng lực phục vụ của hàng trăm nghìn phương tiện, tài xế cho các hãng gọi xe công nghệ: Grab; GoViet; Be; Fastgo; MyGo; Vato..., cũng như sự mở rộng, phát triển thị trường ra các tỉnh thành phố lớn trong cả nước. Tính đến hết năm 2017, cả nước có 866 đơn vị vận tải với 36.809 phương tiện tham gia thí điểm vận hành theo cách thức của mô hình kinh tế chia sẻ.

Loại hình chia sẻ phòng trực tuyến đang phổ biến hiện nay ở Việt Nam đó là Airbnb. Tại Việt Nam, Airbnb gia nhập từ năm 2015 với vài nghìn phòng cho thuê. Theo dữ liệu từ AirDNA cho thấy tính tới tháng 8 năm 2018, Hà Nội và TP.HCM ghi nhận 21.994 phòng đăng ký cho thuê trên Airbnb.

Loại hình cho vay ngang hàng xuất hiện vào năm 2016. Các công ty này hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau như thanh toán, gọi vốn cộng đồng, blockchain, quản lý tài chính cá nhân, quản lý POS/mPOS, cho vay, so sánh thông tin,... Ước đoán công ty Fintech hoạt động trong mảng thanh toán và ví điện tử là 37 doanh nghiệp, chiếm 24%. Kế đến là loại hình P2P lending chiếm 16% với 25 công ty. Xếp thứ ba là mảng chuỗi khối, tiền số và chuyển tiền (Blockchain, Crypto & Remittance) với 22 công ty, chiếm 14%.

Việt Nam cũng đang nỗ lực cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh cùng xây dựng Chính phủ điện tử tiến tới Chính phủ số nhằm đảm bảo sự minh bạch, trách nhiệm giải trình và sự tương tác thân thiện với người dân. Trong giai đoạn 2014-2018, nước ta là một trong mười quốc gia có bước đi nhanh trong cải thiện chỉ số phát triển chính phủ điện tử của Liên Hợp Quốc, từ mức trung bình lên mức cao.

Tuy nhiên, mô hình kinh tế chia sẻ của Việt Nam hiện vẫn đang vướng phải không ít những rào cản sau đây:

Thứ nhất, các vấn đề liên quan đến khung khổ pháp lý hiện vẫn chưa đáp ứng kịp yêu cầu và tốc độ phát triển kinh tế số, đồng thời, khoảng cách giữa quy định trên văn bản và việc thực thi còn khá xa.

Thứ hai, vấn đề cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các mô hình kinh tế chia sẻ với các mô hình truyền thống còn phức tạp, tạo ra những cản lực không đáng có đối với sự phát triển của cả kinh tế chia sẻ và kinh tế truyền thống. Nguyên nhân chính của hạn chế này chính là thiếu những chính sách bảo đảm cạnh tranh công bằng giữa hai mô hình kinh doanh trên.

Thứ ba, nghĩa vụ nộp thuế cho Nhà nước của các doanh nghiệp kinh tế chia sẻ còn gây nhiều tranh cãi

và thực hiện chưa nhất quán. Đặc biệt các doanh nghiệp kinh tế chia sẻ hoạt động trên nền tảng mạng, không có trụ sở tại Việt Nam thì việc xác minh thông tin và thu thuế vô cùng khó khăn.

Thứ tư, trách nhiệm và quyền lợi của các bên liên quan trong mô hình kinh tế chia sẻ còn chưa rõ ràng. Do quan hệ hợp đồng mới trong kinh tế chia sẻ là quan hệ “3 bên” nên các chính sách kèm theo yêu cầu xử lý mối quan hệ này thay vì như hợp đồng kinh tế trước đây. Cần có quy định rõ ràng để làm rõ trách nhiệm của các bên tham gia hoạt động kinh doanh, đặc biệt là cần quy định rõ trách nhiệm với các đối tác có yếu tố nước ngoài.

3. Một số hàm ý chính sách phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam

Trong xu thế ứng dụng công nghệ vào sản xuất kinh doanh là tất yếu ở Việt Nam hiện nay thì vấn đề quan trọng với là làm thế nào để khai thác tối đa điểm mạnh của mô hình kinh tế chia sẻ, đồng thời hạn chế tối thiểu những bất cập và rủi ro có thể xảy ra. Để làm được điều đó cần tập trung ưu tiên giải quyết các vấn đề cốt lõi sau:

Một là, tạo điều kiện cho cơ chế thử nghiệm chính sách mới (dạng sandbox) của kinh tế chia sẻ đi vào thực tiễn. Để giải quyết tình trạng này, tác giả khuyến nghị hai giải pháp tập trung cho hiện thực hóa Sandbox như sau:

- Tạo hành lang pháp lý cho sandbox: Chính phủ cần thành lập ngay tổ công tác của Chính phủ về sandbox gồm lãnh đạo các bộ có liên quan trực tiếp đến các loại hình kinh doanh của kinh tế chia sẻ. Nhiệm vụ đầu tiên của tổ công tác là xây dựng Quy trình pháp lý và hướng dẫn thực thi “cơ chế thử nghiệm pháp lý” cho các sản phẩm công nghệ. Dựa trên cơ sở Quy trình này các bộ quản lý lĩnh vực mới có căn cứ để thực hiện.

- Thực thi cấp phép sandbox. Đề xuất một Văn phòng Quốc gia về sandbox nên được thành lập nhằm thực hiện chức năng “một cửa” tiếp nhận hồ sơ đăng ký sandbox, cấp phép thực hiện và giám sát thực thi các hồ sơ được cấp phép thử nghiệm. Có ba lý do cần Văn phòng Quốc gia: (1) Tình trạng chông chéo chức năng quản lý và ma trận văn bản quy định điều chỉnh như hiện nay đang là thách thức lớn với doanh nghiệp; (2) Đa phần các start-up là công ty công nghệ, chưa nắm vững yêu cầu pháp lý mới, nên nếu giao về từng bộ riêng rẽ, sẽ rất khó cho startup biết chính xác bộ nào là đơn vị quản lý họ; (3) Các sản phẩm, công nghệ đều có tính mới, nên một văn phòng liên ngành sẽ dễ dàng xử lý và nhận trách nhiệm thay vì viện lý do không biết căn cứ vào văn bản nào để xử lý hồ sơ như cơ quan hiện tại.

Hai là, cần tạo môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các mô hình kinh tế

Mô hình kinh doanh truyền thống và kinh tế chia sẻ cần có sự bình đẳng trên thị trường. Đối với mô hình kinh doanh truyền thống cần rà soát, loại bỏ những quy định không phù hợp, bên cạnh đó cần nâng cao năng lực quản lý của nhà nước đối với các loại hình kinh doanh của mô hình kinh tế chia sẻ để tịnh tiến dần đến sự công bằng giữa hai mô hình kinh doanh này, bảo đảm cạnh tranh theo đúng quy định của pháp luật.

Ba là, nâng cao năng lực quản lý nhà nước. Muốn duy trì một môi trường kinh tế - xã hội thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển thì không thể thiếu vai trò quản lý của Nhà nước. Hơn nữa, vai trò này vô cùng quan trọng vì liên quan đến nhiều khía cạnh trong hoạt động của doanh nghiệp ngay từ những ngày đầu tiên thành lập tới khi đi vào hoạt động, như đăng ký kinh doanh, quản lý chất lượng sản phẩm, thuế... của doanh nghiệp.

Bốn là, Tạo ra hệ thống trợ giúp ươm tạo công nghệ (vốn, kỹ thuật, quản lý, thương mại,...) để hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp (start-up), khởi nguồn (spin-off) phát triển.

Hiện nay tại Việt Nam, các doanh nghiệp khoa học - công nghệ phần lớn đều đang đang tự xoay sở, phải dựa rất nhiều và tiềm lực của các doanh nghiệp thực tế đang hoạt động, để hỗ trợ tốt cho các kết quả khoa học - công nghệ được ứng dụng vào thực tiễn. Do đó, chính quyền cần có các giải pháp kịp thời trong việc “ươm mầm” và phát triển công nghệ kịp thời cho các doanh nghiệp công nghệ trong kinh tế chia sẻ./.

Tài liệu tham khảo

Alex Stephany (2015), *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy*, Palgrave Macmillan, London,

Andy Hira, Katherine Reilly, *The Emergence of the Sharing Economy: Implications for Development*, *Journal of Developing Societies* · June 2017.

Schor, J. (2014). *Debating the Sharing Economy: Great Transformation Initiative*. <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

World Economic Forum White Paper, *Digital Transformation of Industries: Logistics Industry*, 1/2016, <http://reports.weforum.org/digital-transformation/wp-content/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef-dti-logisticswhitepaper-final-january-2016.pdf>

Vũ Ngọc Tú, Tác động của kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải ở Việt Nam, <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/tac-dong-cua-kinh-te-chia-se-trong-linh-vuc-van-tai-o-viet-nam-78513.htm>

Trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp: các xu hướng nghiên cứu

Nguyễn Thị Hải Yến

E-mail: yennth@hau.edu.vn

Bùi Thị Hạnh

E-mail: buithihanh@hau.edu.vn

Khoa Quản lý kinh doanh, Đại học Công nghiệp Hà Nội

Bài báo thực hiện tổng hợp, đánh giá các nghiên cứu về mối quan hệ giữa việc thực thi trách nhiệm xã hội (CSR) và hiệu quả tài chính (CFP) của doanh nghiệp nhằm nhận diện và đề xuất các xu hướng nghiên cứu trong tương lai về chủ đề này. Kết quả đánh giá trên cả góc độ lý thuyết và thực nghiệm cho thấy mối quan hệ giữa CSR và CFP chưa rõ ràng, các kết quả nghiên cứu chưa thống nhất. Do đó, cần thiết có các nghiên cứu đa lý thuyết và sử dụng phương pháp phân tích chặt chẽ hơn, đồng thời mở rộng nghiên cứu về chủ đề này tại các thị trường mới nổi.

1. Giới thiệu

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR - Corporate Social Responsibility) xuất hiện chính thức lần đầu tiên năm 1953 trong cuốn sách "Trách nhiệm xã hội của doanh nhân" của Howard Rothmann Bowen. Sau đó, quan điểm về CSR đã tạo ra rất nhiều cuộc tranh luận sôi nổi về chủ đề này và thuật ngữ CSR đang được hiểu theo nhiều cách khác nhau. Theo World Bank (2003), CSR là sự cam kết của DN đóng góp vào việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những hoạt động làm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả DN cũng như phát triển chung của xã hội. Trong khi đó, Maignan và Ferrell (2004) cho rằng, một DN có trách nhiệm xã hội khi quyết định và hoạt động của nó nhằm tạo ra và cân bằng các lợi ích khác nhau của những cá nhân và tổ chức liên quan. Theo Carroll (1979), CSR của một DN là mức độ mà DN đó đáp ứng những trách nhiệm về kinh tế, luật pháp, đạo đức và những trách nhiệm mang tính tình nguyện khác mà những người liên quan mong đợi ở họ.

Mặc dù, CSR có nhiều cách hiểu khác nhau như vậy, song tựu chung lại thì CSR là những hoạt động hướng đến sự phát triển bền vững của chính DN và của nền kinh tế. Vậy, thực thi CSR có tạo ra sự khác biệt đối với hiệu quả tài chính của DN hay không là câu hỏi được các học giả trên thế giới tranh luận rất sôi nổi từ những năm đầu của thế kỷ 21 nhưng đến nay vẫn không kém phần hấp dẫn do chưa có tiêu chuẩn đo lường hợp nhất cho CSR và quy định về công bố thông tin của DN, đặc biệt là tại các nước đang phát triển. Hơn nữa, các kết quả nghiên cứu

vẫn chưa nhất quán về mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả tài chính của DN (CFP - Corporate Financial Performance), trong khi hiệu quả tài chính chắc chắn là nền tảng cho hoạt động liên tục của bất kỳ DN nào.

Bài báo nhằm mục đích điều tra mối quan hệ giữa CSR và CFP trên cả góc độ lý thuyết và thực nghiệm thông qua việc tổng quan các nghiên cứu liên quan trên thế giới và các nghiên cứu tại Việt Nam. Các đánh giá chung của nghiên cứu này sẽ cung cấp đầy đủ về các xu hướng nghiên cứu về mối quan hệ giữa CSR và CFP hiện nay, từ đó gợi mở hướng nghiên cứu tiếp theo về chủ đề này.

2. Các lý thuyết giải thích mối quan hệ giữa CSR và CFP

Các nghiên cứu về CSR nói chung và mối quan hệ giữa CSR và CFP được lập luận trên cơ sở của một số lý thuyết như: Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder theory), lý thuyết thiếu nguồn lực (slack resource theory), quan điểm dựa trên nguồn lực (resource-based view), lý thuyết người đại diện (Agency theory), lý thuyết phát triển bền vững (Sustainable Development Theory), lý thuyết thể chế (institutional theory), lý thuyết tín hiệu (signalling theory). Các lý thuyết này được tiếp cận từ ba góc nhìn chính: Góc nhìn thể chế, góc nhìn doanh nghiệp và góc nhìn cá nhân. Trong đó, góc nhìn từ DN là cách tiếp cận phổ biến nhất. Cũng từ cách tiếp cận này, động cơ nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR và CFP được hình thành. Các DN tham gia vào hoạt động CSR thường xem CSR là công cụ để đạt được hiệu quả tài chính dự kiến.

Trong các lý thuyết kể trên, lý thuyết các bên liên quan được sử dụng chủ yếu trong các nghiên cứu về CSR và tác động của CSR đến hiệu quả tài chính của DN. Lý thuyết này cho rằng các tổ chức được bao quanh bởi mạng lưới các bên liên quan, là những người có ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi các quyết định của tổ chức. Các bên liên quan có thể kiểm soát các nguồn lực giá trị cho tổ chức, do đó thành công của tổ chức phụ thuộc vào năng lực quản lý mối quan hệ với các bên liên quan, đây là công cụ thiết yếu để tạo ra giá trị cho DN.

Như vậy, lý thuyết chủ đạo của các nghiên cứu hiện tại dùng để giải thích hành vi CSR và tác động của CSR đến hiệu quả tài chính DN bị chi phối bởi lý thuyết liên quan đến các động lực bên ngoài của CSR, hay nói cách khác là chú trọng đến vai trò của các bên liên quan (Frynas và Yamahaki, 2016), trong khi các lý thuyết về động lực bên trong của CSR (quan điểm dựa trên nguồn lực, lý thuyết người đại diện) ít được phát triển. Do đó, cần thiết có các nghiên cứu đa lý thuyết và nghiên cứu nhiều hơn ở các góc độ

3. Các phương pháp đo lường CSR, CFP và các phương pháp nghiên cứu

3.1. Đo lường CSR và thu thập dữ liệu về CSR

CSR là thước đo được dựa trên 4 cách tiếp cận phổ biến, bao gồm: (1) Công bố thông tin doanh nghiệp; (2) Xếp hạng uy tín hay chỉ số; (3) Kiểm toán; (4) Nguyên tắc và giá trị quản lý. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay (đặc biệt là các nghiên cứu tại các nước đang phát triển) thì ba phương pháp chủ yếu được các nghiên cứu trước đây sử dụng để thu thập thông tin về CSR:

Một là, Đánh giá của chuyên gia về các chính sách của công ty. Độ chính xác của phương pháp này phụ thuộc vào khả năng tiếp cận của điều tra viên đối với toàn bộ phạm vi hoạt động của công ty và chuyên môn của điều tra viên (Abbott và Monsen, 1979).

Hai là, Phương pháp phân tích nội dung (content analysis) do Bowman và Haire (1975) đề xuất. Phương pháp này thực hiện bằng cách sử dụng báo cáo thường niên công bố hàng năm của các công ty, trong đó có công bố về CSR. Phân tích nội dung là một kỹ thuật nghiên cứu để đưa ra các suy luận có thể lặp lại và hợp lệ từ các văn bản cho các bối cảnh sử dụng chúng.

Ba là, Đo lường thông qua hiệu quả trong việc kiểm soát ô nhiễm (Chen và Metcalf, 1980). Tuy nhiên, việc sử dụng kiểm soát ô nhiễm như một biện pháp đại diện có thể làm sai lệch kết quả khi có sự khác biệt giữa các ngành về ô nhiễm và biện pháp này cũng chỉ nhấn mạnh một khía cạnh của trách nhiệm xã hội.

Như vậy, phần lớn dữ liệu CSR dựa vào hoạt động

báo cáo của công ty có thể bị thao túng hoặc báo cáo sai. Do đó, việc thu thập dữ liệu và kiểm tra độ tin cậy luôn là vấn đề nan giải trong các nghiên cứu này.

3.2. Đo lường hiệu quả tài chính

Về cơ bản có 2 loại thước đo CFP được sử dụng trong các nghiên cứu trước:

(i) Thước đo hiệu quả kế toán (ROS, ROA, ROE, ROI, OIBD/TA, tăng trưởng doanh thu). Thước đo này được sử dụng chủ yếu vì tính dễ thu thập của nó, tuy nhiên, hạn chế của thước đo này là chỉ cho thấy hiệu quả hoạt động của công ty trong quá khứ, có thể bị ảnh hưởng bởi sự thao túng của các nhà quản lý và tạo ra kết quả không thể so sánh được giữa các công ty do áp dụng các thủ tục kế toán khác nhau. Đặc điểm của các lĩnh vực khác nhau và rủi ro liên quan cũng cần được xem xét khi sử dụng các biện pháp kế toán.

(ii) Thước đo hiệu quả thị trường (Stock return, M/B, Tobin's Q). Ưu điểm của thước đo là ít phụ thuộc hơn vào các biện pháp kế toán khác nhau được áp dụng bởi các công ty và vào các thao tác quản lý. Loại thước đo này cũng thành công trong việc đạt được thu nhập kinh tế trong tương lai của công ty hơn là hiệu suất trong quá khứ. Tuy nhiên, thiếu sót của thước đo này là nhận thức của các nhà đầu tư về công ty có thể không đủ để đánh giá hoạt động tài chính của công ty (McGuire et al., 1988).

3.3. Về phương pháp nghiên cứu

Hầu hết các nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích OLS trên nền dữ liệu mảng, một số nghiên cứu sử dụng bộ dữ liệu chéo, một số sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp, bên cạnh đó có một vài nghiên cứu sử dụng phương pháp biến công cụ để kiểm soát vấn đề nội sinh trong mô hình. Gần đây, nghiên cứu của Trần Quang Tuyền và Vũ Văn Hương (2022) sử dụng phương pháp hồi quy phân vị mảng nhằm xem xét vai trò của CSR tới hiệu quả DN tại các điểm khác nhau của phân phối biến phụ thuộc.

Mô hình nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả tài chính được các tác giả sử dụng biến điều tiết và biến trung gian để giải thích tác động của CSR đến hiệu quả tài chính. Các biến điều tiết (moderator) là các nhân tố bên ngoài như mức độ cạnh tranh và bất ổn của thị trường (Bai và Chang, 2015), môi trường thể chế (Xie et al., 2017) và có thể là các nhân tố bên trong như chất lượng cạnh tranh (Kim và Kim, 2018), rủi ro của doanh nghiệp (Hasan et al., 2018), mức độ thực hiện CSR (Awaysheh et al., 2020). Bên cạnh đó, một số nghiên cứu sử dụng biến trung gian (mediators) như năng lực tiếp thị (Bai và Chang, 2015), đổi mới (Bocquet et al., 2017), hiệu quả quản lý (Kang et al., 2016) để kiểm định mối quan hệ trực tiếp hoặc gián tiếp giữa CSR và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp.

4. Các bằng chứng thực nghiệm về tác động của CSR đến CFP

Bằng chứng thực nghiệm về mối quan hệ giữa CSR và CFP đến nay vẫn chưa thống nhất. Trong khi một số nghiên cứu cho thấy mối liên hệ tích cực (Ruf et al., 2001), một số nghiên cứu cho kết quả ngược lại khi tìm thấy mối liên hệ tiêu cực (Nelling và Webb, 2009) và một số nghiên cứu lại không tìm thấy mối liên hệ nào giữa CSR và SFP (Lioui và Sharma, 2012). Điều này cho thấy không có mối quan hệ thực nghiệm rõ ràng giữa CSR và CFP khiến mối quan hệ này vẫn gây tranh cãi và là chủ đề nghiên cứu hấp dẫn.

Thứ nhất, Các nghiên cứu ủng hộ mối quan hệ tích cực đã giải thích rằng công ty thực hiện các hoạt động CSR sẽ giúp cải thiện sự trung thành của khách hàng và sự cống hiến của nhân viên – đây là những yếu tố cần thiết cho sự thịnh vượng kinh tế của công ty (Ruf et al., 2001). Công ty nào thực thi CSR tốt sẽ có thể gặp ít vấn đề về lao động và khách hàng có thể sẽ ưu ái hơn đối với các sản phẩm của công ty đó. Bên cạnh đó, thực thi CSR cũng có thể hỗ trợ các công ty tiếp cận với các nguồn vốn rẻ hơn và các lợi ích kinh tế khác do cải thiện mối quan hệ với các bên liên quan như ngân hàng, nhà đầu tư và thuế. Mối quan hệ được cải thiện có khả năng giảm chi phí kinh doanh và do đó lợi nhuận được báo cáo cao hơn. Do đó, các công ty được coi là có trách nhiệm với xã hội sẽ có lợi thế trên thị trường so với các đối thủ cạnh tranh khác.

