

Tạp chí Nghiên cứu TÀI CHÍNH KẾ TOÁN

TỔNG BIÊN TẬP

PGS.TS. NGND NGUYỄN TRỌNG CƠ

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

PGS.TS. NGUYỄN TRƯỞNG THỊ THÙY

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. NGND NGÔ THẾ CHI

ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. NGND VŨ VĂN HÓA

GS.TS. NGUYỄN ĐÌNH ĐỖ

GS.TS. NGUYỄN ĐOÀN XUÂN TIỀN

GS.TS. ĐÌNH VĂN SƠN

PGS.TS. NGUYỄN PHẠM NGỌC ÁNH

PGS.TS. NGUYỄN PHẠM VĂN ĐĂNG

PGS.TS. NGUYỄN PHẠM VĂN LIÊN

PGS.TS. NGUYỄN NGUYỄN VŨ VIỆT

PGS.TS. NGND TRẦN XUÂN HẢI

PGS.TS. NGUYỄN HOÀNG TRẦN HẬU

PGS.TS. NGUYỄN NGUYỄN THỊ THƯƠNG HUYỀN

PGS.TS. NGUYỄN BÁ MINH

PGS.TS. LƯU ĐỨC TUYÊN

PGS.TS. BÙI VĂN VÂN

TS. NGUYỄN VIỆT LỢI

TS. NGUYỄN THỊ LAN

PGS.TS. NGUYỄN MẠNH THIỀU

THỦ KÝ TÒA SOẠN

ThS. NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN

ĐT: 0904755576

TRỊ SỰ

PGS.TS. NGUYỄN THANH HOÀNG

TÒA SOẠN

SỐ 58 LÊ VĂN HIẾN

QUẬN BẮC TỪ LIÊM - HÀ NỘI

Điện thoại: 024.32191967

E-mail: tapchinctckt@hvtc.edu.vn

Website: <https://tapchinctckt@hvtc.edu.vn>

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

5 Tín dụng nhằm phát triển nông nghiệp bền vững ở Việt Nam

PGS.TS. Phạm Ngọc Dũng - TS. Bùi Thị Mến

11 Mở rộng cơ sở thuế gián thu - Những vấn đề lý luận

PGS.TS. Nguyễn Thị Thanh Hoài

Ths. Chu Văn Hùng - Đào Thị Hồng Nhung

16 Chuyển đổi kinh tế số - Thách thức và giải pháp đối với Việt Nam

Đỗ Thị Lan Anh

20 Tác động của du lịch, phát triển tài chính lên tăng trưởng kinh tế - Nghiên cứu qua phương pháp hồi quy phân phối trễ tự hồi quy (ARDL)

Nguyễn Văn Chiến

NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

25 Ảnh hưởng của việc nắm giữ tiền đến hiệu quả tài chính của các công ty ngành công nghiệp niêm yết trên Hose

GS.TS. Nguyễn Anh Hiền

Ths. Nguyễn Roãn Dũng

31 Những lợi ích, hạn chế của việc áp dụng ifrs và một số lưu ý trong quá trình áp dụng tại Việt Nam

TS. Nguyễn Minh Thành - Nguyễn Thanh Tuấn

35 Quy trình kiểm toán và kiểm soát chung công nghệ thông tin

TS. Nguyễn Vĩnh Khương

40 Yếu tố tác động đến giá dịch vụ đào tạo đại học kỳ học theo quan điểm người học tại Trường đại học Công đoàn

TS. Vũ Thị Kim Anh - Ths. Trần Thị Toan

46 Hệ thống công nghệ thông tin trước bối cảnh áp dụng IFRS tại các doanh nghiệp Việt Nam

TS. Trần Thị Phương Thảo - Ths. Nguyễn Vũ Hoàng

50 Phân tích các yếu tố hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên Trường đại học Văn Lang

Ths. Nguyễn Thị Quỳnh Châu

Ths. Nguyễn Thúy Quỳnh

54 Ảnh hưởng của đặc điểm cá nhân khách hàng đến ý định mua bảo hiểm nhân thọ Hanwha Life

TS. Lê Quang Hiếu - Nguyễn Thị Thảo

59 Phương pháp mới xử lý dữ liệu mất cân bằng nâng cao hiệu quả dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ

TS. Nguyễn Hữu Xuân Trường - Ths. Nguyễn Văn Tuấn

Ths. Lê Xuân Đoàn - TS. Đặng Xuân Thọ

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

64 Tác động của Covid-19 đến ngành du lịch Việt Nam

TS. Nguyễn Thị Tuyết

68 Các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng công nghệ thông tin trong giải quyết công việc tại doanh nghiệp

Trương Tuấn Linh - Nguyễn Thị Thanh Huyền - Trương Việt Phương

73 Marketing điện tử - Hướng đi mới cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam

TS. Nguyễn Tuấn Anh - TS. Lê Thị Mai Anh - TS. Nguyễn Thu Hà

78 Chuyển đổi số - Giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại và một số giải pháp cho BIDV

Ths. Phạm Thị Hạnh

82 Chính sách tài chính hỗ trợ doanh nghiệp trong đại dịch Covid-19

Ths. Chu Đức Lam

85 Đổi mới công nghệ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam

Đinh Lê Hạnh - Dương Minh An

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

89 Khủng hoảng nợ công trên thế giới và khuyến nghị cho Việt Nam trong điều kiện hiện nay

TS. Lương Quang Hiển

93 Mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế - Kinh nghiệm quốc tế trong điều hành chính sách tiền tệ và bài học cho Việt Nam

Nguyễn Mạnh Hùng - Nguyễn Tuấn Phúc

In tại Nhà xuất bản Thống kê - Giấy phép số: 144/GP-BTTTT ngày 28/3/2016
In xong và nộp lưu chiểu tháng 02 năm 2022.

Journal of FINANCE & ACCOUNTING RESEARCH

EDITOR IN CHIEF

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN TRONG CO

ASSOCIATE EDITOR

ASSOCIATE PROFESSOR TRUONG THI THUY

CHAIRMAN OF EDITORIAL BOARD

PROFESSOR NGO THE CHI

MEMBERS OF EDITORIAL BOARD

PROFESSOR VU VAN HOA

PROFESSOR NGUYEN DINH DO

PROFESSOR DOAN XUAN TIEN

PROFESSOR DINH VAN SON

ASSOCIATE PROFESSOR PHAM NGOC ANH

ASSOCIATE PROFESSOR PHAM VAN DANG

ASSOCIATE PROFESSOR PHAM VAN LIEN

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN VU VIET

ASSOCIATE PROFESSOR TRAN XUAN HAI

ASSOCIATE PROFESSOR HOANG TRAN HAU

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN THI THUONG HUYEN

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN BA MINH

ASSOCIATE PROFESSOR LUU DUC TUYEN

ASSOCIATE PROFESSOR BUI VAN VAN

DOCTOR NGUYEN VIET LOI

DOCTOR NGUYEN THI LAN

ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN MANH THIEU

SECRETARY:

MA. NGUYEN THI THANH HUYEN

Phone: 0904755576

MANAGER:

ASSOCIATE PROFESSOR NGO THANH HOANG

EDITORIAL OFFICE

No. 58 LE VAN HIEN

BAC TU LIEM DISTRICT - HA NOI

Phone: 024.32191967

Email: tapchinctckt@hvtc.edu.vn

Website: https://tapchitckt@hvtc.edu.vn

MACRO FINANCE

- 5 Credit for sustainable agricultural development in Vietnam

Assoc. Prof. PhD. Pham Ngoc Dung
PhD. Bui Thi Men

- 11 Expanding the basis of indirect taxes - Theoretical issues

Assoc. Prof. PhD. Nguyen Thi Thanh Hoai
MA. Chu Van Hung - Dao Thi Hong Nhung

- 16 Digital economy transformation - Challenges and solutions for Vietnam

Do Thi Lan Anh

- 20 Impact of tourism, financial development on economic growth - Empirical evidence from Autoregressive Distributed Lag model

PhD. Nguyen Van Chien

STUDY EXCHANGE

- 25 Effect of holding money on financial performance of industry companies listed on HOSE

Assoc. Prof. Nguyen Anh Hien
MA. Nguyen Roan Dung

- 31 The benefits and limitations of the application of IFRS and some reminders in the application process in Vietnam

PhD. Nguyen Minh Thanh
Senior Lieutenant Nguyen Thanh Tuan

- 35 General audit and control procedures Information Technology

PhD. Nguyen Vinh Khuong

- 40 Factors affecting the price of university training services in the semester from the students' point of view at the Trade Union University

PhD. Vu Thi Kim Anh - MA. Tran Thi Toan

- 46 Information technology system in the context of applying IFRS in Vietnamese enterprises

PhD. Tran Thi Phuong Thao
MA. Nguyen Vu Hoang

50 Analysis of factors affecting the decision to use ATM cards of students at Van Lang University

MA. Nguyen Thi Quynh Chau - MA. Nguyen Thuy Quynh

54 Effect of customers' personal characteristics on intention to buy Hanwha life insurance

PhD. Le Quang Hieu - Nguyen Thi Thao

59 A new method of handling imbalanced data improves efficiency in predicting customer churn

**PhD. Nguyen Huu Xuan Truong - MA. Nguyen Van Tuan
MA. Le Xuan Doan - PhD. Dang Xuan Tho**

CORPORANCE FINANCE

64 Impact of Covid-19 on Vietnamese tourism industry

PhD. Nguyen Thi Tuyet

68 Factors affecting the level of information technology application in solving work at enterprises

Truong Tuan Linh - Nguyen Thi Thanh Huyen - Truong Viet Phuong

73 E-marketing - A new direction for Vietnamese export enterprises

PhD. Nguyen Tuan Anh - PhD. Le Thi Mai Anh - PhD. Nguyen Thu Ha

78 Digital transformation - a key solution to improve the competitiveness of commercial banks, some solutions for BIDV

MA. Pham Thi Hanh

82 The financial policy for supporting businesses in the Covid-19 pandemic

MA. Chu Duc Lam

85 Technological innovation aims to improve the competitiveness of Vietnamese enterprises

Dinh Le Hanh - Duong Minh An

INTERNATIONAL FINANCE

89 Public debt crisis over the world and recommendations for Vietnam in current conditions

PhD. Luong Quang Hien

93 The relationship between inflation and economic growth - International experience in monetary policy management and lessons for Vietnam

Nguyen Manh Hung - Nguyen Tuan Phuc

Printed by Statistical Publishing House - Licence No.: 144/GP-BTTTT dated March 28th, 2016
Prints and deposits completed in February, 2022.

TÍN DỤNG NHẪM PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

PGS.TS. Phạm Ngọc Dũng* - TS. Bùi Thị Mến**

Phát triển nông nghiệp, nông thôn bền vững là định hướng của Việt Nam trong Kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2021 - 2025. Xu hướng tăng trưởng tín dụng xanh cho khu vực nông nghiệp nhằm hướng đến mục tiêu “kép” là tăng trưởng kinh tế gắn với bảo vệ môi trường cũng được quan tâm thời gian qua. Những năm gần đây các mô hình sản xuất nông nghiệp bền vững theo hướng xanh, sạch ngày càng được nhiều tổ chức tín dụng quan tâm với nhiều gói tín dụng ưu đãi. Bằng cách phân tích các chính sách, quy định đã có về tín dụng nông nghiệp nông thôn và sử dụng các số liệu thu thập từ báo liên quan, bài viết này thực hiện phân tích hiện trạng tiếp cận và sử dụng vốn tín dụng nông nghiệp xanh ở Việt Nam qua đó đề xuất một số kiến nghị đối với chủ thể cho vay, đối tượng sử dụng vốn, Ngân hàng Nhà nước nhằm thúc đẩy nguồn vốn phát triển nông nghiệp bền vững.

• Từ khóa: cho vay, vốn tín dụng, nông nghiệp bền vững.

Sustainable agriculture and rural development is Vietnam's orientation in the agricultural restructuring plan for the period 2021 - 2025. The green credit growth trend in the agricultural sectors aiming at “dual” goals is the growth focusing on economic growth associated with environmental protection, which has also been received attention in the current period. In recent years, sustainable agricultural production models in the direction of green and clean have attracted more and more attention from credit institutions with many preferential credit packages. By analyzing existing policies and regulations on rural agricultural credit and using data collected from relevant reports, this research analyzes the current status of access to and use of green agricultural capital in Vietnam; thereby proposing a number of recommendations to lenders, capital users, and the State Bank of Vietnam with the aim of promoting capital resources for sustainable agricultural development.

• Keywords: credit capital, sustainable agriculture, agricultural lending.

1. Đặt vấn đề

Kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2021 - 2025 của Chính phủ Việt Nam đã đề ra mục tiêu chung là tiến tới cơ cấu lại ngành nông nghiệp theo hướng phát triển nông nghiệp bền vững, nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh nông sản; bảo vệ môi trường, sinh thái; nâng cao thu nhập cho người dân ở khu vực nông thôn; đảm bảo an ninh lương thực và an ninh quốc phòng. Đẩy mạnh phát triển nền nông nghiệp hiện đại, nông nghiệp sạch, nông nghiệp hữu cơ, gắn với phát triển công nghiệp chế biến nông sản, thích ứng với biến đổi khí hậu và kết nối bền vững với chuỗi giá trị nông sản toàn cầu. Các sản phẩm nông nghiệp được cơ cấu theo ba nhóm gồm: Nhóm sản phẩm quốc gia; nhóm sản phẩm chủ lực cấp tỉnh; nhóm sản phẩm đặc sản địa phương. Trong đó, nhóm sản phẩm địa phương: Tập trung triển khai các cơ chế, chính sách, giải pháp để nâng cao chất lượng sản phẩm, năng lực tổ chức sản xuất, từng bước tiếp cận thị trường bền vững theo chuỗi giá trị sản phẩm v.v. Nhân tố quan trọng có thể ảnh hưởng tới sự thành công của Chương trình này là việc huy động nguồn lực về vốn và chính sách cho vay, gắn với phát triển nông nghiệp nông thôn bền vững. Để xây dựng các khuyến nghị nhằm thúc đẩy vốn tín dụng phát triển nông nghiệp bền vững, bài viết tiến hành xem xét đặc thù của vốn tín dụng cho nông nghiệp nói chung; đồng thời tại Việt Nam

Ngày nhận bài: 15/11/2021

Ngày gửi phản biện: 20/11/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

* Học viện Tài chính ** Học viện Ngân hàng

bài viết thực hiện phân tích thực trạng vốn tín dụng theo 2 nhóm gồm: vốn cho các chương trình nông nghiệp và vốn cho hộ sản xuất nông nghiệp.

2. Cho vay nông nghiệp

Cho vay nông nghiệp, nông thôn vốn đã có nhiều điểm khác biệt so với cho vay ở các lĩnh vực còn lại của nền kinh tế. Có thể kể đến như khách hàng vay đa dạng, nhiều thành phần, khoản vay tiềm ẩn rủi ro cao.v.v.

-Khách hàng vay thuộc nhiều thành phần.Tại nhiều quốc gia đang phát triển, số hộ gia đình nông thôn chiếm một tỷ trọng lớn trong cơ cấu dân số, do đó hệ thống tài chính cấp tín dụng cho lĩnh vực này khá đa dạng về thành phần. Tín dụng đối với hộ gia đình sản xuất nông nghiệp có qui mô nhỏ, số lượng đông lại mang tính thời vụ làm cho chi phí tổ chức cho vay của ngân hàng cao. Các NHTM có nhiều cơ hội đầu tư/cho vay các lĩnh vực hấp dẫn hơn như thương mại hoặc các ngành công nghiệp có tiềm năng tăng trưởng mà nguy cơ rủi ro thấp thay vì cho vay nông nghiệp nông thôn trong khi tỷ suất sinh lời lại thấp. Tại nhiều nước, Chính phủ quy định áp hạn mức tín dụng sản (credit floors) đối với nông nghiệp nông thôn. Đối với trường hợp áp dụng hạn mức tín dụng sản với nông nghiệp, các NHTM có xu hướng hoàn thành trách nhiệm khá miễn cưỡng hoặc tìm cách lách khi chỉ cho vay đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại các sản phẩm nông nghiệp (ví dụ xuất nhập khẩu nông sản,...); hoặc hoạt động trong lĩnh vực chế biến các sản phẩm nông nghiệp. Như thế, sản xuất nông nghiệp nhỏ lẻ, đặc biệt là ở quy mô hộ gia đình nông thôn gặp khó khăn ít nhiều khi tiếp cận vốn chính thức. Để giải quyết vấn đề này, nhiều quốc gia cho phép thành lập một số NHTM chuyên tập trung cho vay nông nghiệp nông thôn. Những loại hình ngân hàng này được tiếp cận nguồn vốn giá rẻ, lãi suất chiết khấu/tái chiết khấu thấp.

- Các khoản vay tiềm ẩn rủi ro cao do thiên tai, dịch bệnh, thị trường

- Đòi hỏi chính sách xử lý nợ đặc thù.Vấn đề xử lý nợ thường phải xem xét đến điều kiện của sản xuất nông nghiệp. Người nông dân, doanh nghiệp nông nghiệp, thường gặp khó khăn trong

trả nợ khi bị thiên tai hay dịch bệnh, biến động giá đầu vào hoặc thị trường đầu ra.

3. Thực trạng cho vay nông nghiệp, nông thôn ở nước ta

Trong vòng 10 năm trở lại đây, nông nghiệp Việt Nam có những bước phát triển đột phá và đồng thời cũng có nhu cầu ngày càng lớn về tín dụng, để từng bước chuyển đổi cơ cấu và tổ chức sản xuất kinh doanh theo hướng công nghiệp hóa - hiện đại hóa. Đảng và Nhà nước đã có nhiều quan tâm nhằm tháo gỡ khó khăn về vốn cho các lĩnh vực nông nghiệp.Nghị quyết số 26-NQ/TW về nông nghiệp, nông dân, nông thôn; Nghị định 41/2010/NĐ-CP và Nghị định 55/2015/NĐ-CP về chính sách tín dụng cho nông nghiệp, nông dân, nông thôn với nhiều điểm đột phá, như: Nâng gấp đôi mức cho vay không có tài sản bảo đảm đối với khách hàng cá nhân, hộ gia đình; Bổ sung chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện đầu mối liên kết, ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp; Hoàn thiện chính sách xử lý rủi ro đối với khách hàng gặp khó khăn do nguyên nhân khách quan, bất khả kháng; Bổ sung quy định về quản lý dòng tiền liên kết trong sản xuất nông nghiệp, góp phần hạn chế rủi ro tín dụng và khuyến khích tổ chức tín dụng đẩy mạnh cho vay v.v... Mặt khác, Ngân hàng nhà nước (NHNN) đã ban hành nhiều văn bản đề hướng tín dụng vào lĩnh vực nông nghiệp, kể cả quy định dư nợ tín dụng nông nghiệp phải bảo đảm không thấp hơn 20% tổng dư nợ tín dụng hàng năm của các NHTM.Với nguồn vốn và hình thức cho vay đa dạng, lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn, xuất khẩu trở thành một trong những lĩnh vực ưu tiên trong chính sách tín dụng hiện nay.

3.1. Các chính sách tín dụng cho nông nghiệp, nông thôn

- Chính sách cho vay thu mua nông sản xuất khẩu

Xuất khẩu nông sản đã đem lại giá trị xuất khẩu lớn cho nền kinh tế, liên quan đến việc làm và thu nhập của nhiều hộ gia đình. Do đó, việc đáp ứng kịp thời về vốn cho lĩnh vực này có tác động tích cực nhiều chiều, đặc biệt là bảo đảm giá thu mua lúa gạo cho hộ nông dân, cũng như chiến lược phát triển ngành này của quốc gia.

Về triển khai thực hiện chương trình cho vay thí điểm phục vụ phát triển nông nghiệp theo Nghị quyết 14/NQ-CP của Chính phủ, NHNN đã phối hợp với các cơ quan liên quan (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Khoa học và Công nghệ), lựa chọn 28 doanh nghiệp trong toàn quốc triển khai thực hiện 31 doanh nghiệp tham gia chương trình cho vay thí điểm mô hình liên kết, ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp. Các doanh nghiệp được lựa chọn hoạt động chủ yếu trong các lĩnh vực: kinh doanh lúa gạo; nuôi trồng và chế biến thủy sản xuất khẩu; sản xuất nông nghiệp công nghệ cao trong ngành trồng trọt, chăn nuôi; sản xuất rau an toàn; trồng và chế biến mía đường; đánh bắt, thu mua, chế biến và tiêu thụ các mặt hàng hải sản; sản xuất các mặt hàng nông sản khác, như: mủ cao su, tinh bột sắn, ngô. Các doanh nghiệp này hoạt động ở 22 tỉnh thành Việt Nam, trải khắp các vùng: đồng bằng sông Hồng, đồng bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên, miền Đông Nam bộ, Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung; Trung du và miền núi phía Bắc.

- Chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp theo Quyết định số 68/2013/QĐ-TTg, ngày 14/11/2013 của Thủ tướng Chính phủ cũng đang cho thấy nhiều kết quả tích cực.

- Chính sách cho vay phục vụ tái canh cây cà-phê ở khu vực Tây Nguyên, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn triển khai mạnh mẽ chương trình này, đã tổ chức hội thảo tại Đắk Lắk, diễn đàn tại Lâm Đồng.

- Chính sách tín dụng đối với người nuôi tôm và cá tra theo Quyết định số 540/QĐ-TTg, ngày 16/4/2014 của Thủ tướng Chính phủ, Thống đốc NHNN đã ban hành Thông tư 26/2014/TT-NHNN, ngày 16/9/2014, quy định về việc ngân hàng thương mại Việt Nam tái cấp vốn đối với các TCTD bằng đồng Việt Nam. Bên cạnh đó, các TCTD tiếp tục đẩy mạnh cho vay mới, cho vay các dự án có hiệu quả trong lĩnh vực này.

- Chính sách tín dụng hỗ trợ ngư dân đánh bắt xa bờ theo Nghị định số 67/2014/NĐ-CP, ngày 07/7/2014 của Chính phủ về một số chính sách phát triển thủy sản, ngày 15/8/2014, Thống đốc NHNN đã ban hành Thông tư số 22/2014/TT-NHNN hướng dẫn thực hiện chính sách này;

đồng thời, phối hợp với một số địa phương và bộ ngành liên quan tổ chức hội nghị triển khai tại chỗ để phổ biến rõ hơn chính sách, cũng như nắm bắt khó khăn và có biện pháp tháo gỡ.

- Chính sách tín dụng thực hiện Chương trình “mỗi xã một sản phẩm”, NHNN Việt Nam đã cụ thể hóa nhiệm vụ thực hiện Chương trình về “chỉ đạo, hướng dẫn các ngân hàng thương mại, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam, Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất tiếp cận nguồn vốn vay để tổ chức sản xuất” tại Văn bản số 4488/NHNN-TD ngày 15/6/2018, với việc yêu cầu các tổ chức tín dụng, NHNN chi nhánh các tỉnh, thành phố tập trung chỉ đạo triển khai thực hiện một số nội dung, nhiệm vụ nhằm thúc đẩy việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng của người dân, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất tiếp cận nguồn vốn vay, góp phần thực hiện thành công Chương trình “mỗi xã một sản phẩm”.

3.2. Cho vay đối với hộ cá thể, tổ chức phục vụ phát triển nông nghiệp nông thôn

Để phù hợp với nhu cầu vốn phục vụ sản xuất nông nghiệp trong thực tế, tại Nghị định số 116/2018/NĐ-CP ngày 7/9/2018 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung Nghị định số 55/2015/NĐ-CP mức cho vay tối đa không có tài sản bảo đảm của một số khách hàng cá nhân, hộ gia đình đã được điều chỉnh nâng lên; đồng thời, đối với tổ chức, cá nhân có dự án, phương án sản xuất kinh doanh ứng dụng công nghệ cao, liên kết trong sản xuất nông nghiệp được xem xét cho vay không có tài sản bảo đảm lên đến 70-80% giá trị phương án sản xuất kinh doanh. Trong Nghị định số 116/2018/NĐ-CP, tổ chức, cá nhân được vay vốn kinh doanh phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn theo nhiều phương thức và quy trình thủ tục cho vay phù hợp tùy vào phương án, dự án sản xuất kinh doanh, phục vụ đời sống, mục đích sử dụng vốn vay của khách hàng, nhằm tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho khách hàng như cho vay lưu vụ, cho vay theo hạn mức tín dụng, cho vay từng lần và các phương thức cho vay khác phù hợp với quy định pháp luật.

Bảng 1: Hạn mức vay nông nghiệp

Đối tượng	Số tiền vay tối đa (Triệu đồng)
Cá nhân, hộ gia đình cư trú ngoài nông thôn nhưng có hoạt động sản xuất nông nghiệp	100
Cá nhân, hộ gia đình cư trú trên địa bàn nông thôn	200
Cá nhân, hộ gia đình trồng cây công nghiệp, cây ăn quả lâu năm	20
Tổ hợp tác và hộ kinh doanh	300
Hộ nuôi trồng thủy sản hoặc khai thác xa bờ có ký hợp đồng tiêu thụ với các tổ chức chế biến và xuất khẩu trực tiếp	500
Hợp tác xã, chủ trang trại trên đại bàn nông thôn hoặc hoạt động sản xuất nông nghiệp	1.000
Hợp tác xã nuôi trồng thủy sản hoặc khai thác xa bờ, chủ trang trại nuôi trồng thủy sản	2.000
Liên hiệp hợp tác xã nuôi trồng thủy sản hoặc khai thác xa bờ	3.000

Nguồn: Chính phủ (2018), Nghị định Số 116/2018/NĐ-CP

Hướng tới phát triển nông nghiệp bền vững, nhiều chính sách, cơ chế của Nhà nước được ban hành nhằm khuyến khích cá mô hình sản xuất nông nghiệp sạch hoặc nông nghiệp công nghệ cao. Tuy nhiên, người đi vay vốn sản xuất nông nghiệp công nghệ cao sẽ khắt khe hơn so với vốn nông nghiệp thông thường. Sản xuất nông nghiệp công nghệ cao phải khẳng định được tính lâu dài, có quy mô và sản xuất bài bản. Ngân hàng sẽ yêu cầu doanh nghiệp, hộ nông dân phải chứng minh được dòng tiền. Các minh chứng cần có như dự án có các hợp đồng tiêu thụ ổn định, chủ dự án phải mở tài khoản tại ngân hàng vay vốn để ngân hàng kiểm soát dòng tiền của doanh nghiệp mới có cơ sở cho vay ưu đãi.

Đối với các tổ chức tín dụng, ngân hàng thương mại, nguồn vốn để cho vay ưu đãi cũng đa số huy động từ nguồn tiền nhàn dỗi trong dân cư và bằng cách tiết giảm chi phí mới có nguồn cho vay ưu đãi nên họ buộc phải yêu cầu điều kiện cho vay khắt khe hơn.

3.3. Một số đánh giá

Chương trình, chính sách vay đa dạng giúp gia tăng cơ hội cho người dân, doanh nghiệp tiếp cận vốn tín dụng trong nông nghiệp. Đối với các khoản vay nông nghiệp nông thôn, các TCTD đã phát triển các sản phẩm tín dụng, hình thức cấp tín dụng với quy trình thủ tục ngày càng đơn

giản, thông qua việc áp dụng hình thức cho vay lưu vụ, cho vay qua sổ tín dụng, cho vay thông qua các tổ, nhóm của các tổ chức chính trị - xã hội, triển khai ngân hàng lưu động xuống tận địa bàn để cho vay, thu nợ thay vì người dân phải đến trụ sở ngân hàng... với các thủ tục đơn giản, phù hợp với đặc thù của lĩnh vực này. Trong Báo cáo Môi trường kinh doanh của Ngân hàng Thế giới năm 2020, chỉ số tiếp cận tín dụng của Việt Nam tăng 7 bậc so với 2019, từ thứ bậc 32 lên 25, xếp hạng 25/190 nước. Bên cạnh đó, liên tiếp 5 năm gần đây NHNN luôn dẫn đầu về chỉ số cải cách hành chính (Par-index) trong số các Bộ, ngành. Điều này phản ánh những nỗ lực của các chủ thể nhằm cải thiện khả năng tiếp cận tín dụng cho khách hàng. Tín dụng nông nghiệp, nông thôn tăng trưởng khá. Tăng trưởng tín dụng đối với lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn bình quân giai đoạn 2016-2019 đạt 19,83%, cao hơn mức tăng tín dụng chung của nền kinh tế (16,02%). Mặc dù gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, biến đổi khí hậu, hạn hán, xâm nhập mặn và dịch tả lợn Châu Phi v.v nhưng tín dụng đối với lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn vẫn đạt mức tăng trưởng khá, đến nửa cuối năm 2020 đạt trên 2,16 triệu tỷ đồng với trên 14 triệu lượt khách hàng còn dư nợ, tăng 5,84% so với cuối năm 2019 và tăng gấp 2,5 lần so với đầu năm 2016, chiếm gần 25% tổng dư nợ tín dụng nền kinh tế.

Tuy nhiên còn tồn tại một số vấn đề sau:

- Các chủ thể cung cấp tín dụng tham gia cho vay nông nghiệp nông thôn có mạng lưới rộng khắp nhưng chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu về vốn sản xuất của người dân. Việt Nam hiện có có trên 80 tổ chức tín dụng và 1.181 quỹ tín dụng nhân dân tham gia cho vay nông nghiệp nông thôn, với mạng lưới các chi nhánh, phòng giao dịch rộng khắp đến tận thôn bản, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa để cung ứng vốn phục vụ phát triển lĩnh vực này. Tuy nhiên, nhiều bằng chứng cho thấy, người dân vẫn phải tiếp cận các khoản vay phi chính thức với rủi ro cao. Vấn đề đặt ra là trong khi dịch vụ tín dụng do các tổ chức tài chính chính thức cung cấp lại ít được sử dụng hơn so với các phương thức khác? Các nguyên nhân được chỉ ra cũng tương tự như trường hợp người dân gửi tiết kiệm, cụ thể là: khoảng cách địa lý; điều kiện và quy trình vay vốn (WB, 2018).

- Còn tồn tại việc sử dụng nguồn vốn phi chính thức, rủi ro cao

Tại Việt Nam, quy trình cho vay của các tổ chức tín dụng được cải thiện đáng kể, khách hàng có thể tiếp cận một số sản phẩm vay, thậm chí là tức thì. Tuy nhiên, những ràng buộc để đảm bảo giảm thiểu rủi ro khiến cho ngân hàng, tổ chức tài chính phải thắt chặt các điều kiện vay. Nhiều người nông dân không thể tiếp cận các nguồn vốn tín dụng hỗ trợ này vì quy trình phức tạp, không thống nhất ví dụ như yêu cầu tỷ lệ nội địa tối thiểu để cho vay mua máy, vấn đề liên kết sản xuất, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp và sử dụng các dịch vụ máy móc nông nghiệp với hợp tác xã, hộ gia đình và cá nhân v.v...

Trong khi đó, các đối tượng cho vay theo hình thức tín dụng đen đã biết tận dụng lợi thế cho vay nhanh, không cần thẩm định, thủ tục đơn giản để đánh vào tâm lý của đại bộ phận dân chúng. Với tín dụng đen, người vay không phải chờ đợi lâu, các tờ rơi, quảng cáo, số điện thoại của người cho vay dán, treo khắp nơi, từ gốc cây cổ thụ trên đường đến từng con hẻm trong phố; ở các vùng nông thôn, người dân sẽ nhìn thấy các quảng cáo rao vặt ngay trên bức tường rào hay cổng nhà của họ. Còn nếu dùng di động hoặc các thiết bị kết nối mạng thì thông tin còn dễ dàng gặp bọ. Để tiếp cận, dễ sử dụng và đạt được số tiền vay như kỳ vọng là điều giúp cho tín dụng đen có mức độ phủ sóng rộng khắp. Tín dụng đen tựa như các cơn bão lớn nhỏ, nó can quét từ thành phố lớn, các khu công nghiệp, khu chế xuất cho đến các vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa. Số liệu ước tính trong vòng 4 năm từ 2013- 2017 được công bố tại Hội nghị trực tuyến triển khai chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, hạn chế tín dụng đen của NHNN Việt Nam cho thấy, cả nước có khoảng 7.624 vụ phạm tội liên quan đến tín dụng đen, trong đó 56 vụ giết người, 398 vụ cố ý gây thương tích, 629 vụ cướp tài sản, 1.809 vụ lừa đảo. Tính riêng trong năm 2018, cả nước chứng kiến tới 84 vụ giết người, 855 vụ cố tình gây thương tích, 105 vụ cướp tài sản và trên 1.309 vụ lừa đảo chiếm đoạt tài sản liên quan đến tín dụng đen. Như vậy, để người vay tiếp cận được nguồn vốn, ngoài ưu đãi về lãi suất, điều kiện vay, cần thúc đẩy đơn giản hóa cách thủ tục vay để người dân tiếp cận một cách kịp thời với những khoản vay chính thức.

4. Một số khuyến nghị

* Đối với đối tượng vay vốn

- Hỗ trợ nâng cao năng suất lao động cho đối tượng vay vốn

Để việc tiếp cận và sử dụng vốn vay nông nghiệp nông thôn đạt hiệu quả cao, người vay vốn cần sự phối hợp, hộ gia đình cần được hỗ trợ nâng cao năng suất lao động và nhận thức về quản lý tài chính. Trong đó, các hỗ trợ nâng cao năng suất lao động cho hộ gia đình cần sự phối hợp tích cực giữa chính quyền, các ngân hàng và các tổ chức khuyến nông. Tổ chức khuyến nông là đơn vị đứng ra tổ chức các chương trình hướng dẫn sản xuất kinh doanh, chuyển giao các công nghệ hiện đại. Trong khi đó chính quyền địa phương chịu trách nhiệm vận động, tuyên truyền người dân tham gia các chương trình, trao đổi kinh nghiệm sản xuất. Về phía ngân hàng, các cán bộ cần theo dõi, kịp thời ghi nhận những hộ gia đình là khách hàng đang vay vốn gặp khó khăn trong sản xuất kinh doanh, kỹ thuật còn yếu kém, để đưa đối tượng được tham gia các chương trình trao đổi kỹ thuật, hướng dẫn kỹ năng với các đơn vị chức năng.

