



Tập chí

TÀI CHÍNH - QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - QUẢN TRỊ KINH DOANH

JOURNAL OF FINANCE AND BUSINESS ADMINISTRATION

TẠP CHÍ
TÀI CHÍNH -
QUẢN TRỊ KINH DOANH
Số 33 - Tháng 03/2024

TÒA SOẠN
Trường Đại học
Tài chính - Quản trị kinh doanh,
Trung Trắc, Văn Lâm, Hưng Yên.

Điện thoại: 02213.980.757
Website: <http://tcqtkd.edu.vn>

Email:
tapchitcqtqd@ufba.edu.vn

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:
NGUYỄN TRỌNG NGHĨA

THƯ KÝ:
ĐÀO VĂN TÚ

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:
LÊ TUẤN HIỆP

LÊ VĂN BÈN
ĐẶNG VĂN THANH

NGUYỄN HUY CƯỜNG
NGUYỄN THÀNH ĐỘ

NGUYỄN THỊ BÍCH ĐIỆP
NGUYỄN QUANG HIỆP

ĐỖ ĐỨC MINH
ĐỖ THỊ MINH NHÂM

NGUYỄN THỊ CẨM THÚY
NGUYỄN THỊ THÚY

NGUYỄN XUÂN TRUNG
ĐỖ TIẾN TỚI

TRỊ SỰ:
ĐỖ MINH NGỌC

ISSN 2525 - 2305

In 500 cuốn, khổ 19x27 cm.

Giấy phép hoạt động báo chí số:
723/GP-BTTTT, Bộ Thông tin và
Truyền thông cấp ngày 29/12/2015.

In tại công ty TNHH In & Thương
mại Thái Dương, phường Minh
Khai, quận Bắc Từ Liêm, Thành Phố
Hà Nội. In xong và nộp lưu chiểu
Quý II Năm 2024

MỤC LỤC

- Nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các doanh nghiệp
bất động sản - xây dựng niêm yết ở Việt Nam
Nguyễn Thị Cẩm Thúy 3
- Tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu tại các
đơn vị thành viên của Tổng công ty công nghiệp Xi măng
Việt Nam
Nguyễn Thanh Huyền, Đỗ Văn Lương,
Trịnh Thị Thu Hoà 12
- Kinh nghiệm quốc tế về chính sách tài chính nhằm phát
triển mô hình kinh tế chia sẻ và bài học cho Việt Nam
Trần Thị Hà, Nguyễn Thị Hương 20
- Quyết định đi du lịch của cộng đồng đồng tính luyến ái
tại Việt Nam: Vai trò của hình ảnh điểm đến và các hoạt
động dành cho cộng đồng đồng tính luyến ái
Nguyễn Quỳnh Giang, Phùng Mai Hương,
Nguyễn Khánh Linh, Cao Phương Uyên,
Đỗ Hương Giang 27
- Nguyên tắc cơ bản để truyền đạt hiệu quả kiến thức
Nguyễn Trọng Nghĩa 37
- Kinh nghiệm phát triển kinh tế số của một số nước
Đông Nam Á - Bài học cho Việt Nam
Bùi Văn Bằng 41
- Hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp
trong đào tạo nguồn nhân lực hiện nay
Nguyễn Thị Phương Thùy, Vũ Đức Anh,
Phạm Thị Thu Hương 50
- Nâng cao giám sát giao dịch nội gián trên thị trường
chứng khoán Việt Nam
Phạm Tiến Đạt, Nguyễn Thị Hương 59
- Kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp
Nguyễn Thị Thủy 67
- Doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử ở Việt Nam:
Lợi ích và rủi ro
Nguyễn Thị Thùy Linh 77

EDITORIAL OFFICE

**The University of Finance and
Business Administration,**

Trung Trac, Van Lam, Hung Yen

Tel: (84.4) 2213.980.757

Website: <http://tcqtkd.edu.vn>

Email:

tapchitcqtkd@ufba.edu.vn

DEP. EDITOR-IN-CHIEF:

NGUYEN TRONG NGHIA

EDITORIAL SECRETARY:

DAO VAN TU

EDITORIAL BOARD:

LE TUAN HIEP

LE VAN BEN

DANG VAN THANH

NGUYEN HUY CUONG

NGUYEN THANH DO

NGUYEN THI BICH DIEP

NGUYEN QUANG HIEP

DO DUC MINH

DO THI MINH NHAM

NGUYEN THI CAM THUY

NGUYEN THI THUY

NGUYEN XUAN TRUNG

DO TIEN TOI

MANAGER

DO MINH NGOC

ISSN 2525 – 2305

THE TABLE OF CONTENTS

1	Factors affecting the capital structure of listed real estate - construction enterprises in Vietnam	Nguyen Thi Cam Thuy	3
2	Organizing of information processing according to revenue centers at member units of Vietnam Cement industry Corporation	Nguyen Thanh Huyen, Do Van Luong, Trinh Thi Thu Hoa	12
3	International experience on financial policy to develop a shared economic model and lessons for Vietnam	Tran Thi Ha, Nguyen Thi Huong	20
4	Travel decisions of the LGBT community in Vietnam: the role of destination image and LGBT activities	Nguyen Quynh Giang, Phung Mai Huong, Nguyen Khanh Linh, Cao Phuong Uyen, Do Huong Giang	27
5	Basic principles for effective knowledge communication	Nguyen Trong Nghia	37
6	Experience in developing the digital economy of some Southeast Asian countries - Lessons for Vietnam	Bui Van Bang	41
7	Cooperation between higher education institutions and enterprises in current human resource training	Nguyen Thi Phuong Thuy, Vu Duc Anh, Pham Thi Thu Huong	50
8	Improvement of supervision of insider trading in Vietnam's stock market	Pham Tien Dat, Nguyen Thi Huong	59
9	Circular economy in Vietnam: Situation and solutions	Nguyen Thi Thuy	67
10	Enterprises use e-commerce in Vietnam: Benefits and risks	Nguyen Thi Thuy Linh	77

NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CẤU TRÚC VỐN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BẤT ĐỘNG SẢN - XÂY DỰNG NIÊM YẾT Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Cẩm Thúy¹

Ngày nhận bài: 27/11/2023
Ngày nhận bài sửa: 03/01/2024
Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Bài viết này nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các doanh nghiệp bất động sản - xây dựng niêm yết ở Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2016-2021. Các nhân tố ảnh hưởng mà bài viết đề cập gồm có: Sức sinh lợi của tài sản, sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu, tỷ lệ thay đổi của tổng tài sản, tính thanh khoản, quy mô doanh nghiệp, tỷ lệ tăng trưởng nền kinh tế và tỷ lệ lạm phát nền kinh tế. Kết quả của nghiên cứu cho thấy rằng sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu và quy mô doanh nghiệp có ảnh hưởng cùng chiều đến cấu trúc vốn, gồm cả hệ số nợ so với tổng nguồn vốn và hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu. Trong khi đó, sức sinh lợi của tài sản và tính thanh khoản có ảnh hưởng ngược chiều đến cấu trúc vốn, gồm cả hệ số nợ so với tổng nguồn vốn và hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu. Tỷ lệ thay đổi tổng tài sản và tỷ lệ lạm phát nền kinh tế có ảnh hưởng cùng chiều lên hệ số nợ so với tổng nguồn vốn nhưng chưa có cơ sở để kết luận về sự ảnh hưởng đến hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu. Với tỷ lệ tăng trưởng nền kinh tế thì chưa đủ cơ sở kết luận sự ảnh hưởng đến cả hệ số nợ so với tổng nguồn vốn và hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu.

Từ khóa: Cấu trúc vốn, niêm yết, bất động sản, xây dựng, Việt Nam.

FACTORS AFFECTING THE CAPITAL STRUCTURE OF LISTED REAL ESTATE - CONSTRUCTION ENTERPRISES IN VIETNAM

Abstract: This article studies factors affecting the capital structure of listed real estate and construction enterprises in Vietnam in the period from 2016-2021. The influencing factors that the article mentions include: Return on assets, return on equity, rate of change of total assets, liquidity, enterprise size, economic growth rate and economic inflation rate. The results of the study show that the profitability of equity and business size have a positive influence on capital structure, including the ratio of debt to total capital and the ratio of debt to equity. Meanwhile, asset profitability and liquidity have a negative impact on capital structure, including the ratio of debt to total capital and the ratio of debt to equity. The rate of change in total assets and the economic inflation rate have the same influence on the ratio of debt compared to total capital, but there is no basis to conclude about the influence on the ratio of debt compared to equity. With the economic growth rate, there is not enough basis to conclude the impact on both the ratio of debt to total capital and the ratio of debt to equity.

Keywords: Capital structure, listing, real estate, construction, Vietnam.

1. Giới thiệu

Về bản chất, cấu trúc vốn của doanh nghiệp phản ánh tỷ trọng nợ phải trả và tỷ trọng vốn chủ sở hữu chiếm trong tổng số nguồn vốn của doanh nghiệp. Cấu trúc vốn có thể được xem xét cả về nghĩa hẹp và nghĩa rộng. Theo nghĩa

hẹp, cấu trúc vốn phản ánh cơ cấu nguồn tài trợ tài sản của doanh nghiệp, mà qua đó người sử dụng thông tin có thể biết được tỷ trọng của từng bộ phận nguồn tài trợ chiếm trong tổng số nguồn tài trợ tài sản của doanh nghiệp, đánh giá tính hợp lý của cơ cấu nguồn tài trợ, chính

¹ Tiến sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, Email: camthuy.cpa@gmail.com

sách huy động nguồn tài trợ cũng như an ninh tài chính của doanh nghiệp. Theo nghĩa rộng, cấu trúc vốn còn phản ánh cơ cấu tài sản và mối quan hệ giữa tài sản với nguồn hình thành tài sản. Qua đó, người sử dụng thông tin còn đánh giá được tình hình sử dụng và tình hình huy động vốn cũng như chính sách sử dụng vốn của doanh nghiệp. Đây là các căn cứ quan trọng để nhà quản lý ra các quyết định điều chỉnh chính sách huy động vốn và sử dụng vốn của mình, đảm bảo cho doanh nghiệp có một cấu trúc vốn lành mạnh, hiệu quả, tránh được rủi ro trong kinh doanh.

Với số vốn đầu tư toàn xã hội cho ngành xây dựng khoảng 40 - 50 tỷ USD/năm giai đoạn 2021 - 2025. Mục tiêu kinh tế số ngành xây dựng năm 2025 chiếm 20% tổng số đóng góp của toàn ngành vào tăng trưởng GDP chung cả nước. Lĩnh vực xây dựng chiếm 30% - 40% tổng vốn đầu tư xã hội. Theo số liệu được Bộ Xây dựng công bố tại Hội nghị tổng kết năm 2021 thì cả năm giá trị tăng thêm của ngành Xây dựng ước tính tăng 0,2 - 0,5% so với năm 2020. Thị trường bất động sản và xây dựng Việt Nam vẫn có nhiều cơ hội được hình thành từ các yếu tố: (i) Những động thái của Chính phủ về chính sách - pháp lý hỗ trợ ngành bất động sản; (ii) Các chủ đầu tư Việt Nam với năng lực ngày càng lớn mạnh; (iii) Nguồn vốn FDI vào lĩnh vực bất động sản tiếp tục gia tăng; (iv) Xu hướng hồi hương tránh dịch COVID-19 của kiều bào; (v) Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA) được thông qua; (vi) Cơ sở hạ tầng ngày càng được quan tâm đầu tư tại nhiều tỉnh, thành tạo động lực thu hút nhà đầu tư bất động sản. Với ý nghĩa và thực trạng đó, việc tìm hiểu sự tác động của các nhân tố đến cấu trúc vốn của doanh nghiệp niềm ý là cần thiết, có ý nghĩa thực tiễn to lớn.

2. Cơ sở lý thuyết

Trên thế giới và ở Việt Nam, đã có nhiều nghiên cứu về cấu trúc vốn. Lý thuyết cấu trúc vốn (trade-off theory of capital structure) hiện đại do tác giả Modigliani and

Miller công bố vào năm 1958, thường gọi là lý thuyết M&M cho rằng cấu trúc vốn không ảnh hưởng đến giá trị doanh nghiệp. Tuy nhiên các giả định trong mô hình M&M đưa ra chỉ tồn tại trong điều kiện thị trường hiệu quả. Nếu trong điều kiện có thuế thì đòn bẩy tài chính làm tăng giá trị doanh nghiệp bằng đúng phần thuế tiết kiệm được. Khi xét đến chi phí tài chính do sử dụng nợ thì lý thuyết đánh đổi cho rằng doanh nghiệp nào gặp khó khăn về tài chính thì sẽ sử dụng ít nợ hơn trong cấu trúc vốn của mình.

Khi đề cập đến lý thuyết cấu trúc vốn thì không thể không đề cập đến lý thuyết trật tự phân hạng (Pecking Order Theory) của tác giả Fama and French công bố năm 2002, Frank and Goyal công bố năm 2003. Lý thuyết này đưa ra mối quan hệ ngược chiều giữa cấu trúc vốn nghiêng về nợ với hiệu quả kinh doanh. Tác giả đã luận giải dựa trên vấn đề bất đối xứng thông tin khi cho rằng chỉ các doanh nghiệp có hiệu quả kinh doanh kém, lợi nhuận tích lũy không đủ để tài trợ cho hoạt động của doanh nghiệp nên mới vay vốn bên ngoài. Bên cạnh đó có một vài nghiên cứu đề cập thêm về các lý thuyết này như nghiên cứu của Goyenko et al., (2009), Kayhan and Titman (2007)...

Bên cạnh các lý thuyết nền tảng về cấu trúc vốn, đã có nhiều nghiên cứu thực nghiệm về các nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn. Nghiên cứu của Frank and Goyal (2008), Frank and Goyal (2009), Harris and Roark (2019), Bancel and Mittoo (2004), De Jong et al., (2008) cho rằng cấu trúc vốn của doanh nghiệp không chỉ bị ảnh hưởng bởi các nhân tố cụ thể của doanh nghiệp đó như quy mô doanh nghiệp, tuổi doanh nghiệp, khả năng sinh lợi, khả năng thanh toán, đòn bẩy kinh doanh..., mà còn bởi các nhân tố cụ thể theo quốc gia như tỷ lệ lạm phát, tỷ lệ tăng trưởng kinh tế, tỷ lệ lãi suất... Kết quả nghiên cứu cho thấy cả những nhân tố thuộc về doanh nghiệp và những nhân tố thuộc về quốc gia đều có ảnh hưởng nhất định đến cấu trúc vốn. Các

nghiên cứu này cũng đề cập đến các nhân tố tương tự với các nghiên cứu của Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020), Kremp and Stoss (2001), Chen (2004), Gau et al (2005), Pandey (2004), Deesomsak et al (2004), Koksai, B. and Orman, C. (2015), Khémiri, W. and Noubbish, H. (2018), Frank, M.Z. and Goyal, V.K. (2009),....

Ở Việt Nam, cũng có nhiều nghiên cứu về cấu trúc vốn như: nghiên cứu về tác động của cấu trúc vốn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa của Hà Thị Thanh Nga, Ngô Thùy Dương (2019) đã nêu khái quát về cấu trúc vốn của doanh nghiệp nhỏ và vừa, đề cập đến các chỉ tiêu phản ánh cấu trúc vốn chủ yếu như hệ số nợ, hệ số vốn chủ sở hữu, hệ số nợ ngắn hạn, hệ số nợ dài hạn... Bài viết về cấu trúc vốn và hiệu quả kinh doanh các doanh nghiệp ngành xây dựng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam của tác giả Cao Mai Quỳnh và Nguyễn Minh Nguyệt nhằm mục đích phân tích mối quan hệ giữa cấu trúc vốn với hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp ngành xây dựng, số liệu sử dụng được thu thập từ báo cáo tài chính của 99 công ty xây dựng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam từ năm 2015 đến năm 2019. Bài viết về cấu trúc vốn và thay đổi cấu trúc vốn của công ty phi tài chính niêm yết tại Việt Nam của tác giả Trần Đình Vân và Đinh Thị Ngọc Mai đã tập trung vào đánh giá cấu trúc vốn và thay đổi cấu trúc vốn của công ty niêm yết tại Việt Nam qua dữ liệu thu thập từ báo cáo tài chính của 71 công ty phi tài chính giai đoạn 2015 - 2019. Kết quả phân tích cho thấy thay đổi cấu trúc vốn mạnh nhất ở đầu giai đoạn, sau đó mức độ thay đổi giảm dần, tập trung rõ rệt hơn về cuối giai đoạn, các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán Hà Nội có xu hướng tăng hệ số nợ trong khi các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh có xu hướng giảm hệ số nợ. Trên cơ sở các lý thuyết đó, bài viết tiến hành nghiên cứu và vận dụng một cách phù

hợp với đặc điểm về phạm vi nghiên cứu và thời gian nghiên cứu cũng như không gian nghiên cứu.

3. Thiết kế nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Dữ liệu được thu thập từ báo cáo tài chính sau kiểm toán của các doanh nghiệp bất động sản – xây dựng niêm yết ở Việt Nam trong giai đoạn từ 2016-2021. Việc thu thập, xử lý dữ liệu được tiến hành qua các bước cơ bản sau:

- Bước 1: Tác giả thu thập dữ liệu niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán TP.HCM (HOSE) và sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX).

- Bước 2: Tác giả tiến hành kiểm tra dữ liệu, loại trừ những dữ liệu bị ngắt quãng hoặc dữ liệu có vấn đề.

- Bước 3: Sau khi thực hiện làm sạch dữ liệu ở bước 2, còn lại 123 công ty có dữ liệu đạt yêu cầu để đưa vào nghiên cứu. Với đặc thù dữ liệu nghiên cứu từ năm 2016 đến 2021 tính cho các doanh nghiệp nên mô hình dữ liệu bảng được coi là phù hợp để nghiên cứu.

- Bước 4: Dữ liệu sau khi được thu thập, làm sạch và tính toán sẽ được đưa vào phần mềm STATA phiên bản 15 để phân tích. Các mô hình cơ bản như Pool OLS, Fixed effect và Random effect sẽ được tác giả sử dụng trước tiên. Kiểm định Hausman sử dụng để tìm ra mô hình phù hợp (giữa Fixed effect và Random effect) đối với dữ liệu nghiên cứu thực tế. Sau khi lựa chọn được mô hình Fixed effect hoặc Random effect, tác giả tiếp tục tiến hành kiểm định tự tương quan và phương sai thay đổi. Trên cơ sở đó, tác giả thực hiện hồi quy để có kết quả hồi quy cuối cùng.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, cấu trúc vốn - là biến phụ thuộc được đo lường qua chỉ tiêu hệ số nợ so với tổng nguồn vốn và Hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu. Trong khi đó, các biến độc lập gồm có: khả năng sinh lợi của tài sản, khả năng sinh lợi của vốn chủ sở hữu, tỷ lệ thay đổi của tổng

tài sản, tính thanh khoản, quy mô doanh nghiệp, tỷ lệ tăng trưởng GDP và tỷ lệ lạm phát nền kinh tế. Các chỉ tiêu được tính toán theo công thức ở Bảng 1 sau:

Bảng 1: Công thức tính giá trị các chỉ tiêu

TT	CHỈ TIÊU	CÔNG THỨC TÍNH	ĐVT	NGUỒN
Biến phụ thuộc				
1	Hệ số nợ so với tổng nguồn vốn (H _{NV})	Nợ phải trả/Tổng nguồn vốn cuối năm	Lần	Nguyễn Văn Công (2010) Nguyễn Năng Phúc (2008) Hà Thị Thanh Nga, Ngô Thùy Dương (2019)
2	Hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu (H _{VC})	Nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu cuối năm	Lần	Nguyễn Văn Công (2010) Nguyễn Năng Phúc (2008) Hà Thị Thanh Nga, Ngô Thùy Dương (2019)
Biến độc lập				
1	Khả năng sinh lợi của vốn chủ sở hữu (ROE)	Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu cuối năm	Lần	Nguyễn Văn Công (2010) Nguyễn Năng Phúc (2008) Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020) Booth et al., (2001) Koksal and Orman (2015)
2	Khả năng sinh lợi của tài sản (ROA)	Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản cuối năm	Lần	Nguyễn Văn Công (2010) Nguyễn Năng Phúc (2008) Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020) Booth et al., (2001) Koksal and Orman (2015)
3	Tỷ lệ thay đổi của tổng tài sản (T _{TS})	(Tổng tài sản năm T – Tổng tài sản năm T-1) / Tổng tài sản năm T-1	Lần	Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020) Harris and Roark, (2019)
4	Tính thanh khoản (LIQ)	Tài sản ngắn hạn cuối năm/ Nợ phải trả ngắn hạn cuối năm	Lần	Nguyễn Văn Công (2010) Nguyễn Năng Phúc (2008) Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020) Khémiri and Noubbish (2018)
5	Quy mô doanh nghiệp (SIZE)	Logarit của tổng tài sản cuối năm		Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020) Bates et al., (2009) Frank and Goyal (2009) Harris and Roark, (2019) Memon et al., (2018)
6	Tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDP)	Tỷ lệ tăng trưởng GDP	%	Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020) Booth et al., (2001) Harris and Roark, (2019) Khémiri and Noubbish (2018)
7	Tỷ lệ lạm phát nền kinh tế (IR)	Tỷ lệ lạm phát nền kinh tế	%	Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020) Booth et al., (2001) Harris and Roark, (2019) Khémiri and Noubbish (2018)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Trong nghiên cứu này, mô hình được xác định như sau:

$$H_{NV} = \beta_0 + \beta_1 ROE_1 + \beta_2 ROA_2 + \beta_3 T_{TS3} + \beta_4 LIQ_4 + \beta_5 SIZE_5 + \beta_6 GDP_6 + \beta_7 IR_7 + \varepsilon (1)$$

$$H_{vc} = \beta_0 + \beta_1 ROE_1 + \beta_2 ROA_2 + \beta_3 T_{TS3} + \beta_4 LIQ_4 + \beta_5 SIZE_5 + \beta_6 GDP_6 + \beta_7 IR_7 + \varepsilon \quad (2)$$

Trong đó: $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$ là các hệ số tương quan.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Kết quả thống kê cho thấy H_{nv} trung bình các doanh nghiệp đạt 0.054, trong đó giá trị lớn nhất là 1.086 và giá trị nhỏ nhất là 0.032. H_{vc} trung bình các doanh nghiệp đạt 1.822, trong đó giá trị lớn nhất là 122.119 và giá trị nhỏ nhất là -12.553. Giá trị ROE trung bình là 0.098, trong đó giá trị lớn nhất là 0.612 và giá trị nhỏ nhất là -1.176. Giá trị ROA trung bình là 0.046, trong đó giá trị lớn nhất là 0.415 và giá trị nhỏ nhất là -0.852. Giá trị T_{ts} trung bình là 0.114, trong đó giá trị lớn nhất là 2.353 và giá trị nhỏ nhất là -0.716. Giá trị LIQ trung bình là 1.927, trong đó giá trị lớn nhất là 18.251 và giá trị nhỏ nhất là 0.154. Giá trị SIZE trung bình là 14.399, trong đó giá trị lớn nhất là 19.873 và giá trị nhỏ nhất là 10.124. Giá trị GDP trung bình là 5.435,

trong đó giá trị lớn nhất là 7.08 và giá trị nhỏ nhất là 2.58. Giá trị IR trung bình là 2.929, trong đó giá trị lớn nhất là 3.539 và giá trị nhỏ nhất là 1.834.

4.2. Ma trận tương quan

Bảng 2 trình bày kết quả kiểm tra tương quan của các biến trong mô hình nghiên cứu. Hệ số tương quan chỉ ra mối quan hệ giữa hai biến với nhau. Hệ số tương quan càng lớn thì hai biến có tương quan càng chặt chẽ. Hệ số tương quan âm chỉ ra mối quan hệ ngược chiều, hệ số tương quan dương chỉ ra mối quan hệ cùng chiều giữa hai biến. Kết quả ma trận tương quan cho thấy H_{nv} có tương quan mạnh nhất với LIQ (hệ số tương quan bằng -0.4633) và tương quan yếu nhất với GDP (hệ số tương quan bằng 0.0346). H_{vc} có tương quan mạnh nhất với LIQ (hệ số tương quan bằng -0.1034) và tương quan yếu nhất với T_{ts} (hệ số tương quan bằng 0.0027). Để kiểm tra sự tác động của các biến lên H_{nv} và H_{vc} thì cần thực hiện phân tích hồi quy ở các bước tiếp theo.

Bảng 2: Ma trận tương quan

	H _{nv}	H _{vc}	ROE	ROA	T _{ts}	LIQ	SIZE	GDP	IR
H _{nv}	1.0000								
H _{vc}	0.3185	1.0000							
ROE	-0.0481	0.0089	1.0000						
ROA	-0.2991	-0.1005	0.8762	1.0000					
T _{ts}	0.0930	0.0027	0.2115	0.1396	1.0000				
LIQ	-0.4633	-0.1034	0.1433	0.2206	-0.0410	1.0000			
SIZE	0.3521	0.0559	0.0210	-0.0939	0.1668	-0.1894	1.0000		
GDP	0.0346	-0.0372	0.0847	0.0613	0.0843	0.0031	-0.0420	1.0000	
IR	0.0426	-0.0459	0.0509	0.0345	0.0185	-0.0307	-0.0231	0.05660	1.0000

Nguồn: Tính toán của tác giả

4.3. Phân tích hồi quy

Đối với mô hình có biến phụ thuộc là H_{nv}

Trước hết, tác giả thực hiện hồi quy mô hình Pool. Sau đó, tiến hành các kiểm định đa cộng tuyến, phương sai thay đổi và tự tương quan. Kết quả kiểm định cho thấy

mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến vì hệ số VIF bằng 2.22 < 10, tuy nhiên mô hình tồn tại hiện tượng phương sai thay đổi vì giá trị P-value bằng 0.00 < 5%, và có hiện tượng tự tương quan vì giá trị P-value bằng 0.00 < 5%.

Vì mô hình H_{nv} có phương sai thay đổi và hiện tượng tự tương quan nên cần thực hiện hồi quy mô hình Fe và Re, dùng kiểm định Hausman để chọn mô hình phù hợp cho các phân tích tiếp theo. Kết quả kiểm định Hausman cho giá trị P-value = 0.00 < 5%, do đó mô hình Fe được xem là phù hợp hơn mô hình Re.

Từ mô hình Fe, tác giả thực hiện kiểm tra hiện tượng phương sai thay đổi và tự tương

quan. Kết quả cho thấy mô hình Fe thì vẫn còn hiện tượng phương sai thay đổi (vì giá trị P-value < 5%) và hiện tượng tự tương quan ((vì giá trị P-value < 5%). Do đó, cần thực hiện hồi quy mô hình GLS để có kết quả hồi quy cuối cùng. Các kết quả hồi quy mô hình Pool, Fe, Re và GLS được tác giả trình bày ở Bảng 3.

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy

	(Pool) Hnv	(Fe) Hnv	(Re) Hnv	(GLS) Hnv
ROE	1.108*** (12.78)	0.261*** (4.48)	0.369*** (5.95)	0.711*** (12.10)
ROA	-2.475*** (-14.67)	-0.836*** (-7.02)	-1.051*** (-8.35)	-1.917*** (-14.55)
Tts	0.00440 (0.23)	0.0237** (2.26)	0.0360*** (3.20)	0.0403*** (4.69)
LIQ	-0.0397*** (-11.97)	-0.0206*** (-8.07)	-0.0277*** (-10.59)	-0.0303*** (-13.26)
SIZE	0.0220*** (6.57)	0.142*** (14.22)	0.0599*** (10.03)	0.0331*** (11.03)
GDP	0.00253 (0.74)	0.00746*** (4.47)	0.00421** (2.35)	0.00136 (1.19)
IR	0.00481 (0.43)	0.00865 (1.65)	0.00791 (1.37)	0.0119*** (4.32)
_cons	0.278*** (4.83)	-1.523*** (-10.28)	-0.305*** (-3.39)	0.0950** (2.04)
N	738	738	738	738
R-sq	0.452	0.458		

t statistics in parentheses

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Đối với mô hình có biến phụ thuộc là H_{vc} Tương tự, trước hết, tác giả thực hiện hồi quy mô hình Pool. Sau đó, tiến hành các kiểm định đa cộng tuyến, phương sai thay đổi và tự tương quan. Kết quả kiểm định cho thấy mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến vì hệ số VIF bằng 2.22 < 10 và không

Nguồn: Tính toán của tác giả
có hiện tượng tự tương quan vì giá trị P-value bằng 0.1296 > 5%, tuy nhiên mô hình tồn tại hiện tượng phương sai thay đổi vì giá trị P-value bằng 0.00 < 5%.

Vì mô hình H_{vc} có phương sai thay đổi nên cần thực hiện hồi quy mô hình Fe và Re, dùng kiểm định Hausman để chọn mô

hình phù hợp cho các phân tích tiếp theo. Kết quả kiểm định Hausman cho giá trị P-value bằng 0.8345 >5% nên mô hình Re được xem là phù hợp hơn mô hình Fe.

Từ mô hình Re, tác giả thực hiện kiểm tra hiện tượng phương sai thay đổi và tự

tương quan. Kết quả cho thấy mô hình Re thì vẫn còn hiện tượng phương sai thay đổi (vì giá trị P-value <5%). Do đó, cần thực hiện hồi quy mô hình GLS để có kết quả hồi quy cuối cùng. Các kết quả hồi quy mô hình Pool, Fe, Re và GLS được tác giả trình bày ở Bảng 4.

Bảng 4: Kết quả phân tích hồi quy

	(Pool) Hvc	(Fe) Hvc	(Re) Hvc	(GLS) Hvc
ROE	14.48*** (5.42)	16.63*** (4.68)	15.14*** (5.30)	11.71*** (19.34)
ROA	-29.95*** (-5.76)	-31.59*** (-4.35)	-30.57*** (-5.42)	-26.35*** (-22.24)
Tts	-0.358 (-0.61)	0.177 (0.28)	-0.153 (-0.26)	-0.145 (-1.64)
LIQ	-0.185* (-1.81)	-0.0523 (-0.34)	-0.154 (-1.37)	-0.135*** (-7.77)
SIZE	-0.0160 (-0.16)	-0.0142 (-0.02)	-0.0202 (-0.15)	0.0262* (1.65)
GDP	-0.0478 (-0.45)	-0.0689 (-0.68)	-0.0546 (-0.55)	-0.0143 (-0.90)
IR	-0.338 (-0.99)	-0.311 (-0.97)	-0.330 (-1.03)	-0.0461 (-0.90)
_cons	3.668** (2.07)	3.225 (0.36)	3.624* (1.71)	1.718*** (6.15)
N	738	738	738	738
R-sq	0.058	0.040		

t statistics in parentheses

* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

Kết quả cho thấy rằng: ROE và SIZE có ảnh hưởng cùng chiều lên cả H_{nv} và H_{vc} (hệ số beta dương và có ý nghĩa thống kê). Trong khi đó, ROA và LIQ có ảnh hưởng ngược chiều lên cả H_{nv} và H_{vc} (hệ số beta âm và có ý nghĩa thống kê). Tts, IR có ảnh hưởng cùng chiều lên H_{nv} nhưng chưa có cơ sở để kết luận về sự ảnh hưởng đến H_{vc} . Với GDP thì chưa đủ cơ sở kết luận sự ảnh hưởng đến H_{nv} và H_{vc} .

Nguồn: Tính toán của tác giả

5. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu này đề cập những ảnh hưởng của các nhân tố đến cấu trúc vốn của các doanh nghiệp bất động sản - xây dựng niêm yết ở Việt Nam trong khoảng thời gian từ năm 2016 đến năm 2021. Nghiên cứu đã tiến hành phân tích thống kê mô tả, phân tích tương quan và phân tích hồi quy. Dữ liệu nghiên cứu của 123 công ty bất động sản và xây dựng niêm yết trên sàn HOSE và sàn HNX. Biến phụ thuộc đo lường

cấu trúc vốn gồm có H_{nv} và H_{vc} ; các biến tác động đến biến phụ thuộc gồm có: ROE, ROA, T_{ts} , LIQ, SIZE, GDP, IR.

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu (ROE) và quy mô doanh nghiệp (SIZE) có ảnh hưởng cùng chiều đến cấu trúc vốn, gồm cả hệ số nợ so với tổng nguồn vốn (H_{nv}) và hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu (H_{vc}). Trong khi đó, sức sinh lợi của tài sản (ROA) và tính thanh khoản (LIQ) có ảnh hưởng ngược chiều đến cấu trúc vốn, gồm cả hệ số nợ so với tổng nguồn vốn (H_{nv}) và hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu (H_{vc}). Tỷ lệ thay đổi tổng tài sản (T_{ts}) và tỷ lệ lạm phát nền kinh tế (IR) có ảnh hưởng cùng chiều lên hệ số nợ so với tổng nguồn vốn (H_{nv}) nhưng chưa có cơ sở để kết luận về sự ảnh hưởng đến hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu (H_{vc}). Với tỷ lệ tăng trưởng nền kinh tế (GDP) thì chưa đủ cơ sở kết luận sự ảnh hưởng đến cả hệ số nợ so với tổng nguồn vốn (H_{nv}) và hệ số nợ so với vốn chủ sở hữu (H_{vc}).

Đề ngành bất động sản – xây dựng phát triển bền vững, ổn định, là nơi yên tâm đối với các nhà đầu tư trong và ngoài nước thì không thể thiếu “bàn tay nhà nước”. Để có thể vực dậy và phát triển hơn nữa nền kinh tế cũng như ngành bất động sản – xây dựng, Nhà nước Việt Nam cần hỗ trợ, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp bất

động sản – xây dựng Việt Nam đầy mạnh mẽ thụ hàng hóa, từ đó, giúp các doanh nghiệp có cơ hội mở rộng quy mô, gia tăng khối lượng tài sản doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Nhà nước cần ban hành và triển khai kịp thời và có hiệu quả các chính sách giảm nợ, giãn nợ cho các doanh nghiệp bất động sản – xây dựng bởi việc sử dụng công cụ nợ là việc rất đương nhiên đối với các doanh nghiệp bất động sản – xây dựng nói riêng và nền kinh tế nói chung, tuy nhiên, bên cạnh lợi ích mà công cụ nợ mang lại thì việc sử dụng công cụ nợ luôn tiềm ẩn rủi ro tài chính, nguy cơ phá sản.

Đối với các doanh nghiệp bất động sản – xây dựng niềm yết cần nhận diện rõ ràng, đầy đủ những nhân tố ảnh hưởng cấu trúc vốn của mình. Kết quả nghiên cứu cho thấy doanh nghiệp muốn cải thiện cấu trúc vốn thì mấu chốt là gia tăng tính thanh khoản và tăng khả năng sinh lợi của tài sản. Doanh nghiệp bất động sản- xây dựng niềm yết cần hạn chế phụ thuộc vào các khoản nợ, hãy gia tăng vốn chủ sở hữu. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp chủ động được tài chính, mức độ tự chủ tài chính sẽ cao hơn và gia tăng độ an toàn tài chính cho doanh nghiệp. Khi đó doanh nghiệp có thể tồn tại và vượt qua được những biến cố, biến động từ môi trường kinh tế cũng như trong quá trình kinh doanh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Công (2010), “Giáo trình Phân tích báo cáo tài chính”, *Nhà xuất bản Đại học Giáo dục Việt Nam*.
2. Hà Thị Thanh Nga, Ngô Thùy Dương (2019), “Tác động của cấu trúc vốn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa”, *Tạp chí Tài chính online*.
3. Nguyễn Năng Phúc (2008), “Giáo trình Phân tích báo cáo tài chính”, *Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân*.
4. Cao Mai Quỳnh, Nguyễn Minh Nguyệt (2021), “Cấu trúc vốn và hiệu quả kinh doanh các doanh nghiệp ngành xây dựng niềm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam”, *Kỷ yếu hội thảo quốc gia Đại học Lao động xã hội*.
5. Trần Đình Vân, Đinh Thị Ngọc Mai (2021), “Cấu trúc vốn và thay đổi cấu trúc vốn của công ty phi tài chính niềm yết tại Việt Nam”, *Kỷ yếu hội thảo quốc gia Đại học Lao động xã hội*.
6. Modigliani, F. and Miler, M.H. (1958), “The cost of capital, corporation finance and the theory of investment”, *The American Economic Review*, Vol.48 No.3.

7. Fama, E.F. and French, K.R. (2002), “Testing tradeoff and pecking order predictions about dividends and debt”, *Review of Financial Studies*, Vol.15 No.1.
8. Frank, M. and Goyal, V. (2003), “Testing the pecking order theory of capital structure”, *Journal of Financial Economics*, Vol.67.
9. Goyenko, R.Y., Holden, C.W. and Trzcinka, C.A. (2009), “Do liquidity measures measure liquidity?”, *Journal of Financial Economics*, Vol.92 No.2.
10. Kayhan, A. and Titman, S. (2007), “Firms’ histories and their capital structure”, *Journal of Financial Economics*, Vol.83 No.1.
11. Abdulazeez Y.H. Saif-Alyousfi (2020), “Determinants of capital structure: evidence from Malaysian firms”, *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, Vol. 12 No. 3/4.
12. Bancel, F. and Mittoo, U. (2004), “Cross-country determinants of capital structure choice: a survey of European firms”, *Financial Management*, Vol.33 No.4.
13. Booth, L., Aivazian, V., Hunt, A. and Maksimovic, D. (2001), “Capital structure in developing country”, *The Journal of Finance*, Vol.56 No.1.
14. De Jong, A., Kabir, R. and Nguyen, T.T. (2008), “Capital structure around the world: the roles of firm and country-specific determinants”, *Journal of Banking and Finance*, Vol.32 No.9.
15. Koksall, B. and Orman, C. (2015), “Determinants of capital structure: evidence from a economy”, *Small Business Economics*, Vol.44 No.2.
16. Khémiri, W. and Noubbish, H. (2018), “Determinants of capital structure: evidence from sub-Saharan African firms”. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, Vol.70 No.11.
17. Bates, T.W., Kahle, K.M and Stulz, R.M. (2009), “Why do US firms hold so much more cash than they used to?”, *The Journal for Finance*, Vol.64 No.3.
18. Chen, J.J. (2004), “Determinants of capital structure of Chinese-listed companies”, *Journal of Business Research*, Vol.57, No.12.
19. Frank, M.Z. and Goyal, V.K. (2008), “Trade-off and pecking order theory of capital structure”, *The Journal for Financial Economics*, pp.135-202.
20. Frank, M.Z. and Goyal, V.K. (2009), “Capital structure decisions: which factors are reliably important?”, *Financial Management*, Vol.38 No.1.
21. Harris, C. and Roark, S. (2019), “Cash flow risk and capital structure decision”, *Finance Research Letters*, Vol.29 No.3.
22. Menon, Z.a., Chen, Y., Tauni, M.Z, and Ali, H. (2018), “The impact of cash flow volatility on firm leverage and debt maturity structure: evidence from China”, *China Finance Review International*, Vol.8 No.1.
23. Gaud, P., Jani, E. Hoesli, M. and Bender, A. (2005), “The capital structure of Swiss companies: an empirical analysis using dynamic panel data”, *European Financial Management*, Vol.11 No.1.
24. Pendey, I.M. (2004), “Capital structure, proffitability and market structure:evidence from Malaysia”, *Asia Pacific Journal of Economics and Business*, Vol.8 No.2.

TỔ CHỨC XỬ LÝ THÔNG TIN THEO TRUNG TÂM DOANH THU TẠI CÁC ĐƠN VỊ THÀNH VIÊN CỦA TỔNG CÔNG TY CÔNG NGHIỆP XI MĂNG VIỆT NAM

Nguyễn Thanh Huyền¹, Đỗ Văn Lương², Trịnh Thị Thu Hoà³

Ngày nhận bài: 20/12/2023
Ngày nhận bài sửa: 30/02/2024
Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Kế toán quản trị (KTQT) là công cụ quan trọng trong quản trị doanh nghiệp. Kế toán trách nhiệm (KTTN) là một trong những nội dung của KTQT, là công cụ hữu hiệu giúp nhà quản lý thực hiện chức năng quản trị một cách hiệu quả. Tổ chức KTTN hiệu quả giúp cho doanh nghiệp có thể nâng cao hiệu quả hoạt động của từng bộ phận và đạt mục tiêu chung của đơn vị. Bài viết nghiên cứu lý luận và thực trạng tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu (về doanh thu bán hàng) tại các đơn vị thành viên của Tổng công ty Công nghiệp xi măng Việt Nam (VICEM). Xử lý thông tin kế toán trách nhiệm góp phần truyền tải thông tin đầu vào thành thông tin đầu ra theo yêu cầu cung cấp thông tin.

Từ khóa: Xử lý thông tin, trung tâm doanh thu, Vicem

ORGANIZING OF INFORMATION PROCESSING ACCORDING TO REVENUE CENTERS AT MEMBER UNITS OF VIETNAM CEMENT INDUSTRY CORPORATION

Abstract: Management accounting is an important tool in corporate management. Responsibility accounting is one of the contents of management accounting, an effective tool to help managers perform administrative functions effectively. Organizing private accounting effectively helps businesses improve the operational efficiency of each department and achieve the unit's overall goals. This article studies the theory and current situation of information processing organization according to revenue centers at member units of Vietnam Cement Industry Corporation (VICEM). Processing responsibility accounting information contributes to converting input information into output information according to information requirements.