Thứ hai, Về mối quan hệ tiêu cực giữa CSR và CFP. Nelling và Webb (2009) lập luận rằng mối quan tâm đến trách nhiệm xã hội cũng có thể hạn chế các lựa chọn thay thế chiến lược của công ty chẳng hạn như phải từ bỏ một số dòng sản phẩm được coi là gây tổn hại đến một số bên liên quan. Do đó, việc từ bỏ những sản phẩm này có thể làm giảm lợi nhuận. Ngoài ra, Moore (2001) cho rằng việc thực hiện các thông lệ CSR đòi hỏi các công ty phải đầu tư thêm vào các hoạt động đó và điều này dẫn đến việc tăng chi phí mà không có lợi ích bù đắp tương ứng.

Nhìn chung, có một mối quan hệ tích cực giữa CSR và hiệu quả tài chính theo cả lý thuyết các bên liên quan và lý thuyết người đại diện. Ngược lại và có lẽ điểm quan trọng nhất là điều mà các bên liên quan quan tâm ở các nền kinh tế đang phát triển / mới nổi là hiệu quả tài chính. Các nhà đầu tư có thể dễ dàng thu được lợi nhuận vượt mức ở các thị trường mới nổi nên họ không tính đến tính bền vững lâu dài và trách nhiệm của doanh nghiệp tại các thị trường này. Do đó, không thể tìm thấy mối liên hệ giữa CSR và hiệu quả tài chính.

5. Kết luận

Mặc dù phần lớn các nghiên cứu ủng hộ quan điểm doanh nghiệp thực hiện CSR sẽ góp phần nâng

cao hiệu quả tài chính, do đó, các công ty nên gắn mục tiêu xã hội với mục tiêu kinh doanh và coi CSR là một công cụ chiến lược để thúc đẩy các mục tiêu kinh tế của họ (Ferrarini & Hinojales, 2019). CSR được coi là lá chắn của doanh nghiệp chống lại thông tin tiêu cực làm tổn hại đến danh tiếng của tổ chức và do đó nó bảo vệ hiệu quả hoạt động tài chính của tổ chức. Tuy nhiên, vẫn còn một số nghiên cứu cho kết quả ngược lại hoặc không tìm thấy bằng chứng về mối quan hệ này khi kiểm soát vấn đề nội sinh trong mô hình. Kết quả nghiên cứu còn phụ thuộc vào cách tiếp cận CSR khác nhau, cách thức sử dụng các thước đo về hiệu quả tài chính khác nhau và sử dụng các phương pháp nghiên cứu khác nhau.

Trên cơ sở tổng quan lý thuyết và thực nghiệm trên đây cho thấy CSR là một cấu trúc đa chiều mà các chiều có tác động khác nhau đến hiệu quả tài chính của DN. Các kết quả khác nhau có thể được giải thích bởi: Thứ nhất, các phép đo cho chỉ tiêu hiệu quả tài chính khác nhau (một số nghiên cứu dựa trên chỉ số kế toán như ROA, ROE; trong khi những nghiên cứu lại dựa trên chỉ số thị trường (M/B, Tobin's Q); Thứ hai, cách tiếp cận CSR khác nhau và sử dụng các database khác nhau; Thứ ba, sử dụng các phương pháp xử lý dữ liệu khác nhau. Hầu hết các nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy OLS trên nền dữ liệu mảng hoặc hồi quy GLS trên nền dữ liệu chéo; trong khi một số nghiên cứu sử dụng phương pháp biến công cụ để kiểm soát vấn đề nội sinh trong mô hình. Thứ tư, chưa có khung lý thuyết nền tảng vững chắc khiến thiết kế nghiên cứu chưa chặt chẽ, lý thuyết được sử dụng để giải thích mối quan hệ này chủ yếu là lý thuyết các bên liên quan./

Tài liệu tham khảo

Alwaysheh A, Heron RA, Perry T, Wilson JI. (2020), On the relation between corporate social responsibility and financial performance, *Strategic Management Journal*, Vol: 41(6), pp:965–987.

Carroll, A.B. (1979), A three-dimensional conceptual model of corporate performance, *The Academy of Management Review*, Vol. 4 No. 4, pp. 497-505.

Fiori, G., Donato, F. and Izzo, M.F. (2007), Corporate social responsibility and firms performance: an analysis on Italian listed companies, SSRN working paper series.

Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 258–285

Morrige, G. (2001). Corporate social and financial performance: an investigation in the UK supermarket industry. *Journal of Business Ethics*, Vol. 34, pp. 299-315

Phát huy giá trị văn hóa chính trị truyền thống theo tinh thần của Đại hội XIII

Trần Thị Hồng Thúy

Khoa Lý luận chính trị, Trường Đại học Luật Hà Nội

Là một bộ phận, một biểu hiện đặc biệt của văn hóa nhân loại và văn hóa của quốc gia - dân tộc, văn hóa chính trị ngày càng có vai trò quan trọng trong đời sống chính trị của đất nước. Thiếu văn hóa chính trị trong hoạt động chính trị, trong thực thi chính sách sẽ rất khó để đạt được những mục tiêu trong phát triển kinh tế - xã hội theo tinh thần của Đại hội XIII.

1. Giá trị văn hóa chính trị truyền thống được thể hiện trước hết ở lòng yêu nước, thương dân, lấy dân làm gốc

Yêu nước, thương dân, lấy dân làm gốc là giá trị văn hóa chính trị cơ bản trong hệ thống những giá trị văn hóa chính trị Việt Nam truyền thống. Bởi tinh thần yêu nước, lòng thương dân, lấy dân làm gốc là sản phẩm tinh thần vô cùng cao quý của dân tộc Việt Nam; là tư tưởng và tình cảm thiêng liêng, giữ vị trí chuẩn mực của đạo lý và đứng đầu bậc thang giá trị dân tộc. Tinh thần đó đã phát huy sức mạnh vô biên của nó trong các cuộc kháng chiến chống ngoại xâm và là mẫu số chung, là động lực nội sinh của cộng đồng dân tộc trong sự nghiệp xây dựng đất nước.

Trong công cuộc đổi mới, Đảng ta tiếp tục khẳng định “lấy dân làm gốc” là cơ sở cho việc hoạch định đường lối phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Vai trò của Nhân dân được xác định trong Cương lĩnh xây dựng đất nước thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội tại Đại hội Đảng lần thứ VII: “Sự nghiệp cách mạng là của Nhân dân, do Nhân dân, vì Nhân dân”. Quyết liệt trong xây dựng, chỉnh đốn Đảng, nâng cao đạo đức cách mạng người cán bộ, đảng viên. Tăng cường kỷ cương, xử lý nghiêm minh, không có ngoại lệ, không có vùng cấm trong cuộc đấu tranh chống tham nhũng, tiêu cực, những biểu hiện suy thoái, “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa”. Đảng viên, cán bộ giữ chức vụ lãnh đạo cần nêu cao vai trò tiên phong, gương mẫu, có lối sống trong sáng, “cần kiệm, liêm chính, chí công, vô tư”, trở thành người công bộc, là chỗ dựa, niềm tin yêu của Nhân dân.

Hơn lúc nào hết, chúng ta cần thấm nhuần bài học “Nước lấy dân làm gốc”; khơi dậy mạnh mẽ tinh thần yêu nước, ý chí tự lực tự cường, sức mạnh đại đoàn kết dân tộc, khát vọng xây dựng đất nước phồn vinh, hạnh phúc, phát huy giá trị văn hóa của con người Việt Nam. Người dân không chỉ được làm chủ thật sự mà còn được “giám sát” và “thụ hưởng”

những thành quả của chế độ xã hội mang lại, khích lệ tinh thần tích cực của Nhân dân, phát huy vai trò, vị trí người dân trong mọi quan hệ xã hội. Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng từng chỉ dẫn: “Cái gì quần chúng Nhân dân hoan nghênh, ủng hộ thì phải quyết tâm làm và làm cho bằng được; ngược lại cái gì Nhân dân không đồng tình, thậm chí căm ghét, phản đối thì chúng ta cương quyết ngăn ngừa, uốn nắn và xử lý nghiêm các sai phạm”. Đó chính là ý nghĩa lý sâu xa của “Lấy dân làm gốc” mà Đảng ta đã đề ra và tiếp tục hướng tới.

2. Giá trị văn hóa chính trị truyền thống còn được thể hiện ở tư tưởng chính trị độc lập, tự chủ, tự cường

Lịch sử Việt Nam là lịch sử chống ngoại xâm dai dẳng và lâu bền. Đất nước, vận mệnh quốc gia luôn nằm bên bờ của tai họa, hai phần ba thời gian lịch sử phải đương đầu với các thế lực bên ngoài luôn tìm cách thôn tính và đồng hóa. Trong điều kiện hiện nay, để biến khát vọng về phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc, sánh vai với các cường quốc năm châu thành hiện thực, cần phát huy cao độ ý chí tự lực, tự cường của ông cha ta và tư tưởng Hồ Chí Minh. Đó là sự kết tinh của bản lĩnh chính trị trên cơ sở nhân quan đúng đắn, có tinh thần chủ động và ý chí lớn lao để hành động một cách phù hợp nhằm đạt được mục tiêu. Để phát huy được tinh thần độc lập, tự chủ, tự cường trong điều kiện hiện nay, chúng ta cần phải chú trọng một số nội dung như: (1) ý chí tự lực, tự cường là không phụ thuộc vào lực lượng bên ngoài, có quan điểm độc lập trong quan hệ quốc tế; (2) ý chí tự lực, tự cường là phải nhận thức rõ sức mạnh của chủ nghĩa yêu nước và tinh thần dân tộc với chủ nghĩa quốc tế trong sáng; (3) ý chí tự lực, tự cường là sự chủ động, chuẩn bị mọi mặt các điều kiện của cách mạng; (4) ý chí tự lực, tự cường là đặc biệt chú trọng, phát huy vai trò, sức

mạnh của nhân dân; (5) ý chí tự lực, tự cường là quyết tâm bảo vệ và giữ vững nền độc lập dân tộc.

Sau 35 năm Đổi mới, Việt Nam đã có được cơ đồ, vị thế, tiềm lực to lớn chưa từng có. Những thành tựu đáng tự hào đó là sự hội tụ của nhiều yếu tố, trong đó phải kể đến sức mạnh của ý chí tự lực, tự cường. Thấu hiểu nguyên nhân đó, Văn kiện Đại hội XIII đã coi phát huy nội lực, ý chí tự lực, tự cường là một trong những động lực quan trọng để phát triển đất nước hiện nay. Để phát huy nội lực, trước hết, chúng ta phải phát huy sức mạnh của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa; tiếp đó là, đại đoàn kết toàn dân tộc - sức mạnh to lớn của dân tộc Việt Nam, cần được tiếp tục phát huy. Ngay trong chủ đề đại hội XIII đã nhấn mạnh chủ trương “sức mạnh đại đoàn kết dân tộc kết hợp với sức mạnh thời đại”. Nói đến sức mạnh thời đại là nói đến sức mạnh của hợp tác quốc tế và khoa học, công nghệ. Ngày nay, dù hướng ra bên ngoài để gia tăng nội lực là xu hướng phát triển tất yếu của các quốc gia nhưng nội lực vẫn là quyết định và chỉ khi thực sự có nội lực, ta mới có thể đưa ra quan điểm độc lập của mình về các vấn đề quốc tế và tiến hành “hòa nhập” mà không “hòa tan”.

Sức mạnh nội sinh của một dân tộc không phải là những điều “mặc định” và “bất biến” nên để phát huy nội lực thì phải tiếp tục phát huy tinh thần tự lực, tự cường vốn là nét đẹp trong truyền thống văn hóa Việt Nam và đã được Hồ Chí Minh phát triển lên một tầm cao mới. Những chỉ dẫn quý báu về tinh thần tự lực, tự cường ngày càng tỏ rõ giá trị và tiếp tục soi đường cho dân tộc Việt Nam trong hành trình tiến tới “sánh vai với các cường quốc năm châu” như khát vọng lớn lao mà Người đã ký thác lại cho toàn Đảng, toàn dân ta.

3. Giá trị văn hóa chính trị truyền thống thể hiện ở tư tưởng về một nền chính trị pháp quyền

Nhiều công trình nghiên cứu về lịch sử nhà nước và pháp luật, lịch sử văn hóa dân tộc từ trước đến nay đều cho rằng người Việt Nam “trọng lệ hơn luật”, “sống nặng tình ít duy lý”, phép vua thua lệ làng... Bởi vì, công cụ chính để duy trì đời sống cộng đồng là một hệ thống tục lệ ra đời từ rất sớm, từ thời các vua Hùng. Đến giữa thế kỷ XV, hệ thống tục lệ ngày càng trở nên hoàn thiện cùng với sự ảnh hưởng của Nho giáo vào các làng xã và tục lệ được văn bản hóa trở thành hương ước. Việc quản lý xã hội chủ yếu bằng hương ước đã dẫn đến hệ quả là người Việt từ bao đời quen sống với tục lệ mà không quen sống với pháp luật. Đó là một thực tế do lịch sử để lại mà chúng ta phải chấp nhận. Mặc dù vậy, từ chiều sâu của lịch sử và văn hóa dân tộc, chúng ta đồng thời cũng nhận diện được những giá trị không

thể phủ nhận về một tư tưởng nhất quán rằng: Xây dựng một nền chính trị coi trọng luật pháp, mong muốn dùng luật pháp để quản lý xã hội của các nhà nước phong kiến Việt Nam.

Kế thừa những tư tưởng về nền chính trị pháp quyền trong lịch sử dân tộc và tư tưởng về nhà nước pháp quyền của dân, do dân, vì dân của Chủ tịch Hồ Chí Minh, và trải qua hơn 35 năm tiến hành công cuộc đổi mới đất nước, đặc biệt là 10 năm thực hiện Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội (Bổ sung, phát triển năm 2011), nhận thức về mô hình tổ chức quyền lực nhà nước, việc xây dựng và hoàn thiện Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa có bước phát triển mới, hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đã từng bước được đổi mới, phù hợp hơn với yêu cầu phát triển của đất nước và thông lệ quốc tế.

Văn kiện Đại hội XIII của Đảng đã nhấn mạnh: “tiếp tục xây dựng và hoàn thiện Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam của nhân dân, do nhân dân và vì nhân dân do Đảng lãnh đạo là nhiệm vụ trọng tâm của đổi mới hệ thống chính trị”. Định hướng chung là “nâng cao năng lực, nhiệm vụ và quyền hạn của các cơ quan nhà nước trong việc thực hiện các quyền lập pháp, hành pháp, tư pháp trên cơ sở các nguyên tắc pháp quyền, bảo đảm quyền lực nhà nước là thống nhất, có sự phân công rành mạch, phối hợp chặt chẽ và tăng cường kiểm soát quyền lực nhà nước, xây dựng hệ thống pháp luật đầy đủ, kịp thời đồng bộ, thống nhất, khả thi, công khai, minh bạch, ổn định, lấy quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người dân, doanh nghiệp làm trọng tâm thúc đẩy đổi mới sáng tạo, đảm bảo yêu cầu phát triển nhanh bền vững”. Theo định hướng đó, Đại hội XIII của Đảng đã chỉ ra trong thời gian tới phải: “Tiếp tục xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa kiến tạo phát triển, liêm chính, hành động; đẩy mạnh phòng, chống tham nhũng, thực hành tiết kiệm, chống lãng phí, tạo đột phá trong cải cách hành chính” là nhiệm vụ trọng tâm của đổi mới hệ thống chính trị trong những năm tới.

4. Tư tưởng hòa bình, hữu nghị, hòa hợp vì sự phát triển, tiến bộ

Trải qua chiến tranh, xung đột, hòa bình và hợp tác hữu nghị đã trở thành khát vọng của toàn nhân loại, nhưng với một dân tộc luôn phải đối đầu với các cuộc chiến tranh giữ gìn và bảo vệ Tổ quốc như Việt Nam thì hòa bình còn là đạo lý và phương châm xử thế.

Tư tưởng về một nền hòa bình, hữu nghị được thể hiện rất rõ trong lịch sử dựng nước và giữ nước của dân tộc ta, do đặc điểm là quốc gia nhỏ, mặc dù

ở cạnh một số nước lớn, luôn ngự trị tư tưởng “bành trướng, thôn tính, mở mang bờ cõi”, “tranh bá, đồ vương”, “bình thiên hạ”,...nhưng với chiều dài lịch sử gần một nghìn năm, trải qua sự trị vì, cai quản của các triều đại phong kiến Việt Nam từ nhà Ngô, Đinh, Tiền Lê, Lý, Trần đến nhà Hồ, Lê Sơ, Mạc, Tây Sơn và nhà Nguyễn luôn đề cao tinh thần hòa bình, hòa hiếu trong các cuộc đấu tranh, đều nhằm giữ vững độc lập, tự chủ, ngăn chặn họa xâm lăng, bảo vệ chủ quyền lãnh thổ, xây dựng nền thái bình lâu bền cho muôn dân. Bởi vậy, nghệ thuật ngoại giao của nước ta được nghiên cứu, phát triển, vận dụng khá hiệu quả, trở thành nội dung cốt lõi, xuyên suốt, đóng góp quan trọng vào bảo vệ, khẳng định nền độc lập, tự chủ, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc không bị đồng hóa bởi sự thống trị của các nền văn hóa ngoại bang.

Và tư tưởng hòa bình, hòa hiếu, hữu nghị được phát triển đến đỉnh cao trong thời đại Hồ Chí Minh. Thiết tha yêu chuộng hòa bình, cố gắng giải quyết mọi xung đột bằng con đường đàm phán hòa bình, kể cả phải chấp nhận một sự nhân nhượng có nguyên tắc, nhưng cũng kiên quyết chống các cuộc chiến tranh xâm lược để bảo vệ hòa bình một cách thực sự; sẵn sàng hợp tác với tất cả các nước trên tinh thần cùng tồn tại hòa bình là những nội dung cơ bản trong tư tưởng hòa bình, hợp tác hữu nghị để phát triển của Hồ Chí Minh.

Những truyền thống và bản sắc tốt đẹp ấy càng được bồi đắp, phát huy và tỏa sáng trong thời đại Hồ Chí Minh, đã phát triển lên thành nền ngoại giao Việt Nam hiện đại và đậm đà bản sắc dân tộc.

Đại hội XIII nhấn mạnh thúc đẩy lợi ích quốc gia-dân tộc phải “trên cơ sở các nguyên tắc cơ bản của Hiến chương Liên hợp quốc và luật pháp quốc tế, bình đẳng, hợp tác, cùng có lợi”, cùng phấn đấu vì hòa bình, độc lập dân tộc, dân chủ và tiến bộ xã hội trên thế giới.

Trong giai đoạn hiện nay, lợi ích quốc gia- dân tộc cao nhất là bảo vệ vững chắc độc lập, chủ quyền, thống nhất, toàn vẹn lãnh thổ; bảo vệ Đảng, Nhà nước, nhân dân và chế độ xã hội chủ nghĩa; giữ vững môi trường hòa bình, ổn định, thuận lợi cho phát triển đất nước; bảo vệ sự nghiệp đổi mới, công nghiệp hóa, hiện đại hóa; bảo vệ an ninh chính trị, trật tự, an toàn xã hội và nền văn hóa dân tộc. Bởi vậy, trong đường lối đối ngoại Đại hội XIII, lần đầu tiên Đảng xác định rõ vị trí, vai trò tiên phong của đối ngoại trong “tạo lập và giữ vững môi trường hoà bình, ổn định, huy động các nguồn lực bên ngoài để phát triển đất nước, nâng cao vị thế và uy tín của đất nước”. Các nhiệm vụ này quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó giữ vững hòa bình, ổn định là nhiệm vụ trọng yếu, thường xuyên; phục vụ phát triển đất

nước là nhiệm vụ trung tâm; nâng cao vị thế và uy tín đất nước là nhiệm vụ quan trọng.

Trong công cuộc đổi mới, đối ngoại “đi đầu trong kiến tạo hòa bình, bảo vệ Tổ quốc và thu hút nguồn lực cho phát triển đất nước”. Như vậy, việc khẳng định vai trò tiên phong của đối ngoại trong văn kiện Đại hội XIII là bước phát triển mới về tư duy đối ngoại của Đảng trên cơ sở vận dụng sáng tạo tư tưởng giữ nước mang tính chủ động cao của dân tộc, đúc kết thực tiễn phát triển và hội nhập quốc tế của đất nước, tiếp thu chọn lọc kinh nghiệm quốc tế và phù hợp với xu thế hòa bình, hợp tác và phát triển trên thế giới.