- Hỗ trợ cải thiện nhận thức về quản lý tài chính của đối tượng vay vốn

Các giải pháp hỗ trợ nâng cao nhận thức quản lý về tài chính cần sự tham gia tích cực từ phía ngân hàng và các tổ vay vốn. Với nhận thức tài chính còn nhiều hạn chế, hộ gia đình gặp nhiều khó khăn trong công tác quản lý vốn vay, và sử dụng vốn vay hiệu quả. Các ngân hàng cần triển khai các buổi sinh hoạt tập trung giữa tổ vay vốn và đại diện hộ gia đình. Trong các buổi sinh hoạt, nội dung chính sẽ xoay quanh vấn đề về việc sử dụng tiền vay hiệu quả, tiết kiệm và tích lũy trả nợ vay cho ngân hàng như thế nào. Đồng thời, ngân hàng và tổ vay vốn cũng hỗ trợ sát sao các hộ gia đình trong quá trình lập hồ sơ vay vốn, xây dựng và thực thi kế hoạch trả nợ. Bên cạnh đó, không chỉ đề cập đến các vấn đề về vay vốn, các tổ vay vốn và ngân hàng cũng cần hướng dẫn người dân các phương thức tiết kiệm trong sinh hoạt hàng ngày, đầu tư hiệu quả sinh lời. Mặt khác, hộ gia đình cũng cần hiểu rõ, nâng cao ý thức về chương trình ưu đãi tín dụng trong xây dựng nông thôn mới, nhận thức rõ tầm quan trọng của chương trình để không ỷ lại vào vốn vay, có trách nhiệm với việc sử dụng vốn hơn.

* Đối với chủ thể cung ứng vốn chính thức

NHTM được xem là đối tượng chủ chốt ở khu vực các nước đang phát triển, nhưng với đặc thù của mình, các ngân hàng sẽ tập trung phục vụ cho nhóm khách hàng ở trên ngưỡng nghèo, người có thu nhập ổn định. Như vậy, ở các phân khúc khách hàng từ ngưỡng nghèo trở xuống cần có các mô hình cung cấp dịch vụ phù hợp với thu nhập và nhận thức của dân chúng. Ngân hàng hợp tác xã, ngân hàng chính sách, ngân hàng nông nghiệp, các quỹ tín dụng nhân dân, tổ chức TCVM, đặc biệt, ngân hàng chính sách đóng một vai trò chính trong hệ thống ngân hàng đối với việc cung cấp dịch vụ tài chính cho người nghèo (Trần Hữu Ý, 2018). Đồng thời cũng là tổ chức tài chính có mạng lưới rộng lớn tại khu vực nông thôn và các chính phủ thường sử dụng họ chỉ để thúc đẩy tín dụng và tiết kiệm tại những vùng ít mang lại lợi ích thương mại và để thực hiện những chương trình xã hội. Tuy nhiên, dù có mạng lưới rộng khắp, các tổ chức này vẫn chịu những áp lực do chi phí hoạt động cao, việc tạo ra dịch vụ tốt với giá cả phù hợp với người nghèo là rào cản lớn, nhất là vấn đề lãi suất cho vay vốn. Trừ trường hợp có hỗ trợ của Nhà nước như đối với trường hợp của Ngân hàng Chính sách xã hội. Điều này có thể dễ quan sát thấy thông qua biểu lãi suất huy động và cho vay của Ngân hàng Chính sách xã hội so với khối NHTM cổ phần, nhất là khi so với NHTM cổ phần tư nhân. Ngân hàng đại lý hay các công ty tài chính, công ty fintech có vai trò lan tỏa và đem dịch vụ tài chính trở nên gần gũi, dễ dàng tiếp cận, với chi phí rẻ hơn cho các đối tượng chưa thể trực tiếp đến các trung gian tài chính như NHTM. Ưu thế của dịch vụ tài chính dạng này thể hiện ở khả năng tiếp cận tức thì, chi phí thấp, an toàn, sản phẩm và kênh phân phối đa dạng.

* Đối với Ngân hàng Nhà nước

Tiếp tục tham mưu cho Chính phủ về các biện pháp thúc đẩy tiếp cận và sử dụng vốn vay nông nghiệp, nông thôn, rà soát các quy định pháp lý nhằm hạn chế các rào cản đối với nguồn vốn vay chính thức. Mặt khác, NHNN, trong thẩm quyền của mình, cần thúc đẩy việc thực thi Chiến lược quốc gia về tài chính toàn diện thực chất là một cách tiếp cận tổng thể để đảm bảo cho mọi người dân trong nền kinh tế tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính chính thức một cách thuận tiện và phù

hợp, bền vững. Chiến lược này thống nhất các trụ cột để thúc đẩy phát triển tài chính toàn diện hiệu quả và bền vững. Chú trọng đến thúc đẩy phát triển dịch vụ tài chính trên nền tảng công nghệ số bao gồm chuyển các chương trình thanh toán của chính phủ sang sử dụng các dịch vụ và nền tảng công nghệ số; cung cấp dịch vụ tài chính tới các vùng nông thôn và dân tộc thiểu số còn lạc hậu hoặc những địa phương có tỉ lệ nghèo còn cao hơn tỷ lệ nghèo bình quân cả nước; bảo vệ người tiêu dùng và phổ biến kiến thức tài chính giúp thể hệ người tiêu dùng mới được trang bị tốt hơn với dịch vụ tài chính hiện đại.

Tài liệu tham khảo:

- AFDB (African Development Bank Group) (2016). *Feed Africa - Strategy for agricultural transformation in Africa, 2016-2025*.
- Adegbite, O. O., & Machethe, C. L. (2020). Bridging the financial inclusion gender gap in smallholder agriculture in Nigeria: An untapped potential for sustainable development. *World Development*, 127, 104755.
- World Bank (2018), "The Little Data Book on Financial Inclusion 2018".
- Trần Hữu Ý, Vai trò của Ngân hàng Chính sách xã hội trong thúc đẩy tài chính toàn diện, góp phần giảm nghèo bền vững, Báo điện tử NHNN Việt Nam, 3/1/2018, truy cập tại <https://www.sbv.gov.vn>
- OECD (2015), *Chính sách nông nghiệp Việt Nam*
- Trần, C.T. (2014), *Tổng quan về chính sách nông nghiệp ở Việt Nam, Cơ sở dữ liệu chính sách nông nghiệp, Cơ sở dữ liệu chính sách nông nghiệp FFTC, Trung tâm công nghệ thực phẩm và phân bón khu vực Châu Á*, http://ap.fttc.agnet.org/ap_db.php?id=195.
- Thủ tướng Chính phủ (2021), *Quyết định 255/QĐ-TTg 2021 về việc phê duyệt Kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2021-2025*.
- Ban chấp hành Trung ương khóa X(2008), *Nghị quyết 26-NQ/TW về nông nghiệp, nông dân, nông thôn*.
- Chính phủ (2010), *Nghị định số 41/2010/NĐ-CP về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn*.
- Chính phủ (2015), *Nghị định số 55/2015/NĐ-CP về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn*.
- Ngân hàng Nhà nước (2014), *Quyết định 1051/QĐ-NHNN ngày 28/5/2014 v/v phê duyệt tham gia chương trình cho vay thí điểm phục vụ phát triển nông nghiệp theo Nghị quyết số 14/NQ-CP của Chính phủ*.
- Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quyết định số 68/2013/QĐ-TTg về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp*.
- Thủ tướng Chính phủ (2014), *Quyết định số 540/2014/QĐ-TTg về chính sách tín dụng đối với người nuôi tôm và cá tra*.
- Chính phủ (2014), *Nghị định số 67/2014/NĐ-CP về một số chính sách phát triển thủy sản*
- Chính phủ (2018), *Nghị định số 116/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 55/2015/NĐ-CP ngày 09 tháng 6 năm 2015 của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn*.

MỞ RỘNG CƠ SỞ THUẾ GIÁN THU - NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN

PGS.TS. Nguyễn Thị Thanh Hoài* - Ths. Chu Văn Hùng** - Đào Thị Hồng Nhung***

Trong bối cảnh nhu cầu chi tiêu ngân sách nhà nước (NSNN) ngày càng tăng, vấn đề đặt ra là cần có các biện pháp khai thác, động viên thu cho NSNN. Thời gian gần đây do ảnh hưởng của dịch bệnh, hoạt động sản xuất kinh doanh của người nộp thuế không thuận lợi, thu nhập bị giảm sút nên thu từ thuế thu nhập có xu hướng giảm, do vậy trọng trách lại đặt lên thuế gián thu, đây là loại thuế đóng vai trò quan trọng trong việc tạo thu cho NSNN. Một trong các yêu cầu đặt ra là cần xem xét mở rộng cơ sở thuế gián thu. Bài viết tập trung nghiên cứu dưới góc độ lý thuyết về mở rộng cơ sở thuế gián thu.

• Từ khóa: thuế gián thu, mở rộng cơ sở thuế.

In the context of increasing demand for state budget spending, the problem is that it is necessary to have measures to exploit and mobilize revenue for the state budget. Recently, due to the influence of the epidemic, the production and business activities of taxpayers are not favorable, income is reduced, so income tax revenue tends to decrease, so the responsibility is placed on indirect tax. This is a tax that plays an important role in generating revenue for the state budget. One of the requirements is to consider expanding the indirect tax base. The article focuses on researching from a theoretical perspective on the expansion of the indirect tax base.

• Keywords: indirect tax, tax base expansion.

Ngày nhận bài: 15/11/2021

Ngày gửi phản biện: 20/11/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Khái quát về thuế gián thu

1.1. Khái niệm, đặc điểm

Có nhiều cách hiểu khác nhau về thuế gián thu như:

Trong cuốn Từ điển kinh tế học, Nguyễn Văn Ngọc cho rằng: *Thuế gián thu là khoản thuế mà Chính phủ đánh vào hàng hóa và dịch vụ để tạo nguồn thu và sử dụng làm công cụ cho chính sách tài chính*

Theo Wattpad: *“Thuế gián thu là loại thuế mà người trực tiếp nộp thuế không phải là người chịu thuế. Thuế gián thu là loại thuế được cộng vào giá, là một bộ phận cấu thành trong giá mua hàng hóa,*

nhằm động viên sự đóng góp của người tiêu dùng. Thực chất người tiêu dùng phải trả khoản thuế đó nhưng lại nộp thông qua nhà kinh doanh, nhà sản xuất”.

Như vậy, về bản chất của thuế gián thu có thể khái quát thành 3 đặc trưng: (1) thuế đánh vào hàng hóa dịch vụ, (2) người nộp thuế là người bán, người chịu thuế là người mua.

Ta có thể nêu khái niệm về thuế gián thu như sau: *Thuế gián thu là loại thuế không trực tiếp đánh vào thu nhập, tài sản của người nộp thuế mà đánh một cách gián tiếp thông qua giá cả hàng hóa và dịch vụ”.*

Thuế gián thu có một số đặc điểm sau đây:

Thứ nhất, thuế gián thu là loại thuế ảnh hưởng trực tiếp đến giá cả thị trường. Thuế gián thu là một yếu tố cấu thành trong giá cả hàng hóa và dịch vụ. Người sản xuất hàng hóa, cung ứng dịch vụ cộng thêm phần thuế vào trong giá bán hàng hóa và dịch vụ của mình, do vậy thuế gián thu sẽ gây tác động làm tăng giá của hàng hóa, dịch vụ chịu thuế. Khi nhà nước đánh thuế gián thu không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến giá cả của hàng hóa, dịch vụ chịu thuế, mà còn ảnh hưởng gián tiếp đến giá cả hàng hóa dịch vụ có tính chất thay thế, đến các yếu tố đầu vào phục vụ cho sản xuất hàng hóa, như vậy có thể tạo ra thế cân bằng quan hệ cung cầu mới sau khi đánh thuế gián thu. Ảnh hưởng của thuế gián thu đến giá cả hàng hóa, dịch vụ nhiều hay ít còn tùy thuộc vào tính chất của từng hàng hóa, dịch vụ, tùy thuộc vào độ co giãn của cung cầu của hàng hóa dịch vụ đó so với giá.

Thứ hai, thuế gián thu dễ thu hơn thuế trực thu vì tránh được quan hệ trực tiếp giữa người chịu thuế với cơ quan thuế. Trên thực tế, người trả thuế, người chịu thuế gián thu là người mua hàng hóa,

* Học viện Tài chính ** Đại học Quốc gia Hà Nội *** Chi cục Thuế quận Hà Đông, Hà Nội

dịch vụ, người nộp thuế gián thu là người bán hàng hóa hoặc người cung cấp dịch vụ. Việc thu thuế gián thu sẽ đơn giản, tiết kiệm chi phí hơn so với thu thuế trực tiếp từ những người mua hàng, do số lượng đối tượng phải quản lý là người bán sẽ ít hơn người mua. Hơn nữa số thuế sẽ được tập trung đầy đủ, kịp thời hơn bởi lẽ khi người bán hàng hóa, dịch vụ chịu thuế thì người bán tính thêm phần thuế vào trong giá hàng hóa, dịch vụ rồi mang nộp cho nhà nước.

Thuế gián thu ít nhạy cảm hơn so với thuế trực thu vì những người chịu thuế thường không cảm nhận đầy đủ gánh nặng của loại thuế này. Do đánh giá tiếp nên người chịu thuế ít cảm nhận rõ rệt về số thuế mà họ phải trả. Trong nhiều trường hợp có thể người mua hàng biết họ là người chịu thuế, nhưng không biết rõ chính xác số thuế họ chịu là bao nhiêu, chiếm tỷ lệ bao nhiêu trong số thu nhập của họ, cho nên ít gây phản ứng từ phía người chịu thuế so với thuế trực thu.

1.2. Các sắc thuế thuộc loại thuế gián thu và vai trò của thuế gián thu

Thuế gián thu là một loại thuế gồm nhiều sắc thuế như thuế GTGT, thuế TTĐB, thuế XK, NK, thuế BVMT. Mỗi sắc thuế có đối tượng điều chỉnh, nội dung điều chỉnh khác nhau, có nguyên tắc thiết lập khác nhau.

Vai trò của thuế gián thu được thể hiện trên các khía cạnh sau đây:

Thứ nhất, thuế gián thu góp phần tạo số thu lớn, ổn định, thường xuyên cho NSNN

Việc tăng cường vai trò kinh tế xã hội của Nhà nước dẫn đến nhu cầu chi tiêu của Nhà nước ngày càng tăng lên và tất yếu là Nhà nước phải mở rộng quỹ tài chính Nhà nước, hình thành chủ yếu từ thu thuế. Các sắc thuế gián thu có mục tiêu trước hết là nhằm đảm bảo số thu lớn và ổn định, thường xuyên cho NSNN.

Thuế gián thu phụ thuộc chủ yếu vào quy mô tiêu dùng, tiêu dùng xã hội càng lớn thì thuế gián thu thu được càng nhiều. Nền kinh tế tăng trưởng và phát triển, mức thu nhập bình quân đầu người tăng lên chính là yếu tố ảnh hưởng đến quy mô tiêu dùng xã hội: mở rộng hoạt động ngoại thương, cho phép tự do xuất, nhập khẩu hàng hóa cũng là nhằm mục tiêu động viên được nguồn thu lớn và ổn định về cho NSNN.

Thuế gián thu là nguồn thu được chú trọng vì đây là loại thuế dễ thu hơn so với các loại thuế khác. Nó nằm ngay trong giá cả của sản phẩm, hàng hóa

nên về mặt tâm lý sẽ làm người tiêu dùng dễ chấp nhận hơn. Đối với người nộp thuế, người ta thấy rõ vai trò của mình là người thu hộ cho Nhà nước sau khi đã bán được sản phẩm của mình.

Thứ hai, thuế gián thu góp phần kiểm soát tỷ lệ lạm phát của nền kinh tế.

Với đặc điểm của thuế gián thu, là một yếu tố cấu thành trong giá cả, hàng hóa, dịch vụ, do vậy gánh nặng thuế chủ yếu do người tiêu dùng chịu. Vì vậy, khi Nhà nước điều chỉnh thuế suất sẽ tác động tức thời đến giá bán của các loại hàng hóa, dịch vụ trên thị trường. Trong nền kinh tế thị trường, giá cả của hàng hóa dịch vụ được quyết định bởi quan hệ cung cầu. Xét trên góc độ kinh tế học, nguyên nhân gây ra lạm phát có thể do cầu kéo hay do chi phí đẩy. Lạm phát quá cao sẽ gây ảnh hưởng không tốt đến quá trình phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia. Thuế là một trong những công cụ quan trọng của Nhà nước nhằm góp phần tạo ra sự ổn định tương đối của giá cả, kiểm soát lạm phát, cụ thể:

- **Nếu lạm phát do cầu tăng quá mức:** Khi mà nhu cầu về một hay một số loại hàng hóa, dịch vụ nào đó tăng cao, kéo theo mức giá của hàng hóa, dịch vụ đó cũng tăng theo và khi tăng quá mức, dẫn đến lạm phát, Nhà nước có thể can thiệp giảm cầu bằng cách tăng mức thuế đối với sản phẩm hàng hóa, dịch vụ, từ đó làm giá cả tăng, hạn chế nhu cầu tiêu dùng, góp phần kiềm hãm lạm phát.

- **Nếu lạm phát bị đẩy bởi chi phí:** Khi mà yếu tố chi phí đầu vào của nhà sản xuất quá cao, dẫn đến giá thành sản phẩm cao, nhà sản xuất phải tăng giá bán để đảm bảo có lãi, khi giá tăng quá mức dẫn đến lạm phát, Nhà nước có thể dùng thuế để tác động vào phía cung bằng cách cắt giảm thuế đối với các yếu tố đầu vào để kích thích cung, giúp nhà sản xuất hạ giá thành sản phẩm, giá bán hàng hóa, góp phần kiểm soát lạm phát.

Thứ ba, thuế gián thu kích thích tăng trưởng kinh tế

Vai trò điều tiết của thuế nói chung và thuế gián thu gồm hai mặt: kích thích và hạn chế. Khi nền kinh tế suy thoái, tức là khi đầu tư ngừng trệ, sản xuất và tiêu dùng đều giảm thì nhà nước dùng thuế gián thu để kích thích đầu tư và khuyến khích tiêu dùng. Trong đó, việc giảm thuế gián thu đánh vào sản xuất, giảm thuế đối với hàng sản xuất ra để một phần khuyến khích tạo lợi nhuận, kích thích việc đầu tư vào sản xuất. Bên cạnh đó, việc giảm thuế đánh vào tiêu dùng cũng khuyến khích tiêu dùng.

Khi nền kinh tế hưng thịnh, để ngăn chặn nguy cơ một nền kinh tế “nóng” phát triển dẫn đến lạm phát và khủng hoảng thừa thì nhà nước dùng thuế gián thu để giảm tốc độ đầu tư ồ ạt và giảm bớt mức tiêu dùng của xã hội.

Thứ tư, bảo hộ nền sản xuất trong nước

Vai trò bảo hộ của thuế gián thu chủ yếu được đảm nhiệm bởi chức năng của thuế nhập khẩu. Thuế NK giúp cho Nhà nước định ra một mặt bằng giá mới cho hàng nhập khẩu trước khi nó được lưu thông, tiêu thụ trên thị trường nội địa nhằm hạn chế khả năng cạnh tranh của hàng nhập khẩu. Để thiết lập mặt bằng giá đó đòi hỏi phải xác định thuế suất khác nhau cho từng mặt hàng nhập khẩu. Giá nhập khẩu càng ở mức cạnh tranh thì càng phải đánh thuế NK cao. Việc áp dụng thuế nhập khẩu với thuế suất cao sẽ làm tăng giá của hàng nhập khẩu. Tác động gián tiếp là hàng hóa tiêu dùng cuối cùng của cùng chủng loại được sản xuất trong nước sẽ tăng sức cạnh tranh nhờ có thuế nhập khẩu. Chính sách thuế NK đã làm san bằng khả năng lựa chọn của người tiêu dùng đối với hàng cùng loại sản xuất trong nước và hàng nhập khẩu.

2. Mở rộng cơ sở thuế gián thu

2.1. Khái niệm mở rộng cơ sở thuế gián thu

Cơ sở thuế gián thu là yếu tố phản ánh giá trị của hàng hóa, dịch vụ được sử dụng để xác định số thuế phải nộp của người nộp thuế.

Mở rộng cơ sở thuế gián thu nghĩa là đưa thêm càng nhiều hàng hóa, dịch vụ vào đánh thuế, nghĩa là thu hẹp các trường hợp không chịu thuế, giảm thiểu các trường hợp miễn giảm thuế. Mở rộng cơ sở thuế gián thu còn có nghĩa là gia tăng giá trị hàng hóa, dịch vụ chịu thuế, điều này có thể đạt được thông qua việc tăng cường các biện pháp quản lý thu như công tác thanh tra, kiểm tra, công tác tuyên truyền, hỗ trợ người nộp thuế.

2.2. Nội dung mở rộng cơ sở thuế gián thu

2.2.1. Bổ sung hàng hóa, dịch vụ chịu thuế gián thu

Thuộc loại thuế gián thu gồm các sắc thuế khác nhau, nên bổ sung hàng hóa, dịch vụ chịu thuế phải gắn với từng gắn với từng sắc thuế. Cụ thể:

2.2.1.1. Đối với thuế TTĐB

Thuế TTĐB đánh vào hàng hóa và dịch vụ cao cấp, xa xỉ ít có lợi đối với nền kinh tế hoặc có tác hại đối với sức khỏe và môi trường....Nếu đưa thêm hàng hóa dịch vụ và danh mục chịu thuế sẽ góp phần mở rộng cơ sở thuế. Đối với từng giai đoạn

cụ thể cần có sự xem xét, lựa chọn đưa thêm các hàng hóa, dịch vụ chịu thuế TTĐB, tuy nhiên khi lựa chọn hàng hóa dịch vụ đưa vào danh mục chịu thuế TTĐB cũng cần có sự cân nhắc thận trọng, cần tính đến tác động của việc đánh thuế TTĐB đến quan hệ cung cầu hàng hóa, dịch vụ, đến việc quản lý, để đảm bảo tính khả thi của chính sách. Đối với những loại hàng hóa mà thường gây sự phức tạp trong quá trình áp dụng thì không nên đánh thuế TTĐB để đảm bảo tính khả thi của chính sách.

2.2.1.2. Đối với thuế BVMT

Thuế BVMT đánh vào các hàng hóa có ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường trong quá trình sản xuất và tiêu dùng. Trên cơ sở xem xét các hàng hóa, tác động của hàng hóa để lựa chọn đưa thêm vào danh mục chịu thuế BVMT. Hiện có khá nhiều sản phẩm có tác động không tốt đến môi trường: gây ô nhiễm môi trường nước, môi trường đất, ô nhiễm không khí..., vấn đề quan trọng là nên cân nhắc để đưa vào danh mục chịu thuế BVMT, vừa đảm bảo phát huy tác dụng của sắc thuế này trong việc bảo vệ môi trường, vừa đảm bảo tính khả thi của chính sách, những hàng hóa khó khăn khi xác định căn cứ tính thuế, khó khăn trong quản lý, chi phí quản lý lớn thì cũng nên cân nhắc khi đưa vào danh mục chịu thuế.

2.2.2. Thu hẹp thu hẹp các trường hợp không chịu thuế, giảm thiểu các trường hợp miễn giảm thuế

2.2.2.1. Đối với thuế GTGT

Mục tiêu chủ yếu của thuế GTGT là tạo nguồn thu cho ngân sách, cho nên cơ sở thuế GTGT phải mở rộng, phải bao quát hầu hết các hàng hóa, dịch vụ. Việc quy định đối tượng không chịu thuế GTGT được lý giải vì một số lý do nhất định như nhằm mục đích khuyến khích, hoặc hàng hóa, dịch vụ không nhằm mục đích kinh doanh; hoặc khó xác định giá trị tăng thêm,... Tuy nhiên nếu quy định nhiều trường hợp không chịu thuế GTGT sẽ dẫn đến cơ sở thuế bị thu hẹp. Đối tượng không chịu thuế GTGT chỉ nên giới hạn trong một số hàng hóa, dịch vụ nhất định mà những loại hàng hóa này có số thu không lớn, là sản phẩm của những ngành rất khó khăn, việc tổ chức quản lý, thu nộp không dễ dàng...Việc thu hẹp đối tượng không chịu thuế GTGT sẽ góp phần mở rộng cơ sở thuế GTGT, hơn nữa còn đảm bảo công bằng nghĩa vụ về thuế giữa các đối tượng sản xuất, kinh doanh hàng hóa dịch vụ khác nhau, qua đó góp phần đảm bảo tuân thủ thuế tốt hơn, từ đó cũng tạo điều kiện mở rộng cơ sở thuế.

2.2.2.2. Đối với thuế XK, NK

Thuế XK, thuế NK ngoài việc tạo thu cho NSNN, còn góp phần thực hiện các mục tiêu khác như kiểm soát, điều tiết hoạt động ngoại thương, góp phần thực hiện chính sách đối ngoại. Để thực hiện các mục tiêu này, chính sách thuế XK, NK có quy định các trường hợp miễn giảm thuế. Tuy nhiên, nếu quy định nhiều trường hợp giảm thuế sẽ dẫn đến cơ sở thuế bị thu hẹp, ngoài ra có thể dẫn đến các rủi ro như gian lận thuế tăng, gây thất thu ngân sách. Việc miễn thuế XK, thuế NK nên giới hạn cho các trường hợp thực sự cần thiết, không nên miễn thuế cho nhiều trường hợp. Do vậy, cần có sự xem xét để thu hẹp các trường hợp miễn thuế XK, NK. Việc rà soát các trường hợp giảm thuế XK, thuế NK, thu hẹp các trường hợp giảm thuế sẽ góp phần mở rộng cơ sở thuế, góp phần minh bạch hóa chính sách, từ đó tuân thủ thuế sẽ tốt hơn, cơ sở thuế có điều kiện được mở rộng.

2.2.3. Gia tăng giá trị hàng hóa, dịch vụ chịu thuế thông qua tăng cường các biện pháp quản lý thu

Việc tăng cường các biện pháp quản lý sẽ góp phần bao quát đối tượng chịu thuế tốt hơn, hạn chế các trường hợp gian lận làm xói mòn cơ sở thuế, qua đó cũng góp phần mở rộng cơ sở thuế gián thu. Các biện pháp quản lý thu chủ yếu nhằm góp phần mở rộng cơ sở thuế bao gồm:

- Công tác thanh tra, kiểm tra thuế: Trong điều kiện thực hiện cơ chế tự khai, tự nộp thuế, hoạt động thanh tra, kiểm tra thuế là một nội dung rất cơ bản trong việc thực hiện các chức năng của cơ quan quản lý thuế. Thông qua hoạt động thanh tra, kiểm tra thuế (thanh tra, kiểm tra việc đăng ký thuế, khai thuế, nộp thuế, chấp hành chế độ kế toán, hóa đơn chứng từ...), các hành vi không tuân thủ thuế của NNT sẽ bị phát hiện và xử lý kịp thời. Các hình thức xử lý tương ứng với mức độ vi phạm được thực thi nghiêm minh, công bằng sẽ là công cụ cảnh báo, ngăn ngừa, răn đe rất lớn ngăn ngừa sự tái phạm của NNT. Do đó, hoạt động thanh tra, kiểm tra thuế được tiến hành một cách có hiệu quả và sử dụng những hình phạt thích đáng sẽ góp phần rất quan trọng trong việc nâng cao tính tuân thủ thuế của NNT, hạn chế các trường hợp trốn, tránh, gian lận thuế, qua đó góp phần bao quát đối tượng chịu thuế tốt hơn, từ đó tạo điều kiện mở rộng cơ sở thuế.

- Tuyên truyền, hỗ trợ người nộp thuế

Tuyên truyền pháp luật thuế là hoạt động nhằm chuyển tải các thông tin về pháp luật thuế một cách chính xác, đầy đủ, kịp thời và chính thống đến mọi

thành viên trong xã hội bằng những hình thức, biện pháp cụ thể.

Nội dung hoạt động tuyên truyền về thuế bao gồm: tuyên truyền, giải thích về bản chất, vai trò của thuế, các lợi ích xã hội có được từ việc sử dụng tiền thuế; tuyên truyền, phổ biến nội dung các chính sách, pháp luật về thuế; phổ biến các vấn đề liên quan đến nghĩa vụ và trách nhiệm của CQT, của NNT và các tổ chức, cá nhân khác trong xã hội trong việc cung cấp thông tin và phối hợp thực hiện các luật thuế; phổ biến các thủ tục về thuế, quy định về việc xử lý các vi phạm pháp luật về thuế; tuyên dương, khen thưởng NNT chấp hành tốt pháp luật về thuế...

Việc tuyên truyền pháp luật thuế có thể thông qua các hình thức như xuất bản các ấn phẩm về thuế; tuyên truyền thông qua các phương tiện thông tin đại chúng như các báo, đài phát thanh, đài truyền hình bằng các bản phụ trương về thuế, các chuyên mục thuế trên báo, tạp chí, các chương trình truyền hình về thuế, các bản tin hệ thống thông tin tài chính, xây dựng chương trình tăng cường hiểu biết về thuế ở trong các trường học...

Hỗ trợ NNT là hoạt động của CQT nhằm tạo những điều kiện tốt nhất để NNT thực hiện nghĩa vụ thuế như: hướng dẫn kê khai, tính thuế, giải đáp các vướng mắc trong quá trình tuân thủ...

Hỗ trợ NNT là việc hướng dẫn, giải thích, tư vấn cho NNT hiểu các vấn đề liên quan đến chính sách, chế độ thuế đã được quy định. Nếu như hoạt động tuyên truyền thuế thường được thực hiện theo ý muốn chủ quan của CQT thì các dịch vụ hỗ trợ NNT thường được thực hiện theo nguyện vọng và yêu cầu từ phía NNT. Khi NNT có những vướng mắc trong quá trình kê khai, tính thuế, quyết toán thuế hoặc các vấn đề có liên quan khác, họ có thể đề nghị cán bộ thuế tư vấn hoặc đến các trung tâm cung cấp dịch vụ hỗ trợ NNT để được giải đáp.

Hoạt động hỗ trợ NNT bao gồm các nội dung như hướng dẫn, tư vấn các nội dung về chính sách, chế độ thuế; hướng dẫn, tư vấn các thủ tục, quy trình chấp hành nghĩa vụ thuế như thủ tục đăng ký thuế, kê khai thuế, nộp thuế, xin miễn giảm thuế... hướng dẫn, tư vấn cách lập các mẫu biểu báo cáo về thuế; tư vấn các vấn đề liên quan đến thuế như kế toán, cách sử dụng, quản lý hóa đơn, chứng từ; hướng dẫn và cung cấp các thông tin cảnh báo về các trường hợp trốn thuế, gian lận thuế, các chế tài xử phạt đối với các hành vi vi phạm pháp luật thuế; giải đáp các vướng mắc phát sinh trong quá trình thực hiện nghĩa vụ thuế của NNT... Hoạt động này

có thể được thực hiện thông qua các hình thức hỗ trợ như: dịch vụ giải đáp các vướng mắc của NNT qua điện thoại, qua các cuộc tư vấn trực tiếp, trả lời qua thư...

Tuyên truyền, giáo dục pháp luật thuế là việc phổ biến các thông tin về pháp luật thuế đến mọi thành viên trong xã hội bằng những hình thức, biện pháp cụ thể. Hỗ trợ NNT là hoạt động nhằm tạo những điều kiện tốt nhất để NNT thực hiện nghĩa vụ thuế như: hướng dẫn kê khai, giải đáp vướng mắc...

Mục tiêu của quản lý thuế trong xã hội hiện đại là tăng tính tuân thủ tự nguyện của NNT chứ không phải đưa ra những hình thức xử phạt đối với các đối tượng trốn và tránh thuế. Để thực hiện mục tiêu này, CQT không chỉ có nhiệm vụ theo dõi, giám sát, kiểm tra, đôn đốc NNT thực hiện nghĩa vụ thuế, mà còn có trách nhiệm tạo ra những điều kiện tốt nhất để NNT tự giác, chủ động thực hiện nghĩa vụ thuế của mình.

Với việc thực hiện mục tiêu trên, công tác tuyên truyền, giáo dục pháp luật thuế cho NNT đóng một vai trò rất quan trọng. Hoạt động tuyên truyền giáo dục pháp luật về thuế là nhiệm vụ của cán bộ thuế, bằng nhiều hình thức và phương pháp phù hợp để tuyên truyền về chính sách thuế hiệu quả đến NNT và các tầng lớp dân cư. Như vậy, tuyên truyền, hỗ trợ NNT là một nội dung có tầm quan trọng đặc biệt nhằm nâng cao ý thức trách nhiệm và tính tự giác tuân thủ thuế của NNT, góp phần gắn kết giữa CQT và NNT.

Một trong những tiêu chí để đánh giá hoạt động của CQT tốt là tính hiệu quả mang lại và được thể hiện rõ nét nhất chính là tính tự giác tuân thủ thuế, tự nguyện cao trong việc chấp hành nghĩa vụ thuế đối với Nhà nước của NNT. Tạo lập được mối quan hệ bình đẳng, thân thiện giữa cơ quan quản lý thuế và NNT theo hướng NNT là người được phục vụ, là “khách hàng” của CQT và CQT là người phục vụ đáng tin cậy nhất của NNT. CQT và NNT là bạn đồng hành trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế đối với Nhà nước.

Hoạt động tuyên truyền pháp luật thuế sẽ làm cho các tổ chức, cá nhân hiểu biết hơn về các chính sách thuế để tự giác đi vào thực hiện, số lượng NNT chấp hành tốt pháp luật đạt tỷ lệ ngày càng cao. Hoạt động hỗ trợ NNT sẽ giúp NNT hiểu và chấp hành tốt hơn các quy định của pháp luật thuế, hạn chế các sai sót, nhầm lẫn của NNT, qua đó cũng góp phần mở rộng cơ sở thuế.

2.3. Ý nghĩa của mở rộng cơ sở thuế gián thu

Mở rộng cơ sở thuế có ý nghĩa trên nhiều phương diện, có thể nêu một số ý nghĩa cơ bản sau đây:

Thứ nhất, góp phần tăng thu NSNN. Việc mở rộng cơ sở thuế gián thu sẽ tạo nền tảng đảm bảo thu ngân sách nhà nước bền vững trong khi vẫn có thể hạ thấp thuế suất. Điều này có nghĩa là mở rộng cơ sở thuế có tác động phân bổ lại gánh nặng thuế giữa các chủ thể khác nhau trong nền kinh tế. Trong khi chuyển sang đánh thuế vào những chủ thể chưa thu thuế trước đó thì mở rộng cơ sở thuế cho phép giảm mức thu thuế vào những đối tượng đã đánh thuế trước đó. Chính từ việc giảm thuế suất giúp làm giảm tác động của thuế làm méo mó đến những quyết định kinh tế, từ đó nâng cao hiệu quả kinh tế và năng suất của nền kinh tế (John Freebairn, 2015). Robert A. Pierce và Carol D. Peacock (1986) cho rằng, mở rộng cơ sở thuế tiêu dùng giúp các sắc thuế phụ thuộc nhiều vào tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế đạt được *số thu ổn định và chắc chắn hơn*. Điều này là hiển nhiên vì thuế tiêu dùng không phụ thuộc vào hiệu quả của nền kinh tế mà phụ thuộc vào quy mô tiêu dùng của nền kinh tế. Tăng trưởng kinh tế luôn gắn với tăng quy mô tiêu dùng, kể cả xuất khẩu và tiêu dùng nội địa. Bởi vậy, cơ sở thuế tiêu dùng được mở rộng sẽ giúp đảm bảo số thu ổn định hơn, kể cả trong trường hợp hiệu quả của nền kinh tế không đạt như kỳ vọng.