Keywords: Information processing, revenue center, Vicem

1. Giới thiệu

Kế toán quản trị là công cụ hữu ích trong quản trị doanh nghiệp. Việc thu nhận, xử lý, cung cấp thông tin theo các trung tâm trách nhiệm nhằm mục đích đánh giá hiệu quả của từng trung tâm trách nhiệm. Các đơn vị thành viên của Tổng công ty Công nghiệp xi măng Việt Nam (Vicem) đã bước đầu phân chia cơ cấu tổ chức thành các trung

tâm trách nhiệm. Trong đó, trung tâm doanh thu cần được xử lý và cung cấp thông tin một cách hiệu quả hơn, đáp ứng yêu cầu của nhà quản trị, góp phần tối đa hoá lợi nhuận. Nghiên cứu này, nhóm tác giả phản ánh, đánh giá thực trạng tổ chức xử lý thông tin kế toán trung tâm trách nhiệm doanh thu tại các đơn vị thành viên Vicem để đưa ra giải pháp hoàn thiện.

¹ Tiến sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh, email: huyenkhoakt@gmail.com

² Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh, email: dovanluong1976@yahoo.com

³ Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh, email: trinththuhoa2010@gmail.com

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Kế toán quản trị được nghiên cứu khá sớm, từ những năm 50 của thế kỷ 19 ở một số nước trên thế giới. Theo đó, tổ chức KTTN cũng được nghiên cứu trong các đề tài về KTQT. Tại Việt Nam, tổ chức KTTN được nghiên cứu khá nhiều và được thể hiện trong những nghiên cứu về kế toán quản trị.

Tác giả Gharayba (2011) đã chỉ ra tổ chức KTTN bao gồm: Phân chia cơ cấu tổ chức bên trong công ty thành các trung tâm chịu trách nhiệm; ủy quyền cho người quản lý trung tâm trách nhiệm với quyền hạn rõ ràng và xác định trách nhiệm về kết quả thực hiện cuối cùng của trung tâm trách nhiệm của họ; phân bổ chi phí và doanh thu cho các trung tâm chịu trách nhiệm, xác định giá chuyển đổi giữa các trung tâm trách nhiệm; lập dự toán ngân sách theo các trung tâm trách nhiệm; thiết lập một hệ thống ưu đãi liên quan đến kết quả của các trung tâm trách nhiệm. Như vậy, nghiên cứu này đã xác định cụ thể, chi tiết về nội dung tổ chức KTTN.

Moses Nyakuwanika (2012) đã nghiên cứu chiến lược nhằm đảm bảo sự hiệu quả của hệ thống KTTN trong Bộ Y tế và phúc lợi trẻ em (MOHCW) ở tỉnh Mashonaland phía Tây của Zimbabwe. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các phòng ban đã hoạt động với hệ thống bắt buộc, không có sự phối hợp trong việc lập kế hoạch và kiểm soát. Nghiên cứu đã đề xuất cần có sự tham gia của các nhà quản lý bộ phận vào việc xây dựng dự toán và đề xuất của họ nên được thực hiện và kết hợp trong dự toán tổng thể. (Cao Thị Huyền Trang, 2020)

Tác giả Nguyễn Hữu Phú (2014) với nghiên cứu “*Tổ chức kế toán trách nhiệm trong các Tổng công ty xây dựng thuộc Bộ giao thông vận tải*”, đã đề cập ba nội dung của tổ chức kế toán trách nhiệm trong doanh nghiệp: xác định trung tâm trách nhiệm trong doanh nghiệp; hệ thống chỉ tiêu đánh giá các

trung tâm trách nhiệm; tổ chức hệ thống báo cáo kế toán trách nhiệm.

Trần Trung Tuấn (2015) nghiên cứu “*Kế toán trách nhiệm trong các doanh nghiệp sản xuất xi măng ở Việt Nam*” đã xây dựng mô hình các nhân tố tác động đến mức độ vận dụng KTTN tại các DN sản xuất xi măng Việt Nam. Các nhân tố đó là: quy mô kinh doanh, trình độ đào tạo các nhà quản trị, tình trạng niêm yết của doanh nghiệp, trình độ đào tạo của các nhà quản trị, hiểu biết về KTTN của các nhà quản trị, vị trí của nhà quản trị. Luận án không nghiên cứu góc độ tổ chức KTTN.

Tác giả Nguyễn Thị Ngọc Lan (2017) nghiên cứu “*Các nhân tố ảnh hưởng tới vận dụng KTTN trong doanh nghiệp sản xuất xi măng Việt Nam*”. Nghiên cứu khẳng định KTTN ảnh hưởng của các nhân tố: cơ cấu tổ chức, phân quyền quản lý, phân bổ chi phí và thu nhập, lập dự toán, đánh giá chênh lệch giữa dự toán và thực tế, lập báo cáo và hệ thống khen thưởng, lao động và tổng tài sản.

Al Hanini, E. (2013) nghiên cứu “*The extent of implementing responsibility accounting features in the Jordanian banks*” đã đề xuất một số giải pháp: các trung tâm trách nhiệm cần thiết lập mục tiêu và thiết lập dự toán ngân sách của các trung tâm trách nhiệm.

Cao Thị Huyền Trang (2020) nghiên cứu “*Tổ chức kế toán trách nhiệm tại các đơn vị trực thuộc Tổng công ty cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn*”. Luận án đã đề cập nội dung tổ chức KTTN trên các phương diện: Tổ chức nhận diện, phân loại các trung tâm trách nhiệm, tổ chức xây dựng dự toán, tổ chức thu nhập, xử lý, cung cấp thông tin đánh giá trách nhiệm quản lý theo các trung tâm trách nhiệm, tổ chức bộ máy nhân sự và phương tiện thực hiện. Luận án đã xác định mô hình ảnh hưởng của các nhân tố đến tổ chức KTTN. Tuy nhiên, lĩnh vực của các đơn vị trực thuộc Habeco khác hoàn toàn lĩnh vực sản xuất kinh doanh của các đơn vị trực thuộc VICEM. Tổ chức tổ

chức KTTN ở các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực khác nhau có sự vận dụng là khác nhau.

Qua các việc tìm hiểu các nghiên cứu trước đây và thực tiễn Công ty thành viên thuộc Tổng công ty công nghiệp xi măng Việt Nam, nhóm tác giả xác định khoảng trống nghiên cứu mà bài báo tiếp tục giải quyết như sau:

Các Công ty thành viên thuộc Tổng công ty công nghiệp xi măng Việt Nam đã hình thành KTTN tuy nhiên chưa mang tính hệ thống, khoa học và toàn diện. Trong khi đó, cho đến nay, chưa có công bố nghiên cứu tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu (doanh thu bán hàng) tại các đơn vị trực thuộc Tổng công ty công nghiệp xi măng Việt Nam.

2.2. Cơ sở lý thuyết

2.2.1. Bản chất của tổ chức kế toán trách nhiệm

Hawkins và cộng sự (2004) cho rằng kế toán trách nhiệm là một hệ thống tạo ra những thông tin tài chính và phi tài chính có liên quan, về những hoạt động thực tế và được lập kế hoạch của những trung tâm trách nhiệm trong một công ty - những đơn vị trong tổ chức được đứng đầu bởi những nhà quản lý có trách nhiệm cho kết quả hoạt động của đơn vị họ quản lý.

Theo Đoàn Ngọc Quế và cộng sự (2011), “Kế toán trách nhiệm là hệ thống thu thập, xử lý và truyền đạt thông tin có thể kiểm soát theo phạm vi trách nhiệm của từng nhà quản trị nhằm đạt được mục tiêu chung của tổ chức”. Quan điểm này nhấn mạnh đến đặc điểm thông tin KTTN sử dụng để đánh giá trách nhiệm quản lý, đó chính là những thông tin mà nhà quản lý có thể kiểm soát trong phạm vi quản lý của mình.

Kết hợp với quan điểm tổ chức công tác kế toán, tổ chức KTQT, nhóm nghiên cứu cho rằng: “*Tổ chức kế toán trách nhiệm là một bộ phận của tổ chức công tác kế toán trong doanh nghiệp, gồm tổ chức bộ máy nhân sự, tổ chức xây dựng dự toán, tổ chức thu nhận, xử lý, phân tích, cung cấp thông tin theo các trung tâm trách nhiệm, tổ chức khen thưởng theo trách*

nhiệm quản lý của từng nhà quản trị nhằm thực hiện mục tiêu chung của tổ chức”.

2.2.2. Tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu

Tổ chức xử lý thông tin kế toán là việc sử dụng các phương pháp kế toán và phương tiện kỹ thuật để xử lý thông tin kế toán nhằm phục vụ cung cấp thông tin kế toán. (Nguyễn Thanh Huyền, 2020)

Việc tổ chức xử lý thông tin KTTN xét trên các khía cạnh tổ chức bộ phận xử lý thông tin, phương pháp và phương tiện xử lý thông tin. Để thực hiện xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu, kế toán sử dụng các phương pháp phân loại và xác định doanh thu; phương pháp tài khoản và sổ kế toán.

* Bộ phận xử lý thông tin KTTN

Với sự phát triển của công nghệ thông tin, đơn vị ứng dụng phần mềm kế toán hoặc hệ thống ERP, bộ phận kế toán được giao quyền cập nhật dữ liệu (thu nhận thông tin) chính là bộ phận xử lý dữ liệu. Sau khi cập nhật dữ liệu vào hệ thống, hệ thống sẽ tự động xử lý dữ liệu, lên các sổ sách và báo cáo cần thiết. Đó đó, bộ phận thu nhận và xử lý thông tin KTTN có thể là bộ phận kế toán hoặc các bộ phận khác trong doanh nghiệp mà không nhất thiết phải là kế toán.

* Tổ chức phân loại và xác định doanh thu

Doanh thu được xác định theo quy định kế toán hiện hành có liên quan, đồng thời có thể áp dụng linh hoạt đáp ứng yêu cầu thông tin KTTN. Do đó doanh thu được xác định chỉ bao gồm tổng giá trị của các lợi ích kinh tế doanh nghiệp đã thu được hoặc sẽ thu được.

Doanh thu trong doanh nghiệp có thể phân loại thành: doanh thu từ hoạt động bán hàng, cung cấp dịch vụ và doanh thu hoạt động tài chính. Ngoài ra doanh thu còn có thể phân loại doanh thu theo khả năng kiểm soát của nhà quản lý doanh nghiệp, doanh thu bao gồm: doanh thu có thể kiểm soát được và doanh thu không kiểm soát được.

Doanh thu có thể kiểm soát được là doanh thu phát sinh trong phạm vi quản lý của nhà

quản trị và họ có thể kiểm soát được số lượng hàng bán ra, giá bán hoặc một trong hai yếu tố trên. Doanh thu không kiểm soát được chính là doanh thu phát sinh có thể trong hoặc ngoài phạm vi quản lý của nhà quản trị và họ không thể kiểm soát được lượng hàng bán ra và giá bán.

+ Tổ chức vận dụng phương pháp tài khoản, phương pháp ghi sổ kế toán để xử lý thông tin kế toán theo các trung tâm trách nhiệm (TTTN)

(i) Vận dụng phương pháp tài khoản kế toán

Phương pháp tài khoản kế toán là phương pháp kế toán sử dụng để phản ánh và theo dõi

Bảng 1. Hệ thống tài khoản theo trung tâm doanh thu

Trung tâm trách nhiệm	Tài khoản liên quan	Chi tiết tài khoản
Trung tâm doanh thu	TK 511, TK 521	Chi tiết theo từng loại, nhóm doanh thu hoặc theo khu vực, theo từng trung tâm doanh thu

(ii) Vận dụng phương pháp ghi sổ kế toán.

Sổ kế toán là phương tiện để hệ thống hóa thông tin kế toán, đó là cơ sở để lập các báo cáo kế toán nhằm cung cấp thông tin phục vụ

Bảng 2. Hệ thống sổ chi tiết theo trung tâm doanh thu

Trung tâm trách nhiệm	Sổ chi tiết
Trung tâm doanh thu	- Sổ chi tiết doanh thu theo trung tâm trách nhiệm - Sổ tổng hợp chi tiết doanh thu theo trung tâm trách nhiệm

* Phương tiện xử lý thông tin KTTN

Nhân viên kế toán sử dụng các phương pháp để xử lý các thông tin đầu vào đã được cập nhật ban đầu từ các bộ phận khác trong doanh nghiệp thông qua phần mềm kế toán hoặc phần mềm tích hợp ERP. Qua đó, thông tin KTTN được xử lý, nhằm cung cấp thông tin KTTN cho các đối tượng sử dụng thông tin trong việc ra quyết định. Với việc khai báo thông tin lên phần mềm, phần mềm sẽ xử lý cập nhật vào các sổ kế toán tổng hợp và các sổ kế toán theo yêu cầu quản trị theo các TTTN.

một cách liên tục và có hệ thống từng đối tượng kế toán cụ thể. Doanh nghiệp cần phải tổ chức hệ thống tài khoản kế toán phù hợp, đảm bảo việc phản ánh các nghiệp vụ kinh tế phát sinh, cung cấp thông tin theo các TTTN.

Tùy thuộc vào mức độ cụ thể của từng đối tượng kế toán và yêu cầu của thông tin mà tài khoản kế toán có thể mở nhiều cấp. Khi đó, mỗi TTTN nên mở các tài khoản theo yêu cầu quản trị để xử lý thông tin phục vụ theo dõi TTTN đó. Có thể sử dụng các tài khoản theo yêu cầu quản trị để xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu như sau:

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

cho các đối tượng sử dụng thông tin khác nhau. Bên cạnh hệ thống sổ kế toán lập theo quy định, doanh nghiệp có thể mở các sổ kế toán đáp ứng yêu cầu quản trị theo trung tâm doanh thu như sau:

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng là phương pháp luận biện chứng của chủ nghĩa duy vật lịch sử. Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để thực hiện mục tiêu nghiên cứu cụ thể gồm các phương pháp:

- Phương pháp thu thập dữ liệu: Phương pháp thu thập tài liệu thứ cấp, phương pháp quan sát, phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình, phương pháp phỏng vấn, Phương pháp bảng hỏi.

- Phương pháp phân tích dữ liệu như phương pháp thống kê mô tả

Nhóm tác giả tiến hành khảo sát các nhà quản lý và nhân viên kế toán toàn bộ các đơn vị thành viên của Tổng công ty công nghiệp xi măng Việt Nam về sản xuất xi măng: 10 doanh nghiệp. Thời gian khảo sát là tháng 11/2023.

Các câu hỏi được thiết kế để khảo sát một số nội dung về thông tin chung của doanh nghiệp, các thông tin về kế toán quản trị chi phí môi trường tại doanh nghiệp. Câu hỏi gồm câu hỏi đóng và câu hỏi mở. Mỗi doanh nghiệp, nhóm

nghiên cứu gửi 3 bảng hỏi tới kế toán trưởng và 2 kế toán viên tại doanh nghiệp.

Số phiếu phát ra: 30

Số phiếu thu về: 28

Tỷ lệ phản hồi: 93%

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu

Thực trạng tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu thể hiện qua bảng 3:

Bảng 3. Kết quả khảo sát thực trạng tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu

TT	Nội dung	Số phiếu	Tỷ lệ %
1	Doanh nghiệp có phân loại doanh thu theo		
	Từng loại sản phẩm	28/28	100%
	Từng trung tâm tiêu thụ	28/28	100%
	Phương thức tiêu thụ: Trực tiếp và đại lý	28/28	100%
2	Doanh nghiệp mở sổ chi tiết TK511 theo	28/28	
	Từng loại sản phẩm	28/28	100%
	Từng trung tâm tiêu thụ	28/28	100%
	Phương thức tiêu thụ: Trực tiếp và đại lý	28/28	100%

* Bộ phận xử lý thông tin theo các trung tâm trách nhiệm

Việc khảo sát các công ty thành viên của VICEM cho thấy bộ phận xử lý thông tin theo các TTTN ở các doanh nghiệp đó chủ yếu là kế toán. Ở những doanh nghiệp đó đều sử dụng phần mềm kế toán để xử lý thông tin. Kế toán thực hiện cập nhật dữ liệu vào phần mềm, phần mềm sẽ tự động vào các sổ sách, báo cáo cần thiết. Đó là những thông tin thực hiện về các hoạt động của doanh nghiệp thì xử lý trên phần mềm. Còn những thông tin về định mức, dự toán, kế hoạch thì những bộ phận nhất định được giao nhiệm vụ lập định mức, kế hoạch sẽ thực hiện xử lý thông tin, lập các định mức, kế hoạch của doanh nghiệp.

* Phương pháp xử lý thông tin theo các trung tâm trách nhiệm

- Tổ chức xử lý thông tin trung tâm doanh thu

Nguồn: Nhóm tác giả khảo sát và tổng hợp)

Về tổ chức phân loại và xác định doanh thu, kết quả khảo sát cho thấy 10 công ty thành viên của Vicem đều phân loại doanh thu thành doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ và doanh thu hoạt động tài chính. Đồng thời doanh thu còn được phân loại theo từng loại sản phẩm, từng trung tâm tiêu thụ, từng phương thức tiêu thụ.

Các tài khoản và sổ chi tiết phản ánh doanh thu bán hàng được mở chi tiết theo từng loại sản phẩm, từng trung tâm tiêu thụ, từng phương thức tiêu thụ.

4.2. Hoàn thiện tổ chức xử lý thông tin trung tâm doanh thu tại các đơn vị thành viên của Tổng công ty công nghiệp xi măng Việt Nam

- Hoàn thiện tổ chức xác định và phân loại doanh thu

Qua khảo sát cho thấy, các công ty thành viên của Vicem hành phân loại doanh thu

gồm: doanh thu từ hoạt động bán hàng, doanh thu hoạt động tài chính. Trong đó, doanh thu bán hàng đã được phân loại theo từng loại sản phẩm. Tuy nhiên, các doanh nghiệp đó chưa phân loại doanh thu theo khả năng kiểm soát của nhà quản trị. Vì vậy, nhóm nghiên cứu đề xuất giải pháp để đánh giá trách nhiệm quản lý của nhà quản trị các cấp, cần phân loại doanh thu theo khả năng kiểm soát của họ, bao gồm: doanh thu kiểm soát được và doanh thu không kiểm soát được. Phân loại doanh thu theo cách này sẽ giúp doanh nghiệp xác định được doanh thu nào có thể tác động theo thẩm quyền của từng cấp quản trị, nhằm đánh giá hiệu quả trung tâm doanh thu theo từng cấp quản trị.

Đối với công ty TNHH MTV Vicem Hoàng Thạch, Trung tâm doanh thu là Xí nghiệp tiêu thụ đứng đầu là Giám đốc, có quyền quyết định về sản lượng xi măng bán

ra với các loại xi măng, nhưng không có quyền quyết định về giá bán; giá bán do Giám đốc Công ty TNHH MTV Vicem Hoàng Thạch quyết định. Trong đó, một số sản phẩm của trung tâm doanh thu tại Nhà máy Vật liệu chịu lửa như Gạch chịu lửa Samot do Giám đốc Công ty TNHH MTV Vicem Hoàng Thạch quyết định. Vì vậy, doanh thu Gạch chịu lửa Samot là doanh thu không kiểm soát được của Trung tâm doanh thu tại Nhà máy Vật liệu chịu lửa kiểm tính Việt Nam. Tương tự, kiểm tính Việt Nam, doanh thu của sản phẩm vỏ bao 5 lớp Craf không thuộc thẩm quyền quyết định của Phó giám đốc kinh doanh Nhà máy bao bì Vĩnh Tuy, thẩm quyền quyết định thuộc về Giám đốc Công ty TNHH MTV Vicem Hoàng Thạch. Vì vậy, doanh thu vỏ bao 5 lớp Craf. Có thể phân loại doanh thu tại Công ty TNHH MTV Vicem Hoàng Thạch như sau:

Bảng 4. Bảng phân loại doanh thu theo khả năng kiểm soát tại Công ty TNHH MTV vicem Hoàng Thạch

		DN kiểm soát được	DN không kiểm soát được
A	Cấp công ty		
	Doanh thu xi măng bao PCB30	x	
	Doanh thu xi măng bao PCB40	x	
	Doanh thu xi măng rời đa dụng 40	x	
	Xi măng rời công nghiệp 40	x	
	Cliker	x	
	...		
B	Cấp nhà máy: Nhà máy VL chịu lửa kiểm tính Việt Nam		
	Gạch chịu lửa Magnesia – Spinel	x	
	Gạch chịu lửa Magnesia Cacbon	x	
	Gạch chịu lửa samot		x
	Nhà máy bao bì Vĩnh Tuy		
	Vỏ bao xi măng KP	x	
	Vỏ bao xi măng KPK	x	
	Vỏ bao 5 lớp giấy Krapf		x
	...		

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

- Hoàn thiện tổ chức vận dụng phương pháp tài khoản, phương pháp ghi sổ kế toán để xử lý thông tin kế toán theo trung tâm doanh thu

Về hoàn thiện hệ thống tài khoản để xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu, trước tiên doanh nghiệp cần căn cứ vào chế độ kế toán hiện hành, xây dựng thêm hệ thống các tài khoản theo các TTTN.

Các tài khoản theo dõi các khoản doanh thu: Yêu cầu theo dõi chi tiết từng loại doanh thu theo từng trung tâm doanh thu; có thể thiết kế như sau:

Tài khoản tổng hợp: thể hiện theo quy định của chế độ kế toán doanh nghiệp

Tài khoản chi tiết cấp 1: Thể hiện chi tiết theo quy định của chế độ kế toán doanh nghiệp.

Tài khoản chi tiết cấp 2: Thể hiện mã trung tâm trách nhiệm.

Tài khoản chi tiết cấp 3: Thể hiện cách phân loại doanh thu theo từng loại sản phẩm

Tài khoản chi tiết cấp 4: Thể hiện cách phân loại doanh thu theo khả năng kiểm soát (1: doanh thu kiểm soát được, 2 doanh thu không kiểm soát được)

Ví dụ: TK 5111.1.XMBPCB30.1: “Doanh thu xi măng bao PCB30 có thể kiểm soát được cấp công ty”

- *Về tổ chức sổ kế toán thực hiện xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu*

Với trung tâm doanh thu, cần thiết kế mẫu sổ kế toán nhằm mục đích quản trị doanh thu trên đó thể hiện một số các chỉ tiêu liên quan đến thông tin về TTTN như: Tên của trung tâm trách nhiệm doanh thu, mã trung tâm trách nhiệm doanh thu và các chỉ tiêu đảm bảo

thu nhận được các thông tin của các khoản doanh thu phát sinh như: tên, ngày tháng của chứng từ; nơi phát sinh doanh thu; nội dung phát sinh; số lượng, đơn giá, thành tiền.

- Hoàn thiện phương tiện xử lý thông tin KTTN

Các công ty thành viên của Vicem cần có lộ trình đầu tư, sử dụng hệ thống hoạch định tổng thể ERP trong công tác quản trị nói chung và công tác kế toán nói riêng. Trên hệ thống ERP đã có thiết kế các sổ kế toán chi tiết theo yêu cầu quản trị doanh nghiệp, liên kết toàn bộ các bộ phận trong doanh nghiệp. Khi đó, chi phí, doanh thu, lợi nhuận, vốn đầu tư sẽ được xử lý theo yêu cầu quản trị của từng TTTN, thông tin được xử lý hoàn toàn phục vụ cho việc ra quyết định của từng bộ phận doanh nghiệp, cũng như đánh giá từng bộ phận.

5. Kết luận

Tổ chức xử lý thông tin theo trung tâm doanh thu góp phần quyết định nội dung và ý nghĩa thông tin kế toán cung cấp cho nhà quản trị trong quá trình ra quyết định của nhà quản trị doanh nghiệp. Việc tổ chức xử lý thông tin trung tâm doanh thu tại các đơn vị thành viên của Vicem đã đạt được một số kết quả. Song, để có thể cung cấp thông tin hữu ích hơn cho nhà quản trị các cấp của các đơn vị thành viên Vicem về doanh thu, từ đó ảnh hưởng đến lợi nhuận, cần có những giải pháp nhằm hoàn thiện tổ chức xử lý thông tin trung tâm doanh thu. Nghiên cứu còn một số hạn chế cần tiếp tục được nghiên cứu tiếp ở các đề tài tiếp theo như chưa nghiên cứu được ảnh hưởng của các nhân tố đến tổ chức xử lý thông tin kế toán trách nhiệm trung tâm doanh thu, từ đó đưa ra giải pháp hữu hiệu hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Thanh Huyền (2020). *Tổ chức kế toán quản trị trong các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi khu vực Đồng bằng sông Hồng*. Luận án tiến sĩ kinh tế, Học viện Tài chính.
2. Nguyễn Thị Ngọc Lan (2017). *Các nhân tố ảnh hưởng tới vận dụng KTTN trong các doanh nghiệp sản xuất xi măng Việt Nam*. Tạp chí kinh tế & phát triển, 237(2), 34-41.

3. Nguyễn Hữu Phú (2014). *Tổ chức KTTN trong các Tổng công ty xây dựng thuộc Bộ giao thông vận tải*. Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
4. Đoàn Ngọc Quế và cộng sự (2011). *Giáo trình kế toán quản trị*. NXB Kinh tế TP Hồ Chí Minh.
5. Trần Trung Tuấn (2013). *Nghiên cứu KTTN trong các doanh nghiệp sản xuất xi măng Việt Nam*, Đại học kinh tế quốc dân.
6. Cao Thị Huyền Trang (2020). *Tổ chức kế toán trách nhiệm tại các đơn vị trực thuộc Tổng công ty cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn*. Luận án tiến sĩ kinh tế, Học viện Tài Chính.

Tiếng Anh

1. Al Hanini, E. (2013). *The extent of implementing responsibility accounting features in the Jordanian banks*. European Journal of Business and Management, 5(1), 217-229.
2. Hawkins, D. F., and Jacob Cohen (2004). *Introduction to Responsibility Accounting Systems*. Introduction to Responsibility Accounting Systems. In H. B. S. Background (Ed.).
3. Moses Nyakuwanika, M., Gumisai, J., Gutu, S., Frank, T., & Clainos, C. (2012). *An analysis of effective responsibility accounting system strategies in the Zimbabwean Health Sector*. Research Journal of Finance and Account

KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH NHẪM PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Trần Thị Hà¹, Nguyễn Thị Hương²

Ngày nhận bài: 18/01/2024

Ngày nhận bài sửa: 22/02/2024

Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Kinh tế chia sẻ là một mô hình kinh doanh mới ra đời, dựa trên nền tảng là sự chia sẻ nguồn lực và ứng dụng các thành tựu của khoa học công nghệ, đặc biệt là lĩnh vực công nghệ thông tin. Hiện nay, mô hình này đang phát triển mạnh và đòi hỏi các chính sách thúc đẩy cũng như kiểm soát các tác động tiêu cực từ sự phát triển của mô hình. Trên thế giới, một số quốc gia đã sử dụng các chính sách tài chính (CSTC) nhằm đạt được mục tiêu trên với việc tập trung vào chính sách chi ngân sách nhà nước (NSNN) cho phát triển khoa học và công nghệ (KH&CN), chính sách ưu đãi thuế, phí với các doanh nghiệp tham gia đặc biệt là các doanh nghiệp khởi nghiệp, bên cạnh đó là các biện pháp kiểm soát chống thất thu thuế từ các giao dịch được thực hiện giữa các thành viên. Thông qua việc xem xét kinh nghiệm các nước sẽ rút ra được các bài học quan trọng đối với Việt Nam.

Từ khóa: Chính sách tài chính, kinh tế chia sẻ

INTERNATIONAL EXPERIENCE ON FINANCIAL POLICY TO DEVELOP A SHARED ECONOMIC MODEL AND LESSONS FOR VIETNAM

Abstract: The sharing economy is a newly born business model, based on the sharing of resources and the application of achievements in science and technology, especially in the field of information technology. Currently, this model is developing strongly and requires policies to promote and control negative impacts from the development of the model. Around the world, a number of countries have used financial policies to achieve the above goal with a focus on state budget spending policies for science and technology development, preferential tax and fee policies for participating businesses, especially startups, in addition to control measures to prevent tax loss from transactions made between members. Through reviewing the experiences of other countries, important lessons for Vietnam will be drawn.

Keywords: Financial policy, sharing economy

1. Tổng quan về chính sách tài chính nhằm phát triển mô hình kinh tế chia sẻ tại Việt Nam

Mô hình kinh tế chia sẻ (MHKTCS) là một phương thức kinh doanh mới mà ở đó tài sản và dịch vụ được chia sẻ cho nhiều người sử dụng thông qua việc sử dụng các nền tảng số vào quá trình triển khai. Mô hình này mang lại nhiều lợi ích cho xã hội như: tận dụng được tài sản và nguồn nhân lực, gia tăng việc làm và cơ hội kinh doanh mới, tạo

điều kiện cho việc tiêu dùng toàn diện và chất lượng cao hơn so với các mô hình truyền thống, tạo niềm tin trong cộng đồng và giảm tác động đến môi trường... Do đó, kể từ khi ra đời và phát triển mạnh vào những năm cuối của thế kỷ 20, mô hình này đã phát triển nhanh chóng tại hầu hết các quốc gia trên thế giới. Các quốc gia cũng đưa ra nhiều chính sách nhằm quản lý, kiểm soát hoạt động của mô hình này.

¹ Thạc sỹ, Viện Chiến lược và Chính sách tài chính, email: tranthiha@mof.gov.vn

² Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh

Với yêu cầu của sự phát triển, đòi hỏi cần có giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển của mô hình này để tận dụng các lợi ích mang lại, đồng thời hạn chế các tác động tiêu cực từ sự phát triển của mô hình. Trong đó, CSTC có vai trò quan trọng bởi chính sách này có khả năng tác động đến lợi ích, chi phí của cá nhân, qua đó nó có tác động điều chỉnh hành vi của các chủ thể. CSTC hiệu quả sẽ có tác động thúc đẩy các hành vi tích cực, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của MHKTCS, đồng thời hạn chế được những tác động tiêu cực từ sự phát triển của mô hình này.

CSTC nhằm phát triển MHKTCS bao gồm: chính sách chi NSNN; chính sách thuế, phí, lệ phí; chính sách liên quan đến kiểm soát nguồn thu của các đối tượng tham gia vào mô hình. Tại Việt Nam, MHKTCS mới được phát triển, hệ thống các chính sách quản lý vẫn đang trong quá trình được xây dựng và hoàn thiện, do vậy việc nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm các nước trong việc áp dụng các CSTC là việc làm cần thiết.

2. Kinh nghiệm quốc tế về sử dụng chính sách tài chính nhằm phát triển mô hình kinh tế chia sẻ

Việc tìm hiểu kinh nghiệm của các quốc gia có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam, đồng thời là quốc gia rất thành công với việc phát triển mô hình này có ý nghĩa quan trọng. Trong khuôn khổ của bài viết, tác giả tập trung xem xét kinh nghiệm của một số nước như Trung Quốc, Singapore, Malaysia trong việc sử dụng chính sách chi NSNN, ưu đãi thuế, phí để tạo động lực cho sự phát triển, đồng thời tìm hiểu kinh nghiệm của các quốc gia châu Âu trong việc kiểm soát nguồn thu từ các hoạt động của các chủ thể tham gia MHKTCS.

Kinh nghiệm chung về điều tiết sự phát triển của MHKTCS là việc các quốc gia này tập trung vào việc ghi nhận quyền tự do kinh doanh, đảm bảo niềm tin cho những người sử dụng dịch vụ, thiết lập sân chơi lành mạnh cho cả hoạt động trực tuyến và trực tiếp, xây dựng cơ chế giải quyết/ xử lý các khiếu nại của người tiêu dùng, thiết lập một hệ thống

tín nhiệm quốc gia chung cho Chính phủ và các nền tảng KTCS.

Các CSTC mà các quốc gia tập trung sử dụng như sau:

2.1. Tăng cường đầu tư cho khoa học công nghệ, nhất là công nghệ cao

Khoa học và công nghệ (KH&CN) mà cụ thể là công nghệ thông tin (CNTT) chính là điều kiện tiên đề quan trọng nhất cho sự ra đời, phát triển của MHKTCS. Do vậy, để tạo động lực cho sự phát triển của mô hình này, các quốc gia đã ban hành nhiều CSTC hỗ trợ phát triển KH&CN, trong đó nổi bật là chính sách chi NSNN. Hiện nay tại hầu hết các nước đều có sự chuyển dịch về chi R&D, tập trung phát triển R&D trong khu vực doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp áp dụng tiên bộ, công nghệ mới và khu vực cao đẳng, đại học, thay vì khu vực nhà nước.

Tại **Singapore**, Chính phủ Singapore chú trọng phát triển ngành công nghệ thông tin và truyền thông thông qua việc đầu tư, trang bị kỹ năng mới và nâng cao năng lực số của lực lượng lao động trên toàn nền kinh tế; tăng cường năng lực nghiên cứu và đổi mới sáng tạo; Liên tục đảm bảo phát triển hạ tầng số, hạ tầng vật lý để tạo nền tảng cho KH&CN nói chung, công nghệ số nói riêng. Nước này đã tăng cường chi dịch vụ và nền kinh tế kỹ thuật số với 400 triệu SGD trong năm 2016. Mặt khác, Chính phủ Singapore cũng đã đầu tư 2,5 tỷ SGD cho việc nghiên cứu “không gian trắng,” đây là những lĩnh vực mới nổi có thể phát sinh trong vài năm tới. Khoản đầu tư này tăng 900 triệu SGD so với mức 1,6 tỷ SGD trong cả giai đoạn 2011-2015.

Nhận thức được vai trò của vấn đề kết nối, Chính phủ nước này đã đầu tư 40 triệu SGD (29,53 triệu USD) để hỗ trợ các nỗ lực nghiên cứu và phát triển cũng như thúc đẩy áp dụng 5G vào thực tiễn, bao gồm các sáng kiến tập trung vào ngành dọc như di động đô thị và hàng hải. Singapore dự kiến đã bắt đầu triển khai mạng 5G vào đầu năm 2020 và phủ sóng hơn 50% vào cuối năm 2022 và dự kiến phủ sóng toàn bộ đất nước vào năm 2025.

2.2. Ưu đãi thuế cho lĩnh vực CNTT, các dự án công nghệ cao

Tại **Singapore**, Chính phủ đã áp dụng chương trình ưu đãi thuế mang tên Tín dụng ưu đãi cho sản xuất và đổi mới (PIC-Productivity and Innovation Credit) trong năm tài khóa từ 2011 tới 2018. Chương trình này cho phép các doanh nghiệp hưởng 400% khoản khấu trừ/phụ cấp thuế đối với các khoản chi tiêu đủ điều kiện phát sinh, nằm trong danh sách 6 khoản chi tiêu chuẩn. Đây được đánh giá là giải pháp hữu hiệu đối với vấn đề giảm chi phí cho các doanh nghiệp, tạo điều kiện để các doanh nghiệp mở rộng khả năng sản xuất, kinh doanh.

Nước này cũng áp dụng cơ chế giảm thuế với tên gọi Sáng kiến Phát triển và Mở rộng (DEI-Development and Expansion Initiative). Đối tượng áp dụng dành cho các công ty tham gia vào sản xuất hoặc tăng cường sản xuất của bất kỳ ngành nào mang lại lợi ích kinh tế cho Singapore hoặc đáp ứng tiêu chuẩn điều kiện hoạt động như các công ty dịch vụ tiên phong. Cơ chế ưu đãi thuế này cho phép giảm thuế 5% đối với thuế đánh vào thu nhập mở rộng trong thời hạn miễn giảm thuế. Thời hạn miễn giảm thuế ban đầu không quá 10 năm, và có thể được gia hạn tối đa năm năm cùng một lúc, không vượt ngưỡng tổng thời gian tối đa là 20 năm.

Đối với các dự án công nghệ cao, tại **Trung Quốc**, các doanh nghiệp dịch vụ công nghệ tiên tiến ở 21 thành phố được giảm thuế TNDN xuống còn 15% với một số điều kiện nhất định và chịu sự đánh giá để đủ điều kiện áp dụng.

Để hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp, Chính phủ **Singapore** đưa ra một khung các khuyến khích bao gồm các ưu đãi thuế nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp mạnh mẽ hơn. Ví dụ: các công ty mới thành lập ở Singapore được miễn thuế lên đến 200.000 USD Singapore kể từ năm 2005, trong khi các nhà đầu tư thiên thần đủ điều kiện được khấu trừ thuế từ năm 2010 lên tới 250.000 USD Singapore đối với đầu tư của họ vào các công ty khởi nghiệp (IRAS-Inland revenue

authority of Singapore, 2016). Chương trình miễn thuế cho công ty khởi nghiệp áp dụng cho các công ty hoạt động tại Singapore và là đối tượng đánh thuế trong năm tài khóa, công ty có ít hơn 20 cổ đông, tất cả đều là cổ đông cá nhân và trực tiếp nắm giữ cổ phiếu. Chương trình ưu đãi thuế này cho phép miễn thuế hoàn toàn cho 100.000 USD Singapore thu nhập bình thường đầu tiên của doanh nghiệp, và miễn giảm thêm 50% trên 200.000 USD Singapore tiếp theo. Mức miễn giảm tối đa là 200.000 USD Singapore.

Tại **Malaysia**, ưu đãi thuế thiên thần (ATI-Angel Tax incentive) được áp dụng để khuyến khích các nhà đầu tư cá nhân đủ điều kiện để đầu tư vào các công ty khởi nghiệp công nghệ giai đoạn đầu ở Malaysia, nhằm thúc đẩy sự phát triển của các công ty khởi nghiệp. ATI được quản lý bởi Văn phòng Ưu đãi Thuế Thiên thần (ATIO), một đơn vị trực thuộc Quỹ Cradle Sdn Bhd (Cradle). Vai trò của ATIO là đảm bảo rằng các công ty khởi nghiệp công nghệ tiếp cận được các khoản đầu tư từ các nhà đầu tư thiên thần được công nhận đủ điều kiện. Trọng tâm đầu tư của ATI là vào các lĩnh vực của các ngành công nghệ cao, bao gồm: CNTT và điện tử tiên tiến; Viễn thông; Hệ thống thiết bị/đo đạc, tự động hóa và sản xuất linh hoạt; Chăm sóc sức khỏe; Quang điện, quang học phi tuyến tính và quang điện tử; Vật liệu tiên tiến; Vận chuyển; Các dịch vụ giá trị gia tăng; và Công nghệ mới nổi.

2.3. Thành lập Quỹ tài trợ cho các công ty khởi nghiệp công nghệ

Từ năm 2003, Bộ Tài chính **Malaysia** đã thành lập quỹ có tên là Cradle để tài trợ cho các công ty khởi nghiệp công nghệ có tiềm năng và tầm cỡ thông qua Chương trình Đầu tư Cradle (CIP). Nhiều công ty công nghệ khởi nghiệp trong lĩnh vực MHKTCS thừa nhận là họ được hưởng lợi nhiều từ quỹ Cradle này. Cradle hiện do Bộ Khoa học, Công nghệ và Đổi mới (MOSTI) quản lý (giống với mô hình Quỹ Đổi mới công nghệ quốc gia tại Việt Nam). Cradle không chỉ giới

hạn ở viện trợ tiền tệ mà còn bao gồm hỗ trợ thương mại hóa và nhiều dịch vụ giá trị gia tăng khác để đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp.

Đến nay Cradle đã hỗ trợ được hơn 1000 công ty công nghệ của Malaysia trên nhiều lĩnh vực và giữ tỷ lệ thương mại hóa cao nhất trong số các cơ quan tài trợ trong nước. Cradle cũng điều hành một chương trình định hướng thị trường để đào tạo các doanh nhân và quản lý. Nước này cũng dành ưu đãi thuế thiên thần (ATIO) dành cho các nhà đầu tư thiên thần, theo đó họ được khấu trừ thuế lên đến 500.000 RM khi đầu tư vào các công ty công nghệ khởi nghiệp ở Malaysia. Các dịch vụ sản phẩm của Cradle không chỉ giới hạn ở hỗ trợ tiền tệ mà còn bao gồm hỗ trợ thương mại hóa, huấn luyện và nhiều dịch vụ giá trị gia tăng khác để đáp ứng nhu cầu đa dạng của các doanh nhân ngày nay.

2.4. Kiểm soát nguồn thu từ kinh tế chia sẻ

Cho phép thanh tra, kiểm tra các đơn vị kinh doanh cung cấp dịch vụ trong MHKTCS. Tại Singapore, MHKTCS được Chính phủ coi là một cơ hội để hướng tới một nền kinh tế hiệu quả, bền vững hơn. Theo đó, Chính phủ cho phép việc sử dụng các ứng dụng trên internet và thiết bị di động để cho thuê, thuê và trao đổi hàng hóa dịch vụ với nhau. Đồng thời, nước này đã ban hành nhiều chính sách quản lý, khuyến khích sự phát triển của MHKTCS, đặc biệt là việc vận dụng MHKTCS trong hoạt động quản lý đô thị của mình, với mục tiêu trở thành một quốc gia chia sẻ trong tương lai.