Hơn lúc nào hết, đứng trước những thách thức của quá trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế và để thực hiện được những mục tiêu mà đảng ta đã xác định trong Đại hội XIII của Đảng, chúng ta cần phải quyết liệt “xốc lại” tinh thần, đảm bảo sự thống nhất cao về ý chí và hành động trong cả hệ thống chính trị nhằm củng cố, phát huy những giá trị văn hóa chính trị truyền thống của dân tộc trong Đảng.

Nếu như, tháng 11-1946, Hội nghị Văn hóa toàn quốc lần thứ nhất, có giá trị như “Hội nghị Diên Hồng” về nghị lực và ý chí xây dựng một nền văn hóa Việt Nam thời độc lập, tự chủ, hướng tới chủ nghĩa xã hội. Tại hội nghị này, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã khẳng định: “Văn hóa soi đường cho quốc dân đi”. Và thực sự văn hóa chính trị là ngọn đuốc soi sáng chế độ mới ở nước ta. Thì, tháng 11-2021, Hội nghị Văn hóa toàn quốc là sự tái hiện “Hội nghị Diên Hồng” trên mặt trận văn hóa, bồi đắp thêm trí tuệ, nhiệt huyết và sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc, chung sức đồng lòng xây dựng văn hóa, con người mang bản sắc truyền thống yêu nước, thương nòi, khát vọng hòa bình, độc lập, tự lực, tự cường; gia cố cho văn hóa chính trị thời đại Hồ Chí Minh tiếp tục thật sự là động lực tinh thần, sức mạnh nội sinh cho Đảng bất diệt và dân tộc trường tồn./.

Tài liệu tham khảo

Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021

Trần Văn Giàu, Giá trị tinh thần truyền thống của dân tộc Việt Nam, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội, 1980

Nguyễn Phú Trọng: Quyết tâm ngăn chặn và đẩy lùi tham nhũng, Nxb. Chính trị quốc gia, H, 2019.

Hồ Chí Minh: Toàn tập, tập 6, Nxb. CTQG, H.2000

Ảnh hưởng của marketing nội bộ lên sự hài lòng của người lao động: nghiên cứu trường hợp Công ty Du lịch Dầu khí

Hoàng Lệ Chi

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Bài viết khám phá những nhân tố thuộc thành phần của marketing nội bộ ảnh hưởng đến sự hài lòng của người lao động trong công ty cung cấp dịch vụ dầu khí. Một nghiên cứu thực nghiệm được triển khai dựa trên việc điều tra những người lao động đang làm việc trong công ty với cỡ mẫu là 268 và sử lý dữ liệu định lượng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, những yếu tố thuộc thành phần của marketing nội bộ như: Sản phẩm nội bộ; Chính sách lương thưởng; Truyền thông nội bộ; Điều kiện/môi trường làm việc; Lãnh đạo/tương tác của lãnh đạo, có tác động dương và trực tiếp lên sự hài lòng của người lao động trong công ty.

1. Giới thiệu

Tiếp thị nội bộ, một khái niệm mới trong triết lý quản trị nguồn nhân lực. Với quan điểm xem người lao động trong tổ chức chính là những khách hàng nội bộ của công ty. Quan điểm này được phát triển bởi Berry (1981) và sau này được các nhà quản trị trên thế giới tiếp nhận như là một định hướng tiếp cận quản trị nguồn nhân lực đương đại.

Vậy tại sao cần đối đãi người lao động như những khách hàng của doanh nghiệp? Bất kỳ một doanh nghiệp nào, trong trong bối cảnh kinh tế toàn cầu hoá, đều đối mặt với sự cạnh tranh không chỉ giữa các doanh nghiệp trong nội bộ ngành, trong nội bộ một quốc gia mà là cạnh tranh mang tính toàn cầu. Việc có được những khách hàng hài lòng là mục đích của chức năng marketing trong mỗi doanh nghiệp. Bên cạnh đó, cần nhìn nhận rằng, toàn bộ, sản phẩm/dịch vụ mà mỗi công ty cung cấp ra thị trường đều do những người lao động trong công ty làm ra và phục vụ. Vậy công ty chỉ có thể cung cấp cho thị trường những sản phẩm có chất lượng, đáp ứng được nhu cầu/thị hiếu của khách hàng một khi những người lao động của họ làm việc tận tâm, đáp ứng được các yêu cầu đề ra của tổ chức. Lúc này, cần có những người lao động thật sự hài lòng với công việc của mình và sẵn lòng hành động vì tổ chức. Vậy, tổ chức cần làm gì để có được nhân viên hài lòng? Đó là cách nhìn nhận họ như những khách hàng nội bộ và qua đó có thể ứng dụng các nguyên lý marketing để thiết lập các chính sách trong nội bộ công ty hướng tới sự hài lòng của toàn thể người lao động, lúc này hình thành lên khái niệm marketing nội bộ.

Với những lập luận trên đây, nghiên cứu này được thực hiện với mục đích xác định, đo lường ảnh hưởng của những nhân tố tiếp thị nội bộ lên sự hài

lòng của người lao động tại một doanh nghiệp đặc thù là công ty dịch vụ dầu khí. Nhằm một lần nữa kiểm định lý thuyết marketing nội bộ trong một doanh nghiệp đặc thù tại Việt nam, một nền kinh tế chuyển đổi và cũng qua đó đề xuất các hàm ý quản trị phù hợp. Những hàm ý này sẽ giúp các nhà quản lý nhân sự thiết lập chính sách nhằm nâng cao sự hài lòng của người lao động, qua đó mà giữ chân nhân viên cũng như nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Theo Berry (1981), marketing nội bộ là quan điểm tiếp cận của quản trị nguồn nhân lực với việc tiếp nhận người lao động trong công ty như là những khách hàng nội bộ. Tất cả các chức năng của marketing nội bộ đều hướng tới thoả mãn khách hàng nội bộ, tức là làm thoả mãn những người lao động trong tổ chức. Khái niệm chuỗi giá trị Hài lòng-lợi nhuận (Kumar & Reinartz, 2018) đã cho thấy có mối quan hệ mật thiết giữa Marketing nội bộ với sự hài lòng của nhân viên và lợi nhuận của công ty. Cụ thể: xuất phát từ sự hài lòng của nhân viên - nhân viên hài lòng sẽ làm cho khách hàng bên ngoài hài lòng; khách hàng hài lòng sẽ trung thành với công ty từ đó họ tăng mua, tăng giới thiệu về công ty với những khách hàng tiềm năng, dẫn tới tăng hiệu quả hoạt động của công ty và tăng lợi nhuận.

Xét về mối quan hệ giữa marketing nội bộ với sự hài lòng của nhân viên, Các nghiên cứu trước đây (Isfahani & dtg., 2012; Grayson, 2012; ...) đã chứng minh rằng các thành phần của marketing nội bộ có tác động tích cực đến sự hài lòng của nhân viên trong các tổ chức cung cấp dịch vụ thuộc thị trường tiêu dùng (thị trường B2C). Các thành phần của marketing nội bộ được các tác giả này chứng minh

là có tác động đến sự hài lòng của nhân viên trong tổ chức, có thể được liệt kê như sau: (1) Sản phẩm nội bộ; (2) Chính sách lương thưởng; (3) Truyền thông nội bộ; (4) Điều kiện/môi trường làm việc; (5) Lãnh đạo/tương tác của lãnh đạo; (6) Sự phối hợp liên chức năng trong nội bộ công ty.

Nghiên cứu này tiến hành tại một công ty cung cấp dịch vụ dầu khí thuộc thị trường B2B, với kỳ vọng khái quát hoá lý thuyết marketing nội bộ, chứng minh rằng marketing nội không chỉ được nhìn nhận trong lĩnh vực thị trường tiêu dùng (thị trường B2C) mà còn thực sự hữu ích cả trong lĩnh vực thị trường B2B. Trong bối cảnh thị trường B2B, quan hệ giữa nhà cung cấp và khách hàng là quan hệ trực tiếp. Việc có khách hàng nội bộ hài lòng để chuyển tải sự hài lòng đến khách hàng bên ngoài là đặc biệt quan trọng. Qua những lập luận trên đây các giả thuyết nghiên cứu đề nghị như sau:

H1: Sản phẩm nội bộ có tác động dương và trực tiếp lên sự hài lòng của nhân viên

H2: Chính sách chi trả nội bộ có tác động dương và trực tiếp lên sự hài lòng của nhân viên

H3: Điều kiện làm việc có tác động dương và trực tiếp lên sự hài lòng của nhân viên

H4: Truyền thông nội bộ có tác động dương và trực tiếp lên sự hài lòng của nhân viên

H5: Sự chỉ đạo và tương tác của lãnh đạo có tác động dương và trực tiếp lên sự hài lòng của nhân viên

Mô hình nghiên cứu được đề nghị trong Hình 1.



3. Phương pháp nghiên cứu

Thang đo lường các khái niệm trong mô hình nghiên cứu dựa vào thang đo từ những nghiên cứu trước (Berry, 1981; & Sohail & Jang, 2017) và hiệu chỉnh sau nghiên cứu định tính. Đối tượng điều tra của nghiên cứu này là những nhân viên hiện đang làm việc trong công ty cung cấp dịch vụ dầu khí. Việc điều tra được thực hiện bằng cách gửi bảng hỏi đến các nhân viên. Các biến quan sát được đo theo thang Likert 5 khoảng (từ 1- hoàn toàn không đồng ý đến 5- hoàn toàn đồng ý). Cuộc điều tra đã thu về 268

bảng hỏi hợp lệ. Các khái niệm nghiên cứu được kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA). Sau đó kiểm định các giả thuyết nghiên cứu bằng mô hình quy tuyến tính bội (MLR).

4. Kết quả phân tích

Kết quả kiểm định thang đo lường các khái niệm nghiên cứu:

Với 6 khái niệm được đưa vào mô hình nghiên cứu, những thang đo của các khái niệm này ban đầu được kiểm định độ tin cậy bằng Cronbach's alpha và sau đó kiểm định giá trị bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Kết quả kiểm định Cronbach's alpha cho thấy tất cả các thang đo lường có hệ số alpha biến thiên từ 0,716 đến 0,842. Các biến quan sát trong các thang đo lường có hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3. Qua đó, khẳng định độ tin cậy của các thang đo.

Kiểm định giá trị thang đo bằng EFA cho kết quả như sau: Đối với các biến độc lập cho thấy có 5 nhân tố được phân tách với tổng phương sai trích 62,75%, các nhân tố phân tách đều đạt giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Đối với biến phụ thuộc là sự hài lòng của người lao động, có 1 nhân tố với phương sai trích là 64,49% các biến trong nhân tố đạt giá trị hội tụ.

Như vậy các khái niệm được đo lường trong mô hình nghiên cứu đáp ứng được những yêu cầu về độ tin cậy, giá trị phân biệt và giá trị hội tụ và đủ điều kiện đưa vào để kiểm định mô hình nghiên cứu.

Kết quả kiểm định mô hình lý thuyết

Từ kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị thang đo, các khái niệm đưa vào phân tích hồi quy tuyến tính bội (MLR) gồm: một biến phụ thuộc là sự hài lòng của người lao động và năm biến độc lập, gồm: (1) Sản phẩm nội bộ (SP), (2) chế độ lương thưởng(LG), (3) Truyền thông nội bộ (TT); (4) Điều kiện làm việc (DK); (5) Lãnh đạo.

Kiểm định sự phù hợp của mô hình cho thấy, hệ số R² hiệu chỉnh là 0,519. Hệ số này biểu thị mối tương quan giữa biến thiên hồi quy và biến thiên của các biến độc lập trong mô hình, qua đó có thể nói rằng, các biến độc lập giải thích được khoảng 51,9% phương sai của biến phụ thuộc trong mô hình được kiểm định này. Kiểm định F của phân tích ANOVA cho thấy mức ý nghĩa sig. = 0.000 (<0,05). Không có tương quan chuỗi bậc nhất giữa các phần dư (hệ số Durbin-Watson gần bằng 2), Như vậy, mô hình hồi quy là phù hợp.

Kiểm định mô hình (Bảng 1) cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập (VIF<3) và các biến độc lập đều có tương quan dương và có ý nghĩa đến biến phụ thuộc (Sig.<0,05).

Bảng 1. Kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính bội

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá		Hệ số hồi quy chuẩn hoá	t	Sig.	Thống kê về tính cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn				Dung sai	VIF
1 (Constant)	,231	,223		1,034	,302		
SP	,278	,047	,296	5,925	,000	,721	1,387
LG	,247	,041	,290	6,090	,000	,794	1,259
TT	,082	,044	,095	1,839	,037	,678	1,475
MT	,142	,038	,173	3,704	,000	,827	1,210
LD	,158	,049	,178	3,264	,001	,604	1,655

a. Dependent Variable: HL

Các mối tương quan này được mô tả bằng phương trình hồi quy tuyến tính với hệ số hồi quy chuẩn hoá như sau:

$$HL = 0,296*SP + 0,29*LG + 0,095*TT + 0,173*MT + 0,178*LD$$

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Từ các kết quả phân tích được trình bày ở mục 4 có thể rút ra kết luận là các giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận. Điều này có nghĩa là các yếu tố gồm: (1) Sản phẩm nội bộ; (2) Chính sách lương thưởng; (3) Truyền thông nội bộ; (4) Điều kiện/môi trường làm việc; (5) Lãnh đạo/tương tác của lãnh đạo đều có ảnh hưởng dương và trực tiếp lên sự hài lòng của người lao động trong công ty dịch vụ dầu khí. Khi các yếu tố này tăng lên sẽ làm tăng sự hài lòng thoãn mãn của các nhân viên trong công ty. Kết quả này cho thấy có sự tương đồng với các nghiên cứu trước đây.

Kết quả nghiên cứu này cũng ghi nhận ảnh hưởng vượt trội của hai yếu tố Sản phẩm nội bộ và Chính sách lương thưởng của công ty lên sự hài lòng của người lao động, với hệ số hồi quy chuẩn hoá lần lượt là 0,296 và 0,29. Điều này cho thấy, việc thiết kế công việc cho nhân viên để họ hiểu rõ về nhiệm vụ, trách nhiệm và quyền lợi của mình khi cống hiến sức lực và trí tuệ cho công ty là vô cùng quan trọng. Những hàm ý quản trị quan trọng từ kết quả nghiên cứu này cụ thể như sau: (1) việc thiết kế bảng mô tả công việc cho tất cả các vị trí công tác trong công ty là quan trọng. (2) Về hệ thống lương thưởng, một hệ thống trả lương thưởng dựa theo hiệu quả và thành tích công tác được xem là hệ thống trả lương công bằng. Một chính sách thưởng tác động đúng vào nhu cầu của người lao động sẽ trở thành một động lực lớn khích lệ tinh thần của họ, họ sẽ hài lòng và qua đó mà công ty đạt được thành tích cao nhờ có những người lao động hài lòng.

Hai nhân tố tiếp theo có mức ảnh hưởng thấp hơn nhưng cũng rất có trọng số khá lớn, đó là Điều kiện/môi trường làm việc và Lãnh đạo/tương tác của lãnh đạo, với hệ số hồi quy chuẩn hoá lần lượt là: 0,173 và 0,178. (1) Về yếu tố điều kiện/môi trường làm việc, kết quả này gợi ý cho công ty dịch vụ dầu khí cần quan tâm đặc biệt đến việc tạo lập điều kiện làm việc thuận lợi, môi trường làm việc phù hợp với từng loại hình công việc trong công ty. Đặc biệt là

quan tâm tới việc tạo điều kiện làm việc tốt cho cả những vị trí công việc làm việc trực tiếp với khách hàng/đối tác (front office) và những vị trí công việc thuộc các bộ phận chức năng trong tổ chức (back office). Chỉ khi hai hệ thống front office và back office có sự tương tác mật thiết với nhau, các vị trí công tác mới có thể hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình từ đó mang lại sự hài lòng chung trong nhân viên và dẫn tới đạt hiệu quả cao cho công ty. (2) Về yếu tố Lãnh đạo/sự tương tác của lãnh đạo, kết quả này cho thấy tầm quan trọng của lãnh đạo đối với sự hài lòng của người lao động.

Yếu tố cuối cùng là Truyền thông nội bộ, là nhân tố có mức ảnh hưởng thấp nhất nhưng vẫn đạt ý nghĩa thống kê, với trọng số hồi quy là 0,095. Truyền thông nội bộ được hiểu là việc cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời, đúng lúc đến từng nhân viên giúp họ hiểu rõ các chính sách của công ty, chiến lược thị trường của công ty trong mỗi giai đoạn vận hành của tổ chức, thông tin về hoạt động thường xuyên của công ty... truyền thông nội bộ cũng là thể hiện sự giao tiếp giữa các bộ phận, phòng ban qua các sự kiện được tổ chức cho nhân viên, giúp tạo sự gắn kết hoà đồng giữa toàn thể nhân viên và giữa lãnh đạo với nhân viên. Qua truyền thông nội bộ, công ty có thể truyền đạt được sứ mệnh, tầm nhìn của công ty đến toàn thể nhân viên, giúp họ hiểu được tình trạng hoạt động của công ty qua đó mà nỗ lực vì thành tích chung của công ty.

Mặc dù không có ý nghĩa đóng góp mới về mặt lý thuyết, nhưng nghiên cứu này một lần nữa khẳng định những thành phần của marketing nội bộ có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người lao động – kết quả này góp phần khái quát hoá lý thuyết marketing nội bộ trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển (Việt Nam) và trong một môi trường đặc thù là một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ dầu khí với các đối tượng khách hàng có thể xem là các đối tác kinh doanh, thì lý thuyết này vẫn hoàn toàn phù hợp./.

Tài liệu tham khảo

- Berry, L. (1981), The employee as customer. *Journal of retail banking*, 3, 33-40
- Isfahani, A. N., Yarali, M. & Kazemi, A. (2012), Analyzing the Influence of Internal Marketing on Employee Happiness
- Kumar, V. & Reinartz, W. (2018), *Customer relationship management - Concept, Strategy, and Tools*, Springer-Verlag, 3rd Edition
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2014). *Essentials of Organizational behavior*. Pearson. 12th global ed.,
- Sanchez-Hernandez, I.; Grayson, D. (2012). Internal marketing for engaging employees on the corporate responsibility journey. *Intangible capital*, 2012, vol. 8, No.2, p. 275-307

Quản lý hoạt động giáo dục ở Trường Mầm non Ánh Sao, quận Thanh Xuân, thành phố Hà Nội

Nguyễn Thị Thảo

Trường Mầm non Ánh Sao, quận Thanh Xuân, thành phố Hà Nội

Bài viết phân tích trong những năm gần đây chất lượng giáo dục mầm non ở trường mầm non Ánh Sao, quận Thanh Xuân, thành phố Hà Nội không ngừng tăng lên. Công tác quản lý hoạt động giáo dục trẻ trong nhà trường bên cạnh các kết quả khả quan đã đạt được thì vẫn còn có tồn tại nhiều hạn chế như việc xây dựng kế hoạch vẫn mang tính chung chung, chưa gắn với điều kiện thực tiễn và các nội dung cụ thể. Thực trạng trên đây đã đặt ra yêu cầu cấp thiết cần phải tìm ra được các biện pháp khả thi nhằm quản lý có hiệu quả HĐGD trẻ trong nhà trường trong thời gian tới.

1. Sơ lược về Trường Mầm non Ánh Sao, quận Thanh Xuân, thành phố Hà Nội

1.1. Về quy mô của trường

Trường mầm non Ánh Sao, Quận Thanh Xuân, Thành phố Hà Nội theo báo cáo năm học 2021 - 2022 với tổng số trẻ là 604 trẻ với 13 lớp. Với số lớp như trên, trường mầm non Ánh Sao, quận Thanh Xuân, thành phố Hà Nội có số lớp phù hợp với quy định về số lớp trong trường mầm non để đảm bảo chất lượng chăm sóc trẻ của nhà trường và hướng tới trường đạt chuẩn quốc gia.

Như tất cả các nhà trường ở các bậc học, đội ngũ trong trường mầm non bao gồm tất cả các CBGVMN đang làm việc. Họ là lực lượng trực tiếp thực hiện công tác CSGD trẻ, tuyên truyền phổ biến kiến thức CSGD trẻ theo khoa học cho cộng đồng. Vì vậy có thể nói đội ngũ của nhà trường có vai trò quyết định chất lượng hoạt động của nhà trường và quảng bá GDMN trong toàn xã hội. Đội ngũ ổn định về số lượng, có chất lượng sẽ giúp nhà trường phát triển bền vững.