Thứ hai, góp phần đảm bảo công bằng theo chiều ngang của thuế, John Freebairn (2015) cũng cho rằng, mở rộng cơ sở thuế giúp hệ thống thuế đáp ứng tốt hơn tiêu chí công bằng theo chiều ngang. Điều này hàm ý rằng, khi mở rộng cơ sở thuế thì những trường hợp trước đó mặc dù có cùng điều kiện hoàn cảnh như những đối tượng phải chịu thuế khác nhưng chưa phải trả thuế sẽ phải chuyển sang trả thuế. Chẳng hạn như, nếu chuyển đối tượng “máy móc chuyên dùng nhập khẩu để sử dụng trực tiếp cho nghiên cứu khoa học loại trong nước chưa sản xuất được” từ đối tượng không chịu thuế GTGT sang đối tượng chịu thuế GTGT thì sẽ đảm bảo tính công bằng trong nghĩa vụ thuế giữa những người sử dụng các loại máy móc khác nhau cho mục đích nghiên cứu khoa học.

Tài liệu tham khảo:

PGS.TS. Lê Xuân Trường (2017), *Mở rộng cơ sở thuế: Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Tạp chí Tài chính số 662, kỳ 1, tháng 8.

PGS.TS. Nguyễn Thị Thanh Hoài (2017), *Mở rộng cơ sở thuế tiêu dùng: Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Tạp chí Tài chính số 662, kỳ 1, tháng 8.

Đinh Thị Ngọc Mai (2019), *Hoàn thiện chính sách thuế gián thu ở Việt Nam, luận án tiến sĩ kinh tế*, Học viện Tài chính.

Center for Peace and Development initiative (2011), *Policy Brief: Broadening the tax base*.

CHUYỂN ĐỔI KINH TẾ SỐ - THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI VIỆT NAM

Ths. Đỗ Thị Lan Anh*

Kinh tế số - Một khái niệm không mới đối với nhiều nền kinh tế của thế giới nhưng mới chỉ xuất hiện tại Việt Nam trong một vài năm trở lại đây. Sự bùng nổ của ngành công nghiệp 4.0 mang ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong cơ cấu kinh tế mỗi quốc gia và Việt Nam không nằm ngoài xu thế đó. Nhận thức được tầm quan trọng đó, nhiều biện pháp của Chính phủ đã được ban hành, thực hiện nhằm chuyển đổi sang kinh tế số. Bài viết đánh giá tổng quan về sự phát triển kinh tế số tại thị trường Việt Nam trong thời gian vừa qua, từ đó phân tích những thách thức đặt ra và đề xuất kiến nghị những giải pháp nhằm tìm ra cơ hội hội nhập và thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động này tại thị trường Việt Nam.

• Từ khóa: kinh tế số, cơ hội, thách thức.

Digital economy - A concept that is not new to many economies of the world but has only appeared in Vietnam in the past few years. The explosion of industry 4.0 has a particularly important meaning in the economic structure of each country and Vietnam is not an exception to that trend. Recognizing that importance, many measures of the Government have been issued and implemented in order to transform to the digital economy. The article provides an overview of the development of the digital economy in the Vietnamese market in recent times, thereby analyzing the challenges posed and proposing solutions to find opportunities for integration and promote the development of digital economy. This is strongly active in the Vietnamese market.

• Keywords: digital economy, opportunities, challenges.

Ngày nhận bài: 02/12/2021

Ngày gửi phân biên: 8/12/2021

Ngày nhận kết quả phân biên: 15/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 20/01/2022

Trước khi có sự xuất hiện của khái niệm “Cách mạng công nghiệp 4.0” (CMCN 4.0), khái niệm Kinh tế số đã hình thành và được ứng dụng trên một số ngành, lĩnh vực kinh tế. Tuy nhiên, bản chất cốt lõi của CMCN 4.0 chính là chuyển đổi số, sự tích hợp của số hoá, siêu kết nối và dữ liệu Big Data; kinh tế số hiện nay đã xuất hiện trong tất cả các lĩnh vực và ngành kinh tế, từ vĩ mô đến vi mô,

từ công nghiệp, nông nghiệp; từ sản xuất đến phân phối... Điều này đã khiến cho khái niệm “kinh tế số” trở nên gần gũi với cả ba đối tượng tham gia vào nền kinh tế là Chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Có thể đánh giá về tích cực, các mạng Công nghiệp lần thứ tư và sự xuất hiện của Internet vạn vật đã đánh dấu sự phát triển vượt bậc trong việc sử dụng dữ liệu vào các hoạt động của đời sống, đặc biệt là hoạt động sản xuất kinh doanh, tạo ra xu hướng phát triển quan trọng, được nhiều quốc gia nghiên cứu, ứng dụng và phát triển. Đối với Việt Nam, việc ứng dụng công nghệ số là một trong những yêu cầu cấp thiết, mở ra nhiều cơ hội và cũng là thách thức, tạo đà phát triển và có sự tác động mạnh mẽ đến sự phát triển kinh tế trong nước.

1. Khái niệm kinh tế số

Với đặc trưng là sự hợp nhất về công nghệ, khả năng kết nối giữa các thiết bị di động và khả năng tiếp cận với hệ thống cơ sở dữ liệu khổng lồ; sự đột phá trong ứng dụng công nghệ vào kinh tế đã khiến cho cuộc CMCN lần thứ 4 phát triển với tốc độ cấp số nhân và có sự biến đổi gần như toàn bộ hệ thống quản trị, quản lý và sản xuất; giúp thu hẹp khoảng cách và tháo gỡ gần như mọi rào cản giữ bên bán và bên mua.

Có nhiều định nghĩa về Kinh tế số. Theo định nghĩa chung của nhóm cộng tác Kinh tế số của Oxford thì kinh tế số 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. Tại Việt Nam, trong “Diễn đàn Kinh tế tư nhân Việt Nam 2019”, kinh tế số được hiểu là toàn bộ hoạt động kinh tế dựa trên nền tảng số, việc ứng dụng kinh tế

* Học viện Cảnh sát nhân dân

số để tạo ra những mô hình kinh tế mới nhằm tăng năng suất và hiệu quả lao động. Theo đó, trong kinh tế số, các hoạt động kinh tế không mang tính chất đơn thuần như trước đây là sản xuất, trao đổi hàng hoá dịch vụ giữa người với người mà thay vào đó là công nghệ kỹ thuật số giúp những hoạt động này trở nên nhanh chóng, nhịp nhàng và dễ dàng hơn bao giờ. Kinh tế số gắn kết tất cả các chủ thể tham gia sản xuất kinh doanh một cách chặt chẽ, yêu cầu sự nhạy bén trong việc tiếp cận và tiếp thu công nghệ hạ tầng và thông tin để khai thác nguồn tài nguyên bao gồm hệ sinh thái dữ liệu và tri thức mở, mang lại hiệu quả kinh tế cao.

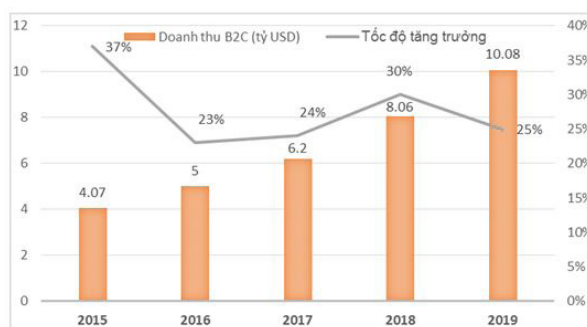
Theo nghiên cứu trong hệ thống “Khung khái niệm về Kinh tế số” của tác giả R.Bukht và R. Heeks đã đưa ra khái niệm tổng quan nhất về kinh tế số. Khung khái niệm này nêu rõ phạm vi của kinh tế số lõi thuộc lĩnh vực công nghệ thông tin truyền thông (Core Digital Economy), Phạm vi hẹp là Kinh tế số (Digital Economy) và phạm vi rộng Kinh tế số hoá (Digitalised Economy). Trong đó (1) Kinh tế số lõi bao gồm chế tạo phần cứng, dịch vụ thông tin, phần mềm và tư vấn công nghệ thông tin và truyền thông (CNTT-TT); (2) Kinh tế số bổ sung dịch vụ số (Digital services) và kinh tế nền tảng (Platform Economy) vào kinh tế số lõi. Hơn nữa, kinh tế số phạm vi hẹp còn bao gồm một bộ phận của kinh tế chia sẻ (Sharing Economy), kinh tế gắn kết lỏng (Gig Economy); (3) Kinh tế số hóa bổ sung kinh doanh điện tử, thương mại điện tử, công nghiệp 4.0 (Industry 4.0), nông nghiệp chính xác (Precision agriculture), kinh tế thuật toán (Algorithmic Economy), phần còn lại của kinh tế chia sẻ, kinh tế gắn kết lỏng vào kinh tế số. Một cách khái quát, Kinh tế số là nền kinh tế sử dụng kiến thức, thông tin số hoá để hướng dẫn, nâng cao phân bổ nguồn lực, năng suất, mang lại tăng trưởng kinh tế chất lượng cao.

2. Tổng quan tình hình phát triển kinh tế số tại thị trường Việt Nam

Nhận thấy kinh tế số là một trong những xu thế tất yếu và đang trên đà phát triển bùng nổ, Việt Nam không nằm ngoài xu hướng này. Trong những năm gần đây, việc chuyển đổi mô hình cung cấp dịch vụ trên các lĩnh vực như thương mại điện tử, dịch vụ giao thông công cộng; truyền hình, viễn thông hay ví điện tử (zalo pay, momo...) đã có sự phát triển nhất định, đi sâu rộng vào đời sống người tiêu dùng và góp phần chung vào tốc độ phát triển kinh tế chung của cả nước. Trong lĩnh vực kinh tế số, nhóm ngành thương mại điện tử chiếm tỷ trọng

chủ yếu dưới hai hình thức chủ yếu: dạng thức B2B - cung cấp các sản phẩm dịch vụ từ doanh nghiệp đến doanh nghiệp qua sàn thương mại điện tử (Shopee, Amazon, Ebay...) và dạng thức B2C – doanh nghiệp, cá nhân bán hàng trực tiếp đến khách hàng cuối cùng qua các Websize, quảng cáo trên các ứng dụng của điện thoại thông minh hoặc thông qua các trang mạng xã hội (Facebook, Zalo, Instagram...). Theo thống kê của Bộ công thương, tăng trưởng trung bình của thương mại điện tử bán hàng và trên các websize ở nước ta hàng năm đạt trên 30% với quy mô 10 tỷ USD, tương đương 4.6% GDP và dự báo đến năm 2025 sẽ tăng 4 lần, đạt 35 tỷ USD, tương đương 10% GDP.

Hình 1: Doanh thu thương mại điện tử B2C Việt Nam 2015-2019 (Tỷ USD)



Nhận thấy tầm quan trọng của kinh tế số, tại Việt Nam hàng loạt các chủ trương, chính sách của Chính phủ đã được đặt ra nhằm phát triển kinh tế số trong nước như: Nghị quyết số 41/NQ-CP ngày 26/5/2016 của Chính phủ về chính sách ưu đãi thuế thúc đẩy việc phát triển và ứng dụng CNTT và Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 4/5/2017 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường năng lực tiếp cận CMCN 4.0; Đề án quốc gia về Chuyển đổi số đang được Bộ Thông tin và Truyền thông xây dựng, trong đó đề xuất các nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu để chuyển đổi số nền kinh tế, xã hội, chuyển đổi số cơ quan nhà nước và một số ngành trọng điểm; Chỉ thị 01/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 14/1/2020 về “Thúc đẩy phát triển công nghệ số Việt Nam”. Cùng với đó, khung khổ pháp lý có những bước tiến nhất định với nhiều bộ luật, như Luật Giao dịch điện tử (2005), Luật Công nghệ thông tin (2006), Luật Tàn số vô tuyến điện (2009), Luật An ninh mạng (2018)... Điều đó cho thấy sự nhạy bén và quan tâm của chính phủ Việt Nam trong việc nắm bắt những thay đổi kinh tế thế giới và kịp thời ứng dụng nhằm thay đổi kinh tế trong nước cả về chất và lượng. Theo báo cáo “nền kinh tế số Đông Nam Á năm 2019” do Google công bố

ngày 3/10/2019, nền kinh tế số Việt Nam năm 2019 trị giá 12 tỷ USD (đóng góp 5% GDP quốc gia năm 2019), cao gấp 4 lần so với giá trị năm 2015 và dự đoán chạm mốc 43 tỷ USD vào năm 2025; chủ yếu trên các lĩnh vực: thương mại điện tử, du lịch trực tuyến, truyền thông trực tuyến và gọi xe công nghệ. Dân số Việt Nam với gần 100 triệu người với sự phát triển của văn hoá, giáo dục, nhanh chóng thích nghi với sự phát triển công nghệ với 72% dân số sử dụng điện thoại thông minh, 68% người dân giải trí thông qua phần mềm trực tuyến, 70% thuê bao di động sử dụng mạng Internet (3G hoặc 4G). Theo thống kê của tập đoàn Miniwatts marketing, Việt Nam hiện xếp thứ 13 trong top 20 quốc gia có số dân sử dụng mạng Internet đông nhất thế giới. Hiện có khoảng 30 nghìn doanh nghiệp phần cứng, phần mềm, nội dung số và các dịch vụ viễn thông và công nghệ thông tin (ICT) với tổng doanh thu năm 2017 đạt 91,6 tỷ USD, gấp 12 lần so với năm 2010 (7,6 tỷ USD). Công nghiệp phần mềm với khoảng 10 nghìn doanh nghiệp, có tốc độ tăng trưởng cao (15% - 20%/năm), doanh thu năm 2017 đạt 3,7 tỷ USD. Thương mại điện tử doanh thu năm 2017 đạt khoảng 8 tỷ USD (tăng trung bình 35%/năm), là lĩnh vực có tốc độ phát triển nhanh nhất. Việt Nam có 48 công ty Fintech cung cấp dịch vụ thanh toán tiền gửi và tiền điện tử. Trong kinh doanh nội dung số, công nghiệp quảng cáo trực tuyến đạt doanh thu 390 triệu USD năm 2016, doanh thu trò chơi trực tuyến đạt khoảng 500 triệu USD. Hàng năm có hàng chục nghìn doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực số. Năm 2017, 21 doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử Việt Nam nhận đầu tư nước ngoài với tổng số vốn lên đến 83 triệu USD. Nhiều doanh nghiệp đã chứng tỏ được năng lực công nghệ số, thực hiện nhiều dự án công nghệ cao. Sự phát triển sôi động của kinh tế số tại Việt Nam hứa hẹn sẽ mang lại cơ hội cho nhiều doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ thông qua các nền tảng thương mại điện tử. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa những cơ hội mà kinh tế số mang lại, việc đổi mới với nhiều thách thức khiến doanh nghiệp và Chính phủ, người lao động bắt buộc phải đổi mới để thích nghi.

3. Thách thức

Thứ nhất, hệ thống chính sách pháp luật cũng như các thiết chế thực thi, sự chồng chéo và sơ hở của những quy định hiện hành; chế tài chưa đủ sức răn đe; sự đan xen phức tạp giữa các quy định trong và ngoài nước khiến cho tiềm năng phát triển kinh tế số trong nước còn gặp nhiều khó khăn. Lí

do đó là sự phát triển quá nhanh chóng của kinh tế số khiến cho quy định hiện hành chưa bắt kịp với sự thay đổi của nền kinh tế, các ý tưởng mới xuất hiện chưa có tiền lệ gây ra những khó khăn trong công tác quản lý và tạo ra những sơ hở trong hệ thống chính sách pháp luật, từ đó hình thành những vi phạm xảy ra mà đối tượng vi phạm có thể lợi dụng để thực hiện những hành vi sai phạm nhằm thu lợi bất chính.

Thứ hai, Nhận thức cũng như kiến thức chuyên ngành của bộ phận cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến hoạt động quản lý lĩnh vực kinh tế số còn hạn chế, chưa đảm bảo về cả số lượng và chất lượng, chưa theo kịp sự phát triển của kinh tế sáng tạo trong cuộc CMCN 4.0. Mặt khác, bản thân của các doanh nghiệp khi tham gia vào thị trường chưa có nhận thức đúng và đủ về khái niệm kinh tế số, đặc biệt với doanh nghiệp vừa và nhỏ, sử dụng công nghệ lạc hậu; không có sự đổi mới về bộ máy, cơ sở hạ tầng, phương thức quản lý, tư duy doanh nghiệp...

Thứ ba, xây dựng cơ sở dữ liệu và kết nối dữ liệu là một vấn đề được đặt ra cho cả chính phủ và doanh nghiệp trong nước. Bản chất của kinh tế số dựa trên hệ thống dữ liệu Big Data, tuy nhiên xuất hiện thực trạng chung đó là hệ thống dữ liệu trong nước còn phân tán, cơ sở dữ liệu chưa hoàn thiện, thiếu sự kết nối khiến cho tỷ lệ giao dịch trong nước còn hạn chế. Đồng thời với tính chất không biên giới, quá trình kinh doanh không phân biệt lãnh thổ đặt ra vấn đề lớn về cạnh tranh, nguồn lực lao động, quyền lợi... đối với doanh nghiệp Việt. Đặc biệt với đặc điểm là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tiềm lực tài chính hoặc khả năng công nghệ còn hạn chế, chưa đủ để tạo ra năng lực cạnh tranh với các doanh nghiệp lớn ở nước ngoài, tạo sự cạnh tranh bất bình đẳng trong kinh doanh.

Thứ tư, thói quen sử dụng tiền mặt của người dân trong nước là một rào cản trong sự phát triển kinh tế số. Trên thực tế, hiện nay tại thị trường Việt Nam, tiền mặt là phương thức thanh toán được sử dụng nhiều nhất, đây là một trong những trở ngại nếu muốn thúc đẩy phát triển kinh tế số. Việc sử dụng các phương thức thanh toán điện tử, thông qua ngân hàng, ví điện tử... một mặt giúp minh bạch hoá sự lưu động của dòng tiền, từ đó kiểm soát hoạt động của nền kinh tế, nâng cao hiệu quả quản lý kinh tế của nhà nước; mặt khác làm giảm khối lượng tiền mặt lưu thông, từ đó giảm đáng kể chi phí in ấn, bảo quản, vận chuyển, kiểm đếm...

4. Giải pháp

Từ những thách thức đã phân tích, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế số tại thị trường trong nước như sau

Thứ nhất, bên cạnh việc nghiêm túc, tích cực thực hiện tốt quy định, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước trong phát triển kinh tế số, các chủ thể tham gia cần tham gia công tác tham mưu, bổ sung, trao đổi thông tin giữa các đơn vị cơ quan chức năng để tạo sự liên kết, đồng bộ hoá quá trình đầu tư, phát triển hạ tầng và ứng dụng công nghệ thông tin. Đẩy mạnh chương trình Chính phủ điện tử trong tất cả các lĩnh vực bao gồm giao thông, du lịch, dịch vụ. Bên cạnh đó cần hoàn thiện cơ chế quản lý tài chính, quản lý thuế, hoạt động xuất nhập khẩu liên quan đến kinh tế số, trong đó bắt buộc sử dụng hoá đơn điện tử trong hoạt động thương mại điện tử để kê khai và nộp thuế.

Thứ hai, tập trung phát triển về con người và hạ tầng công nghệ thông tin để tạo được một lực lượng chuyên trách chuyên nghiệp, đủ tri thức, đáp ứng và thành thạo kỹ năng trong lĩnh vực kinh tế số. Vấn đề này đòi hỏi cần có sự đầu tư lâu dài và bền vững, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ thông tin, vì vậy cần có chiến lược đào tạo có quy mô, tổ chức; có thể bắt đầu từ các hệ học phổ thông để học sinh có cơ hội tiếp cận sớm với công nghệ và phát triển có định hướng trong tương lai.

Thứ ba, đẩy mạnh phát triển kết cấu hạ tầng đáp ứng nhu cầu của phát triển kinh tế số. Đẩy nhanh việc chuẩn bị các phương án phát triển dịch vụ viễn thông Internet tốc độ cao (4G, 5G), đồng thời tăng cường đảm bảo an toàn, an ninh mạng, tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp, đồng thời tạo điều kiện cho chủ thể tham gia kinh tế số tiếp cận nhanh chóng dễ dàng. Bên cạnh đó doanh nghiệp cũng cần chủ động trong quá trình chuyển đổi công nghệ số hoá, tối ưu hoá mô hình kinh doanh, dân loại bỏ và chuyển đổi từ hình thức sản xuất kinh doanh theo phương thức truyền thống sang tích hợp công nghệ số, sử dụng hiệu quả chuỗi cung ứng thông minh. Đồng thời đối với chính phủ cần đẩy mạnh cải cách và số hoá các cơ quan quản lý nhà nước cũng như doanh nghiệp, tập trung phát triển chính phủ điện tử, ngân hàng điện tử, giao dịch điện tử và thương mại điện tử. Chính phủ phải đẩy mạnh cải các tổ chức bộ máy và đi tiên phong trong quá trình số hoá bộ máy quản trị quốc gia.

Thứ tư, Chính phủ và doanh nghiệp cần nhanh chóng đẩy mạnh đầu tư vào cơ sở hạ tầng và ứng

dụng công nghệ thông tin vào các giải pháp thanh toán. Đồng thời thực hiện hoạt động khuyến khích, tuyên truyền, phổ biến dưới nhiều hình thức về hoạt động thanh toán điện tử đến người tiêu dùng, doanh nghiệp, đặc biệt cần ưu tiên mở rộng cơ sở hạ tầng tới vùng sâu vùng xa nhằm tiếp cận, cải thiện khó khăn còn nhiều tồn đọng, khi bản thân những nơi này tỷ lệ tiếp cận internet còn hạn chế, chưa đáp ứng được như cầu phát triển toàn diện của toàn xã hội. Khuyến khích và thúc đẩy mạnh việc thanh toán điện tử trong nền kinh tế. Sử dụng các phương thức thanh toán điện tử hiện đại như quét mã QR code; thanh toán bằng ví điện tử và điện thoại di động... nhằm thay đổi tư duy sử dụng tiền mặt của người tiêu dùng Việt.

Tóm lại, CMCN 4.0 hay phát triển kinh tế số là một trong những khâu đột phá quan trọng để giúp nền kinh tế Việt Nam đạt được những phát triển trong tình hình hiện nay, đặc biệt trong thời điểm ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh Covid 19, việc áp dụng kinh tế số là điều kiện tiên quyết góp phần giảm bớt sự chênh lệch kinh tế giữa Việt Nam với các nền kinh tế trên thế giới. Mặc dù Chính phủ đã thực hiện nhiều chính sách tích cực nhằm xây dựng và thúc đẩy mạnh mẽ kinh tế số trong nước, tuy nhiên nhìn vào thực tế vẫn còn gặp nhiều khó khăn và thách thức. Điển hình đó là sự mất cân bằng giữa các lĩnh vực, vùng miền, việc xuất hiện những đối tượng yếu thế ở vùng sâu, vùng xa; khó khăn trong việc tiếp cận kinh tế số; những vấn đề pháp lý, an ninh mạng, thu thuế của chủ thể tham gia thương mại; nhận thức, thói quen sử dụng kinh tế số của người tiêu dùng. Thực tế hiện nay đang có sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao liên quan đến lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông. Rõ ràng, những nhận thức về kinh tế số, nhu cầu và hành động theo xu thế kinh tế số còn chậm chạp, chưa đồng đều, thống nhất từ trên xuống dưới, từ chính quyền đến doanh nghiệp và người dân là một trong những hạn chế làm chậm xu hướng số hoá của nền kinh tế Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

Chính phủ (2019), Nghị quyết số 52-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0.

Chính phủ (2019), Nghị quyết số 01/NQ-CP về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2019.

Thủ tướng Chính phủ (2020), Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

Việt Phong, Kinh tế số - Lối thoát cho nền kinh tế, Tạp chí Tài chính tháng 6/2021.

TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH, PHÁT TRIỂN TÀI CHÍNH LÊN TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ - NGHIÊN CỨU QUA PHƯƠNG PHÁP HỒI QUY PHÂN PHỐI TRỄ TỰ HỒI QUY (ARDL)

Nguyễn Văn Chiên*

Nghiên cứu đánh giá tác động của ngành du lịch và phát triển tài chính tạo lên tăng trưởng kinh tế thực hiện trong thời gian từ 1995 đến 2020 bằng phương pháp hồi quy phân phối trễ tự hồi quy (ARDL). Nghiên cứu cho rằng tồn tại tác động tích cực của ngành du lịch lên tăng trưởng kinh tế trong ngắn hạn. Ngoài ra, phát triển tài chính, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài và độ mở thương mại không có tác động thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

• Từ khóa: tăng trưởng, du lịch, tác động, phát triển tài chính.

The study aims to evaluate the impact of tourism, and financial development on economic growth in the period from 1995 to 2020 using the autoregressive distributed lags (ARDL) method. Research suggests that there exists a positive impact of tourism on economic growth in the short term. In addition, financial development, foreign direct investment and trade openness have no impact on economic growth.

• Keywords: growth, tourism, impact, financial development.

Ngày nhận bài: 02/12/2021

Ngày gửi phân biên: 8/12/2021

Ngày nhận kết quả phân biên: 15/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 20/01/2022

1. Giới thiệu

Kể từ khi đổi mới kinh tế đất nước năm 1986, Việt Nam đã có sự phát triển vượt bậc, nền kinh tế chuyển từ trạng thái đóng thành nền kinh tế vận hành theo quy luật thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa (Bùi Thị Nhân, 2021). Tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân trong hơn 30 năm qua đạt kết quả cao, mức tăng trưởng bình quân khoảng 7% năm, và đưa đất nước trở thành nền kinh tế tăng trưởng nhanh trong khu vực và thế giới, thu nhập bình quân đầu người tăng nhanh

và đạt được nhiều chỉ tiêu của nước có mức thu nhập trung bình.

Đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế Việt Nam, có thể kể đến đóng góp quan trọng từ ngành du lịch, được đánh giá là ngành công nghiệp không khói và có giá trị gia tăng cao, không gây ô nhiễm môi trường. Từ một thị trường chưa được du khách biết đến, Việt Nam đã đón trên 18 triệu du khách năm 2019 trước khi giảm còn 3.8 triệu năm 2020, do năm 2020 là năm mà đại dịch đã diễn ra trên toàn cầu. Điều đó cho thấy rằng, ngành du lịch đã và đang trở thành ngành công nghiệp quan trọng, tạo công ăn việc làm và phát triển kinh tế của đất nước (Trương Thị Thảo, 2021; Bùi Thị Nhân, 2021).

Quá trình phát triển của Việt Nam có gắn liền chặt chẽ với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nền kinh tế từng mở cửa trong thu hút đầu tư, mở rộng thương mại với các quốc gia trên thế giới cùng với sự mở rộng của thị trường tài chính. Đánh giá tác động của phát triển du lịch lên tăng trưởng kinh tế trong bối cảnh có sự mở rộng của thị trường tài chính trong nước chưa được thực hiện trong các nghiên cứu trong nước. Mặc dù nghiên cứu của Bùi Thị Nhân (2021) cho rằng với điều kiện tự nhiên đẹp, du lịch Việt Nam có nhiều lợi thế nhưng chưa khai thác hết tiềm năng trong phát triển kinh tế. Theo tác giả Trương Thị Thảo (2021), chỉ tiêu bình quân cho khách du lịch

* Trường Đại học Thủ Dầu Một

tại Việt Nam còn thấp, do sản phẩm du lịch còn chưa đa dạng. Sự gắn kết các điểm đến còn hạn chế, dẫn tới ngành công nghiệp du lịch còn phát triển manh mún nhỏ lẻ và chưa tạo ra sức bật cho nền kinh tế.

Đánh giá tác động của ngành du lịch lên tăng trưởng đã có một số ít các nghiên cứu trên thế giới, tiêu biểu như Rasool và cộng sự (2021), Chatziantoniou (2013), Banday và Ismail (2017). Trong nghiên cứu này, tác giả thu thập dữ liệu trên Tổng cục Thống kê, Ngân hàng Nhà nước và Tổng cục du lịch, sử dụng phương pháp hồi quy phân phối trễ tự hồi quy (ARDL), nhằm đánh giá các tác động trong ngắn hạn và dài hạn các mối quan hệ giữa du lịch, phát triển tài chính và tăng trưởng.

2. Tổng quan nghiên cứu trước

Ngành du lịch đang trở thành ngành công nghiệp quan trọng đóng góp vào tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Mặc dù giai đoạn 2020 đến nay, ngành du lịch chịu sự tác động to lớn của đại dịch, hạn chế đi lại đã khiến du lịch toàn cầu rơi vào khủng hoảng, đóng góp của ngành vào GDP, việc làm giảm mạnh, đồng thời du lịch nội địa cũng sụt giảm mạnh tương ứng, nhiều địa phương căng mình chống dịch và hoạt động du lịch trong một số thời điểm có thể coi là tê liệt (Đảng Cộng Sản, 2021). Tuy vậy, những đóng góp của ngành du lịch đối với tăng trưởng kinh tế trước khi xảy ra đại dịch là rất rõ ràng, những quốc gia có ngành du lịch phát triển, nền kinh tế được nhiều hưởng lợi, tiêu biểu như Thái Lan trong khu vực Đông Nam Á. Một số nghiên cứu của tác giả Rasool và cộng sự (2021), Chatziantoniou (2013), Banday và Ismail (2017) đã cho rằng, có những tác động của du lịch đối với tăng trưởng kinh tế.

Trong nghiên cứu của Rasool và cộng sự (2021) cho rằng ngành du lịch đã trở thành ngành xuất khẩu lớn thứ ba thế giới sau nhiên liệu và hóa chất. Trong vài năm trở lại đây, du lịch quốc tế đã có sự gia tăng mạnh mẽ, tương đương với khoảng 7% tổng xuất khẩu của thế giới vào năm 2016, đó là một con số tương đối lớn thể hiện vai trò ngày càng quan trọng của ngành du lịch trong cơ cấu kinh tế. Trong nghiên cứu đánh giá tác động du lịch và tăng trưởng kinh tế bằng cách sử dụng dữ liệu bảng trong giai đoạn 1995-2015

cho năm quốc gia như Brazil, Nga, Ấn Độ, Trung Quốc và Nam Phi. Rasool và cộng sự (2021) sử dụng phân tích đồng liên kết phân tích tự hồi quy phân phối trễ và cho rằng du lịch và tăng trưởng kinh tế có thể có tác động lâu dài. Ngoài ra, thông qua phân tích quan hệ nhân quả Granger chứng minh rằng tồn tại mối quan hệ nhân quả giữa du lịch và tăng trưởng kinh tế hoặc tồn tại mối quan hệ hai chiều giữa hai nhân tố này, có nghĩa là du lịch có tác động lên tăng trưởng và tăng trưởng có tác động ngược lại lên du lịch.

Trong nghiên cứu khác, cho rằng tác động thực nghiệm của du lịch và phát triển kinh tế có thể cho kết quả hỗn hợp và đôi khi kết quả có thể trái ngược như trong nghiên cứu của Chatziantoniou và cộng sự (2013). Một nghiên cứu khác tại các nước BRICS, Banday và Ismail (2017) cũng thực hiện mô hình tự hồi quy phân phối trễ ARDL, trong đó phân tích bounds test nhằm đánh giá đồng liên kết để đánh giá mối quan hệ trong dài hạn giữa các biến số doanh thu du lịch và tăng trưởng kinh tế trong khoảng thời gian 1995 đến 2013, tác giả cũng cho rằng, tăng trưởng do du lịch có ảnh hưởng tích cực đến tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, trong bối cảnh thay đổi thị trường tài chính, sự phát triển tài chính cũng có tác động tích cực lên tăng trưởng (Tariq và cộng sự, 2020).

Tại Việt Nam, nghiên cứu của Bùi Thị Nhân (2021) và Trương Thị Thảo (2021) đều cho rằng du lịch Việt Nam được thừa hưởng điều kiện tự nhiên đẹp, có bờ biển dài kết hợp với rừng núi hùng vĩ, nhiều lợi thế trong du lịch. Tuy nhiên ngành du lịch còn bộc lộ một số hạn chế trong đầu tư hạ tầng du lịch, chất lượng điểm đến, chỉ tiêu bình quân trên du khách còn thấp. Ngoài ra, sản phẩm du lịch trùng lặp nhau giữa các địa phương, ngành còn đầu tư manh mún nhỏ lẻ, chưa tạo ra sức bật cho toàn bộ nền kinh tế.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Nguồn dữ liệu

Nguồn dữ liệu về các thông số vĩ mô để thực hiện nghiên cứu này được thu thập từ Tổng cục thống kê (GSO), Ngân hàng Nhà nước và Tổng cục Du lịch. Dữ liệu được thu thập trong giai đoạn từ năm 1995 đến hết 2020.