Bên cạnh việc ban hành các chính sách hỗ trợ (như đã trình bày ở phần trên), từ cuối năm 2017, Singapore đã ban hành quy định mới nhằm cho phép cơ quan quản lý thực hiện việc thanh tra, kiểm tra các công ty cung cấp dịch vụ chia sẻ (vận chuyển, lưu trú) về việc tuân thủ quy định: lái xe phải có chứng chỉ hành nghề; phải có bảo hiểm; dịch vụ lưu trú cần đảm bảo quy định an toàn, được cấp phép và việc cho thuê căn hộ phải từ 6 tháng trở lên, đồng thời các cơ quan quản lý có quyền

kiểm tra các bất động sản cho thuê này để đảm bảo việc thuê, cho thuê là hợp pháp.

Đặt ra các quy định cụ thể về nghĩa vụ thuế đối với các chủ thể tham gia trong MHKTCS. Tại Úc, Chính phủ nước này đặc biệt chú ý đến quản lý thuế đối với các thành viên tham gia vào mô hình kinh doanh này. Cơ quan thuế của Úc đã ban hành những quy định rất cụ thể đối với nghĩa vụ thuế của những hoạt động vì mục đích thương mại và được đăng tải đầy đủ, cụ thể trên trang Website của cơ quan thuế Liên bang. Theo qui định này, mọi công dân Úc cung cấp hàng hóa và dịch vụ thông qua bất kỳ hình thức nào trong các giao diện ứng dụng MHKTCS đều cần xem xét việc họ sẽ phải nộp các loại thuế như thu nhập, hàng hoá và dịch vụ hay các loại thuế khác đối với thu nhập phát sinh trong quá trình thực hiện kinh doanh trong MHKTCS. Cục thuế Liên bang Úc quy định 4 dịch vụ phổ biến của MHKTCS: (1) Cung cấp dịch vụ lưu trú như Airbnb và Stayz; (2) Cung cấp dịch vụ vận chuyển như Uber, SheSafe, Shebah và GoCatch; (3) Cung cấp các dịch vụ với tư cách cá nhân, bao gồm các dịch vụ sáng tạo hoặc chuyên nghiệp (thiết kế đồ họa, tạo trang Web), các công việc lẻ như giao hàng và lắp ráp đồ nội thất (Airtasker, Mad Paws và Deliveroo); (4) Cho thuê bãi đỗ xe (Parkhound và Spacer.)

Thành lập cơ quan chuyên trách về quản lý thuế. Một số quốc gia trong khu vực EU (Đức, Pháp, Áo...) đã thành lập các nhóm điều tra đặc biệt liên quan đến mạng Internet nhằm kiểm soát các rủi ro phát sinh từ việc sử dụng mạng internet, trong đó có vấn đề trốn thuế của các cá nhân tham gia. Ví dụ, tại Áo, một trung tâm điều tra được thành lập để thu thập thông tin về giao dịch TMĐT toàn cầu, tập trung vào các doanh nghiệp có trụ sở hoặc phát sinh hoạt động kinh doanh tại Áo.

Trong khi đó, một Tổ quản lý thuế được thành lập để quản lý hoạt động có liên quan đến TMĐT. Thành viên của tổ này là các chuyên gia đến từ nhiều lĩnh vực như thuế, cán bộ điều tra, các chuyên gia CNTT, các

thành viên đều là những người có kinh nghiệm thực tiễn và được tuyển trực tiếp từ các đơn vị quản lý thuế như các cục, chi cục thuế. Bên cạnh đó, việc đào tạo về kỹ năng sử dụng các phần mềm giám sát, chia sẻ về các công nghệ, các hình thức kinh doanh mới, các kỹ thuật trốn thuế của các thành viên cũng được đặc biệt quan tâm và bồi dưỡng thường xuyên, liên tục.

3. Bài học cho Việt Nam về chính sách tài chính nhằm phát triển mô hình kinh tế chia sẻ

Ở Việt Nam hiện nay, MHKTCS đã xuất, phát triển tuy chưa có những đột phá mạnh mẽ, nhưng mô hình này được đánh giá là có nhiều tiềm năng để phát triển khi số lượng người sử dụng internet, sử dụng điện thoại thông minh tại Việt Nam ở mức cao và đang không ngừng tăng lên. Bên cạnh đó, đại dịch Covid-19 bùng phát vào kéo dài trong khoảng hơn 1 năm đã làm thay đổi cách thức tiêu dùng của người dân, người dân tiêu dùng nhiều hơn thông qua việc sử dụng các ứng dụng, họ tin tưởng hơn vào các hình thức kinh doanh trên nền tảng này. Theo một khảo sát năm 2021 được thực hiện bởi Nielsen (công ty nghiên cứu và truyền thông toàn cầu, có trụ sở tại Mỹ), có 75% số người được hỏi thích các ý tưởng kinh doanh về kinh tế chia sẻ; trong đó, có tới 76% sẵn sàng tận dụng các sản phẩm và dịch vụ của mô hình này; trong khi đó, tỷ lệ người trả lời từ chối chỉ là 18%.

Thực tế trong thời gian qua cho thấy, việc quản lý mô hình này tại Việt Nam còn một số hạn chế liên quan đến việc tạo sự bình đẳng giữa MHKTCS với mô hình kinh doanh truyền thống, chưa có được các chính sách thúc đẩy phát triển phù hợp và hiệu quả; việc quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh trong phạm vi mô hình còn hạn chế.

Trong bối cảnh Việt Nam có nhiều tiềm năng phát triển, thì việc đưa ra các khuyến nghị chính sách phù hợp được xem là một mục tiêu quan trọng. Qua nghiên cứu kinh nghiệm các nước, một số bài học được rút ra dưới đây có thể là các hàm ý quan trọng đối

với Việt Nam trong việc thúc đẩy mô hình nhằm phát huy các lợi thế cũng như hạn chế các tác động tiêu cực của mô hình này.

3.1. Nhóm bài học về chính sách tài chính thúc đẩy sự phát triển của mô hình kinh tế chia sẻ

Thứ nhất, MHKTCS đã được nhìn nhận như một thành phần kinh tế quan trọng, tạo động lực lớn cho phát triển nền kinh tế nói chung cũng như giải quyết được các vấn đề về lao động, nguồn lực và môi trường. Chính phủ các nước đã thành lập cơ quan quản lý nhà nước chuyên trách cho mô hình kinh doanh mới này. Bên cạnh đó, dần hoàn thiện các quy định pháp luật, tạo hành lang pháp lý cho hoạt động của MHKTCS từ cấp độ chung đến các cấp độ cụ thể (vận chuyển, lưu trữ, ăn uống...).

Thứ hai, tập trung đầu tư phát triển hạ tầng CNTT, như mạng lưới internet, các dịch vụ thanh toán trực tuyến, dịch vụ đảm bảo khả năng kết nối. Hiện nay, các quốc gia thành công như Singapore, Trung Quốc đã dành nhiều khoản đầu tư cho phát triển lĩnh vực này. Mục đích là tạo sự phát triển chung cho nền kinh tế, KHCN, qua đó cũng phát triển MHKTCS. Bên cạnh đó, các quốc gia cũng chú trọng đến vấn đề an ninh mạng và vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân.

Thứ ba, chính sách chi ngân sách nhà nước cho phát triển KH&CN được đảm bảo về số lượng, kịp thời về tiến độ. Mức chi NSNN là yếu tố quyết định đối với sự phát triển KH&CN. Tại hầu hết các quốc gia trên toàn cầu đều có chủ trương tăng chi ngân sách cho hoạt động R&D. Việc chi ngân sách cho KH&CN tại các nước đã được xây dựng với chiến lược dài hạn trong việc xác định hạng mục chi, đối tượng chi, cơ cấu chi cũng như việc bố trí các nguồn thu để hỗ trợ phù hợp. Việc xác định quy mô chi cho phát triển KH&CN cần dựa trên nhu cầu của nền kinh tế và tương quan về mức độ cạnh tranh về kinh tế tri thức trên trường quốc tế.

Cạnh tranh ngày càng tăng khiến các quốc gia đã đạt được tăng trưởng cao nhờ phát triển KH&CN cũng không ngừng phải gia tăng chi

cho KH&CN. Tuy nhiên, việc chi NSNN cho KH&CN vẫn đặt trong bối cảnh đảm bảo phù hợp với khả năng thực tế của NSNN và tốc độ tăng trưởng kinh tế. Quy luật này thể hiện rõ ở tỷ lệ chi cho KH&CN trên GDP của các quốc gia đều giới hạn ở mức quanh mức 3%.

Thứ tư, chi NSNN cho phát triển MHKTCS tập trung vào những khâu quan trọng, có tác động tích cực đến hoạt động của mô hình này. Các khoản mục chi cần gắn với những sản phẩm tiên tiến, hiện đại, phù hợp với sự phát triển của cuộc CMCN 4.0. Đặc biệt ưu tiên cho những lĩnh vực công nghệ cao, khoa học kết nối, ưu tiên hỗ trợ cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo về KH&CN nói chung và hoạt động liên quan đến kết nối, thanh toán nói riêng. Những doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực kết nối, thanh toán cũng là đối tượng được ưu tiên trong các khoản chi hỗ trợ từ phía Chính phủ.

Thứ năm, chính sách ưu đãi thuế được triển khai khá đa dạng, với nhiều loại công cụ khác nhau, và mức ưu đãi khác nhau. Các công cụ chính trong ưu đãi thuế đối với doanh nghiệp bao gồm: (i) Chính sách các khoản khấu trừ đặc biệt; (ii) Chính sách tín dụng thuế; (iii) Chính sách hợp sáng chế; (iv) Chính sách ưu đãi dựa trên lợi nhuận được tạo ra từ KH&CN. Các chính sách thực tế đang mang lại tác dụng khuyến khích việc chi tiêu nhiều hơn cho KH&CN, đồng thời tạo ra nhiều sáng chế hơn/kiếm được lợi nhuận nhiều hơn từ các sáng chế của mình. Các doanh nghiệp khởi nghiệp, sáng tạo cũng là đối tượng nhận được nhiều ưu đãi.

Thứ sáu, các chính sách ưu đãi thuế được thiết kế dựa trên nguyên tắc đảm bảo bình đẳng giữa các thành phần kinh tế nhưng vẫn áp dụng các ưu đãi đặc thù hơn cho các dự án thuộc lĩnh vực trọng điểm quốc gia hoặc các đối tượng như doanh nghiệp khởi nghiệp. Các chính sách ưu đãi thuế vẫn đảm bảo dựa trên nguyên tắc đảm bảo bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, nhưng chính phủ các quốc gia như Singapore, Trung Quốc... vẫn áp dụng

các ưu đãi đặc thù hơn cho các dự án thuộc lĩnh vực trọng điểm quốc gia hoặc các đối tượng như doanh nghiệp khởi nghiệp.

Mức độ ưu đãi đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp thường cao hơn so với các loại doanh nghiệp khác. Như đối với Trung Quốc nhằm khuyến khích cung cấp dịch vụ phần mềm và sản xuất sản phẩm nội dung số, các chính sách ưu đãi thuế đối với lĩnh vực này cũng ưu đãi hơn so với các lĩnh vực khác. Trung Quốc cho phép các công ty phần mềm được miễn thuế nhập khẩu đối với máy móc thiết bị và nguyên vật liệu. Trung Quốc cho phép các khoản thu nhập từ việc chuyển giao công nghệ dưới 5 triệu NDT sẽ được miễn thuế TNDN, thu nhập vượt 5 triệu NDT được giảm 50% thuế suất thuế TNDN...

3.2. Nhóm bài học về công tác quản lý, chống thất thu thuế

Thứ nhất, hoàn thiện khung pháp lý chung về thương mại điện tử (TMĐT). Để thu thuế từ các hoạt động kinh doanh dựa trên nền tảng MHKTCS, các nước đã chú trọng đến việc hoàn thiện các quy định pháp luật nhằm tăng cường trách nhiệm của chủ sở hữu các sàn giao dịch TMĐT trong quản lý hoạt động TMĐT trên sàn; bổ sung nội dung về quản lý hoạt động TMĐT có yếu tố nước ngoài; tiếp đến là yêu cầu minh bạch hóa thông tin trên các website TMĐT.

Thứ hai, nghiên cứu, phát triển các công cụ tìm kiếm để thu thập thông tin cần thiết về các doanh nghiệp kinh doanh TMĐT, tiến hành phân loại đối tượng dựa trên mức độ nộp thuế. Xây dựng hệ thống dữ liệu của cơ quan thuế dựa trên việc ứng dụng các công nghệ hiện đại, đặc biệt là các thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 như công nghệ dữ liệu lớn (Big Data), trí tuệ nhân tạo (AI)... Bên cạnh khả năng tìm kiếm, xử lý thông tin, hệ thống này đảm bảo khả năng kết nối, chia sẻ với cơ sở dữ liệu giữa các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan, đồng thời đảm bảo khả năng tích hợp với các trang mạng xã hội, các website bán hàng, các sàn giao dịch trực tuyến.

Thứ ba, thành lập một đơn vị chuyên trách để quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT. Việc ra đời đơn vị này nhằm phát hiện và xử lý các hành vi vi phạm tinh vi, khó phát hiện của các tổ chức, cá nhân, đồng thời giảm bớt được sự khó khăn trong việc tiếp cận và xử lý thông tin cũng như hạn chế được các hành vi trốn thuế.

Bên cạnh đó, việc đào tạo, huấn luyện các cán bộ thanh, kiểm tra thuế cũng đặc biệt được chú trọng. Các cán bộ này được cung cấp các kiến thức, kỹ năng mới được xây dựng theo thực tế các tình huống phát sinh trên thực tế.

4. Kết luận

Sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, đa dạng các hình thức kết nối, chia sẻ và giao dịch trong xã hội, đặc biệt là tác động của đại dịch Covid-19 khiến MHKTCS có điều kiện và tiềm năng phát triển mạnh hơn trong thời gian tới. Đề thúc đẩy mô hình này cũng như hạn chế tác động tiêu cực, các quốc gia tập trung vào tăng đầu tư cho nghiên cứu, ứng dụng KH&CN, tập trung vào các khâu quan trọng, mang tính đột phá; các ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp khởi nghiệp; tăng cường ứng dụng CNTT vào tìm kiếm thông tin về giao dịch, thành lập các đơn vị chuyên trách để kiểm soát hoạt động./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2020), *Đánh giá tác động của một số loại hình MHKTCS chính tới nền kinh tế*
2. Hoàng Văn Cương (2020), *MHKTCS: Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam
3. Bùi Nhật Quang, Phạm Tuấn Anh (2021), *Triển vọng kinh tế chia sẻ toàn cầu dưới tác động của đại dịch Covid-19*; Tạp chí Nghiên cứu kinh tế, tháng 2/2021
4. Phạm Minh Quốc (2023), *Kinh tế chia sẻ - cơ sở pháp lý và một số đề xuất nhằm thúc đẩy sự phát triển các MHKTCS ở Việt Nam*

QUYẾT ĐỊNH ĐI DU LỊCH CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỒNG TÍNH LUYẾN ÁI TẠI VIỆT NAM: VAI TRÒ CỦA HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN VÀ CÁC HOẠT ĐỘNG DÀNH CHO CỘNG ĐỒNG ĐỒNG TÍNH LUYẾN ÁI

Nguyễn Quỳnh Giang¹, Phùng Mai Hương², Nguyễn Khánh Linh³, Cao Phương Uyên⁴, Đỗ Hương Giang⁵

Ngày nhận bài: 10/01/2024
Ngày nhận bài sửa: 05/02/2024
Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Nghiên cứu dưới đây làm rõ vai trò trung gian của hình ảnh điểm đến trong mối quan hệ giữa các hoạt động dành cho cộng đồng đồng tính luyến ái (LGBT) và quyết định du lịch của những du khách thuộc cộng đồng này tại Việt Nam. Một cuộc khảo sát đã được tiến hành để thu thập dữ liệu từ 357 cá nhân trong cộng đồng LGBT, sau đó, dữ liệu tiếp tục được xử lý và phân tích thông qua mô hình phương trình cấu trúc tuyến tính (SEM) bằng việc sử dụng phần mềm AMOS 24. Kết quả cho thấy, các hoạt động dành cho cộng đồng LGBT có ảnh hưởng đáng kể đến hình ảnh của điểm đến, từ đó, tăng khả năng dẫn tới quyết định du lịch ở đối tượng du khách thuộc cộng đồng này. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị cho các khách sạn, điểm đến, các công ty du lịch và những nhà quản lý nhằm thu hút thêm nhiều du khách tiềm năng thuộc cộng đồng LGBT trong tương lai.

Từ khóa: Hình ảnh điểm đến, hoạt động dành cho cộng đồng đồng tính luyến ái, quyết định đi du lịch, đồng tính luyến ái.

TRAVEL DECISIONS OF THE LGBT COMMUNITY IN VIETNAM: THE ROLE OF DESTINATION IMAGE AND LGBT ACTIVITIES

Abstract: This research examines the mediating role of destination image in the relationship between LGBT activities and the decision to travel in the LGBT community. A survey was conducted to gather data from 357 respondents in the LGBT community. The data was further processed and analyzed by utilizing structural equation modeling (SEM) by using AMOS 24. The results indicate that LGBT activities have a considerable influence on a destination's image, leading to stronger travel decisions. Based on the findings, this research paper enriches the empirical research about LGBT travel and tourism prospects in Vietnam, thus proposing some recommendations for hotels, destinations, travel agencies and tourism managers in order to attract more potential LGBT visitors.

Keywords: Destination image, LGBT activities, Travel decisions, LGBT.

1. Giới thiệu

Ngày nay, cùng với sự ủng hộ ngày càng gia tăng đối với sự đa dạng về xu hướng tính dục, các điểm đến thân thiện với cộng đồng

LGBT đã tạo ra các thị trường chuyên biệt cho du lịch LGBT trên toàn thế giới [1]. Không nằm ngoại lệ, Việt Nam mang lại triển vọng lớn cho du lịch LGBT toàn cầu [2] nhờ cảnh quan tuyệt đẹp với các điểm tham

¹ Sinh viên K61 Chất lượng cao Kinh doanh quốc tế, Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế, Trường Đại học Ngoại thương

² Sinh viên K61 Chất lượng cao Kinh doanh quốc tế, Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế, Trường Đại học Ngoại thương

³ Sinh viên K61 Chất lượng cao Kinh doanh quốc tế, Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế, Trường Đại học Ngoại thương

⁴ Sinh viên K61 Chất lượng cao Kinh doanh quốc tế, Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế, Trường Đại học Ngoại thương

⁵ Thạc sỹ, Trường Đại học Ngoại thương, email: huonggiang@ftu.edu.vn

quan văn hóa độc đáo, do đó trở thành một điểm đến tiềm năng dành cho cộng đồng LGBT trên khắp các châu lục [3]. Dù vậy, để có thể đạt được mục tiêu thu hút nhóm du khách đầy triển vọng này, ngành du lịch tại Việt Nam nói chung cần trở nên cởi mở và chào đón hơn với sự đa dạng xu hướng tính dục, tạo môi trường cho cộng đồng LGBT được tự do “sống là chính mình” [4]. Nghiên cứu trong lĩnh vực này có thể đưa ra những phát hiện quan trọng, thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ du lịch hướng đến cộng đồng LGBT. Việc nhận ra sự phát triển của “nền công nghiệp không khói” dành cho cộng đồng LGBT có thể giúp các doanh nghiệp định hướng chiến lược tiếp thị, phát triển dịch vụ và tạo ra không gian an toàn, mang lại lợi ích không chỉ cho cộng đồng này mà còn cho toàn xã hội. Qua nghiên cứu này, tác giả nhấn mạnh những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định du lịch của cộng đồng này, bao gồm các hoạt động dành cho LGBT và hình ảnh điểm đến.

1.1. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

Dựa trên Theo lý thuyết về động lực đẩy kéo (Push-pull theory (1959), các hoạt động dành cho LGBT và hình ảnh điểm đến là các động lực kéo thu hút khách du lịch đến một địa điểm cụ thể. Du lịch dành cho cộng đồng LGBT có thể được coi là một thị trường “ngách”, yêu cầu các dịch vụ được tùy chỉnh sao cho phù hợp, nhằm hạn chế sự kỳ thị hay phân biệt đối xử với các khách hàng thuộc cộng đồng [5]. Ngoài các dịch vụ thông thường như quán bar, nhà hàng hay các câu lạc bộ, các sự kiện dành cho LGBT như drag show hoặc các cuộc diễu hành tự hào (pride parades) có thể nâng cao hình ảnh điểm đến, tạo ra một môi trường thuận lợi và thoải mái cho du khách tự do thể hiện bản thân [6], từ đó để lại ấn tượng tích cực về điểm đến trong tâm trí những người tham gia trải nghiệm. Do đó, nhóm nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau đây:

H1: Các hoạt động dành cho cộng đồng LGBT có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến.

Quyết định du lịch được hiểu là quyết định cuối cùng (điểm đến cụ thể, thời gian, nơi ở, các yếu tố khác liên quan đến sở thích cá nhân) cũng như bao gồm những cảm nhận của du khách xuyên suốt hành trình. Hình ảnh điểm đến, được định nghĩa bởi Kotler, Haider và Rein [7] là sự kết hợp của niềm tin, ý tưởng và ấn tượng của mọi người về một địa điểm. Hầu hết du khách LGBT ưa thích các điểm đến có hình ảnh thân thiện với cộng đồng LGBT và cung cấp các dịch vụ, tụ điểm giải trí và sự kiện dành cho cộng đồng LGBT [8, 9]. Hình ảnh điểm đến tích cực có thể giảm thiểu tác động của rào cản xã hội đối với quyết định đi du lịch của nhóm LGBT [10, 11]. Các tác giả cũng đúc kết ra rằng những địa điểm cho du khách LGBT cảm giác an toàn khi tương tác và hòa nhập với xã hội, không có sự đe dọa đến từ xã hội là những địa điểm hướng tới của nhóm đối tượng này. Từ đó có giả thuyết sau:

H2: Hình ảnh điểm đến có tác động tích cực tới quyết định du lịch của cộng đồng LGBT.

Theo Ram và cộng sự [9], phần lớn các du khách LGBT thường chọn các điểm đến được công nhận là thân thiện với cộng đồng, với các cơ sở vật chất và sự kiện tập trung phục vụ cho tệp khách hàng này. Trong một nghiên cứu trước đó, những người tham gia cho biết rằng các lễ hội dành cho LGBT cho họ không gian để thể hiện bản thân, từ đó có thêm sự tự tin để sống đúng với bản sắc của mình [12]. Do đó, theo lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), các hoạt động LGBT sẽ đóng vai trò là một trong những động lực chính, ảnh hưởng đến quyết định du lịch của du khách trong cộng đồng. Từ đây, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H3: Các hoạt động LGBT có ảnh hưởng tích cực đến quyết định du lịch của cộng đồng LGBT.

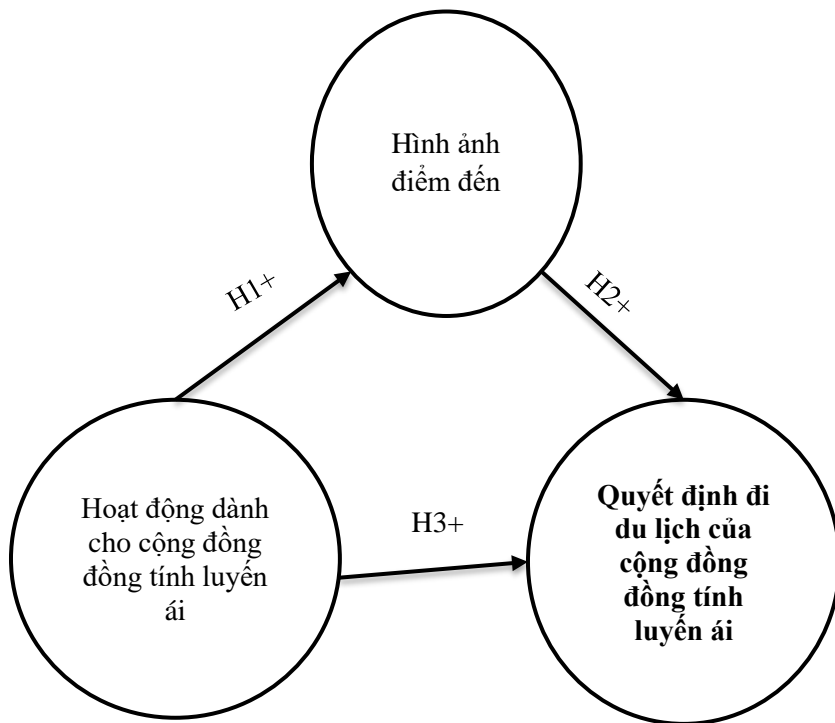
Theo một nghiên cứu trước đó [30], hình ảnh điểm đến được xác định có tác động trung gian, dẫn đến sự hình thành ý định quay lại của du khách. Các hoạt động dành cho cộng đồng LGBT có thể bao gồm các cuộc diễu

hành tự hào (Pride). Nguyen [13] xác định rằng Lễ hội VietPride đã trở thành chuỗi sự kiện hàng năm hàng đầu dành cho cộng đồng LGBT để thể hiện niềm tự hào cũng như sự đoàn kết và ủng hộ cho LGBT Việt Nam. Du khách LGBT chọn ghé thăm những địa điểm du lịch không chỉ để giải trí, mà còn chính là để xây dựng mối quan hệ và tìm kiếm cho mình cảm giác thuộc về. Những trải nghiệm tốt đẹp đó sẽ tạo nên hình ảnh chan hoà và cởi mở, mang lại ảnh hưởng tích cực đến quyết định du lịch của du khách đối với điểm đến.

Từ đó, có thể thấy rằng, hình ảnh điểm đến là một trong những yếu tố tạo nên sự khác biệt, đóng vai trò trung gian dẫn tới quyết định du lịch trong cộng đồng LGBT. Vì thế nên có giả thuyết sau:

H4: Hình ảnh điểm đến có tác động trung gian đến mối quan hệ giữa các hoạt động dành cho cộng đồng LGBT và quyết định du lịch của họ.

Dựa vào những phân tích trên, nhóm nghiên cứu đề xuất ở **mô hình 1**.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng

Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Với phương pháp nghiên cứu định tính, nhóm tác giả thực hiện phỏng vấn sâu với 3 chuyên gia trong lĩnh vực du lịch và 5 đối tượng trong cộng đồng đồng tính luyện ái. Phỏng vấn viên sử dụng các câu hỏi mở để

người tham gia cùng bày tỏ, chia sẻ ý kiến và thảo luận về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đi du lịch của cộng đồng đồng tính luyện ái tại Việt Nam.

Từ đó, nhóm tác giả thiết lập bảng hỏi sơ bộ dựa trên kết quả nghiên cứu định tính và tổng hợp từ các tài liệu tham khảo; và hiệu chỉnh từ ngữ, lỗi chính tả theo góp ý của các chuyên gia. Nghiên cứu định lượng sơ bộ được thực hiện với 50 đối tượng trong cộng đồng

đồng tính luyến ái để kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha.

Để thực hiện nghiên cứu định lượng chính thức, nhóm tác giả thu thập thông tin bằng việc khảo sát trực tuyến các đối tượng thuộc

cộng đồng đồng tính luyến ái thông qua bảng hỏi. Mỗi nhân tố trong mô hình nghiên cứu được đo lường bằng 3-6 câu hỏi dựa trên thang đo Likert từ 1 - Hoàn toàn không đồng ý/Rất không quan trọng đến 5 - Hoàn toàn đồng ý/Rất quan trọng.

Bảng 1. Thang đo các biến trong mô hình

Biến quan sát	Ký hiệu	Mô tả biến quan sát	Nguồn
Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định đi du lịch của cộng đồng LGBT.			
Hoạt động dành cho cộng đồng LGBT (LGBT activities - LA)	LA1	Tôi quan tâm đến các địa điểm cung cấp hoạt động giải trí dành riêng cho LGBT, ví dụ: phòng tắm hơi, mát-xa, lễ hội diễu hành dành cho LGBT.	G. Prayag & cộng sự [14]
	LA2	Tôi đến các địa điểm có các sự kiện và lễ hội của cộng đồng LGBT, ví dụ: Thái Lan, Hà Lan,...	
	LA3	Tôi thường trải nghiệm cuộc sống về đêm theo chủ đề LGBT, ví dụ: quán bar, câu lạc bộ, drag show,... tại các điểm du lịch.	
	LA4	Tôi tham gia các chuyến tham quan dành cho LGBT/thân thiện với LGBT.	
Hình ảnh điểm đến (Destination image - DI)	DI1	Điểm đến thân thiện với LGBT (chấp nhận và chào đón sự khác biệt về xu hướng tính dục).	Ram & cộng sự [9], Byon và Zhang [15]
	DI2	Điểm đến an toàn và riêng tư.	
	DI3	Điểm đến cung cấp các sự kiện văn hóa thú vị (lễ hội/concert).	
	DI4	Điểm đến có chất lượng dịch vụ tốt.	
	DI5	Điểm đến có phong cảnh đẹp.	
	DI6	Điểm đến xứng đáng với giá tiền.	
Quyết định đi du lịch của cộng đồng LGBT.			
Quyết định đi du lịch (Travel decision - TD)	TD1	Tôi đã quyết định đi du lịch.	Akhoondnejad [16]
	TD2	Tôi nghĩ đi du lịch là một quyết định đúng đắn của tôi.	
	TD3	Tôi sẽ tiếp tục đi du lịch trong tương lai gần.	

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

2.2.2. Thu thập và xử lý dữ liệu

Kích thước mẫu tối thiểu cần thiết cho phân tích yếu tố khám phá (EFA) nằm trong

khoảng từ 100 đến 200 [17]. Áp dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện phi xác suất, bảng câu hỏi khảo sát đã được gửi trực tuyến đến

người Việt Nam ở khu vực các miền Bắc, Nam và Trung từ tháng 1 đến tháng 2 năm 2024 và thu được 357 phản hồi. Trong quá trình gửi bảng câu hỏi trực tuyến, nhóm nghiên cứu đã đặt điều kiện các câu hỏi đều bắt buộc phải được trả lời trước khi gửi kết quả đi. Do đó kết quả tổng hợp không có phản hồi nào bị loại do điền thiếu thông tin. Vậy nên phương pháp này thu được 357 mẫu hợp lệ (không bao gồm 50 đối tượng đã thực hiện khảo sát sơ bộ).

Đa số người tham gia khảo sát nằm trong độ tuổi từ 18 đến 23, chiếm 46,5% tổng số mẫu. Khu vực có tỷ lệ phản hồi cao nhất là miền Bắc, đại diện cho 48,46% số người tham gia. Khoảng 48,2% người tham gia có thu nhập hơn 10.000.000 VNĐ mỗi tháng. Những thông tin này cung cấp nền tảng quan trọng để nghiên cứu về sở thích và đặc điểm của cộng đồng LGBT ở Việt Nam.

2.2.3. Phương pháp phân tích

Nhóm tác giả sử dụng phần mềm SPSS 25 và AMOS 24 để phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích nhân tố khẳng định CFA, và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

3. Kết quả và bình luận

Bảng 2. Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo

Tên biến	Số lượng	Chỉ số	Cronbach's Alpha
Hoạt động dành cho LGBT (LA)	4	LA1, LA2, LA3, LA4	0,904
Hình ảnh điểm đến (DI)	6	DI1, DI2, DI3, DI4, DI5, DI6	0,933
Quyết định đi du lịch (TD)	3	TD1, TD2, TD3	0,887

3.1.2. Nhân tố khám phá (EFA - Exploratory factor analysis)

Bài nghiên cứu này có kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) với sig Bartlett's Test $0,000 < 0,05$ và hệ số KMO = $0,900 > 0,5$, không chỉ xác định rằng tất cả các biến quan sát có mối tương quan với nhau mà còn là điều kiện đủ để phân tích nhân tố là phù hợp [17].

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Sử dụng chỉ số Cronbach's Alpha nhóm tác giả đánh giá độ tin cậy các biến quan sát của nhân tố mẹ và phân tích tính chất nhất quán nội bộ. Nghiên cứu sử dụng ngưỡng 0,3 dựa vào giá trị của Corrected Item - Total Correlation (tương quan biến - tổng). Kết quả phân tích Cronbach's Alpha được mô tả trong **Bảng 2** dưới đây với tất cả các giá trị đều lớn hơn 0,6 (giá trị nhỏ nhất là 0,887 thuộc về biến phụ thuộc TD và giá trị lớn nhất 0,933 thuộc về biến trung gian DI). Tổng 13 biến quan sát khác nhau (thuộc 3 nhóm nhân tố) đều có tương quan biến - tổng lớn hơn 0,3. Biến quan sát DI2 với tương quan biến - tổng là 0,759 - giá trị nhỏ nhất, trong khi giá trị 0,833 thuộc biến quan sát DI6 là lớn nhất trong tất cả các biến quan sát. Không có trường hợp hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted (giá trị biểu diễn hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến đang xem xét) lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm. Do đó, thang đo đạt tin cậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận.

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Tiếp theo đó, ba nhân tố từ các biến quan sát trong phân tích EFA đã cho ra kết quả với trị số Eigenvalues = $1,545 > 1$, với phép quay vuông góc Varimax, và tổng phương sai trích (total variance explained) là 77,484% (lớn hơn ngưỡng 50%) được chấp nhận. Do đó, tất cả kết quả của EFA đều phù hợp và đáp ứng các tiêu chí.

Bảng 3. Phân tích nhân tố EFA của các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đi du lịch của LGBT

Hoạt động dành cho LGBT	Hình ảnh điểm đến	Quyết định đi du lịch
<i>Hệ số tải nhân tố (Factor loadings)</i>		
0,855 (LA2)	0,867 (DI4)	0,873 (TD3)
0,849 (LA4)	0,863 (DI6)	0,866 (TD1)
0,839 (LA1)	0,847 (DI5)	0,859 (TD2)
0,829 (LA3)	0,838 (DI3)	
	0,827 (DI1)	
	0,782 (DI2)	
<i>KMO = 0,900; Sig = 0,000; Eigenvalue = 1,545; Tổng phương sai trích = 77,484%</i>		

3.1.3. Nhân tố khẳng định (CFA - Confirmatory factor analysis)

Dựa trên các tiêu chí từ nghiên cứu [18], kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA cho thấy rằng $CMIN/DF = 2,199 < 5$; $CFI = 0,978 > 0,9$; $GFI = 0,944 > 0,9$; và $PCLOSE = 0,151 > 0,05$. Như vậy, mô hình được đề xuất có một mức độ tương thích khá cao với dữ liệu thực tế. Trong nghiên cứu khám phá, giá trị độ tin cậy CR từ 0,6 đến 0,7 được coi là chấp nhận. Theo kết quả phân tích, tất cả các giá trị đều lớn hơn 0,8, có nghĩa là độ tin

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả
cậy của thang đo và độ tin cậy nhất quán nội tại của các chỉ số là phù hợp.

Tất cả các chỉ số $AVE > 0,5$, có nghĩa là tính hội tụ được đảm bảo. Đối với tính phân biệt, tất cả các biến đều có ngưỡng AVE lớn hơn giá trị phương sai chia sẻ lớn nhất (Maximum Shared Variance - MSV) và căn bậc hai phương sai trung bình được trích (Square Root of AVE - SQRTAVE) của một biến đều lớn hơn so với tương quan giữa các cấu trúc Inter-Construct Correlations trong bảng Fornell and Larcker. Do vậy, tính phân biệt được đảm bảo

Bảng 4. Kết quả phân tích giá trị CR và AVE

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	LA	DI	TD
LA	0,904	0,702	0,232	0,905	0,838		
DI	0,933	0,700	0,216	0,935	0,465	0,837	
TD	0,888	0,725	0,232	0,892	0,482	0,411	0,852

3.1.4. Kết quả kiểm định giả thuyết

Phân tích cho thấy quyết định du lịch của cộng đồng LGBT chịu ảnh hưởng nhiều nhất từ hoạt động dành cho cộng đồng LGBT với hệ số

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả
hồi quy chuẩn hóa (Standardized regression weights) = 0,371, tiếp theo là hình ảnh điểm đến với hệ số hồi quy chuẩn hóa (Standardized regression weights) = 0,239.

Bảng 5. Kết quả kiểm định giả thuyết H1, H2 và H3

Giả thuyết	Mối tương quan	Hệ số hồi quy chuẩn hoá	Sig	Kết luận
H1	LA → DI	0,465	0,000	Chấp nhận
H2	DI → TD	0,239	0,000	Chấp nhận
H3	LA → TD	0,371	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 6. Kết quả kiểm định giả thuyết H4 (Tác động gián tiếp chuẩn hoá)

Giả thuyết	Mối tương quan	S.ES	Sig	Kết luận
H4	LA → DI → TD	0,111	0,001	Chấp thuận

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả
động dành cho cộng đồng LGBT và quyết định du lịch của họ.

Kết quả nghiên cứu cho thấy hoạt động dành cho cộng đồng LGBT có tác động gián tiếp đáng kể đối với quyết định du lịch. Điều này củng cố cho giả thuyết H4 được đưa ra. Hơn nữa, tác động trực tiếp của hoạt động dành cho cộng đồng LGBT đối với quyết định du lịch được đo lường có ý nghĩa (Estimates = 0,371, $p < 0,05$). Tác động tổng hợp là 0,482. Do đó, hình ảnh điểm đến đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa hoạt

Kết quả nghiên cứu tại bảng 7 cho thấy biến độc lập (hoạt động dành cho cộng đồng LGBT) có tác động gián tiếp đối với biến phụ thuộc (quyết định du lịch), với giá trị p (Sig) = 0,001 < 0,05 và hệ số chuẩn hóa (S.ES) là 0,111. Do đó, hình ảnh điểm đến đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa hoạt động dành cho cộng đồng LGBT và quyết định du lịch của họ.

Bảng 7. Phân tích đánh giá mối quan hệ trung gian

Mối tương quan	Tác động trực tiếp	Tác động gián tiếp	Trị số p	Kết luận
Hoạt động dành cho LGBT → Hình ảnh điểm đến → Quyết định du lịch	0,371	0,111	0,001	Trung gian một phần

3.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Từ các kết quả trên, có thể thấy rằng các sự kiện và hoạt động dành cho cộng đồng LGBT giúp cải thiện hình ảnh điểm đến trong mắt những người thuộc nhóm này. Tuyên bố được ủng hộ bởi một nghiên cứu trước đây về lợi ích của các điểm đến thân thiện với LGBT của Ram & cộng sự [9]. Một điểm đến thân thiện với người đồng tính mang lại nhiều lợi ích du lịch bao gồm đánh giá tích cực cũng như sự hài lòng của khách hàng. Ngoài ra, Hahm, Ro và Olson [6] đã kết luận trong nghiên cứu của họ rằng việc tổ chức các sự kiện liên quan đến LGBT có

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả
thể ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến và giúp duy trì sự hấp dẫn của điểm đến đó. Hơn nữa, có một mối liên hệ tiềm năng giữa hoạt động dành cho cộng đồng LGBT và hình ảnh điểm đến, cụ thể, những điểm đến thân thiện với LGBT là những nơi có thái độ không phân biệt và tích cực với những du khách thuộc nhóm thiểu số nói chung. Nói một cách khác, việc trở nên cởi mở với những cá nhân thuộc cộng đồng LGBT có thể mang ý nghĩa rằng sự đa dạng và phá vỡ tiêu chuẩn là một điều được tôn trọng.

Thêm nữa, các hoạt động LGBT có ảnh hưởng tích cực đến quyết định du lịch của

cộng đồng LGBT. Kết luận này đồng nhất với lập luận của nghiên cứu của Vorobjovas-Pinta [19] khi tác giả này chỉ ra rằng các hoạt động được tổ chức để dành cho đối tượng LGBT không nhằm mục đích khiến cho cộng đồng này trở nên đặc biệt mà đơn thuần là xây dựng nên không gian thoải mái, xóa bỏ những hạn chế trong việc hòa nhập xã hội. Các hoạt động dành cho LGBT trở thành một phần biểu tượng của văn hóa và tư tưởng, nhưng thay vì mang tính trừu tượng và phi vật chất như văn hóa hay tư tưởng thì các hoạt động này lại hữu hình, trực quan và mang đến cho cộng đồng LGBT trải nghiệm thực tế [20]. Bởi vậy, mối quan hệ giữa các hoạt động dành cho LGBT và quyết định du lịch của nhóm đối tượng này trực tiếp và tương quan đồng biến.

Ngoài các hoạt động dành cho LGBT, những ấn tượng về điểm đến cũng có tác động đáng kể trong việc cá nhân đưa ra quyết định khám phá địa điểm du lịch đó. Nghiên cứu [21] khẳng định tầm quan trọng của nhân tố xây dựng một điểm đến phù hợp đằng sau sự thành công trong việc thu hút khách du lịch mới, tăng tỷ lệ quay lại của các du khách đã từng trải nghiệm dịch vụ. Một nơi du lịch mà theo đánh giá của họ là “đáng đến” dựa trên thang đo được đưa ra trong nghiên cứu này giúp giảm thiểu cảm giác khác biệt do kỳ thị xã hội và cung cấp được các dịch vụ du lịch tiêu chuẩn do du khách LGBT. Bên cạnh đó, cần chú ý rằng mục đích của một số du khách LGBT không nhất thiết là tìm kiếm sự giải thoát khỏi những ràng buộc và áp lực xã hội, bởi vậy các doanh nghiệp nên chú trọng việc thỏa mãn các nhu cầu du lịch thông thường qua các dịch vụ có chất lượng tốt.