Bảng 1. Tình hình mức số trẻ /01 giáo viên

Thời điểm	Tổng số trẻ	Chia ra				Giáo viên	Định mức trẻ/GV
		Trẻ nhà trẻ	Trẻ mẫu giáo bé	Trẻ mẫu giáo nhỡ	Trẻ mẫu giáo lớn		
9/2019	715	130	195	175	215	65	11
9/2020	720	125	215	200	180	72	10
9/2021	794	120	220	244	210	74	11

Nguồn: Trường mầm non Ánh Sao, Quận Thanh Xuân, Thành phố Hà Nội

Như vậy, số lượng giáo viên của nhà trường tăng, nhưng đi kèm với đó là số lượng trẻ có nhu cầu vào trường cũng tăng lên vì vậy định mức số trẻ /01 GV không giảm. Để đảm bảo chất lượng giáo dục trong những năm tới cần đảm bảo duy trì định mức trẻ trên một giáo viên để đảm bảo chất lượng giáo dục của nhà trường. Qua các bảng số liệu trên ta thấy số lượng trẻ tăng theo từng năm vậy số lượng giáo viên cũng phải tăng theo từng năm. Trường hiện nay là đơn vị tự chủ về tài chính vì vậy khi nhận thêm giáo

viên thì có thể lương sẽ không đủ chi trả hoặc lương của cán bộ giáo viên sẽ thấp đi vì khi tự chủ về tài chính với mức thu phí học sinh hiện nay sẽ rất khó để cân đối.

1.2. Về đội ngũ lao động

Đội ngũ cán bộ, giáo viên, nhân viên đảm bảo đủ điều kiện theo quy định trong điều lệ trường mầm non. 100% giáo viên có trình độ đạt chuẩn và trên chuẩn. Hàng năm có từ 6 - 10 CBGVNV đạt danh hiệu chiến sĩ thi đua cơ sở và có từ 4 - 8 sáng kiến kinh nghiệm được xếp loại cấp Thành phố; 100% giáo viên đạt loại Xuất sắc và Khá theo Chuẩn nghề nghiệp giáo viên mầm non.

100% giáo viên đứng lớp có trình độ tin học cơ bản, 10% có trình độ tin học nâng cao. Các tổ chuyên môn hoạt động nề nếp theo quy định của Điều lệ trường mầm non;

Nhà trường tổ chức định kỳ các hoạt động: trao đổi chuyên môn, sinh hoạt chuyên đề, tham quan học tập kinh nghiệm và có báo cáo đánh giá cụ thể đối với từng hoạt động;

2. Thực trạng quản lý hoạt động giáo dục ở trường mầm non Ánh Sao, quận Thanh Xuân, thành phố Hà Nội

Để đánh giá thực trạng quản lý hoạt động giáo dục của CBQL ở trường mầm non Ánh Sao quận Thanh Xuân, tôi đã xây dựng phiếu trưng cầu ý kiến và hệ thống câu hỏi tương ứng với việc quản lý hoạt động giáo dục của Hiệu trưởng trường mầm non, lấy ý kiến của 03 cán bộ quản lý, 74 giáo viên của trường mầm non Ánh Sao, quận Thanh Xuân.

2.1. Công tác kế hoạch hóa hoạt động giáo dục trẻ mầm non

Kết quả khảo sát cho thấy: Ý kiến nhận xét hiệu trưởng thường xuyên nghiên cứu các văn bản để xây dựng kế hoạch đạt 80.5%; chưa thường xuyên là 19.5%. Qua trao đổi, hiệu trưởng mới chỉ căn cứ vào hướng dẫn nhiệm vụ năm học, chưa nghiên cứu, cập

nhật những văn bản mới về đổi mới công tác quản lý giáo dục và đổi mới GDMN hiện nay để làm căn cứ xây dựng kế hoạch. Việc lập dự thảo kế hoạch và trao đổi kế hoạch với hiệu phó chuyên môn và các tổ chuyên môn, cũng ít được hiệu trưởng quan tâm thực hiện để kịp thời có những điều chỉnh nội dung kế hoạch cho phù hợp với tình hình thực tế, đánh giá ở mức độ không thường xuyên đạt (33,8%; 48%) và không thực hiện 19,5%, riêng việc trao đổi kế hoạch dự thảo, còn 24,6% ý kiến nhận xét đạt trung bình. Biện pháp thực hiện thường xuyên và đạt kết quả cao nhất là hiệu trưởng luôn chỉ đạo các bộ phận xây dựng KH chuyên môn (100%). Tuy nhiên, qua trao đổi, 92,2% ý kiến cho rằng khi xây dựng KH, việc xác định các nội dung, biện pháp thực hiện kế hoạch chưa cụ thể và sát với tình hình thực tế. Việc hướng dẫn GV xây dựng KH được thực hiện thường xuyên 90,9% và không thường xuyên 9,1%; kết quả thực hiện tốt đạt 92,2%, mức độ khá đạt 7,8%.

Việc xây dựng kế hoạch hoạt động giáo dục trẻ được xây dựng còn mang tính hình thức. Việc thực hiện kế hoạch được thực hiện đa số là chưa tốt tuy nhiên việc lập kế hoạch là công việc khó khăn đòi hỏi cao ở năng lực của người quản lý, sự sáng tạo, tính khoa học vì vậy có không ít hiệu trưởng, giáo viên đã gặp rất nhiều khó khăn trong việc thực hiện việc xây dựng kế hoạch. Trong các bản kế hoạch, thông tin trường thiếu cụ thể. Hiệu trưởng không xác định được rõ nhiệm vụ trọng tâm của nhà trường; các biện pháp đề ra không cụ thể, không phù hợp, ít sáng tạo. Có nhiều mục tiêu còn mang tính khẩu hiệu chung chung, ít đổi mới.

2.2. Công tác tổ chức hoạt động giáo dục trẻ

Kết quả khảo sát cho thấy 100% ý kiến cho rằng, hiệu trưởng thường xuyên triển khai và chỉ đạo thực hiện kế hoạch chuyên môn tới CBGVNV; mức độ xử lý vi phạm đối với GV thực hiện thường xuyên đạt 93,5%; hiệu trưởng kiểm tra, giám sát việc thực hiện KH của GV đạt 92,2%. Tuy nhiên, biện pháp Hiệu trưởng quan tâm tạo điều kiện, khuyến khích GV kịp thời điều chỉnh KH, đánh giá ở mức độ thường xuyên không cao đạt 85,7%. Mặt hạn chế trong công tác này của nhà trường hiện nay đó là các tổ chuyên môn chưa thường xuyên giám sát GV thực hiện KH, mức độ thực hiện thường xuyên đạt 72,7%; sự phối hợp giữa các bộ phận chuyên môn, công đoàn kiểm tra, đánh giá việc thực hiện KH của GV đạt 62,3%. Kết quả thực hiện ở các biện pháp 1,2,3, ý kiến đánh giá mức độ tốt trung bình đạt (88,3% đến 92,2%), mức độ khá (11,7%; 7,8%, 10,4%). Các biện pháp 4,5,6 kết quả thực hiện đạt không cao: mức độ tốt (80,5%, 63,6%, 61%), còn có ý kiến nhận xét đạt trung bình (7,8%, 9,1%, 10,4%).

2.3. Công tác chỉ đạo thực hiện hoạt động giáo dục trẻ của hiệu trưởng

Kết quả khảo sát cho thấy công tác Chỉ đạo GV

thực hiện mục tiêu giáo dục trẻ; Chỉ đạo GV thực hiện nội dung chương trình giáo dục trẻ; Chỉ đạo GV đổi mới các PP, hình thức tổ chức, HĐGD trẻ đáp ứng MT đề ra; Chỉ đạo GV kiểm tra, giám sát và khảo sát đánh giá kết quả giáo dục trẻ được đánh giá ở mức độ thường xuyên đạt (84,4% - 93,5%). Thực trạng kết quả thực HĐGD trẻ của trường cho thấy: Hầu hết các biện pháp thực hiện được đánh giá ở mức độ tốt nhưng hiệu quả không cao (36,4%, 76,6%) (Chỉ đạo việc hướng dẫn, tư vấn PHHS về HĐGD trẻ; Chỉ đạo giám sát, đánh giá HĐGD trẻ; Chỉ đạo sự phối hợp giữa GV, cô nuôi và PHHS trong giáo dục trẻ; Chỉ đạo, định hướng nghiên cứu, cải tiến sáng kiến phục vụ cho công tác giáo dục trẻ). Vẫn còn ý kiến đánh giá đạt ở mức trung bình từ 6,5% đến 19,5%. Ta nhận thấy công tác chỉ đạo của Hiệu trưởng được đánh giá ở mức độ trung bình, nếu sự chỉ đạo của Hiệu trưởng không có hiệu quả thì sẽ dẫn đến chất lượng giáo dục trẻ không cao và đi xuống.

2.4. Công tác kiểm tra, đánh giá hoạt động giáo dục trẻ của Hiệu trưởng

Kết quả khảo sát cho thấy Đánh giá chung thì việc quản lý công tác kiểm tra, đánh giá chất lượng tổ chức hoạt động giáo dục trẻ tại nhà trường đạt kết quả tốt. Tuy nhiên, các khâu trong quá trình quản lý này vẫn còn những hạn chế như việc xây dựng các kế hoạch kiểm tra nội bộ vẫn còn những bất cập trong các tiêu chí đánh giá, mặc dù tỷ lệ không cao (5,2%). Việc Tổ chức phổ biến đầy đủ nội dung kế hoạch, và hình thức kiểm tra, đánh giá đến đội ngũ CBGVNV vẫn còn nhiều hạn chế, 6,5% đánh giá cho rằng nội dung này chưa đạt yêu cầu. Đặc biệt, việc lựa chọn các hình thức kiểm tra linh hoạt, mềm dẻo phù hợp với điều kiện nhà trường và thực tế hoạt động của cô và trẻ vẫn còn nhiều những hạn chế, 13% đánh giá cho rằng nội dung này trong quá trình kiểm tra đánh giá của nhà trường vẫn chưa đạt yêu cầu.

Cán bộ quản lý trường mầm non đã có nhiều biện pháp tiến hành kiểm tra, đánh giá hoạt động giáo dục. Qua khảo sát, mức độ thực hiện được đánh giá Tốt đạt cao tập trung ở các nội dung kiểm tra và đánh giá việc phối hợp các GV trong HĐGD trẻ; kiểm tra đánh giá việc xây dựng và thực hiện nội dung giáo dục trẻ; kiểm tra đánh giá hiệu quả đạt được của HĐGD trẻ (90,9% đến 93,5%). Bên cạnh đó, các biện pháp kiểm tra giám sát thường xuyên các hình thức và PP tổ chức HĐGD trẻ; Kiểm tra và giám sát chặt chẽ việc sử dụng CSVC và các phương tiện hỗ trợ HĐGD trẻ của GV, Kiểm tra và giám sát chặt chẽ việc lập và thực hiện kế hoạch giáo dục, chăm sóc trẻ của GV, mức độ Tốt đạt thấp hơn (85,7%; 80,5%; 77,9%).

3. Đánh giá chung về thực trạng quản lý hoạt động giáo dục ở trường mầm non Anh Sao, quận Thanh Xuân, thành phố Hà Nội

3.1. Mặt mạnh

Công tác quản lý các hoạt động giáo dục trong trường mầm non Ánh Sao đã được thực hiện đúng với các chức năng của công tác quản lý. Việc xây dựng kế hoạch hàng năm được thực hiện nghiêm túc, hiệu quả. Việc làm này khiến cho các hoạt động giáo dục trẻ trong nhà trường được kế hoạch hóa, tránh những hoạt động mang tính bột phát, tránh được những hoạt động phát sinh ngoài kế hoạch không kiểm soát được.

Công tác kiểm tra, đánh giá với vai trò quan trọng của mình trong chu trình quản lý giáo dục tại nhà trường đã được thực hiện nghiêm túc. Hàng năm, các kế hoạch kiểm tra nội bộ đều đã được xây dựng trên cơ sở những nội dung, mục tiêu trong kế hoạch hoạt động đã được xây dựng từ đầu năm. Nhà trường đã đề ra kế hoạch kiểm tra nội bộ với các tiêu chí đánh giá cụ thể trên từng lĩnh vực.

Như vậy, hiện nay đánh giá thực trạng công tác quản lý hoạt động giáo dục trong nhà trường mầm non Ánh Sao đã có những ưu điểm và kết quả nhất định. Các hoạt động giáo dục trẻ đã được lên kế hoạch đầy đủ với các nội dung và mục tiêu rõ ràng. Các điều kiện để đảm bảo cho hoạt động được diễn ra đều đã được đảm bảo đầy đủ. Định kỳ các hoạt động kiểm tra, đánh giá được lên kế hoạch thực hiện nghiêm túc với các hình thức linh hoạt. Tất cả những hoạt động quản lý đó đã giúp cho nhà trường hoàn thành các nhiệm vụ, mục tiêu của công tác giáo dục trẻ.

3.2. Mặt hạn chế

Bên cạnh những ưu điểm nổi bật trong công tác quản lý hoạt động giáo dục trẻ trong nhà trường mầm non Ánh Sao thì vẫn còn tồn tại những hạn chế thể hiện từ cả nhận thức của các đối tượng tham gia công tác quản lý giáo dục, đến việc thực hiện các chức năng quản lý như kế hoạch hóa, kiểm tra đánh giá, điều hành, chỉ đạo....

Khi tiến hành xây dựng kế hoạch giáo dục trẻ trong nhà trường thì các mục tiêu đặt ra chưa hoàn toàn phù hợp với tình hình thực tiễn. Khi đánh giá về thực trạng công tác quản lý tổ chức chỉ đạo thực hiện các kế hoạch hoạt động giáo dục trẻ trong nhà trường số liệu thu về cho thấy rằng, việc tổ chức các hoạt động giáo dục chưa xuất phát từ nhu cầu hoặc kinh nghiệm cá nhân của trẻ, điều này sẽ khiến cho các hoạt động giáo dục sẽ không bám sát mục tiêu và các yêu cầu về chuẩn phát triển cho trẻ.

Bên cạnh đó, công tác kiểm tra đánh giá đối với việc tổ chức các hoạt động giáo dục trẻ đã được thực hiện nghiêm túc, tuy nhiên các hình thức kiểm tra đánh giá vẫn bị đánh giá là thiếu linh hoạt, mang tính hình thức, khiến cứng nhắc. Điều này cũng khiến cho việc định kỳ đánh giá hiệu quả hoạt động giáo dục trẻ để tìm ra các biện pháp cải tiến nâng cao chất lượng hoạt động giáo dục gặp nhiều hạn chế.

Đối với việc quản lý công tác phối hợp các lực lượng trong thực hiện công tác giáo dục trẻ nhà trường cũng đã có những kết quả khả quan. Vai trò và vị trí của các lực lượng trong toàn bộ quá trình giáo dục trẻ cũng đã được nhận thức khá tốt. Tuy nhiên hiệu quả của việc phối kết hợp các lực lượng chưa thật sự cao như mong muốn.

3.3. Những nguyên nhân của hạn chế

Trong một vài năm trở lại đây, do nhu cầu của việc phát triển của cấp học, các chính sách tuyển dụng ồ ạt khiến cho nhu cầu về giáo viên trong các nhà trường đã trở nên cấp thiết. Trước tình hình đó, rất nhiều các đơn vị vốn dĩ không chuyên trách về đào tạo sư phạm mầm non đã xin được cấp giấy phép con để đào tạo giáo viên mầm non nhưng chất lượng đầu vào và đầu ra không đảm bảo.

Việc kiểm tra, đánh giá nội bộ, xếp loại các giờ dạy, đánh giá CBGVNV trong nhà trường vẫn còn mang tính hình thức, nể nang. Chưa được thực hiện triệt để với các biện pháp, hình thức linh hoạt để tìm ra các điểm yếu cũng như các biện pháp cải tiến chất lượng hoạt động giáo dục trong nhà trường.

Đối với công tác xã hội hóa, tuyên truyền về vai trò của giáo dục mầm non đối với phụ huynh còn gặp nhiều khó khăn bởi một bộ phận không nhỏ các bậc phụ huynh quá bận rộn trong công việc nên phó mặc việc giáo dục con cái cho nhà trường, hoặc một số khác thì lại quan điểm nhiệt tình ủng hộ bằng vật chất còn lại thì cũng không có thời gian quan tâm.

Các biện pháp quản lý chưa thực hiện đồng bộ, còn mang thủ tục hành chính. Về điều kiện cơ sở vật chất, trang thiết bị, phương tiện hỗ trợ cho hoạt động giáo dục còn hạn chế. Diện tích phòng học còn chật so với số trẻ. Số trẻ quá đông, điều đó cũng ảnh hưởng rất lớn trong công tác chăm sóc giáo dục trẻ.

Chế độ chăm lo cho cán bộ quản lý, đội ngũ giáo viên còn nhiều bất cập, chưa thỏa đáng so với thời gian và cường độ lao động của giáo viên kéo dài ở trường, ít có cơ hội giao tiếp, cọ xát với môi trường bên ngoài, từ đó chưa thúc đẩy tính chủ động sáng tạo của từng đơn vị trường./.

Tài liệu tham khảo

Nguyễn Thị Hoài An (2018), “Biện pháp quản lý giáo dục mầm non tư thục ở Hà Nội nhằm nâng cao chất lượng CSGD trẻ”, Luận văn Thạc sĩ Trường ĐHS, Hà Nội

Nguyễn Thị Vân Anh (2016), “Biện pháp xây dựng đội ngũ CBQL trường mầm non Quận Tân Phú thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2005 - 2010”, Luận văn Thạc sĩ Trường ĐHS, TP HCM

Bộ Giáo dục và Đào tạo (2018), Chiến lược phát triển giáo dục Việt Nam 2009 - 2020

Hoàn thiện công tác đãi ngộ nhân lực tại công ty TNHH Zott Việt Nam

Lê Xuân Huyền, Lê Đức Thủy
Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
Nguyễn Thị Dung
Công ty TNHH Zott Việt Nam

Dựa trên số liệu thứ cấp thu thập được từ phía công ty giai đoạn 2019-2021 và số liệu sơ cấp thu thập được thông qua điều tra bằng bảng hỏi đến người lao động tại công ty, nghiên cứu đã chỉ ra thực trạng đãi ngộ của công ty hiện nay có nhiều ưu điểm khi người lao động đánh giá cao công tác đãi ngộ nhân lực tại công ty và sẵn sàng giới thiệu bạn bè và người thân đến làm việc khi có cơ hội. Tuy nhiên, Zott Việt Nam vẫn còn hạn chế khi người lao động chưa đánh giá cao mức thu nhập và chính sách thăng tiến của doanh nghiệp. Chính vì vậy, nhằm cải thiện công tác đãi ngộ nhân lực tại công ty Zott này trong thời gian tới, ban lãnh đạo công ty cần chú trọng thay đổi phương pháp trả lương và cải tiến các chính sách thăng tiến cho người lao động.

1. Giới thiệu

Công ty TNHH Zott Việt Nam là một doanh nghiệp có uy tín tại Việt Nam trong lĩnh vực cung cấp các sản phẩm từ sữa. Trong quá trình hoạt động của mình, Zott đã triển khai, áp dụng nhiều chính sách liên quan đến công tác nhân lực, đặc biệt là công tác đãi ngộ nhân lực. Mặc dù doanh nghiệp đã có nhiều sự cố gắng trong quá trình xây dựng và triển khai các chính sách đãi ngộ nhằm thúc đẩy nhân viên phát huy hết khả năng của bản thân, tuy nhiên nhiều chính sách này chưa thực sự đem lại thành công như kỳ vọng của ban lãnh đạo doanh nghiệp. Đặc biệt là vấn đề đãi ngộ tài chính, một bộ phận nhân viên trong công ty thường phàn nàn về các chế độ tiền lương thưởng còn thấp, chưa tương xứng với khối lượng công việc và mức trung bình của ngành sữa tại Việt Nam. Chính vì vậy, dựa trên số liệu thứ cấp thu thập được giai đoạn 2018-2021 và số liệu sơ cấp thu thập được vào thời điểm tháng 2 năm 2022, nghiên cứu đã phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện công tác đãi ngộ nhân lực của công ty đến năm 2025. Đối với quá trình thu thập số liệu sơ cấp, nghiên cứu đã sử dụng thang đo likert 05 mức độ để đánh giá sự đồng ý của người lao động với những nhận định trong bảng hỏi về tình hình đãi ngộ nhân lực của công ty Zott và đã thu thập được 160 câu trả lời hợp lệ.

2. Thực trạng công tác đãi ngộ nhân lực tại Công ty TNHH Zott Việt Nam

Để có thể đánh giá chính xác tình hình đãi ngộ của doanh nghiệp, tác giả đã thực hiện khảo sát giai đoạn tháng 02 năm 2022 để thu thập số liệu sơ cấp

về mức độ hài lòng của người lao động trong công ty Zott Việt Nam về các chính sách đãi ngộ mà công ty đã thực hiện trong thời gian vừa qua. Kết quả khảo sát thu thập được 160 câu trả lời phù hợp từ phía người lao động ở nhiều vị trí khác nhau trong công ty đối với nhiều khía cạnh khác nhau của công tác đãi ngộ nhân lực đang được thực hiện tại công ty.