Bảng 1. Biến sử dụng trong mô hình

Biến	Mô tả	Đo lường	Nguồn
GDP	Tăng trưởng kinh tế	%	Tổng cục Thống kê (GSO)
TOU	Phát triển du lịch, đo lường bằng số lượt khách du lịch quốc tế	Số lượt khách du lịch, triệu người	Tổng cục Du lịch
FD	Phát triển tài chính, đo bằng cung tiền mở rộng	% GDP	Ngân hàng Nhà nước
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài	% GDP	Tổng cục Thống kê (GSO)
TO	Độ mở thương mại	% GDP	Tổng cục Thống kê (GSO)

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Dựa theo nghiên cứu của Rasool và cộng sự (2021), Chatziantoniou (2013), Banday và Ismail (2017), Tariq và cộng sự (2020) đều cho rằng có mối quan hệ giữa ngành du lịch, phát triển tài chính và tăng trưởng kinh tế. Để thực hiện đánh giá tác động này, phương trình hồi quy thông thường được viết như sau:

$$GDP_t = b_0 + b_1 TOU_t + b_2 FD_t + b_3 FDI_t + b_4 TO_t + e_t$$

Phương pháp ước lượng theo ARDL được mô tả như sau:

$$GDP_t = \alpha_0 + \beta_{0t} + \sum_{i=1}^r \beta_{1i} \Delta GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^{s1} \beta_{2i} \Delta TOU_{t-i} + \sum_{i=1}^{s2} \beta_{3i} \Delta FD_{t-i} + \sum_{i=1}^{s3} \beta_{4i} \Delta FDI_{t-i} + \sum_{i=1}^{s4} \beta_{5i} \Delta TO_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$GDP_t = \alpha_0 + \beta_{0t} + b_{11} GDP_{t-1} + \lambda ECT_{t-1} + \sum_{i=1}^{r-1} \gamma_{1k} \Delta GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^{s1-1} \gamma_{2k} \Delta TOU_{t-i} + \sum_{i=1}^{s2-1} \gamma_{3k} \Delta FD_{t-i} + \sum_{i=1}^{s3-1} \gamma_{4k} \Delta FDI_{t-i} + \sum_{i=1}^{s4-1} \gamma_{5k} \Delta TO_{t-i} + \varepsilon_t$$

Trong đó:

$ECT_{t-1} = (GDP_t - \theta X_t)$ là hiệu chỉnh sai số, rút ra từ phần dư từ phương trình ước lượng trong dài hạn, trong khi e_t là phần dư của mô hình ước lượng

4. Phân tích kết quả hồi quy

Việt Nam duy trì tăng trưởng trung bình ở mức cao, đạt trung bình 6.54% trong giai đoạn nghiên cứu, giai đoạn 1995 và 1996 Việt Nam đã bắt đầu bình thường hóa quan hệ Việt Mỹ đã tạo niềm tin đối với các nhà đầu tư trong và ngoài

nước, tạo đòn bẩy cho kinh tế tăng trưởng cao. Nhưng cũng có năm kinh tế tăng trưởng thấp, tiêu biểu năm 2020 do bị ảnh hưởng bởi đại dịch nên GDP chỉ tăng trưởng 2.91%. Đối với tình hình phát triển du lịch của Việt Nam trong giai đoạn 1995 đến nay số khách quốc tế liên tục tăng, chỉ số phát triển tài chính được mở rộng.

Bảng 2. Thống kê mô tả

Biến	GDP	TOU	FD	FDI	TO
Giá trị trung bình	6.5399	5.4325	90.5265	5.7897	144.9929
Giá trị trung vị	6.5512	3.7735	96.7278	5.7940	145.2655
Giá trị lớn nhất	9.5404	18.0090	167.0000	9.7130	210.4002
Giá trị nhỏ nhất	2.9058	1.3510	19.5664	2.1500	74.7212
Độ lệch chuẩn	1.3476	4.4221	48.1728	2.0126	39.0735
Độ xiên	-0.0697	1.4753	0.05322	0.3640	0.1272
Độ nhọn	4.3251	4.4057	1.7960	2.3830	2.0638

Nguồn: Tính toán từ Eviews

Bảng 3. Kiểm tra tính dừng

Biến	Chuỗi dữ liệu gốc I(0)		Chuỗi sai phân	
	Intercept	Trend & Intercept	Intercept	Trend & Intercept
Augmented Dickey-Fuller				
GDP	-2.459 (0.136)	-2.773 (0.219)	-3.166** (0.034)	-2.912* (0.076)
TOU	-1.697 (0.420)	-3.999** (0.023)	-3.941*** (0.007)	-3.329* (0.068)
FD	-0.107 (0.938)	-3.828** (0.034)	-5.827*** (0.000)	-5.682*** (0.001)
FDI	-1.958 (0.301)	-1.942 (0.603)	-3.338** (0.024)	-3.218** (0.038)
TO	0.314 (0.973)	-3.504* (0.060)	-6.511*** (0.000)	-6.401*** (0.000)

Ghi chú: *, **, *** mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1%.

Nguồn: Phần mềm eviews

Dựa trên kết quả Bảng 3 phân tích tính dừng theo phương pháp Augmented Dickey-Fuller (ADF), kết quả nghiên cứu cho rằng chuỗi dữ liệu GDP, FDI đều không dừng tại chuỗi dữ liệu gốc, nhưng có dừng tại sai phân bậc một. Chuỗi dữ liệu FD, TOU và TO trong một số trường hợp dừng tại chuỗi dữ liệu gốc, và đồng thời dừng tại sai phân bậc một. Do vậy, toàn bộ chuỗi dữ liệu

đều dừng tại chuỗi gốc hoặc chuỗi sai phân bậc 1, từ đó khẳng định mô hình ARDL là phù hợp. Độ trễ tối ưu được tính theo phương pháp VAR là 1, và mô hình hồi quy tốt nhất là ARDL (1,0,1,1,0) lựa chọn theo tiêu chuẩn Aikake Information Criteria.

Nghiên cứu phân tích kiểm định bounds testing và so sánh giá trị F-stat với giá trị cận trên (Up. Bound) và giá trị cận dưới (Low. Bound), kết quả nghiên cứu cho rằng, giá trị thống kê bao là 3.53 là lớn hơn giá trị tới hạn cận trên (3.09 - 4.37) và khả năng có tồn tại mối quan hệ đồng tích hợp giữa các biến số hoặc có thể nói có thể tồn tại quan hệ dài hạn giữa các biến số.

Bảng 5. Tác động ngắn hạn và dài hạn

Biến	Hệ số ước lượng	Sai số chuẩn	Trị kiểm định t	Sig.
Trong ngắn hạn				
CointEq(-1)	-0.3178	0.1796	-1.7696	0.0947
C	2.3857	19.3629	0.1232	0.9034
FDI**	-0.0816	0.0945	-0.8641	0.3995
TOU(-1)	0.0979	1.5398	0.0636	0.9500
TO(-1)	-0.0241	0.0362	-0.6650	0.5149
FD**	0.0181	0.0216	1.9354	0.0151
D(TOU)	2.2871	0.5499	4.1590	0.0007
D(TO)	0.0176	0.0273	0.6459	0.5269
Trong dài hạn				
FDI	-0.2569	0.3959	-0.6489	0.5250
TOU	0.3081	4.8203	0.0639	0.9498
TO	-0.0758	0.1300	-0.5835	0.5672
FD	0.0569	0.0894	0.6367	0.5328
EC = GDP - (-0.2570*FDI + 0.3082*TOU - 0.0759*TO + 0.0570*M2 + 7.5056)				

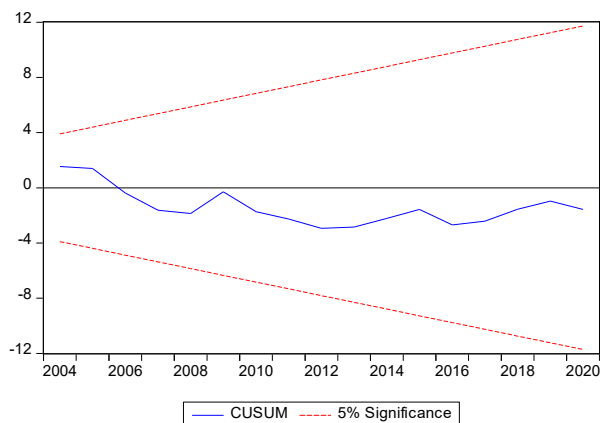
Ghi chú: *, **, *** là mức ý nghĩa ứng với 1%, 5%, 10%

Nguồn: Phần mềm eviews

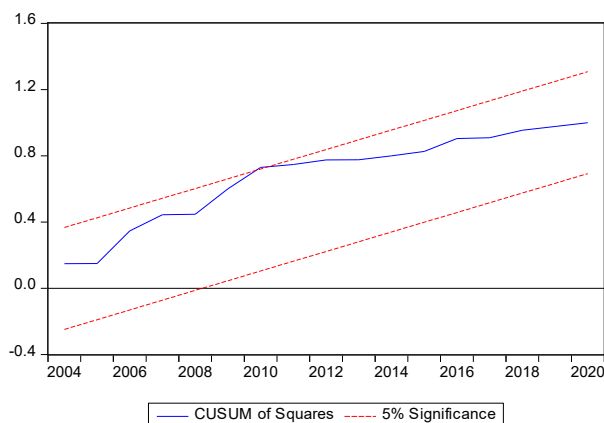
Theo kiểm định Ramsey RESET đánh giá mô hình được xác định rõ ràng, kiểm định tự tương quan LM test và phương sai thay đổi theo Breusch/Pagan khẳng định mô hình không có hiện tượng phương sai thay đổi và tự tương quan. Ngoài ra, kiểm định ổn định phần dư thực hiện qua Cusum

và Cusumsq như trong Hình 1 và Hình 2 cũng khẳng định kết quả ước lượng là tin cậy.

Hình 1. Cusum



Hình 2. Cusumsq



5. Thảo luận kết quả

Kết quả nghiên cứu tại Bảng 5 khẳng định rằng sự phát triển du lịch, phát triển tài chính đầu tư trực tiếp nước ngoài và sự mở rộng về thương mại không có tác động lên tăng trưởng kinh tế trong dài hạn, do các giá trị ước lượng không có ý nghĩa thống kê.

Trong ngắn hạn, tồn tại tác động tích cực của phát triển du lịch lên tăng trưởng kinh tế, điều này có thể giải thích rằng, ngành du lịch có đóng góp cho tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong ngắn hạn. Thực vậy, trong giai đoạn 1995 tới nay, ngành du lịch đang trở nên hấp dẫn hơn và đã tạo được sự tin tưởng cho du khách quốc tế, từ một địa chỉ không được lựa chọn của du khách vào năm 1995, tới năm 2019 đã có trên 18 triệu du

khách đã lựa chọn Việt Nam là điểm đến du lịch, nghỉ dưỡng và khám phá cảnh đẹp. Du khách du lịch tới Việt Nam họ phải sử dụng các dịch vụ hàng không, nghỉ dưỡng, chi tiêu và mua sắm, điều đó tạo công ăn việc làm, thu nhập cho ngành công nghiệp du lịch và tạo tăng trưởng kinh tế trong ngắn hạn. Các nghiên cứu của Rasool và cộng sự (2021), Bandy và Ismail (2017) cũng khẳng định mối quan hệ tích cực giữa ngành du lịch và tăng trưởng kinh tế, và các kết quả này tương tự như trong nghiên cứu tại Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh tác động tích cực của phát triển tài chính tích cực lên tăng trưởng trong ngắn hạn, phù hợp với nghiên cứu của Tariq và cộng sự (2020). Tuy nhiên, độ mở thương mại và vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài không có tác động lên tăng trưởng. Điều đó khẳng định Việt Nam mở cửa thương mại thông qua các chính sách thực hiện các hiệp định tự do thương mại chưa thực sự mang lại hiệu quả lên tăng trưởng kinh tế. Nghiên cứu cũng cho rằng, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài có tác động dương lên tăng trưởng trong ngắn hạn, nhưng không có ý nghĩa thống kê. Trong thời gian vừa qua, Việt Nam có nhiều thành tựu thu hút dòng vốn quốc tế, tỷ trọng nguồn vốn này so với quy mô kinh tế đạt trên 6% và được đánh giá cao trong khu vực. Các dòng vốn quốc tế gắn liền với cải cách chính sách thương mại, đã tạo nhiều động lực phát triển kinh tế của đất nước. Tuy nhiên, nghiên cứu chưa tìm được tác động của nguồn vốn quan trọng này đối với tăng trưởng kinh tế, điều đó đặt ra yêu cầu cần phải thu hút đầu tư các dự án FDI có hàm lượng công nghệ, thân thiện môi trường, nhằm tạo nhiều hiệu ứng tích cực hơn đối với phát triển kinh tế không những trong ngắn hạn và cả dài hạn. Điều này ngược với nghiên cứu của Saker và Khan (2020) còn cho rằng, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài cũng là một nhân tố quan trọng thúc đẩy tăng trưởng, như trong nghiên cứu tại Bangladesh. Có thể thấy rằng, tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam thực sự thay đổi gắn liền với chất lượng dòng vốn quốc tế.

6. Kết luận và hàm ý chính sách

Trong bối cảnh phát triển thị trường tài chính ngày càng sâu rộng, đã hỗ trợ phát triển cả ngành khác trong nền kinh tế. Ngành du lịch đã và đang

có nhiều đóng góp quan trọng trong kinh tế như tạo công ăn việc làm, kích thích tiêu dùng, trong đầu tư và tăng trưởng kinh tế. Ở Việt Nam, ngành du lịch đã trưởng thành và đang có đóng góp trực tiếp lên tăng trưởng kinh tế, tăng thu nhập và tạo công ăn việc làm. Thực hiện kiểm định lại mối quan hệ này, nghiên cứu sử dụng phương pháp tự hồi quy phân phối trễ (ARDL), nghiên cứu cho rằng, sự phát triển của ngành du lịch có tác động tích cực lên tăng trưởng kinh tế, đồng thời, phát triển tài chính có tác động thúc đẩy các hoạt động kinh tế và tăng trưởng trong ngắn hạn. Nghiên cứu chưa tìm thấy bằng chứng tác động giữa thương mại, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài và tăng trưởng kinh tế.

Tài liệu tham khảo:

Bandy UJ, Ismail S (2017). Does tourism development lead positive or negative impact on economic growth and environment in BRICS countries? A panel data analysis. *Economics Bulletin*, 37(1), 553-567.

Bùi Thị Nhân (2021). Du lịch Việt Nam: Hội nhập và phát triển. *Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ*, Số 5, tháng 3 năm 2021.

Chatziantoniou I, Filis G, Eeckels B, Apostolakis A (2013). Oil prices, tourism income and economic growth: a structural VAR approach for European Mediterranean countries. *Tourism Management*, 36, 331-341.

Đảng Cộng Sản (2021). Du lịch toàn cầu trải qua giai đoạn khó khăn nhất trong lịch sử. Truy cập tại <https://dangcongsan.vn/kinh-te-va-hoi-nhap/du-lich-toan-cau-trai-qua-giai-doan-kho-khan-nhat-trong-lich-su-587809.html>, ngày 18/11/2021.

Rasool, H., Maqbool, S. & Tarique, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth among BRICS countries: a panel cointegration analysis. *Future Business Journal*, 7, 1.

Sarker, B., Khan, F. (2020). Nexus between foreign direct investment and economic growth in Bangladesh: an augmented autoregressive distributed lag bounds testing approach. *Financial Innovation*, 6, 10.

TARIQ, R., KHAN, M. A., & RAHMAN, A. (2020). How Does Financial Development Impact Economic Growth in Pakistan?: New Evidence from Threshold Model. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 161-173.

Trương Thị Thảo (2021). Giải pháp phát triển kinh tế du lịch Việt Nam giai đoạn 2025 - 2030. *Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ*, số 18, tháng 7 năm 2021.

ẢNH HƯỞNG CỦA VIỆC NẮM GIỮ TIỀN ĐẾN HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH CỦA CÁC CÔNG TY NGÀNH CÔNG NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN HOSE

PGS.TS. Nguyễn Anh Hiền* - Ths. Nguyễn Roãn Dũng**

Bài viết tập trung nghiên cứu sự ảnh hưởng của việc nắm giữ tiền tác động đến hiệu quả tài chính (đo lường bằng tỷ suất sinh lợi trên tài sản - ROA) của các công ty ngành công nghiệp niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HOSE). Với mẫu là 79 công ty ngành công nghiệp trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2019, kết quả nghiên cứu cho thấy việc nắm giữ tiền trong tổng tài sản của doanh nghiệp có ảnh hưởng đến ROA. Ngoài ra, nhân tố quy mô của doanh nghiệp và đòn bẩy tài chính có tác động ngược chiều đến giá trị ROA nhưng tốc độ tăng trưởng của tài sản của doanh nghiệp lại có ảnh hưởng cùng chiều đến ROA.

• Từ khóa: tiền, nắm giữ tiền, hiệu quả tài chính, ROA, HOSE.

The article focuses on studying the effect of cash holdings on financial performance (measured by Return on asset - ROA) of industry listed firms on the Ho Chi Minh Stock Exchange (HOSE). With a sample of 79 industry firms from 2012 to 2019, the study results showed that the cash holding in total assets has an effect on ROA. In addition, the firm size and financial leverage have a negative effect on ROA, but the asset growth has a positive effect on ROA.

• Keywords: cash, cash holding, financial performance, ROA, HOSE.

Ngày nhận bài: 15/11/2021

Ngày gửi phản biện: 20/11/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Giới thiệu

Việc nắm giữ tiền không phải là mục tiêu chính trong hoạt động của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, vì nhiều động cơ khác nhau mà các doanh nghiệp có những lý do để nắm giữ một lượng tiền nhất định trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Theo Keynes, J.M. (1936), động cơ của việc nắm giữ tiền có thể là do đầu cơ, phòng ngừa hoặc giao dịch. Với việc nắm giữ tiền vì đầu cơ thì doanh nghiệp sẽ tận dụng được những cơ hội để đầu tư vào những dự án có khả năng sinh lời cho doanh nghiệp. Ngoài ra, trong quá

trình hoạt động sản xuất kinh doanh, không phải lúc nào doanh nghiệp cũng thuận lợi mà cũng có lúc gặp khó khăn trong thanh toán và chính lúc này việc nắm giữ số lượng tiền cần thiết để giải quyết những khó khăn, bất trắc trong kinh doanh, đó chính là nắm giữ tiền vì động cơ phòng ngừa. Bên cạnh đó, hoạt động của doanh nghiệp gắn liền với các khoản thu chi, việc thu tiền và chi tiền không phải là đồng thời nên doanh nghiệp cần phải có một lượng tiền nhất định để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh được diễn ra liên tục. Đây được xem là nắm giữ tiền vì động cơ giao dịch.

Việc nắm giữ tiền sẽ phát sinh chi phí nắm giữ tiền, đây chính là chi phí cơ hội của khoản tiền dư thừa. Điều này sẽ ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Theo quan điểm này, nghiên cứu của Aslam, E., Kalim, R., & Fizza, S. (2019) trên 72 doanh nghiệp của thị trường chứng khoán Pakistan từ năm 2010 đến năm 2014 đã chứng tỏ việc nắm giữ tiền nhiều đã ảnh hưởng đến khả năng sinh lời ROA của các doanh nghiệp.

Ngược lại với quan điểm trên, việc nắm giữ tiền mặt càng nhiều sẽ làm cho cơ hội của doanh nghiệp đầu tư vào các dự án tốt ngày càng tăng, khi đó lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ tăng theo. Nghiên cứu của các tác giả Nwarogu, I.A., Iormbagah, A.J. (2017) trên thị trường chứng khoán Nigeria, Vijayakumaran, R., Atchyuthan, N. (2017) trên thị trường chứng khoán Srilanka,

* Đại học Sài Gòn ** VNPT Media

Wibawa, B.M., Nareswari, N. (2019) và Sumiati (2020) trên thị trường chứng khoán Indonesia, Yun, J., Ahmad, H., Jebran, K., & Muhammad S. (2020) trên thị trường chứng khoán Trung Quốc và Thu, Trang Thi Doan (2020) trên thị trường chứng khoán Việt Nam đã chứng minh quan điểm việc nắm giữ tiền tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp thuộc các ngành nghề khác nhau, hoạt động sản xuất kinh doanh trên các lĩnh vực khác nhau sẽ đòi hỏi việc nắm giữ một số lượng tiền là khác nhau. Do đó với mục đích xem xét việc nắm giữ tiền các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp niêm yết trên HOSE sẽ ảnh hưởng như thế nào hiệu quả tài chính (thông qua tỷ suất sinh lời trên tài sản - ROA), nhóm tác giả đã tiến hành thực hiện nghiên cứu vấn đề trên với dữ liệu là 79 doanh nghiệp ngành công nghiệp niêm yết trên HOSE trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2019.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

- Nắm giữ tiền và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp:

Nắm giữ tiền là việc doanh nghiệp tập hợp và nắm giữ tiền và các khoản tương đương tiền (Gill & Shah, 2012). Nắm giữ tiền được đo lường bằng tỷ lệ nắm giữ tiền và các khoản tương đương tiền trên tổng tài sản của doanh nghiệp (Vijayakumaran & Atchyuthan, 2017). Bên cạnh đó, hiệu quả tài chính của doanh nghiệp thường được đo lường bằng các tỷ suất sinh lời mà doanh nghiệp đạt được sau một quá trình hoạt động như: tỷ suất sinh lời trên tài sản, tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu, tỷ suất sinh lời trên doanh thu. Nghiên cứu này đo lường hiệu quả tài chính của doanh nghiệp thông qua tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA).

Theo lý thuyết trật tự phân hạng của Myers, S.C., & Majluf, N.S. (1984), doanh nghiệp sẽ ưu tiên sử dụng vốn bên trong của mình để tài trợ cho các dự án mới với chi phí rẻ hơn so với việc vay nợ bên ngoài. Khi đó hiệu quả của dự án sẽ cao hơn và làm cho khả năng sinh lời của doanh

ng nghiệp rõ ràng sẽ cao hơn. Với điều kiện này thì doanh nghiệp cần phải nắm giữ một lượng tiền đủ lớn để tài trợ cho các dự án của mình.

Một lý thuyết khác cũng ủng hộ quan điểm việc nắm giữ tiền để tạo thuận lợi cho việc gia tăng khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Đó là lý thuyết đánh đổi, Dittmar, A., Mahrt-Smith, J., & Servaes, H. (2003) cho rằng các doanh nghiệp luôn xem xét giữa lợi nhuận biên và chi phí biên để cân bằng khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Như đã đề cập việc nắm giữ tiền là việc nắm giữ cơ hội đầu cơ khi doanh nghiệp nắm bắt được thông tin từ thị trường nhưng kèm theo đó là chi phí nắm giữ tiền hay là chi phí giao dịch. Nhưng khi khả năng sinh lời của dự án cao hơn chi phí giao dịch thì doanh nghiệp đã tạo ra hiệu quả tài chính tốt hơn.

Các nghiên cứu trên các thị trường chứng khoán khác nhau đã minh chứng được cho các lý thuyết trên. Nghiên cứu của Thu, Trang Thi Doan (2020) sử dụng số liệu 186 doanh nghiệp giai đoạn 2008 - 2018 trên thị trường chứng khoán Việt Nam đã đưa ra kết luận việc nắm giữ tiền có tác động cùng chiều đến tỷ suất sinh lời ROA và ROE. Trên thị trường chứng khoán Trung Quốc từ năm 2003 đến năm 2016, các tác giả Yun, J., Ahmad, H., Jebran, K., & Muhammad S. (2020) cũng khẳng định việc nắm giữ tiền càng cao thì ROA càng cao.

Ngược lại với lý thuyết trật tự phân hạng và lý thuyết đánh đổi, lý thuyết dòng tiền tự do theo nghiên cứu của Jensen, M.C. (1986) lại cho rằng việc nắm giữ tiền quá nhiều là tạo cơ hội cho các nhà quản trị có nhiều điều kiện để sử dụng chi phí một cách lãng phí và điều này ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp trong dài hạn.

Với các lý thuyết đề cập cùng với các nghiên cứu trong và ngoài nước, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết là các doanh nghiệp ngành công nghiệp trên HOSE nắm giữ tiền càng nhiều thì tỷ suất sinh lợi của doanh nghiệp sẽ càng cao.

- Các nhân tố khác ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính:

Hiệu quả tài chính của doanh nghiệp chịu sự ảnh hưởng của nhiều nhân tố khác nhau tùy thuộc vào quy mô, đặc điểm và chiến lược kinh doanh của

doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu của Nwarogu, I.A., Iormbagah, A.J. (2017), Vijayakumaran, R., Atchyuthan, N. (2017), Aslam, E., Kalim, R., & Fizza, S. (2019), Thu, Trang Thi Doan (2020), Yun, J., Ahmad, H., Jebran, K., & Muhammad S. (2020) ... cũng cho thấy có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp như Quy mô doanh nghiệp, Đòn bẩy tài chính, Tỷ lệ tăng trưởng tổng tài sản, Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu... Các nhân tố trên được xem là biến kiểm soát trong mô hình của nghiên cứu này.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

- Trình tự và mô hình nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng phương pháp định lượng để thực hiện việc đánh giá việc nắm giữ tiền ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lời của các doanh nghiệp ngành công nghiệp niêm yết trên HOSE. Bước đầu, nhóm tác giả tổng hợp các nghiên cứu trong và ngoài nước để xác định khe hồng nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu. Trên cơ sở mô hình nghiên cứu, nhóm tác giả thu thập các số liệu liên quan để thực hiện thống kê mô tả và thực hiện hồi quy đa biến để kiểm định các giả thuyết đặt ra cho mô hình.

Từ việc phân tích tổng quan về việc nắm giữ tiền đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp, nhóm tác giả tổng hợp thành bảng 1 về giả thuyết của mô hình.

Bảng 1. Các nghiên cứu ảnh hưởng của việc nắm giữ tiền đến ROA

Giả thuyết	Mô tả	Nghiên cứu trước	Kỳ vọng
H1	Tỷ lệ nắm giữ tiền	Nwarogu, I.A., Iormbagah, A.J. (2017), Vijayakumaran, R., Atchyuthan, N. (2017), Aslam, E., Kalim, R., & Fizza, S. (2019), Wibawa, B.M., Nareswari, N. (2019), Thu, Trang Thi Doan (2020), Yun, J., Ahmad, H., Jebran, K., & Muhammad S. (2020)	+

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu

Theo bảng 1, giả thuyết nghiên cứu được phát biểu như sau: Tỷ lệ nắm giữ tiền ảnh hưởng cùng chiều với hiệu quả tài chính của doanh nghiệp.

Từ cơ sở lý thuyết và kế thừa các nghiên cứu trước, mô hình hồi quy tổng quát được xác định như sau:

$$ROA = f(TLTM, QMDN, DBTC, TTTS, TTDT)$$

với ROA: tỷ suất sinh lời

TLTM: tỷ lệ nắm giữ tiền

QMDN: quy mô của doanh nghiệp

DBTC: đòn bẩy tài chính của doanh nghiệp

TTTS: tỷ lệ tăng trưởng tổng tài sản

TTDT: tỷ lệ tăng trưởng doanh thu

Bảng 2. Mô tả các biến của mô hình nghiên cứu

Ký hiệu	Mô tả	Cách thức đo lường
Biến phụ thuộc		
ROA	Tỷ suất sinh lời trên tài sản của doanh nghiệp	Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản Tỷ lệ này được tính từ lợi nhuận sau thuế trên BCKQHĐKD và tổng tài sản lấy từ BCĐKT
Biến độc lập		
TLTM	Tỷ lệ nắm giữ tiền	Tỷ lệ tiền trên tổng tài sản Khoản mục tiền và tương đương tiền và tổng tài sản được lấy từ BCĐKT
Biến kiểm soát		
QMDN	Quy mô hoạt động của doanh nghiệp	Logarit của tổng tài sản doanh nghiệp Tổng tài sản của doanh nghiệp được lấy từ BCĐKT
DBTC	Đòn bẩy tài chính	Tỷ lệ nợ trên vốn chủ sở hữu Tỷ lệ này được tính từ Nợ phải trả và vốn chủ sở hữu lấy từ BCĐKT
TTTS	Tỷ lệ tăng trưởng tài sản	Tỷ lệ tổng tài sản năm hiện tại trừ tổng tài sản năm trước trên tổng tài sản năm trước. Các khoản mục tổng tài sản năm hiện tại và năm trước được lấy từ BCĐKT
TTDT	Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu	Tỷ lệ doanh thu năm hiện tại trừ doanh thu năm trước trên doanh thu năm trước Các khoản mục doanh thu năm hiện tại và doanh thu năm trước được lấy từ BCKQHĐKD

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

- Mẫu nghiên cứu và công cụ xử lý dữ liệu

Theo Hair và cộng sự (2006), mô hình hồi quy với dữ liệu chéo thì kích thước mẫu phải lớn hơn hay bằng ($\geq$) $50 + 10 \times 6$ (biến độc lập) bằng (=) 110 mẫu. Do đó dữ liệu của nghiên cứu này được lấy từ các BCĐKT, BCKQHĐKD của các doanh nghiệp công nghiệp được niêm yết trên HOSE từ năm 2012 đến năm 2019. Khi đó tổng số quan sát cụ thể là 632 (79 doanh nghiệp công nghiệp trong 8 năm).

Nghiên cứu sử dụng phần mềm Stata 14 để tiến hành việc phân tích các số liệu cần thiết. Đầu

tiên là việc phân tích tính tương quan giữa biến phụ thuộc với biến độc lập và các biến kiểm soát với nhau. Kế đến là sử dụng phương pháp phân tích hồi quy đa biến (Pooled OLS, REM, FEM) giữa biến phụ thuộc và biến độc lập để lựa chọn mô hình phù hợp và tiếp theo thực hiện việc kiểm định các khiếm khuyết của mô hình hồi quy như kiểm định phương sai của sai số không đổi, kiểm định tự tương quan, kiểm định đa cộng tuyến. Nếu mô hình có các khiếm khuyết như có hiện tượng tự tương quan, phương sai thay đổi thì nhóm tác giả sẽ sử dụng phương pháp FGLS để chạy lại mô hình hồi quy cho phù hợp.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thống kê mô tả

Theo kết quả từ bảng 3, trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2019, khả năng sinh lời của các doanh nghiệp ngành công nghiệp niêm yết trên HOSE trung bình là 6,59%, thấp nhất là -16,3% và lớn nhất là 72%; tỉ lệ nắm giữ tiền trung bình là 9,67% trên tổng tài sản, thấp nhất 0,12% và cao nhất là 62,21%; tổng tài sản của doanh nghiệp trung bình là 2.520 tỷ, thấp nhất là 169 tỷ và cao nhất là 29.200 tỷ; tỷ lệ nợ trên vốn chủ của các doanh nghiệp trung bình là 168,93%, thấp nhất là 2,62% và cao nhất là 1.682%; tốc độ tăng trưởng tài sản của doanh nghiệp trung bình là 11,43%, thấp nhất là giảm 548% và cao nhất là tăng 340,6%; tốc độ tăng trưởng doanh thu của doanh nghiệp trung bình là 17,65%, thấp nhất là giảm 90,25% và cao nhất là tăng 3.154,81%.

Bảng 3. Thống kê mô tả của các biến trong mô hình

Ký hiệu	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
Biến phụ thuộc					
ROA	632	0,0659	0,0818	-0,1630	0,7200
Biến độc lập					
TLTM	632	0,0967	0,0905	0,0012	0,6221
Biến kiểm soát					
QMDN (tỷ)	632	2.520	3.5990	169	29.200
DBTC	632	1,6893	1,6346	0,0262	16,8200
TTTS	632	0,1143	0,3200	-5,4805	3,4060
TTDT	632	0,1765	1,3248	-0,9025	31,5481

Nguồn: kết quả phân tích từ Stata

3.2. Phân tích tương quan

Ma trận hệ số tương quan trong bảng 4 đánh giá được mối quan hệ tuyến tính giữa các biến trong mô hình. Kết quả là giữa các biến trong mô hình không có tương quan nào mà giá trị tuyệt đối là lớn hơn 0,8. Theo Hair và cộng sự (2006) nếu có hệ số lớn hơn 0,8 thì mô hình sẽ tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 4. Mô tả ma trận hệ số tương quan giữa các biến trong mô hình

	ROA	TLTM	QMDN	DBTC	TTTS	TTDT
ROA	1					
TLTM	0,2380	1				
QMDN	-0,1620	-0,1818	1			
DBTC	-0,3957	-0,1596	0,1570	1		
TTTS	0,0908	0,1236	0,1740	0,0182	1	
TTDT	-0,0093	-0,0215	0,1104	-0,0203	0,0643	1

Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata

3.3. Phân tích hồi quy

Từ bảng 5, kết quả chi tiết của các mô hình Pooled OLS, FEM và REM thì mô hình REM là phù hợp nhất so với 3 mô hình thực hiện trong nghiên cứu.

- Với giá trị $F = 31,69$, mô hình Pooled OLS có giá trị và tại mức ý nghĩa 5% thì tỷ lệ nắm giữ tiền có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời ROA. Ngoài ra, quy mô doanh nghiệp và đòn bẩy tài chính có tác động ngược chiều đến ROA, nhưng tốc độ tăng trưởng tài sản tác động cùng chiều đến ROA.

- Với giá trị $F = 7,15$, mô hình FEM là có giá trị và tại mức ý nghĩa 5% thì tỷ lệ nắm giữ tiền có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời ROA. Ngoài ra, đòn bẩy tài chính lại có tác động ngược chiều đến ROA, nhưng tốc độ tăng trưởng tài sản tác động cùng chiều đến ROA.

- Với giá trị $WaldChi2 = 52,84$, mô hình REM có giá trị và tại mức ý nghĩa 5% thì giống mô hình FEM là tỷ lệ nắm giữ tiền có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời ROA. Ngoài ra, đòn bẩy tài chính lại có tác động ngược chiều đến ROA, nhưng tốc độ tăng trưởng tài sản tác động cùng chiều đến ROA.

- Thực hiện kiểm định giữa hai mô hình Pooled OLS và FEM, với giá trị $F = 25,27$ và $\text{Prob} > F = 0,0000$ thì mô hình FEM là phù hợp.

- Thực hiện kiểm định Breusch and Pagan giữa hai mô hình Pooled OLS và REM, với giá trị $\text{chibar2} = 1184,92$ và $\text{Prob} > \text{chibar2} = 0,0000$ thì mô hình REM là phù hợp.

- Thực hiện kiểm định Hausman giữa hai mô hình FEM và REM, với giá trị $\text{Chi2} = 7,48$ và $\text{Prob} > \text{chi2} = 0,1872$ thì mô hình REM là phù hợp.