Giả thuyết 3 cho ta thấy các hoạt động dành cho LGBT có tác động trực tiếp tích cực đến quyết định đi du lịch. Thêm vào đó, từ mô tả mối quan hệ giữa các biến bằng mô hình cũng như kiểm định kết quả ảnh hưởng của các biến trong giả thuyết 1 (các hoạt động LGBT và hình ảnh điểm đến) và giả thuyết 2

(Hình ảnh điểm đến và quyết định đi du lịch), các hoạt động dành cho LGBT còn có ảnh hưởng gián tiếp đến quyết định đi du ngoạn. Do đó, hình ảnh điểm đến đóng vai trò trung gian một phần trong mối liên hệ này.

4. Kết luận

Nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu này để đánh giá vai trò của hình ảnh điểm đến và các hoạt động dành cho cộng đồng LGBT tới quyết định du lịch của các cá nhân thuộc cộng đồng này tại Việt Nam. Các hoạt động dành cho LGBT giúp hình thành nên hình ảnh điểm đến tốt hơn và thu hút nhiều du khách thuộc cộng đồng hơn. Mặt khác, tạo nên một hình ảnh điểm đến thân thiện đóng vai trò vô cùng quan trọng dẫn đến quyết định đi du lịch của mỗi cá nhân LGBT. Hơn nữa, ngoài việc ảnh hưởng tới hình ảnh điểm đến, các hoạt động dành cho LGBT cũng trực tiếp tác động tới quyết định đi du lịch của nhóm LGBT và tương quan đồng biến với biến này.

Kết quả từ nghiên cứu của nhóm tác giả cũng đưa ra một số gợi ý cho các khách sạn, các điểm đến và các nhà quản lý trong ngành du lịch nhằm thu hút đối tượng khách hàng thuộc nhóm LGBT trong tương lai. Trước tiên, những doanh nghiệp du lịch, các điểm đến nên xây dựng hình ảnh điểm đến tích cực và không phân biệt thông qua các hoạt động thực tiễn như đào tạo nhân viên và đa dạng hóa các thể loại dịch vụ cho các tệp khách hàng này nhằm xây dựng ấn tượng tốt cho khách hàng LGBT. Thứ hai, các doanh nghiệp du lịch có thể kết hợp tổ chức các hoạt động dành cho khách hàng LGBT thường niên để không chỉ tạo nên một hình ảnh doanh nghiệp hay điểm đến thân thiện bền vững mà còn gia tăng quyết định đi du lịch của nhóm khách hàng này. Khi có những chiến lược đúng đắn, phân khúc thị trường cho doanh nghiệp có thể mở rộng đến những cá nhân thuộc cộng đồng LGBT có thu nhập cao mà theo như nhiều nghiên cứu về thị trường du lịch phương Tây, được gọi là “DINKs” (Double Income, No Kids) hay có thể hiểu là nhóm gia đình “thu nhập kép, không có con”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. T. Bömkes, “Strategies for the Growing Market Segment Gay and Lesbian Tourism: Lessons Learned from the First Movers,” in *Trends and issues in global tourism*, 2011, pp. 187–200. doi: 10.1007/978-3-642-17767-5_20.
- [2]. *Affiliate Members Global Reports, Volume 15 – Second Global Report on LGBT Tourism*. 2017. doi: 10.18111/9789284418619.
- [3]. T.-H. Truong and D. J. Foster, “Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam,” *Tourism Management*, vol. 27, no. 5, pp. 842–855, Oct. 2006, doi: 10.1016/j.tourman.2005.05.008.
- [4]. U. C. V. Haley and G. T. Haley, “When the tourists flew in: strategic implications of foreign direct investment in Vietnam’s tourism industry,” *Management Decision*, vol. 35, no. 8, pp. 595–604, Oct. 1997, doi: 10.1108/00251749710176091.
- [5]. O. Vorobjovas-Pinta and A. Hardy, “The evolution of gay travel Research,” *International Journal of Tourism Research*, vol. 18, no. 4, pp. 409–416, Jul. 2015, doi: 10.1002/jtr.2059.
- [6]. J. Hahm, H. Ro, and E. D. Olson, “Sense of belonging to a lesbian, gay, bisexual, and transgender event: the examination of affective bond and collective self-esteem,” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 35, no. 2, pp. 244–256, Jul. 2017, doi: 10.1080/10548408.2017.1357519.
- [7]. Kotler, P., Haider, D. and Rein, I. (1993) *Marketing Places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states, and nations*. Maxwell MacMillan Int, New York. -
References - Scientific Research Publishing.
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1611772>.
- [8]. H. L. Hughes and R. Deutsch, “Holidays of older gay men: Age or sexual orientation as decisive factors?,” *Tourism Management*, vol. 31, no. 4, pp. 454–463, Aug. 2010, doi: 10.1016/j.tourman.2009.04.012.
- [9]. Y. Ram, A. Kama, I. Mizrachi, and C. M. Hall, “The benefits of an LGBT-inclusive tourist destination,” *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 14, p. 100374, Dec. 2019, doi: 10.1016/j.jdmm.2019.100374.
- [10]. M. Karl, A. Bauer, B. W. Ritchie, and M. Passauer, “The impact of travel constraints on travel decision-making: A comparative approach of travel frequencies and intended travel participation,” *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 18, p. 100471, Dec. 2020, doi: 10.1016/j.jdmm.2020.100471.
- [11]. P. Chen, N. Hua, and Y. Wang, “Mediating Perceived travel constraints: The role of Destination image,” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 30, no. 3, pp. 201–221, Apr. 2013, doi: 10.1080/10548408.2013.774914.
- [12]. Y. Poria, A. Pritchard, N. Morgan, I. Ateljević, and C. Harris, “An Israeli lesbian’s travel experience: a heterosexual man’s interpretation of her diary.,” in *CABI eBooks*, 2007, pp. 251–262. doi: 10.1079/9781845932718.0251.
- [13]. N. M. Trí, “Understanding the LGBT subculture in Vietnam: Toward theories of cultural studies,” *International Journal of English Language Education and Literature Studies (IJEEL)*, vol. 1, no. 3, pp. 01–07, Jan. 2022, doi: 10.22161/ijeel.1.3.1.
- [14]. G. Prayag, C. Lewis, and S. Pour, “Travel in my life: queer identity, travel motivation, resilience, life-satisfaction and wellbeing,” *Current Issues in Tourism*, pp. 1–18, Mar. 2023, doi: 10.1080/13683500.2023.2189092.

- [15]. K. K. Byon and J. J. Zhang, “Development of a scale measuring destination image,” *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 28, no. 4, pp. 508–532, Jun. 2010, doi: 10.1108/02634501011053595.
- [16]. Akhoondnejad, “Analyzing the Pre-Travel, On-Travel, and Post-Travel behaviors of Iran’s First-Time visitors,” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 32, no. 8, pp. 1023–1033, Apr. 2015, doi: 10.1080/10548408.2014.957796.
- [17]. J. F. Hair Jr, G. T. M. Hult, C. Ringle, and M. Sarstedt, *A primer on Partial Least squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE, 2013.
- [18]. *Multivariate data analysis*, vol. 7. Pearson, 2010. [Online]. Available: [https://books.google.com.vn/books/about/Multivariate Data Analysis.html?id=JIRaA AAAYAAJ&redir_esc=y](https://books.google.com.vn/books/about/Multivariate_Data_Analysis.html?id=JIRaA AAAYAAJ&redir_esc=y)
- [19]. O. Vorobjovas-Pinta, “Gay neo-tribes: Exploration of travel behaviour and space,” *Annals of Tourism Research*, vol. 72, pp. 1–10, Sep. 2018, doi: 10.1016/j.annals.2018.05.008.
- [20]. T. Sonnekus, “‘We’re not faggots!’: Masculinity, Homosexuality and the Representation of Afrikaner Men Who have Sex with Men in the Film *Skoonheid* and Online,” *South African Review of Sociology*, vol. 44, no. 1, pp. 22–39, Apr. 2013, doi: 10.1080/21528586.2013.784446.
- [21]. M. R. Jalilvand, N. Samiei, B. Dini, and P. Y. Manzari, “Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach,” *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 1, no. 1–2, pp. 134–143, Nov. 2012, doi: 10.1016/j.jdmm.2012.10.001.

NGUYÊN TẮC CƠ BẢN ĐỂ TRUYỀN ĐẠT HIỆU QUẢ KIẾN THỨC

Nguyễn Trọng Nghĩa¹

Ngày nhận bài: 15/01/2024
Ngày nhận bài sửa: 23/02/2024
Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Với các nguyên tắc truyền đạt kiến thức phù hợp, các giảng viên có thể tạo ra những lớp học trải nghiệm thú vị và hiệu quả cho sinh viên, nơi họ có thể tiếp thu những kiến thức và kỹ năng xã hội quan trọng để áp dụng vào công việc và cuộc sống sau này. Có nhiều nguyên tắc mà các giảng viên có thể sử dụng để hỗ trợ sinh viên có sở thích, khả năng và phong cách học tập khác nhau. Nếu bạn là giảng viên hoặc cán bộ trong lĩnh vực giáo dục, bạn có thể được hưởng lợi từ việc tìm hiểu về các nguyên tắc truyền đạt kiến thức của giảng viên trong lĩnh vực này. Điều này có thể làm tăng cơ hội thành công của bạn, của sinh viên trong lớp học hoặc môn học của bạn. Bài viết này đưa ra ba nguyên tắc để truyền đạt hiệu quả kiến thức cho người học.

Từ khóa: Truyền đạt, kiến thức, giảng viên

BASIC PRINCIPLES FOR EFFECTIVE KNOWLEDGE COMMUNICATION

Abstract: With appropriate knowledge transmission principles, instructors can create interesting and effective learning experiences for students. In these experiences, students can acquire essential knowledge and social skills to apply in their future work and life. There are several principles that educators can use to support students with varying interests, abilities, and learning styles. If you are an educator or professional in the field of education, understanding these knowledge transmission principles can enhance your chances of success, as well as those of your students in the classroom or course. This article outlines three effective principles for transmitting knowledge to learners.

Keywords: Knowledge transmission, educators, teaching principles.

Kiến thức đóng vai trò nền tảng cho việc học tập và nghiên cứu. Không có kiến thức, chúng ta không thể suy nghĩ ra quyết định giải quyết vấn đề hoặc sáng tạo ra ý tưởng mới. Một khi có đủ kiến thức chúng ta có thể tập hợp thành những khái niệm và phát triển thành các hệ tư tưởng ở mức độ cao hơn.

Có nhiều cách để tiếp thu kiến thức, bằng cách đọc sách, xem phim, thảo luận hoặc nghe giảng. Các tác giả của các bài giảng, giáo trình, tài liệu tham khảo mang tính nghe nhìn thường cung cấp kiến thức đã được soạn thảo và in ấn. Một khi đã hoàn thành giáo trình đó thì việc điều chỉnh kiến thức là việc làm của người dạy

hoặc của người học; hoặc cả hai nhằm mục đích giảm hay tăng tốc độ lĩnh hội khi cần thiết. Cũng như vậy, người viết hoặc nhà làm phim soạn thảo kịch bản mà không biết độ già của mình là ai và tác phẩm có ý nghĩa đối với một nhóm người nào đó hay không, họ có thể hiểu được thông điệp mà mình nhắn gửi qua tác phẩm không, hoặc điểm nào mình cần phải bổ sung và mở rộng thêm.

Người ta hay nghĩ không tốt về việc giảng dạy, ví dụ như “Kể chuyện chứ không phải dạy học”, “nhà triết gia trên bục giảng”, thành ngữ Trung Quốc như “nghe chóng quên” và các biểu ngữ như “tôi chỉ nhớ 5% những gì

¹ Tiến sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, email: nghiaticqtkd1964@gmail.com

tôi nghe và 10% những gì tôi thấy”. Từ đó, chúng ta hãy đưa ra các mô hình truyền đạt kiến thức để chứng minh hơn là giảng giải. Tuy nhiên, việc làm đó chẳng có ý nghĩa gì cả trừ khi bạn biết rõ giảng nội dung gì và giảng như thế nào?

Ở một số lĩnh vực, nghe là cách lĩnh hội kiến thức hiệu quả. Những kiến thức xã hội sinh viên có thể hiểu rõ mặc dù chỉ nghe giảng ở trên lớp. Trái lại, chứng kiến cũng là cách tiếp thu tốt kiến thức nếu như có sự hướng dẫn hợp lý. Vì vậy, cả nghe và thấy đều giúp chúng ta biết được rất nhiều kiến thức quan trọng.

Giáo trình nghèo ý thì không thể nào dạy hiệu quả được. Nhưng một giáo trình hay thì cũng có thể điều chỉnh từ ngữ hoặc ý tưởng theo nhu cầu của người học. Giáo trình cũng có thể được bổ sung dựa vào các phản ứng của sinh viên, chẳng hạn như những điểm sinh viên nhầm lẫn, không thích thú hoặc cần thêm nhiều ví dụ nữa. Chính vì vậy, người dạy có cách truyền đạt riêng bằng việc tạo ra những ví dụ mang tính thực tế có pha chút hài hước và tăng hoặc giảm nhu cầu học tập của sinh viên. Điều quan trọng là làm sao có thể đoán trước được lượng kiến thức mà sinh viên có thể lĩnh hội được. Từ đó, giảng viên có cách dạy của mình sao cho sinh viên có thể kết hợp được kiến thức mới với kiến thức mà sinh viên đã lĩnh hội. Nhờ đó, sinh viên sẽ nhớ lâu hơn và có thể áp dụng sau này.

Vậy làm thế nào để có thể truyền đạt kiến thức hiệu quả? Theo chúng tôi để truyền đạt hiệu quả kiến thức cho người học thì cần nắm vững 3 nguyên tắc cơ bản sau:

1. Xác định kiến thức cơ bản và sắp xếp chúng

Đầu tiên, chúng ta phải xác định kiến thức cơ bản hoặc cần thiết để sinh viên lĩnh hội. Sau đó phân tích từng nội dung để có thể bổ sung thêm. Sự sắp xếp kiến thức giống như bước ban đầu cơ bản để từ đó sinh viên có thể thêm những kiến thức phức tạp hơn. Điều này không những liên quan trong bài giảng mà còn giữa các môn học với nhau thể hiện sự kế thừa và phát triển trong

từng lĩnh vực cụ thể. Chính vì vậy, cần sắp xếp các kiến thức cơ bản làm nền tảng cho việc tạo các kiến thức có liên quan hơn là chấp nối các kiến thức nhỏ nhất lại với nhau. Ví dụ, sinh viên học về tài chính doanh nghiệp thì cần học trước về kinh tế vi mô, kinh tế chính trị.

Không có một cách nào là tốt nhất để sắp xếp kiến thức. Sắp xếp theo khái niệm, nguyên nhân – hậu quả hoặc theo chủ đề. Chẳng hạn như khi nói về thời gian thì liên hệ đến những đặc trưng ở thời điểm đó hoặc các sự kiện trọng đại. Việc sắp xếp kiến thức không chỉ phản ánh nhu cầu học tập của sinh viên mà còn tăng hiệu quả lĩnh hội và đọc hiểu của giáo trình.

Việc sắp xếp kiến thức sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên hiểu và nhớ bài. Các nghiên cứu của những nhà quản lý giáo dục thế giới cho thấy khi thông tin được sắp xếp thì khả năng nhớ của sinh viên sẽ được nâng cao. Giảng viên hay sinh viên sắp xếp kiến thức đều được cả. Trong một vài trường hợp nếu giảng viên hiểu rõ nội dung thì sẽ cung cấp cho sinh viên có thể tự tạo cho mình mô hình riêng thì sẽ dễ học và dễ nhớ hơn.

Tất cả mọi kiến thức mà bạn dạy nên tập hợp thành mô hình cơ bản và trình bày một cách có hệ thống. Từ đó, sinh viên của bạn có thể tập hợp thành các khái niệm và mở rộng kiến thức hơn nữa.

2. Trình bày kiến thức cơ bản một cách đơn giản nhất và rõ ràng nhất

Một khi chúng ta đã xác định những kiến thức cơ bản và sắp xếp chúng để sinh viên có thể hiểu và nhận ra được mối liên hệ giữa các phần trong nội dung thì chúng ta cần trình bày một cách đơn giản, rõ ràng và dễ hiểu nhất. Chúng ta nên sử dụng những từ ngữ sao cho học sinh dễ hiểu và hình thành các khái niệm bằng những ví dụ cụ thể để nhấn mạnh vào nội dung chúng ta đang trình bày.

Các khái niệm được rút ra từ cuộc sống ngoài đời. Vì vậy, nếu được trình bày có ý nghĩa (sinh viên có thể liên hệ với những việc chúng ta đã trải qua) thì sinh viên sẽ dễ hiểu

hơn bằng cách đặt nội dung bạn đang dạy vào ngữ cảnh cụ thể.

Ví dụ như hiện nay, nếu kinh tế thế giới đang khủng hoảng, lạm phát tăng cao. Khi giảng dạy mối quan hệ giữa lạm phát và nợ nần, giảng viên có thể hỏi sinh viên “có ai trong chúng ta cưỡi xe đến trường mà cha mẹ phải trả góp cho chiếc xe đó không”. Có lẽ một số sinh viên sẽ gật đầu. Giảng viên nói tiếp. “Giá sử xe của em trị giá 15.000 đô la và cha mẹ em thanh toán bằng cách trả 300 đô la mỗi tháng. Bây giờ lạm phát tăng, chiếc xe đó có giá trị 18.000 đô la, thế nhưng cha mẹ em chỉ trả với giá ban đầu. Tương tự như vậy, người nông dân nếu tiền thuê đất, thuê máy với giá luôn ổn định nhưng giá cả sản phẩm mà họ làm ra có thể tăng đột biến khi lạm phát xảy ra”.

Trong toán học, việc trình bày các khái niệm thông qua các hoạt động cụ thể sẽ giúp sinh viên tập trung, hiểu rõ và sử dụng thành thạo hơn là chỉ cung cấp cho sinh viên các thuật toán học. Đây là hình thức dạy đơn giản nhất, hiệu quả nhất tạo cho sinh viên một cách hiểu cụ thể trước khi tiếp cận với các kiến thức trừu tượng hơn.

Dạy kiến thức chung trước khi đi vào trường hợp ngoại lệ.

Trong cái chung đều có cái riêng, đó là điều tất nhiên. Khi nói với sinh viên: “Điều này không phải lúc nào cũng đúng” thì có thể chấp nhận được. Tuy nhiên, nếu bạn trình bày những kiến thức chung, quan trọng lúc đầu cho sinh viên hiểu rõ và sau đó giới thiệu các trường hợp ngoại lệ thì sẽ tốt hơn. Ví dụ: Khi giảng về vấn đề lạm phát, giảng viên sẽ làm rõ khái niệm, các mức độ lạm phát sau đó mới liên hệ với Việt Nam trong quá khứ và hiện tại và tác động như thế nào đến nền kinh tế chung, đến các doanh nghiệp và trực tiếp người lao động, đến học viên, sinh viên.

Việc nêu các ví dụ điển hình mang tính khoa học và nghệ thuật sẽ làm cho bài giảng trở nên hấp dẫn hơn, sinh viên dễ hiểu và có thể tiếp thu bài ngay ở trên lớp. Đồng thời,

làm cho những tiết giảng có tính sống động, không lý thuyết suông, mà có sự kết hợp lý thuyết với thực tiễn.

3. Chứng minh kiến thức

Cuối cùng, nếu có thể, bạn nên đưa ra những ví dụ mẫu để chứng tỏ những gì bạn nói là đúng, thông qua phản ứng của học viên, sinh viên bạn biết được học viên, sinh viên đã hiểu bài ở mức độ nào.

Làm rõ các khái niệm mới: Nếu học viên, sinh viên nắm rõ và hình dung được các khái niệm mà giảng viên đã dạy thì không cần thiết phải đưa ra một số minh chứng cụ thể nữa vì có thể điều này sẽ làm cho học viên, sinh viên chẳng mấy hứng thú. Giảng viên cần trình bày kiến thức theo cách đơn giản, rõ ràng và đưa ra các ví dụ chứng minh. Chẳng hạn khi giảng bài có công thức, thì cần làm rõ ý nghĩa khoa học của công thức và có ví dụ chứng minh, những ví dụ đưa ra nên để học viên, sinh viên tự làm; giảng viên có thể gợi ý và kiểm tra thông qua kết quả.

Các ý tưởng của học viên, sinh viên nên xem xét vào cuối tiết học, buổi học: Nếu sử dụng các ý tưởng các học viên, sinh viên vào đầu tiết học thì có lẽ sẽ làm cho học viên, sinh viên ít chú ý đến kiến thức mới. Nên nhớ rằng đầu giờ là thời gian vô cùng quan trọng trong việc giúp học viên, sinh viên hiểu rõ kiến thức mà bạn muốn truyền đạt. Thường thì giảng viên lấy một ví dụ của học viên, sinh viên trước khi đưa ra ví dụ điển hình để học viên, sinh viên có thể nhận ra những điều sai. Tuy nhiên, điều này sẽ làm cho học viên, sinh viên không tập trung vào nội dung cụ thể mà bạn muốn truyền đạt thông qua ví dụ này. Hãy đảm bảo rằng, những ví dụ của bạn và học viên, sinh viên phải rõ ràng và có thể nêu bật được nội dung của bài học. Chính vì vậy, các trường hợp ngoại lệ nên đề cập sau khi học sinh đã hiểu rõ nội dung cơ bản.

Những vấn đề nêu trên tuy nhỏ, nhưng đó là những kinh nghiệm có thể giúp cho giảng viên có những bài giảng, tiết giảng hay. Thực hiện điều đó, cũng chính là nội dung của đổi mới phương pháp giảng dạy.

Đổi mới từ chính mỗi người giáo viên, ở ngay trong tiết giảng của mình, muốn đổi mới được trước hết người giáo viên phải làm chủ được bài giảng của mình, sau nữa là biết cách truyền cảm tới người nghe (học viên, sinh viên), để người nghe tiếp thu được nhanh nhất, dễ hiểu nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Allan và Barbara Pease (2008), *Cuốn sách hoàn hảo về ngôn ngữ cơ thể*, NXB Tổng hợp TP HCM. Bản dịch Lê Huy Lâm.
2. Hoàng Anh (2005), *Giao tiếp sư phạm*, NXB Đại học Sư phạm Hà Nội, Hà Nội
3. Bộ môn Phát triển kỹ năng: Kỹ năng giao tiếp, Bài giảng tóm tắt (lưu hành nội bộ), Bộ môn Phát triển kỹ năng, Trung tâm đào tạo Ngoại ngữ - Trường Đại học Thủy lợi, Hà Nội, 2007.
4. Dale Carnegine (2003): *Đắc nhân tâm*, NXB Đồng Tháp.
5. Dale Carnegine (2007), *Nghệ thuật nói trước công chúng*, NXB Trẻ. Bản dịch Nguyễn Hiến Lê.
6. Trịnh Xuân Dũng (2000), *Kỹ năng giao tiếp*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
7. Thái Trí Dũng (2004), *Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*, NXB Thống kê, Hà Nội.
8. Nguyễn Ngọc Hiến (2006), *Kỹ năng giao tiếp hiệu quả trong hành chính*, Học viện Hành chính quốc gia.
9. Tim Hindle (2007), *Kỹ năng thuyết trình*, NXB Tổng hợp TP Hồ Chí Minh, TP Hồ Chí Minh.
10. Nguyễn Nguyệt Minh (2005), *Kỹ năng thuyết trình*, NXB Giáo dục.
11. Susan M. Reinhart (2004), *Giving academic presentation*, The University of Michigan Press.
12. Tâm Việt, *Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình*.
13. Vũ Hồng Vân (2006), *Giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống*, NXB Thống kê, Hà Nội.

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN KINH TẾ SỐ CỦA MỘT SỐ NƯỚC ĐÔNG NAM Á - BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Bùi Văn Bằng¹

Ngày nhận bài: 13/12/2023
Ngày nhận bài sửa: 28/02/2024
Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Thế giới đang chứng kiến một Cuộc cách mạng Công nghiệp lần thứ tư, một giai đoạn có sức mạnh biến đổi không giống bất kỳ thời kỳ nào trong lịch sử trước đây. Điều này đến từ sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ kỹ thuật số, đưa kinh tế số trở thành đặc trưng và xu hướng quan trọng nhất trong phát triển kinh tế hiện nay. Từ những thành công và thất bại trong việc thúc đẩy kinh tế số ở các quốc gia Đông Nam Á, Việt Nam có thể rút ra những bài học quan trọng nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế số ở Việt Nam.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển đổi số, công nghệ số, kinh tế số, kỹ thuật số.

EXPERIENCE IN DEVELOPING THE DIGITAL ECONOMY OF SOME SOUTHEAST ASIAN COUNTRIES - LESSONS FOR VIETNAM

Abstracts: The world is witnessing a Fourth Industrial Revolution, a period of transformation unlike any other in history. This comes from the strong development of digital technology, making the digital economy the most important feature and trend in current economic development. From the successes and failures in promoting the digital economy in Southeast Asian countries, Vietnam can draw important lessons to promote digital economic development in Vietnam.

Keywords: Industrial Revolution 4.0, digital transformation, digital technology, digital economy, digital

1. Đặt vấn đề

Trước sức mạnh của cuộc cách mạng số và bước tiến nhanh chóng của Kinh tế số (KTS), một số quốc gia đã nhanh chóng nhận ra cơ hội và triển khai chiến lược, chương trình chuyển đổi số để phát triển KTS. Trong số đó, Việt Nam được đánh giá có cơ hội lớn với thị trường rộng lớn, tiềm năng cho mô hình kinh doanh mới, dân số đông đúc, đang trải qua giai đoạn dân số vàng, và có lực lượng lao động lớn. Đặc biệt, việc sử dụng Internet và điện thoại thông minh đang gia tăng nhanh chóng.

Hiện nay, dưới tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) và thành tựu đổi mới sau 38 năm, Việt Nam đang chứng minh sự phù hợp của quan

điểm và chủ trương của Đảng về KTS. Nhận thức về tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo công nghệ theo CMCN 4.0, Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 04/5/2017 của Thủ tướng Chính phủ và Ban Chấp hành TW Đảng ban hành Nghị quyết số 23-NQ/TW ngày 22/3/2018 về tăng cường năng lực tiếp cận CMCN 4.0 và định hình chính sách phát triển công nghiệp Quốc gia đến năm 2030, tầm nhìn 2045.

Tại Đại hội XIII của Đảng, quyết định phát triển KTS được đặt lên hàng đầu với mục tiêu nâng cao hiệu quả thị trường, tăng cường sức cạnh tranh, và gắn kết hài hòa trong nước và quốc tế. Việt Nam có cơ hội lớn để tận dụng thời cơ này, tăng cường phát triển KTS, mở

¹ Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, email: bang.tcqtkd@gmail.com

rộng các ngành nghề mới và tạo ra nhiều cơ hội việc làm mới.

Mặc dù có tiềm năng lớn, Việt Nam hiện chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc phát triển KTS. Thiếu sự hiểu biết và kinh nghiệm trong việc tận dụng các công nghệ số để tạo ra giá trị là một thách thức lớn. Để tận dụng cơ hội KTS, Việt Nam nên học hỏi từ các quốc gia đã và đang phát triển KTS. Các quốc gia như Singapore, Indonesia và Thái Lan là những ví dụ tiêu biểu về những thành tựu đáng kể trong lĩnh vực này. Singapore, với chiến lược Smart Nation, đã tận dụng hiệu quả công nghệ để tối ưu hóa quản lý đô thị, giáo dục và dịch vụ y tế. Indonesia, thông qua sự kết hợp giữa chính sách hỗ trợ và đổi mới sáng tạo, đã tạo ra môi trường thuận lợi cho sự phát triển của các startup công nghệ. Thái Lan, với chiến lược Thailand 4.0, đã đặt sự chuyển đổi số vào trung tâm của phát triển kinh tế và công nghiệp. Việc nghiên cứu và áp dụng các mô hình KTS của các quốc gia này có thể giúp Việt Nam hiểu rõ hơn về cách họ đã tạo ra sự thay đổi và áp dụng những bài học quý giá cho sự phát triển trong tương lai.

2. Khái quát về kinh tế số và phát triển kinh tế số

2.1. Khái niệm về kinh tế số

Việc tăng trưởng nhanh chóng, ứng dụng rộng rãi trong kinh doanh của Internet vạn vật và sự hình thành, phát triển tốc độ cao của các hoạt động kinh tế liên quan đã dẫn tới sự đa dạng và phong phú về các định nghĩa về KTs. R. Bukht và R. Heeks (2017) tổng hợp 21 định nghĩa điển hình về KTS, cho biết định nghĩa đầu tiên về KTS xuất hiện từ năm 1996 và ngày càng có thêm các định nghĩa mới [10].

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế - OECD (2013), KTS (digital economy) là một nền kinh tế vận hành chủ yếu dựa trên công nghệ số, đặc biệt là các giao dịch điện tử tiến hành thông qua Internet. KTS bao gồm tất cả các lĩnh vực, nền kinh tế mà công nghệ số được áp dụng, có thể kể đến như nông nghiệp, công nghiệp, dịch vụ; sản xuất, phân

phối và lưu thông hàng hóa, vận tải, logistics,...[8].

Theo định nghĩa chung của nhóm cộng tác KTS của Oxford (2022), KTS (digital economy), còn được gọi là kinh tế internet (internet economy), kinh tế mới (new economy) hoặc kinh tế mạng (web economy) là “một nền kinh tế vận hành chủ yếu dựa trên công nghệ số”, đặc biệt là các giao dịch điện tử tiến hành thông qua internet. KTS bao gồm tất cả các lĩnh vực và nền kinh tế mà công nghệ số được áp dụng. Những biểu hiện của công nghệ số xuất hiện ở bất cứ đâu trong đời sống như các trang TMĐT, quảng cáo trực tuyến hay các ứng dụng về ăn uống, vận chuyển,... cũng tích hợp CNS để đáp ứng nhu cầu thuận tiện cho khách hàng [3].

Theo Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), KTS là nền kinh tế liên quan đến công nghệ số, bao gồm các hoạt động kinh tế có sử dụng thông tin số, tri thức số như là yếu tố sản xuất chính; sử dụng mạng Internet, mạng thông tin làm không gian hoạt động; và sử dụng ICT, tức là viễn thông và công nghệ thông tin, để tăng năng suất lao động, và đề tài ưu nền kinh tế [1].

Tóm lại, KTS là các hoạt động kinh tế có sử dụng thông tin số, tri thức số như là yếu tố sản xuất chính; sử dụng mạng Internet, mạng thông tin làm không gian hoạt động; và sử dụng ICT, tức là viễn thông và công nghệ thông tin, để tăng năng suất lao động, và đề tài ưu nền kinh tế. Nếu nói đơn giản thì là nền kinh tế liên quan đến công nghệ số (CNS).

Như vậy, mặc dù có nhiều quan điểm tiếp cận khác nhau khi đề cập đến KTS, nhưng phần lớn các Quốc gia và tổ chức Quốc tế đều thống nhất KTS là nền kinh tế dựa trên CNS và nền tảng số (NTS), với các hoạt động kinh tế bằng CNS và NTS, đặc biệt là các giao dịch điện tử tiến hành trên Internet.

2.2. Phát triển kinh tế số

2.2.1. Khái niệm về phát triển kinh tế số

Phát triển KTS là một quá trình đặc trưng

bởi sự sử dụng CNS và dữ liệu để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, cải thiện hiệu suất, và tạo ra giá trị thêm cho doanh nghiệp, cho xã hội và mở ra những cơ hội sáng tạo và phát triển mới.

Phát triển nền KTS là sử dụng công nghệ số và dữ liệu để tạo ra mô hình kinh doanh mới, tạo ra sản phẩm, dịch vụ số hoặc hỗ trợ cung cấp dịch vụ số cho doanh nghiệp, với sự kết hợp những công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây,... trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư [6]

2.2.2. Các nền tảng cần thiết để phát triển kinh tế số

- Công nghệ số: Đóng vai trò chủ chốt trong phát triển KTS, cung cấp nền tảng quan trọng cho đổi mới và tăng cường cạnh tranh doanh nghiệp. Các công nghệ như điện toán đám mây, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, và Internet of Things đều ảnh hưởng lớn đến sản phẩm mới và nâng cao hiệu suất lao động.

- Hạ tầng viễn thông: Liên kết doanh nghiệp và cá nhân, định hình môi trường KTS thông qua hạ tầng viễn thông hiện đại và ổn định, bao gồm internet tốc độ cao, điện toán đám mây, và an toàn mạng thông tin.

- Chính sách: Chính sách của Chính phủ đóng vai trò quan trọng để tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển của KTS thông qua các chính sách thúc đẩy đổi mới, phát triển nguồn nhân lực kỹ thuật số, và bảo vệ dữ liệu cá nhân, cũng như thiết lập khung pháp lý quản lý hoạt động KTS.

- Năng lực của doanh nghiệp: Các doanh nghiệp cần có năng lực ứng dụng CNS để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới, nâng cao hiệu quả và năng suất lao động. Điều này có thể bao gồm đào tạo nhân viên về các công nghệ mới, đầu tư vào hệ thống thông tin và phân tích dữ liệu, và thúc đẩy văn hóa sáng tạo trong tổ chức.

- Nhận thức của người dân: Người dân cần có nhận thức về KTS để có thể tham gia và hưởng lợi từ sự phát triển của KTS. Điều này đòi hỏi chương trình giáo dục và tạo thông tin

về CNS cũng như sự hỗ trợ cho việc sử dụng các dịch vụ và ứng dụng kỹ thuật số.

2.2.3. Khái quát về thực trạng kinh tế số ở Việt Nam

Với dân số trên 100 triệu người, Việt Nam được đánh giá là một trong những Quốc gia có tốc độ phát triển KTS ở mức khá trong khu vực ASEAN. Chính phủ đã thể hiện rõ quyết tâm và nỗ lực trong việc thúc đẩy phát triển KTS thông qua các quyết định và chương trình quan trọng như Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Nghị quyết 52-NQ-TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị và Chương trình chuyển đổi số Quốc gia theo Quyết định 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ xác định chuyển đổi số, phát triển KTS, xã hội số là trọng tâm chiến lược của Việt Nam trong giai đoạn tới. Mục tiêu đặt ra cho năm 2025 là KTS chiếm 20% GDP, với tỷ trọng KTS tối thiểu 10% trong mỗi ngành, lĩnh vực. Cũng đề ra mục tiêu tăng trưởng năng suất lao động hàng năm ít nhất là 7%, và mục tiêu về cơ sở hạ tầng mạng băng rộng cấp quang phủ trên 80% hộ gia đình và 100% số xã; phổ cập dịch vụ mạng di động 4G/5G và điện thoại di động thông minh; tỷ lệ dân số có tài khoản thanh toán điện tử trên 50%;

Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia thuộc nhóm 50 nước dẫn đầu về chỉ số CNTT (IDI) và chỉ số cạnh tranh (GCI), thuộc nhóm 35 nước dẫn đầu về chỉ số đổi mới sáng tạo (GII), và thuộc nhóm 40 nước dẫn đầu về an toàn, an ninh mạng (GCI). Để đạt được mục tiêu này cần phải duy trì mức tăng trưởng KTS bình quân hàng năm khoảng 20%, gấp 3 lần tăng trưởng GDP dự kiến 6,5-7%/năm [7].

Với KTS, lần đầu tiên trong lịch sử, Việt Nam đang đồng hành cùng thế giới trong cuộc CMCN 4.0 - cách mạng chuyển đổi số - và đây cũng là cơ hội lớn để Việt Nam tiếp cận với trình độ phát triển của khu vực và thế giới. Năm 2021, theo báo cáo “Nền KTS Đông Nam Á - Tiếng gầm thập kỷ XX: Thập kỷ kỹ thuật số Đông Nam Á”, nền KTS Việt Nam có

trị giá khoảng 21 tỷUSD, cao gấp 7 lần so với năm 2015 và dự đoán đạt 220 tỷ USD tổng giá trị hàng hóa (GMV) vào năm 2030, đứng thứ hai trong khu vực chỉ sau Indonesia.

Quá trình phát triển KTS ở Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng kể. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai, cũng phải đối mặt với nhiều vấn đề tồn tại, hạn như:

- Công tác quản lý nhà nước, xây dựng và triển khai các chương trình, kế hoạch, cơ chế và chính sách để thúc đẩy phát triển KTS và xã hội số còn nhiều điểm cần cải thiện. Hệ thống thể chế và pháp luật chưa hoàn thiện và không đồng bộ đối với việc phát triển KTS, đặc biệt là phát triển internet và NTS. Thiếu các công cụ pháp lý và hệ thống công nghệ giám sát và quản lý hiệu quả hoạt động của các NTS và nền tảng xuyên biên giới trên không gian mạng.

- Kỹ năng số và nguồn nhân lực trong lĩnh vực này vẫn chưa đáp ứng đủ yêu cầu. Cần có thêm nguồn nhân lực có khả năng nghiên cứu, phát triển, áp dụng các CNS, nhưng hiện vẫn còn hạn chế về số lượng và chất lượng. Các doanh nghiệp cũng gặp khó khăn trong việc tìm kiếm lao động công nghệ đáp ứng yêu cầu sản xuất kinh doanh. Sự chuyển đổi số trong hệ thống doanh nghiệp vẫn chưa đồng đều, với phần lớn các doanh nghiệp vẫn chưa triển khai chuyển đổi số một cách đầy đủ và hiệu quả.

3. Phát triển kinh tế số ở một số nước trên thế giới

3.1. Phát triển kinh tế số tại Singapore

3.1.1. Xây dựng hạ tầng kỹ thuật số

Singapore đã tiến hành đầu tư đáng kể vào xây dựng hạ tầng kỹ thuật số, bao gồm việc triển khai mạng Internet tốc độ cao và hệ thống viễn thông tiên tiến. Điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho sự sử dụng CNS trong kinh doanh và cá nhân, với việc phát triển hệ thống cáp quang và mạng 4G. Tốc độ kết nối Internet trung bình ở Singapore đã tăng đáng kể, từ 5,4 Mbps vào năm 2012 lên 20 Mbps vào năm 2016. Các xu hướng này đã thúc đẩy

ứng dụng kỹ thuật số trong các hộ gia đình và doanh nghiệp.

Ngoài những xu hướng nổi bật trên, mức độ ứng dụng các loại công cụ và năng lực kỹ thuật số như dịch vụ điện toán đám mây, các nhà máy thông minh, ... cũng tăng nhanh trong những năm gần đây. Với nhiều nỗ lực của Chính phủ Singapore hướng đến số hóa nền kinh tế (như thông qua Chương trình sáng kiến Quốc gia thông minh) thì mức độ ứng dụng số hóa của các hộ gia đình và doanh nghiệp được duy trì và ngày càng phát triển.

3.1.2. Sáng kiến Quốc gia thông minh

Chương trình "Quốc gia thông minh" của Singapore bắt đầu từ năm 2014, với mục tiêu biến đất nước này thành một trong những quốc gia thông minh hàng đầu trên thế giới. Tập trung vào giải quyết các thách thức như mật độ dân cư cao, già hóa dân số, và nhu cầu chăm sóc sức khỏe, chương trình này đã xây dựng nền tảng Quốc gia thông minh (SNP) và tập trung vào các lĩnh vực như môi trường sống, giao thông thông minh và dịch vụ công thuận tiện. Quận Jurong Lake đã trở thành điểm thử nghiệm cho các sáng kiến thành phố thông minh và SNP được thiết lập với nhiều tính năng hỗ trợ cộng đồng, chính phủ và doanh nghiệp.

Trong giai đoạn đầu, Singapore xác định 5 lĩnh vực then chốt mà CNS có thể tham gia, gồm giao thông, nhà ở và môi trường, hiệu quả kinh doanh, y tế và các dịch vụ công. Chính phủ cam kết sẽ tạo điều kiện về hạ tầng, chính sách để mọi sáng kiến, ý tưởng đều có cơ hội hình thành và được thử nghiệm, kể cả nếu có rủi ro [2]. Đặc biệt, CNTT được xác định là yếu tố chính để thực hiện mục tiêu này, với ưu tiên là công nghệ hỗ trợ xã hội, di động và giao thông thông minh, cùng môi trường dữ liệu an toàn. Chính phủ đã cam kết đầu tư khoảng 1% GDP hàng năm cho nghiên cứu và phát triển, kết quả là CNTT đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống tại Singapore, với 75% hộ gia đình sở hữu ít

nhất một máy tính và hơn 50% có kết nối băng thông rộng để lướt mạng [11].

3.1.3. Thanh toán điện tử

Singapore là một trong những quốc gia đầu tiên triển khai thanh toán điện tử (TTĐT). Để tối ưu hóa hệ thống thanh toán, Singapore đã triển khai sáng kiến với 2.000 hệ thống POS tại hơn 650 cửa hàng bán lẻ trên toàn quốc. Ngoài ra, Chính phủ cũng đang phát triển hệ thống thanh toán nhanh sử dụng mã QR chung nhằm thúc đẩy thanh toán không tiền mặt.