Tỷ lệ người tham gia trả lời bảng hỏi có độ tuổi từ 25 tuổi đến 45 tuổi chiếm 90%, tỉ lệ này cũng tương đồng với tỉ lệ chiếm 53,15% của riêng nhóm người lao động có độ tuổi từ 30 tuổi đến 45 tuổi. Về giới tính, tỉ lệ giữa lao động nam và lao động nữ của công ty cũng tương đối phù hợp với nhóm đối tượng tham gia trả lời bảng hỏi với tỉ lệ nam ở mức 58,1%. Đối với vị trí công việc, phần lớn nhóm đối tượng trả lời là nhân viên kinh doanh (chiếm 54,4%), phù hợp với đặc thù doanh nghiệp chuyên phân phối các sản phẩm sữa từ công ty mẹ Zott. Như vậy, mẫu điều tra đủ đảm bảo tính đại diện đối với nhân viên của doanh nghiệp Zott Việt Nam.

- Tình hình động lực làm việc và sự cam kết của người lao động đối với công ty Zott Việt Nam

Bảng 1: Động lực và cam kết làm việc của người lao động

	Giá trị trung bình	Tỉ lệ đồng ý
Sẵn sàng giới thiệu Zott với bạn bè, người thân	4,28	94,4%
Hài lòng với công việc bản thân	4,14	85,0%
Vận dụng tốt kỹ năng bản thân trong công việc	4,10	82,4%
Tiếp tục làm việc tại Zott ít nhất 03 năm nữa	4,01	76,8%
Sẵn sàng nỗ lực thêm trong công việc nếu cần	4,11	83,8%
Được hỗ trợ giải quyết vấn đề khác ngoài công việc	4,03	77,5%

Từ kết quả khảo sát về động lực làm việc và cam kết làm việc của người lao động công ty Zott Việt Nam, chúng ta thấy tỉ lệ người lao động đồng ý và cam kết làm việc ở công ty ở thời điểm hiện tại đạt kết quả cao. Điều này được thể hiện rõ trong thời kỳ dịch bệnh Covid-19 đang diễn ra phức tạp tại Việt

Nam và trên thế giới. Trong khi mà nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn và ảnh hưởng mạnh đến kết quả kinh doanh thì doanh nghiệp Zott vẫn đứng vững và chỉ chịu tác động hạn chế. Từ đó, các chế độ chính sách đãi ngộ cho người lao động luôn được đảm bảo và tạo sự tin tưởng cho người lao động tiếp tục làm việc và cống hiến cho doanh nghiệp. Tất cả các tiêu chí đánh giá đều có giá trị trung bình tối thiểu trên mức 4 điểm, tương đương với thang đánh giá likert 05 mức độ ở mức “Đồng ý”, và mức độ đồng ý của người lao động đối với tiêu chí này đều ở mức trên 75%. Thậm chí, người lao động còn tin tưởng công ty và mức độ sẵn sàng giới thiệu doanh nghiệp Zott cho người thân và bạn bè đạt mức 94,4%.

- Tình hình chính sách nhân lực của công ty

Bảng 2. Chính sách nhân lực của công ty Zott Việt Nam

	Giá trị trung bình	Tỉ lệ đồng ý
Thu nhập có mức thu nhập tốt so với các công ty khác	3,62	52,5%
Cơ chế thu nhập khuyến khích các nỗ lực cá nhân	3,56	46,2%
Chính sách đãi ngộ rõ ràng	3,65	54,4%
Hài lòng với cách đánh giá hiệu quả công việc	3,64	54,4%

Người lao động đánh giá mức độ hài lòng với chính sách nhân lực của công ty chỉ ở mức trung bình khá với điểm trung bình đạt khoảng 3,5 điểm trên thang điểm 5 của thang đo Likert 05 mức độ. Mặc dù mức độ phản đối của người lao động với các chính sách đãi ngộ của công ty ở mức thấp, từ 3% đến 5% tổng số người tham gia trả lời khảo sát, tuy nhiên người lao động cũng không đánh giá cao các chính sách đãi ngộ hiện tại. Như vậy, các chính sách đãi ngộ của công ty hiện nay mới chỉ ở mức nhỉnh hơn một chút so với những doanh nghiệp cùng ngành, và còn chưa tạo được sự nỗ lực và khuyến khích người lao động vận dụng hết khả năng của bản thân và đóng góp hơn nữa cho sự phát triển của công ty.

- Môi trường làm việc của công ty

Bảng 3: Môi trường làm việc của công ty Zott Việt Nam

	Giá trị trung bình	Tỉ lệ đồng ý
Công ty có cơ sở vật chất phù hợp với công việc	3,81	67,5%
Công ty đảm bảo hoạt động chăm sóc sức khỏe và đảm bảo an toàn lao động	3,74	61,2%
Công ty tổ chức các sự kiện tập thể hấp dẫn	3,71	55,6%

Về cơ bản, người lao động đánh giá môi trường làm việc tại Zott Việt Nam ở mức khá với điểm trung bình đạt mức 3,71 điểm đến 3,84 điểm trên thang điểm 5. Đối với yếu tố cơ sở vật chất, có tới 67,5% người lao động đánh giá cao sự trang bị cơ sở vật chất của công ty gồm bàn ghế làm việc, máy tính, điều hòa, và không gian làm việc chuyên nghiệp của công ty. Chính yếu tố này giúp cho người lao động cảm thấy luôn đầy đủ công cụ cần thiết để hoàn thành các nhiệm vụ được giao của công ty. Ngoài ra, người lao động cũng hài lòng với sự chăm sóc sức khỏe của công ty với mức độ hài lòng ở mức 61,2%.

Hàng năm, công ty tổ chức thăm khám sức khỏe đều đặn cho người lao động. Trong buổi chăm sóc sức khỏe này, ngoài việc kiểm tra sức khỏe cơ bản, công ty cũng thực hiện thêm các xét nghiệm để phòng ngừa các bệnh lý khác như ung thư, tiểu đường và một số bệnh khác để người lao động có những điều chỉnh trong ăn uống và sinh hoạt. Tuy nhiên, đối với các sự kiện tập thể, chỉ có 55,6% người lao động đồng ý với chính sách hiện nay của công ty.

- Hoạt động đào tạo và thăng tiến của công ty

Bảng 4: Hoạt động đào tạo và thăng tiến của công ty Zott Việt Nam

Tiêu chí	Giá trị trung bình	Tỉ lệ đồng ý
Nhân viên được khuyến khích tham gia đào tạo phù hợp với năng lực và công việc	3,71	57,5%
Nhân viên nắm rõ con đường sự nghiệp trong công ty	3,67	60,1%
Đề thăng tiến tốt, nhân viên nắm rõ những năng lực cần phải phát triển	3,56	53,9%

Đối với hoạt động đào tạo và thăng tiến, người lao động đánh giá ở mức trung bình khá đối với nhóm hoạt động này. Cụ thể, đối với hoạt động đào tạo, người lao động đánh giá hoạt động này ở mức 3,71 điểm trên thang điểm 5, và có 57,5% người lao động đồng ý với hoạt động đào tạo đang được diễn ra hiện nay ở Zott Việt Nam. Các chương trình đào tạo của công ty tập trung nhiều đến các kiến thức và kỹ năng dành cho nhóm nhân viên kinh doanh của công ty bởi vì đây là nhóm đối tượng thường xuyên phải nâng cao trình độ để có thể đảm nhiệm được các yêu cầu công việc như kỹ năng thuyết trình, kỹ năng chốt hợp đồng, tâm lý khách hàng, tâm lý khách hàng. Ngoài ra, cũng do số lượng đối tượng tham gia trả lời bảng hỏi có tỷ lệ nhân viên kinh doanh cao, phản ánh được thực trạng đào tạo của công ty. Liên quan đến sự thăng tiến của người lao động, mặc dù nắm được con đường phát triển của bản thân, nhưng người lao động lại gặp khó khăn khi xác định chính xác những năng lực cần thiết để có thể thăng tiến trong công ty với điểm trung bình đạt 3.56 điểm và mức độ đồng ý chỉ ở mức 53,9%. Đây là yếu tố mà ban lãnh đạo công ty cần chú ý để cải thiện trong thời gian tới.

- Văn hóa doanh nghiệp

Bảng 5: Đánh giá về văn hóa doanh nghiệp tại Zott Việt Nam

	Giá trị trung bình	Tỉ lệ đồng ý
Người lao động nhiệt tình, hàng hải trong công việc	3,73	62,5%
Người lao động thường quan tâm, chia sẻ và giúp đỡ đồng nghiệp trong và ngoài công việc	3,68	58,1%
Công ty luôn quan tâm đến mức độ hài lòng, sự gắn bó của người lao động	3,75	63,8%
Công ty chú trọng xây dựng môi trường làm việc thoải mái và tích cực	3,74	61,9%
Công ty tạo điều kiện để người lao động làm các công việc yêu thích và phù hợp với năng lực bản thân	3,73	61,3%

Người lao động đánh giá tương đối khá đối với văn hóa doanh nghiệp tại Zott Việt Nam với điểm trung bình đạt khoảng 3,7 điểm trên thang đo Likert 5 mức độ, và người lao động đồng ý với văn hóa doanh nghiệp ở mức bình quan 60% trong thời gian qua. Zott Việt Nam đã thể hiện tốt sự quan tâm đối với người lao động và người lao động cảm thấy gắn

bó với doanh nghiệp. Người lao động còn được tạo điều kiện để có thể thực hiện các công việc mà bản thân họ cảm yêu thích và phù hợp với năng lực của mình. Chính vì vậy, người lao động thể hiện sự đồng thuận với văn hóa doanh nghiệp ở mức 60% đối với các tiêu chí đánh giá về văn hóa doanh nghiệp trong bảng điều tra khảo sát.

3. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác đãi ngộ tại công ty Zott Việt Nam

- Định hướng phát triển công ty đến năm 2025

Giai đoạn từ nay tới 2025 là một giai đoạn có nhiều triển vọng, nền kinh tế phục hồi mạnh mẽ sau dịch Covid – 19, đặc biệt là ngành thực phẩm nhập khẩu. Sản phẩm váng sữa và sữa là sản phẩm dinh dưỡng bổ sung ngoài các bữa ăn hàng ngày, với trẻ em thanh thiếu niên và những người trung tuổi – váng sữa và sữa có tác dụng lớn hỗ trợ sức khỏe. Hiện nay, nhu cầu về sữa ngày càng tăng và sản phẩm sữa trở thành sản phẩm thiết yếu hàng ngày. Vì vậy, giai đoạn từ nay đến năm 2025, công ty tiếp tục khẳng định vị thế, nâng cao uy tín trên thị trường, trở thành một trong những công ty đi đầu về váng sữa và sữa trong lĩnh vực sữa nhập khẩu. Công ty tiếp tục hoàn thiện và mở rộng hệ thống phân phối và tiếp tục nâng cao chất lượng và đảm bảo tối đa chất lượng sản phẩm trước khi đưa ra thị trường. Về hoạt động đãi ngộ nhân lực, ban lãnh đạo công ty có ý thức đến việc thực hiện theo các chính sách tiền lương mới được cập nhật theo các quy định của pháp luật hiện hành. Đặc biệt, công ty cũng đang chú ý đến sự thay đổi của mức tiền lương tối thiểu sẽ được dự kiến ban hành sau 02 năm bị trì hoãn khi xảy ra dịch bệnh Covid-19 vào ngày 01/7/2022. Dựa trên các quy định của pháp luật, công ty cũng sẽ xây dựng các mức đơn giá tiền lương phù hợp hơn đối với từng vị trí của doanh nghiệp.

- Một số đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa hoạt động đãi ngộ nhân lực

Thứ nhất, công ty cần phải hoàn thiện phương pháp trả lương. Cụ thể, theo phân tích thực trạng đãi ngộ, hiện nay công ty đang thực hiện phương pháp trả lương theo thời gian và có thưởng. Tuy nhiên, ban lãnh đạo công ty cần cân nhắc và áp dụng phương pháp trả lương gắn với hiệu quả làm việc của người lao động. Đặc biệt là đối với nhóm nhân viên kinh doanh. Đối với nhóm lao động này, công ty cần áp dụng triệt để phương pháp trả lương theo sản phẩm. Cụ thể, công ty có thể duy trì một phần nhỏ tiền lương cố định trả theo thời gian mà hiện nay công ty đang áp dụng, Phần còn lại của tiền lương sẽ phụ thuộc vào kết quả hoạt động kinh

doanh như doanh số bán hàng chẳng hạn. Thứ hai, công ty cần chú trọng hơn nữa trong công tác thăng tiến. Ngoài việc chỉ rõ các tiêu chí thực hiện việc thăng tiến cho người lao động, ban lãnh đạo công ty cũng cần thực hiện truyền thông chính sách đãi ngộ thông qua thăng tiến người lao động mà công ty thực hiện./.

Tài liệu tham khảo

Dessler, G.(2020), Human Resource Management, NXB Pearson, tái bản lần thứ 16.

Hoàng Văn Hải (2011), “Đổi mới chính sách đãi ngộ nhân lực của các doanh nghiệp thời kỳ hậu gia nhập WTO” Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh, Số 27, 135-141.

Maslow, A.H. (1943). "A theory of human motivation", Psychological Review, 50, 4, trang 370–396.

Hiệu quả kinh tế sản xuất lúa của nông hộ trong và ngoài mô hình cánh đồng lớn trên địa bàn huyện Vị Thủy, tỉnh Hậu Giang

Trần Hoàng Thám
Trường Đại học Trà Vinh

Bài viết sử dụng số liệu điều tra 97 nông hộ sản xuất trong cánh đồng lớn, 97 nông hộ sản xuất theo kiểu tự do, truyền thống để so sánh sự khác biệt trung bình của các chỉ tiêu về doanh thu, chi phí, lợi nhuận. Kết quả cho thấy, nông hộ tham gia cánh đồng lớn sản xuất có hiệu quả hơn so với nông hộ không tham gia cánh đồng lớn. Kết quả phân tích mô hình hồi quy cũng cho thấy nông hộ tham gia cánh đồng lớn đạt hiệu quả kinh tế cao hơn nông hộ không tham gia.

1. Mở đầu

Sản xuất lúa theo mô hình cánh đồng lớn (CĐL) đã được triển khai ở nhiều địa phương, đạt năng suất cao, nâng cao chất lượng sản phẩm đầu ra, giảm được chi phí sản xuất,... và góp phần tạo sự liên kết chặt chẽ hơn giữa Nhà nước – doanh nghiệp – nông hộ – nhà khoa học. Do đó, diện tích CMĐL ngày càng được mở rộng, nhất là các tỉnh ở đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), trong đó có Hậu Giang.

Năm 2012, mô hình CĐL đã được UBND tỉnh Hậu Giang chỉ đạo thực hiện tại huyện Vị Thủy và Châu Thành A. Hiện nay, mô hình này được triển khai thực hiện tại các huyện Vị Thủy, Long Mỹ, Châu Thành A, Phụng Hiệp, Thị xã Ngã Bảy và TP. Vị Thanh. Hàng vụ, những nông hộ trong CĐL được các doanh nghiệp ký hợp đồng bao tiêu và thu mua với số lượng lớn. Tuy vậy, hiện nay vẫn còn nhiều nông hộ sản xuất lúa theo mô hình truyền thống. Nhằm cung cấp những bằng chứng thực nghiệm về tính hiệu quả kinh tế sản xuất lúa của nông hộ trong và ngoài mô hình CĐL, chúng tôi đã chọn địa bàn huyện Vị Thủy, tỉnh Hậu Giang và xã Vị Thanh để phân tích.

Trong khuôn khổ phân tích hiệu quả kinh tế sản xuất lúa theo mô hình CĐL như các nghiên cứu trên, nhưng bài viết của chúng tôi tập trung vào sự tương đồng giữa nông hộ trong và ngoài mô hình CĐL, và số liệu điều tra được thực hiện trên địa bàn xã Vị Thanh và huyện Vị Thủy, tỉnh Hậu Giang. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng nông hộ tham gia CĐL đạt hiệu quả cao hơn so với nông hộ không tham gia CĐL. Kết quả này là bằng chứng khoa học về tính hiệu quả của mô hình CĐL, trên cơ sở đó nghiên cứu có những hàm ý chính sách và giải pháp nâng cao hiệu quả kinh tế cho nông hộ trên địa bàn.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Nghiên cứu tiến hành khảo sát 194 nông hộ trồng lúa ở xã Vị Thanh và huyện Vị Thủy, tỉnh Hậu Giang trong vụ Đông – Xuân năm 2020 – 2021. Trong đó, 97 nông hộ sản xuất trong CĐL, 97 nông hộ sản xuất theo kiểu tự do, truyền thống (ngoài CĐL). Sở dĩ xã Vị Thanh và huyện Vị Thủy được chọn khảo sát là vì nơi đây đang từng bước sản xuất lúa chất lượng cao theo mô hình CĐL, sản xuất tập trung và được một số công ty bao tiêu sản phẩm. Phương pháp chọn mẫu có chủ định. Số liệu sơ cấp được thu thập qua hình thức phỏng vấn bằng bảng câu hỏi đối với các nông hộ trong và ngoài mô hình CĐL.

Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng số liệu thứ cấp từ báo cáo tổng kết năm 2019, 2020; Báo cáo tổng kết các giai đoạn phát triển kinh tế của UBND huyện Vị Thủy 2016 – 2020; Báo cáo tổng kết năm của các cơ quan, ban ngành, phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn của huyện Vị Thủy năm 2019, 2020; Niên giám thống kê huyện Vị Thủy năm 2019, 2020.

2.2. Phương pháp phân tích

Phân tích hiệu quả kinh tế của nông hộ trong và ngoài mô hình CĐL

Để phân tích hiệu quả kinh tế của nông hộ trồng lúa trong và ngoài mô hình CĐL, nghiên cứu sử dụng công cụ kiểm định trung bình 2 mẫu độc lập để kiểm định sự khác biệt trung bình của các chỉ tiêu như chi phí, doanh thu, thu nhập ròng, doanh thu/ chi phí, thu nhập/ chi phí, thu nhập/ doanh thu.

Tổng chi phí: là toàn bộ số tiền chi ra cho hoạt động canh tác để tạo ra sản phẩm, bao gồm chi phí lao động, chi phí vật chất và chi phí khác.

Tổng chi phí = Chi phí lao động + Chi phí vật chất + Chi phí khác

Doanh thu: là giá trị thành tiền từ sản lượng sản phẩm với đơn giá sản phẩm đó.

Doanh thu = Sản lượng x Đơn giá

Thu nhập ròng: là phần chênh lệch giữa tổng thu nhập và tổng chi phí bỏ ra để sản xuất sản phẩm đó.

Thu nhập ròng = Tổng doanh thu - Tổng chi phí

Doanh thu/ chi phí: tỷ số này cho biết rằng một đồng chi phí bỏ ra thì thu lại được bao nhiêu đồng doanh thu.

Thu nhập/ chi phí: tỷ số này cho biết cứ một đồng chi phí bỏ ra thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Thu nhập/ doanh thu: tỷ số này cho biết trong một đồng doanh thu mà nông hộ có được thì sẽ có bao nhiêu đồng thu nhập trong đó.

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của nông hộ trong và ngoài mô hình CĐL

Để phân tích các yếu tố ảnh hưởng của hai mô hình trồng lúa trong CĐL và mô hình người dân sản xuất tự do, mô hình phân tích hồi quy có dạng như sau:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_i X_i + \epsilon_i$$

Trong đó:

Y_i : Chỉ tiêu đại diện hiệu quả kinh tế của nông hộ về lợi nhuận của hai mô hình trồng lúa (nghìn đồng/ha/vụ).

Các biến X là biến độc lập được xác định chủ yếu dựa vào các nghiên cứu có liên quan trước đây và được diễn giải như sau:

Bảng 1: Các biến được lựa chọn trong mô hình hồi quy

Tên Biến	Diễn giải ý nghĩa	Kỳ vọng
X1	Tuổi	+/-
X2	Trình độ	+
X3	Số lượng người của gia đình	+
X4	Thành viên tham gia sản xuất	-
X5	Diện tích	-
X6	Năm kinh nghiệm	+
X7	Chi phí làm đất	-
X8	Chi phí giống	-
X9	Chi phí gieo sạ	-
X10	Chi phí cây giảm làm cỏ	-
X11	Chi phí thuốc nông dược	-
X12	Chi phí phun thuốc	-
X13	Chi phí phân bón	-
X14	Chi phí bón phân	-
X15	Chi phí bơm nước	+/-
X16	Chi phí thu hoạch	+
X17	Chi phí lao động gia đình	+

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Mô tả mẫu khảo sát

Kết quả xử lý số liệu khảo sát 97 nông hộ sản xuất lúa trong và ngoài CĐL ở Bảng 2 cho thấy, 02 nhóm nông hộ có một số khác biệt về độ tuổi, trình

độ học vấn, số thành viên của nông hộ, số thành viên tham gia sản xuất của nông hộ, diện tích và kinh nghiệm sản xuất của nông hộ.

3.2. So sánh hiệu quả kinh tế của hai mô hình trong và ngoài CĐL

Số liệu ở Bảng 3 cho thấy có sự khác biệt trung bình giữa hai nhóm nông hộ sản xuất lúa trong và ngoài CĐL.