Bảng 5. Kết quả mô hình hồi quy OLS, FEM, REM, FGLS

Biến	ROA			
	Pooled OLS	FEM	REM	FGLS
TLTM	0,1371 (0,000)	0,0623 (0,013)	0,0686 (0,005)	0,1414 (0,000)
QMDN	-0,0162 (0,013)	-0,0077 (0,402)	-0,0103 (0,206)	-0,0075 (0,005)
DBTC	-0,0179 (0,000)	-0,0086 (0,000)	-0,0101 (0,000)	-0,0161 (0,000)
TTTS	0,0244 (0,010)	0,0134 (0,014)	0,0147 (0,006)	0,0252 (0,000)
TTDT	-0,0006 (0,801)	0,0011 (0,349)	0,0010 (0,379)	-0,0001 (0,947)
Hằng số	0,2772 (0,000)	0,1661 (0,137)	0,1994 (0,045)	0,1611 (0,000)
R ² (Adj/overall)	0,1956	0,1995	0,2002	
F-statistic/WaldChi2	31,69	7,15	52,84	611,70
Prob > F/Chi2	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
F test (chọn FEM)	F test that all u _i =0: F(78,548)=25,27 Prob>F=0,0000			
Hausman test (chọn REM)	chi2(5) = 7,48 Prob > chi2 = 0,1872			
B-P test (chọn REM)	chibar2 (01) = 1184,92 Prob > chibar2 = 0,0000			

Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata

3.4. Kiểm định các khuyết tật của mô hình

Kiểm định sự đa cộng tuyến bằng hệ số phóng đại phương sai VIF: với kết quả từ bảng 6, các giá trị đều nhỏ hơn 10 nên mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 6. Hệ số phóng đại phương sai VIF

Biến	TLTM	QDMN	DBTC	TTTS	TTDT
VIF	1,08	1,11	1,05	1,06	1,02
1/VIF	0,9247	0,9035	0,9559	0,9425	0,9841

Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata

Kiểm định phương sai sai số không đổi: với kết quả từ bảng 7, giá trị $\text{Prob} > \text{chi2} = 0,0000 < 0,05$ nên mô hình có hiện tượng phương sai sai số thay đổi.

Bảng 7. Kết quả kiểm định Breusch and Pagan cho mô hình REM

chibar2 (01)	Prob > chibar2
1184,92	0,0000

Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata

Kiểm định tính tự tương quan: với kết quả từ bảng 8, giá trị $\text{Prob} > F = 0,0222 < 0,05$ nên kết luận có hiện tượng tự tương quan trong mô hình.

Bảng 8. Kết quả kiểm định Wooldridge

F(1, 78)	Prob > F
5,446	0,0222

Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata

Với các kiểm định trên để khắc phục hiện tượng tự tương quan và phương sai sai số thay đổi trong mô hình REM được lựa chọn, nghiên cứu tiếp tục sử dụng mô hình FGLS và thông tin được thể hiện chi tiết trên bảng 5 cùng với các mô hình Pooled OLS, FEM và REM để dễ dàng cho việc so sánh. Kết quả chỉ ra rằng tỷ suất sinh lời ROA của các doanh nghiệp ngành công nghiệp chịu sự tác động của tỷ lệ nắm giữ tiền của doanh nghiệp so với tổng tài sản. Ngoài ra, hai biến kiểm soát trong mô hình là quy mô của doanh nghiệp và đòn bẩy tài chính của doanh nghiệp cũng có tác động trái chiều đến giá trị ROA nhưng tốc độ tăng trưởng tài sản của doanh nghiệp lại có tác động cùng chiều đối với giá trị ROA.

3.5. Bàn luận kết quả nghiên cứu

Theo kết quả phân tích từ mô hình FGLS, tỷ lệ nắm giữ tiền của doanh nghiệp trên tổng tài sản có ảnh hưởng cùng chiều đến tỷ suất sinh lời ROA của doanh nghiệp. Điều này phù hợp với giả thuyết đặt ra của bài viết và cũng phù hợp

trong thực tế hiện nay trên thị trường hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam. Thị trường chứng khoán của Việt Nam chưa thực sự phát triển để đáp ứng nhu cầu vốn của doanh nghiệp, các doanh nghiệp cần vốn để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh thường phải thực hiện trên thị trường tiền tệ thông qua các định chế tài chính là ngân hàng. Khi doanh nghiệp nắm giữ một lượng tiền đủ lớn và có cơ hội đầu tư xuất hiện tại cùng thời điểm, khi đó doanh nghiệp có đủ điều kiện thuận lợi để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh và gia tăng khả năng sinh lời. Kết quả này càng củng cố chắc chắn về lý thuyết trật tự phân hạng và lý thuyết đánh đổi với các doanh nghiệp ngành công nghiệp trên thị trường chứng khoán tại Việt Nam. Cùng với kết luận tương tự là nghiên cứu trong nước của Thu, Trang Thi Doan (2020) thực hiện khảo sát 186 doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn từ 2008 đến 2018. Ngoài ra, một số bài nghiên cứu trên các thị trường nước ngoài như Nigeria, Srilanka, Indonesia, Trung Quốc của Nwarogu, I.A., Iorombagah, A.J. (2017), Vijayakumaran, R., Atchyuthan, N. (2017), Wibawa, B.M., Nareswari, N. (2019), Sumiati (2020) và Yun, J., Ahmad, H., Jebran, K., & Muhammad S. (2020) cũng ủng hộ quan điểm trên.

4. Kết luận và khuyến nghị

Bài viết lần lượt sử dụng các mô hình phân tích hồi quy Pooled OLS, FEM, REM và lựa chọn mô hình FGSL để đánh giá tỷ lệ nắm giữ tiền tác động đến hiệu quả tài chính thông qua chỉ tiêu tỷ suất sinh lời ROA của các doanh nghiệp ngành công nghiệp niêm yết trên HOSE. Với mẫu nghiên cứu là 79 công ty trong giai đoạn 2012-2019, kết quả nghiên cứu cho thấy tỷ lệ nắm giữ tiền có ý nghĩa tích cực đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết ngành công nghiệp. Điều này thực sự khuyến khích các doanh nghiệp ngành công nghiệp nên nắm giữ một tỷ lệ tiền và tương đương tiền nhất định trong tài khoản của doanh nghiệp để đáp ứng nhu cầu mở rộng sản xuất kinh doanh thông qua đầu tư vào các dự án khi có cơ hội thích hợp. Ngoài ra, nghiên cứu cũng khuyến nghị nên mở rộng sự phát triển của thị trường chứng khoán Việt Nam để đáp ứng nhu cầu vốn ngày càng lớn của các doanh nghiệp Việt

Nam nói chung và các doanh nghiệp ngành công nghiệp nói riêng.

Tài liệu tham khảo:

- Aslam, E., Kalim, R., & Fizza S. (2019). Do Cash Holding And Corporate Governance Structure Matter For The Performance Of Firms? Evidence From KMI 30- And KSE 100-Indexed Firms In Pakistan. *Global Business Review*, 1 - 18.
- Dittmar, A., Mahrt-Smith, J., & Servaes, H. (2003). International Corporate Governance And Corporate Cash Holdings. *Journal Of Financial And Quantitative Analysis*, 38(1), 111 - 133.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. et al (2006). *Multivariate Data Analysis*, Prentice - Hall, NJ.
- Jensen, M.C. (1986). Agency Costs Of Free Cash Flow, Corporate Finance, And Takeovers. *The American Economic Review*, 76(2), 323 - 329.
- Keynes, J.M. (1936). *The General Theory Of Employment, Interest, And Money*. International Relations and Security Network.
- Myers, S.C., & Majluf, N.S. (1984). Corporate Financing And Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have. *Journal Of Financial Economics*, 13(2), 187 - 221.
- Nwarogu, I.A., Iorombagah, A.J. (2017). Cash Management And Performance Of Listed Firms In Nigeria. *Journal Of Economics, Management And Trade*, 18(1), 1 - 13.
- Thu, Trang Thi Doan (2020). The Effect Of Cash Holdings On Firm Performance: Evidence From Vietnam Listed Firms. *Accounting* 6(2020), 721- 726.
- Sumiati (2020). Effect Of Cash Holding On Firm Value With Ownership Structure As A Moderating Variable In Indonesia Company. *Journal Of Applied Management*, 18(1), 122 - 129.
- Vijayakumaran, R., Atchyuthan, N. (2017). Cash Holdings And Corporate Performance: Evidence From Sri Lanka. *International Journal Of Accounting & Business Finance*, 1(2017), 1 - 11.
- Wibawa, B.M., Nareswari, N. (2019). Cash Holding Management And Firm Performance: Empirical Evidence For Financially Constrained Firms In Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 135, 72 - 77.
- Yun, J., Ahmad, H., Jebran, K., & Muhammad, S. (2020). Cash Holdings And Firm Performance Relationship: Do firm-specific Factors Matter? *Economic Research - Ekonomika Istrazivanja*, 1 - 23.

NHỮNG LỢI ÍCH, HẠN CHẾ CỦA VIỆC ÁP DỤNG IFRS VÀ MỘT SỐ LƯU Ý TRONG QUÁ TRÌNH ÁP DỤNG TẠI VIỆT NAM

TS. Nguyễn Minh Thành* - Nguyễn Thanh Tuấn**

Việc áp dụng IFRS tại các quốc gia trên thế giới đã được nhiều nghiên cứu chứng minh là có thể đem lại nhiều lợi ích, trong đó lợi ích cốt lõi là thúc đẩy lưu chuyển vốn đầu tư toàn cầu thông qua các kênh đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (FDI). Tuy nhiên, thực tế triển khai áp dụng IFRS tại các quốc gia cũng có không ít những hạn chế, thách thức. Bài viết này tổng hợp lại một số lợi ích và hạn chế chính của việc áp dụng IFRS trên thế giới. Từ đó, xác định những vấn đề cần lưu ý đối với Việt Nam nhằm hướng tới gia tăng lợi ích và giảm thiểu hạn chế trong quá trình triển khai áp dụng IFRS tại Việt Nam.

• Từ khóa: áp dụng IFRS, lợi ích, hạn chế.

The benefits of adopting IFRS in countries around the world has been proven by many studies, of which the core benefit is promoting global investment capital flows through foreign direct investment (FDI). However, the actual adoption of IFRS in countries also has many limitations and challenges. This article summarizes some of the main benefits and limitations of IFRS adoption around the world. From there, this article identify some attentions for Vietnamese authorities in order to increase benefits and decrease limitations in the process of applying IFRS in Vietnam.

• Keywords: IFRS application, benefits, limitations.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Mở đầu

Chuẩn mực Báo cáo Tài chính Quốc tế (IFRS) là các quy tắc kế toán phổ biến xác định cách thức doanh nghiệp trình bày và báo cáo một giao dịch kinh tế. Nó cũng bao gồm các quy định về thông tin phải được bao gồm hoặc công bố trên báo cáo tài chính. Nó là một bộ tiêu chuẩn thống nhất đã giúp giải quyết nhiều vấn đề trong phạm vi toàn cầu cho các tổ chức. Tuy nhiên, hệ thống này cũng đang bị húng chịu những chỉ trích vì các hạn chế mà nó tạo ra.

Có một số quốc gia chưa áp dụng IFRS, bao gồm cả Việt Nam. Do hệ thống kế toán nội địa của Việt Nam không nhận được sự chấp nhận trên toàn cầu nên việc hạch toán của các công ty có cơ sở ở nước ngoài không sử dụng các IFRS trở nên khó khăn hơn.

Về phía ngược lại, hệ thống kế toán Việt Nam cũng đang không thừa nhận các báo cáo tài chính được lập theo IFRS của các FDI nên điều này cũng tạo ra các khó khăn trong kế toán của các FDI tại Việt Nam. Những vấn đề này làm hạn chế dòng vốn đầu tư giữa Việt Nam với các nước còn lại.

Như với bất kỳ phương pháp kế toán nào khác, có một số lợi ích và hạn chế cụ thể của việc áp dụng IFRS cần xem xét. Hệ thống này có thể mang lại sự linh hoạt hơn, nhưng lợi ích đó cũng có thể dẫn đến việc thao túng các tiêu chuẩn (chuẩn mực) để làm cho một tổ chức có vẻ an toàn hơn về mặt tài chính so với thực tế. Những kinh nghiệm về lợi ích và hạn chế của việc áp dụng IFRS tại các quốc gia trên thế giới gợi ý ra những vấn đề mà Việt Nam cần lưu ý trong quá trình triển khai áp dụng IFRS.

2. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp tổng hợp các nghiên cứu trước đây để chỉ ra những lợi ích, hạn chế của việc áp dụng IFRS trên thế giới và phương pháp suy luận, suy diễn để đề xuất những vấn đề cần lưu ý trong quá trình áp dụng IFRS tại Việt Nam.

2.1. Lợi ích của việc áp dụng IFRS

2.1.1. Thiết lập một hệ thống duy nhất về chuẩn mực kế toán trên toàn cầu

Hệ thống kế toán của mỗi quốc gia là rất đa dạng phụ thuộc vào chính sách của cơ quan quản lý kế toán của quốc gia đó. Việc áp dụng IFRS sẽ giúp cho kế toán tại các quốc gia được thống nhất với nhau (World Bank, 2017; FSB, 2015; G20, 2012). Sự thống nhất này là cơ sở để tạo ra những lợi ích tiếp theo như: làm tăng tính minh bạch của thông tin, làm tăng các khoản đầu tư xuyên quốc gia (đa quốc gia), giảm chi phí vốn khi tính thanh khoản của các giao dịch đầu tư được nâng lên...

* Học viện Tài chính ** Thượng úy, Học viện Cảnh sát Nhân dân

2.1.2. Giảm thời gian, chi phí cho việc lập báo cáo kế toán

Việc áp dụng IFRS cho phép các doanh nghiệp cắt giảm thời gian và chi phí trong việc lập báo cáo tài chính (Merve, U., & Başak, 2014) bởi những công việc liên quan tới “chuyển đổi báo cáo tài chính” sẽ không còn. Đặc biệt là với các công ty đa quốc gia, công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài khi vừa phải lập báo cáo tài chính theo yêu cầu của nước sở tại cũng như theo yêu cầu của mẫu quốc. Khi IFRS được áp dụng rộng rãi, người đại diện/công ty con (agencies) tại các nước sở tại chỉ cần lập một hệ thống báo cáo tài chính duy nhất, qua đó làm giảm thời gian và chi phí cho việc lập báo cáo tài chính.

2.1.3. Dễ dàng hơn cho việc giám sát và kiểm soát các công ty con, người đại diện ở nước ngoài

Nếu các quốc gia có hệ thống kế toán riêng thì người đại diện (agencies) và cũng như các công ty con ở nước ngoài phải lập các báo cáo tài chính cùng lúc theo quy định của IFRS và theo yêu cầu của hệ thống kế toán riêng của quốc gia đó. Điều này làm gia tăng rủi ro với những sai lệch về thông tin giữa 2 hệ thống cũng như các yêu cầu về kiểm toán có thể phát sinh thêm. Vì vậy, việc áp dụng một hệ thống chuẩn mực kế toán thống nhất trên toàn cầu sẽ giúp cho không còn rủi ro về những sai lệch của thông tin kế toán phát sinh do được lập dựa trên nhiều hệ thống chuẩn mực khác nhau. Việc giám sát sẽ được nâng cao (John, 2018).

2.1.4. Tạo tính linh hoạt hơn cho thực hành kế toán tại các doanh nghiệp

IFRS sử dụng một hệ thống dựa trên các nguyên tắc thay vì một hệ thống dựa trên một triết lý tuân theo các quy tắc cụ thể. Điều này có nghĩa rằng mục tiêu của mỗi chuẩn mực trong hệ thống IFRS là hướng tới giá trị có tính phù hợp (reasonable valuation), và do đó có rất nhiều cách thức để đạt được các sản phẩm đầu ra (nhiều các thức để lập BCTC) (OLADEJI & AGBESANYA, 2019). Việc này cho phép các doanh nghiệp được tự do áp dụng hệ thống chuẩn mực toàn cầu cho phù hợp với từng tình huống cụ thể, điều này thậm chí sẽ tạo ra các báo cáo tài chính hữu dụng và dễ đọc hơn rất nhiều.

2.1.5. Có thể tạo ra khả năng sinh lời cao hơn cho các chủ sở hữu doanh nghiệp

Có trên 70% các công ty được nghiên cứu trong giai đoạn 2004-2006 tại Mỹ có ROE cao hơn khi áp dụng IFRS so với khi áp dụng GAAP. Các khoản sinh lời này là khác biệt giữa các ngành và các vùng, nhưng việc tăng trưởng ROE vẫn không đổi. Cho dù là công ty hoạt động bên trong Mỹ hay bên ngoài Mỹ, thì nó sẽ có lợi nhuận cao hơn nếu áp dụng IFRS.

Tuy nhiên, một số nghiên cứu khác lại chỉ ra mức độ tuân thủ IFRS tại doanh nghiệp không có quan hệ có ý nghĩa thống kê đối với các chỉ tiêu ROE, ROA, ROS của doanh nghiệp (Ferrer & Ferrer, 2011).

Mặc dù thu nhập thuần có thể là khác nhau giữa 2 hệ thống chuẩn mực, nhưng lợi ích tổng thể có thể hỗ trợ tốt hơn cho tăng trưởng kinh tế nhờ sự gia tăng giá cổ phiếu, các khoản cổ tức được chia, và môi trường pháp lý lành mạnh.

2.1.6. Làm tăng tỷ lệ đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trên toàn cầu

Nghiên cứu tổng hợp của Irvine & Lucas (2006) đã tổng hợp nhiều kết quả nghiên cứu cho thấy việc áp dụng IFRS làm gia tăng tỷ lệ đầu tư trực tiếp nước ngoài trên toàn cầu. Sự xuất hiện của IFRS trên toàn cầu có thể giúp các công ty dễ dàng đầu tư vào các công ty khác hơn khi có cơ hội. Các nghiên cứu trong lĩnh vực FDI chỉ ra rằng sự xuất hiện của nhiều hệ thống chuẩn mực kế toán tạo ra sự không chắc chắn (uncertainty) trong các giao dịch tiền tệ mà sự không chắc chắn này tồn tại trong rất nhiều chuẩn mực khác nhau. Đây cũng có thể tạo ra những hiểu biết không đầy đủ về dòng tiền dự kiến trong tương lai.

Khi áp dụng IFRS, ranh giới, định kiến về việc phân biệt giữa công ty trong nước và công ty quốc tế sẽ giảm bớt hoặc không còn. Các thông tin tài chính sẽ trở nên quen thuộc hơn và chắc chắn hơn, dẫn tới thúc đẩy quy trình ra quyết định đầu tư của các nhà đầu tư.

2.1.7. Có thể hữu ích đối với những nhà đầu tư mới và các khoản đầu tư nhỏ (giảm sự bất cân xứng thông tin - Asymmetric information)

Việc áp dụng IFRS có thể làm giảm sự bất cân xứng thông tin giữa các nhà đầu tư trên thị trường (Al & Abulaila, 2016). IFRS có thể giúp các nhà đầu tư mới tham gia thị trường có thể hiểu thông tin trên báo cáo tài chính bởi dữ liệu có thể đơn giản và có chất lượng cao hơn. Lợi ích này giúp cho bất kỳ ai cũng có lợi thế cạnh tranh (sự cân xứng về thông tin) bởi vì những hiểu biết đồng đều về những gì đang diễn ra với sức khỏe tài chính của một doanh nghiệp. Điều này giúp tạo ra lợi ích thông qua việc làm giảm rủi ro trong mỗi giao dịch đầu tư bởi vì mọi nhà đầu tư đều có chung nhận thức về tình hình tài chính của một công ty. Điều này không thể có được nếu áp dụng nhiều hệ thống chuẩn mực kế toán.

2.2. Hạn chế và thách thức của việc áp dụng IFRS

2.2.1. Tăng chi phí triển khai/chuyển đổi (implementation/ transition cost) cho các doanh nghiệp nhỏ

Nhiều quan điểm thường cho rằng các nhà quản lý doanh nghiệp nhỏ và vừa nhận thấy chi phí tuân thủ các chuẩn mực kế toán lớn hơn lợi ích của họ (ACCA).

Trong khi các doanh nghiệp lớn có thể phân bổ chi phí áp dụng IFRS cho các công ty của mình ở nước ngoài, thì các doanh nghiệp nhỏ cung cấp hàng hóa và dịch vụ địa phương (trong nước) lại hoàn toàn phải gánh chịu khoản chi phí này và họ sẽ phải chịu áp lực phải thay đổi. Đồng thời, do có ít nguồn lực hơn dành cho các DNVVN, nên họ sẽ mất nhiều thời gian và nỗ lực hơn để đào tạo nhân viên của mình để có thể áp dụng IFRS. Quá trình này có nghĩa là các công ty nhỏ sẽ chịu nhiều gánh nặng hơn bởi sự thay đổi kế toán quan trọng này.

2.2.2. Có thể dẫn tới những lo ngại về sự thao túng chuẩn mực

Tính linh hoạt của IFRS có thể tạo ra nhiều lợi ích, nhưng nó cũng tạo ra một bất lợi bởi điều này. Các tổ chức có thể chọn chỉ sử dụng các phương pháp mà họ muốn trong báo cáo của mình, điều này cho phép báo cáo tài chính của họ hiển thị kết quả mà họ mong muốn. Sự linh hoạt này giúp việc thao túng lợi nhuận trên báo cáo tài chính dễ dàng hơn, giúp dễ dàng che giấu các vấn đề tài chính có thể tồn tại. IFRS thậm chí có thể dẫn đến các hoạt động gian lận, chẳng hạn như thay đổi phương pháp định giá hàng tồn kho để tạo ra nhiều thu nhập hơn vào báo cáo lãi và lỗ nhằm làm cho công ty có vẻ như đang ở vị trí tốt hơn thực tế. Tình trạng này có thể xuất hiện nhiều trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế (Boumediene, Nafti, & Boumediene, 2014). Kết quả nghiên cứu của Boumediene và cộng sự (2014) cho thấy khủng hoảng kinh tế tài chính toàn cầu năm 2008 đã góp phần làm giảm hàm lượng thông tin mà các con số kế toán có thể mang lại do nhà đầu tư thiếu niềm tin vào báo cáo tài chính được lập trên cơ sở IFRS. Khái niệm “kế toán sai sót” (flawed accounting) được bàn luận nhiều trong suốt giai đoạn này khi các chính trị gia muốn xoa dịu sự tức giận của công chúng rằng các ngân hàng đang hoạt động tốt nhưng trên thực tế đã vỡ nợ (BOUVIER, 2020).

2.2.3. Có thể tạo ra một khoảng thời gian điều chỉnh đầy hỗn loạn

Khi các doanh nghiệp chuyển đổi từ hệ thống chuẩn mực của mỗi quốc gia sang hệ thống IFRS, thì nguy cơ mắc sai lầm hoặc chậm trễ tồn kém trong giai đoạn chuyển đổi sẽ tăng lên. Vì mọi quốc gia đều có thể vừa tuyên bố áp dụng IFRS nhưng cũng song hành duy trì các hệ thống quy định phức tạp của riêng họ, nên vẫn có thể có yêu cầu cung cấp nhiều báo cáo tài chính. Điều đó có nghĩa là sự khác biệt duy nhất mà chúng tôi thấy khi áp dụng IFRS trên toàn cầu là sự thay đổi trong cách trình bày báo cáo tài chính

của các công ty con (người đại diện) ở nước ngoài (agencies).

2.2.4. Không làm giảm lợi thế sân nhà cho các công ty hiện đại

Mặc dù có một số cổ đông sẽ có xu hướng ủng hộ các doanh nghiệp nước ngoài nhiều hơn nếu chúng ta áp dụng IFRS, nhưng không có gì đảm bảo rằng điều này sẽ xảy ra với mọi nhà đầu tư. Các tác giả Teri Yohn và Messod Beneish nhận thấy rằng vẫn còn tồn tại hiệu ứng “thiên vị gia đình” sau khi áp dụng IFRS trên phạm vi toàn cầu. Các nhà đầu tư thích làm việc với các công ty gần nhà hơn, vì vậy các công ty nước ngoài nhận được ít đầu tư trực tiếp hơn ngay cả khi việc chuyển đổi sang hệ thống chuẩn mực toàn cầu diễn ra.

2.2.5. Cần phải có được sự chấp nhận toàn cầu để đạt được hiệu quả

Vẫn sẽ có những tổ chức khác trên thế giới chọn sử dụng tiêu chuẩn kế toán nội địa ưa thích của họ. Trong trường hợp này, bất kỳ công ty nào chọn kinh doanh ở nước ngoài có thể cần tiếp tục sản xuất trên 2 loại báo cáo tài chính khi cần thiết để tuân thủ các tiêu chuẩn kế toán trong và ngoài nước. Vì phần lớn các doanh nghiệp ở Việt Nam hoạt động trong nước, thời gian và chi phí để triển khai hệ thống này sẽ không có nhiều ý nghĩa đối với họ. Vì vậy, các DNNVV của Việt Nam sẽ luôn cảm nhận được những bất lợi lớn nhất của việc áp dụng IFRS.

3. Kết luận

Từ những kinh nghiệm về lợi ích và hạn chế của việc áp dụng IFRS tại một số quốc gia trên thế giới, tác giả cho rằng lợi ích đem lại nhiều hơn so với những hạn chế mà việc áp dụng này tạo ra. Ngoài ra, việc áp dụng IFRS cũng đang là một xu thế toàn cầu khi hầu hết các quốc gia đã tuyên bố áp dụng và Việt Nam thực tế cũng đang trong quá trình có những bước chuẩn bị cuối cùng để có thể tuyên bố áp dụng hệ thống chuẩn mực này. Tuy nhiên, để giảm thiểu những hạn chế và nâng cao những lợi ích mà IFRS có thể đem lại, tác giả bài viết cho rằng trong quá trình áp dụng IFRS tại Việt Nam (bao gồm cả khâu chuẩn bị áp dụng), Việt Nam cần phải lưu ý những điểm sau:

3.1. Cần ưu tiên áp dụng với những doanh nghiệp đã có kinh nghiệm áp dụng IFRS

Một trong những điểm thuận lợi của việc áp dụng IFRS đó là thực tế có nhiều doanh nghiệp tại nhiều quốc gia đã chủ động áp dụng IFRS trước cả khi quốc gia đó tuyên bố chính thức áp dụng IFRS, đặc biệt là với những công ty đa quốc gia (Tại Việt Nam có thể kể tới như câu chuyện của Vinamilk v.v...). Những doanh nghiệp này đang phải đồng thời lập báo cáo tài chính theo các quy định kế toán nội địa của quốc gia đó đồng thời cũng vừa phải đáp ứng các quy định

kế toán quốc tế. Nếu một quốc gia tuyên bố áp dụng IFRS thì các doanh nghiệp như thế này có thể áp dụng được ngay lập tức và họ có thể dành thời gian cho những việc khác quan trọng hơn.

3.2. Cần tổ chức nhất quán, đồng bộ các quy định liên quan tới IFRS đối với những doanh nghiệp áp dụng IFRS

Các doanh nghiệp áp dụng IFRS tại Việt Nam nên được phép chỉ lập một báo cáo tài chính theo hệ thống chuẩn mực này. Đồng thời hệ thống kiểm toán báo cáo tài chính và hệ thống thuế cũng như các hệ thống quản lý nhà nước khác có sử dụng báo cáo tài chính của doanh nghiệp để làm căn cứ giải quyết công việc của mình cũng cần phải được áp dụng nhất quán, đồng bộ dựa trên nền tảng IFRS.

3.3. Cần có chính sách hỗ trợ phù hợp đối với những doanh nghiệp chưa từng áp dụng IFRS

Hai trong số những hạn chế lớn nhất của việc áp dụng IFRS tại mỗi quốc gia được trình bày ở trên là: (i) tăng chi phí triển khai, chi phí chuyển đổi hệ thống và (ii) sự lúng túng trong giai đoạn chuyển đổi. Vì vậy, để hỗ trợ, khuyến khích những doanh nghiệp này áp dụng IFRS, Việt Nam cần:

Thứ nhất, cần có cơ chế hỗ trợ tài chính (thuế, tín dụng) đối với những doanh nghiệp đang trong giai đoạn chuyển đổi hệ thống kế toán từ chế độ kế toán sang áp dụng IFRS; đặc biệt là trong và hậu giai đoạn đại dịch Covid, khi mà hầu hết các doanh nghiệp đang gặp rất nhiều khó khăn về tài chính.

Thứ hai, cần có cơ chế hỗ trợ kỹ thuật (đào tạo, chuyển giao) đối với những doanh nghiệp lần đầu áp dụng IFRS.

3.4. Cần những thay đổi về các cấp độ đào tạo kế toán

Nhiều quốc gia đã phải thay đổi chương trình đào tạo kế toán ở các cấp độ vì trước đây IFRS chưa từng được giảng dạy tại quốc gia đó, ví dụ như Mỹ. Các trường đại học của Mỹ cũng đã phải điều chỉnh chương trình giảng dạy được cung cấp tại nhiều trường kinh doanh vì IFRS không được giảng dạy thường xuyên ở đây. Tại Việt Nam, có xu hướng gia tăng các doanh nghiệp nội địa trở thành những công ty đa quốc gia. Bên cạnh đó, làn sóng chuyển dịch đầu tư từ những quốc gia khác đến Việt Nam cũng tạo ra xu hướng gia tăng các dòng vốn FDI. Vì vậy, nhu cầu về kế toán theo IFRS trong thị trường lao động của Việt Nam sẽ gia tăng. Điều này đòi hỏi cần thiết phải có một quy hoạch tổng thể về các chương trình đào tạo IFRS tại Việt Nam.

3.5. Cần tiếp tục đẩy mạnh cải thiện môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài

Môi trường kinh doanh bình đẳng sẽ tạo ra sự cạnh tranh bình đẳng giữa doanh nghiệp nội và ngoại, từ đó thúc đẩy các doanh nghiệp nội phải phát triển, trong đó có việc tiến tới áp dụng những thông lệ chung của quốc tế như IFRS.

3.6. Cần hoàn thiện và nâng cao hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về các thị trường hàng hóa Việt Nam đồng thời nâng cao chất lượng của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thẩm định giá

Một trong những thay đổi quan trọng của IFRS so với chuẩn mực kế toán Việt Nam và chế độ kế toán Việt Nam là việc áp dụng giá trị hợp lý và có nhiều lựa chọn đo lường giá trị khác nhau của các đối tượng kế toán. Nhiều quan điểm của các chuyên gia nước ngoài như trình bày ở trên đã cho rằng IFRS là một trong những nguyên nhân làm cho khủng hoảng tài chính trở nên trầm trọng hơn. Nhằm hạn chế những rủi ro thông tin của việc áp dụng IFRS, Việt Nam cần nhanh chóng minh bạch hóa hệ thống cơ sở dữ liệu về các thị trường hàng hóa để làm cơ sở cho những ước tính tin cậy về giá trị của các đối tượng kế toán. Ngoài ra, việc nâng cao chất lượng của hoạt động cung cấp dịch vụ thẩm định giá cũng cần phải được quan tâm.

Tài liệu tham khảo:

- ACCA. (n.d.). *IFRS for SMEs*. Retrieved september 15, 2021, from <https://www.accaglobal.com/uk/en/student/exam-support-resources/professional-exams-study-resources/strategic-business-reporting/technical-articles/ifrs-for-smes.html>
- Al, A. S., & Abulaila, a. D. (2016). The impact of ifrs application on asymmetry accounting. *European Journal of Accounting, Auditing and Finance Research*, 4(7), 51-83.
- B? Tài chính Việt Nam. (2020, March 16). Quyết định số 345/QĐ-BTC phê duyệt đề án áp dụng chuẩn mực Báo cáo tài chính tại Việt Nam. Hanoi.
- Boumediene, S. L., Nafti, O., & Boumediene, E. (2014). The Impact of IFRS Adoption During the 2008 Financial Crisis on the Relationship between Yield and Accounting Variables: Accounting & Taxation, 6(1), 51-67. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2391374
- BOUVIER, S. (2020, June). IPE. Retrieved from <https://www.ipe.com/home/accounting-matters-will-ifrs-9-cause-a-new-crisis/10045841.article>
- Ferrer, R. C., & Ferrer, G. J. (2011). The relationship between profitability and the level of compliance to the international financial reporting standards (ifrs): an empirical investigation on publicly listed corporations in the Philippines. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 15(4), 61-82.
- FSB. (2015). Retrieved september 13, 2021, from <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/September-Plenary-press-release.pdf>
- G20. (2012). Retrieved september 13, 2021, from https://www.mofa.go.jp/policy/economy/g20_summit/2012/pdfs/declaration_e.pdf
- Irvine, H. J., & Lucas, N. (2006). The globalization of accounting standards: the case of the United Arab Emirates. Retrieved from <https://ro.uow.edu.au/commpapers/219/>
- John, O. O. (2018). Adoption of IFRS in Nigeria: Challenges and the way forward. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(8), 426 - 440.
- Merve, K., U. A., & Ba?ak, A. (2014). Preparedness for and perception of IFRS for SMEs: evidence from Turkey. *Accounting and Management Information Systems*, 13(3), 492-519.
- OLADEJI, W. S., & Agbesanya, E. O. (2019). Benefits and Challenges of Adoption of International Financial Reporting Standards. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, III(VI), 2454-6186.
- World Bank. (2017). Retrieved september 13, 2021, from <https://www.ifrs.org/news-and-events/news/2017/05/ifrs-foundation-and-world-bank-deepen-cooperation/>

QUY TRÌNH KIỂM TOÁN VÀ KIỂM SOÁT CHUNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

TS. Nguyễn Vĩnh Khương*

Kiểm toán công nghệ thông tin (CNTT) giúp đánh giá tính hiệu quả các thiết kế, chiến lược trong kiểm soát nội bộ tại một đơn vị đồng thời đảm bảo tính toàn vẹn của hệ thống thông tin và các dữ liệu trong báo cáo tài chính, ngăn chặn những rủi ro tiềm ẩn ảnh hưởng tới hoạt động của tổ chức. Mục đích của bài viết khái quát quy trình kiểm toán công nghệ thông tin, và các bước kiểm soát chung. Chính sách CNTT là cần thiết để bảo vệ và hoạt động hiệu quả của doanh nghiệp và tất cả các bên liên quan. Tuy nhiên, điều quan trọng là chính sách này cần thay đổi phù hợp với nhu cầu và chiến lược của đơn vị.

• Từ khóa: kiểm toán công nghệ thông tin, kiểm soát chung.

Information technology audits aides evaluate the effectiveness of designs and strategies in internal control in a firm while ensuring the integrity of information systems and data in financial reports. prevent potential risks affecting the organization's operations. The purpose of the article outlines the information technology audit process and IT general controls. IT policy is essential to the protection and efficient operation of your business and all stakeholders. However, it is important that this policy needs to change in accordance with the needs and strategy of the entity.

• Keywords: information technology audit, IT management general controls.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Đặt vấn đề

Kiểm toán CNTT là việc kiểm soát các hoạt động được vận hành trong hạ tầng CNTT, nhằm xác định chúng là các tài sản được bảo vệ an toàn, duy trì tính toàn vẹn dữ liệu, và hoạt động có hiệu quả nhằm đạt các mục tiêu của tổ chức. Những đánh giá này có thể thực thi trong việc kết hợp kiểm toán báo cáo tài chính, kiểm toán nội bộ, hoặc những hình thức khác. Đối tượng của kiểm toán CNTT là báo cáo tài chính và sự vận hành của hệ thống trong doanh nghiệp.