Trong tương lai, phát triển mô hình tiền điện tử (emoney model) được coi là ưu tiên hàng đầu, nhất là khi các nền kinh tế đang chuyển hướng tới thanh toán điện tử và không sử dụng tiền mặt. Singapore đặt mục tiêu nâng cao khả năng ứng dụng thanh toán di động phi tiền mặt, đòi hỏi sự hiện diện của các nhà cung cấp giải pháp thanh toán kết nối liên thông và tích hợp công nghệ an toàn, bảo vệ người tiêu dùng, và sử dụng nhận diện số hóa, cùng với khả năng kết nối thanh toán trong nước với hệ thống thanh toán toàn cầu. Đây là yếu tố quan trọng trong nỗ lực của Singapore hướng tới một xã hội không sử dụng tiền mặt trong tương lai [2].

3.1.4. Phát triển ngành công nghệ thông tin - truyền thông

Ngành CNTT - Truyền thông (ICM) tại Singapore đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế số. ICM bao gồm mười hai phân ngành, cung cấp hàng hóa và dịch vụ số, từ phần cứng đến viễn thông, dịch vụ CNTT, phần mềm, trò chơi, dịch vụ trực tuyến và nhiều lĩnh vực khác.

Chẳng hạn, các công ty trong ngành công nghiệp viễn thông cung cấp dịch vụ truy cập Internet, trong khi phân ngành dịch vụ CNTT phục vụ các doanh nghiệp với các dịch vụ lập trình máy tính.

3.1.5. Khuyến khích khởi nghiệp công nghệ

Singapore là một môi trường khởi nghiệp công nghệ phát triển và đang được khuyến khích. Chính phủ Singapore đã đưa ra nhiều

chính sách và biện pháp hỗ trợ để thu hút và phát triển các công ty khởi nghiệp công nghệ thông qua chương trình "Startup SG". Chương trình này cung cấp tài trợ, tư vấn, đào tạo, và hỗ trợ quyền sở hữu trí tuệ. Ngoài ra, các nguồn tài trợ và quỹ đầu tư khác cũng được thiết lập để ủng hộ các công ty khởi nghiệp công nghệ.

3.2. Phát triển kinh tế số tại Indonesia

3.2.1. Xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông mạnh mẽ

Indonesia đang tập trung mạnh mẽ vào việc xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế số. Nước này nhận thức rõ rằng đầu tư vào ICT là chìa khóa quan trọng để kích thích tăng trưởng kinh tế và cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân.

Indonesia đặt mục tiêu xây dựng hạ tầng ICT toàn diện và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực CNTT. Quốc gia này tăng cường đầu tư vào dự án kinh tế số và tạo điều kiện thuận lợi cho các công ty công nghệ trong và ngoài nước đầu tư. Việc xây dựng hạ tầng ICT mạnh mẽ và phát triển KTS sẽ mang lại nhiều lợi ích cho Indonesia như tạo ra nhiều cơ hội việc làm, nâng cao mức sống, tăng cạnh tranh quốc tế và cải thiện các dịch vụ công cộng.

3.2.2. Khuyến khích khởi nghiệp và sáng tạo kinh tế số

Indonesia đã tạo ra môi trường thuận lợi để phát triển khởi nghiệp và sáng tạo KTS. Chính phủ đã hỗ trợ việc thành lập các công ty khởi nghiệp CNTT và truyền thông, tạo ra nhiều việc làm mới và thúc đẩy sự phát triển kinh tế. Ngoài ra, các chính sách hỗ trợ tài chính và đối tác công nghệ đã được áp dụng để khuyến khích sự phát triển và giá trị của các startup công nghệ.

Các công ty như Gojek, Tokopedia, Bukalapak, Traveloka và Ruangguru là những ví dụ tiêu biểu cho sự đổi mới nổi bật. Các doanh nghiệp này không chỉ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế mà còn cải thiện cuộc

sống hàng triệu người Indonesia. Đối với hệ sinh thái công nghệ Indonesia, nhiều công ty khởi nghiệp có thể xuất hiện và vượt qua giới hạn hiện tại của công nghệ.

3.2.3. *Đẩy mạnh việc sử dụng internet để thúc đẩy thương mại điện tử*

Indonesia đã tập trung vào việc sử dụng internet như một công cụ để thúc đẩy TMĐT [9]. Các nền tảng thương mại điện tử như Tokopedia, Bukalapak và Gojek đã thành công, tạo ra cơ hội mới cho doanh nghiệp và tăng cường tiếp cận thị trường trong nước và quốc tế.

Các nền tảng TMĐT của Indonesia đang giúp doanh nghiệp bán trực tuyến, tăng doanh thu và tạo thêm nhiều việc làm. Chúng cũng thúc đẩy việc sử dụng các giải pháp thanh toán đa dạng như thanh toán di động, ví kỹ thuật số và chuyển khoản ngân hàng [4]. Việc sử dụng internet và công nghệ đã tạo ra những thành công đáng kể và có thể đưa ra những bài học quan trọng cho các nền kinh tế mới nổi.

3.3. *Phát triển kinh tế số tại Thái Lan*

3.3.1. *Hệ thống hạ tầng công nghệ*

Chính phủ Thái Lan đã đẩy mạnh việc xây dựng hạ tầng công nghệ để thúc đẩy phát triển KTS, bằng cách triển khai mạng 5G và tăng cường khả năng kết nối Internet. Trong năm 2020, ba nhà cung cấp viễn thông hàng đầu của Thái Lan, bao gồm AIS, True và DTAC, đã được cấp giấy phép mạng 5G thông qua cuộc đấu thầu. Việc này sẽ nâng cao khả năng kết nối Internet và mở ra cơ hội phát triển các ứng dụng mới và khai thác tiềm năng của Internet of Things (IoT) trong KTS.

Bên cạnh 5G và IoT, Thái Lan cũng đang nỗ lực tăng cường khả năng kết nối Internet cho người dân và doanh nghiệp. Chính phủ Thái Lan đã đặt mục tiêu đạt 100% hộ gia đình có kết nối Internet băng thông rộng vào năm 2023 [5]. Chính phủ Thái Lan đã triển khai một số chương trình để thúc đẩy việc kết nối Internet, bao gồm:

- Chương trình "Internet for All" cung cấp dịch vụ Internet giá rẻ cho các hộ gia đình có thu nhập thấp.

- Chương trình "One Tambon One Wi-Fi" cung cấp Wi-Fi miễn phí ở các cấp độ cơ sở.

Nhờ nỗ lực xây dựng hạ tầng công nghệ, Thái Lan đã đạt được những thành tựu đáng kể: Tỷ lệ hộ gia đình kết nối Internet băng thông rộng đã tăng từ 68% vào năm 2015 lên 90% vào năm 2022, và nước này đã trở thành một trong những quốc gia hàng đầu về mạng 5G trong khu vực. Trong tương lai, Chính phủ Thái Lan đặt mục tiêu trở thành trung tâm KTS của Đông Nam Á bằng việc tiếp tục đầu tư vào mạng 5G, trí tuệ nhân tạo (AI), và điện toán đám mây.

3.3.2. *Khuyến khích khởi nghiệp công nghệ*

Thái Lan đã nhận thức được rằng việc khuyến khích khởi nghiệp công nghệ là một yếu tố quan trọng để thúc đẩy sự phát triển KTS. Chính phủ Thái Lan đã triển khai nhiều chính sách và chương trình để tạo môi trường thúc đẩy sự sáng tạo và khởi nghiệp công nghệ, bao gồm:

- Chương trình "Digital Startup" được triển khai bởi Ban Đầu tư Quốc gia của Thái Lan (Board of Investment) nhằm hỗ trợ tài chính và cung cấp các lợi ích thuế cho các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ.

- Chương trình "Startup Thailand" do Bộ Khoa học và Công nghệ Thái Lan (Ministry of Science and Technology) triển khai nhằm cung cấp các chương trình đào tạo, hỗ trợ tư vấn và kết nối với các nhà đầu tư cho các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ.

- Chương trình "Thailand Startup Ecosystem" do Cơ quan Phát triển Kinh doanh Thái Lan (Thai Business Development Agency) triển khai nhằm hỗ trợ phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp công nghệ ở Thái Lan.

Các chính sách và chương trình này đã tạo môi trường thuận lợi cho khởi nghiệp công nghệ ở Thái Lan. Doanh nghiệp khởi nghiệp đã phát triển sản phẩm và dịch vụ mới, thúc

đầy đổi mới và sáng tạo, góp phần vào sự phát triển KTS. Thái Lan đứng đầu khu vực Đông Nam Á về khởi nghiệp công nghệ, với hơn 10.000 công ty khởi nghiệp công nghệ hoạt động và hàng triệu việc làm mới được tạo ra đến năm 2023 [5].

3.3.3. Hợp tác quốc tế

Động lực chính thứ 2 thúc đẩy sự phát triển KTS ở Thái Lan là việc hợp tác quốc tế. Chính phủ đã triển khai nhiều chương trình và hoạt động hợp tác quốc tế trong lĩnh vực KTS, bao gồm:

- Chương trình hợp tác với các đối tác phát triển như Nhật Bản, Hàn Quốc, và Singapore. Các chương trình này nhằm hỗ trợ Thái Lan phát triển các lĩnh vực công nghệ cao như trí tuệ nhân tạo, internet vạn vật (IoT), và công nghệ blockchain.

- Chương trình hợp tác với các tổ chức quốc tế như Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF), Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), và Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO). Các chương trình này nhằm hỗ trợ Thái Lan học hỏi từ kinh nghiệm của các quốc gia và tổ chức quốc tế trong việc phát triển KTS.

- Chương trình hợp tác với các doanh nghiệp và tổ chức tư nhân của các nước. Các chương trình này nhằm thu hút đầu tư nước ngoài và thúc đẩy hợp tác giữa các doanh nghiệp Thái Lan và doanh nghiệp nước ngoài.

Các chương trình hợp tác đã giúp doanh nghiệp Thái Lan tiếp cận công nghệ mới và kinh nghiệm từ đối tác quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường xuất khẩu. Hợp tác với Nhật Bản trong việc xây dựng "Thành phố Thông minh" ở Bangkok là một ví dụ điển hình, giúp Thái Lan học hỏi và áp dụng những bài học từ các đối tác có kinh nghiệm trong phát triển KTS và hệ thống đô thị thông minh.

4. Bài học kinh nghiệm cho phát triển kinh tế số ở Việt Nam

Dựa trên những kinh nghiệm từ các quốc gia tiên phong như Singapore, Indonesia,

Thái Lan, Việt Nam có thể học hỏi và áp dụng những biện pháp sau để phát triển nền KTS một cách hiệu quả:

4.1. Đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số

Việt Nam có tiềm năng lớn để phát triển KTS với dân số trẻ đang gia tăng và tỷ lệ sử dụng điện thoại di động và internet tăng nhanh. Đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số sẽ nâng cao hiệu quả công việc và kết nối giữa các ngành công nghiệp, tăng cường khả năng truy cập internet và tốc độ truyền dữ liệu, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và cá nhân tham gia vào nền KTS.

Ngoài ra, Đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số cũng thúc đẩy sự phát triển của ngành CNTT và truyền thông. Xây dựng trung tâm dữ liệu, mạng lưới viễn thông và hệ thống an ninh mạng tạo điều kiện cho công ty công nghệ và dịch vụ trực tuyến phát triển. Ngoài ra, nâng cao chất lượng dịch vụ công và thúc đẩy thực hiện các chính sách CNTT và truyền thông qua hạ tầng kỹ thuật số. Quản lý thông tin công nghệ và truyền thông cải thiện quy trình hành chính và tăng cường minh bạch trong hoạt động của cơ quan nhà nước.

4.2. Khuyến khích khởi nghiệp và sáng tạo kinh tế số

Để khởi nghiệp và sáng tạo KTS phát triển, Việt Nam cần tạo ra một môi trường thuận lợi và hỗ trợ cho các doanh nghiệp và cá nhân muốn tham gia vào lĩnh vực này. Dưới đây là một số biện pháp có thể thực hiện:

- Chính sách hỗ trợ và khuyến khích khởi nghiệp KTS: Chính phủ có thể cung cấp các chính sách thuế, hỗ trợ tài chính và các khoản vay ưu đãi cho các doanh nghiệp và cá nhân muốn khởi nghiệp trong lĩnh vực ICT. Các chính sách này có thể bao gồm miễn thuế, giảm thuế, hỗ trợ vốn và hỗ trợ đào tạo.

- Xây dựng cụm công nghệ và trung tâm khởi nghiệp: Việt Nam có thể xây dựng các cụm công nghệ và trung tâm khởi nghiệp tập trung vào KTS. Các cụm công nghệ này có thể cung cấp không gian làm việc, cơ sở hạ tầng và các dịch vụ hỗ trợ cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Trung tâm khởi nghiệp

cũng có thể cung cấp các chương trình đào tạo, tư vấn và hỗ trợ kỹ thuật cho các doanh nghiệp khởi nghiệp.

- Tăng cường hợp tác giữa chính phủ, doanh nghiệp và trường đại học

Việt Nam cần tạo môi trường hợp tác chặt chẽ giữa chính phủ, doanh nghiệp và trường đại học để thúc đẩy sự chuyên đổi số trong các lĩnh vực khác nhau. Sự hợp tác này sẽ giúp: (i) Tạo ra môi trường thuận lợi cho phát triển KTS; (ii) thúc đẩy đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trong lĩnh vực KTS; (iii) phát triển các doanh nghiệp công nghệ Việt Nam có khả năng cạnh tranh quốc tế.

4.3. Xây dựng môi trường thân thiện cho thương mại điện tử

Việt Nam cần đẩy mạnh việc sử dụng internet và phát triển TMĐT để tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Cụ thể:

- Đảm bảo an ninh và bảo mật thông tin: Việc đảm bảo an ninh và bảo mật thông tin là một yếu tố quan trọng trong việc phát triển TMĐT. Việt Nam cần đầu tư vào công nghệ và hạ tầng để bảo vệ thông tin cá nhân và giao dịch trực tuyến của người dùng. Đồng thời, cần có các quy định pháp lý và chính sách bảo vệ quyền riêng tư và thông tin cá nhân của người dùng.

- Đẩy mạnh thanh toán trực tuyến: Việc tạo điều kiện thuận lợi cho thanh toán trực tuyến là một yếu tố quan trọng để khuyến

khích người dùng tham gia vào TMĐT. Việt Nam cần phát triển hệ thống thanh toán trực tuyến an toàn và tiện lợi, đồng thời tạo ra các chính sách khuyến khích và ưu đãi cho các doanh nghiệp và người dùng sử dụng thanh toán trực tuyến.

- Đào tạo và nâng cao nhận thức về TMĐT: Giải pháp này đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường sự tham gia và tin tưởng của người dùng. Việt Nam cần tổ chức các khóa đào tạo và chương trình giáo dục về TMĐT cho doanh nghiệp và người dùng, đồng thời triển khai các chiến dịch thông tin và quảng cáo để nâng cao nhận thức về TMĐT.

5. Kết luận

Nền KTS đang là một động lực quan trọng, ngày càng khẳng định vai trò của mình trong việc thúc đẩy tăng trưởng toàn cầu. Ở Việt Nam, KTS được dự đoán sẽ đóng vai trò quan trọng, đưa đất nước vào một giai đoạn phát triển mới trong những năm tới. Singapore, Indonesia và Thái Lan là những quốc gia ở khu vực Đông Nam Á đã ghi nhận nhiều thành công quý báu trong việc phát triển KTS.

Việc học hỏi và áp dụng những kinh nghiệm của Singapore, Indonesia và Thái Lan có thể giúp nền KTS của Việt Nam tiếp tục phát triển mạnh mẽ, hiệu quả và nhanh chóng, tạo ra cơ hội mới cho đất nước, thúc đẩy sự phát triển KTS, nâng cao năng suất và cải thiện chất lượng cuộc sống.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Thông tin và Truyền thông. (2021). Phát triển kinh tế số: Quá trình không thể đảo ngược. https://mic.gov.vn/mic_2020/Pages/TinTuc/146291/Phat-trien-kinh-te-so--Qua-trinh-khong-the-dao-nguoc.html
2. Bùi Kim Thanh & Lê Minh Hằng (2020), Kinh nghiệm của Singapore và Thái Lan trong phát triển kinh tế số và hàm ý chính sách cho Việt Nam, Tạp chí Thông tin Khoa học xã hội, 7, 20-31.
3. Bùi Thanh Tuấn (2020), “Một số khó khăn, thách thức trong phát triển nền kinh tế số ở Việt Nam. [online] Available at: <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/thuc-tien/item/3100-mot-so-kho-khan-thach-thuc-trong-phat-trien-nen-kinh-te-so-o-viet-nam.html>

4. Ngô Huyền (2023), Indonesia và thành công chuyển đổi số: Bài học cho các nền kinh tế mới nổi, <https://vneconomy.vn/indonesia-va-thanh-cong-chuyen-doi-so-bai-hoc-cho-cac-nen-kinh-te-moi-noi.htm>
5. Nam Đông (2023), Thái Lan nỗ lực đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, <https://special.nhandan.vn/thai-lan-no-luc-day-nhanh-qua-trinh-chuyen-doi-so/index.html>
6. Nguyễn Minh Phong. (2019). Nhận diện Kinh tế số. [online] Available at: <https://nhandan.vn/nhan-dien-kinh-te-so-post377545.html>
7. Nguyễn Thế Bình (2022), Phát triển kinh tế số tại Việt Nam, <https://thitruongtaichinhntiente.vn/phat-trien-kinh-te-so-tai-viet-nam-42230.html>, accessed 06 September 2023
8. OECD. (2013). The Digital Economy 2012. [online] Available at: <http://www.oecd.org/daf/competition/The-DigitalEconomy-2012.pdf>
9. Raharja, S. U. J., Kostini, N., Muhyi, H. A., & Rivani. (2019), Utilisation analysis and increasing strategy: e-commerce use of SMEs in Bandung, Indonesia, *International Journal of Trade and Global Markets*, 12(3-4), 287-299.
10. Rumana Bukht and Richard Heeks. (2017). Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Paper No. 68, Centre for Development Informatics, Global Development Institute, SEED.
11. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (2018), Phát triển nền kinh tế số nhìn từ kinh nghiệm một số nước châu Á và hàm ý đối với Việt Nam, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Bộ Kế hoạch và đầu tư.

HỢP TÁC GIỮA CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VÀ DOANH NGHIỆP TRONG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC HIỆN NAY

Nguyễn Thị Phương Thùy¹, Vũ Đức Anh², Phạm Thị Thu Hương³

Ngày nhận bài: 12/01/2024

Ngày nhận bài sửa: 19/02/2024

Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Dưới sự tác động mạnh mẽ của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã chuyển đổi nền kinh tế từ nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế số nên sự hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp là xu hướng phổ biến, tất yếu trên thế giới để tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu thị trường. Tuy nhiên, sự hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực hiện nay còn nhiều hạn chế và chưa phát huy hết ưu điểm của sự hợp tác này. Trong bài viết trình bày khái quát về chung về hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp, phân tích thực trạng nguồn nhân lực, hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực trên cơ sở đó đề xuất giải pháp nhằm tăng cường sự hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực hiện nay.

Từ khóa: Doanh nghiệp; đào tạo; hợp tác; nguồn nhân lực.

COOPERATION BETWEEN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS AND ENTERPRISES IN CURRENT HUMAN RESOURCE TRAINING

Abstract: Under the strong impact of the 4th Industrial Revolution, which has transformed the economy from an industrial economy to a digital economy, cooperation between higher education institutions and businesses is a common trend. Inevitable changes in the world to create high-quality human resources to meet market needs. However, the current cooperation between higher education institutions and businesses in human resource training still has many limitations and has not fully exploited the advantages of this cooperation. This article presents a general overview of cooperation between higher education institutions and businesses, analyzes the current state of human resources, and cooperation between higher education institutions and businesses in human resource training in the world. That basis proposes solutions to strengthen cooperation between higher education institutions and businesses in human resource training today.

Keywords: Enterprise; train; cooperation; human resources

1. Đặt vấn đề

Sự hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học (CSGDĐH) và doanh nghiệp (DN) đóng vai trò quan trọng trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp, tạo môi trường hoạt động nghề nghiệp cho sinh viên khi còn ngồi

trên ghế giảng đường, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đáp ứng tốt nhu cầu nhân lực của DN cũng như sự phát triển của xã hội. Hợp tác giữa CSGDĐH và DN ngày nay đang được xem là một trong những giải pháp tối ưu để nâng cao chất lượng đào tạo của các CSGDĐH, tạo nguồn nhân lực chất lượng

¹ Thạc sỹ, Trường Đại học Công đoàn, email: thuyntp@dhcd.edu.vn

² Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, email: kisodel@gmail.com

³ Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, email: phamhuong147@gmail.com

cao và có tính thực tiễn cao. Việc hợp tác này tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các CSGDDH trong phát triển chương trình đào tạo và đó là điểm sáng cho công tác tuyển sinh đạt kết quả tốt đồng thời đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng theo nhu cầu thị trường. Các CSGDDH đã chuyển dần công tác đào tạo theo nội dung sang đào tạo theo tiếp cận năng lực với định hướng ứng dụng nghề nghiệp vì vậy đẩy mạnh hợp tác giữa CSGDDH và DN là cần thiết. Sự hợp tác này nhằm khai thác tối ưu nguồn lực từ các bên và đó là nền tảng để nâng cao chất lượng đào tạo của CSGDDH đáp ứng tối đa nhu cầu nhân lực trên thị trường.

2. Nội dung

2.1. Cơ sở lý luận về hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp

2.1.1. Khái niệm hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp

Hợp tác giữa CSGDDH và DN được đề xướng bởi nhà triết học Đức Wilhelm Humboldt. Theo ông, “CSGDDH ngoài chức năng đào tạo phải có chức năng nghiên cứu và hợp tác với các ngành công nghiệp. Năm 1810, ông sáng lập Trường Đại học Berlin với điểm khác biệt so với các trường đại học khi đó là chuyển trọng tâm sang nghiên cứu hỗ trợ hoạt động đào tạo, đặc biệt phát triển các lĩnh vực công nghệ phục vụ cho mục đích dân sự và mục đích quân sự”. [10]

Theo Carayon (2003) [1], Gibb & Hannon (2006) [3], “Mối quan hệ hợp tác giữa CSGDDH và DN là những giao dịch có lợi cho hai bên. Đẩy mạnh việc hợp tác này và khai thác giá trị của nó có thể giúp CSGDDH tháo gỡ những khó khăn về tài chính và giúp các DN đạt được hoặc duy trì ưu thế cạnh tranh trong thị trường năng động, đồng thời đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế của quốc gia và đáp ứng đòi hỏi của thị trường lao động”.

Bàn về mối quan hệ hợp tác giữa CSGDDH và DN, tác giả Phạm Thị Ly cho rằng: “Mối quan hệ hợp tác giữa CSGDDH

và DN được hiểu là những giao dịch giữa CSGDDH và DN vì lợi ích của cả hai bên. Theo quan điểm này, quan hệ hợp tác giữa CSGDDH và DN xuất phát từ lợi ích của cả hai bên. Đẩy mạnh và khai thác tốt giá trị của mối quan hệ hợp tác này có thể giúp nhà trường tháo gỡ những khó khăn về tài chính; giúp DN đạt được hoặc duy trì ưu thế cạnh tranh, đồng thời đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế của mỗi quốc gia”. [6]

Như vậy, *hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo là sự phối hợp giữa CSGDDH và DN trong các hoạt động đào tạo vì lợi ích của cả hai bên và của toàn xã hội, trong đó CSGDDH giữ vai trò chính trong tổ chức, quản lý đào tạo.*

2.1.2. Các hình thức hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp

Hợp tác giữa CSGDDH và DN là một quá trình thống nhất, liên hoàn từ đầu vào đến đầu ra, do vậy, sự hợp tác được thể hiện ở những giai đoạn của hoạt động đào tạo bao gồm: Công tác tuyển sinh; Thực hiện các hoạt động đào tạo; Công tác giải quyết việc làm đúng chuyên ngành đào tạo cho sinh viên sau tốt nghiệp.

Trong công tác tuyển sinh, các hình thức hợp tác bao gồm:

CSGDDH thực hiện việc tuyển sinh theo nhu cầu đặt hàng từ DN: DN đặt hàng với CSGDDH về yêu cầu đào tạo lực lượng lao động có trình độ, kỹ năng đáp ứng vị trí việc làm tại DN sau khi tốt nghiệp, CSGDDH chủ động thực hiện kế hoạch tuyển sinh có sự tham gia từ phía DN. [2]

DN trực tiếp làm công tác tuyển sinh và gửi đến đào tạo ở CSGDDH: DN chủ động tuyển sinh theo yêu cầu phía DN, CSGDDH giữ vai trò đào tạo, cấp bằng tốt nghiệp và đảm bảo sinh viên sau đào tạo sẽ thích ứng được ngay với vị trí việc làm tại các DN.

CSGDDH phối hợp với DN cùng thực hiện kế hoạch tuyển sinh, tạo nguồn nhân lực tiềm năng, bù đắp vị trí khuyết, thiếu nhân lực của

DN: CSGDDH cùng DN tư vấn hướng nghiệp và làm công tác tuyển sinh.

Thực hiện các hoạt động đào tạo, các hình thức hợp tác bao gồm: Hợp tác trong nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, hợp tác trong xây dựng cũng như thực hiện chương trình đào tạo, trong tổ chức hoạt động trải nghiệm, thực tập của sinh viên. [2]

Hợp tác trong nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ giải quyết được vấn đề thực tiễn của DN, giúp các nhà nghiên cứu tiếp cận với những thiết bị, phương tiện tiên tiến. Thông qua các hợp đồng kinh tế giữa CSGDDH và DN về xây dựng đề án hợp tác nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, chuyển giao kết quả nghiên cứu thuộc lĩnh vực cả hai bên cùng quan tâm. Sự hợp tác này giúp CSGDDH có cơ hội tăng thêm nguồn thu, giảng viên bổ sung được nhiều kiến thức thực tiễn phục vụ cho công tác giảng dạy, sinh viên có động lực nghiên cứu các vấn đề bất cập trong thực tiễn sản xuất, nâng cao trình độ chuyên môn, tay nghề, nâng cao khả năng nghiên cứu, sáng tạo, rèn luyện cách tư duy độc lập trong giải quyết các vấn đề thực tiễn. DN dễ dàng tiếp cận nhanh với khoa học mới, tránh được độ trễ giữa phát minh và triển khai ứng dụng, tăng tốc độ sáng tạo ra công nghệ mới, tìm kiếm được các giải pháp cho nhiều vấn đề nảy sinh trong sản xuất kinh doanh nhờ sự tư vấn của đội ngũ giảng viên có kiến thức chuyên sâu.[2]

Trong xây dựng nội dung chương trình đào tạo, DN kết hợp với CSGDDH định kỳ khảo sát nhu cầu đào tạo cho DN, trên cơ sở đó lập kế hoạch, nghiên cứu xây dựng các chương trình đào tạo, điều chỉnh, bổ sung học phần cần thiết vào chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu của DN, có tính đến đặc thù của các nhóm ngành nghề, lĩnh vực sản xuất kinh doanh dịch vụ riêng biệt.

Trong thực hiện chương trình đào tạo trong giảng dạy, CSGDDH mời DN tham gia vào quá trình giảng dạy, thảo luận, hướng dẫn thực hành, trải nghiệm thực tế nghề

nh nghiệp, khóa luận tốt nghiệp, đánh giá kết quả học tập quá trình cũng như đóng góp ý kiến vào yêu cầu chuẩn đầu ra cho sinh viên CSGDDH. Ngược lại, CSGDDH cũng trực tiếp tham gia vào quá trình đào tạo, đào tạo lại và phát triển nguồn nhân lực hiện tại của DN. Bên cạnh đó sự hợp tác giữa DN và CSGDDH cả về tài chính, cơ sở vật chất, máy móc, thiết bị dạy học theo sự tiến bộ của khoa học công nghệ.

Trong tổ chức hoạt động thực tế, thực tập của sinh viên: DN tạo điều kiện về địa điểm để sinh viên đến thăm quan doanh nghiệp, trải nghiệm trong quá trình học tập, giúp sinh viên lựa chọn chuyên đề thực tập, giao nhiệm vụ chuyên môn cho sinh viên thực tập tại DN. Thông qua thực tập, trải nghiệm thực tế tại DN, sinh viên được tiếp cận với thực tế nơi làm việc, có cơ hội áp dụng các lý thuyết đã học ở CSGDDH một cách nhanh nhất vào xem xét, giải quyết các vấn đề thực tiễn của DN, là cơ hội để sinh viên tự định hướng công việc và rèn luyện kỹ năng mềm, kiến thức chuyên môn để thành thạo nghề nghiệp trong tương lai. Trong thời gian thực tập, sinh viên có thể được DN cho tham gia thực tập có nhận lương, thực tập như những nhân viên thực sự trong DN đó là một ưu thế khi doanh nghiệp tận dụng nguồn nhân lực của CSGDDH để thực hiện các công việc của DN. DN có thể lựa chọn những sinh viên phù hợp với nhu cầu tuyển dụng nhân lực của mình trong tương lai. Từ hoạt động trải nghiệm, thực tập ở DN, sinh viên là kênh truyền đạt thông tin về CSGDDH có thêm thông tin cho việc cải tiến chương trình, nội dung đào tạo, đồng thời các nhà tuyển dụng có cơ hội đóng góp những ý kiến quan trọng đối với chương trình đào tạo để đảm bảo mục tiêu tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao cho xã hội.

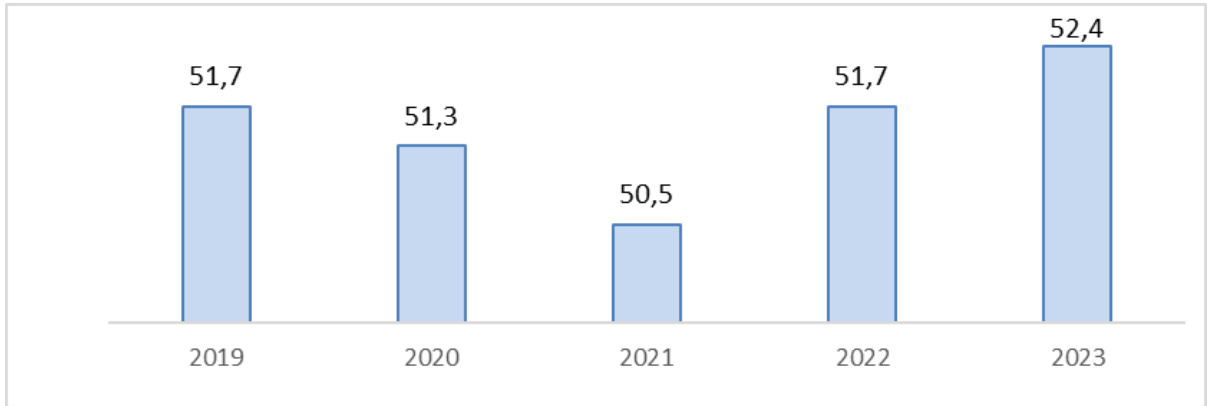
Công tác giải quyết việc làm cho sinh viên sau tốt nghiệp: CSGDDH tổ chức cho sinh viên giao lưu với DN qua các buổi hội thảo, tọa đàm để định hướng nghề nghiệp, những yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ cần thiết đối với nguồn nhân lực tương lai và

cung cấp các thông tin về nhu cầu tuyển dụng nhân lực của DN. Qua hoạt động này sinh viên có ý thức nỗ lực học tập, rèn luyện bản thân để đáp ứng được nhu cầu của DN. [2]

2.2. Thực trạng hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp hiện nay

2.2.1. Thực trạng nguồn nhân lực ở Việt Nam hiện nay

Theo số liệu thống kê của Tổng cục thống kê, dân số Việt Nam hiện nay là 99,1 triệu người và là quốc gia đông dân thứ 2 trong khu vực Đông Nam Á. Trong số đó lao động từ 15 tuổi trở lên là 52,4 triệu người, cao hơn 666,5 nghìn người so với năm 2022. [11]

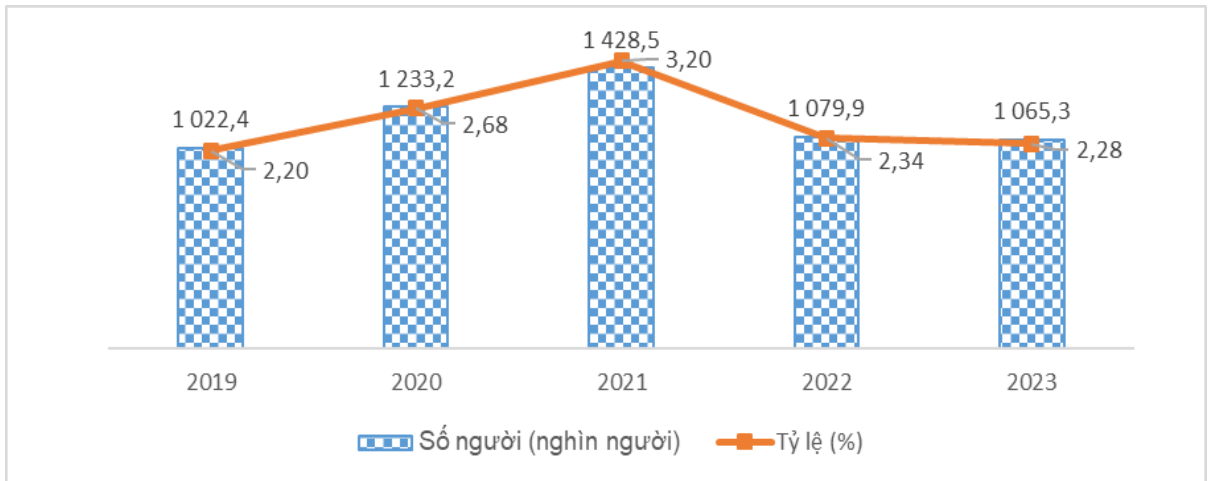


Hình 1: Số lượng lao động từ 15 tuổi trở lên, giai đoạn 2019 - 2023 (triệu người)

Nguồn: Tổng cục Thống kê - 2023

Năm 2023, lao động có việc làm là 51,3 triệu người, tăng 683 nghìn người và tỷ lệ

tăng tương ứng tăng 1,35% so với năm 2022. [11]



Hình 2: Số lao động và tỷ lệ thất nghiệp trong độ tuổi lao động, giai đoạn 2019 - 2023

Nguồn: Tổng cục Thống kê 2019 - 2023

Năm 2023 so với năm 2022, số lao động có việc làm ở khu vực thành thị là 19 triệu người, tăng 331,8 nghìn người tương ứng với tỷ lệ tăng là 1,8%, lao động ở khu vực nông thôn là 32,3 triệu người, tăng 351,1 nghìn người, tương ứng với tỷ lệ tăng là 1,1% . Năm

2023, cả nước trong độ tuổi lao động có 1,07 triệu người thất nghiệp và giảm 14,6 nghìn người, tỷ lệ thất nghiệp là 2,28%, giảm 0,06 điểm trong phần trăm so với năm 2022. [11]

2.2.2. Những thành tựu đạt được trong hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp

Những năm gần đây CSGDDH của Việt Nam đã phát triển nhanh về quy mô, đa dạng về loại hình đào tạo, ngành đào tạo, phương thức đào tạo. Sự phát triển đó cũng thúc đẩy sự hợp tác giữa CSGDDH và DN, sự hợp tác này đã đạt được một số thành tựu đạt nhất định, cụ thể:

Sự hợp tác giữa CSGDDH và DN ở Việt Nam hiện nay chủ yếu là phối hợp xây dựng kỹ năng thực hành cho sinh viên trong học phần thực hành, kiến tập và thực tập. Bên cạnh đó có sự hợp tác về tuyển dụng, tạo cam kết có việc làm cho sinh viên sau khi nghiệp. Tuy nhiên sự hợp tác này chủ yếu là “khai thác”, “săn bắt” hơn là “nuôi dưỡng”, “nuôi trồng” nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu thị trường. Một trong những sứ mệnh cốt lõi của CSGDDH về chức năng và nhiệm vụ đó là trồng người và phải gắn chất lượng đầu ra của sinh viên với yêu cầu của thị trường lao động nói chung và của DN nói riêng, Vì vậy CSGDDH phải là đối tác đi đầu của việc hợp tác này. Thực tế, nhiều CSGDDH chưa thể hiện được vai trò khởi xướng hợp tác của mình. Việc hợp tác này mới chỉ dừng ở cấp độ tình huống, đơn lẻ và tự phát. Về phía DN tâm lý dựa vào CSGDDH cũng như có cái nhìn một phía, ngắn hạn về hợp tác với CSGDDH cũng đã và đang khiến họ chưa tham gia sâu vào việc tạo dựng nguồn nhân lực chất lượng cao cho chính mình.

Một điển hình về việc hợp tác toàn diện giữa CSGDDH và DN thành công và hiệu quả đó là giữa Đại học Bách khoa Hà Nội và Tập đoàn Vingroup. Theo đó, hai bên thống nhất tập trung hợp tác 4 nội dung chính gồm: tài trợ các dự án nghiên cứu khoa học - công nghệ; trao đổi, học hỏi kinh nghiệm cho các giáo sư, nhà nghiên cứu; giảng dạy và chia sẻ tri thức; cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao. Tập đoàn Vingroup cũng cam kết sẽ tiếp nhận khoảng 100.000 sinh viên tốt nghiệp các ngành Công nghệ thông tin từ các trường đại học của Việt Nam trong vòng 10 năm tới. Cụ thể, VinTech sẽ thành lập Quỹ

Hỗ trợ Nghiên cứu Khoa học – Công nghệ ứng dụng. hàng năm tài trợ cho các dự án nghiên cứu trong lĩnh vực khoa học máy tính, trí tuệ nhân tạo, robotics, tự động hóa, công nghệ nano, năng lượng tái tạo, nguyên liệu thế hệ mới ... và mua bản quyền các sáng chế khả thi có thể ứng dụng vào sản xuất. Đồng thời, hai bên cam kết sẽ hợp tác cùng tạo môi trường trao đổi kinh nghiệm cho các giáo sư, nhà nghiên cứu khoa học; hỗ trợ đào tạo và tư vấn cho sinh viên các kiến thức và thực tế về dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, công nghệ sinh học, công nghệ vật lý mới nhất; hợp tác nhằm kết nối, thu hút các giáo sư và nhà khoa học hàng đầu trong khu vực và thế giới để cùng triển khai một số chương trình giảng dạy; tạo cơ hội cho sinh viên được tiếp cận tinh hoa tri thức toàn cầu. Thỏa thuận ký kết giữa Trường ĐHBK Hà Nội và Công ty VinTech được kỳ vọng sẽ tăng cường hợp tác, thúc đẩy nghiên cứu khoa học và công nghệ, giải quyết các vấn đề thực tiễn doanh nghiệp và xã hội, tiên phong đưa ra những xu thế hiện đại và những giải pháp kỹ thuật có tính đột phá. Bên cạnh đó, hai bên sẽ tận dụng nguồn lực, thế mạnh sẵn có và huy động nguồn lực từ xã hội cho việc phát triển và sử dụng nhân tài kỹ thuật công nghệ; theo đó, tạo nguồn tài chính ổn định hỗ trợ phát triển các giáo sư và sinh viên tài năng của Trường ĐHBK Hà Nội và tạo nguồn nhân sự chất lượng cao cho VinTech và xã hội trong tương lai.[13]

Ở một số CSGDDH lớn, khi xây dựng chương trình đào tạo đã có khảo sát lấy ý kiến của DN để việc đào tạo được sát với thực tế hơn. Trong quá trình học tập của sinh viên, ngay từ năm thứ nhất, các CSGDDH đã cho sinh viên đi thực tế, thực tập tại DN để sinh viên có thể hòa nhập nhanh với công việc thực tế sau khi ra trường. Theo thống kê hiện nay lao động có việc làm năm 2023 đạt 51,3 triệu người, tăng 683,0 nghìn người, tương ứng với tỷ lệ tăng 1,35% so với năm 2022 và tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng, chứng chỉ quý IV năm 2023 là 27,6%, tăng 0,3 điểm phần trăm so với quý trước và tăng

1,2 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm 2022. Như vậy, tính đến cuối năm 2023, cả nước vẫn còn 38,0 triệu lao động chưa qua đào tạo. Số liệu này cho thấy thách thức không nhỏ trong việc nâng cao trình độ chuyên môn kỹ thuật của người lao động. Vì vậy, việc xây dựng các chính sách và cũng như chương trình đào tạo cụ thể là yêu cầu rất cấp bách trong tương lai. Năm 2023, lực lượng lao động đã qua đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ ước tính là 14,1 triệu người, chiếm 27,0%, tăng 0,6 điểm phần trăm so với năm 2022.[11]

2.2.3. Hạn chế trong hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp

Nền kinh tế tri thức, hội nhập quốc tế và công nghệ 4.0 đã tác động trực tiếp đến hợp tác giữa CSGDDH và DN. Với những thành tựu đạt được ở trên thì sự hợp tác hai bên còn một số hạn chế dưới đây:

Nhà nước chưa có chính sách chi tiết làm hành lang pháp lý để thúc đẩy sự phối hợp, liên kết chặt chẽ, phát triển và duy trì sự hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo nguồn nhân lực.