Bảng 2. So sánh trung bình các chỉ số giữa 2 mô hình

Đơn vị tính: tấn/ha; đồng/ha; đồng/kg; lần

	Mô hình sản xuất tự do	Mô hình CĐL	Chênh lệch	
			GT	%
Chi phí	18.681.624,43	17.945.357,11	-736.267,32	-3,94
Sản lượng	7,082443	7,7526	0,6702	9,46
Giá bán	5.594,48	6.150,00	555,52	9,93
Doanh thu	39.623.262,37	47.678.350,52	8.055.088,15	20,33
Thu nhập ròng	20.941.637,94	29.759.042,27	8.817.404,33	42,10
Doanh thu/chi phí	2,1252	2,6581	0,5329	25,08
Thu nhập/chi phí	1,1252	1,6595	0,5343	47,48
Thu nhập/doanh thu	0,5284	0,6242	0,0958	18,13

Kết quả ở Bảng 2 cho thấy mô hình sản xuất lúa trong CĐL mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn so với mô hình sản xuất lúa tự do. Chi phí sản xuất lúa trong CĐL thấp hơn so với sản xuất lúa tự do khoảng 736 ngàn đồng/ha, sản lượng lúa thu hoạch trong CĐL cao hơn khoảng 0,67 tấn/ha. Giá bán lúa trong CĐL cũng cao hơn sản xuất tự do là 555,52 đồng/kg, do đó doanh thu mang về cho việc sản xuất lúa trong CĐL cao hơn sản xuất tự do trên 8 triệu đồng/ha, còn thu nhập ròng thì cao hơn gần 9 triệu đồng/ha. Các tỷ số doanh thu trên chi phí và thu nhập chi phí của mô hình sản xuất lúa trong CĐL cao hơn 0,53 lần so với sản xuất tự do, tỷ số thu nhập trên doanh thu thì cao hơn khoảng 0,1 lần.

So với nông hộ ngoài CĐL, thì nông hộ tham gia sản xuất lúa trong mô hình CĐL có chi phí giảm 736.267,32 đồng/ha, doanh thu tăng 4.361.918,04 đồng/ha, thu nhập cao hơn 5.098.185,36 đồng/ha.

3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của hai mô hình trong và ngoài CĐL

Số liệu ở Bảng 3 trình bày kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế sản xuất lúa của mô hình trong và ngoài CĐL.

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy mô hình trong và ngoài CĐL

Nhân tố	Trong CĐL			Ngoài CĐL		
	HS Beta	Sig.	VIF	HS Beta	Sig.	VIF
Tuổi	0,034	0,657	1,276	-0,002	0,976	1,184
Trình độ	0,140	0,165	2,206	-0,043	0,479	1,281
Số lượng người của gia đình	0,021	0,795	1,454	-0,122	0,130	2,180
Thành viên tham gia sản xuất	0,140	0,107	1,630	0,029	0,706	1,994
Diện tích	-0,101	0,382	2,893	-0,040	0,517	1,290
Năm kinh nghiệm	0,091	0,259	1,403	-0,028	0,649	1,273
Chi phí làm đất	-0,207	0,035	2,043	-0,123	0,090	1,778
Chi phí giống	-0,098	0,278	1,784	-0,326	0,000	1,964
Chi phí gieo sạ	-0,155	0,057	1,425	-0,028	0,703	1,903
Chi phí cây giảm làm cỏ	-0,300	0,004	2,199	-0,262	0,004	2,742
Chi phí thuốc nông dược	-0,201	0,015	1,437	-0,166	0,012	1,434
Chi phí phun thuốc	-0,208	0,098	3,389	-0,111	0,113	1,665
Chi phí phân bón	-0,214	0,024	1,883	-0,127	0,043	1,305
Chi phí bón phân	-0,251	0,012	2,100	-0,147	0,030	1,525
Chi phí bơm nước	-0,015	0,860	1,676	-0,035	0,676	2,413
Chi phí thu hoạch	-0,109	0,268	2,115	-0,092	0,164	1,489
Chi phí lao động gia đình	0,007	0,935	1,461	-0,241	0,002	2,036
Hệ số Sig. của mô hình		0,000			0,000	
Hệ số R2 hiệu chỉnh		0,563			0,721	
Hệ số Durbin-Watson		2,016			2,051	

Bảng 3 chỉ ra sự giống và khác nhau về các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của hai mô hình trong và ngoài CĐL.

Hai mô hình có sự giống nhau là cả hai mô hình đều cho kết quả là các nhân tố định tính thuộc về đặc điểm cá nhân của nông hộ gồm: tuổi, trình độ, số lượng người của gia đình, thành viên tham gia sản xuất, diện tích, năm kinh nghiệm đều không có sự ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ (do giá trị Sig. của các biến này đều $> 0,05$, không đủ mức ý nghĩa trong thống kê). Điều này cho thấy đặc tính cá nhân của nông hộ không ảnh hưởng nhiều đến thu nhập trồng lúa của họ. Ngoài ra, cả hai mô hình đều có 6 biến số chỉ phí có sự ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ về mặt số lượng.

Hai mô hình có sự khác nhau là, các nhân tố chi phí có sự ảnh hưởng tới thu nhập của nông hộ trồng lúa trong CĐL gồm: chi phí làm đất, chi phí gieo sạ, chi phí cấy giặm làm cỏ, chi phí thuốc nông dược, chi phí phân bón, chi phí bón phân. Còn các nhân tố chi phí có sự ảnh hưởng tới thu nhập của nông hộ trồng lúa ngoài mô hình CĐL gồm: chi phí giống, chi phí cấy giặm làm cỏ, chi phí thuốc nông dược, chi phí phân bón, chi phí bón phân và chi phí lao động gia đình. Đối với mô hình CĐL thì chi phí cấy giặm, làm cỏ ảnh hưởng nhiều nhất đến lợi nhuận của nông hộ, còn đối với nông hộ trồng lúa tự do thì chi phí giống là có sự ảnh hưởng nhiều nhất đến lợi nhuận của nông hộ.

4. Kết luận

Kết quả khảo sát, phân tích 97 nông hộ sản xuất lúa trong CĐL và 97 nông hộ sản xuất lúa ngoài CĐL cho thấy việc sản xuất lúa theo mô hình CĐL mang lại hiệu quả cao hơn cho người trồng lúa. Các kết quả phân tích đều cho thấy nhóm nông hộ trong CĐL có chi phí canh tác thấp hơn, lợi nhuận cao hơn so với nhóm nông hộ ngoài CĐL, do được tập huấn kỹ thuật trồng lúa thường xuyên, khoa học.

Các nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ sản xuất lúa trong và ngoài CĐL có sự khác biệt. Các nhân tố ảnh hưởng đối với nông hộ trong CĐL gồm: chi phí bón phân, chi phí cấy giặm làm cỏ, chi phí phun thuốc, chi phí bón phân, chi phí làm đất và chi phí thuốc nông dược. Các nhân tố ảnh hưởng đối với nông hộ ngoài CĐL gồm: chi phí giống, chi phí cấy giặm làm cỏ, chi phí lao động gia đình, chi phí thuốc nông dược, chi phí bón phân và chi phí phân bón.

Nông hộ sản xuất lúa theo mô hình CĐL không những được tập huấn kỹ thuật trồng lúa, mà sản phẩm đầu ra cũng được thuận lợi hơn và bán được giá cao hơn. Sản xuất lúa theo mô hình CĐL giúp cho

nông dân và doanh nghiệp liên kết với nhau, tạo ra sản phẩm lúa chất lượng cao, sản xuất theo nhu cầu của thị trường. Tuy vậy, để nâng cao hơn nữa hiệu quả và khuyến khích nông dân tham gia sản xuất lúa theo mô hình CĐL thì cần có sự hỗ trợ tích cực của chính quyền địa phương trong công tác tuyên truyền, vận động. Chính quyền cần gắn kết nông dân với doanh nghiệp và nhà khoa học để nông dân được thường xuyên tham gia tập huấn kỹ thuật, tăng sản lượng, chất lượng, giảm giá thành sản phẩm, và đầu ra ổn định./.

Tài liệu tham khảo

Đỗ Kim Chung (2012), “Một số giải pháp phát triển cánh đồng mẫu lớn trong nông nghiệp”. Tạp chí nghiên cứu kinh tế, số 413 (2012), tr. 56-60.

Kim Thị Dung và Đỗ Kim Chung (2012). Cánh đồng mẫu lớn trong nông nghiệp: một số vấn đề lý luận và thực tiễn phát triển. Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

Trần Văn Hiếu (2012), “Cánh đồng mẫu lớn” – mô hình liên kết “bốn nhà” bước đầu có hiệu quả ở đồng bằng Sông Cửu Long”. Lý luận chính trị, số 11 (2012), tr.68-74.

Lê Nguyễn Đoàn Khôi và Nguyễn Ngọc Vàng (2012). “Giải pháp nâng cao hiệu quả tổ chức sản xuất lúa ở tỉnh An Giang”. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, (2012: 23b) tr.186-193.

Phạm Lê Thông (2011). “Hiệu quả kỹ thuật và kinh tế của vụ lúa Đông Xuân ở đồng bằng sông Cửu Long”. Nghiên Cứu Kinh Tế, số 9 (400), tr.34-42.

Thực trạng và một số giải pháp đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính tại TP Hồ Chí Minh

Phan Thị Thu Hiền

Trưởng Cao đẳng Phát thanh – Truyền hình II

Thời gian qua, TP Hồ Chí Minh cũng đã quyết liệt thực hiện CCHC, cải cách TTHC. Cụ thể, để thực hiện công tác CCHC trên địa bàn, hàng năm, Thành phố đều có những chương trình, kế hoạch cho công tác này. Đơn cử ngày 31/12/2020, UBND Thành phố đã ban hành Quyết định số 4832/QĐ-UBND phê duyệt Kế hoạch thực hiện công tác CCHC trên địa bàn năm 2021, với chủ đề “Năm xây dựng chính quyền đô thị và cải thiện môi trường đầu tư tại TP Hồ Chí Minh”.

1. Mở đầu

Cải cách TTCH sẽ gỡ bỏ những rào cản về TTCH đối với môi trường kinh doanh và đời sống, giúp cắt giảm chi phí và rủi ro của người dân và doanh nghiệp. Việc đơn giản hóa TTHC sẽ góp phần nâng cao hình ảnh của Việt Nam trước cộng đồng trong nước và quốc tế, nâng cao vị trí xếp hạng của Việt Nam cũng như của các địa phương về tính minh bạch, môi trường kinh doanh và năng lực cạnh tranh...

Trong Nghị quyết số 76/NQ-CP Chương trình tổng thể CCHC nhà nước giai đoạn 2021-2030 cũng nhấn mạnh đến việc cải cách TTHC. Theo đó, cải cách quyết liệt, đồng bộ, hiệu quả quy định TTHC liên quan đến người dân, doanh nghiệp; bãi bỏ các rào cản hạn chế quyền tự do kinh doanh, cải thiện, nâng cao chất lượng môi trường đầu tư kinh doanh, bảo đảm cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, minh bạch; đổi mới và nâng cao hiệu quả thực hiện cơ chế một cửa, một cửa liên thông trong giải quyết TTHC nội bộ giữa cơ quan hành chính nhà nước; rà soát, cắt giảm, đơn giản hóa điều kiện kinh doanh, thành phần hồ sơ và tối ưu hóa quy trình giải quyết TTHC trên cơ sở ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin. Đẩy mạnh thực hiện TTHC trên môi trường điện tử để người dân, doanh nghiệp có thể thực hiện dịch vụ mọi lúc, mọi nơi, trên các phương tiện khác nhau.

Với sự quyết liệt đó, về CCHC, cải cách TTHC, TP Hồ Chí Minh đã đạt được những kết quả khả quan. Tuy nhiên, để công tác này hiệu quả hơn nữa, TP Hồ Chí Minh cần có thêm nhiều giải pháp thiết thực hơn trong thời gian tới.

2. Thực trạng hoạt động cải cách TTHC của TP Hồ Chí Minh

Theo các báo cáo của địa phương này, tính đến hết ngày 30/5/2022, Thành phố hiện có 1733 TTHC đang áp dụng, trong đó 1421 TTHC thuộc thẩm quyền giải quyết của cấp tỉnh, 199 TTHC thuộc thẩm quyền giải quyết của cấp huyện, 113 TTHC thuộc

thẩm quyền giải quyết của cấp xã.

Văn phòng UBND Thành phố (cơ quan làm đầu mối tiếp nhận phản ánh, kiến nghị trên địa bàn Thành phố) đã tiếp nhận, phân loại 2418 phản ánh, kiến nghị của cá nhân, tổ chức theo các hình thức; chuyển 1153/1153 (100%) phản ánh, kiến nghị của cá nhân, tổ chức về quy định hành chính và việc thực hiện TTHC trên địa bàn Thành phố đến cơ quan có thẩm quyền xử lý theo quy định tại Nghị định số 20/2008/NĐ-CP (đã sửa đổi, bổ sung) và Quyết định số 31/2021/QĐ-TTg.

Về tình hình xử lý của các cơ quan, đơn vị có thẩm quyền và cập nhật, công khai kết quả xử lý phản ánh, kiến nghị: Đã có kết quả phản hồi từ cơ quan có thẩm quyền và công khai kết quả xử lý trên cổng Dịch vụ công quốc gia: 1080/1153 trường hợp. Đang được cơ quan có thẩm quyền xem xét, giải quyết: 73/1153 trường hợp.

Về rà soát, đơn giản hóa TTHC, thực hiện Thông tư 02/2017/TT-VPCP ngày 31/10/2017 của Bộ trưởng, Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ hướng dẫn về nghiệp vụ kiểm soát TTHC, Thành phố hiện đang triển khai đề nghị các sở, ban, ngành và UBND quận, huyện đề xuất TTHC/nhóm TTHC cần thực hiện rà soát, đánh giá trong năm 2021 để tổng hợp ban hành kế hoạch năm của Thành phố; UBND Thành phố đã ban hành Quyết định số 1118/QĐ-UBND ngày 14/4/2022 ban hành Kế hoạch rà soát, đánh giá TTHC năm 2022 và hướng dẫn các đơn vị thực hiện.

Đối với công tác thực hiện cơ chế một cửa, một cửa liên thông, dịch vụ công trực tuyến, Thành phố đã kiểm soát chất lượng 251 quy trình nội bộ giải quyết TTHC; ban hành 10 Quyết định phê duyệt 68 quy trình nội bộ giải quyết TTHC. Tính đến ngày 8/6/2022, Chủ tịch UBND Thành phố đã phê duyệt 1300 quy trình nội bộ. Thành phố đã triển khai tiếp nhận hồ sơ ngành dọc tại Bộ phận Một cửa cấp huyện theo Quyết định số 1291/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

Thành phố tiếp tục duy trì vận hành công dịch vụ công Thành phố, hệ thống một cửa điện tử gắn với đánh giá hài lòng việc giải quyết TTHC đối với 44 TTHC của 6 Sở, 1 ngành dọc, 5 quận, huyện, 9 xã, phường, thị trấn; kết nối, tích hợp với cổng Dịch vụ công quốc gia 24 TTHC. Từ ngày 1/1/2022 đến 31/5/2022, trên hệ thống ghi nhận 1.219 lượt ý kiến đánh giá của cá nhân, tổ chức và 26.008 lượt đánh giá nội bộ.

Qua rà soát và kiến nghị của các cơ quan, đơn vị giải quyết TTHC các cấp, Chủ tịch UBND Thành phố đã ban hành Quyết định số 129/QĐ-UBND ngày 11/1/2022 phê duyệt phương án đơn giản hóa, kiến nghị cơ quan có thẩm quyền thực thi bãi bỏ 279 TTHC thuộc 12 lĩnh vực và Quyết định số 1340/QĐ-UBND ngày 22/4/2022 thông qua phương án đơn giản hóa 119 TTHC. Thành phố đã phê duyệt Danh mục 403 TTHC đáp ứng yêu cầu thực hiện DVCTT mức độ 3, mức độ 4 trên địa bàn Thành phố năm 2021 - 2022.

Về việc tiếp nhận, trả kết quả giải quyết TTHC và thực hiện Thư xin lỗi của các cơ quan, đơn vị trên địa bàn Thành phố: Tổng số hồ sơ các sở, ban, UBND cấp quận, huyện, UBND cấp phường, xã nhận giải quyết trong kỳ báo cáo được tổng hợp là: 5.330.464 hồ sơ (bao gồm 73.865 hồ sơ kỳ trước chuyển qua, 4.458.937 hồ sơ tiếp nhận trong kỳ và tiếp nhận trực tuyến là 797.662 hồ sơ), đã giải quyết 5.220.139 hồ sơ, đang giải quyết 103.541 hồ sơ. Trong số hồ sơ đã giải quyết, có 5.212.990 hồ sơ giải quyết đúng hạn (chiếm tỷ lệ 99,87%) và 7.149 hồ sơ giải quyết quá hạn (chiếm tỷ lệ 0,13%). Trong số 7.149 hồ sơ giải quyết quá hạn, có 7.149 hồ sơ đã được thực hiện Thư xin lỗi (chiếm tỷ lệ 100%).

Số hồ sơ tiếp nhận cùng kỳ quý I năm 2022 tăng so với quý I năm 2021 (tổng số tiếp nhận hồ sơ là 3.866.924 hồ sơ), tỷ lệ hồ sơ giải quyết đúng hạn tăng 0,13% so với quý I năm 2021 (chiếm tỷ lệ 99,74%). Số lượng hồ sơ được cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 3, mức độ 4 là 797.662 hồ sơ, tăng so với cùng kỳ quý I năm 2021 (có 674.042 hồ sơ). Hiện nay, tổng số dịch vụ công trực tuyến (tính đến Tháng 3/2022) là: 805/1764 TTHC, đạt tỷ lệ 45,63%...

Thành phố đăng tải công khai, kịp thời các quyết định của Chủ tịch UBND Thành phố về công bố TTHC/Danh mục TTHC; đồng thời cập nhật vào CSDL Quốc gia về TTHC đối với 31 TTHC, chuẩn hóa 16 TTHC mới, sửa đổi 12 TTHC, thay thế 1 TTHC, bãi bỏ 2 TTHC. Tính đến hết ngày 10/5/2021, Thành phố có 1.820 TTHC đang áp dụng, trong đó 1.506 TTHC thuộc thẩm quyền giải quyết của cấp tỉnh, 195 TTHC thuộc thẩm quyền giải quyết của cấp huyện, 119 TTHC thuộc thẩm quyền giải quyết của cấp xã.

Thành phố tiếp tục xây dựng, kiểm soát chất

lượng quy trình nội bộ. Tính đến ngày 15/6/2021, Thành phố đã phê duyệt 1.057 quy trình nội bộ giải quyết TTHC (bao gồm 71 quy trình theo Quyết định số 03/2019/QĐ-UBND liên thông giữa các sở - ban - ngành - Văn phòng UBND Thành phố - Lãnh đạo UBND Thành phố và 986 quy trình theo Kế hoạch số 3230/KH-UBND).

Về thực hiện cơ chế một cửa, một cửa liên thông trong giải quyết TTHC theo Nghị định số 61/2018/NĐ-CP, Thành phố tiếp tục duy trì vận hành công dịch vụ công Thành phố, hệ thống một cửa điện tử gắn với đánh giá hài lòng việc giải quyết TTHC đối với 44 TTHC của 6 sở, 1 cơ quan ngành dọc, 5 quận - huyện, 9 phường, xã - thị trấn; kết nối, tích hợp với Cổng Dịch vụ công Quốc gia 24 TTHC...

Đến nửa đầu năm 2022, Chủ tịch UBND Thành phố ban hành 16 Quyết định công bố danh mục 203 TTHC: chuẩn hóa 38 TTHC mới, sửa đổi 25 TTHC, thay thế 17 TTHC, bãi bỏ 123 TTHC (có 28 TTHC bãi bỏ do bị thay thế)...

3. Một số giải pháp tăng cường công tác CCHC, cải cách TTHC

Đánh giá chung về mặt đạt được: Công tác chỉ đạo, điều hành CCHC, TTHC tiếp tục được TP Hồ Chí Minh xác định là công tác trọng điểm và được thực hiện quyết liệt, chặt chẽ: (1) Ban hành đầy đủ các chương trình, kế hoạch, hướng dẫn theo chỉ đạo, hướng dẫn của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và Bộ - ngành; (2) Xây dựng và triển khai ngay các kế hoạch thực hiện các nội dung CCHC ở từng lĩnh vực; (3) Lãnh đạo Thành phố thực hiện duyệt chương trình, kế hoạch công tác; tại từng cơ quan, đơn vị thực hiện đầy đủ các yêu cầu của Chủ đề năm 2022; (4) Tiếp tục đẩy mạnh triển khai mở rộng áp dụng các mô hình, sáng kiến, cách làm hay, ứng dụng CNTT đảm bảo vừa thích ứng với các tình huống dịch bệnh phát sinh, vừa đảm bảo phục vụ người dân và doanh nghiệp; (5) Công tác kiểm tra, giám sát đối với trách nhiệm của người đứng đầu trong triển khai công tác CCHC tại từng cơ quan, đơn vị được thực hiện nghiêm túc; (6) Ban hành Chỉ thị về việc thực hiện hiệu quả công tác CCHC trên địa bàn Thành phố giai đoạn 2022 - 2025, tạo ra được bước đột phá trong CCHC, cải thiện mạnh mẽ môi trường kinh doanh, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, phát triển kinh tế số, xã hội số; (7) Đẩy mạnh các chuỗi hoạt động thông tin, tuyên truyền với quyết tâm nâng cao công tác CCHC và cải thiện chỉ số CCHC.