Kiểm toán viên tìm hiểu hệ thống thông tin liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính, bao gồm các quy trình kinh doanh có liên quan, gồm các nội dung sau:

- Các nhóm giao dịch hoạt động của đơn vị có tính chất quan trọng đối với báo cáo tài chính.

- Các thủ tục được thực hiện trong hệ thống CNTT hoặc thủ công để tạo lập, ghi chép, xử lý, chỉnh sửa các giao dịch, ghi nhận vào Sổ cái và trình bày báo cáo tài chính.

- Các tài liệu kế toán liên quan, các thông tin hỗ trợ và các khoản mục cụ thể trên báo cáo tài chính được dùng để tạo lập, ghi chép, xử lý và báo cáo.

- Cách thức hệ thống tiếp nhận các sự kiện và tình huống có tính chất quan trọng đối với báo cáo tài chính (không bao gồm các giao dịch).

- Quy trình lập và trình bày báo cáo tài chính của đơn vị, bao gồm cả các ước tính kế toán và thông tin thuyết minh quan trọng.

Tùy vào mức độ liên quan và tác động của hệ thống đó lên báo cáo tài chính, mà KTV sẽ xác định và tiến hành các thủ tục kiểm toán phù hợp cho từng hệ thống dựa trên tính hiệu quả và hữu hiệu cho cả doanh nghiệp được kiểm toán và kiểm toán viên. Kiểm toán CNTT giúp đánh giá tính hiệu quả các thiết kế, chiến lược trong kiểm soát nội bộ tại một đơn vị đồng thời đảm bảo tính toàn vẹn của hệ thống thông tin và các dữ liệu

* Trường Đại học Kinh tế - Luật _ĐHQG TP. HCM

đưa lên báo cáo tài chính, ngăn chặn những rủi ro tiềm ẩn ảnh hưởng tới hoạt động của tổ chức.

2. Chính sách kiểm soát và quản trị công nghệ thông tin

Thành phần trên cùng của yếu tố này và hệ thống phân cấp điều khiển ứng dụng làm nổi bật tầm quan trọng của các chính sách CNTT và kiểm soát quản trị cấp cao nhất. Chính sách CNTT là cần thiết để bảo vệ và hoạt động hiệu quả của một doanh nghiệp và năng suất của tất cả các bên liên quan. Tuy nhiên, điều quan trọng là phải cân nhắc cẩn thận các chính sách này với tổ chức cụ thể nhu cầu và chiến lược.

Sơ đồ 1: Phân cấp điều khiển hoạt động công nghệ thông tin

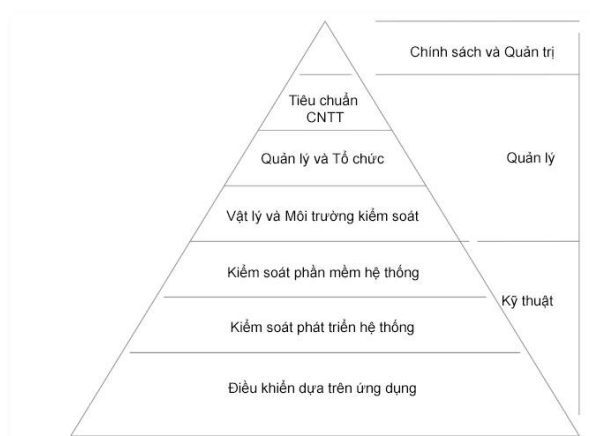


EXHIBIT 9.3 IT Operations Control Hierarchy

Các chính sách CNTT nên thực tế, thích ứng và hiệu quả. Chính sách tốt nhất được phát triển và thực hiện bởi cá nhân có năng lực chuyên sâu bao gồm quản lý CNTT cấp cao và các giám đốc điều hành chính từ mọi bộ phận bị ảnh hưởng bởi các chính sách CNTT này cũng như quản lý doanh nghiệp cao cấp. Điều này tạo ra quyền sở hữu có trách nhiệm của chính sách CNTT chức năng quản lý, bộ phận hoặc chức năng chịu trách nhiệm tạo, giao tiếp, giám sát, thay đổi và thực thi chính sách CNTT. “Nhiệm vụ” đầu tiên của nó nên được phát triển chính sách dựa trên những gì doanh nghiệp cần và sau đó thiết lập quy trình và các thủ tục cho mọi thứ từ mua sắm phần mềm và bảo mật thông tin đến tuân thủ và khắc phục thảm họa. Theo Moeller (2013), có nhiều nhu cầu khác nhau về chính sách CNTT, nhưng nhìn chung doanh nghiệp nên xem xét phát triển các chính sách CNTT bao gồm các lĩnh vực sau:

- Kiểm soát tất cả các cấp và loại chi phí CNTT.
- Tối ưu hóa tài sản CNTT, với mục tiêu cải thiện hiệu suất.
- Đơn giản hóa và kiểm soát nội bộ cải tiến quy trình CNTT.
- Tổ chức còn lại và tuân thủ luật, quy định và tiêu chuẩn thời gian.
- Giám sát và thực thi bảo mật CNTT và tính tuân thủ của nhân viên.

Chính sách CNTT của doanh nghiệp nên cung cấp liên kết hoặc điểm neo cho quản lý khác và kiểm soát kỹ thuật. Khi có câu hỏi về bất kỳ quản trị CNTT cấp thấp hơn, cần có một quy trình rõ ràng được thành lập và được phê duyệt chính sách. Không có định nghĩa duy nhất về quản trị CNTT cho thấy rằng quản trị CNTT có nghĩa là những góc nhìn khác nhau đối với đối tượng khác nhau. Quy trình quản trị CNTT này bao gồm việc ưu tiên và biện minh cho đầu tư CNTT. Quy trình bao gồm kiểm soát chi tiêu, chẳng hạn như ngân sách và mức ủy quyền. Quản trị CNTT chủ yếu kết nối giữa hoạt động kinh doanh, quản lý và hoạt động liên quan đến CNTT của doanh nghiệp. Các chính sách cần nêu bật tầm quan trọng của các vấn đề liên quan đến CNTT và nhấn mạnh rằng quyết định chiến lược về CNTT nên được kiểm soát bởi các cấp quản lý doanh nghiệp cao cấp nhất, bao gồm cả ban giám đốc, thay vì chỉ quản lý CNTT cấp cao, chẳng hạn như giám đốc thông tin (CIO).

3. Quy trình chung của kiểm toán công nghệ thông tin

Với mỗi doanh nghiệp nhất định, sẽ có cách thức và phạm vi kiểm toán khác nhau. Tùy theo độ phức tạp của hệ thống, bộ phận kiểm toán thông thường có thể đặt ra yêu cầu kiểm toán hệ thống thông tin với sự hỗ trợ của bộ phận Tư vấn và quản trị rủi ro CNTT và phạm vi thực hiện được thống nhất sau khi có sự thảo luận giữa 2 bên. Theo Moeller (2010), quy trình kiểm toán thường được chia thành ba giai đoạn chính:

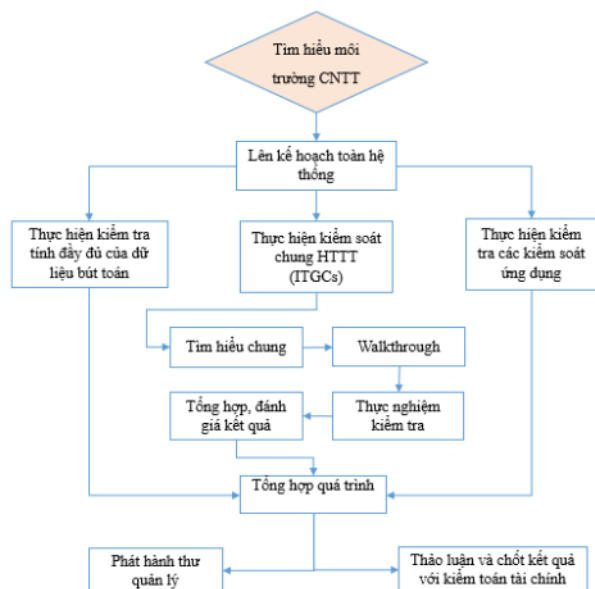
Giai đoạn 1: Lập kế hoạch và xác định rủi ro

Giai đoạn 2: Thực hiện kiểm toán

Giai đoạn 3: Hoàn thành kiểm toán

Quy trình trên được tóm tắt như sau:

Sơ đồ 2: Quy trình quản lý và thực hiện kiểm toán CNTT



Để đạt được mức độ hợp lý và chính xác cho báo cáo tài chính, bộ phận kiểm toán hệ thống thông tin tiến hành kiểm soát trên ba nội dung sau:

- Các kiểm soát chung CNTT
- Các kiểm soát ứng dụng
- Kiểm tra tính đầy đủ của dữ liệu bút toán

4. Các kiểm soát chung của kiểm toán công nghệ thông tin

Kiểm soát chung CNTT là việc rà soát các kiểm soát hỗ trợ việc tiếp tục hoạt động của ứng dụng và kiểm soát thủ công công nghệ thông tin. Kiểm soát các thông tin đầy đủ và chính xác được tạo ra bởi thực thể nhất định.

Trong phạm vi kiểm toán các kiểm soát chung CNTT, có 3 quy trình chính cần tiến hành kiểm tra, đó là:

- Quản lý thay đổi (Manage change);
- Quản lý truy cập (Manage Access);
- Các quy trình quản lý vận hành CNTT (Manage IT Operation).

Dựa vào quy trình CNTT của mỗi doanh nghiệp, ta sẽ xác định các rủi ro liên quan, hệ thống kiểm soát nội bộ được xây dựng để giảm

thiểu rủi ro tương ứng, và tùy vào bản chất của quy trình CNTT ở mỗi doanh nghiệp và những yếu tố có liên quan, ta sẽ đưa ra các chiến lược và cách kiểm thử cụ thể cho từng quy trình. Do đó, các nội dung chi tiết của từng quy trình bên dưới sẽ được trình bày theo quy trình CNTT và chỉ được nêu một cách tổng quan nhất

4.1. Quy trình quản lý thay đổi

Những hệ thống và ứng dụng đang được sử dụng trong doanh nghiệp vì một vài lý do mà cần phải được thay đổi thì những thay đổi nào có ảnh hưởng các yếu tố liên quan về tài chính thì phải được xét duyệt, kiểm tra, xem xét trước khi được đưa vào ứng dụng.

Rủi ro thường xảy ra	Kiểm soát được sử dụng
Thay đổi không phù hợp	Thay đổi được đề xuất và xem xét.
Thay đổi không đúng chức năng như mô tả hoặc yêu cầu do không được kiểm thử	Thay đổi được kiểm thử. Kiểm thử được thực hiện trong thời gian lập trình và được sự chấp nhận người dùng. Kết quả được lưu lại và được xác nhận bởi người có thẩm quyền.
Thay đổi được thực hiện bởi những cá nhân không phù hợp	Thay đổi được phê duyệt. Thay đổi được thực hiện bởi những các nhân có thẩm quyền và được lưu lại.
Thay đổi không phù hợp bởi những các nhân không có thẩm quyền	Thay đổi được theo dõi giám sát. Các thay đổi được ghi nhận vào log file và được giám sát khi thực hiện.
Thay đổi không phù hợp bởi việc lạm quyền	Đảm bảo sự phân chia về nhiệm vụ. Người đề xuất/lập trình và người phê duyệt không được phép cùng một người. Người lập trình và người đưa vào môi trường thực không được phép cùng một người. Người đưa thay đổi vào môi trường thực và giám sát sau khi thay đổi không cùng là một người. Bên thứ ba sẽ được giám sát khi truy cập thực hiện thay đổi vào môi trường vận hành.

4.2. Quy trình quản lý truy cập

Trong mỗi hệ thống đều có sự phân quyền đối với từng tài khoản người sử dụng. Việc rà soát các kiểm soát giúp kiểm tra rằng chỉ những người có thẩm quyền mới được truy cập vào nguồn dữ liệu trong hệ thống và chỉ thực hiện được những chức năng đã được quy định trước, đồng thời kiểm soát sự bảo mật thông tin trong các hệ thống của doanh nghiệp

- Tóm tắt quy trình Quản lý truy cập:
 - Thiết lập mật khẩu
 - + Theo những quy định, công ty có thiết lập mật khẩu đối với những thành phần then chốt. Ví dụ như về độ dài, độ phức tạp của mật khẩu,....
 - + Rủi ro: Các thiết lập được cài đặt có sai lệch so với quy định
 - + Hoạt động kiểm soát: Người có thẩm quyền phê duyệt kết quả sau khi thiết lập
 - Truy cập vào các chức năng đặc quyền CNTT:
 - + Dữ liệu kiểm soát truy cập và ứng dụng trên OS và Database được giới hạn chỉ một số cá nhân phòng CNTT mới được truy cập
 - + Rủi ro: Các cá nhân không đủ thẩm quyền nhưng được cấp quyền truy cập vào các chức năng đặc quyền
 - + Hoạt động kiểm soát: Rà soát truy cập vào các nội dung đặc quyền, Kiểm soát truy cập của người dùng
 - Truy cập người dùng được phân quyền và thiết lập phù hợp
 - + Rà soát quyền truy cập người dùng định kỳ:
 - + Mỗi 6 tháng, phòng CNTT liên hệ với các trưởng bộ phận xác nhận danh sách người dùng hiện tại với chức vụ của họ để điều chỉnh nếu cần thiết.
 - + Rủi ro: Một số bộ phận không kiểm soát hết quyền của người dùng
 - + Hoạt động kiểm soát: Danh sách kiểm soát người dùng cần được phê duyệt bởi trưởng bộ phận sau khi kiểm soát
 - Tạo người dùng mới:
 - + Người dùng điền vào phiếu yêu cầu tạo tài khoản mới trên hệ thống. Phiếu yêu cầu phải được ký bởi người yêu cầu và được phê duyệt bởi Trưởng bộ phận. Sau đó sẽ gửi phiếu yêu cầu qua cho bộ phận CNTT. Bộ phận CNTT sẽ dựa trên Phiếu yêu cầu và tiến hành tạo tài khoản và cấp quyền cho người dùng mới. Sau đó sẽ ký vào Phiếu yêu cầu để xác nhận.
 - + Rủi ro: Yêu cầu không được phê duyệt bởi Trưởng bộ phận, Không có sự tách biệt giữa

người yêu cầu, người phê duyệt, người tiến hành tạo, Gán quyền cho người dùng mới không đúng với yêu cầu...

+ Hoạt động kiểm soát: Phiếu yêu cầu phải được phê duyệt bởi Trưởng bộ phận

• Điều chỉnh quyền truy cập người dùng:

+ Khi có nhu cầu điều chỉnh quyền truy cập cho người dùng, Trưởng bộ phận sẽ điền và ký vào Phiếu yêu cầu điều chỉnh quyền cho người dùng. Sau đó sẽ gửi Phiếu đến cho bộ phận CNTT để gán, điều chỉnh quyền. Sau khi hoàn tất CNTT sẽ ký vào phiếu để xác nhận.

+ Rủi ro: Có sự sai lệch giữa quyền được yêu cầu và quyền được gán, Quyền yêu cầu không phù hợp với chức vụ, người tiến hành điều chỉnh quyền truy cập không đủ thẩm quyền,...

+ Hoạt động kiểm soát: Phiếu yêu cầu phải được phê duyệt bởi Trưởng bộ phận, người chỉnh sửa quyền phải có đủ thẩm quyền,...

• Xóa tài khoản, quyền truy cập của người dùng (Nghỉ việc):

+ Mỗi tháng phòng Nhân sự sẽ gửi danh sách các nhân viên nghỉ việc đến phòng CNTT để xóa tài khoản, quyền truy cập và CNTT sẽ thiết lập ngày hết hạn phù hợp cho từng tài khoản.

+ Rủi ro: Nhân viên đã nghỉ việc nhưng tài khoản vẫn truy cập vào tài khoản được

+ Hoạt động kiểm soát: Quyền truy cập của người dùng phải được khóa đúng lúc

• Kiểm soát hoạt động của người dùng

+ Tất cả các hoạt động đăng nhập được ghi nhận tự động vào log. Tuy nhiên những log này không được rà soát định kỳ để kiểm tra đăng nhập vi phạm.

+ Rủi ro: Các hoạt động vi phạm truy cập không được giải quyết trong khoảng thời gian phù hợp

+ Hoạt động kiểm soát: Những có kiểm soát thay thế là nếu đăng nhập không thành công 5 lần thì tài khoản sẽ bị khóa, và người dùng phải liên hệ trực tiếp với phòng CNTT để mở khóa tài khoản.

4.3. Các quy trình quản lý vận hành CNTT

Mục tiêu của việc quản lý quá trình hoạt động công nghệ thông tin là cung cấp một môi trường công nghệ đáng tin cậy được chuẩn bị cho các vấn đề vận hành thông thường. Việc quản lý này xác định các rủi ro để đạt được mục tiêu đó liên quan đến báo cáo tài chính do sự mất mát của các chương trình và dữ liệu ứng dụng công nghệ thông tin; việc xử lý thông tin không đầy đủ khi giám sát là trách nhiệm của nhân viên công nghệ thông tin trong tổ chức đó.

Tóm tắt quy trình Quản lý hoạt động các tác vụ công nghệ thông tin khác:

- Sao lưu dữ liệu:

- + Doanh nghiệp sao lưu dữ liệu hàng ngày, hàng tuần và hàng tháng tự động bằng ứng dụng sao lưu dữ liệu và kết quả sao lưu sẽ được lưu trữ. Sau khi sao lưu được thực hiện, hệ thống tự ghi nhận kết quả sao lưu. Nếu sao lưu không thành công thì hệ thống sẽ cảnh báo và bộ phận CNTT sẽ tiến hành kiểm tra và thực hiện lại sao lưu.

- + Rủi ro: Sao lưu không thành công nhưng không cảnh báo, Không xử lý sao lưu thất bại trong thời gian hợp lý, Không có sự kiểm soát quá trình sao lưu,...

- + Hoạt động kiểm soát: Phòng CNTT sẽ ghi nhận kết quả sao lưu và tiến hành sao lưu lại nếu thất bại vào ngày tiếp theo

- Khôi phục dữ liệu

- + Khôi phục dữ liệu được thực hiện bởi nhà cung cấp 3 tháng 1 lần bằng cách sử dụng công cụ khôi phục. Dữ liệu sao lưu được phục hồi đến bộ phận CNTT. Dữ liệu được khôi phục được kiểm tra và phê duyệt bởi những người có thẩm quyền.

- + Rủi ro: Không khôi phục dữ liệu định kỳ, Dữ liệu khôi phục không thành công, Không có kiểm soát quá trình khôi phục dữ liệu

- + Hoạt động kiểm soát: Dữ liệu được khôi phục được kiểm tra và phê duyệt bởi những người có thẩm quyền.

- Quản lý sự cố và vấn đề công nghệ thông tin

- + Tất cả sự cố được quản lý tập trung và phân tích trên hệ thống quản lý tập trung bao gồm

cấu trúc, thay đổi chương trình, lịch làm việc... Người dùng phải đưa phiếu yêu cầu qua hệ thống để thông báo sự cố. Bộ phận CNTT sẽ nhận thông báo về sự cố và để gán nhân sự để giải quyết tùy theo các loại sự cố. Sau khi xử lý sự cố thì Bộ phận CNTT sẽ gửi mail thông báo đến người dùng. Các vấn đề, sự cố sẽ được thảo luận trong các cuộc họp hàng tháng

- + Rủi ro: Sự cố không được giải quyết trong thời gian hợp lý, Không có sự kiểm soát trong và sau khi xử lý sự cố/ vấn đề,...

- + Hoạt động kiểm soát: Các sự cố, vấn đề được ghi nhận, báo cáo trên hệ thống, và được xử lý trong thời gian hợp lý

5. Kết luận

Hầu hết các doanh nghiệp ngày nay phát triển các quy trình hoạt động của họ thông qua các tài nguyên Internet và tư nhân. Danh mục dịch vụ CNTT là một công cụ quản trị và chức năng quan trọng và có giá trị đối với nhiều doanh nghiệp. Bởi vì quản lý CNTT đặt ra các tiêu chuẩn và kiểm soát những tài nguyên nào được liệt kê như các dịch vụ CNTT trong danh mục và vì danh mục đó phác thảo các tùy chọn có sẵn cho cộng đồng người dùng CNTT doanh nghiệp, danh mục dịch vụ được tổ chức tốt và được kiểm soát có thể là yếu tố quan trọng của COSO hiệu quả kiểm soát và quản trị CNTT. Các hoạt động kiểm soát CNTT cần tuân thủ quy định phân chia trách nhiệm, kiểm soát quản lý. Các hoạt động này được thực hiện ở kiểm toán nội bộ và quản lý cấp cao có chuyên môn. Từ đó, tạo tiền đề cho hoạt động kiểm toán hoạt động CNTT được diễn ra dựa trên các chính sách và hoạt động quản trị CNTT có sẵn tại doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

Moeller, R. R. (2013). *Executive's Guide to COSO Internal Controls: Understanding and Implementing the New Framework*. John Wiley & Sons.

Moeller, R. R. (2010). *IT audit, control, and security (Vol. 13)*. John Wiley & Sons.

YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN GIÁ DỊCH VỤ ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC KỶ VỌNG THEO QUAN ĐIỂM NGƯỜI HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG ĐOÀN

TS. Vũ Thị Kim Anh* - Ths. Trần Thị Toan*

Bài viết đo lường và đánh giá mức độ ảnh hưởng của 6 nhân tố: tổ chức điều phối chương trình, giảng viên, chương trình đào tạo, phương pháp dạy và học, cơ sở vật chất và kỳ vọng bản thân của sinh viên đến mức kỳ vọng giá dịch vụ đào tạo đại học tại Trường Đại học Công đoàn. Kết quả cho thấy cả 6 nhân tố có quan hệ thuận chiều với mức giá dịch vụ đào tạo đại học kỳ vọng. Nhân tố tác động mạnh nhất là chương trình đào tạo, tiếp đến là nhân tố giảng viên. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đã đưa ra một số khuyến nghị phù hợp nhằm cải tiến và nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo đại học hướng đến phát triển bền vững giáo dục đại học cho Trường Đại học Công đoàn.

• Từ khóa: giá dịch vụ, đào tạo, đại học, kỳ vọng, người học.

The research measured and evaluated the influence of 6 factors, namely: program coordination organization, lecturers, training programs, teaching and learning methods, facilities and personal expectations of students to the expected price of higher education services at Trade Union University. The results show that all 6 factors had positive effects on the expected price of higher education services. The training program had the strongest impact on the expected price of higher education services, followed by the lecturer factor. On that basis, we propose appropriate recommendations to improve and enhance the quality of higher education services towards sustainable development of higher education for Trade Union University.

• Keywords: price of services, training, university, expectations, learners.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Giới thiệu

Trong giai đoạn hội nhập quốc tế toàn diện và sâu sắc như hiện nay, chất lượng đào tạo đại học của các trường phải được đánh giá bởi khách hàng và kết quả đánh giá là cơ sở để các trường xây dựng kế hoạch cải tiến nhưng không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo của nhà trường. Do

đó, sự sẵn lòng chi trả thêm được đo lường ở số tiền hoặc phần trăm chi trả thêm cho sản phẩm có tính năng vượt trội so với giá thông thường. Vì vậy, việc xây dựng giá dịch vụ đào tạo đại học (DVĐTĐH) đều phải được xác định trên cơ sở chia sẻ chi phí đào tạo của các cơ sở đào tạo với người học hoặc người chi trả thông qua cơ chế giám sát chất lượng hoạt động đào tạo của nhà trường có tương xứng với chi phí mà họ đã bỏ ra hay không, từ đó quyết định việc có tiếp tục lựa chọn dịch vụ của nhà trường. Để góp phần xã hội hóa tìm kiếm các nguồn lực tài chính cho phát triển bền vững các trường đại học công lập thì giá DVĐTĐH cần phải được xác định phù hợp vì nếu xác định không hợp lý (thấp hơn chi phí đào tạo) sẽ ảnh hưởng tới chất lượng, nội dung chương trình đào tạo, thu nhập giảng viên,... ngược lại nếu giá DVĐTĐH đưa ra cao hơn so với khả năng chi trả của người học thì sinh viên sẽ có thể bỏ học, hoặc chọn trường khác, khó để đảm bảo trang trải các khoản chi phí thường xuyên và để tái đầu tư của nhà trường.

Jongbloed (2004) cho rằng Giá DVĐTĐH là một nguồn thu cho các trường đại học gọi là học phí, nó đóng vai trò trong việc phân chia các nguồn lực sẵn có và đưa ra những tín hiệu về giá cả cho người tiêu dùng (người học). Phùng Xuân Nhạ và Phạm Xuân Hoan (2016) cho rằng những tín hiệu mà giá DVĐTĐH cung cấp giúp cho sinh viên sử dụng các nguồn lực một cách hợp lý hơn. Dựa vào đó, sinh viên lựa chọn chương trình phù

* Trường Đại học Công đoàn

hợp với khả năng chi trả của bản thân và gia đình, cũng như những kỳ vọng về nghề nghiệp và mức thu nhập trong tương lai. Nếu mức học phí của một chương trình học cao hơn so với khả năng chi trả và kỳ vọng về thu nhập trong tương lai, sinh viên có thể cân nhắc việc không học đại học, hoặc lựa chọn một chương trình học khác tại một trường đại học khác phù hợp hơn. Nghiên cứu của Callender (2006) đã kết luận thông qua việc nộp học phí, sinh viên nhận thức được quyền lợi của mình. Mức học phí mà sinh viên phải trả càng cao, những lợi ích mà họ trông đợi từ nhà trường càng lớn. Như vậy, có thể thấy giá DVĐTĐH có tác động đến cả nhà trường và sinh viên trong việc nâng cao chất lượng giảng dạy và học tập, nhờ đó góp phần nâng cao chất lượng của toàn hệ thống giáo dục đại học.

Mizutani & cộng sự (2015) cho rằng quy mô của trường đại học, chất lượng của trường đại học, yếu tố về vị trí địa lý và cạnh tranh và trợ cấp cho các trường đại học có tác động tích cực đến việc xác định mức học phí tại các trường đại học ở Nhật Bản. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy học phí đại học ở các trường có uy tín sẽ cao hơn học phí ở các trường đại học có uy tín thấp hơn. Bên cạnh đó, quy mô của các Trường đại học lớn và khả năng trợ cấp của chính phủ lớn hơn có xu hướng giảm mức học phí đối với sinh viên. Như vậy, có thể thấy, uy tín của các trường đại học ở Nhật Bản cũng có ảnh hưởng đến mức học phí tại các cơ sở giáo dục này.

Phùng Xuân Nhạ và Phạm Xuân Hoan (2016) thông qua mô hình Hedonic đã lượng hóa mối quan hệ giữa mức độ sẵn sàng chi trả của người học và một số yếu tố chất lượng của giáo dục đại học công lập Việt Nam, bao gồm ngành, nhóm ngành đào tạo, hình thức đào tạo theo niên chế và tín chỉ, khả năng tìm công ăn việc làm của người học. Nghiên cứu đã phát hiện ra người học không thực sự muốn chi trả cho một số yếu tố chất lượng, mà hiện tại các cơ sở giáo dục đại học rất quan tâm: điều kiện về cơ sở vật chất; tỷ lệ giảng viên cơ hữu; tỷ lệ giảng viên có học hàm PGS, GS; số lượng các công trình công bố quốc tế của cơ sở giáo dục đào tạo,...

Các công trình nghiên cứu đều cho thấy các nhân tố liên quan đến chất lượng đào tạo đều có ảnh hưởng đến mức giá GVĐTĐH kỳ vọng của

người học. Sinh viên được xem là khách hàng của các trường đại học. Kỳ vọng của sinh viên sẽ là những mong muốn được thụ hưởng các dịch vụ đào tạo có chất lượng cao. Do vậy, các trường cần tập trung vào phát triển, nâng cao các yếu tố nội sinh tác động đến chất lượng đào tạo sẽ có tác dụng làm gia tăng nguồn lực tài chính từ giá DVĐTĐH.

Vì vậy, mục tiêu của nghiên cứu này nhằm dự báo và đánh giá các nhân tố tác động tới mức kỳ vọng giá DVĐTĐH theo quan điểm người học tại trường ĐHCĐ.

2. Mô hình đề xuất và giả thuyết nghiên cứu

Mức sẵn lòng chi trả của khách hàng cho một loại dịch vụ khi sử dụng phụ thuộc vào giá trị kinh tế nhận được và mức độ hữu dụng của dịch vụ (Braidert, 2007). Theo đó, giá trị kinh tế và mức độ hữu dụng là hai yếu tố quyết định mức giá mà một người sẵn lòng chấp nhận chi trả là mức giá hạn chế hay mức giá tối đa. Như vậy, mức sẵn lòng chi trả (Mức kỳ vọng) giá DVĐTĐH được định nghĩa là mức giá cao nhất mà một cá nhân sẵn sàng chấp nhận chi trả cho một dịch vụ (Trần Quang Hùng, 2016). Tiếp thu kết quả nghiên cứu của Firdaus (2005), cùng với thang đo trong mô hình HEDPERF và những thang đo được hiệu chỉnh của Trần Quang Hùng (2016) phù hợp với tình hình thực tế giáo dục đại học của Việt Nam, trong nghiên cứu này tác giả đã sử dụng các thang đo đánh giá chất lượng đào tạo để đo lường mức kỳ vọng giá DVĐTĐH, từ đó đưa ra mô hình nghiên cứu được đề xuất như Hình 1.

Mô hình GDVDT

$$HPKV = \beta_0 + \beta_1 TCDP + \beta_2 GV + \beta_3 CTDT + \beta_4 PP + \beta_5 CSVC + \beta_6 KV + \varepsilon \quad (1)$$

Trong đó:

HPKV: Mức giá dịch vụ đào tạo đại học kỳ vọng

TCDP: Tổ chức và điều phối

GV: Giảng viên

CTDT: Chương trình đào tạo

PP: Phương pháp dạy và học

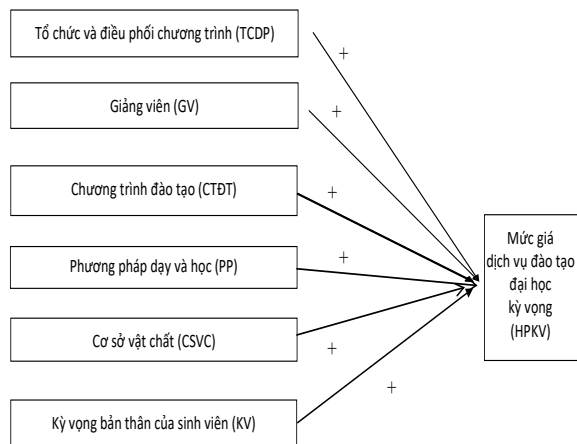
CSVC: Cơ sở vật chất

KV: Kỳ vọng bản thân của sinh viên

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$: Hệ số hồi quy

ε : Sai số

Hình 1. Mô hình nghiên cứu



Khi đó, giả thuyết đặt ra cụ thể là:

H1: Tổ chức và điều phối chương trình có tác động tích cực với mức giá DVĐTĐH kỳ vọng.

H2: Giảng viên có tác động tích cực với mức giá DVĐTĐH kỳ vọng

H3: Nội dung chương trình đào tạo có tác động tích cực với mức giá DVĐTĐH kỳ vọng

H4: Phương pháp dạy và học có tác động cùng chiều (+) với mức giá DVĐTĐH kỳ vọng

H5: Cơ sở vật chất có tác động tích cực với mức giá DVĐTĐH kỳ vọng

H6: Kỳ vọng bản thân của sinh viên có tác động tích cực với mức giá DVĐTĐH kỳ vọng

Các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu được mô tả ở Bảng 1

Bảng 1. Mô tả các biến trong mô hình

Mã biến	Tên biến	Nguồn
1. Tổ chức và điều phối chương trình		
TCDP1	Khi sinh viên có vấn đề, nhân viên hành chính thật sự quan tâm giúp sinh viên giải quyết vấn đề	Firdaus(2005), Farahmandian và ctg (2013)
TCDP2	Nhân viên hành chính luôn quan tâm và chăm sóc sinh viên chu đáo	
TCDP3	Nhân viên hành chính thể hiện thái độ tích cực đối sinh viên.	
2. Giảng viên		
GV1	Giảng viên luôn ứng xử lịch sự	Firdaus(2005)
GV2	Giảng viên luôn có thái độ tích cực đối với sinh viên	Firdaus (2005), Campos và ctg (2017)

Mã biến	Tên biến	Nguồn
GV3	Giảng viên có tác phong sư phạm tốt	Firdaus (2005), Chikazhe và cộng sự (2020)
GV4	Giảng viên luôn cung cấp thông tin phản hồi về sự tiến bộ của sinh viên trong quá trình học	Firdaus (2005), Chikazhe và cộng sự (2020)
GV5	Giảng viên có trình độ chuyên môn cao	Firdaus(2005), Farahmandian và cộng sự (2013), Trần Quang Hùng (2016)
GV6	Giảng viên cung cấp đầy đủ tài liệu cho sinh viên	
GV7	Giảng viên đánh giá, cho điểm chính xác	
3. Chương trình đào tạo		
CTDT1	Chương trình đào tạo của trường được cập nhật thường xuyên.	Firdaus (2005), Trần Quang Hùng (2016)
CTDT2	Các học phần trong chương trình đào tạo được gắn kết với nhau.	
CTDT3	Cách thức phân bổ thời gian của các môn học khác nhau có lợi cho việc học tập đầy đủ của sinh viên.	
CTDT4	Mục tiêu của chương trình đào tạo phù hợp với kỳ vọng của sinh viên	
CTDT5	Thời lượng các học phần phù hợp	
4. Phương pháp dạy và học		
PP1	Phương pháp giảng dạy thích hợp.	Firdaus (2005), Trần Quang Hùng (2016)
PP2	Phương pháp giảng dạy dựa trên thực tiễn	
PP3	Phương pháp giảng dạy hiện đại, ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông	
PP4	Phương pháp giảng dạy tập trung vào sinh viên	
PP5	Phương pháp giảng dạy phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo và vận dụng kiến thức, kỹ năng của sinh viên	Trần Quang Hùng (2016)
5. Cơ sở vật chất		
CSVC1	Phòng học tạo cảm giác thoải mái cho sinh viên	Trần Quang Hùng (2016), Chikazhe và cộng sự (2020)
CSVC2	Thư viện đủ chỗ ngồi, phòng học nhóm	
CSVC3	Có đủ trang thiết bị dạy và học	
CSVC4	Có trang thiết bị và sân bãi cho các hoạt động văn hóa, nghệ thuật và thể thao	

Mã biến	Tên biến	Nguồn
6. Kỳ vọng bản thân		
KV1	Học tập tại trường giúp tôi có được kiến thức chuyên môn cần thiết để làm việc	Fatima và cộng sự (2018), Trần Quang Hùng (2016)
KV2	Học tập tại trường giúp tôi có những kiến thức xã hội cần thiết	
KV3	Học tập tại trường giúp tôi có được các kỹ năng nghề nghiệp phù hợp với thị trường lao động hiện nay	
KV4	Học tập tại trường giúp tôi phát triển được các kỹ năng mềm để làm việc	
KV5	Học tập tại trường giúp tôi hoàn thiện ý thức và thái độ trong cuộc sống	

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng thông qua bảng hỏi khảo sát sử dụng thang đo Likert 5 mức độ (1-Rất không đồng ý; 5- Rất đồng ý) để đánh giá các nhân tố độc lập ảnh hưởng đến mức giá DVĐTĐH kỳ vọng.