Hoạt động hợp tác giữa CSGDDH và DN trong nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ mới chỉ thực hiện được ở các CSGDDH lớn, có truyền thống đào tạo lâu đời, trên địa bàn các tỉnh, các thành phố lớn. Các CSGDDH mới được nâng cấp và các CSGDDH ở địa phương việc hợp tác này chưa được quan tâm đúng mức, hoặc chỉ là hình thức, chiếu lệ có CSGDDH gần như chưa thực hiện được. Các CSGDDH và DN hầu như chưa thành lập được các nhóm nghiên cứu chung, việc triển khai ứng dụng các kết quả nghiên cứu còn rất hạn chế, chưa được các bên liên quan quan tâm, nhận thức đầy đủ và đầu tư xứng đáng. DN và xã hội chưa có niềm tin vào sản phẩm khoa học - công nghệ trong nước, chưa đầu tư và hợp tác để sáng tạo công nghệ. Thực tế, tỷ lệ các CSGDDH có hợp tác với DN trong đào tạo nguồn nhân lực hiện nay còn ít. Nhiều CSGDDH còn chưa chủ động, chưa thấy

được mức độ quan trọng của sự hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo nguồn nhân lực đối với sự phát triển bền vững của DN. Theo thống kê của Vụ giáo dục đại học, Bộ Giáo dục và Đào tạo cho một khảo sát vào tháng 6/2021 trong số 135 CSGDDH chiếm khoảng 50% số các CSGDDH hiện có thì có 55/135 CSGDDH tương ứng với tỷ lệ 40,7% CSGDDH chỉ có hợp tác cả trong lĩnh vực công nghệ thông tin và lĩnh vực khác; có 66/135 CSGDDH tương ứng với tỷ lệ 44,4% chỉ có hợp tác trong lĩnh vực khác; có 11/135 CS GD ĐH tương ứng với tỷ lệ 8,1% chỉ có hợp tác trong lĩnh vực công nghệ thông tin; có 9/135 CS GD ĐH tương ứng với 6,7% không có hoạt động hợp tác nào với DN - tập trung chủ yếu vào CS GD ĐH các khối ngành đặc thù thuộc lĩnh vực nghệ thuật. Tổng số DN có hợp tác với 135 CSGDDH được khảo sát là 6.126 DN, đạt tỷ lệ trung bình là 60 DN /CSGDDH.[4]

Hợp tác giữa CSGDDH và DN trong xây dựng, thực hiện chương trình đào tạo chưa được tiến hành thường xuyên và chưa mang lại hiệu quả thiết thực. Nội dung chương trình đào tạo của các CSGDDH lạc hậu, chậm đổi mới, chất lượng đào tạo chưa theo kịp được với tốc độ phát triển công nghệ. Chương trình được xây dựng, thực hiện chủ yếu vẫn là sản phẩm trí tuệ của CSGDDH, chưa có sự góp sức nhiều của các DN, sự đóng góp ý kiến chưa toàn diện. Trong quá trình thực hiện chương trình đào tạo dù doanh nghiệp cũng đã tham gia đóng góp ý kiến với CSGDDH song hoạt động này còn khá hạn hẹp, kiến thức sinh viên nhận được sau tốt nghiệp chưa đáp ứng được như mong muốn của DN. Thời lượng chương trình đào tạo mà các DN gần trực tiếp công tác giảng dạy, hướng dẫn thực hành, rèn luyện kỹ năng cho sinh viên trong quá trình học tập còn khá khiêm tốn. Kết quả quá trình học tập của sinh viên sau khi tốt nghiệp chưa được DN xem trọng và vẫn đánh giá sinh viên còn quá nhiều lý thuyết thiếu thực tiễn. Về hỗ trợ tài chính trong hợp tác còn quá ít, mang tính tượng trưng, đó dường

như là phần thưởng tài chính động viên các sinh viên có thành tích cao trong học tập và rèn luyện hay sinh viên nghèo vượt khó chứ đó không phải là phần thưởng cho sinh viên có những đóng góp thực tiễn cho doanh nghiệp. Về đầu tư cơ sở vật chất, máy móc, trang thiết bị chỉ mang tính nhất thời và việc đầu tư này chủ yếu tập trung ở một số CSGDDH có thương hiệu.

Các CSGDDH và DN còn thiếu kinh nghiệm trong việc hợp tác trong đào tạo nguồn nhân lực. Chính điều đó mà sự hợp tác giữa hai bên chưa chặt chẽ, chưa theo kịp sự thay đổi của nền kinh tế thị trường cũng như chuyên đổi số. Chính điều đó đã dẫn đến hệ quả đó là số lượng, chất lượng nguồn nhân lực mà CSGDDH chỉ phù hợp một phần với yêu cầu của thị trường lao động, tạo sự mất cân đối nghiêm trọng về cung - cầu nhân lực chất lượng cao. Đa số nguồn nhân lực sau tốt nghiệp phải đào tạo lại mới đảm nhận tốt công việc được giao tại DN. Bên cạnh đó hai bên còn chưa thực sự tin tưởng lẫn nhau, đặt niềm tin vào nhau đó cũng là nguyên nhân khiến cho sự hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo nguồn nhân lực còn chưa chặt chẽ, nhất thời và chưa toàn diện.

2.3. Một số giải pháp thúc đẩy hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực ở Việt Nam thời gian tới

Từ thực trạng về hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo nguồn nhân lực thời gian qua, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hơn nữa mối quan hệ hợp tác này, cụ thể như sau:

Hoàn thiện cơ chế, chính sách hợp tác giữa CSGDDH và DN: Đây là giải pháp có tính chiến lược, tạo môi trường pháp lý và điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các hoạt động hợp tác CSGDDH và DN trong đào tạo nguồn nhân lực. Nhà nước cần xây dựng và triển khai thực hiện các đề án về hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo, cần có những chính sách ưu đãi cho những DN trực tiếp tham gia vào công tác

đào tạo ở CSGDDH như: ưu đãi về thuế, đất đai,... Cần xây dựng chế độ thông tin báo cáo, thường xuyên kiểm tra hoạt động hợp tác đào tạo giữa CSGDDH và DN, tạo điều kiện tối đa cho công tác quản lý hoạt động hợp tác đào tạo trên các phương diện khi cách mạng công nghệ 4.0 ngày càng bùng nổ mạnh mẽ. Bộ Giáo dục và Đào tạo cần nhanh chóng phân tầng, phân loại các CSGDDH thành mô hình đại học nghiên cứu và mô hình đại học ứng dụng, từ đó, CSGDDH và DN có định hướng xây dựng mối quan hệ hợp tác theo hướng trọng tâm, trọng điểm vào những nội dung và có những phương thức hợp tác cụ thể theo đặc thù, điểm mạnh của từng CSGDDH.

Giải pháp từ phía CSGDDH: CSGDDH là đầu mối thực hiện các hoạt động hợp tác, vì nhu cầu hợp tác này bắt nguồn và cấp thiết từ CSGDDH. Để nâng cao nhận thức cho các chủ thể như cán bộ, giảng viên, sinh viên các CSGDDH, cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật, công nhân, lao động tại DN. CSGDDH cần tổ chức riêng hoặc lồng ghép hội nghị ở các cấp bàn về sự cần thiết, những lợi ích của việc hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo, kinh nghiệm, vai trò, trách nhiệm của CSGDDH và DN trong việc nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực. Các CSGDDH cần giao quyền tự chủ cho các khoa đào tạo đối với hoạt động này và coi đây như một nhiệm vụ phải hoàn thành, thường xuyên tổ chức các hội nghị giao lưu DN và sinh viên. Cần tạo điều kiện cho Đoàn thanh niên, Hội sinh viên CSGDDH tổ chức các hoạt động tọa đàm, kết nối và giao lưu để cho sinh viên có điều kiện được tiếp cận nhiều hơn với DN. CSGDDH có các hoạt động kết nối với DN, tận dụng sức mạnh của phương tiện truyền thông bằng cách đẩy mạnh viết các bài truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng về vai trò, tầm quan trọng của việc liên kết, hợp tác giữa CSGDDH và DN. CSGDDH chủ động tích cực liên hệ, nắm bắt những yêu cầu đổi mới công nghệ của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó xúc tiến hợp tác theo phương thức DN đặt

hàng, CSGDDH nghiên cứu chuyên gia cho DN, mời các nhà quản lý DN tham gia làm cán bộ thỉnh giảng để có kiến thức thực tiễn thuyết phục. CSGDDH đổi mới nội dung, phương thức hợp tác giữa CSGDDH và DN từ khâu đầu vào đến đầu ra của quá trình đào tạo, xây dựng bộ phận chuyên trách để phục vụ cho hoạt động hợp tác đào tạo. Trong thực hiện nội dung chương trình đào tạo, CSGDDH hỗ trợ cho DN trong việc tổ chức các khóa đào tạo theo đơn đặt hàng hoặc bồi dưỡng kiến thức chuyên môn cho cán bộ, công nhân viên của DN. Trong giải quyết việc làm cho sinh viên sau tốt nghiệp, cần định kỳ tổ chức ngày hội việc làm và mời DN tham gia.

Giải pháp từ phía DN: Hiệp hội DN hoặc DN kết hợp với CSGDDH thành lập các trung tâm nghiên cứu, chuyển giao công nghệ cho các DN trong ngành. DN cần chủ động trong việc cập nhật và cung cấp thông tin về nhu cầu nhân lực, yêu cầu chuyên môn, kỹ năng, thái độ đối với nhân lực mà DN cần cho CSGDDH. Phản ánh kịp thời về số lượng, chất lượng nhân lực do CSGDDH đã cung ứng để CSGDDH có những điều chỉnh hợp lý. DN cần xây dựng quy chế nội bộ về hoạt động hợp tác đào tạo với CSGDDH, thực hiện nghĩa vụ hỗ trợ cho CSGDDH trong quá trình đào tạo như: Cơ sở vật chất, nhà xưởng, máy móc, trang thiết bị, vật liệu thực hành...; tạo điều kiện cho sinh viên được thực hành, thực

tập trên dây chuyền công nghệ hiện đại tại DN. DN cần xây dựng chính sách hỗ trợ tài chính cho các CSGDDH trong hoạt động đào tạo nguồn nhân lực.

3. Kết luận

Tại CSGDDH, ngoài truyền đạt kiến thức, phương pháp học tập, học thuật còn cần tính thực tiễn, tính ứng dụng và tương tác với xã hội thông qua DN. Nhu cầu về nhân lực của các DN trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay ngày càng tác động làm thay đổi cơ bản phương thức đào tạo của các CSGDDH. Người học cần sớm tiếp cận với môi trường hoạt động nghề nghiệp để ngoài kiến thức chuyên môn còn tích hợp những kỹ năng, tố chất đáp ứng tốt nhu cầu nguồn nhân lực tại DN và sự phát triển, tiến bộ của xã hội. Hợp tác giữa CSGDDH và DN trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay chính là sự gắn kết giữa khoa học với hoạt động kinh doanh. Trên cơ sở nghiên cứu những vấn đề lý luận, thực tiễn, đánh giá thực trạng, tác giả đã đề xuất một số giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao công tác hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo nguồn nhân lực. Những giải pháp được đề xuất cần được vận dụng linh hoạt trong thực tiễn để hoạt động hợp tác giữa CSGDDH và DN trong đào tạo nguồn nhân lực đạt hiệu quả cao nhất, đáp ứng yêu cầu nhân lực của doanh nghiệp và xã hội trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Carayol, N. (2003). Objectives, Agreements and Matching in Science–Industry Collaborations: Reassembling the Pieces of the Puzzle. *Research Policy*, Vol. 32 (6), pp. 887-908.
- [2]. Nguyễn Kim Dung, Phạm Thị Hương (2017), "Thực trạng hợp tác của các trường đại học với doanh nghiệp ở Việt Nam", *Tạp chí Khoa học Đại học sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*, (4).
- [3]. Gibb, A. A. and Hannon P. (2006). Towards the Entrepreneurial University. *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 4, pp. 73-11.
- [4]. Nguyễn Hiếu (2022), "*Bức tranh hợp tác đại học - doanh nghiệp tại Việt Nam*", truy cập ngày 03/01/2024, <https://giaoducthoidai.vn/>

- [5]. Nguyễn Mạnh Hùng (2021), “Chuyển đổi số và cơ hội của đất nước trong thời kỳ mới”. *Tham luận tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng*.
- [6]. Phạm Thị Ly (2012), "Mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp", *Tạp chí Thông tin giáo dục quốc tế*, (8+9), tr.4
- [7]. Phùng Thị Lý (2019), "Hợp tác giữa trường đại học với doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực hiện nay", *Tạp chí Thông tin khoa học lý luận chính trị*, (7), tr.81-87.
- [8]. Bùi Thị Nga, Lê Vũ Toàn và Lưu Đức Long (2020), “Giáo dục đại học: Cơ hội và thách thức trong chuyển đổi số”, *Tạp chí Thông tin & Truyền thông*, số 5 + 6/2020, tr.26-31.
- [9]. Minh Ngọc (2023), *Tình hình lao động, việc làm quý IV/2023 khởi sắc*, [https://baochinhphu.vn/tinh-hinh-lao-dong-viec-lam-quy-iv-2023-khoi-sac-102231229100417966.htm#:~:text=T%C3%ADnh%20chung%20n%C4%83m%2023%2C%20l%E1%BB%B1c,%25\)%20so%20v%E1%BB%9B%20n%C4%83m%20tr%C6%B0%E1%BB%9Bc](https://baochinhphu.vn/tinh-hinh-lao-dong-viec-lam-quy-iv-2023-khoi-sac-102231229100417966.htm#:~:text=T%C3%ADnh%20chung%20n%C4%83m%2023%2C%20l%E1%BB%B1c,%25)%20so%20v%E1%BB%9B%20n%C4%83m%20tr%C6%B0%E1%BB%9Bc), truy cập ngày 15/01/2024.
- [10]. Đinh Văn Toàn (2016), *Hợp tác đại học - doanh nghiệp trên thế giới và một số gợi ý cho Việt Nam*, *Tạp chí Khoa học, Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, tập 32, số 4, tr 69-80.
- [11]. Tổng cục Thống kê (2023), *Thông cáo báo chí về tình hình dân số, lao động việc làm quý IV năm 2023*, <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/12/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-dan-so-lao-dong-viec-lam-quy-iv-va-nam-2023/>, truy cập ngày 15 tháng 01 năm 2024.
- [12]. Nguyễn Cao Trí (2020), “Chuyển đổi số và thúc đẩy bình đẳng trong giáo dục đại học: Cách tiếp cận mới và kinh nghiệm từ Trường Đại học Văn Lang”. *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia: Đổi mới giáo dục và đào tạo vì mục tiêu phát triển bền vững*, Đà Nẵng, tr.103-110.
- [13]. Trung tâm TT và QHCC, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, (2018), *Trường ĐHBK Hà Nội và Vintech hợp tác trong đào tạo và nghiên cứu công nghệ cao*, <https://hust.edu.vn/vi/news/hop-tac-doi-ngoai-truyen-thong/truong-dhbk-ha-noi-va-vintech-hop-tac-trong-dao-tao-va-nghien-cuu-cong-nghe-cao-355105.html>, truy cập ngày 15 tháng 01 năm 2024.

NÂNG CAO GIÁM SÁT GIAO DỊCH NỘI GIÁN TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Phạm Tiến Đạt¹
Nguyễn Thị Hương²

Ngày nhận bài: 04/01/2024

Ngày nhận bài sửa: 05/02/2024

Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Giao dịch nội gián (GDNG) là hành vi vi phạm quy định nghiêm trọng trên thị trường chứng khoán (TTCK), hành vi này làm tổn hại đến lợi ích của các nhà đầu tư (NĐT), doanh nghiệp niêm yết và thị trường nói chung. Tại Việt Nam, GDNG vẫn là hiện tượng gây nhức nhối trong thời gian qua, nhiều sự việc đã được nhắc đến, tuy nhiên các vụ việc bị xử lý vi phạm rất hạn chế, trong giai đoạn 2017-2023 chỉ có 01 trường hợp GDNG được phát hiện và xử lý, đồng thời cũng có rất ít người biết về quy định liên quan đến GDNG. Bài viết được thực hiện với mục tiêu đánh giá thực trạng hoạt động giám sát GDNG tại Việt Nam, nhận diện các tồn tại, hạn chế qua đó đề xuất các khuyến nghị để hoàn thiện hoạt động này.

Từ khóa: giao dịch nội gián, thị trường chứng khoán.

IMPROVEMENT OF SUPERVISION OF INSIDER TRADING IN VIETNAM'S STOCK MARKET

Abstract: Insider trading (GDNG) is a serious violation of regulations in the stock market, this behavior harms the interests of investors, listed businesses and the market. Generally speaking. In Vietnam, GDNG is still a painful phenomenon in recent times, many incidents have been mentioned, however the cases of violations handled are very limited, in the period 2017-2023 there was only 01 case. GDNG is discovered and processed, and very few people know about the regulations related to GDNG. This article was written with the goal of evaluating the current status of educational supervision activities in Vietnam, identifying shortcomings and limitations, thereby proposing recommendations to improve this activity

Keywords: Insider trading, stock mark.

1. Giao dịch nội gián và yêu cầu đối với công tác giám sát thị trường

GDNG là việc sử dụng các thông tin quan trọng, chưa được công khai, công bố có liên quan đến chứng khoán (tình hình hoạt động của công ty niêm yết, các kế hoạch kinh doanh, các vấn đề phát sinh liên quan đến lãnh đạo công ty, các vi phạm của công ty...) để tiến hành giao dịch mua/bán chứng khoán nhằm trục lợi cá nhân. Hành vi phát sinh khi

các NĐT (bao gồm cả cá nhân và NĐT tổ chức) có được thông tin nội bộ quan trọng, chưa được công bố để thực hiện hành vi giao dịch chứng khoán hoặc cung cấp cho bên thứ ba nhằm mục đích hưởng lợi cá nhân.

Qua nghiên cứu một số vụ án GDNG điển hình trên thế giới, có thể thấy, đối tượng bị xếp vào tội GDNG khá đa dạng, bao gồm cả tổ chức và cá nhân, tập trung vào một số nhóm cụ thể: (i) người lãnh đạo

¹ Thạc sỹ, Viện Chiến lược và Chính sách tài chính, email: phamtiendat1@mof.gov.vn

² Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính Quản trị kinh doanh

trong doanh nghiệp; (ii) người thân, bạn bè của những người lãnh đạo trong doanh nghiệp; (iii) các nhà môi giới chứng khoán; (iv) các NĐT biết thông tin chưa được công bố (dù họ không phải là nội bộ của công ty); (v) các cá nhân khác có liên quan đến giao dịch trên TTCK (người sản xuất chương trình truyền hình...).

Các hành vi GDNG gây ra những sự thiệt hại cho các chủ thể liên quan trên thị trường như NĐT, các doanh nghiệp niêm yết và theo đó là toàn bộ thị trường.

Thứ nhất, tác động đến nhà đầu tư

- Làm suy giảm danh tiếng, uy tín của NĐT

GDNG tạo hình ảnh của một NĐT, nhà quản trị thiếu uy tín, thiếu trung thực. Điều này sẽ dẫn đến những khó khăn cho các NĐT, nhà quản trị trong việc thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình trong thời gian tiếp theo.

- Dẫn đến các giao dịch không công bằng

Ba mục tiêu cơ bản của TTCK là hoạt động hiệu quả, công bằng và phát triển ổn định. Khi các hành vi gian lận dựa trên lợi thế thông tin sẽ dẫn đến thị trường không công bằng với các NĐT (Schwert (1996), Fishman & Hagerty (1992)). Trong khi một số NĐT có thông tin nội bộ trước các NĐT khác thì khả năng thu lợi nhuận của các NĐT này sẽ cao hơn, theo một nghiên cứu thì mức chênh lệch này có thể lên tới 7%. Hoạt động đầu tư sẽ trở nên không công bằng cho những người không có thông tin nội bộ, thông thường họ sẽ trở thành người thua thiệt.

- Gây tổn thất về tài chính

TTCK là một kênh đầu tư hấp dẫn, linh hoạt cho các NĐT. Tuy nhiên, một số NĐT có được thông tin trước các NĐT khác khiến những người này chịu thiệt thòi với các khoản thua lỗ lớn. Nghiên cứu của (Cosmans & Frehen, 2022) cung cấp thêm bằng chứng về hậu quả tài chính của GDNG đối với người ngoài. Bằng nghiên cứu thực nghiệm đã chỉ ra rằng, việc tiếp cận thông tin cá nhân tạo ra khoảng cách hiệu suất là

7%/năm giữa những người trong cuộc (người tiếp cận được thông tin nội gián) và người ngoài cuộc.

- Làm suy giảm niềm tin của NĐT

GDNG làm xói mòn niềm tin của NĐT, vì các cá nhân có thể cho rằng thị trường đang gian lận chống lại họ. Việc bị thua lỗ bởi các hành vi gian lận qua GDNG khiến các NĐT đặc biệt là các NĐT nhỏ dễ mất niềm tin vào TTCK. Do đó, các NĐT này có thể “quay lưng” với cổ phiếu của công ty có nguy cơ xảy ra hành vi gian lận, thậm chí các NĐT có thể bán tháo cổ phiếu của công ty, đặc biệt là đối với các cổ phiếu xảy ra các hành vi gian lận cao.

Thứ hai, tác động đến tổ chức phát hành

- Làm giảm động lực ở các doanh nghiệp

Nếu người quản lý doanh nghiệp có hành vi gian lận nói chung, GDNG nói riêng có thể khiến NĐT, người lao động đánh đồng giữa công ty gian lận và không gian lận, gây hiệu ứng lan tỏa xấu, giảm động lực làm việc của người lao động, động lực đầu tư của NĐT. Bên cạnh đó, khi các nhà quản lý có lợi nhuận từ việc kinh doanh những hành vi gian lận thì họ sẽ không quan tâm đến việc làm thế nào để phát triển doanh nghiệp, đề tận dụng hết tiềm năng và lợi thế... hoặc không tập trung vào việc quản lý, phát triển doanh nghiệp, dẫn đến doanh nghiệp gặp khó khăn, thậm chí có nguy cơ phá sản.

- Tăng rủi ro cho doanh nghiệp

Tại các doanh nghiệp có người quản lý thực hiện hành vi GDNG, các chiến lược đầu tư có thể không theo hướng để đạt được mục tiêu chung, hướng tới sự phát triển mà là để che dấu sự gian lận của họ. Điều này cũng có thể khiến các quyết định được ra chậm hơn, thiếu quyết đoán hơn và độ chính xác thấp hơn. Đây là những rủi ro lớn cho hoạt động của doanh nghiệp.

Thứ ba, tác động tới thị trường chứng khoán

- Làm giảm động lực phát của TTCK, xa hơn là nền kinh tế

TTCK là kênh luân chuyển vốn trực tiếp giữa người có vốn và doanh nghiệp. GDNG có thể dẫn đến sự bất cân xứng thông tin, tạo ra đánh giá sai lầm về nhận thức của thị trường giữa công ty có chất lượng hoạt động tốt với công ty có chất lượng hoạt động không tốt. Tạo ra sự bất cân xứng thông tin trên thị trường. Sự sai lệch này có thể khiến dòng vốn ít chảy vào những công ty kinh doanh hiệu quả, trong khi các công ty kinh doanh có hiệu quả kinh doanh thấp lại nhận được nguồn vốn hỗ trợ. Nguy cơ xảy ra bất ổn cũng xuất phát từ chính yếu tố này. Do đó, ảnh hưởng đến tính hiệu quả của cả nền kinh tế.

- Làm giảm tính thanh khoản của thị trường

Hoạt động GDNG là khó tránh khỏi ngay cả tại các thị trường phát triển, tuy nhiên khi mức độ gian lận cao, khiến họ mất lòng tin, các NĐT có thể ngừng giao dịch hoàn toàn, làm cho TTCK mất thanh khoản. Bên cạnh đó, các NĐT từ các thị trường khác (bất động sản, vàng, ngoại hối...) hay các NĐT từ các thị trường nước ngoài sẽ mất niềm tin vào thị trường và từ chối tham gia vào việc giao dịch cổ phiếu, khi việc này xảy ra trên diện rộng, thị trường sẽ mất thanh khoản và có thể bị tê liệt.

- Gây ra nhiều chi phí, tổn thất cho xã hội

Theo Hiệp hội các nhà điều tra gian lận Mỹ - ACFE (2010) thì “gian lận khiến nền kinh tế Mỹ mất khoảng 6% trên tổng GDP vào năm 2004 (tương đương khoảng 10.000 tỷ USD), tức là mỗi năm nền kinh tế bị thiệt hại 600 tỷ USD, con số này gấp đôi số ngân sách cho hoạt động quốc phòng của Chính phủ Mỹ năm 2003. Số tiền này còn lớn hơn nguồn chi ngân sách cho xây dựng cơ sở hạ tầng và giáo dục. Theo thống kê, mức độ thiệt hại từ các hành vi gian lận toàn cầu là 2,9 nghìn tỷ USD/năm, chiếm 5% doanh thu hàng năm của công ty.

Nhìn tổng thể, nếu còn để hành vi này diễn ra phổ biến, GDNG sẽ ảnh hưởng đến việc huy động vốn của doanh nghiệp, đến quá trình phát triển của TTCK và tốc độ tăng trưởng của toàn bộ nền kinh tế.

Điều này đặt ra vấn đề cần phải tăng cường công tác quản lý đối với GDNG nhằm ngăn ngừa, xử lý các hành vi này.

2. Các vấn đề đặt ra với giám sát GDNG trên TTCK tại Việt Nam

Thời gian qua, việc giám sát giao dịch chứng khoán nói chung, giám sát GDNG nói riêng đã đạt được một số kết quả nhất định từ việc ban hành quy định, xây dựng mô hình, phương pháp giám sát... Tuy nhiên, việc giám sát GDNG còn một số hạn chế:

Một là, mức độ gia tăng của hoạt động giám sát còn thấp, chưa tương xứng với yêu cầu, mục tiêu và tính cấp thiết

Trên thực tế, các Báo cáo tổng kết TTCK hàng năm hầu như không nhắc đến giám sát giao dịch trên TTCK, các thông tin, dữ liệu về số liệu tổng hợp, các hành vi có dấu hiệu vi phạm GDNG không được công bố công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng (báo chí, website, các kênh thông tin khác).

Hai là, cơ chế, giải pháp giúp việc phát hiện sớm, ngăn chặn các hành vi này còn hạn chế

Hành vi GDNG chưa được phát hiện sớm và chính xác. Trên thực tế, các hành vi GDNG chỉ bị phát hiện và xử lý sau khi giao dịch nội bộ đã hoàn thành, tức là đối tượng đã thực hiện các hành vi giao dịch và đạt được mục đích và gây ảnh hưởng xấu đến TTCK, đến các NĐT khác rồi mới bị phát hiện và xử lý. Bên cạnh đó, các biện pháp xử lý hành vi GDNG cũng không kịp thời, thường sau khi kết thúc giao dịch vài tháng mới có quyết định xử lý.

Như vậy, khả năng phát hiện sớm và chính xác các GDNG còn hạn chế. Với việc các hành vi GDNG thường chỉ được phát hiện do có các đơn thư khiếu nại từ các NĐT khác hoặc các đối tượng có liên quan hoặc do các NĐT thực hiện GDND thực hiện hành vi vi phạm quá lộ liễu. Đối với những hành vi GDNG tinh vi (GDNG được thực hiện đúng tại thời điểm CBTT hoặc ngay sau khi CBTT) rất khó có khả năng bị phát hiện.

Mặt khác, thời gian kiểm tra, điều tra và ra quyết định xử phạt còn kéo dài, công tác tổ chức hoạt động giám sát còn chông chéo dẫn đến giảm tính hiệu quả, đặc biệt hiệu quả trong răn đe đối tượng vi phạm. Đồng thời, việc này cũng có thể nảy sinh các vấn đề tiêu cực.

Ba là, mức độ đạt được của mục tiêu giám sát giao dịch tuy có được cải thiện nhưng so với yêu cầu thì còn ở mức rất thấp.

Số vụ GDNG bị phát hiện và xử lý là rất ít. Trong 10 năm từ năm 2013 đến nay chỉ có 1 GDNG bị phát hiện và xử lý. Trong khi đó, các vụ việc có nhiều biểu hiện của GDNG thường là các vụ việc có tính chất nghiêm trọng, phức tạp, gây ảnh hưởng tiêu cực tới thị trường và gây thiệt hại cho nhiều NĐT. Bên cạnh đó, mặc dù đã có quy định về xử lý hình sự nhưng do khó khăn trong việc xác định thiệt hại gây ra cho các NĐT và xác định khoản thu lợi bất chính nên việc thực hiện xử lý vẫn dựa vào giá trị cố định và không bị xử lý hình sự.

Các hạn chế trên xuất phát từ một số nguyên nhân như:

- Các văn bản quy định pháp luật còn bất cập

+ Việc quy định về thông tin nội bộ, người nội bộ, cách thức xác định đối tượng này còn chưa cụ thể, rõ ràng dẫn đến khó khăn trong việc xác định. Theo đó, *“Thông tin nội bộ là thông tin liên quan đến công ty đại chúng, tổ chức niêm yết, tổ chức đăng ký giao dịch, quỹ đại chúng, công ty đầu tư chứng khoán đại chúng chưa được công bố mà nếu được công bố có thể ảnh hưởng lớn đến giá chứng khoán của tổ chức này”* (Điều 4, Khoản 44, Luật Chứng khoán 2019). Qua nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế, so với các quốc gia khác (đơn cử như Trung Quốc), quy định này còn khá chung chung, thiếu cụ thể, điều này thực tế đã gây trở ngại trong việc xác định các GDNG.

Điều này thường dẫn tới việc mặc dù đối tượng vi phạm có nhiều biểu hiện của GDNG (sử dụng thông tin nội bộ chưa được công bố

để giao dịch) nhưng lại bị xử lý dưới hình thức vi phạm khác như vi phạm trong CBTT (mức độ xử lý nhẹ hơn). Các cổ đông nội bộ thường xuyên biện minh “không kịp thời báo cáo thông tin giao dịch” thể hiện thái độ không tuân thủ pháp luật, không coi trọng các hình thức xử phạt, gây mất lòng tin của NĐT, đặc biệt là NĐT nước ngoài.

+ Quy định về xác định giá trị bất hợp pháp từ hành vi vi phạm hay thiệt hại cho NĐT từ hành vi vi phạm còn chưa cụ thể (Thông tư 117/2020/TT-BTC) do đó, trong quá trình xử lý thiếu căn cứ để xử lý. Hiện quy định mức xử lý có thể lên tới 10 lần giá trị vi phạm tuy nhiên, do không xác định giá trị vi phạm nên thường lấy quy định một mức xử lý cố định (3 tỷ đồng với tổ chức, 1,5 tỷ đồng với cá nhân) – mức xử lý được cho là nhỏ trong bối cảnh thị trường phát triển, giá trị vi phạm lớn như hiện nay. Điều này dẫn đến việc xử lý thường thiếu tính răn đe.

Bên cạnh đó, việc xử lý hành vi GDNG được đánh giá là thiếu tính răn đe, điều này có thể dẫn đến tâm lý sẵn sàng chấp nhận chịu phạt để đạt được mức lợi ích lớn hơn.

- *Đội ngũ nhân lực của cơ quan quản lý còn mỏng*

Hiện nay, các cán bộ làm việc tại UBCKNN, các Sở Giao dịch chứng khoán có khoảng 400 cán bộ tham gia vào việc giám sát hơn 1.600 công ty niêm yết/ đăng ký giao dịch ở 2 sàn là HoSE và HNX với hàng tỷ giao dịch/ngày. Số lượng cán bộ có chức năng thanh tra, giám sát chỉ chiếm phần rất nhỏ trong đó, do vậy việc tổ chức hoạt động kiểm tra, các đoàn thanh tra là rất hạn chế. Trong thời gian qua, TTCK đã ghi nhận sự phát triển mạnh mẽ về quy mô, tần suất giao dịch cũng như mức độ phức tạp, tinh vi ngày càng tăng trong khi số lượng nhân sự tại các cơ quan quản lý nhà nước gần như không có sự thay đổi. Số lượng cán bộ không những hạn chế về số lượng mà chất lượng cũng còn hạn chế, do những hạn chế trong quy định về việc trả lương, đãi ngộ trong khu vực nhà nước khó

có khả năng cạnh tranh trong thu hút người lao động có trình độ, kiến thức, kỹ năng.

- *Chất lượng quản trị của tổ chức phát hành còn hạn chế*

Chất lượng quản trị công ty, nhất là quy trình, yêu cầu CBTT của các tổ chức phát hành ở Việt Nam còn hạn chế, đặc biệt khi so sánh với mặt bằng chung của các nước trong khu vực và thế giới. Các doanh nghiệp còn chưa chủ động trong việc công khai các thông tin, thường chỉ là các thông tin theo quy định (bắt buộc phải công bố), còn các thông tin khác tuy quan trọng (như kế hoạch kinh doanh, các dự án hợp tác...) thì ít được công bố.

- *Trách nhiệm của tổ chức kinh doanh chứng khoán còn yếu*

Các CTCK, các đơn vị tư vấn vốn đóng vai trò quan trọng trong việc phát hiện GDNG khi các tổ chức này có nhiều thông tin liên quan đến giao dịch của NĐT, và hiện được coi là tuyến đầu trong hệ thống giám sát tại Việt Nam. Tuy nhiên, nhiều trường hợp các tổ chức này đã vi phạm đạo đức nghề nghiệp, vi phạm pháp luật như thông đồng với người nội bộ để thực hiện gian lận.

- *Vai trò của các hiệp hội kinh doanh chứng khoán còn khá mờ nhạt*

Vai trò của các hiệp hội kinh doanh chứng khoán ở Việt Nam thời gian qua còn khá hạn chế nhất là trong việc đào tạo NĐT, kết nối giữa các NĐT và kết nối với các cơ quan quản lý. Thông tin của các Hiệp hội về các công ty niêm yết, cũng như vai trò của các Hiệp hội này trong quản lý, ngăn ngừa và hạn chế hành vi gian lận, trong đó có GDNG là khá mờ nhạt.

3. Một số khuyến nghị

Thứ nhất, cần ban hành các quy định cụ thể để xác định hành vi giao dịch nội gián

- Hoàn thiện định nghĩa về “thông tin nội bộ”

Cần bổ sung quy định của Luật Chứng khoán về thông tin nội bộ theo hướng cần ban hành các quy định cụ thể, bao quát các thông

tin. Điều này tạo điều kiện cho các nhà quản lý có cơ sở, căn cứ để xác định giao dịch chứng khoán nào là GDNG. Theo đó, các dự án thay đổi trong phạm vi kinh doanh của công ty; các dự án đầu tư, các hợp đồng quan trọng có giá trị lớn; các quyết định xử phạt của cơ quan quản lý nhà nước, các khoản khoản nợ lớn; các thay đổi nhân sự quản lý quan trọng của công ty, hoặc thay đổi về cổ đông lớn; các vi phạm pháp luật hoặc các vụ kiện tụng lớn liên quan đến công ty...

- Mở rộng khái niệm “người nội bộ”

Như đã phân tích, theo quy định trong Luật Chứng khoán của Việt Nam, người nội bộ mới chỉ dừng lại là người lãnh đạo, những người giữ vị trí quan trọng trong bộ máy quản trị, điều hành của doanh nghiệp và người nội bộ của quỹ đại chúng hoặc công ty đầu tư chứng khoán đại chúng, trong khi còn nhiều chủ thể có khả năng tiếp cận và sở hữu được các thông tin quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến giá chứng khoán của doanh nghiệp.

Trong khi đó, một số đối tượng khác cũng có thể thực hiện hành vi GDNG như: nhân viên, cổ đông lớn, công ty con/công ty liên kết và những người quản lý của công ty này; luật sư tư vấn, bên mua lại doanh nghiệp, bên tham gia các giao dịch lớn với doanh nghiệp; một số đối tượng cung cấp các dịch vụ về chứng khoán như các đại diện của công ty chứng khoán, các Sở GDCK, tổ chức phát hành.... cũng có thể là đối tượng cần được nghiên cứu và đưa vào quy định để bổ sung cho khái niệm người nội bộ.

Đây là cách thức mà các thị trường phát triển như Mỹ, hay tại Trung Quốc, cũng đã mở rộng quy định về khái niệm “người nội bộ” để phù hợp với thực tiễn.

Thứ hai, bổ sung các quy định liên quan đến khởi kiện dân sự, bồi thường thiệt hại

Hiện nay, việc bồi thường thiệt hại, thực hiện các trách nhiệm dân sự khác cũng được đề cập đến trong Luật Chứng khoán 2019

(Điều 113, quy định về Giải quyết tranh chấp và bồi thường thiệt hại). Tuy nhiên, các quy định chưa cụ thể, điều này dẫn đến khó khăn cho những tổ chức, cá nhân bị thiệt hại có thể tiến hành việc khởi kiện các đối tượng vi phạm. Theo kinh nghiệm quốc tế (ví dụ Trung Quốc và nhiều quốc gia có TTCK phát triển) thường quan tâm đến việc xây dựng khung pháp lý liên quan việc quy định quy trình, để NĐT tiến hành khởi kiện dân sự khi bị thiệt hại bởi các GDNG.

Trong thời gian tới, để cung cấp thêm công cụ cho các NĐT bảo vệ trước pháp luật cũng như tạo thêm tính răn đe các hành vi vi phạm cần nghiên cứu bổ sung quy định trách nhiệm dân sự của các chủ thể khi thực hiện hành vi GDNG. Các quy định về trình tự, các đối tượng và điều kiện khởi kiện, đối tượng bị khởi kiện, các tài liệu có liên quan, quyền và nghĩa vụ của các bên cần được nghiên cứu ban hành đầy đủ, phù hợp.

Thứ ba, hoàn thiện mô hình, phương thức giám sát

Tiếp tục hoàn thiện mô hình giám sát 3 cấp trên cơ sở thiết lập cấp giám sát hiệu quả tại các CTCK. Gắn trách nhiệm của CTCK vào hoạt động giám sát giao dịch nhằm buộc các CTCK phải báo cáo về hoạt động giao dịch có dấu hiệu bất thường, đồng thời gắn trách nhiệm của CTCK với quá trình xử lý vụ việc. Thiết lập hệ thống tiếp nhận thông tin từ CTCK về hành vi của các NĐT, tạo điều kiện cho UBCKNN có thể tiếp nhận được nguồn thông tin một cách trực tiếp, toàn diện nhất. Từ đó đối chiếu với các kết quả phân tích dữ liệu giao dịch vào các thời điểm xuất hiện sự tác động trên thực tế được đồng bộ hoá với dữ liệu thông qua giờ đặt lệnh.

Cần chuyển từ cơ chế giám sát thị trường hậu kiểm sang cơ chế giám sát theo thời gian thực mang tính phòng ngừa, ngăn chặn. Từng bước chuyển từ giám sát tuân thủ (dựa trên quy định và luật lệ) sang giám sát rủi ro nhằm nhận diện, theo dõi, phòng ngừa, xử lý hành vi gian lận một cách nhanh chóng, kịp thời.

Thứ tư, nâng cao năng lực của đội ngũ nhân sự

Hiện nay, số lượng các cán bộ làm việc tại UBCK nói chung, các đơn vị có chức năng giám sát thị trường nói riêng còn hạn chế, trong khi đó phải quản lý một số lượng lớn công việc như các doanh nghiệp niêm yết, các giao dịch, đặc biệt trong bối cảnh các giao dịch diễn biến ngày càng phức tạp, tinh vi thì việc tăng cường về số lượng các cán bộ chuyên trách về giám sát thị trường ngày càng cần cấp thiết. Các cán bộ này ngoài việc có am hiểu sâu về TTCK, giao dịch chứng khoán, các hành vi gian lận trên thị trường, thì cần có phẩm chất vững vàng, trung thực để tránh được các cám dỗ.

Ngoài việc tăng cường số lượng, cần tăng cường xây dựng và đào tạo các kỹ năng nhận diện vi phạm quy định pháp luật chứng khoán nói chung và hành vi GDNG nói riêng, kỹ năng thu thập chứng cứ, nhận diện vấn đề, kỹ năng xử lý vi phạm. Tăng cường hoạt động học tập kinh nghiệm nước ngoài, đặc biệt tại các thị trường phát triển, đồng thời chuẩn bị các nội dung phối hợp quốc tế trong trường hợp mở cửa theo lộ trình chung.

Thứ năm, thành lập đội đặc nhiệm điều tra, xử lý hành vi vi phạm

Kinh nghiệm tại nhiều quốc gia cho thấy, việc thành lập các đội đặc nhiệm để điều tra các vụ gian lận trên TTCK phát huy hiệu quả tích cực. Đội đặc nhiệm bao gồm chuyên gia từ nhiều lĩnh vực khác nhau có liên quan như các cơ quan cảnh sát điều tra, các đơn vị tố tụng, quản lý nhà nước về TTCK do vậy sẽ có khả năng bao quát vấn đề tốt hơn, giải quyết vấn đề nhanh chóng, hiệu quả và toàn diện. Khi các chuyên gia có thể bổ sung những điểm còn hạn chế cho nhau. Tuy nhiên, việc này đòi hỏi cần có bộ phận đầu mối, điều phối hoạt động với các quy định cụ thể.