Các cấp ủy đảng, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị các cấp có sự quan tâm đặc biệt trong chỉ đạo thực hiện nghiêm túc việc rà soát, xây dựng và triển khai kế hoạch công tác CCHC; đã có những giải quyết quyết liệt để khắc phục các hạn chế, nâng cao dần chỉ số CCHC của từng cơ quan, đơn vị. Công tác CCHC của

cơ quan Đảng, đoàn thể đã dần đồng bộ với công tác CCHC của cơ quan hành chính nhà nước.

Các cơ chế, chính sách dành cho Thành phố tiếp tục được thực hiện rộng rãi và tạo động lực để Thành phố phát triển nhanh và bền vững, đặc biệt là Nghị quyết số 54/2017/QH14, Nghị quyết về tổ chức chính quyền đô thị trên địa bàn Thành phố và sắp xếp các đơn vị hành chính cấp huyện, cấp xã và thành lập TP Thủ Đức.

Bên cạnh những kết quả đạt được, Thành phố nhận thấy còn những hạn chế do các yếu tố chủ quan và khách quan như sau:

Năm 2022, Thành phố đã tăng cường các giải pháp phục hồi, phát triển kinh tế - xã hội, tập trung các giải pháp chỉ đạo, điều hành công tác CCHC nhưng tác động của dịch COVID-19 ở năm 2021 cũng là một phần nguyên nhân ảnh hưởng đến điểm đánh giá Chỉ số CCHC của Thành phố, năm 2021 xếp hạng 43/63 tỉnh, thành phố (giảm 20 hạng so với năm 2020).

Nhiều vấn đề trọng tâm, đột phá để triển khai hiệu quả xây dựng chính quyền đô thị, UBND Thành phố báo cáo, kiến nghị và trình Chính phủ, các Bộ, ngành để được thực hiện theo cơ chế đặc thù nhưng có ý kiến bị chậm hoặc trả lời chung chung...

Nghị định số 62/2022/NĐ-CP ngày 1/6/2022 của Chính phủ về vị trí việc làm và biên chế công chức có quy định “Chậm nhất đến hết ngày 31/10/2020, các Bộ quản lý ngành, lĩnh vực phải ban hành văn bản hướng dẫn về vị trí việc làm đối với công chức nghiệp vụ chuyên ngành được giao quản lý từ trung ương đến địa phương; định mức biên chế công chức trong cơ quan, tổ chức thuộc ngành, lĩnh vực được giao quản lý; Bộ trưởng Bộ Nội vụ ban hành hướng dẫn cụ thể việc xác định cơ cấu ngạch công chức. Tuy nhiên, đến nay còn nhiều Bộ, ngành chưa ban hành văn bản hướng dẫn nên Thành phố chưa thể triển khai công tác này theo yêu cầu.

Việc trao đổi thông tin giữa Hệ thống thông tin quốc gia về đăng ký doanh nghiệp và Hệ thống thông tin thuế thường xảy ra lỗi, thời gian phản hồi kết quả giao dịch chậm, ảnh hưởng đến thời hạn giải quyết hồ sơ doanh nghiệp.

Để công tác CCHC nói chung và công tác cải cách TTHC nói riêng phát huy hơn nữa hiệu quả của nó, thời gian tới, TP Hồ Chí Minh cần tiếp tục triển khai, thực hiện các nhiệm vụ kế hoạch CCHC Thành phố theo chủ đề năm 2022. Trong đó, tập trung xây dựng các giải pháp, kế hoạch cải thiện các chỉ số đạt thấp, thứ hạng của Thành phố liên quan đến Chỉ số Cải cách hành chính (PAR Index).

Tiếp tục thực hiện tốt công tác tuyên truyền CCHC. Phối hợp Ban Tuyên giáo Thành ủy tiếp tục chỉ đạo các cơ quan báo, đài Thành phố quan tâm tuyên truyền thường xuyên, liên tục, bám sát các nội

dung về công tác CCHC, cải cách TTHC; đẩy mạnh hơn nữa truyền thông về chương trình Chuyển đổi số trên địa bàn Thành phố, phù hợp từng giai đoạn và chiến lược của Thành phố.

Tăng cường kiểm tra CCHC, kiểm tra công vụ, việc thực hiện quy tắc ứng xử theo hướng đột xuất, không báo trước; đặc biệt kiểm tra trách nhiệm người đứng đầu trong chỉ đạo, điều hành công tác CCHC, cải cách TTHC và kết quả thực hiện các chỉ tiêu CCHC.

Tiếp tục rà soát, đơn giản hóa và kiến nghị đơn giản hóa TTHC theo thẩm quyền, đặc biệt là trong hiện đại hóa hệ thống thuế, đơn giản thủ TTHC thuế để tạo thuận lợi cho người dân và doanh nghiệp, nâng cao chất lượng thực hiện phối hợp, cơ chế một cửa liên thông giữa sở - ban - ngành, UBND các cấp, các cơ quan thuộc ngành dọc đóng trên địa bàn Thành phố trong giải quyết TTHC và hoạt động phối hợp liên ngành, liên cơ quan.

Nghiên cứu, triển khai các giải pháp đẩy mạnh dịch vụ công trực tuyến, đảm bảo tính hiệu quả và tiện dụng để người dân và doanh nghiệp biết và ưu tiên sử dụng, đảm bảo thời gian giải quyết TTHC.

Đẩy mạnh công tác khảo sát, đánh giá sự hài lòng của người dân, doanh nghiệp đối với phục vụ của cơ quan hành chính trên toàn địa bàn Thành phố, thường xuyên theo dõi, phải có các giải pháp cải thiện sự hài lòng và khắc phục hồ sơ trễ hạn. Thường xuyên tiếp xúc với các nhà đầu tư, các hiệp hội doanh nghiệp, lắng nghe ý kiến doanh nghiệp về cải thiện môi trường đầu tư, đồng hành hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi và ổn định hoạt động kinh doanh, sản xuất.

Tiếp tục triển khai Đề án xây dựng TP Hồ Chí Minh trở thành đô thị thông minh và xây dựng chính quyền điện tử tại Thành phố: Xây dựng và vận hành Kho dữ liệu dùng chung và phát triển Hệ sinh thái dữ liệu mở; Trung tâm điều hành đô thị thông minh Thành phố; Trung tâm mô phỏng và dự báo kinh tế - xã hội Thành phố; Trung tâm An toàn thông tin của Thành phố./.

Tài liệu tham khảo

Báo cáo Công tác cải cách hành chính 6 tháng đầu năm 2022 và phương hướng, nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2022 của UBND TP Hồ Chí Minh.

Đề án xây dựng TP Hồ Chí Minh trở thành đô thị thông minh và xây dựng chính quyền điện tử tại Thành phố.

Nghị quyết số 76/NQ-CP Chương trình tổng thể cải cách hành chính nhà nước giai đoạn 2021-2030.

Nghị định số 62/2022/NĐ-CP ngày 1/6/2022 của Chính phủ về vị trí việc làm và biên chế công chức.

Vai trò của nhân viên đối với đổi mới sáng tạo sản phẩm tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Hà Nội

Trương Đức Thao
Trường Đại học Đại Nam

Bài viết phân tích mối quan hệ tác động của “nhận thức về năng lực của bản thân” và “niềm tin của nhân viên” đến hoạt động đổi mới sáng tạo sản phẩm của doanh nghiệp. Cả hai nhân tố xem xét đều có tác động tích cực đến hoạt động đổi mới sáng tạo tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Hà Nội ở cùng một mức ý nghĩa đạt trên 99%. Trong đó, nhân viên càng tin tưởng vào tổ chức, vào nhà lãnh đạo thì khả năng đổi mới sáng tạo càng lớn. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra các nhân viên nam có sự sáng tạo sản phẩm cao hơn so với nhân viên nữ.

1. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận

1.1. Sản phẩm và đổi mới sáng tạo sản phẩm

Sản phẩm được hiểu là tất cả mọi hàng hóa và dịch vụ có thể đem chào bán, có khả năng thỏa mãn một nhu cầu hay mong muốn của con người, kích thích sự mua sắm và tiêu dùng của họ. Sản phẩm được chia thành sản phẩm hữu hình (hàng hóa) và sản phẩm vô hình (dịch vụ) (P. Kotler & Keller, 2016)

Đổi mới sáng tạo sản phẩm là giới thiệu một sản phẩm hoặc dịch vụ hoàn toàn mới hoặc cải tiến đáng kể liên quan đến đặc tính và mục đích sử dụng của nó. Nó bao gồm các cải tiến đáng kể trong công nghệ, thành phần cấu tạo, nguyên vật liệu, phần mềm tích hợp, thân thiện với người sử dụng hoặc các đặc tính khác. Phát triển sản phẩm mới là một chuỗi các nhiệm vụ xử lý thông tin được liên kết với nhau trong đó kiến thức về nhu cầu của khách hàng được chuyển thành thiết kế sản phẩm cuối cùng (Meybodi, 2003). Nội dung đổi mới sản phẩm của một tổ chức có thể là tổ chức đã giới thiệu nhiều sản phẩm/dịch vụ mới ra thị trường; tổ chức thường xuyên cải tiến cho các sản phẩm/dịch vụ đã có; tổ chức thường xuyên tìm kiếm các sản phẩm/dịch vụ mới cho thị trường; tổ chức đưa ra nhiều sản phẩm/dịch vụ mới hơn là các đối thủ cạnh tranh (Olson & Schwab, 2000).

1.2. Vai trò của nhân viên trong đổi mới sáng tạo sản phẩm

- Nhận thức về năng lực của bản thân:

Nhận diện cá nhân đề cập đến vị thế sâu sắc của một cá nhân về bản thân, sự hòa nhập và phối hợp giữa trạng thái bên trong của họ và môi trường bên ngoài, và việc xây dựng bản sắc riêng. Nhận diện cá nhân bao gồm sự công nhận và tin tưởng của bản thân cá nhân cũng như mối quan hệ giữa cá nhân và những người khác, trong đó có lãnh đạo của tổ chức (Jiao, 2007). Nhận thức đúng về năng lực của bản thân sẽ giúp nhân viên tự tin hơn để sáng tạo trong

công việc.

- Niềm tin của nhân viên

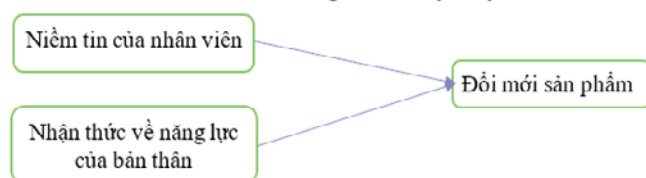
Niềm tin đã được các học giả xác nhận theo nhiều cách khác nhau. Sự tin tưởng là một loại niềm tin, trong đó sự hợp tác được thuyết phục để không ai đạt được lợi ích của chính mình thông qua việc sử dụng lỗ hổng của người khác (Sabel, 1993). Sự tin tưởng có nghĩa là một bên có khả năng kiểm soát bên kia, nhưng họ sẵn sàng từ bỏ khả năng khiến bên kia sẵn sàng tin vào những điều có lợi cho họ (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995).

Sự tin tưởng của người lãnh đạo đối với cấp dưới là mức độ mà người lãnh đạo sẵn sàng chịu rủi ro bị tổn thương khi đánh giá mức độ tin nhiệm của cấp dưới. Trong một tổ chức, cấp dưới được hy vọng có thể thể hiện phản ứng và xu hướng mong đợi để đạt được các mục tiêu của tổ chức. Có ba loại niềm tin bên trong một tổ chức, đó là (1) sự tin cậy dựa trên mối đe dọa, (2) sự tin tưởng dựa trên kiến thức và (3) sự tin tưởng dựa trên nhận diện. Bất kể loại tổ chức nào, lòng tin dựa trên rắn đe là yếu nhất, vì nó có thể bị phá hủy bởi hành động rời bỏ công việc của nhân viên. Trong nghiên cứu này, niềm tin được coi là sự tin tưởng của nhân viên đối với tổ chức, và niềm tin tăng lên thì nhân viên sẽ tự tin hơn trong việc đưa ra các ý tưởng sáng tạo trong công việc.

2. Mô hình và các thang đo

Dựa trên việc tổng quan nghiên cứu các công trình về tác động của niềm tin và nhận diện cá nhân đến đổi mới sáng tạo sản phẩm, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

Hình 1. Mô hình nghiên cứu lý thuyết



Qua việc tổng quan các nghiên cứu ở trong và ngoài nước về sản phẩm, đổi mới và phát triển sản phẩm, niềm tin và nhận diện cá nhân của nhân viên và mối quan hệ tác động đến đổi mới sản phẩm, tác giả tiến hành tổng hợp các khái niệm, thang đo sử dụng trong nghiên cứu của mình. Cụ thể: Thang đo niềm tin vào lãnh đạo được kế thừa trong nghiên cứu của Podsakoff và cộng sự (1990) với 06 biến quan sát (Tôi tin tưởng rằng người lãnh đạo của tôi sẽ luôn cố gắng đối xử công bằng với nhân viên; Người quản lý của tôi sẽ không bao giờ cố gắng đạt được lợi ích bằng cách lừa dối nhân viên; Tôi hoàn toàn tin tưởng vào sự chính trực của người quản lý/giám sát; Tôi cảm thấy một lòng trung thành mạnh mẽ với nhà lãnh đạo; Tôi sẽ hỗ trợ nhà lãnh đạo trong mọi trường hợp khẩn cấp; Tôi có cảm giác không trung thành đối với người lãnh đạo của mình); Thang đo nhận diện bản thân với 04 biến quan sát (Tôi thấy mình có tiếng nói hơn so với trước đây; Tôi thấy mình làm việc tốt hơn so với trước đây; Tôi thấy mình quan trọng với tổ chức hơn trước đây; Lãnh đạo của tôi coi trọng tôi hơn trước đây); và phát triển sản phẩm được kế thừa trong nghiên cứu của Olson & Schwab (2000) với 04 biến quan sát (Công ty chúng tôi đã giới thiệu nhiều sản phẩm/dịch vụ mới ra thị trường; Công ty chúng tôi thường xuyên cải tiến cho các sản phẩm/dịch vụ đã có; Công ty chúng tôi thường xuyên tìm kiếm các sản phẩm/dịch vụ mới cho thị trường; Chúng tôi đưa ra nhiều sản phẩm/dịch vụ mới hơn là các đối thủ cạnh tranh).

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định lượng được áp dụng dựa trên kết quả khảo sát 239 người lao động trong 30 doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Hà Nội trong khoảng thời gian từ tháng 2 và tháng 3 năm 2022. Dữ liệu thu thập về được xử lý trên phần mềm SPSS và AMOS với các kiểm định EFA, Cronbach's Alpha, CFA và SEM.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá: Trong nghiên cứu này, tác giả ước lượng mô hình bằng phương trình cấu trúc tuyến tính (SEM) nên các biến quan sát của cả biến độc lập và biến phụ thuộc đều được đưa vào phân tích EFA với phương pháp trích yếu tố Principal exis factoring với phép quay Promax và điểm dừng khi trích các yếu tố có giá trị riêng của ma trận (eigenvalue) bằng 1. Kết quả phân tích EFA lần 1 với 14 biến quan sát thu được hệ số KMO đạt 0,823 với giá trị Sig. = 0,000 và giá trị Eigenvalues đạt 70,52 ở điểm dừng nhân tố đạt 1,086 và 14 biến quan sát hội tụ về 04 nhân tố, trong đó có biến quan sát Trust6 không hội tụ về nhân tố "Niềm tin vào lãnh đạo" nên bị loại bỏ. Tiếp đó, tác giả tiến hành phân tích EFA lần 2 với 13 biến quan sát, kết quả cho hệ số KMO đạt 0.827 với giá trị Sig.

= 0,000 và giá trị Eigenvalues đạt 68.688 ở điểm dừng nhân tố đạt 1,583 và 13 biến quan sát hội tụ về 03 nhân tố phù hợp với mô hình nghiên cứu lý thuyết đã đề xuất.

Kết quả kiểm định độ tin cậy của các khái niệm, thang đo nghiên cứu cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của các nhân tố đều đạt giá trị lớn hơn 0,7 và hệ số tương quan với biến tổng của các biến quan sát thành phần cho các nhân tố chính đều lớn hơn 0,3, do đó các thang đo sử dụng trong nghiên cứu là phù hợp và không loại thêm biến quan sát nào.

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA: Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA cho các thang đo này có 63 bậc tự do (df=63), mô hình có độ tương thích với tập dữ liệu nghiên cứu: Chi-square= 126.672 (p=0.000); cmin/df = 2.266; CFI = 0.957; GFI = 0.921; TLI = 0.936; và RMSEA = 0.072. Trọng số chuẩn hóa của các biến quan sát đều lớn hơn 0.5 và trọng số chưa chuẩn hóa của các biến đều có ý nghĩa thống kê nên khẳng định được giá trị hội tụ của các thang đo. Hệ số tương quan của các khái niệm đều nhỏ hơn một đơn vị nên các khái niệm đạt được giá trị phân biệt. Mô hình đo lường phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu, không có tương quan giữa các sai số đo lường nên đạt được tính đơn nguyên.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định mô hình tới hạn có 75 bậc tự do (df=75), mô hình đạt được độ tương thích với tập dữ liệu nghiên cứu với Chi-square= 142.168 (p=0.000); cmin/df = 1.989; CFI = 0.957; GFI = 0.922; TLI = 0.946; và RMSEA = 0.068.

Giá trị R² = 0.568 cho thấy, có tới 56,8% sự thay đổi "đổi mới sáng tạo sản phẩm" tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong mẫu nghiên cứu phụ thuộc vào nhân viên mà cụ thể là "Niềm tin của nhân viên" và "Nhận thức về năng lực của bản thân", còn lại 43,2% sự thay đổi sẽ do các yếu tố khác ngoài mô hình hoặc sai số ngẫu nhiên giải thích. Trong đó, nhân tố "Niềm tin của nhân viên" có tác động mạnh hơn và tích cực tới "đổi mới sáng tạo sản phẩm" tại các doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu, với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.245 và ở mức ý nghĩa trên 99% (P_value=0.000); còn nhân tố "Nhận thức về năng lực của bản thân" cũng tác động tích cực nhưng ở mức độ thấp hơn, với Beta chuẩn hóa đạt 0.138 và ở mức ý nghĩa trên 99% (P_value=0.004).

Ngoài ra, trong nghiên cứu này, tác giả cũng xem xét có hay không sự khác biệt về giới của nhân viên ảnh hưởng đến "đổi mới sáng tạo sản phẩm" tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong mẫu nghiên cứu. Kết quả ước lượng cho thấy, các nhân viên nam có tác động tích cực đến "đổi mới sáng tạo sản phẩm" hơn so với các nhân viên nữ, với Beta chuẩn hóa đạt - 0.512 và ở mức ý nghĩa trên 99% (P_value=0.000).

Bảng 1: Kết quả ước lượng mô hình lý thuyết

Mối quan hệ giữa các khái niệm	Ước lượng chuẩn hóa	Ước lượng chưa chuẩn hóa	Sai lệch chuẩn	Giá trị (t)	Giá trị (p)
<i>R² của mô hình đổi mới sáng tạo sản phẩm = 0.568</i>					
Ino <--- Tru	0.245	0.236	0.059	3.917	0.000
Ino <--- Ide	0.138	0.089	0.031	2.868	0.000
Ino <--- Sex	-0.512	-0.621	0.072	-10.232	0.000

Như vậy, có thể thấy rằng, đối với hoạt động đổi mới sáng tạo sản phẩm trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Hà Nội thì vai trò của nhân viên là hết sức quan trọng. Thật vậy, người lao động trong các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp nhỏ và vừa nói riêng thường phải đảm nhiệm cùng lúc nhiều vị trí công việc với những vai trò khác nhau, do quy mô lao động trong các doanh nghiệp này thường là rất nhỏ. Đặc điểm công việc này đòi hỏi nhân viên phải linh hoạt và sáng tạo trong công việc của mình. Bên cạnh đó, nhân viên cũng có nhiều cơ hội trong việc giao tiếp với khách hàng, đối tác... , chính những lời phàn nàn của khách hàng sẽ tạo ra nguồn ý tưởng tuyệt vời cho đổi mới sáng tạo sản phẩm. Để khai thác nguồn lực này, các nhà lãnh đạo trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa cần tạo dựng niềm tin trong nhân viên, phải là những người tiên phong thực sự, vừa giỏi quản lý, vừa giỏi chuyên môn, luôn đi đầu, làm mẫu để cấp dưới noi theo. Chỉ khi nào, người lao động có niềm tin vào lãnh đạo, vào nhà quản lý, vào tổ chức, họ sẽ nhận thức rõ năng lực của bản thân, sẽ bày tỏ, chia sẻ và thể hiện năng lực của mình trong công việc và làm việc, gắn bó với tổ chức. Khi đó, doanh nghiệp cũng nhìn nhận rõ được năng lực của từng nhân viên để sắp xếp bố trí đúng người đúng việc nhằm cung cấp dịch vụ tốt nhất và sẵn sàng cho các hoạt động đổi mới sáng tạo sản phẩm của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, giới tính khác nhau cũng tạo ra sự khác nhau trong khả năng đổi mới sáng tạo sản phẩm của nhân viên. Theo đó, các nhân viên nam thường có mức độ sáng tạo cao hơn so với nhân viên nữ. Điều này có thể được giải thích thông qua đặc điểm về giới của con người nói chung, khi mà nữ giới thường có xu hướng thích sự ổn định còn nam giới thì luôn muốn khám phá, thực hiện các thử nghiệm trong công việc.