Trong nghiên cứu này, mẫu được chọn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện có phân tổ theo ngành, năm học, khu vực sinh sống nhằm đảm bảo tính đại diện trong việc đánh giá mức kỳ vọng giá DVĐTĐH của sinh viên Trường ĐHCĐ (Khoa Bảo hộ lao động: 31; Khoa Công tác xã hội: 33; Khoa Kế toán: 32; Khoa Quản trị kinh doanh: 30; Khoa Quản trị nhân lực: 34; Khoa Luật: 39; Khoa Tài chính ngân hàng: 36). Cỡ mẫu được xác định theo số lượng biến trong mô hình. Mô hình nghiên cứu của bài báo có 6 biến, do vậy cỡ mẫu tối thiểu là 120 (Hair et al, 2010). Để thực hiện nghiên cứu, 300 phiếu khảo sát đã được phát đi, thu về 267 phiếu. Sau khi làm sạch dữ liệu số phiếu hợp được dùng để phân tích là 235. Đây là số phiếu phù hợp để thực hiện phân tích hồi quy tuyến tính bội bằng phần mềm SPSS để: (i) Tính giá trị trung bình của từng biến và các biến; (ii) Kiểm định độ tin cậy của thang đo; (iii) Phân tích nhân tố khám phá (EFA); (iv) Phân tích tương quan; (v) Phân tích hồi quy đa biến.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá thang đo

Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach Alpha các thang đo cho thấy tất cả đều từ 0,6 trở lên

(Bảng3) và các hệ số tương quan biến tổng của các thang đo đều cao hơn mức cho phép (lớn hơn 0.3) nên tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu.

Bảng 3. Hệ số Cronbach's Alpha

STT	Thang đo	Tên nhân tố	Cronbach's Alpha
1	TCDP	Tổ chức và điều phối	0,899
2	GV	Giảng viên	0,912
3	CTĐT	Chương trình đào tạo	0,887
4	PP	Phương pháp dạy và học	0,918
5	CSVC	Cơ sở vật chất	0,853
6	KV	Kỳ vọng bản thân của sinh viên	0,913

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS 22.0

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Hệ số Cronbach's alpha đã đảm bảo độ tin cậy của các thang đo. Nhằm phân tích giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các nhân tố ảnh hưởng đến mức kỳ vọng giá DVĐTĐH tại trường ĐHCĐ. Các nhân tố: TCDP, GV, CTĐT, PP, CSVC, KV được đưa vào phân tích EFA và sử dụng phép xoay ma trận để xác định số lượng nhân tố trích để từ đó tìm ra nhân tố mới qua Bảng 4.

Bảng 4. Kết quả KMO và kiểm định Bartlett

Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0,921	Chấp nhận
Mô hình kiểm định của Bartlett	Giá trị Chi bình phương	5708.671	
	Bậc tự do	406	
	Sig. (giá trị p)	.000	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS 22.0

Kết quả bảng 4 cho thấy: Với $0,5 < KMO = 0,921 < 1$, phân tích nhân tố được chấp nhận với bộ dữ liệu của nhân tố. Đồng thời, với kiểm định Bartlett = $0,000 < 0,05$, phân tích nhân tố là phù hợp; điều này cho thấy các thang đo của 6 nhân tố: TCDP, GV, CTĐT, PP, CSVC, KV đủ điều kiện để phân tích EFA. Trị số phương sai trích là 57.09%, điều này có nghĩa 57.09% thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát (Bảng 5).

Bảng 5. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Biến quan sát	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
GV3	.855					
GV5	.800					

Biến quan sát	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
GV1	.784					
GV4	.732					
GV2	.681					
GV7	.666					
CTDT3		.798				
CTDT2		.765				
CTDT1		.709				
CTDT4		.696				
CTDT5		.679				
PP4			.812			
PP5			.799			
PP3			.765			
PP2			.764			
PP1			.601			
CSVC3				.808		
CSVC4				.729		
CSVC1				.727		
CSVC2				.632		
TCDP3					.873	
TCDP2					.855	
TCDP1					.796	
KV1						0,912
KV2						0,905
KV3						0,883
KV5						0,825
KV4						0,820

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS 22.0

Trong bảng 5, các hệ số tải nhân tố đều đạt giá trị $> 0,6$, như vậy 29 biến quan sát của 6 nhân tố độc lập đều được chấp nhận. Các nhân tố không có sự thay đổi, chỉ có sự thay đổi về thứ tự của các biến trong từng nhân tố. Kết quả phân tích nhân tố khám phá phù hợp với thiết kế nghiên cứu ban đầu. Chứng tỏ các thang đo đảm bảo giá trị hội tụ và giá trị phân biệt.

4.3. Phân tích hồi quy đa biến

Kết quả kiểm định hệ số hồi quy cho thấy các biến độc lập đều có giá trị Signhò hơn 0.05, từ đó tác giả kết luận các biến độc lập tương quan và có ý nghĩa với mức kỳ vọng giá DVĐTĐH.

Bảng 6: Bảng phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến mức giá DVĐTĐH

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Kiểm định t	Mức ý nghĩa Sig	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận của biến	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
1	(Constant)	.124	.117		1.058	.291	
	TCDP	.063	.025	.101	2.529	.000	.693
	GV	.276	.032	.333	8.531	.000	.587
	CTDT	.329	.040	.360	8.207	.000	.464
	PP	.202	.040	.224	5.042	.000	.454
	CSVC	.184	.035	.195	2.338	.000	.541
	KV	.093	.069	.125	1.192	.000	.674
							1.483

a. Biến phụ thuộc: Mức kỳ vọng giá dịch vụ đào tạo đại học (HPKV)

Từ kết quả trong bảng trọng số hồi quy, xác định được phương trình hồi quy thông qua hệ số beta chuẩn hóa như sau:

$$HPKV = 0.360CTDT + 0.333GV + 0.224PP + 0.195CSVC + 0.125KV + 0.101TCDP \quad (2)$$

Mô hình có 6 biến CSVC, TCDP, GV, CTDT, PP, KV đều có $Sig. < 0,01$ do đó các biến này có ý nghĩa tương quan với biến KVHP với độ tin cậy 99%.

4.4. Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến

Bảng 6 cho thấy hệ số VIF của các biến độc lập đều nằm trong ngưỡng từ 0 đến 4, từ đó kết luận mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức kỳ vọng giá DVĐTĐH tại trường ĐHCĐ không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Kết quả cho thấy giá trị kiểm định $F = 178.159$ với mức ý nghĩa $Sig. = 0,000 < 0,05$. Điều này chứng tỏ rằng mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được. Giá trị R^2 hiệu chỉnh của mô hình hồi quy bằng 79,1% cho thấy các biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được 79.1 % sự thay đổi của biến phụ thuộc là mức giá DVĐTĐH kỳ vọng, còn lại 20,9 % là ảnh hưởng của các nhân tố khác ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Kết quả phân tích cho hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến độc lập đưa vào mô hình đều bé hơn 4 do đó có thể kết luận không có hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy, các biến độc lập không có sự tương quan với nhau.

5. Thảo luận kết quả và kết luận

Kết quả cho thấy cả 6 giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6 đều được chấp nhận do các nhân tố có tác động dương (hệ số Beta dương) đến mức kỳ vọng giá DVĐTĐH kỳ vọng với mức ý nghĩa $\text{Sig.} < 0.05$. Tuy nhiên tầm quan trọng của từng nhân tố theo mức độ ảnh hưởng giảm dần như sau: CTĐT, GV, PP, CSVC, KV và TCDP lần lượt đóng góp 27,1%, 25,1%, 16,87%, 14,68%, 9,41% và 7,6% vào việc tác động làm gia tăng mức giá DVĐTĐH kỳ vọng của sinh viên tại trường ĐHCĐ. Chứng tỏ các yếu tố chất lượng giáo dục càng tốt, càng được đánh giá cao thì giá dịch vụ đào tạo đại học mà sinh viên kỳ vọng sẽ tăng lên lần lượt là 27,1%, 25,1%, 16,87%, 14,68%, 9,41% và 7,6% so với mức giá hiện tại.

Do vậy, khi các trường đại học nói chung và trường ĐHCĐ nói riêng cải thiện các yếu tố này sẽ có tác dụng làm gia tăng nguồn lực tài chính từ giá DVĐTĐH, cụ thể:

Thứ nhất, thường xuyên rà soát đổi mới, cải tiến nội dung chương trình đào tạo theo hướng: chuẩn hoá - hiện đại hóa phù hợp với các trường trong khu vực và nhu cầu doanh nghiệp; cân đối giữa tỷ lệ lý thuyết và thực hành của từng ngành, từng môn học phù hợp yêu cầu người học và đáp ứng thị trường lao động.

Thứ hai, nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên bằng cách tạo điều kiện cho giảng viên cơ hội học tập; đẩy mạnh việc tạo nguồn và tuyển chọn giảng viên đảm bảo số lượng và chất lượng ổn định lâu dài; tăng thời gian nghiên cứu; điều chỉnh lại chế độ phụ cấp để giảng viên hạn chế làm thêm ngoài trường; tập trung nâng cao trình độ chuyên môn và phương pháp giảng dạy.

Thứ ba, tăng cường đầu tư cơ sở vật chất hiện đại đáp ứng nhu cầu ăn ở, thực hành, phòng học cần được đầu tư bảo đảm độ thông thoáng và số lượng cho ngồi hợp lý; thiết bị máy chiếu và micro phục vụ giảng dạy phải chuyên nghiệp của sinh viên, thích ứng với sự phát triển của Cách mạng công nghệ 4.0, phù hợp với phương pháp giảng dạy mới, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo, bởi đây là yếu tố tác động mạnh thứ tư đến mức giá DVĐTĐH kỳ vọng của sinh viên.

Kết luận

Bài viết này đã thực hiện khảo sát ảnh hưởng của các nhân tố thuộc chất DVĐTĐH tới mức giá DVĐTĐH kỳ vọng theo quan điểm người

học. Theo kết quả nghiên cứu, khi chất lượng đào tạo càng nâng cao, thỏa mãn mức độ hài lòng của người học thì họ sẵn sàng chi trả mức giá DVĐTĐH cao hơn. Vì vậy, xác định DVĐTĐH tại các trường đại học nói chung và trường ĐHCĐ nói riêng phải tương xứng với chất lượng dịch vụ đào tạo, nâng cao sức cạnh tranh, đảm bảo bù đắp chi phí đào tạo và có tích lũy để tái đầu tư các nguồn lực của trường.

Tài liệu tham khảo:

- Breidert, C. (2006), *Estimation of Willingness-to-Pay: Theory, Measurement, Application*, (Springer e-books.) Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Campos, D. F., dos Santos, G. S., và Castro, F. N. (2017), *Variations in student perceptions of service quality of higher education institutions in Brazil*, *Quality Assurance in Education*.
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., và Kakava, N. Z. (2020), 'The effect of perceived service quality, satisfaction and loyalty on perceived job performance: perceptions of university graduates', *Journal of Marketing for Higher Education*, 1-18.
- Callender, C. (2006), *Access to higher education in Britain: The impact of tuition fees and financial assistance*. In: Teixeira, P.N., Johnstone, D.B., Rosa, M.J. and Vossensteyn, J.J. (eds.) (2006), *Cost-sharing and accessibility in higher education: A fairer deal?* Douro Series: Higher Education Dynamics, Vol. 14. Dordrecht, The Netherlands: Springer.
- Farahmandian, S., Minavand, H., & Afshardost, M. (2013), 'Perceived service quality and student satisfaction in higher education', *Journal of Business and Management*, 12(4), 65-74.
- Jongbloed, B. (2004), *Tuition Fees in Europe and Australasia: Theory, Trends and Policies*. In Smart, J.C. (ed.), *Higher Education, Handbook of Theory and Research*, Vol. XIX. Dordrecht: Kluwer, 2004, pp. 241-309.
- Fatima, S., Ahmed, A., Fatima, S., và Fatima, N. (2018), 'The Role of Student Expectation and Service Quality in Higher Education Institutions of Pakistan', *Journal of Management and Research*, 5(2), 1-20.
- Firdaus A. (2005), 'HEdPERF versus SERVPERF: The quest for ideal measuring instrument of service quality in higher education sector', *Quality Assurance in Education*, Vol. 13, no. 4, pp.305 – 328.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Mizutani, F., Nakayama, N & Tanaka, T. (2015), *Determinants of University Tuition on Japan*, Kobe University. OECD [Organization for Economic Co-operation and Development] (2010), *Trends Shaping Education-2010*, Paris: OECD Publishing.
- Phùng Xuân Nhạ, Phạm Xuân Hoan (2016), 'Cơ sở khoa học cho việc xác định mức học phí giáo dục đại học: Kết quả từ mô hình HEDONIC', *Tạp chí kinh tế & phát triển*, số 226, tháng 4/2016.
- Trần Quang Hùng (2016), 'Chính sách học phí đại học của Việt nam', *Luận án tiến sĩ, Trường ĐH Kinh tế-ĐH Quốc gia Hà Nội*.

HỆ THỐNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRƯỚC BỐI CẢNH ÁP DỤNG IFRS TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

TS. Trần Thị Phương Thảo - Ths. Nguyễn Vũ Hoàng*

Chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế (IFRS) đã và đang nhận được sự quan tâm lớn từ các cơ quan ban ngành và các doanh nghiệp tại Việt Nam. Được thừa nhận rộng rãi trên toàn thế giới, quá trình chuyển đổi áp dụng IFRS kỳ vọng sẽ làm tăng tính minh bạch, trung thực của thông tin trên Báo cáo tài chính, giúp các doanh nghiệp dễ dàng hơn trong quá trình huy động vốn trên thị trường quốc tế cũng như góp phần nâng hạng cho thị trường chứng khoán Việt Nam. Bài nghiên cứu này sẽ tìm hiểu việc áp dụng Hệ thống chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế tại Việt Nam và phân tích những yêu cầu, thách thức đặt ra đối với hệ thống công nghệ thông tin của doanh nghiệp trước bối cảnh áp dụng IFRS.

• Từ khóa: chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế; công nghệ thông tin, áp dụng IFRS; CIO; phần mềm.

International Financial Reporting Standards (IFRS) has been receiving great attention from agencies and enterprises in Vietnam. Recognized widely around the world, the IFRS transition is expected to increase the transparency and faithful representation of information on the financial statements, making it easier for enterprises to raise capital in the international market as well as contributing to the upgrade of Vietnam's stock market. This study will explore the adoption of the International Financial Reporting Standards in Vietnam and analyze the requirements and challenges posed to the enterprise's information technology system in the context of IFRS adoption.

• Keywords: international financial reporting standards; information technology; IFRS adoption; CIO; software.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, nền kinh tế Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực. Trước bối cảnh đó, việc áp dụng Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế IFRS sẽ làm tăng tính minh bạch, trung thực của thông tin trên Báo cáo tài chính, giúp các doanh nghiệp dễ dàng hơn

trong quá trình huy động vốn trên thị trường quốc tế cũng như góp phần nâng hạng cho thị trường chứng khoán Việt Nam.

Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (IFRS - từ viết tắt của International Financial Reporting Standards) là một hệ thống các chuẩn mực kế toán do Ủy ban Chuẩn mực kế toán quốc tế (IASB), một cơ quan trực thuộc IFRS Foundation ban hành với mục đích tạo ra một chuẩn mực chung toàn cầu về kế toán, giúp cho các Báo cáo tài chính được trình bày nhất quán, minh bạch, tin cậy, có thể so sánh với nhau, không phân biệt lĩnh vực kinh doanh, quốc gia hay vùng lãnh thổ. IFRS đang ngày càng được nhiều quốc gia trên thế giới áp dụng hoặc cam kết áp dụng. Theo số liệu phân tích của IFRS Foundation cập nhật đến năm 2018, 156 trên tổng số 166 các quốc gia và vùng lãnh thổ đã thực hiện cam kết ủng hộ bộ chuẩn mực chung toàn cầu này, 144 quốc gia và vùng lãnh thổ đã yêu cầu áp dụng IFRS cho tất cả hoặc hầu hết các công ty đại chúng (IFRS Foundation, 2018).

Tại Việt Nam, IFRS đang nhận được sự quan tâm lớn từ các cơ quan ban ngành và các doanh nghiệp niêm yết. Ngày 16/03/2020, Bộ Tài chính đã ban hành Quyết định số 345/QĐ-BTC phê duyệt đề án áp dụng Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (IFRS) tại Việt Nam, mở ra cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận với tiêu chuẩn báo cáo tài chính quốc tế. Việc áp dụng IFRS sẽ đánh dấu bước tiến lớn của kế toán Việt Nam, thúc đẩy Việt Nam phát triển tiệm cận hơn với

* Trường Đại học Ngoại thương

sự phát triển của kế toán trên thế giới, đồng thời đưa Việt Nam vào bản đồ các quốc gia và vùng lãnh thổ có áp dụng IFRS. Điểm khác biệt cơ bản nhất giữa hai hệ thống chuẩn mực này là hệ thống chính sách và chuẩn mực của Việt Nam được ban hành theo hướng thận trọng, đề cao sự tuân thủ các quy định (rule-based), hạn chế các ước tính kế toán và các xét đoán, trong khi đó IFRS được tiếp cận theo hướng ban hành các nguyên tắc (principle-based), sử dụng nhiều ước tính kế toán, đòi hỏi sự linh hoạt cùng với những phán xét nghề nghiệp cần thiết. Tuy nhiên, việc chuyển đổi áp dụng IFRS không đơn thuần là câu chuyện về kế toán của riêng bộ phận kế toán mà gần như sẽ tác động đến tất cả bộ phận của doanh nghiệp, bao gồm nhân sự, tài chính, kế hoạch, hệ thống công nghệ thông tin, thuế, quản lý rủi ro và các thủ tục kiểm soát. Việc tập trung hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin trong doanh nghiệp là một bước quan trọng trong quá trình chuyển đổi áp dụng IFRS bởi chức năng báo cáo của kế toán chỉ có thể thực hiện được tốt trên nền tảng một hệ thống công nghệ thông tin kết nối, đáp ứng kịp thời nhu cầu về thông tin trong doanh nghiệp. Bài nghiên cứu này sẽ tìm hiểu việc áp dụng Hệ thống chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế tại Việt Nam và phân tích những yêu cầu, thách thức đặt ra đối với hệ thống công nghệ thông tin của doanh nghiệp trước bối cảnh áp dụng IFRS.

2. Lộ trình triển khai áp dụng IFRS tại Việt Nam

Lộ trình triển khai áp dụng IFRS tại Việt Nam được Bộ Tài chính ban hành theo Quyết định số 345/QĐ-BTC ngày 16 tháng 3 năm 2020. Không giống như những văn bản pháp luật khác thường không có nhiều lựa chọn cho doanh nghiệp để thực hiện, Quyết định này cho phép doanh nghiệp lựa chọn cách thức và thời điểm thực hiện việc chuyển đổi áp dụng báo cáo tài chính theo chuẩn mực IFRS. Đề án áp dụng Chuẩn mực báo cáo tài chính tại Việt Nam đặt mục tiêu xây dựng phương án, lộ trình và công bố, hỗ trợ áp dụng IFRS tại Việt Nam cho từng nhóm đối tượng cụ thể được xác định, phù hợp với thông lệ quốc tế; Ban hành mới và tổ chức thực hiện hệ thống chuẩn mực báo cáo tài chính Việt Nam (VFRS) theo nguyên tắc tiếp thu tối đa thông lệ quốc tế, phù hợp với đặc thù của nền kinh tế Việt Nam và nhu cầu của doanh nghiệp, đảm bảo tính khả thi trong quá trình thực hiện. Theo đó, lộ trình áp dụng IFRS

sẽ được chia làm ba giai đoạn, giai đoạn chuẩn bị (2019- 2021), giai đoạn tự nguyện từ năm 2022- 2055 và giai đoạn bắt buộc từ sau năm 2025.

Giai đoạn chuẩn bị (2019 - 2021)

Trong giai đoạn này, Bộ Tài chính chuẩn bị các điều kiện cần thiết cho việc áp dụng Chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế. Bộ Tài chính đã và đang thực hiện rất nhiều công việc như dịch IFRS ra tiếng Việt (dự kiến hoàn thành trong năm 2020); Nghiên cứu, xây dựng và ban hành các văn bản hướng dẫn áp dụng IFRS (dự kiến ban hành trong năm 2021); Đào tạo nguồn nhân lực...

Giai đoạn áp dụng tự nguyện (2022 đến 2025)

Trong giai đoạn áp dụng tự nguyện, các doanh nghiệp có nhu cầu và đủ nguồn lực tự nguyện được Bộ Tài chính lựa chọn trình bày báo cáo tài chính hợp nhất gồm: Công ty mẹ của tập đoàn kinh tế Nhà nước quy mô lớn hoặc có các khoản vay được tài trợ bởi các định chế tài chính quốc tế; Công ty mẹ là công ty niêm yết; Công ty đại chúng quy mô lớn là công ty mẹ chưa niêm yết; Các công ty mẹ khác. Các doanh nghiệp lựa chọn trình bày báo cáo tài chính riêng gồm: Các doanh nghiệp có 100% vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài là công ty con của công ty mẹ ở nước ngoài có nhu cầu và đủ nguồn lực, thông báo cho Bộ Tài chính trước khi tự nguyện áp dụng IFRS để lập báo cáo tài chính riêng.

Giai đoạn áp dụng bắt buộc (sau năm 2025)

Bộ Tài chính căn cứ nhu cầu, khả năng sẵn sàng của các doanh nghiệp và tình hình thực tế để quy định thời điểm cụ thể bắt buộc áp dụng IFRS cho từng đối tượng cụ thể.

Đối với báo cáo tài chính hợp nhất: Trên cơ sở đánh giá tình hình thực hiện áp dụng IFRS của giai đoạn 1, Bộ Tài chính căn cứ nhu cầu, khả năng sẵn sàng của các doanh nghiệp và tình hình thực tế, quy định phương án, thời điểm bắt buộc áp dụng IFRS để lập báo cáo tài chính hợp nhất cho từng nhóm doanh nghiệp thuộc các đối tượng cụ thể gồm: Công ty mẹ của tập đoàn kinh tế Nhà nước; Công ty mẹ là công ty niêm yết; Công ty đại chúng quy mô lớn là công ty mẹ chưa niêm yết; Công ty mẹ quy mô lớn khác, các công ty mẹ khác không thuộc đối tượng bắt buộc áp dụng nêu trên có nhu cầu và đủ nguồn lực, thông báo cho Bộ Tài chính trước khi tự nguyện áp dụng IFRS để lập báo cáo tài chính hợp nhất.

Đối với báo cáo tài chính riêng: Trên cơ sở đánh giá tình hình thực hiện áp dụng IFRS của giai đoạn 1, Bộ Tài chính căn cứ nhu cầu, khả năng sẵn sàng của các doanh nghiệp, pháp luật có liên quan và tình hình thực tế, quy định phương án, thời điểm áp dụng bắt buộc hoặc áp dụng tự nguyện IFRS để lập báo cáo tài chính riêng cho từng nhóm đối tượng, đảm bảo tính hiệu quả và khả thi.

3. Yêu cầu đặt ra đối với hệ thống công nghệ thông tin trước bối cảnh áp dụng IFRS tại Việt Nam

Khi áp dụng IFRS trong doanh nghiệp, bộ phận kế toán có thể biết rõ những yêu cầu cần tuân thủ và thậm chí có thể hình dung ra các kết quả, các báo cáo đầu ra. Tuy nhiên, bộ phận này lại không biết về phần mềm, phần cứng hay những thao tác để có thể tạo ra kết quả đó. Mặt khác, bộ phận công nghệ thông tin có thể biết tất cả về kỹ thuật của hệ thống máy tính, nhưng họ thiếu kiến thức về IFRS để có thể thực hiện những thay đổi phù hợp. Do vậy, việc áp dụng IFRS đòi hỏi sự kết hợp của ba nhân tố chính trong ban lãnh đạo cấp cao là Giám đốc điều hành (Chief Executive Officer - CEO), Giám đốc tài chính (Chief Financial Officer - CFO) và Giám đốc Công nghệ thông tin (Chief Information Officer - CIO) (Burnett và cộng sự, 2010) như được mô tả trong Hình 1:

Hình 1: Mô hình kết hợp của ban lãnh đạo

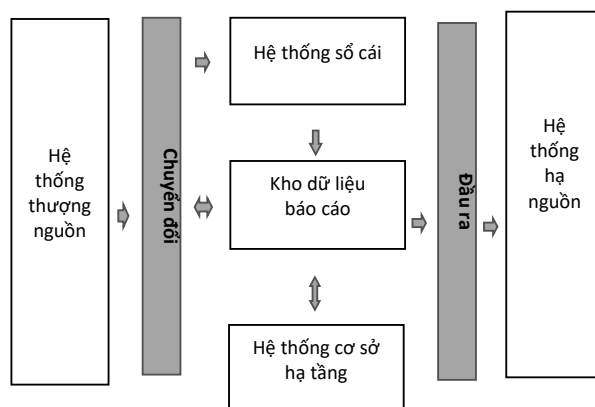


Nguồn: Burnett và cộng sự, 2010

Các CEO chịu trách nhiệm xây dựng tầm nhìn chiến lược của một doanh nghiệp. Liên quan đến việc áp dụng IFRS và mối quan hệ với bộ phận công nghệ thông tin, các CEO phải đảm bảo rằng các nghiên cứu về việc áp dụng IFRS và phát triển công nghệ thông tin đã nằm trong kế hoạch của doanh nghiệp. Vai trò trung tâm trong quá trình chuyển đổi sang IFRS nằm ở các CFO. Các

CFO sẽ xác định các mô hình báo cáo mới và đề ra các yêu cầu cần thiết phải tuân thủ. Với vai trò này, các CFO hoạt động như một mắt xích kết nối các CEO và CIO. Các CFO vạch ra các nguồn lực cần thiết để phát triển một hệ thống báo cáo dựa trên các IFRS và hỗ trợ các CEO xây dựng chiến lược phù hợp. Bên cạnh đó, các CFO cung cấp các thông tin đầu vào cho phép các CIO hiểu được những bước cần làm để thiết lập hệ thống theo IFRS. Trên cơ sở các thông tin nhận được, bộ phận công nghệ thông tin sẽ thu thập, chuẩn hóa dữ liệu, xử lý dữ liệu, cũng như kết nối mọi hoạt động từ tất cả các phòng ban bên trong doanh nghiệp, hoặc với các bên liên quan từ bên ngoài doanh nghiệp. Vai trò cụ thể của hệ thống công nghệ thông tin trong quá trình áp dụng IFRS được mô tả như sơ đồ 1 sau:

Sơ đồ 1: Minh họa hệ thống công nghệ thông tin trong doanh nghiệp



Nguồn: Deloitte, 2008

Thứ nhất, hệ thống thượng nguồn (Upstream systems). Hệ thống thượng nguồn bao gồm hệ thống các sổ phụ theo dõi cho từng đối tượng như sổ nhật ký mua hàng, sổ nhật ký bán hàng, sổ chi tiết nguyên vật liệu, sổ theo dõi tài sản cố định, các tài liệu liên quan đến các dự án của doanh nghiệp... Để đảm bảo quá trình áp dụng IFRS diễn ra hiệu quả, các doanh nghiệp Việt Nam cần nhận diện và cung cấp các dữ liệu được cập nhật kịp thời cả bên trong cũng như bên ngoài doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần xác định các dữ liệu bị bỏ sót do sự khác biệt trong quá trình hạch toán giữa IFRS và VAS cũng như đánh giá những cải tiến cần thiết đối với các hệ thống kế thừa.

Thứ hai, hệ thống sổ cái (General Ledger). Sổ cái là sổ kế toán tổng hợp dùng để ghi chép

các nghiệp vụ kinh tế, tài chính phát sinh trong niên độ kế toán theo tài khoản kế toán được qui định trong hệ thống tài khoản kế toán áp dụng cho doanh nghiệp. Định kỳ vào cuối mỗi kỳ kế toán, doanh nghiệp cần phải khóa sổ, cộng tổng sổ phát sinh bên Nợ và bên Có để tính ra số dư, tổng số phát sinh của từng tài khoản để làm cơ sở lập Bảng cân đối sổ phát sinh và các Báo cáo tài chính. Việc áp dụng IFRS đòi hỏi các doanh nghiệp cần đánh giá những thay đổi đối với hệ thống tài khoản do sự khác biệt của IFRS và VAS, xem xét quá trình đối chiếu giữa sổ phụ và sổ cái, các quy trình định khoản, lập báo cáo và hợp nhất báo cáo, các phương pháp ghi sổ... Việc xem xét lại các phương pháp phân bổ chi phí hiện hành để xác định những nguyên tắc cần phải điều chỉnh cũng là một yếu tố cần được coi trọng.

Thứ ba, kho dữ liệu báo cáo (Reporting Data Warehouses/Data Marts). Kho dữ liệu báo cáo trong doanh nghiệp gồm hệ thống các dữ liệu liên quan phục vụ cho việc lập các ước tính kế toán, chính sách kế toán hay xác định giá trị hợp lý đối với một số đối tượng. Chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế IFRS cho phép sử dụng nhiều ước tính kế toán trong khi đó Chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) đề cao tính thận trọng, hạn chế các yếu tố không chắc chắn do vậy ít sử dụng các ước tính kế toán. Tuy nhiên, điều này làm giảm sự phù hợp của các thông tin trên Báo cáo tài chính của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Do vậy, việc chuyển đổi sang IFRS sẽ dẫn tới một số thay đổi về yêu cầu đối với thông tin tài chính kế toán. Để đảm bảo thông tin được cung cấp một cách phù hợp và trung thực thì các dữ liệu để tạo ra thông tin đó cần phải chính xác. Trong khi đó, các dữ liệu chỉ có thể được kiểm chứng là chính xác nếu chúng được ghi lại và lưu trữ trên hệ thống. Vai trò của bộ phận công nghệ thông tin trong quá trình áp dụng IFRS chính là đảm bảo cho dữ liệu được lưu trữ nhằm mục đích cung cấp thông tin. Đối với các dữ liệu báo cáo hiện hành tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay cần phải được rà soát, kiểm tra tính sẵn sàng của các chức năng quản trị dữ liệu và cập nhật kho dữ liệu để phản ánh kịp thời, chính xác các luồng dữ liệu mới.

Thứ tư, hệ thống cơ sở hạ tầng (Infrastructure): Hệ thống cơ sở hạ tầng bao gồm các ứng dụng như các phần mềm trung gian và kho lưu trữ dữ liệu hoạt động - những ứng dụng thực hiện việc tính toán, phân bổ hay truyền dữ liệu thông tin tài

chính. Khi áp dụng IFRS, vấn đề đặt ra đối với những ứng dụng này là khả năng duy trì và đáp ứng được các yêu cầu về thông tin mới. Tại Việt Nam, phần lớn các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa mua sẵn các phần mềm kế toán và quản trị doanh nghiệp, không nhiều doanh nghiệp xây dựng thiết kế phần mềm hay ứng dụng riêng để phục vụ cho đặc thù doanh nghiệp mình. Do vậy, việc chuyển đổi sang áp dụng IFRS trong tương lai đòi hỏi các doanh nghiệp cần điều chỉnh, nâng cấp các phần mềm, ứng dụng hiện có này.

Thứ năm, hệ thống hạ nguồn (Downstream Systems). Hệ thống hạ nguồn cung cấp các báo cáo tài chính, báo cáo thuế, báo cáo thường niên hay các báo cáo quản trị khác của doanh nghiệp. Quá trình trình bày và cung cấp thông tin theo IFRS có những điểm khác biệt với Chuẩn mực kế toán hiện hành tại Việt Nam (VAS), do vậy doanh nghiệp cần bổ sung các mẫu báo cáo mới để đáp ứng cho sự thay đổi này.

4. Kết luận

Trong bài nghiên cứu này, nhóm tác giả đã khái quát về Chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế IFRS, lộ trình áp dụng IFRS tại Việt Nam và phân tích những ảnh hưởng của việc chuyển đổi áp dụng đến hệ thống công nghệ thông tin trong doanh nghiệp. Thực tế áp dụng IFRS có thể rất khác nhau ở từng doanh nghiệp, phụ thuộc vào nhiều yếu tố như trình độ năng lực chuyên môn, điều kiện hệ thống thông tin quản trị, tính chất ngành nghề, kinh nghiệm học hỏi từ các doanh nghiệp khác... Do đó, xây dựng một chiến lược, một kế hoạch phối hợp giữa các bộ phận như tài chính, kế toán, công nghệ thông tin sẽ đảm bảo cho sự thành công của quá trình chuyển đổi áp dụng IFRS của các doanh nghiệp Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

- Bộ Tài chính. (2020). Quyết định số 345/QĐ-BTC phê duyệt Đề án áp dụng chuẩn mực Báo cáo tài chính tại Việt Nam.
- Burnett D.R., Friedman M., Murthy U. (2010). IT: What's the Impact of IFRS? *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 15-21.
- Deloitte. (2008). *Technology implication of IFRS adoption for U.S. companies*.
- IFRS Foundation. (2018). *Analysis of the IFRS jurisdiction profiles*, Updated 25 April 2018. <https://www.ifrs.org/use-around-the-world/use-of-ifrs-standards-by-jurisdiction/#analysis> truy cập ngày 15/10/2020.

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG THẺ ATM CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG

Ths. Nguyễn Thị Quỳnh Châu - Ths. Nguyễn Thúy Quỳnh*

Với mục tiêu tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ của máy rút tiền tự động (ATM) của sinh viên trường Đại học Văn Lang, nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp phân tích đa nhân tố kết hợp với ước lượng hệ số hồi quy theo mô hình Binary Logistic trên R để tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM của các sinh viên theo học các ngành nghề khác nhau trong một trường đại học có các cơ sở tọa lạc tại các nơi đông dân cư. Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố nổi bật nhất là đi làm thêm và có thu nhập tác động mạnh đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên trường Đại học Văn Lang.