Thứ sáu, chặt chẽ hơn trong việc ban hành các quy định về trách nhiệm của tổ chức phát hành, tổ chức kinh doanh chứng khoán

Đối với tổ chức phát hành.

Cần có quy định cụ thể, rõ ràng về trách nhiệm của tổ chức phát hành với hành GDNG. Thực tế, các tổ chức này thường là nơi xuất phát của thông tin nội bộ, trọng yếu và có nghĩa vụ CBTT ra công chúng. Trách nhiệm lớn sẽ yêu cầu các tổ chức phải có quy trình kiểm soát, giám sát thông tin, CBTT nghiêm ngặt và được thực hiện theo đúng quy định. Nghiên cứu những quy định để quản lý các đối tượng có liên quan đến thông tin, đặc biệt nhấn mạnh đến những hình thức xử lý vi phạm nghiêm khắc (phạt tiền, cách chức, yêu cầu bồi thường thiệt hại...).

Các quy định nội bộ cũng cần được sửa đổi theo hướng đề ra các hạn chế đối với các nhà lãnh đạo doanh nghiệp, các nhân viên khác có thể là nguồn rò rỉ thông tin nội bộ ra bên ngoài hoặc chính họ là người thực hiện hành vi GDNG.

Cần bổ sung quy định vào Bộ quy tắc quản trị công ty theo hướng quy định chặt chẽ hơn các tiêu chuẩn niêm yết. Các bộ quy tắc, tiêu chuẩn này cần được xây dựng theo thông lệ quản trị quốc tế, quy định của các tổ chức quốc tế như IOSCO, hay IMF, WB... Cơ quan quản lý cần có thẩm quyền và có khả năng cưỡng chế thực thi hiệu quả bộ quy tắc quản trị công ty.

Đối với các tổ chức kinh doanh chứng khoán

Cần tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng những nhân viên của có đầy đủ kinh nghiệm, kiến thức, kỹ năng với hoạt động giao dịch chứng

khoán. Có chính sách về thu nhập, đào tạo nhằm thu hút các nhân viên có trình độ, kỹ thuật cao. Đặc biệt nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật, đạo đức nghề nghiệp cho các cán bộ công nhân viên của đơn vị.

Đối với Hiệp hội kinh doanh chứng khoán

Các Hiệp hội cần phát huy tốt hơn nữa vai trò của mình trong việc phối hợp với các bên liên quan (UBCKNN, các Sở GDCK, cơ quan công an...) trong việc phát hiện và xử lý hành vi GDND. Bên cạnh đó, cũng cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, đào tạo cho các NĐT, các thành viên khác của thị trường về kiến thức, kinh nghiệm tham gia đầu tư trên thị trường. Đồng thời, qua các buổi đào tạo, Hội thảo cũng phổ biến các quy định pháp luật có liên quan đến hoạt động GDND.

4. Kết luận

TTCK Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, vai trò của thị trường này cũng ngày càng quan trọng đối với sự ổn định, bền vững của nền kinh tế. Trong bối cảnh đó, việc có các giải pháp để hạn chế hành vi GDNG là cần thiết. Các giải pháp cần tập trung vào việc bổ sung các quy định về thông tin nội bộ, người nội bộ; bổ sung các quy định liên quan đến khởi kiện các cá nhân/tổ chức vi phạm; hoàn thiện mô hình và phương thức giám sát; ban hành các quy định chặt chẽ hơn với trách nhiệm của tổ chức phát hành cũng, tổ chức kinh doanh cũng như các Hiệp hội kinh doanh chứng khoán./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Tiến Đạt (2023), *Xử lý hành vi giao dịch nội gián: Kinh nghiệm quốc tế và các bài học rút ra cho Việt Nam*; Tạp chí Chứng khoán tháng 9/2023;
2. Phạm Tiến Đạt (2023), *Xác định giá trị thu lời bất hợp pháp – chìa khoá cho vấn đề xử lý vi phạm*; Đầu tư chứng khoán; tháng 9/2023;
3. Phạm Thị Hồng Nhung (2022), *Sử dụng thông tin nội bộ để mua bán chứng khoán. Giải pháp phòng, chống*; <https://phaply.net.vn/su-dung-thong-tin-noi-bo-de-mua-ban-chung-khoan-va-giai-phap-phong-chong-a254421.html>
4. Bùi Hữu Toàn (2022), *Pháp luật về GDNG của Trung Quốc và những gợi mở cho Việt Nam*, Tạp chí Lập pháp;

5. Nguyễn Thị Bích Thủy (2020), *Nghiên cứu hành vi gian lận trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân;
6. Hồ Quốc Tuấn (2022), *Cần “lần ranh đở” với bất bình đẳng thông tin trên thị trường chứng khoán*; Tạp chí Kinh tế Sài Gòn;
7. Lưu Minh Sang (2022), *Mua bán chui và GDNG chứng khoán: Nhiều lỗ hổng pháp lý cần được lấp đầy*, Thời báo kinh tế Sài Gòn điện tử; <https://thesaigontimes.vn/mua-ban-chui-va-giao-dich-noi-gian-chung-khoan-nhieu-lo-hong-phap-ly-can-duoc-lap-day/>

KINH TẾ TUẦN HOÀN Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Nguyễn Thị Thủy¹

Ngày nhận bài: 17/01/2024

Ngày nhận bài sửa: 27/02/2024

Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, việc phát triển kinh tế tuần hoàn đã trở thành một xu hướng quan trọng đối với nhiều quốc gia, đặc biệt là khi nguồn tài nguyên toàn cầu đang ngày càng khan hiếm. Điều này giúp giải quyết hiệu quả bài toán đối lập giữa lợi ích kinh tế và bảo vệ môi trường. Kinh tế tuần hoàn được định nghĩa là một chu trình sản xuất khép kín, trong đó tà nguyên và chất thải từ quá trình sản xuất trước đó được tái chế hoặc sử dụng lại, và dòng phế liệu trở thành nguồn đầu vào cho chu trình sản xuất mới. Dựa trên đánh giá hiện trạng, tác giả nhấn mạnh những thuận lợi và khó khăn của kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam. Nắm bắt những tiềm năng và khó khăn này, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam theo hướng bền vững và thân thiện với môi trường.

Từ khóa: CMCN 4.0; Kinh tế tuần hoàn; Môi trường; Đô thị; Luật Bảo vệ môi trường.

CIRCULAR ECONOMY IN VIETNAM: SITUATION AND SOLUTIONS

Abstract: In the context of international economic integration, circular economy development has become an important trend for many countries, especially when global resources are increasingly scarce. This helps effectively solve the problem of opposition between economic benefits and environmental protection. Circular economy is defined as a closed production cycle in which resources and waste from previous production processes are recycled or reused, and the scrap stream becomes an input source for the cycle new production. Based on an assessment of the current situation, the author emphasizes the advantages and disadvantages of circular economy in Vietnam. Grasping these potentials and difficulties, the article proposes some solutions to promote the circular economy in Vietnam in a sustainable and environmentally friendly way.

Keywords: Industrial Revolution 4.0; Circular economy; Environment; Urban; Environmental Protection law.

1. Đặt vấn đề

Ở Việt Nam, việc thúc đẩy Kinh tế Tuần hoàn (KTTH) đang trở thành một trong những mục tiêu quan trọng, giúp quản lý tài nguyên, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu. KTTH là giải pháp đột phá trong việc cân bằng giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường, đặc biệt trong bối cảnh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và đô thị hóa của Việt Nam.

Tầm quan trọng của KTTH ngày càng nổi bật khi tài nguyên ở Việt Nam cạn kiệt và môi trường bị ô nhiễm gia tăng. Trong Chiến lược Phát triển KT-XH 2021-2030 với tầm nhìn đến năm 2045 của Việt Nam, việc thúc đẩy các mô hình KTTH được nhấn mạnh nhằm tận dụng hiệu quả sản phẩm sản xuất. Điều này phản ánh nhận thức về sự cần thiết của KTTH trong việc cân bằng phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường, từ

¹ Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, email: nguyenthuykhoaqt@gmail.com

đó tạo nền tảng cho sự bền vững của nền kinh tế Việt Nam trong dài hạn.

Dựa trên đánh giá hiện trạng, tác giả nhấn mạnh những thuận lợi và khó khăn của kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam. Nắm bắt những tiềm năng và khó khăn này, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam theo hướng bền vững và thân thiện với môi trường.

2. Khái quát về kinh tế tuần hoàn

2.1. Khái niệm kinh tế tuần hoàn

Pearce và Turner (1990) đã đưa ra định nghĩa chính thức đầu tiên về KTTH, đó là mô hình kinh tế mới dựa trên nguyên lý cơ bản "mọi thứ đều là đầu vào đối với thứ khác," đây là sự đảo lộn hoàn toàn so với cách nhìn truyền thống của nền kinh tế tuyến tính.

Theo Quỹ Ellen MacArthur (2015), KTTH là một hệ thống công nghiệp được phục hồi và tái tạo theo thiết kế, chú trọng vào bảo tồn và tăng cường vốn tự nhiên, tối ưu hóa năng suất tài nguyên và thúc đẩy hiệu quả của hệ thống [5].

Tổ chức Phát triển Công nghiệp Liên Hợp Quốc (UNIDO) (2017) nhấn mạnh rằng KTTH không chỉ là một cách mới để tạo ra giá trị mà còn là hướng tới sự thịnh vượng cao nhất. Nó hoạt động bằng cách kéo dài vòng đời sản phẩm, cải tiến thiết kế và bảo dưỡng, chuyển chất thải từ điểm cuối chuỗi cung ứng trở lại điểm đầu - qua đó, sử dụng tài nguyên hiệu quả hơn bằng cách tái sử dụng nhiều lần chứ không chỉ một lần.

Theo Wikipedia (2022), KTTH là mô hình kinh tế trong đó các hoạt động thiết kế, sản xuất và dịch vụ đặt ra mục tiêu kéo dài tuổi thọ của vật chất và loại bỏ tác động tiêu cực đến môi trường. Hệ thống tuần hoàn áp dụng các quy trình tái sử dụng thông qua chia sẻ, sửa chữa, tân trang, tái sản xuất và tái chế để tạo ra các vòng lặp kín cho tài nguyên sử dụng trong hệ thống kinh tế, giảm đến mức tối thiểu số lượng tài nguyên sử dụng đầu vào và số lượng phế thải tạo ra, cũng như mức độ ô nhiễm môi trường và khí thải [9].

Ở Việt Nam, xây dựng KTTH đã được xác định là một trong những định hướng phát triển đất nước. Chiến lược phát triển KT- XH giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã đưa ra định hướng "phát triển các mô hình KTTH để sử dụng hiệu quả đầu ra của quá trình sản xuất"[4]. Ngày 17/11/2020, Quốc hội chính thức thông qua Luật Bảo vệ môi trường. Trong Luật này, tại Khoản 33, Điều 3, lần đầu tiên khái niệm KTTH được chính thức sử dụng và quy định trong hệ thống văn bản quy phạm pháp luật Việt Nam và được định nghĩa là "Mô hình kinh tế mà trong đó các hoạt động thiết kế, sản xuất và dịch vụ nhằm giảm thiểu việc sử dụng nguyên liệu, vật liệu, hóa chất, năng lượng không tái tạo và kéo dài tuổi thọ của vật chất, giảm thiểu chất thải phát sinh và các tác động tiêu cực đến môi trường" [8].

Như vậy, *Kinh tế Tuần Hoàn là một mô hình kinh tế khép kín, trong đó tài nguyên và chất thải từ quá trình sản xuất trước đó được tái sử dụng hoặc tận dụng lại, và dòng phế liệu trở thành nguồn đầu vào cho quá trình sản xuất tiếp theo.*

2.2. Lợi ích của kinh tế tuần hoàn

- Đối với quốc gia:

+ Phát triển KTTH thể hiện trách nhiệm của quốc gia trong việc đổi mới và giải quyết các thách thức toàn cầu như ô nhiễm môi trường và biến đổi khí hậu.

+ KTTH đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực và sức cạnh tranh của nền kinh tế bằng cách tận dụng hiệu quả nguồn nguyên liệu đã qua sử dụng, giảm chi phí xử lý, và tối ưu hóa giá trị tài nguyên.

+ Giảm thiểu việc khai thác tài nguyên thiên nhiên và giảm lượng chất thải đổ ra môi trường, đồng thời giảm bớt tác động xấu đối với môi trường.

- Đối với xã hội:

+ KTTH giúp giảm bớt chi phí xã hội liên quan đến quản lý, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu.

+ Tạo ra thị trường mới thông qua việc tái chế và tái sử dụng, cung cấp cơ hội việc làm mới, đồng thời thúc đẩy sự đổi mới và tăng cao sức khỏe của cộng đồng.

- Đối với doanh nghiệp:

+ KTTH giúp giảm thiểu rủi ro liên quan đến khủng hoảng thừa sản phẩm và khan hiếm tài nguyên, từ đó tạo điều kiện cho sự ổn định và bền vững của các DN.

+ KTTH khuyến khích các DN đầu tư vào đổi mới công nghệ, giảm chi phí sản xuất và tăng hiệu suất trong chuỗi cung ứng.

+ Hỗ trợ DN xây dựng chuỗi cung ứng chắc chắn hơn thông qua việc tận dụng lại nguyên liệu và sản phẩm.

3. Thực trạng kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam

3.1. Chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước về kinh tế tuần hoàn

KTTH tại Việt Nam đã trở thành một phần quan trọng của chiến lược và chương trình phát triển quốc gia. KTTH được công nhận chính thức như là một giải pháp để quản lý, phân bổ và sử dụng tài nguyên một cách hiệu quả, đồng thời bảo vệ môi trường và đối phó với biến đổi khí hậu. Cùng với Chiến lược phát triển KT-XH giai đoạn 2021-2030, Việt Nam cam kết xây dựng và khuyến khích mô hình KTTH bền vững, đồng thời đảm bảo sự cân bằng giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường.

Chỉ thị số 36/CT-TW đã nhấn mạnh về "áp dụng công nghệ sạch, giảm phế thải, tiêu thụ ít nguyên liệu và năng lượng". Tiếp theo, Nghị quyết số 41 đã đưa ra các hướng dẫn về "khuyến khích tái chế, sử dụng sản phẩm tái chế" và "thu hồi, xử lý sản phẩm đã qua sử dụng" ... Từ những chủ trương này của Đảng, Nhà nước đã ban hành luật và chính sách liên quan đến "khai thác và sử dụng tài nguyên tiết kiệm", "phát triển năng lượng tái tạo", nguyên tắc 3R, "thay thế túi ni lông", "Sản xuất và tiêu dùng bền vững", "chuỗi cung ứng xanh", "tiêu dùng xanh"...

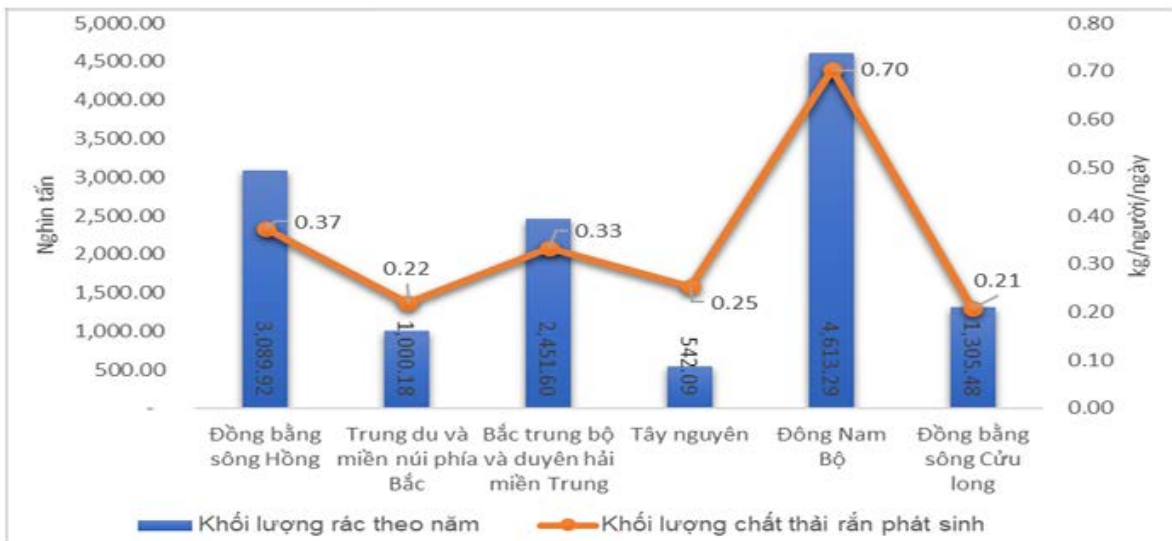
Các ngành và lĩnh vực đã đề xuất nhiều chiến lược và kế hoạch hành động để

chuyển đổi sang mô hình KTTH. Ví dụ, trong lĩnh vực năng lượng và chăn nuôi, các chiến lược quốc gia đã chỉ rõ việc thúc đẩy KTTH. Mục tiêu bao gồm giảm sử dụng nguyên liệu hóa thạch, kéo dài tuổi thọ sản phẩm, giảm lượng chất thải và khuyến khích các hoạt động tái chế, tái sử dụng, giảm thiểu và sửa chữa.

Mặc dù đã có những nỗ lực, công tác quản lý chất thải rắn vẫn đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức. Trong đó, việc phân loại chất thải sinh hoạt tại nguồn vẫn chưa được thực hiện một cách đồng nhất và hiệu quả. Ngoài ra, tỷ lệ thu gom chưa đạt đến mức cao nhất, gây ra sự lãng phí nguyên liệu và tiềm ẩn nguy cơ đến môi trường. Hầu hết chất thải rắn (CTR) sinh hoạt chưa được phân loại tại nguồn; vẫn còn khoảng 13% lượng CTR ở khu vực đô thị và 34% ở khu vực nông thôn chưa được thu gom; 71% tổng lượng CTR sinh hoạt được chôn lấp tại 904 bãi chôn lấp, trong đó chỉ có khoảng 20% là bãi chôn lấp hợp vệ sinh [1]. Điều này dẫn đến diện tích đất bị chiếm dụng lớn, môi trường khu vực chôn lấp bị ô nhiễm. Hoạt động thu gom, tái chế mang tính nhỏ lẻ, tự phát nằm trong các khu dân cư, làng nghề, tiềm ẩn nguy cơ cao về ô nhiễm môi trường [3].

Ở Việt Nam, có một số loại chất thải chủ yếu, bao gồm chất thải hữu cơ từ thực phẩm, giấy, vải, bìa các tông và chất thải vô cơ như nhựa, cao su, kim loại. Ngoài ra, còn tồn tại các loại chất thải đặc biệt như chất thải điện tử, chất thải có thể tích lớn, pin, và dầu thải.

Thành phần của CTR tại Việt Nam chủ yếu bao gồm các thành phần hữu cơ như chất thải từ thực phẩm, giấy, vải, bìa các tông và rác vườn, cùng với các thành phần vô cơ như nhựa, cao su, kim loại. Ngoài ra, còn có các loại chất thải đặc biệt như chất thải điện tử, chất thải có thể tích lớn, pin và dầu thải (Hình 1). Trong những năm gần đây, chất thải khó phân hủy từ các sản phẩm gia dụng nhựa và túi ni lông đã trở thành một trong những thách thức quan trọng đối với quản lý chất thải sinh hoạt ở Việt Nam.



Hình 1. Hiện trạng các bãi chôn lấp ở Việt Nam

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo hiện trạng môi trường Quốc gia năm 2019

Theo báo cáo hiện trạng môi trường quốc gia năm 2019, khối lượng chất thải rắn phát sinh theo tại Việt Nam tập trung chủ yếu tại vùng Đông Nam Bộ là 4.613,29 nghìn tấn và Đồng bằng sông Hồng với 3.089,92 nghìn tấn. Theo quan sát từ Hình 1, khối lượng chất thải rắn sinh ra hàng ngày tại khu vực Đông Nam Bộ cao nhất đạt khoảng 0,7 kg/người. Theo Báo cáo hiện trạng môi trường quốc gia giai đoạn 2016 – 2020 cả nước tỷ lệ chôn lấp chất thải rắn sinh hoạt đã thu gom đạt khoảng 71% [2]. Tại thành phố Hồ Chí Minh, điểm sáng của kinh tế Việt Nam, vẫn tồn tại tới "80% khối lượng chất thải tái chế bị chôn lấp cùng với rác thải sinh hoạt" [6]. Nguyên nhân của sự gia tăng đáng kể về khối lượng chất thải rắn (CTR) tại các vùng này chủ yếu do quy mô dân số lớn, tốc độ đô thị hóa và công nghiệp hóa nhanh chóng (trong đó có TP. Hồ Chí Minh và TP. Hà Nội).

Luật Bảo vệ Môi trường năm 2020 đã khẳng định việc "lồng ghép, thúc đẩy các mô hình KTTH, kinh tế xanh trong quá trình xây dựng và thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án,

dự án phát triển KT- XH". Theo đó, KTTH tại Việt Nam được định nghĩa là "mô hình kinh tế mà trong đó các hoạt động thiết kế, sản xuất, tiêu dùng và dịch vụ nhằm mục tiêu giảm khai thác nguyên liệu, kéo dài vòng đời sản phẩm, hạn chế chất thải phát sinh và giảm thiểu tác động xấu đến môi trường". Bên cạnh đó, Luật cũng giao trách nhiệm cho các cơ quan Bộ, cơ quan ngang Bộ, và Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện KTTH từ giai đoạn xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án phát triển cho đến quản lý, tái chế, tái sử dụng chất thải.

Ngoài ra, Luật cũng giao trách nhiệm cho "cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ" khi yêu cầu họ phải thiết lập hệ thống quản lý và thực hiện các biện pháp để giảm khai thác tài nguyên, giảm chất thải, và tăng cường mức độ tái sử dụng và tái chế chất thải từ giai đoạn xây dựng dự án, thiết kế sản phẩm, hàng hóa cho đến giai đoạn sản xuất và phân phối.

Đặc biệt, để triển khai hiệu quả những quy định này, Luật giao nhiệm vụ cho Chính phủ quy định tiêu chí, lộ trình, và

cơ chế khuyến khích thực hiện KTTH phù hợp với điều kiện KT- XH của đất nước. Điều này nhấn mạnh sự quan trọng của sự đồng bộ giữa cấp quốc gia và cấp địa phương để thúc đẩy hiệu quả trong việc thực hiện KTTH.

Bảng 1. So sánh quy định, chính sách của Việt Nam với Trung Quốc và các quốc gia châu Âu về kinh tế tuần hoàn

Ngành, lĩnh vực	Việt Nam	Trung Quốc	Châu Âu	Ngành, lĩnh vực	Việt Nam	Trung Quốc	Châu Âu
A. Khu vực sản xuất				6. Xây dựng	x		x
1. Nông, lâm, ngư nghiệp	x	X		7. Bán buôn và bán lẻ, sửa chữa		x	
- Trồng trọt	x	X		8. Hoạt động khác	x	x	
- Chăn nuôi	x			B. Khu vực tiêu dùng			
- Nuôi trồng thủy sản				1. Trung gian	x	x	
- Lâm nghiệp		X		2. Chính phủ	x	x	x
2. Khai khoáng	x	X		3. Hộ gia đình, cá nhân	x	x	x
3. Công nghiệp chế biến, chế tạo		X		C. Khu vực trung gian			
- Thực phẩm & đồ uống	x	X		1. Đô thị	x	x	x
- Dệt may	x			2. Nông thôn, miền núi	x		
- Giấy & bột giấy	x			3. Khu sản xuất, kinh doanh tập trung	x	x	x
- Da, giày			x	4. Bảo vệ môi trường làng nghề	x		
- Chế biến gỗ & sản xuất sản phẩm từ gỗ, tre, nứa	x	X		D. Quản lý chất thải			
- Hóa chất	x	X		1. Chất thải rắn	x		x
- Nhựa	x		x	2. Nước thải	x	x	x
Thủy tinh				E. Quản trị quốc gia			
- Thép, kim loại	x	X		1. Đồ mới sáng tạo			
- Điện tử, thiết bị điện...	x	X		2. Chuyển đổi số	x	x	x
- Máy móc, thiết bị khác	x			3. Quản trị		x	x
- Ô tô và động cơ khác	x	X	x	4. Công nghệ	x	x	x
- Sửa chữa, bảo dưỡng				5. Giáo dục			

Ngành, lĩnh vực	Việt Nam	Trung Quốc	Châu Âu	Ngành, lĩnh vực	Việt Nam	Trung Quốc	Châu Âu
4. Điện, khí đốt và điều hòa	x	X	x	6. Tài chính		x	x
5. Nước, rác thải, nước thải	x	X		7. Tiêu chí		x	x

* Ghi chú: dấu x cho thấy Việt Nam hoặc các quốc gia trên thế giới có quy định liên quan đến thực hiện kinh tế tuần hoàn

Nguồn: [7]

3.2. Các mô hình kinh tế tuần hoàn của Việt Nam

Các mô hình KTTH tại Việt Nam phản ánh đặc thù của một nền kinh tế đang trải qua giai đoạn phát triển mạnh mẽ, với sự tăng cường công nghiệp hóa và hiện đại hóa theo hướng chỉ đạo của Đảng và Nhà nước. Các khái niệm như "khu công nghiệp sinh thái," "sản xuất sạch hơn," "không phát thải," "tái chế, tái sử dụng, tái sản xuất" cũng đã được đề cập và thể hiện trong các chính sách của Đảng và Nhà nước về bảo vệ môi trường.

Nền kinh tế tuần hoàn đã đạt được những kết quả nhất định được thế giới công nhận như các mô hình như vườn-ao-chuồng (VAC), được áp dụng thành công trong lĩnh vực nông nghiệp - nông thôn, nơi dân số chiếm gần 80%; mô hình sản xuất sạch hơn đã nhận được sự ưu ái và hỗ trợ từ các doanh nghiệp (DN). Theo thống kê của Bộ Công Thương, có khoảng 400 DN đã được hỗ trợ để chuyển đổi thành mô hình sản xuất sạch hơn, trong đó có gần 100 DN được xem xét là mô hình điển hình. Ngoài ra, các mô hình sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả cũng được triển khai rộng rãi trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Điều này cho thấy sự cam kết và nỗ lực của cả DN và chính phủ trong việc thúc đẩy sự phát triển bền vững và bảo vệ môi trường.

Các sáng kiến của DN trong việc thúc đẩy KTTH và ứng phó với biến đổi khí hậu cũng đang ngày càng được đề xuất và triển khai. Các chương trình thu gom và tái chế rác thải, các khu công nghiệp sinh thái, và các cam kết giảm lượng nhựa đang được thực hiện thành công bởi các DN lớn, như việc thu gom và tái chế bao bì,

đó là một phần quan trọng của Chiến lược "Vì một thế giới không rác thải" mà Coca-Cola đang thực hiện. Mục tiêu của họ là đến năm 2030, thu gom và tái chế 100% lượng bao bì mà Coca-Cola bán ra trên toàn cầu; đến năm 2025, đạt tỉ lệ 100% bao bì có thể tái chế và đến năm 2030, sử dụng ít nhất 50% vật liệu tái chế trong bao bì sản phẩm của công ty. Công ty La Vie và Công ty Nestlé Việt Nam cùng các thành viên thuộc Tập đoàn Nestlé đã và đang cam kết thực hiện các kế hoạch nhằm giảm lượng nhựa dùng lần đầu (virgin plastic) trong đóng gói sản phẩm, giảm phát thải nhựa (plastic footprint) ngay tại nguồn và đóng góp cho các sáng kiến thu gom tương đương lượng bao bì đưa ra thị trường đến năm 2025. Hiện gần như toàn bộ sản phẩm của La Vie có thể tái chế 100%. Đầu năm 2021, La Vie trở thành thương hiệu nước khoáng đầu tiên tại Việt Nam sử dụng chai làm từ nhựa tái chế (rPET) đạt tiêu chuẩn bao bì thực phẩm, khuyến khích DN trong nước đầu tư sản xuất rPET để đẩy nhanh hơn nữa mô hình KTTH, tạo cơ hội tái sinh cho vỏ chai.

Dự án của Tổ chức Phát triển Công nghiệp Liên hiệp quốc (UNIDO) đã hình thành mô hình các khu công nghiệp sinh thái, theo kiểu khu công nghiệp KTTH tại Hải Phòng, Ninh Bình, Đà Nẵng và Cần Thơ, với 72 DN tham gia nhằm tăng cường chuyên giao, triển khai và phổ biến chia sẻ và tuần hoàn nguyên liệu, năng lượng, chất thải và nước giúp tiết kiệm được khoảng 6,5 triệu USD mỗi năm.

Mô hình tiêu dùng xanh ra đời theo hướng sử dụng sản phẩm có khả năng tái tạo, tiết kiệm năng lượng như dùng ống hút cỏ, không sử dụng túi ni lông, thiết kế nhà xanh... Quá trình thúc đẩy phát triển công nghệ số hóa,

loại hình kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ đã xuất hiện ở Việt Nam, trong đó nổi lên ba loại hình dịch vụ, đó là: Dịch vụ chia sẻ phương tiện giao thông (như Grab, Go Viet, Dichung, Fastgo, Bee...); Dịch vụ lưu trú (như Airbnb, Travelmob, Luxstay); Dịch vụ cho vay ngân hàng (Fintech). Ngoài ra, nhiều dịch vụ khác cũng đã được hình thành như dịch vụ du lịch, chia sẻ không gian làm việc, gửi xe, chia sẻ lao động và việc làm...

Ngoài những thành công của các mô hình KTTH tại Việt Nam, những mô hình này vẫn đối mặt với những hạn chế đáng kể, đặc biệt là trong một số lĩnh vực và DN cụ thể, chưa thể tạo ra sức lan tỏa lớn trong cộng đồng sản xuất và xã hội. Kết quả khảo sát của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương năm 2022 đối với 500 DN đã chỉ ra rằng mức độ thực thi KTTH tại các DN vẫn còn tương đối thấp, cả ở khía cạnh đổi mới và áp dụng mô hình kinh doanh theo hướng tuần hoàn.

Đặc biệt, nhiều mô hình KTTH vẫn chưa đạt đến sự khép kín và đầy đủ. Mặc dù đều hướng tới việc giảm chất thải thông qua việc tuần hoàn vật liệu, nhưng việc tái sử dụng và tái chế chất thải chủ yếu được thúc đẩy bởi động lực kinh tế và mục tiêu tạo việc làm. Rất ít mô hình trong số này thực sự giải quyết được vấn đề ô nhiễm môi trường. Ngược lại, một số mô hình, đặc biệt là ở các làng nghề tái chế sắt, giấy, nhựa, chì, có thể gây ra ô nhiễm môi trường.

Do đó, trong quá trình thực hiện KTTH, không chỉ quan trọng về việc giảm chất thải mà còn cần quan tâm đến việc xây dựng những mô hình kinh tế tuần hoàn có tính bền vững và đầy đủ, tránh tình trạng chỉ chú trọng vào khía cạnh kinh tế mà bỏ qua ảnh hưởng tiêu cực đối với môi trường.

4. Những thuận lợi và khó khăn khi thực hiện kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam

4.1. Những thuận lợi

Thứ nhất, Việt Nam đang tiến hành hội nhập mạnh mẽ vào nền kinh tế toàn cầu thông qua việc ký kết các hiệp định thương mại tự

do và tham gia vào các hiệp định mới. Những thỏa thuận này thường chứa đựng các điều khoản về phát triển bền vững và bảo vệ môi trường, tạo điều kiện thuận lợi cho Việt Nam trong việc chuyển đổi sang mô hình KTTH và Tái tạo.

Thứ hai, chủ trương về phát triển KTTH đã được quan tâm và khẳng định trong Văn kiện của Đại hội Đại biểu Toàn quốc lần thứ XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam, đặc biệt là trong Chiến lược phát triển KT- XH giai đoạn 2021 - 2030. Hệ thống pháp luật ngày càng hoàn thiện, tập trung vào việc tiếp cận thị trường và tuân thủ nguyên tắc của kinh tế thị trường, đồng thời định rõ các chính sách hỗ trợ và khuyến khích cho việc triển khai mô hình KTTH.

Thứ ba, sự tiến bộ đáng kể trong lĩnh vực khoa học và công nghệ nội địa, cùng với cách mạng công nghiệp 4.0 và sự bùng nổ của internet, đã đóng góp quan trọng vào việc tạo ra các giải pháp và mô hình kinh doanh mới, hướng tới sự tiết kiệm và hiệu quả hơn.

Thứ tư, sự tham gia tích cực của các bộ ngành như Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, cùng với sự chủ động của các địa phương như Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Bắc Ninh, đã tạo ra sự hưởng ứng ngày càng tăng của cộng đồng DN như Vinamilk, Liên minh tái chế rác (Pro Việt Nam), Coca-Cola... Hứa hẹn sẽ tạo ra các đột phá mới trong việc thúc đẩy mô hình KTTH.

Thứ năm, ở Việt Nam, một số thị trường mới đang hình thành, bao gồm thị trường hàng hóa và dịch vụ môi trường, thị trường nguyên liệu tái chế, thị trường sản phẩm thân thiện môi trường, thị trường trái phiếu xanh, tín dụng xanh và thị trường việc làm xanh.

Thứ sáu, Sự tham gia của cộng đồng quốc tế ngày càng hiện hữu trong việc áp dụng KTTH, bao gồm các quốc gia phát triển, đang phát triển và trong khu vực. Sự hỗ trợ từ tổ chức quốc tế, chuyên gia và nhà nghiên cứu ngày càng mạnh mẽ, nhằm ủng hộ chủ trương chuyển đổi này bằng cách chia sẻ kinh

nghiệm từ thành công và thất bại, cũng như xây dựng và hoàn thiện chính sách.

4.2. **Khó khăn**

Thứ nhất, hiệu quả của các quy định pháp luật vẫn còn hạn chế, với việc triển khai và thực thi không đồng đều. Nhiều đơn vị, tổ chức chưa thực sự nghiêm túc và chủ động trong việc thực hiện các quy định pháp luật liên quan đến môi trường.

Thứ hai, Các tổ chức và cá nhân trong sản xuất - kinh doanh thường chú trọng vào mục tiêu ngắn hạn về lợi nhuận, thiếu sự cân nhắc đối với lợi ích lâu dài và bền vững trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

Thứ ba, Thị trường các lĩnh vực hàng hóa và dịch vụ môi trường, sản phẩm thân thiện với môi trường, sản phẩm tái chế vẫn chưa được quan tâm và hỗ trợ đồng bộ với xu hướng thế giới.

Thứ tư, Ý thức và trách nhiệm về khai thác, sử dụng, quản lý tài nguyên theo hướng tiết kiệm, hiệu quả và bền vững vẫn còn hạn chế trong cộng đồng.

Thứ năm, Nguồn lực tài chính cho việc chuyển đổi sang KTTH đòi hỏi sự đầu tư lớn, tuy nhiên, thực tế cho thấy chưa có động lực đủ để huy động nguồn lực, đặc biệt từ khu vực ngoài Nhà nước.

5. **Giải pháp thúc đẩy kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam**

Để vượt qua những khó khăn và thúc đẩy KTTH phát triển bền vững và thân thiện với môi trường trong tương lai, Việt Nam có thể thực hiện những giải pháp sau:

Thứ nhất, Nhà nước cần tăng cường pháp luật và chính sách đối với KTTH: Đây là một bước quan trọng để tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi, khuyến khích DN tham gia và thúc đẩy các hoạt động sản xuất, tiêu dùng thân thiện môi trường. Để thực hiện tốt giải pháp này cần hai điều kiện sau::

- Phát triển và hoàn thiện các chính sách hỗ trợ của Nhà nước: Bao gồm việc tạo ra khung pháp luật rõ ràng để DN hiểu rõ về ưu đãi và hỗ trợ có sẵn. Đồng thời, cung cấp động lực tài

chính và thuế giúp giảm bớt gánh nặng tài chính đầu tư ban đầu và tăng tính cạnh tranh. Để đảm bảo DN thực hiện cam kết về KTTH, cơ chế kiểm soát được xây dựng và khuyến khích sự chuyển đổi sang nguyên liệu tái chế và thân thiện môi trường.

- Điều chỉnh và bổ sung các quy định pháp luật nhằm tạo điều kiện cho việc thúc đẩy việc sử dụng nguyên liệu tái chế và sản xuất thân thiện môi trường, giúp hình thành thị trường cho các sản phẩm và dịch vụ này; Tăng tính minh bạch và xác thực trong chuỗi cung ứng, giúp theo dõi nguồn gốc và tiêu chuẩn sản xuất.

Thứ hai, đầu tư và kết cấu hạ tầng

- Mở rộng mạng lưới thu gom: Đầu tư vào việc mở rộng hệ thống thu gom rác thải ở các khu vực đô thị và nông thôn, đồng thời tăng cường vận chuyển hiệu quả để giảm nguy cơ ô nhiễm môi trường.

- Cập nhật công nghệ phân loại: Áp dụng các công nghệ mới và hiện đại để tăng khả năng phân loại rác thải, giúp tối ưu hóa quy trình tái chế và giảm lượng rác không cần thiết.

- Xây dựng trung tâm tái chế: Tạo ra các trung tâm tái chế tập trung, được trang bị các thiết bị và công nghệ tiên tiến để xử lý và chế biến nguyên liệu tái chế.

- Tạo khu công nghiệp tái chế: Phát triển các khu vực công nghiệp đặc biệt dành cho DN sản xuất nguyên liệu tái chế, tạo điều kiện thuận lợi và giảm chi phí sản xuất.

- Xây dựng hệ thống vận chuyển bền vững: Đầu tư vào các phương tiện vận chuyển thân thiện môi trường để hỗ trợ quá trình vận chuyển nguyên liệu tái chế từ các nguồn cung đến các đơn vị sản xuất.

Thứ ba, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tham gia mô hình KTTH

- Thực hiện chính sách cung cấp lãi suất ưu đãi cho DN tham gia các dự án và hoạt động có ảnh hưởng tích cực đến môi trường.

- Thiết lập quỹ hỗ trợ tài chính để giúp DN chịu phần nào chi phí đầu tư ban đầu và hoạt động duy trì mô hình KTTH.

- Cung cấp các chính sách giảm thuế và hỗ trợ thuế cho các DN đang thực hiện các dự án và sản phẩm thân thiện môi trường.

- Xây dựng các chính sách ưu đãi cho DN như chiết khấu thuế, giảm phí đăng ký kinh doanh và quản lý môi trường.

- Tạo cơ chế cấp chứng nhận cho các DN thực hiện mô hình KTTH, giúp tăng uy tín và thu hút sự tin tưởng từ phía khách hàng và đối tác.

- Thành lập trung tâm tư vấn chuyên sâu về KTTH để hỗ trợ DN về kiến thức, kỹ thuật, và thủ tục hành chính.

Thứ tư, tăng cường nhận thức cộng đồng về KTTH

- Phát triển chương trình giáo dục về KTTH trong các trường học và trung tâm đào tạo, tăng cường hiểu biết và nhận thức của thanh niên về quan trọng của mô hình kinh tế thân thiện môi trường.

- Tổ chức các buổi hội thảo, talkshow, và sự kiện giáo dục cộng đồng để chia sẻ thông tin và kích thích sự quan tâm về KTTH.

- Sử dụng mạng xã hội và các nền tảng truyền thông để lan truyền thông điệp về lợi ích của KTTH, thúc đẩy thảo luận và chia sẻ kinh nghiệm trong cộng đồng.

- Phát triển chương trình khuyến mãi và ưu đãi cho người tiêu dùng khi mua sắm các sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường.

- Thúc đẩy việc sử dụng nhãn hiệu môi trường để giúp người tiêu dùng nhận biết và

ủng hộ các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng tiêu chí KTTH.

Thứ năm, quảng bá và xúc tiến thương hiệu xanh

- Cung cấp hướng dẫn và tư vấn cho DN về cách xây dựng thương hiệu xanh, bao gồm cả việc chọn lựa nguyên liệu, quy trình sản xuất, và chiến lược tiếp thị.

- Thúc đẩy việc sử dụng các chứng nhận và nhãn hiệu thương hiệu xanh để tăng cường uy tín và minh bạch.

- Tổ chức các sự kiện xúc tiến và triển lãm với chủ đề thương hiệu xanh để tạo cơ hội cho DN giới thiệu sản phẩm và giải pháp của mình

- Tổ chức các chương trình ưu đãi và khuyến mãi đặc biệt cho sản phẩm và dịch vụ thương hiệu xanh để tăng cường sự hấp dẫn.