Kết quả nghiên cứu này gợi mở một số ý tưởng quan trọng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong việc tạo ra các điều kiện làm việc tốt nhất, bầu không khí tâm lý nơi làm việc thân thiện, sự hỗ trợ của nhà quản lý..., để giúp cho nhân viên có thể tự do sáng tạo, tự tin trong công việc. Qua đó, tăng khả năng sáng tạo sản phẩm cho tổ chức.

5. Kết luận

Qua kết quả khảo sát 239 người lao động làm việc trong 30 doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Hà Nội, nghiên cứu đã chỉ ra mối quan hệ tác động

tích cực giữa “Niềm tin của nhân viên” và “Nhận thức về năng lực của bản thân” đến “đổi mới sản phẩm”. Trong đó, nhân tố “Niềm tin của nhân viên” có tác động mạnh tới hoạt động đổi mới sáng tạo sản phẩm tại các doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu, với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.245 và ở mức ý nghĩa trên 99%; còn nhân tố “Nhận thức về năng lực của bản thân” tác động ở mức độ thấp hơn, với Beta chuẩn hóa đạt 0.138 và ở mức ý nghĩa trên 99%. Bên cạnh đó, các nhân viên nam cũng có khả năng sáng tạo cao hơn trong công việc so với nhân viên nữ. Do vậy, đây là căn cứ tốt để các nhà quản lý, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Hà Nội tham khảo trong việc ra các quyết định về đổi mới sản phẩm/dịch vụ, thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo sản phẩm trọng sự hữu hạn của các nguồn lực đầu tư cho hoạt động nghiên cứu và phát triển./.

Tài liệu tham khảo

Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54, 42-58.

Clark, K. B., & Wheelwright, S. C. (1995). Accelerating the Design-build-test Cycle for Effective Product Development. *International Marketing Review*, 11(1), 32-46.

Jiao, G. L. (2007). The plight and shaping under the background of globalization. *Journal of Hubei University of Economics*, 5(6).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing 15th Edition*: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition (Vol. chapter 1)*: Pearson Education Limited.

Olson, C. A., & Schwab, A. (2000). The performance effects of human resource practices: the case of interclub networks in professional baseball, 1991-1940. *Industrial Relations*, 39, 553 - 277.

Razli, I. A. (2009). *Factors Affecting New Product Development in Malaysian*

Sabel, C. F. (1993). Studied trust: building new forms of cooperation in a volatile economy. *Human Relations*, 46(9), 1133-1170.

Yin, Y. (2015). In a trust society: the social foundation, mechanism and enlightenment for individual identification. *Zhejiang Provincial Committee Party School*, 3, 84 - 90.

Mô hình tăng trưởng kinh tế bền vững tại Sơn La giai đoạn hiện nay

Hoàng Xuân Trọng
Đặng Thị Thu Huệ
Trường Đại học Tây Bắc

Trong giai đoạn 2016-2020, thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước, tỉnh Sơn La đã đạt được những thành tựu đáng kể về phát triển kinh tế xã hội, mức độ tăng trưởng hợp lý, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực... Mặc dù vậy, trong giai đoạn tới, tỉnh Sơn la cần xác định đúng mô hình tăng trưởng kinh tế để hoạch định chính sách phù hợp nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững, chú trọng đến các nhân tố đầu vào lợi thế, nâng cao vai trò của năng suất các nhân tố tổng hợp (TFP).

1. Khái quát về các mô hình tăng trưởng kinh tế

Mô hình tăng trưởng kinh tế lý giải sự phát triển kinh tế thông qua các biến số kinh tế và mối quan hệ giữa chúng. Đồng thời cũng nhấn mạnh vai trò của các yếu tố đầu vào L (lao động), K (vốn), R (tài nguyên), TFP (năng suất các yếu tố tổng hợp) và đưa ra các chính sách phù hợp để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tùy thuộc vào lợi thế so sánh, lợi thế nguồn lực của từng địa phương và quan điểm lãnh đạo, chỉ đạo của địa phương trong từng thời kỳ mà lựa chọn các mô hình tăng trưởng kinh tế khác nhau. Tuy nhiên mô hình tăng trưởng tối ưu là mô hình tăng trưởng bền vững và hướng đến mục tiêu tiến bộ xã hội.

Lịch sử phát triển kinh tế ở mỗi quốc gia, mỗi địa phương cho thấy, tùy theo quan niệm khác nhau của các nhà lãnh đạo đã lựa chọn những mô hình tăng trưởng kinh tế khác nhau. Có thể hệ thống lại các mô hình tăng trưởng kinh tế sau:

+ Mô hình tăng trưởng kinh tế theo chiều rộng có đặc trưng là quy mô và tốc độ tăng trưởng kinh tế chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên, sử dụng lao động và vốn trong đó chủ yếu vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Năng suất lao động thấp, chất lượng tăng trưởng thấp, sức cạnh tranh của nền kinh tế không cao, tài nguyên thiên nhiên dễ bị khai thác kiệt quệ. Mô hình này thường áp dụng ở những giai đoạn đầu phát triển kinh tế ở những nước đang phát triển nói chung và các địa phương nói riêng, dễ dàng mở rộng sản xuất, tạo việc làm, thu nhập nhờ vào tài nguyên thiên nhiên sẵn có và lao động giá rẻ.

+ Mô hình tăng trưởng kinh tế theo chiều sâu là dựa vào khoa học và công nghệ hiện đại, nâng cao hiệu quả, chất lượng của tăng trưởng, như: nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, tăng năng suất lao động, nâng

cao sự đóng góp của nhân tố năng suất tổng hợp (TFP), hướng hoạt động của nền kinh tế vào các ngành, lĩnh vực có giá trị gia tăng cao, giảm chi phí sản xuất, chủ động sản xuất và xuất khẩu hàng hóa có hàm lượng công nghệ cao, trên cơ sở khai thác triệt để các lợi thế của địa phương. Tăng trưởng theo chiều sâu không chỉ nâng cao chất lượng, hiệu quả nền kinh tế, mà còn gắn với bảo vệ môi trường sinh thái, cải thiện phúc lợi xã hội...

+ Mô hình tăng trưởng kết hợp giữa chiều rộng và chiều sâu: Trong quá trình phát triển kinh tế, khó có sự phân biệt rõ ràng tăng trưởng theo chiều rộng và tăng trưởng theo chiều sâu, mà chúng thường xen kẽ, kết hợp với nhau. Mô hình kết hợp giữa hai loại hình tăng trưởng này chú ý tới tăng trưởng kinh tế cả về số lượng và chất lượng, nâng cao chất lượng tăng trưởng và sức cạnh tranh; kết hợp có hiệu quả hai loại tăng trưởng trên cơ sở ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát huy lợi thế so sánh, chủ động hội nhập quốc tế.

2. Đánh giá thực trạng mô hình tăng trưởng của Sơn La giai đoạn 2016-2020

Thực hiện Nghị quyết số 05-NQ/TW ngày 01/11/2016 của Hội nghị lần thứ tư Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về một số chủ trương, chính sách lớn nhằm tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động, sức cạnh tranh của nền kinh tế, Ban Thường vụ Tỉnh ủy Sơn La đã ban hành Kế hoạch số 35-KH/TU ngày 12/12/2016 về việc tổ chức quán triệt và triển khai thực hiện Hội nghị lần thứ tư Ban chấp hành trung ương đảng khóa XII, trong đó có Nghị quyết số 05-NQ/TW; UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch số 05/KH-UBND ngày 10/01/2017 của UBND tỉnh và nhiều văn bản khác có liên quan. Chủ

trương chỉ đạo, điều hành của Tỉnh thể hiện tầm quan trọng của đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động, sức cạnh tranh của nền kinh tế và áp dụng phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương.

Theo báo cáo của Tỉnh, giai đoạn 2016-2020, cơ cấu tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) có sự dịch chuyển theo hướng tích cực: Khu vực dịch vụ tăng từ 37,2% lên 39,1%; công nghiệp - xây dựng tăng từ 29,9% lên 30,3%; nông, lâm nghiệp, thủy sản giảm từ 25,3% xuống còn 23,6%.

Tuy nhiên vẫn tồn tại những hạn chế trong quá trình áp dụng triển khai thực hiện mô hình tăng trưởng như hiệu quả sử dụng vốn còn thấp, sức cạnh tranh hạn chế, phụ thuộc vào lao động giá rẻ và sử dụng tài nguyên sẵn có. Theo báo cáo của tỉnh Sơn La, “nguồn nhân lực có sự gia tăng về số lượng, đa dạng cơ cấu, cơ bản đáp ứng yêu cầu phát triển của tỉnh, chuyển dịch theo hướng giảm lao động nông nghiệp, tăng lao động công nghiệp, dịch vụ. Các cơ sở giáo dục nghề nghiệp được kiện toàn, sắp xếp; chất lượng đào tạo nghề được nâng lên, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của xã hội; đến hết năm 2020, tỷ lệ lao động qua đào tạo ước đạt 55% (tăng 19 % so với năm 2015), đến 30/6/2021 tỷ lệ lao động qua đào tạo khoảng 55,7%. Công tác xây dựng đội ngũ cán bộ, nhất là cán bộ khoa học và công nghệ có trình độ chuyên môn, năng lực công tác được tăng cường. Đến nay, nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực khoa học và công nghệ toàn tỉnh có 2.103 người, tăng 602 người so với năm 2015.

Nông nghiệp có nhiều bước tiến, sản lượng tăng cả quy mô và chất lượng. Tuy nhiên hiệu quả chưa cao chủ yếu xuất khẩu nông sản thô, chuỗi giá trị nông sản xuất khẩu chưa được liên kết chặt chẽ giữa các khâu. Chưa chú trọng chế biến một số sản lượng nông sản chủ lực của tỉnh. Sản xuất và tiêu dùng nhiều nơi còn chưa tuân thủ chính sách bảo vệ môi trường. Trong sản xuất nông nghiệp nhiều vùng địa phương, nhiều doanh nghiệp, hợp tác xã vẫn đang sử dụng các phương thức sản xuất cũ, máy móc thiết bị lạc hậu, hiệu quả sản xuất thấp, sản phẩm, hàng hóa chưa có tính cạnh tranh cao.

Yếu tố đóng góp cho tăng trưởng theo chiều sâu như nghiên cứu khoa học đổi mới sáng tạo, phương thức quản lý, cải cách thể chế ngày càng được tăng lên. Tại báo cáo của tỉnh Sơn La, trong giai đoạn 2016 - 2020 tỉnh đã triển khai nhiều đề tài, dự án khoa học và công nghệ trong nhiều lĩnh vực liên quan đến ứng dụng và chuyển giao tiến bộ khoa học và công nghệ cao vào công tác sản xuất, chế biến nông lâm thủy sản và một số lĩnh vực khác.

Mặc dù vậy, thực trạng nghiên cứu khoa học ở

các viện nghiên cứu, trường đại học cũng còn nhiều hạn chế, chưa gắn kết quả nghiên cứu vào đào tạo, đội ngũ nghiên cứu còn phân tán, năng lực nghiên cứu còn chưa xứng với tiềm năng và yêu cầu phát triển. Chưa có nhiều công trình chất lượng cao, chưa có nhiều sản phẩm hữu ích và khả năng thương mại hóa sản phẩm công nghệ còn thấp. Tỉnh cũng đã có các chính sách hỗ trợ như miễn giảm thuế thu nhập đối với doanh nghiệp công nghệ, trích lập quỹ khoa học công nghệ, hỗ trợ tín dụng tuy nhiên chính sách chưa được nhiều doanh nghiệp biết đến, thủ tục còn rườm rà.

3. Một số kiến nghị, đề xuất

Để thực hiện một trong những mục tiêu mà Đại hội Đảng bộ tỉnh Sơn La lần thứ XV, nhiệm kỳ 2020 – 2025 đã đề ra là “Thúc đẩy tăng trưởng xanh; xây dựng tỉnh Sơn La phát triển nhanh và bền vững; trở thành trung tâm phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao của vùng Tây Bắc”, trước mắt, trong thời gian tới, cần thực hiện một số giải pháp sau:

3.1. Tăng cường sự đóng góp kết quả nghiên cứu khoa học vào tăng trưởng kinh tế

Chủ trương của tỉnh trong giai đoạn tới cũng đầy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ nhất là công nghệ cao trong lĩnh vực nông nghiệp. Tuy nhiên để khoa học công nghệ là yếu tố động lực thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, trong thời gian tới, tỉnh Sơn La cần thực hiện một số giải pháp sau:

Một là, phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, thúc đẩy nghiên cứu, đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp, cải thiện năng lực chuyên môn của đội ngũ triển khai, nâng cao chất lượng nghiên cứu khoa học. Hệ sinh thái này thành phần chính gồm nhà nước, doanh nghiệp và cơ sở nghiên cứu. Trong đó, doanh nghiệp là trung tâm của, là động lực của quá trình tăng trưởng và nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế. Cần ưu tiên, ưu đãi cho một số loại hình doanh nghiệp; có chính sách thúc đẩy ứng dụng khoa học-công nghệ, khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện đầu tư đổi mới công nghệ; bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ.

Hai là, thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học, phát triển thị trường công nghệ. Quan tâm các vấn đề liên quan đến bản quyền, sáng chế để các sản phẩm khoa học mang thuộc tính hàng hóa. Đồng thời có các giải pháp từ cơ chế, chính sách đến thực tiễn như tổ chức hội chợ khoa học công nghệ, trưng bày, giới thiệu đến cộng đồng, doanh nghiệp các sản phẩm và tiến bộ khoa học công nghệ trong các lĩnh vực đời sống, xã hội, từng bước hình thành cầu công nghệ, từ đó thúc đẩy quan hệ cung cầu.

Ba là, hình thành vườn ươm doanh nghiệp khởi nghiệp. Từ những khó khăn trên thực tiễn khi phát triển thị trường sản phẩm khoa học công nghệ như các cơ sở nghiên cứu có khả năng nghiên cứu, sáng tạo ra những sản phẩm nhưng sản phẩm dịch vụ chủ yếu mang tính hàn lâm, học thuật. Trong khi doanh nghiệp có năng lực quản lý vận hành, đưa ra thị trường các sản phẩm dịch vụ thông qua các mô hình kinh doanh nhưng lại hạn chế về nhân lực nghiên cứu để hình thành sản phẩm khoa học công nghệ.

3.2. Phát huy nguồn lực con người là yếu tố cơ bản cho sự phát triển nhanh và bền vững

Sơn La có số người trong độ tuổi lao động trong tỉnh tương đối dồi dào, tuy nhiên chủ yếu là lao động phổ thông chưa được qua đào tạo, thiếu nhiều nguồn nhân lực chất lượng cao để thực hiện áp dụng khoa học công nghệ cao vào trong sản xuất, chế biến sản phẩm chất lượng cao, nâng cao giá trị của sản phẩm. Năng suất lao động là động lực chính tác động tới tăng trưởng kinh tế. Mô hình tăng trưởng thay đổi thực sự rõ nét và bền vững khi biến động cùng chiều của GDP và năng suất lao động. Tăng cường đầu tư cho phát triển nguồn nhân lực được thể hiện trực tiếp nhất trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo, vì “đầu tư cho giáo dục và đào tạo là đầu tư cho phát triển”. Tập trung đầu tư vào nguồn lao động theo hướng nâng cao chất lượng đào tạo, nâng cao trình độ tri thức và tay nghề để tiếp thu khoa học kỹ thuật, công nghệ tiên tiến.

3.3. Mở rộng các cơ sở chế biến, tiêu thụ nông sản đặc sản, địa phương

Sơn La có thế mạnh trong sản xuất nông nghiệp, giai đoạn này cần chú trọng phát triển ngành công nghiệp chế biến và ngành công nghiệp hỗ trợ nông nghiệp để tận dụng lợi thế của địa phương. Bên cạnh việc thu hút đầu tư thì cần tạo cơ chế hỗ trợ các doanh nghiệp trong tỉnh mở rộng quy mô sản xuất, thu hút nguồn lao động tại chỗ. Các doanh nghiệp, cơ sở chế biến, tiêu thụ nông sản địa phương thường gặp khó khăn về giá nguyên liệu nông sản hay thị trường tiêu thụ sản phẩm. Vì vậy để giúp nhà chế biến nông sản giữ được vị trí cạnh tranh, Nhà nước cần phải có cơ chế bảo hộ giá để không làm chênh lệch giá nguyên liệu đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tìm kiếm thị trường đặc biệt là thị trường quốc tế. Quá trình toàn cầu hóa sẽ làm cho thị trường hàng hóa thay đổi, biên giới giữa các quốc gia cũng thay đổi theo sự có mặt về văn hóa của nước này tại quốc gia khác.

3.4. Tập trung sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm mũi nhọn của tỉnh là cây công nghiệp như chè, cà phê.

Một trong những giải pháp thực hiện tăng

trưởng của tỉnh là “khai thác, phát huy tiềm năng và nâng cao và nâng cao giá trị gia tăng các ngành công nghiệp thế mạnh của địa phương gắn với xây dựng thương hiệu, tìm kiếm, mở rộng thị trường tiêu thụ và đẩy mạnh xuất khẩu”. Chè và cà phê là loại cây công nghiệp chủ lực, có diện tích trồng lớn và mang lại giá trị kinh tế cao cho Sơn La. Tuy nhiên để nâng cao chất lượng hiệu quả và duy trì ổn định sản xuất cần đồng thời đảm bảo sự bền vững môi trường, việc khai thác phải luôn gắn với quy trình chăm sóc đúng cách có giải pháp sử dụng phân bón, cải tạo đất chống suy thoái, nâng cao năng suất chất lượng đồng thời có giải pháp bảo vệ môi trường. Cùng với việc ổn định và phát triển về quy mô Sơn La phải quan tâm tới phát triển công nghiệp chế biến các sản phẩm từ cây công nghiệp, thị trường tiêu thụ, đặc biệt là việc hướng tới hướng đến các tiêu chuẩn xuất khẩu, chú trọng các thị trường có khả năng tiêu thụ lớn.

3.5. Cải tiến thể chế, chính sách kinh tế - xã hội

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 làm thay đổi nhanh chóng tình hình kinh tế, xã hội và đời sống của con người, đòi hỏi các quyết sách phải được đưa ra kịp thời, đúng định hướng. Chính sách phải tạo sự ổn định và thúc đẩy phát triển, hướng tới người dân. Khắc phục sự chông chéo về chức năng giữa các cơ quan, tổ chức để nâng cao hiệu quả lãnh đạo và quản lý. Đổi mới và hoàn thiện hệ thống chính sách kinh tế, bảo vệ môi trường và đảm bảo công bằng xã hội. Theo đó, hệ thống chính sách kinh tế phải đổi mới theo hướng tạo mọi điều kiện huy động các nguồn lực cho tăng trưởng kinh tế và nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh, tăng thu nhập cho người lao động./.

Tài liệu tham khảo

Tỉnh ủy Sơn La. Báo cáo Sơ kết 05 năm thực hiện Nghị quyết số 05-NQ/TW của Hội nghị lần thứ 4, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về một số chủ trương, chính sách lớn nhằm tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động, sức cạnh tranh của nền kinh tế. Báo cáo của Tỉnh ủy Sơn La, tháng 7/2021.

Bùi Quang Tuấn, Hà Huy Ngọc. Mô hình tăng trưởng dựa vào khoa học – công nghệ và đổi mới sáng tạo. NXB. CTQGST, năm 2021.

Ngô Thắng Lợi, Phan Thị Nhiệm. Kinh tế phát triển dành cho cao học kinh tế. Sách chuyên khảo. Năm 2009.

Nguyễn Ngọc Sơn, Bùi Đức Tuấn. Giáo trình Kinh tế phát triển. NXB. Tài chính, năm 2012.