6. Kết luận

Phát triển KTTH không chỉ là yếu tố cần thiết mà còn là giải pháp tất yếu để Việt Nam vươn lên trong thời kỳ toàn cầu hóa. KTTH không chỉ nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế, mà còn đóng góp vào cạnh tranh quốc gia và bền vững sản xuất, tiêu dùng. Đặc biệt, KTTH giải quyết các vấn đề xã hội như tạo việc làm, giảm nghèo. Thực hiện KTTH đòi hỏi sự tham gia của cả xã hội và hệ thống chính trị, với tầm nhìn chung và chuỗi giá trị gia tăng tuần hoàn. Mọi ngành, lĩnh vực và vùng miền cần được khuyến khích chuyển đổi sang KTTH, với quy định rõ ràng trong Luật Bảo vệ Môi trường và các chính sách hỗ trợ để thúc đẩy việc áp dụng KTTH trong thực tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2019), Báo cáo hiện trạng môi trường quốc gia 2019 - Chuyên đề quản lý Chất thải rắn..
2. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2021), Báo cáo hiện trạng môi trường quốc gia giai đoạn 2016 - 2020, nxb. Dân trí, Hà Nội
3. Chính phủ (2021), Báo cáo số 83/BC-CP ngày 22/3/2021 của Chính phủ về công tác bảo vệ môi trường năm 2020
4. Đảng Cộng sản Việt Nam Khóa 13, "Chiến lược phát triển KT- XH giai đoạn 2021 - 2030,
5. Ellen MacArthur Foundation (2015), Growth Within: A Circular Economy Vision for a Competitive Europe,

6. <https://nld.com.vn/moi-truong/tai-nguyen-rac-dang-bi-lang-phi-rat-lon-mat-3-ti-usd-nam-tu-rac-nhua-20220105202800874.htm>
7. Lại Văn Mạnh & các cộng sự (2022), “Kiến nghị hoàn thiện chính sách, pháp luật để phát triển kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam: Nhìn nhận từ những biểu hiện, rào cản trên thực tế.” Kỷ yếu hội thảo: Thúc đẩy đổi mới sang tạo hướng đến hiện thực hóa kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam – Viện chiến lược, chính sách Tài nguyên và môi trường
8. Quốc hội nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020). Luật Bảo vệ môi trường.
9. Wikipedia (2022), Kinh tế tuần hoàn, https://vi.wikipedia.org/wiki/Kinh_t%E1%BA%BF_tu%E1%BA%A7n_ho%C3%A0n

DOANH NGHIỆP THAM GIA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM: LỢI ÍCH VÀ RỦI RO

Nguyễn Thị Thùy Linh¹

Ngày nhận bài: 04/01/2024
Ngày nhận bài sửa: 21/02/2024
Ngày duyệt đăng: 06/03/2024

Tóm tắt: Thương mại điện tử hiện nay trở thành một xu hướng phổ biến trên thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng. Thương mại điện tử ở Việt Nam trong những năm gần đây đã có bước chuyển biến khá mạnh mẽ, không ngừng lớn mạnh, và doanh nghiệp tham gia bán hàng trực tuyến ngày càng tăng. Thương mại điện tử đem lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp như đa dạng tệp khách hàng, giảm chi phí kinh doanh, thời gian và không gian bán hàng linh hoạt. Bên cạnh đó, thương mại điện tử cũng đem lại một số rủi ro như rủi ro liên quan tới bảo mật, áp lực cạnh tranh cao, thiếu lòng tin của khách hàng. Từ đó, bài viết đưa ra một số giải pháp để hạn chế rủi ro trong quá trình tham gia thương mại điện tử của các doanh nghiệp.

Từ khóa: thương mại điện tử, doanh nghiệp, rủi ro, lợi ích, ...

ENTERPRISES USE E-COMMERCE IN VIETNAM: BENEFITS AND RISKS

Abstract: E-commerce is now becoming a popular trend in the world in general and in Vietnam in particular. E-commerce in Vietnam in recent years has changed quite strongly, constantly growing, and businesses participating in online sales are increasing. E-commerce brings many benefits to businesses such as diversifying customer files, reducing business costs, and flexible sales time and space. Besides, e-commerce also brings a number of risks such as risks related to security, high competitive pressure, and lack of customer trust. From there, the article offers some solutions to limit risks in the process of participating in e-commerce for businesses.

Keywords: E-commerce, business, risks, benefits...

1. Đặt vấn đề

Trong đại dịch Covid 19, thương mại điện tử là phương thức an toàn nhất để người tiêu dùng mua sắm các nhu yếu phẩm. Kể từ đó, việc chuyển đổi hình thức mua sắm từ trực tiếp sang trực tuyến tiếp tục phát triển mạnh. Thương mại điện tử cho đến hiện nay trở thành một xu hướng phổ biến trên thế giới và tại Việt Nam. Các doanh nghiệp tham gia ứng dụng thương mại điện tử là một tất yếu khách quan. Số lượng doanh nghiệp tham gia mua sắm trực tuyến tại Việt Nam ngày càng gia tăng vì thương mại điện tử đem lại nhiều lợi ích. Tuy nhiên, khi tham gia thương mại điện tử thì doanh nghiệp cũng gặp phải những rủi

ro tiềm ẩn. Do đó, bài viết đi vào phân tích những lợi ích và rủi ro của doanh nghiệp khi tham gia thương mại điện tử. Bên cạnh đó, bài viết cũng đề xuất một số giải pháp để hạn chế rủi ro trong quá trình tham gia thương mại điện tử của doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý luận về thương mại điện tử và phương pháp nghiên cứu

Thương mại điện tử

Theo khoản 1 Điều 3 Nghị định 52/2013/NĐ-CP, thương mại điện tử là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác.

¹ Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – quản trị kinh doanh, email: nguyenthuylinh181@gmail.com

Theo điều 25 Nghị định này, các hình thức tổ chức hoạt động thương mại điện tử bao gồm: Website thương mại điện tử bán hàng; Website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử (sàn giao dịch thương mại điện tử; website đấu giá trực tuyến; website khuyến mại trực tuyến; các loại website khác do Bộ Công Thương quy định); các ứng dụng cài đặt trên thiết bị điện tử có nối mạng cho phép người dùng truy cập vào cơ sở dữ liệu của thương nhân, tổ chức, cá nhân khác để mua bán hàng hóa, cung ứng hoặc sử dụng dịch vụ.

Phương pháp nghiên cứu

Để theo đuổi các mục tiêu đã định trước, tác giả thực hiện phương pháp điều tra tổng hợp, phân tích các tài liệu, dữ liệu liên quan đến doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử tại Việt Nam. Phương pháp này tạo điều kiện thuận lợi cho việc đánh giá toàn diện và

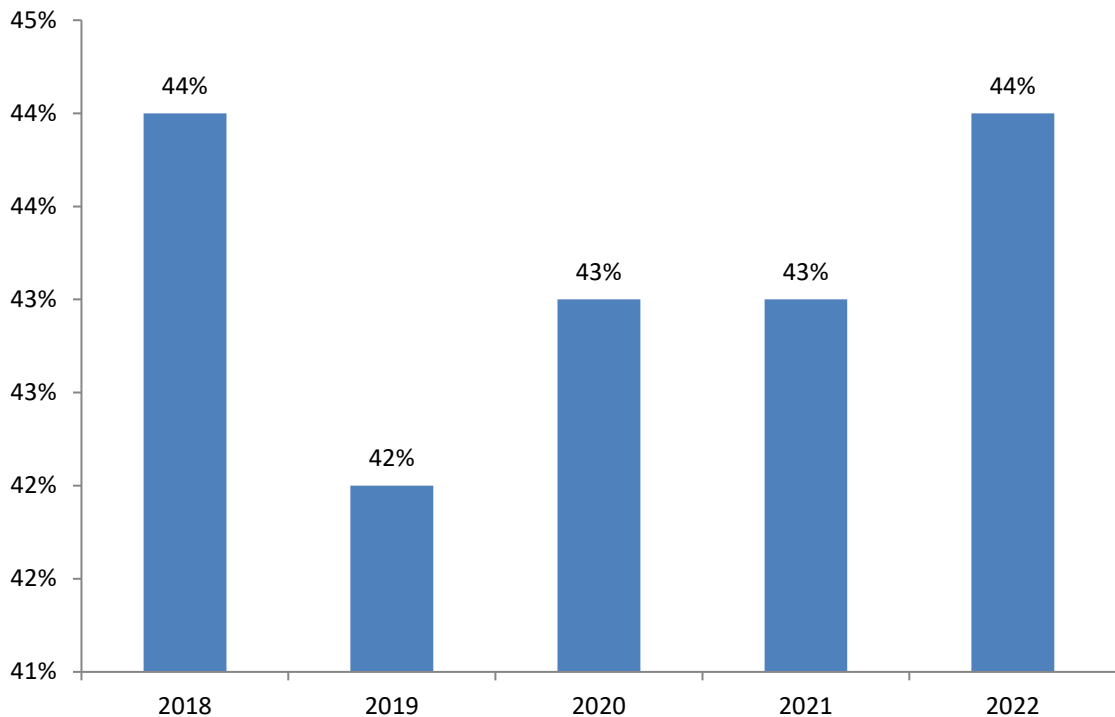
đưa ra nhận định về lợi ích và rủi ro mà các doanh nghiệp gặp phải trong quá trình tham gia thương mại điện tử ở Việt Nam.

Dữ liệu được sử dụng trong nghiên cứu này chủ yếu bao gồm các nguồn dữ liệu thứ cấp. Các nguồn được sử dụng như: Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam 2022, Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023 và các ấn phẩm nghiên cứu chính thức. Đồng thời, bài viết sử dụng số liệu thống kê mô tả, tổng hợp và so sánh số liệu trong giai đoạn 2018 - 2023 ở Việt Nam.

3. Tình hình ứng dụng thương mại điện tử của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Hiện nay, khi ứng dụng thương mại điện tử tại Việt Nam, các doanh nghiệp thông qua các hình thức là website của doanh nghiệp, sàn thương mại điện tử, mạng xã hội và ứng dụng di động.

- Website của doanh nghiệp



(Nguồn: Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023)

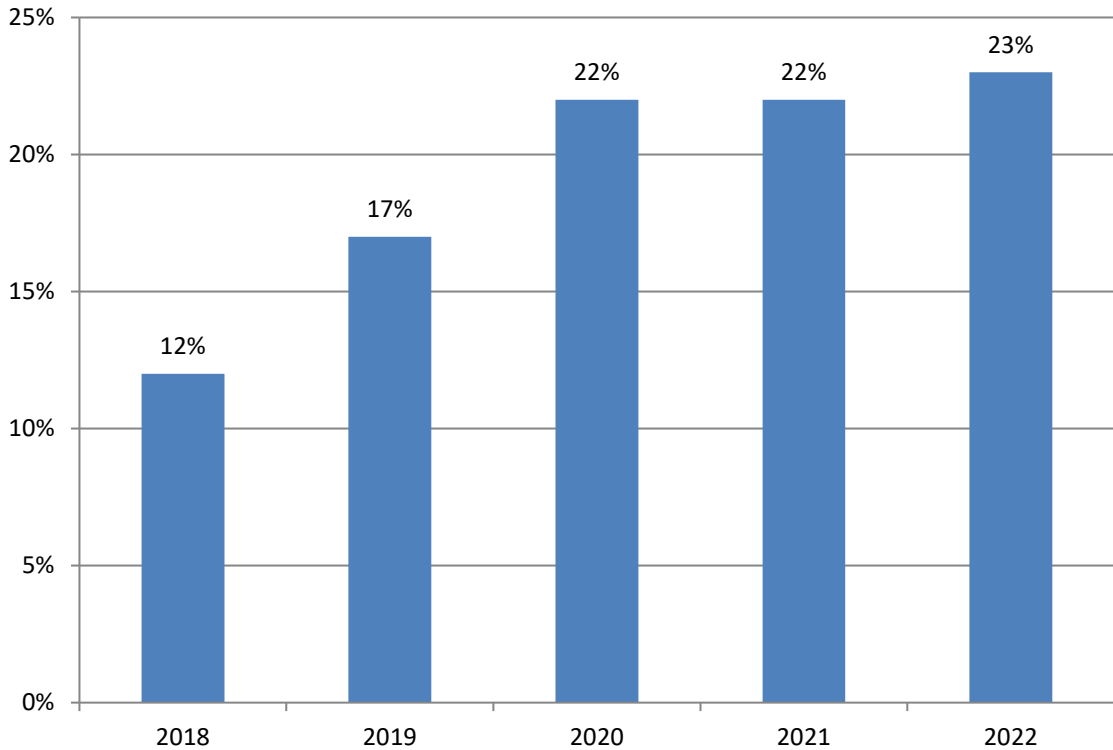
Hình 1: Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website tại Việt Nam giai đoạn 2018 - 2022

Trong nhiều năm liền, website doanh nghiệp luôn được đánh giá là kênh hàng đầu giúp xây dựng thương hiệu trên môi trường trực tuyến một cách bền vững, điều này đúng

cho cả doanh nghiệp lớn và các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Hình 1 cho thấy tỷ lệ doanh nghiệp đã xây dựng website không có thay đổi nhiều so với các năm trước và mức độ chênh lệch với các năm trước cũng không cao. Trong số các doanh nghiệp đã có website, theo Cục thương mại điện tử và kinh

tế số thì có 34% doanh nghiệp cho biết đã tự xây dựng website cho doanh nghiệp của mình, 66% còn lại thì thuê các đơn vị khác xây dựng website.

- Doanh nghiệp kinh doanh trên sàn thương mại điện tử



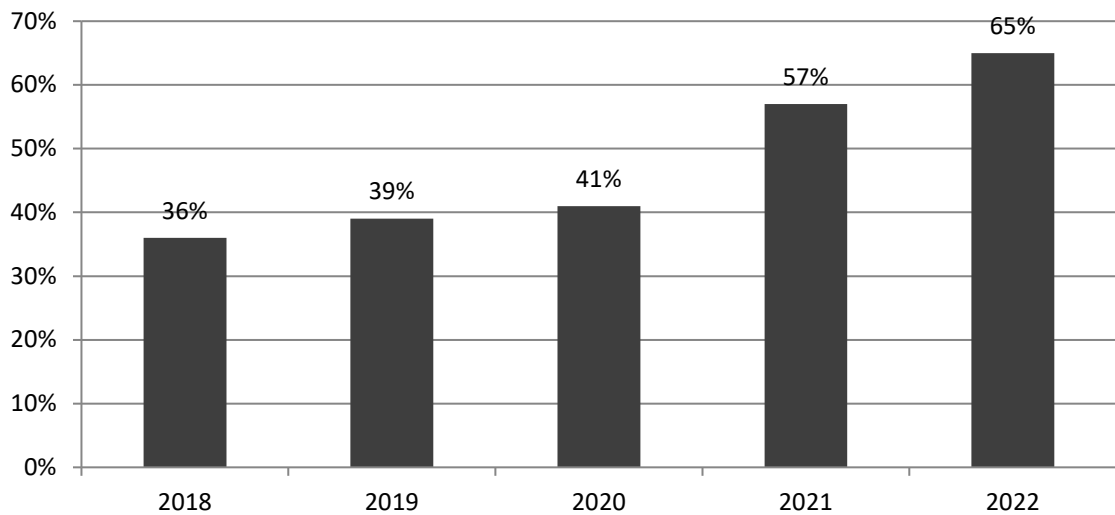
(Nguồn: Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023)

Hình 2: Số lượng doanh nghiệp kinh doanh trên sàn thương mại điện tử tại Việt Nam giai đoạn 2018 - 2022

Theo hình 2, tỷ lệ doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử có sự tăng trưởng nhanh. Cụ thể, năm 2018 chỉ có 12% doanh nghiệp tham gia sàn thương mại điện tử, thì đến năm 2020, con số này đã tăng gần gấp đôi. Nguyên nhân của hiện tượng này là do năm 2020, khi đại dịch Covid bùng nổ, xã hội bị giãn cách, người tiêu dùng chuyển dần từ mua hàng truyền thống sang mua hàng online. Các doanh nghiệp phải thích nghi với sự thay đổi này và có sự xoay chuyển từ việc chỉ bán hàng truyền thống sang bán

hàng trên các sàn thương mại điện tử. Nếu như năm 2020 là năm bùng nổ số lượng doanh nghiệp lên sàn thì năm 2021 và 2022 không có sự thay đổi nhiều, có phần chững lại, chỉ ở tầm 22% đến 23%. Hoạt động kinh doanh trên sàn thương mại điện tử cũng dần được các doanh nghiệp và nhà nước quan tâm nhiều hơn cả về khía cạnh chính sách thực thi và hiệu quả kinh doanh.

- Doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội



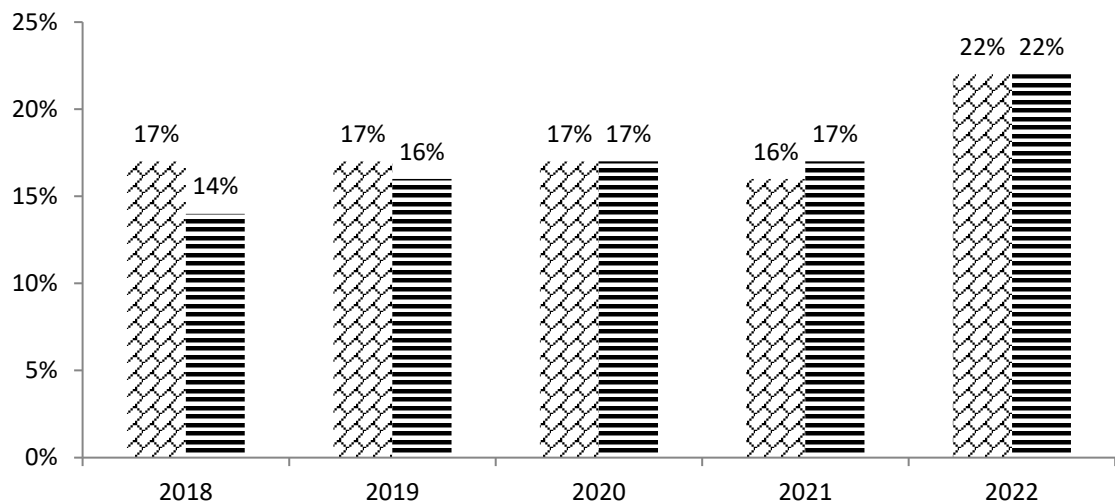
(Nguồn: Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023)

Hình 3: Số lượng doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội tại Việt Nam giai đoạn 2018 - 2022

Xu hướng hoạt động kinh doanh trên các mạng xã hội (Facebook, Zalo, Instagram...) tăng mạnh trong hai năm 2021 và 2022. Cụ thể, theo hình 3, nếu như năm 2020, chỉ có 41% số lượng doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội thì tới năm 2021, con số này đã tăng 16%, tức đạt 57%. Tiếp tục đến năm 2022, có tới 65% doanh nghiệp cho biết có sử dụng các hình thức kinh doanh này. Điều này

là rõ ràng trước bối cảnh tác động của dịch bệnh Covid 19, việc chuyển dịch lên kinh doanh trực tuyến là cần thiết. Bên cạnh nhiều nền tảng kinh doanh online thì kinh doanh thông qua mạng xã hội được đánh giá là nền tảng dễ triển khai nhất với mọi doanh nghiệp.

- Ứng dụng TMĐT trên nền tảng di động



▨ Doanh nghiệp có website phiên bản di động ▨ Doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động

(Nguồn: Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023)

Hình 4: Số lượng doanh nghiệp có website phiên bản di động và sở hữu ứng dụng di động tại Việt Nam giai đoạn 2018 - 2022

Theo hình 4, 22% doanh nghiệp tham gia khảo sát cho biết đã xây dựng website phiên bản di động, tỷ lệ này cao hơn hẳn so với năm 2021 và các năm trước đó. Việc mở rộng kinh doanh trên nền tảng di động sẽ gia tăng thêm một kênh tiếp xúc mới hiệu quả với khách hàng tiềm năng cho doanh nghiệp.

Tỷ lệ doanh nghiệp có ứng dụng di động hỗ trợ hoạt động kinh doanh năm 2022 cũng tăng cao hơn so với các năm trước đó. Giải pháp xây dựng ứng dụng riêng cũng sẽ phù hợp hơn với các doanh nghiệp lớn và có loại hình kinh doanh đa dạng. Khi đó các nền tảng này phải định hướng tới một hệ sinh thái phong phú như một “siêu ứng dụng”, cung cấp được cho người dùng đa dạng các hàng hóa, sản phẩm và dịch vụ khác nhau.

4. Lợi ích và rủi ro khi doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử ở Việt Nam

4.1. Lợi ích khi doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử ở Việt Nam

Thương mại điện tử ngày càng trở lên gần gũi với các doanh nghiệp tại Việt Nam. Các doanh nghiệp tham gia thương mại

Bảng 1: Số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến và tỷ lệ người dân sử dụng Internet tại Việt Nam giai đoạn 2018 – 2023

	2018	2019	2020	2021	2022	Dự báo 2023
Số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến (triệu người)	39,9	44,8	49,3	54,6	57	59 – 62
Tỷ lệ người dân sử dụng internet (%)	60	66	70	73	73,2	74

(Nguồn: Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt nam năm 2023)

Việc ngày càng có nhiều người dân mua sắm trực tuyến mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp có thể thông qua kênh này để tiếp cận được với tệp khách hàng mới, giúp doanh nghiệp mở rộng được tệp khách hàng trong phạm vi nội địa. Xét về phạm vi toàn thế giới, ứng dụng thương mại điện tử giúp các doanh nghiệp trong nước dễ dàng hơn trong việc tiếp

diện tử vì hình thức này đem lại nhiều lợi ích như:

- Đa dạng tệp khách hàng

Trước đây, các doanh nghiệp chỉ có thể bán hàng thông qua hệ thống bán buôn và bán lẻ tại trực tiếp các cửa hàng truyền thống. Điều này làm cho các doanh nghiệp nhỏ hoặc mới thành lập rất khó có thể cạnh tranh được với các thương hiệu lớn, vì người tiêu dùng sẽ ưu tiên lựa chọn những thương hiệu quen thuộc. Các doanh nghiệp mới thường khá khó khăn trong việc mở rộng tệp khách hàng. Tuy nhiên, thói quen mua sắm của người tiêu dùng Việt Nam mấy năm trở lại đây đã có sự thay đổi rõ rệt. Người tiêu dùng đã ngày càng ứng dụng thương mại điện tử nhiều hơn trong mua sắm. Theo bảng 1, có thể thấy số lượng người sử dụng internet tăng rất nhanh, từ 60% dân số sử dụng năm 2018, đến năm 2023 dự báo đạt 74% dân số. Song song với đó, số người tiêu dùng mua sắm trực tuyến có sự tăng trưởng rất mạnh (năm 2018 chỉ có 39,9 triệu người mua sắm trực tuyến, thì đến năm 2022 con số này đã đạt 57 triệu người).

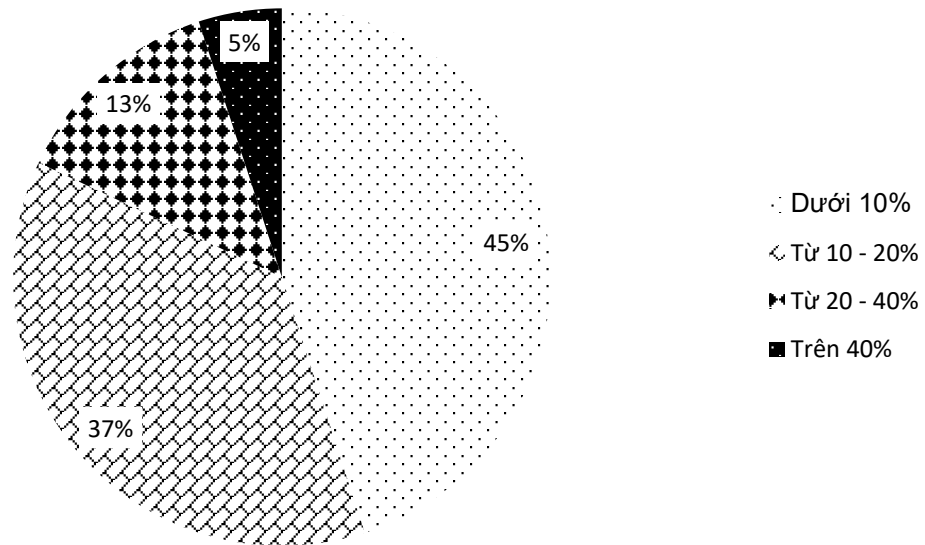
cận với người tiêu dùng toàn cầu mà không bị giới hạn về không gian, thời gian. Từ đó, các doanh nghiệp có nhiều cơ hội để xuất khẩu và mở rộng thị trường xuất khẩu.

- Giảm chi phí kinh doanh

Khi bán hàng truyền thống, doanh nghiệp phải đối mặt với hàng loạt chi phí như thuê mặt bằng (cửa hàng), vận đơn, xử lý hàng

hóa,... Nhưng với thương mại điện tử, doanh nghiệp không cần tốn quá nhiều chi phí. Các chi phí được tối ưu hóa vì không phải thuê

cửa hàng; số lượng nhân viên hạn chế; giảm chi phí giấy tờ, chi phí chia sẻ thông tin, chi phí in ấn, gửi văn bản truyền thống,...



(Nguồn: Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam năm 2023)

Hình 5: Tỷ lệ chi phí hoàn tất đơn hàng và giao hàng so với doanh thu từ hoạt động thương mại điện tử của doanh nghiệp năm 2023

Theo hình 5, có đến 45% doanh nghiệp tham gia khảo sát có tỷ lệ giữa chi phí và doanh thu từ hoạt động thương mại điện tử dưới 10%, 37% doanh nghiệp tham gia khảo sát có tỷ lệ chi phí hoàn tất đơn hàng so với doanh thu từ hoạt động thương mại điện tử từ 10 – 20%. Điều này cho thấy đa phần doanh nghiệp đều có chi phí khá nhỏ so với doanh thu tạo ra từ hoạt động thương mại điện tử. Với chi phí đầu tư nhỏ hơn nhiều so với thương mại truyền thống, các công ty có thể mở rộng thị trường, tìm kiếm, tiếp cận người cung cấp, khách hàng và đối tác trên khắp thế giới. Từ đó, khách hàng có thể mua được với giá thấp hơn và các doanh nghiệp sẽ bán được nhiều hàng hóa hơn.

- Thời gian và không gian bán hàng linh hoạt

Nếu như với cách mua hàng truyền thống, doanh nghiệp khi bán hàng thì sẽ phải đưa ra thời gian mở cửa, đóng cửa. Khách hàng sinh sống ở nước ngoài muốn mua món đồ của doanh nghiệp trong nước

là vô cùng khó khăn. Thì ngày nay, thông qua thương mại điện tử, doanh nghiệp có thể dễ dàng bán hàng hóa mọi lúc mọi nơi, không còn bị giới hạn về thời gian và khoảng cách địa lý. Người tiêu dùng chỉ cần ngồi tại nhà, văn phòng hay bất cứ đâu để lựa chọn, đặt hàng, thanh toán và nhận hàng ngay tại địa chỉ mong muốn. Một số sàn thương mại điện tử quốc tế nổi tiếng là Amazon, JD.com, Alibaba, Shopee Global... Trong đó Amazon là website thương mại điện tử lớn nhất thế giới hiện nay, họ có khoảng hơn 300 triệu khách hàng đến từ 180 quốc gia và người bán đến từ 172 nước bao gồm cả Việt Nam. Đối với doanh nghiệp Việt, việc bán hàng trên Amazon thực sự hấp dẫn và có thể tiếp cận đến tệp khách hàng vô cùng lớn. Đây là một trong những lợi ích nổi bật của thương mại điện tử.

4.2. Rủi ro mà doanh nghiệp gặp phải khi tham gia thương mại điện tử ở Việt Nam

Bên cạnh nhiều lợi ích mà thương mại điện tử đem lại, khi doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử cũng gặp phải một số rủi ro như:

- Rủi ro liên quan bảo mật

Bảo mật an toàn khi tham gia thương mại điện tử chính là một vấn đề khiến nhiều doanh nghiệp đau đầu. Trong đó, việc lộ thông tin của khách hàng sẽ gây mất uy tín doanh nghiệp. Hiện nay, khi công nghệ ngày càng phát triển thì vấn đề các tin tặc lại càng mang lại nhiều rủi ro. Khi khách hàng mua hàng hóa của doanh nghiệp thông qua ứng dụng thương mại điện tử, nếu hệ thống an toàn bảo mật của website doanh nghiệp hoặc các sàn thương mại không đạt chất lượng, hoặc các tin tặc quá tinh vi thì các dữ liệu và thông tin của khách hàng có thể bị các phần tử xấu tấn công hệ thống và lấy cắp đi. Theo báo cáo tổng kết tình hình An ninh mạng Việt Nam năm 2023 của công ty Công nghệ An ninh mạng quốc gia Việt Nam (NCS), Việt Nam có 13.900 vụ tấn công an ninh mạng vào các hệ thống, hơn 83.000 máy tính, máy chủ bị mã độc mã hoá dữ liệu tổng tiền tấn công, tình trạng lộ lọt dữ liệu cá nhân, lừa đảo trực tuyến liên tục xảy ra. Trong số đó, gần 50% sự cố đến từ phát tán mã thông tin do những lỗ hổng bảo mật. Điều này ảnh hưởng đến sự an toàn của khách hàng, doanh nghiệp. Bản thân doanh nghiệp cũng sẽ vướng phải nhiều rắc rối liên quan đến pháp luật nếu khách hàng thực hiện kiện cáo. Nhiều doanh nghiệp đã phải chi một khoản tiền lớn để đền bù cho khách hàng vì làm rò rỉ thông tin và dữ liệu của họ. Điển hình như Ebay, một trong những trang thương mại điện tử lớn nhất thế giới với hàng trăm triệu người dùng trên toàn cầu. Vào năm 2014, lỗ hổng trong việc bảo mật website thương mại điện tử khiến thông tin cá nhân của 233 triệu thành viên đăng ký bị đánh cắp thông tin và lan truyền ra bên ngoài. Vụ việc bị đánh cắp thông tin này là vụ tấn công máy tính lớn nhất trong lịch sử tính tới nay. Để không bị rò rỉ, thất thoát

thông tin hay bị tin tặc tấn công, doanh nghiệp cần thường xuyên nâng cấp, cập nhật hệ thống, sao lưu và bảo mật dữ liệu của mình an toàn.

- Áp lực cạnh tranh cao

Khi nói về các rủi ro trong quá trình tham gia thương mại điện tử thì không thể không nói đến khả năng doanh nghiệp phải cạnh tranh với nhiều đối thủ, đặc biệt là các đối thủ có thương hiệu lớn. Thương mại điện tử là công cụ mà bất kỳ cá nhân, tổ chức hay doanh nghiệp nào cũng có thể tìm hiểu và bắt tay vào xây dựng hoạt động kinh doanh thương mại điện tử cho mình. Điều này dẫn đến người tiêu dùng khi tham gia thương mại điện tử có nhiều cơ hội lựa chọn. Vì khi người tiêu dùng truy cập các sàn thương mại điện tử, họ không chỉ thấy một thương hiệu doanh nghiệp, mà họ còn thấy được rất nhiều các cửa hàng trực tuyến của những thương hiệu khác. Ví dụ như trên sàn giao dịch Shopee hiện nay đang có hơn 11.000 người bán hàng, hay như sàn giao dịch Lazada có hơn 3.000 nhà cung cấp. Không chỉ có nhiều sản phẩm ở đa dạng ngành nghề, thương mại điện tử còn có tính năng so sánh, đối chiếu giá và chức năng đánh giá của những khách hàng đã mua. Với số lượng nhà cung cấp đông đảo như vậy, khi tham gia thương mại điện tử, các doanh nghiệp sẽ gặp phải cuộc cạnh tranh vô cùng gay gắt. Trong thời gian tới, cùng với sự hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, quy mô các nhà cung cấp ứng dụng thương mại điện tử trên thị trường bán lẻ Việt Nam sẽ có sự gia tăng đáng kể. Điều này sẽ gây áp lực cạnh tranh cao cho mỗi doanh nghiệp tham gia vào thương mại điện tử.

- Sự thiếu lòng tin của người tiêu dùng

Khi tham gia thương mại điện tử, doanh nghiệp có thể gặp rủi ro liên quan tới việc khách hàng không có lòng tin với doanh nghiệp, dẫn tới họ quyết định không mua sản phẩm. Thói quen mua sắm của nhiều người tiêu dùng Việt Nam là phải nhìn

được trực tiếp và kiểm tra nên không ít khách hàng dạo chơi trên mạng để khảo giá là chính. Nguyên nhân là do người tiêu dùng còn nhiều nghi ngờ về chất lượng sản phẩm, thông tin về sản phẩm còn đơn điệu, thiếu sức hấp dẫn. Trong năm 2022, Báo cáo thường niên của Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng đã đưa ra có 14,7% đơn thư phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng liên quan tới sản phẩm khi mua sắm trực tuyến. Các nội dung bị phản ánh, khiếu nại gồm giao sai sản phẩm hoặc sản phẩm có thông số kỹ thuật khác so với quảng cáo trên trang web, giao hàng hỏng nhưng không thu hồi lại, sản phẩm không có nhãn mác hay nhãn ghi sản xuất tại Trung Quốc mặc dù quảng cáo là hàng Mỹ, hàng Nhật,... Còn theo khảo sát của Cục thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), có trên 50% người mua sắm Việt Nam thích mua hàng ở nước ngoài do sự tin tưởng vào chất lượng sản phẩm, bên cạnh dịch vụ, thanh toán, hậu mãi,... Thời trang là một trong số các lĩnh vực người tiêu dùng thiếu lòng tin nhất. Nguyên nhân là do người tiêu dùng không thử qua được bộ quần áo mình muốn mua, dẫn tới việc ngần ngại chốt giao dịch vì lo sợ không hợp kích cỡ hoặc hàng hóa giao đến cho mình bị hư hỏng, không đúng màu sắc như quảng cáo,... Chính vì vậy, các doanh nghiệp khi bán hàng trực tuyến sẽ gặp nhiều khó khăn, thách thức trong việc tạo dựng lòng tin với khách hàng của mình.

5. Một số giải pháp hạn chế rủi ro khi doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử ở Việt Nam

Với xu hướng phát triển của thương mại điện tử từ cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, việc kinh doanh qua thương mại điện tử là một lựa chọn hữu ích cho doanh nghiệp. Để hạn chế rủi ro mà doanh nghiệp gặp phải khi tham gia thương mại điện tử ở Việt Nam, bài viết đề xuất một số giải pháp, kiến nghị sau:

- Về phía doanh nghiệp:

Thứ nhất, doanh nghiệp cần tiến hành các biện pháp đảm bảo an toàn dữ liệu, tránh sự xâm nhập bất hợp pháp từ các tội phạm mạng như: mã hóa khóa bí mật và mã hóa công khai, sử dụng chữ ký điện tử để đảm bảo tính an toàn và bảo mật. Ngoài ra, doanh nghiệp cần chủ động và cẩn thận kiểm tra, quản lý tính đúng đắn, rõ ràng của các thông tin trong quá trình giao dịch, thanh toán.

Thứ hai, trong bối cảnh số lượng doanh nghiệp tham gia bán hàng trực tuyến đông đảo, để tăng khả năng cạnh tranh khi tham gia cũng như thu hút và giữ chân được các khách hàng, các doanh nghiệp cần phải đảm bảo được chất lượng sản phẩm như cam kết, đồng thời đảm bảo được giá trị độc đáo mà sản phẩm đó mang đến cho khách hàng. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng cần tặng kèm các chương trình khuyến mãi như mã khuyến mãi, voucher, miễn phí vận chuyển, tặng quà cho khách hàng sinh nhật,... để thu hút khách hàng ở lại và mua sắm.

Thứ ba, để nâng cao năng lực cạnh tranh khi tham gia ứng dụng thương mại điện tử, các doanh nghiệp cần chọn mô hình thương mại điện tử phù hợp với khả năng và nguồn lực sẵn có của mình. Các mô hình thương mại điện tử phổ biến mà các doanh nghiệp nên xây dựng và lựa chọn là website, mạng xã hội, sàn thương mại điện tử. Ngoài ra, để kinh doanh trên thương mại điện tử một cách bền vững thì doanh nghiệp cần đào tạo các kỹ năng liên quan đến thương mại điện tử cho đội ngũ lao động làm việc về mảng này. Các kỹ năng quan trọng trong hoạt động thương mại điện tử có thể kể đến là kỹ năng bán hàng, kỹ năng viết quảng cáo, kỹ năng ngoại ngữ, công nghệ thông tin...

Thứ tư, để tạo dựng được lòng tin của người tiêu dùng với doanh nghiệp thông qua ứng dụng thương mại điện tử, doanh nghiệp cần phải cung cấp đầy đủ thông tin về sản phẩm trên các ứng dụng thương mại điện tử, đặc biệt các thông tin liên quan tới nguồn gốc xuất xứ, mẫu mã bao bì, thành phần công

dụng,... Ngoài ra, để tăng tính tin cậy, các doanh nghiệp nên sử dụng các video về hướng dẫn sử dụng sản phẩm, tạo dựng uy tín dựa trên các phản hồi từ khách hàng đã mua sản phẩm, cung cấp đầy đủ giấy tờ liên quan hàng hóa.

- Kiến nghị với chính phủ:

Chính phủ cần hoàn thiện hệ thống pháp luật quản lý hoạt động thương mại điện tử. Với tư cách là một bộ phận cấu thành của thị trường hàng hóa, dịch vụ, hoạt động mua sắm trực tuyến cần được điều chỉnh bởi những quy định pháp lý rõ ràng. Chính phủ cần đưa ra các chính sách và biện pháp để bảo mật thông tin trong mua sắm trực tuyến. Đồng thời, chính phủ cũng cần phải có một hành lang pháp lý đầy đủ phân định rõ ràng trách nhiệm của các chủ thể tham gia thương mại điện tử ở tất cả các công đoạn của giao dịch thương mại mà liên quan tới tính an toàn, độ tin cậy bị đe dọa như máy trạm, máy chủ, đường truyền... Chính phủ cần tăng cường hoạt động quản lý, giám sát hàng hóa trên môi trường mạng, nhằm phòng ngừa rủi ro về chất lượng hàng hóa trong hoạt động mua sắm trực tuyến, từ đó nâng cao được lòng tin của người tiêu dùng trong mua sắm trực tuyến.

6. Kết luận

Với sự thay đổi của xã hội và nhịp sống hiện đại, thời gian dành cho việc mua sắm truyền thống sẽ hạn chế rất nhiều, và thương mại điện tử chính là lựa chọn phù hợp. Do đó, thị trường thương mại điện tử Việt Nam vẫn là một mảnh đất tiềm năng cho doanh nghiệp Việt. Thương mại điện tử mang lại rất nhiều lợi ích cho doanh nghiệp như giảm chi phí kinh doanh, mở rộng tệp khách hàng, thời gian và không gian bán hàng linh động. Song song với đó, doanh nghiệp cũng gặp phải không ít rủi ro như rủi ro liên quan tới bảo mật, rủi ro gặp phải sự cạnh tranh gay gắt từ đối thủ kinh doanh và rủi ro liên quan tới việc khách hàng thiếu lòng tin với doanh nghiệp. Nhận thức rõ những lợi ích và rủi ro mà thương mại điện tử đem lại cho doanh nghiệp trong bối cảnh hiện nay là cần thiết, cấp bách. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp cũng cần chủ động có những hành động cụ thể, hiệu quả nhằm giảm thiểu rủi ro từ thương mại điện tử như: tăng cường tính an toàn và bảo mật trên không gian mạng, đảm bảo chất lượng và giá trị độc đáo của sản phẩm để tăng tính cạnh tranh, cung cấp đầy đủ thông tin liên quan đến sản phẩm và công ty để gia tăng lòng tin với khách hàng,...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương (2023), *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam năm 2023*, NXB Công thương.
2. Chính phủ (2013), *Nghị định 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử*
3. Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng (2022), *Báo cáo thường niên năm 2022*, http://www.vcca.gov.vn/?page=document&category_id=154b131f-af6c-4af7-ae32-a71f70b1f298¤t_id=7a6db5ba-88dd-4f41-8f46-9ba54b5b05dc#, truy cập ngày 14/09/2022
4. Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam, *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023*, <https://htttmdt.tmu.edu.vn/upload/pagefile/bao-cao-ebi-2023-vnpdf-1684224865.pdf>, truy cập ngày 20/11/2023.
5. Trần Văn Hòe (2015), *Giáo trình Thương mại điện tử căn bản*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
6. Phạm Khánh Lê (2020), *Lợi ích và ứng dụng của thương mại điện tử đối với doanh nghiệp*, <https://magenest.com/vi/loi-ich-va-ung-dung-cua-thuong-mai-dien-tu-doi-voi-doanh-nghiep/>, truy cập ngày 20/11/2023.

7. Gia Minh (2022), *Thúc đẩy xuất khẩu qua sàn thương mại điện tử quốc tế*, <https://nhandan.vn/thuc-day-xuat-khau-qua-san-thuong-mai-dien-tu-quoc-te-post721998.html>, truy cập ngày 30/11/2023.
8. Đức Thiện (2023), 13.900 vụ tấn công mạng vào các hệ thống tại Việt Nam, <https://tuoitre.vn/13-900-vu-tan-cong-mang-vao-cac-he-thong-tai-viet-nam-20231212145413188.htm>, truy cập ngày 01/03/2023.