• Từ khóa: thẻ ATM, phân tích đa nhân tố, thẻ ngân hàng.

With the aim of finding out the factor effects on determining the use of ATM cards by students at Van Lang University, the authors used multi-factor analysis method combined with a regression numerical system form of Binary Logistic on R to find out of the prefixes to decide to use ATM cards of students studying different disciplines in a university whose campuses are located in residential areas. The research results show that the most prominent elements are extra income and have a strong impact on income decisions of students at Van Lang University.

• Keywords: ATM cards, multi-factor analysis method, bank card.

Ngày nhận bài: 2/12/2021

Ngày gửi phân biện: 8/12/2021

Ngày nhận kết quả phân biện: 15/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 20/01/2022

1. Đặt vấn đề

Thị trường thẻ ngân hàng Việt Nam những năm qua được đánh giá có tốc độ phát triển mạnh. Dù là đem lại lợi nhuận, song đây cũng là dịch vụ đem lại không ít khó khăn cho các ngân hàng Việt Nam trong quá trình triển khai do những khó khăn về kinh tế - xã hội, khoa học công nghệ nói chung và bản thân ngân hàng nói riêng, từ đó ảnh hưởng đến việc thúc đẩy hoạt động kinh doanh thẻ đạt tới những giá trị tiềm năng vốn có của nó (Nguyễn Thị Quỳnh Châu, 2020). Hiện nay,

dù đã có những bài viết phân tích về nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM tại Việt Nam nhưng các nghiên cứu chưa đi sâu vào đối tượng sinh viên mặc dù họ là lực lượng đông đảo, có độ tuổi thích hợp cho việc tiếp cận và sử dụng các sản phẩm dịch vụ thẻ ATM (Lê Văn Huy & Lê Thế Giới, 2006).

Sinh viên trường Đại học Văn Lang cũng có những nhu cầu cần thiết về việc sử dụng các tính năng tiện ích của thẻ ATM. Phần lớn, các bạn sống xa nhà nên việc sử dụng thẻ ATM rất có ích trong việc đáp ứng tài chính hỗ trợ chi tiêu sinh hoạt hàng tháng, đóng học phí... Hiện nay, số lượng sinh viên ngày càng đông đồng nghĩa với việc nhu cầu sử dụng thẻ ATM ngày càng tăng và mỗi sinh viên có cơ hội sử dụng nhiều ATM của các ngân hàng khác nhau.

2. Lược khảo các công trình nghiên cứu có liên quan

2.1. Nghiên cứu ngoài nước

SATICI, Ö., AKKUŞ, Z., & Çelik, M. Y (2013) đã thực hiện nghiên cứu xác định yếu tố lựa chọn ngân hàng được ưa thích và thói quen sử dụng thẻ của sinh viên Khoa Y và Khoa Răng Hàm Mặt thông qua mô hình hồi quy logistic của Đại học Dicle. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố: trình độ học vấn, việc sử dụng thẻ tín dụng, thẻ đa năng, lựa chọn ngân hàng được ưa thích và số lượng máy ATM trong khuôn viên trường có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng của sinh viên.

* Trường Đại học Văn Lang

Annin, K., Omane-Adjepong, M., & Senya, S. (2014) cho thấy các giao dịch qua các dịch vụ như: Internet Banking, ATM, E-Zwich và Mobile Banking là những dịch vụ ngân hàng điện tử thường được các ngân hàng cung cấp. Trong số các dịch vụ như vậy, ATM là dịch vụ được sử dụng thường xuyên nhất trong khi ngân hàng trực tuyến ghi nhận mức độ sử dụng rất thấp. Với việc thực phân tích dựa trên mô hình hồi quy logistic nhị phân, kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố về tính truy cập, hoạt động giao dịch với khách hàng và tình trạng nghề nghiệp ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của khách hàng.

Kissi, P., Oluwatobiloba, M., & Berko, A. (2017) đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ thẻ ghi nợ của sinh viên đại học ở Nigeria. Dữ liệu được chọn lọc từ 400 sinh viên Khoa Quản trị Kinh doanh tại Đại học Nigeria bằng cách sử dụng bảng câu hỏi khảo sát. Kết quả phân tích mô hình hồi quy tuyến tính bội cho thấy ảnh hưởng xã hội, sự tin tưởng của giao dịch trực tuyến và tần suất thời gian sử dụng có ảnh hưởng đáng kể đến hành vi ý định sử dụng thẻ ghi nợ của sinh viên.

Tucker, M., & Jubb, C. (2018) cũng chỉ ra yếu tố chính được sinh viên sử dụng để lựa chọn ngân hàng ở Úc là sự đa dạng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, các khuyến nghị và ảnh hưởng bên ngoài, chi phí ngân hàng, lợi nhuận và cuối cùng là vị trí/ địa điểm giao dịch. Các sản phẩm và dịch vụ chính của ngân hàng mà sinh viên sử dụng ATM, tài khoản tiết kiệm, Internet Banking và Mobile Banking, và thẻ ghi nợ. Tuy nhiên kết quả nghiên cứu bị hạn chế về số lượng mẫu khảo sát đối với người dùng internet.

2.2. Nghiên cứu trong nước

Lê Văn Huy & Lê Thế Giới (2006) đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM tại Việt Nam là yếu tố kinh tế, yếu tố pháp luật, hạ tầng công nghệ, nhận thức vai trò của thẻ ATM, thói quen sử dụng phương thức thanh toán không dùng tiền mặt, độ tuổi của người tham gia, khả năng sẵn sàng của hệ thống ATM và dịch vụ cấp thẻ của ngân hàng, chính sách marketing của đơn vị cấp thẻ, tiện ích của thẻ, ý định sử dụng. Từ những yếu tố này tác động đến quyết định sử dụng thẻ ATM của khách hàng.

Trần Phạm Tín và Phạm Lê Thông (2012) cũng đã chỉ ra sinh viên tại Thành phố Cần Thơ

có số lượng đông đảo, độ tuổi thích hợp để sử dụng các sản phẩm dịch vụ thẻ ATM. Kết quả nghiên cứu, dựa trên mô hình lựa chọn nhị phân Probit, cho thấy sinh viên xuất thân từ nông thôn có xác suất sử dụng thẻ ATM cao hơn sinh viên xuất thân từ thành thị, sinh viên có cha mẹ là nông dân sử dụng thẻ ATM thấp hơn các sinh viên có cha mẹ làm nghề khác. Việc biết được số dư trong thẻ ATM được trả lãi cũng khuyến khích việc sử dụng thẻ ATM nhiều hơn.

Nguyễn Thị Búp (2014) cũng đã thực hiện phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên Trường Đại học Trà Vinh. Kết quả nghiên cứu dựa trên ứng dụng mô hình hồi quy Binary Logistic để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên là sinh viên năm thứ Ba và thứ Tư, sinh viên Khoa Kinh tế - Luật, thu nhập hàng tháng của sinh viên, sinh viên biết thông tin về chi phí mỗi lần giao dịch qua thẻ và thời gian mỗi lần giao dịch với máy ATM. Trong đó, yếu tố sinh viên năm ba có ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định sử dụng thẻ của sinh viên Trường Đại học Trà Vinh.

3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là sinh viên Đại học Văn Lang. Thông qua bảng câu hỏi và số lượng mẫu khảo sát thỏa mãn theo điều kiện: $58 \times 5 \geq 290$ biến quan sát, nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp phân tích đa nhân tố kết hợp với ước lượng hệ số hồi quy theo mô hình Binary Logistic trên R để phát hiện ra yếu tố nào tác động (có ý nghĩa thống kê) đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên một trường đại học đa ngành như Văn Lang.

4. Mô hình và kết quả nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng mô hình hồi quy Binary Logistic với phương trình như sau:

$$P_i = E(Y = 1/X) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \dots + \beta_n X_n)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \dots + \beta_n X_n)}}$$

Yếu tố X1 (khối ngành sinh viên). Bảng bên dưới cho thấy kết quả ước lượng mô hình Logistic với thuộc tính X1. Từ bảng kết quả, biến X1 không có đủ bằng chứng để thể hiện sự tác động của biến này đến quyết định mở thẻ ATM của sinh viên Đại học Văn Lang ($p > 0.05$).

Bảng 1: Tác động của yếu tố X1 đến quyết định mở thẻ ATM của sinh viên Đại học Văn Lang

Est.	S.E.	z	val.	p
(Intercept)	2.64	0.21	12.51	0.00
X1 Xã hội	13.92	1199.77	0.01	0.99

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Yếu tố X2 (Quê quán sinh viên). Tương tự như X1, b không tìm thấy ý nghĩa thống kê của biến X2 đến sự ảnh hưởng mở thẻ ATM của sinh viên Đại học Văn Lang.

Yếu tố X3 (Sinh sống cùng). Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X3.

Yếu tố X4 (Đi làm thêm và có thu nhập). Nhìn vào bảng bên dưới, bài báo cáo tìm thấy bằng chứng cho thấy biến X4 việc có đi làm thêm tác động mạnh đến quyết định sử dụng của sinh viên trường Đại học Văn Lang ($p = 0.01 < 0.05$). Trong đó, biến số không có thu nhập làm thêm “X4 Không” tác động ngược chiều với khả năng sử dụng thẻ của sinh viên, nghĩa là sinh viên không có thu nhập sẽ ít có khả năng sử dụng thẻ ATM.

Bảng 2: Tác động của yếu tố X4 đến quyết định mở thẻ ATM của sinh viên Đại học Văn Lang

Est.	S.E.	z	val.	p
(Intercept)	3.35	0.38	8.72	0.00
X4 Xã hội	-1.24	0.46	-2.68	0.01*

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 3: Tác động của yếu tố từ X5 đến X16 đến quyết định mở thẻ ATM của sinh viên Đại học Văn Lang

Yếu tố	Tên yếu tố	Tác động thống kê
X5	Bố mẹ sử dụng thẻ ATM hay không	Không tìm thấy ý nghĩa thống kê cho X5
X6	Độ bao phủ về điểm giao dịch đáp ứng nhu cầu thẻ ATM	Không tìm thấy ý nghĩa thống kê cho X6
X7	Kênh thông tin để tiếp cận dịch vụ thẻ ATM	Không tìm thấy ý nghĩa thống kê cho X7
X8	Mục đích sử dụng thẻ ATM	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X8
X9	Số lần sử dụng thẻ giao dịch hàng tháng	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X9
X10	Sử dụng ứng dụng liên kết thẻ	Không tìm thấy ý nghĩa thống kê cho X10

Yếu tố	Tên yếu tố	Tác động thống kê
X11	Mức độ hài lòng với chi phí sử dụng thẻ hàng tháng	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X11
X12	Rủi ro sử dụng thẻ	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X12
X13	Việc có thẻ đã mở nhưng chưa kích hoạt	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X13
X14	Việc sử dụng thẻ trong tương lai	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X14
X15	Lý do không sử dụng thẻ	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X15
X16	Việc biết đến chương trình quảng cáo về thẻ ATM	Không có đủ bằng chứng về sự ảnh hưởng của yếu tố X16

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Kết quả thống kê dữ liệu đánh giá được các nguồn thông tin về dịch vụ thẻ ngân hàng mà sinh viên tiếp cận, mục đích sử dụng dịch vụ thẻ ngân hàng, các lợi ích khi sử dụng dịch vụ thẻ ngân hàng mà sinh viên quan tâm, sự hài lòng với mức phí trả hàng tháng của thẻ khi sử dụng dịch vụ ngân hàng, những rủi ro thường phát sinh khi sử dụng dịch vụ ngân hàng, sự quan tâm đối với các thông tin quảng cáo về thẻ ngân hàng là những yếu tố nổi bật liên quan đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên trường Đại học Văn Lang.

Ngoài ra, khi phân tích dữ liệu theo mô hình kết quả cho thấy yếu tố nổi bật nhất là đi làm thêm và có thu nhập tác động mạnh đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên trường Đại học Văn Lang. Cụ thể, nghiên cứu tìm thấy ý nghĩa thống kê của việc không có thu nhập làm thêm tác động ngược chiều với khả năng mở thẻ ATM của sinh viên. Kết quả cũng cho thấy việc không biết về quảng cáo thẻ ATM có mối tương quan ngược chiều với quyết định sử dụng thẻ (biến X16_3). Tuy nhiên, sự tác động này không có ý nghĩa thống kê ($p=0.07 > 0.05$). Khác với kỳ vọng ban đầu, bài báo cáo cũng không tìm thấy đủ bằng chứng cho sự ảnh hưởng của các yếu tố về khối ngành, hay các yếu tố liên quan đến tính phổ biến của ATM cũng như trải nghiệm sử dụng thẻ đối với quyết định mở thẻ của sinh viên trường Đại học Văn Lang.

5. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu đã xây dựng mô hình nghiên cứu, bảng khảo sát các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ATM của sinh viên Trường Đại học

Văn Lang. Đồng thời, nghiên cứu cũng đưa ra được các nhân tố tác động tới việc sử dụng thẻ ATM sinh viên: Sự tiện lợi, dịch vụ thanh toán, sự phổ biến của các trụ sở ATM tại các điểm khác nhau. Trong đó, nhân tố tác động lớn nhất tới quyết định sử dụng ATM là dịch vụ thanh toán thẻ rất ít, chỉ có những nơi trung tâm siêu thị của hàng lớn. Từ kết quả phân tích, có thể đánh giá mức độ đáp ứng của nhân tố này đối với nhu cầu sử dụng thẻ ATM của sinh viên vẫn còn có những điểm chưa được đánh giá cao cụ thể là số người sử dụng thẻ ATM vẫn còn ở mức trung bình do có thói quen dùng tiền mặt. Vì vậy đây cũng là yếu tố các ngân hàng cần chú ý hoàn thiện để phát triển bền vững dịch vụ thẻ. Bên cạnh đó nghiên cứu đã xác định có sự khác nhau có ý nghĩa thống kê đối với các yếu tố: ngành học, năm học, mức thu nhập đối với sự hài lòng của sinh viên khi sử dụng thẻ ATM. Như vậy, để đẩy mạnh việc sử dụng thẻ cũng như dịch vụ thanh toán qua thẻ ngân hàng, các ngân hàng nên chú ý vào các đặc điểm này để có chiến lược phát triển dịch vụ thẻ phù hợp.

Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số kiến nghị như sau:

Đối với hệ thống Ngân hàng thương mại:

- Cần xây dựng phát triển các hệ thống thanh toán bán lẻ và cần xây dựng trung tâm chuyển đổi thông tin dữ liệu, kết nối các hệ thống máy tính ATM của các liên minh thẻ của các ngân hàng với nhau thành một thể thống nhất, đảm bảo việc sử dụng thẻ tại nhiều máy ATM và POS của các ngân hàng.

- Phát triển các dịch vụ đi kèm với tiện ích phù hợp cho từng nhóm đối tượng khác nhau trong đó có sinh viên đặc biệt là nhóm sinh viên có đi làm thêm. Bên cạnh đó cần có những chương trình ưu đãi về lãi suất và phí khi giao dịch, tích hợp tiện ích thẻ ATM với thẻ sinh viên dành cho các đối tượng này để thu hút được nhiều sự quan tâm.

- Bên cạnh việc tăng cường các hoạt động về truyền thông cùng với sự hỗ trợ về dịch vụ thẻ đi kèm với chất lượng dịch vụ thẻ cung cấp cho nhiều nhóm đối tượng khác nhau thì ngân hàng cần phải tăng cường các biện pháp đảm bảo an toàn cho người sử dụng thẻ như lắp đặt camera tại máy ATM, cung cấp thông tin bằng nhiều kênh khác nhau cảnh báo cho người sử dụng biết những thủ đoạn gian lận, đánh cắp thông tin có thể xảy ra...

Đối với Nhà trường

- Cần thực hiện liên kết chặt chẽ với các ngân hàng thương mại trên địa bàn, tích hợp các tiện ích khi giao dịch, hỗ trợ sinh viên dễ dàng tiếp cận các thông tin, thực hiện các thủ tục cần thiết liên quan đến giao dịch sử dụng thẻ của ngân hàng.

- Xây dựng quầy ngân hàng số tự động giao dịch.

- Tạo điều kiện lắp đặt các máy ATM của nhiều ngân hàng khác nhau trong khuôn viên trường để sinh viên thuận tiện trong việc giao dịch.

Đối với sinh viên

- Cần nâng cao ý thức trong sử dụng bất cứ thiết bị kết nối internet nào để tránh lộ thông tin cá nhân, thường xuyên cập nhật các bản diệt virus trên thiết bị của mình.

- Cần tìm hiểu kỹ các thông tin quy định liên quan đến chính sách hoạt động, các mức phí như mở thẻ, duy trì số dư trong thẻ, phí chuyển tiền, rút tiền,... để lựa chọn ngân hàng có mức giá phù hợp với mình.

Tài liệu tham khảo:

Annin, K., Omane-Adjepong, M., & Senya, S. S. (2014). *Applying logistic regression to e-banking usage in Kumasi Metropolis, Ghana. International Journal of Marketing Studies*, 6(2), 153.

Hair, JF., Anderson, RE., Tatham, RL., & Black, WC. (1998). *Multivariate Data Analysis (5th ed.)*. New Jersey, Prentice-Hall.

Nguyễn Thị Búp (2014). *Phân tích yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên trường Đại học Trà Vinh. Tạp chí Khoa học trường đại học Trà Vinh, số 16, trang 38 – 42.*

Nguyễn Thị Quỳnh Châu (2020). *Dịch vụ thanh toán thẻ tại các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay. Tạp chí Công thương, số 9, trang 320 – 323.*

Nguyễn Văn Tiến (2010), *Giáo trình Quản trị rủi ro trong kinh doanh ngân hàng*, NXB Thống kê.

Lê Văn Huy & Lê Thế Giới (2006). *Mô hình nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến ý định và quyết định sử dụng thẻ ATM tại Việt Nam. Tạp chí Ngân hàng - số 4 năm 2006.*

Trần Phạm Tín và Phạm Lê Thông (2012). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ ATM của sinh viên tại Thành phố Cần Thơ. Tạp chí Công nghệ ngân hàng, số 70 + 71, trang 48 -54.*

Trần Thị Xuân Hương và nhóm tác giả (2013), *Giáo trình Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, NXB Kinh tế TP.HCM.

ẢNH HƯỞNG CỦA ĐẶC ĐIỂM CÁ NHÂN KHÁCH HÀNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA BẢO HIỂM NHÂN THỌ HANWHA LIFE

TS. Lê Quang Hiếu - Nguyễn Thị Thảo*

Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố cá nhân ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm nhân thọ (BHNT) của khách hàng đối các sản phẩm của công ty TNHH Hanwha Life Việt Nam. Các mối quan hệ này được kiểm định thông qua 257 khách hàng đang có ý định tham gia BHNT. Mô hình hồi quy đa biến được sử dụng để kiểm định giả thuyết. Kết quả cho thấy: Thái độ đối với bảo hiểm, Động cơ tham gia BHNT và khả năng Hiểu biết tài chính của các cá nhân có tác động tích cực đến ý định tham gia BHNT. Cuối cùng, một số hàm ý quản trị được thảo luận và đề xuất để gợi ý cho công ty có thể có những giải pháp tương ứng với từng nhân tố để tăng khả năng mua sản phẩm BHNT của công ty.

• Từ khóa: bảo hiểm nhân thọ, nhân tố ảnh hưởng, ý định tham gia.

This study aims to determine the individual factors that affect customers' intention to buy life insurance products of Vietnam Hanwha Life Co., Ltd. Relationships between proposed factors are tested through 257 customers who are intending to buy life insurance. Multivariate regression model was used to test the hypothesis. The results show that: Attitude towards insurance, Motivation to buy life insurance and Personal Ability of understanding Finance have a positive impact on intention to buy life insurance. Finally, some managerial implications are proposed and discussed correspondingly to increase the customers' ability to buy life insurance products of company.

• Keywords: life insurance, influential factors, intention to buy.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Mở đầu

Bảo hiểm nhân thọ (BHNT), xuất hiện trên thế giới từ khá lâu và chính thức có mặt tại Việt Nam từ năm 1996. Tham gia BHNT được xem là một giải pháp tài chính nhằm ứng phó với các rủi ro có thể gặp phải trong cuộc sống, đem đến cảm giác an toàn hơn cho nhiều cá nhân và gia đình.

Cũng như nhiều lĩnh vực kinh doanh khác, trong bối cảnh đại dịch Covid-19 đang diễn biến phức tạp trên quy mô toàn cầu, ngành kinh doanh

BHNT cũng chịu những tác động sâu sắc. Nghiên cứu của (Wang, Zhang, Wang, & Fu, 2020) cho thấy đại dịch Covid-19 làm tăng rủi ro đối với bộ phận dân cư có thu nhập thấp do sự sụt giảm về thu nhập. Tác động của đại dịch Covid-19 vô tình thúc đẩy động lực phát triển thị trường bảo hiểm, doanh nghiệp bảo hiểm cần đẩy mạnh đầu tư và phát triển mạnh mẽ (Nguyễn Khắc Quốc Bảo, Lê Văn, 2021). Là doanh nghiệp thứ 9 tham gia thị trường BHNT Việt Nam, Công ty TNHH Hanwha life Việt Nam đã có những bước tiến đáng ghi nhận trong hơn 13 năm qua, tuy nhiên ngày càng phải cạnh tranh gay gắt nhằm gia tăng doanh thu và tăng thị phần. Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố thuộc về cá nhân khách hàng ảnh hưởng tới ý định mua sản phẩm BHNT của Công ty TNHH Hanwha life Việt Nam, qua đó giúp công ty hiểu được những suy nghĩ, nhu cầu của khách hàng, đưa ra những chiến lược tiếp cận hiệu quả hơn và làm gia tăng quyết định mua của khách hàng.

2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia BHNT đã được nhiều tác giả chỉ ra trong nghiên cứu của mình. Tổng hợp từ các nghiên cứu trước đây, cộng với các nghiên cứu định tính. Nhóm tác giả đã lựa chọn và đề xuất 3 thang đo độc lập thuộc về cá nhân khách hàng có ảnh hưởng đến ý định tham gia BHNT của khách hàng.

2.1. Ảnh hưởng của thái độ

Thái độ được phân thành hai loại khác nhau là thái độ đối với đối tượng và thái độ đối

* Trường Đại học Hồng Đức

với hành vi. Nghiên cứu này xem xét thái độ đối với hành vi mua BHNT (Ajzen Icek, 1991) hay ý định mua BHNT hướng tới việc cá nhân đó cho rằng việc mua bảo hiểm mang lại những kết quả gì (tích cực hay tiêu cực) chẳng hạn như: mua BHNT là hữu ích hay lãng phí (Fletcher & Hastings, 1984). Thái độ đối với việc mua BHNT có ảnh hưởng tích cực tới ý định mua của khách hàng (Brahmana Rayenda, Ritzky Karina Brahmana & Gesti Memarista, 2018; Ogenyi Ejye Omar & Nana Owusu-Frimpong, 2007; Omar Ogenyi Ejye, 2007). Theo đó, cảm nhận lợi ích hay nhận thức hữu ích là tập hợp những đánh giá tích cực hoặc tiêu cực của một cá nhân liên quan đến sản phẩm BHNT.

H1: Thái độ đối với BHNT ảnh hưởng tích cực đến ý định tham gia BHNT.

2.2. Ảnh hưởng của động cơ

Nhiều người muốn tham gia bảo hiểm để bảo vệ sức khỏe cho bản thân hoặc gia đình, nhiều người muốn lo cho tương lai con cái, hoặc an nhàn cho cuộc sống về hưu, các mong muốn đều liên quan đến quá trình tâm lý của các cá nhân. Động cơ của cá nhân có ý định tham gia BHNT thường bắt nguồn từ động cơ sợ rủi ro và động cơ tiết kiệm. Mỗi cá nhân có mức độ chấp nhận rủi ro khác nhau, phản ứng khác nhau trong cùng một tình huống rủi ro nhất định (Outreville, 2014). Một cá nhân có động cơ sợ rủi ro sẽ luôn thích ít rủi ro hơn (Ofoghi & Farsangi, 2013; Outreville, 1998) và họ có xu hướng mua bảo hiểm. Katona (1975) xác định thêm một số động cơ tiết kiệm, bao gồm tiết kiệm cho những trường hợp khẩn cấp như ốm yếu hoặc thất nghiệp. Các động cơ tiết kiệm được đề cập liên quan đến khuynh hướng của một cá nhân đối với rủi ro trong tương lai. BHNT tạo điều kiện cho sự an toàn và bảo mật cũng như khuyến khích tiết kiệm (Chaudhary, 2016) bằng cách cung cấp các loại chính sách liên kết đầu tư khác nhau (Mimović & cộng sự, 2017).

H2: Động cơ của cá nhân ảnh hưởng tích cực đến ý định tham gia BHNT

2.3. Ảnh hưởng bởi khả năng hiểu biết về tài chính

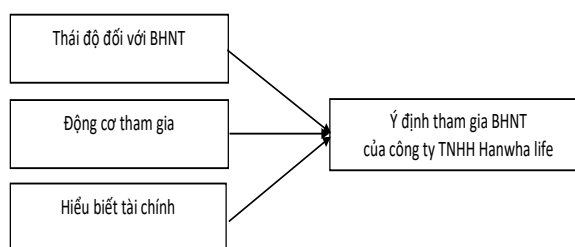
Lý thuyết hành vi dự định (TPB) được phát triển với sự bổ sung của yếu tố nhận thức kiểm soát hành vi như là một biến kiểm soát niềm tin và thể hiện sự dễ dàng hoặc khó khăn trong việc

thực hiện hành vi. Nó là một dạng niềm tin về việc sở hữu nguồn lực cần thiết và cơ hội để thực hiện một hành vi nhất định (Ajzen, 1991). Trong nghiên cứu này, nhận thức kiểm soát hành vi được chia thành nhóm yếu tố liên quan đến khả năng hiểu biết về lĩnh vực tài chính được gọi là hiểu biết tài chính. Kiểm soát hành vi được cho là có ảnh hưởng trực tiếp đến ý định và có thể phản ánh hành vi thực tế (Madden & cộng sự, 1992). Mỗi quan hệ đáng kể giữa kiểm soát hành vi và ý định đã được tìm thấy trong nhiều nghiên cứu như (Fletcher & Hastings, 1984; Brahmana & cộng sự, 2018; Ogenyi Ejye & Owusu-Frimpong, 2007; Omar, 2007; Nguyễn Tiến Dũng & cộng sự, 2015).

H3: Khả năng hiểu biết tài chính của cá nhân ảnh hưởng tích cực đến ý định tham gia BHNT

Tổng hợp các nghiên cứu, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Xây dựng thang đo

Tổng hợp từ các nghiên cứu trước và tham khảo các chuyên gia, thang đo lường được lựa chọn và điều chỉnh phù hợp với đặc điểm của địa bàn nghiên cứu.

Đo lường Thái độ đối với BHNT (TDBH) bằng 4 biến theo nghiên cứu của Brahmana & cộng sự (2018), Ogenyi Ejye và Owusu-Frimpong (2007), Omar (2007), Fletcher & Hastings (1984), Ajzen và Fishbein (2005). Thái độ của cá nhân đối với BHNT được đánh giá chủ yếu hướng tới việc cá nhân đó cho rằng việc mua bảo hiểm mang lại những kết quả gì.

Để đo lường “Động cơ tham gia BHNT” (ĐC), có 04 biến được kế thừa từ các nghiên cứu trước đây của Mandrik & Bao (2005), Mahdzan & Victoria (2013), thường liên quan đến nhu cầu tài chính của khách hàng về bảo vệ tài chính, chăm sóc y tế, giáo dục, gia tăng tài sản và quỹ hưu trí.

Động cơ cũng nhằm đối phó với các rủi ro có thể gặp phải trong cuộc sống.

“Khả năng hiểu biết tài chính” (HBTC), sử dụng 4 biến quan sát tổng hợp từ nghiên cứu của Brahmana & cộng sự, (2018); Ajzen và Fishbein, (2005), được đánh giá chủ yếu năng lực lên các kế hoạch và sự hiểu biết về cơ chế hoạt động cũng như là các kiến thức về sản phẩm bảo hiểm nhân thọ.

“Ý định tham gia BHNT” (YD) được đo lường thông qua 03 biến quan sát được kế thừa từ Rizwan & cộng sự (2016); Nguyễn Thị Thùy (2015).

3.2. Mẫu nghiên cứu và thu thập dữ liệu

Bảng khảo sát được gửi tới những người đang có ý định tham gia BHNT tại các hội nghị khách hàng do Văn phòng của công ty TNHH Hanwha life Việt Nam tại các địa phương tổ chức. Những người tham gia được yêu cầu cung cấp ý kiến của họ về cấu trúc tổng thể và các nội dung của bảng hỏi, kết quả thu về cho thấy đa phần các câu hỏi đều được người tham gia trả lời đầy đủ.

Về kích thước mẫu, nhóm tác giả xác định theo tỷ lệ 5:1 giữa số lượng trả lời và số biến trong bảng hỏi (Hair & cộng sự, 1998). Theo đó, nhằm đảm bảo độ tin cậy tác giả tiến hành khảo sát 257 khách hàng. Trong đó, những người tham gia trả lời là nam chiếm 29,2%; nữ chiếm 70,8%; dưới 30 tuổi chiếm 20,2%; từ 31-45 tuổi chiếm 47,9%; từ 46 tuổi trở lên chiếm 31,9%; đa số khách hàng có thu nhập từ 10-15 triệu/tháng chiếm 46,7%; khách hàng có thu nhập trên 15 triệu/tháng chiếm 33,1% và khách hàng có thu nhập dưới 10 triệu/tháng chiếm 20,2%.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Bảng 1. Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của thang đo

Biến	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Cronbach's Alpha				0,791
TDBH1	11,26	3,754	0,636	0,721
TDBH2	11,41	3,899	0,618	0,731
TDBH3	11,35	3,932	0,575	0,752
TDBH4	11,23	3,865	0,571	0,754
Cronbach's Alpha				0,849
DC1	11,29	3,879	0,578	0,833

Biến	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
DC2	11,22	3,913	0,588	0,849
DC3	11,19	3,152	0,807	0,754
DC4	11,27	3,408	0,794	0,763
Cronbach's Alpha				0,843
HBTC1	11,02	3,574	0,651	0,813
HBTC2	10,96	3,471	0,598	0,841
HBTC3	10,89	3,446	0,749	0,771
HBTC4	10,94	3,579	0,735	0,780
Cronbach's Alpha				0,808
YD1	7,54	2,030	0,700	0,691
YD2	7,68	1,899	0,708	0,681
YD3	7,63	2,297	0,567	0,804

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Nhìn chung, các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao (>0.7). Tất cả các biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 do đó chúng đều được sử dụng cho phân tích EFA tiếp theo.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả EFA cho thấy có 3 nhân tố của mô hình được trích tại điểm dừng. Tổng phương sai trích đạt được ở mức 67,158% (>50%), hệ số tải của 3 nhân tố chính đạt hệ số tải trên 0,5.

Bảng 2: Kết quả phân tích EFA các biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố		
	1	2	3
DC3	0,895		
DC4	0,872		
DC2	0,700		
DC1	0,608		
HBTC3		0,885	
HBTC4		0,865	
HBTC1		0,736	
HBTC2		0,622	
TDBH2			0,772
TDBH4			0,763
TDBH1			0,712
TDBH3			0,682
<i>Eigenvalues</i>	5,389	1,474	1,196
Phương sai trích (%)	44,906	12,283	9,970
Tổng phương sai trích (%)	67,158		
KMO	0,830		
Mức ý nghĩa Sig.	0,000		

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của tác giả

Kết quả EFA cho biến phụ thuộc của mô hình cũng cho thấy có ý nghĩa và đạt được giá trị hội tụ. Tổng phương sai trích đạt được ở mức 72,315% (>50%), hệ số tải của tất cả các biến đều đạt.

4.3. Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan cho thấy tất cả các biến độc lập đều có tương quan với biến phụ thuộc ở mức ý nghĩa 1% với độ tin cậy 99%. Biến Thái độ đối với BHNT có mối tương quan mạnh nhất với Ý định tham gia BHNT (hệ số Pearson = 0,665), lần lượt tiếp theo là các biến Động cơ tham gia và Hiểu biết tài chính.

4.4. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy tuyến tính cho thấy mô hình có $R^2 = 0,766$, sự biến thiên của YD được giải thích chung bởi 3 nhóm yếu tố cá nhân (TDBH; DC và HBTC) và R^2 hiệu chỉnh 0,586 cho thấy sự phù hợp của mô hình là 58,5%. Hệ số Durbin-Watson = 2,014 nằm trong khoảng 1,5 đến 2,5 nên không có hiện tượng tự tương quan giữa các phần dư trong mô hình, mô hình nghiên cứu có ý nghĩa thống kê.

Kết quả phân tích Anova cho thấy kiểm định $F = 119,583$ và giá trị Sig. = 0,000, như vậy có thể khẳng định tồn tại mối quan hệ giữa các biến TDBH, DC và HBTC với YD, mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với dữ liệu và có thể sử dụng được với độ tin cậy 99%.

Kết quả phân tích hồi quy (Bảng 3) cho thấy hệ số Beta chuẩn hóa lần lượt là 0,378; 0,303; 0,245. Hệ số hồi quy của các biến đều có Sig. = 0,000 < 0,05 nên có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc YD trong mô hình. Hệ số VIF đều nhỏ hơn 2 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa (B)	Hệ số hồi quy chuẩn hóa (Beta)	Giá trị t	Giá trị Sig.	Thống kê cộng tuyến	
					Dung sai	VIF
Hằng số	-0,019		-,094	0,925		
TDBH	0,410	0,378	7,458	0,000	0,637	1,571
DC	0,339	0,303	5,956	0,000	0,630	1,587
HBTC	0,277	0,245	4,992	0,000	0,678	1,474

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của tác giả

Mô hình hồi quy chuẩn hóa sử dụng hệ số Beta với mức ý nghĩa 1% (độ tin cậy 99%) được thể hiện như sau:

$$YD = 0,378TDBH + 0,303DC + 0,245 HBTC$$

Phương trình hồi quy chuẩn hóa cho thấy mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập (các nhân tố cá nhân) ảnh hưởng tới biến phụ thuộc YD dựa theo độ lớn của giá trị tuyệt đối hệ số hồi quy chuẩn hóa. Theo đó, thứ tự ảnh hưởng của các nhân tố cá nhân khách hàng tới ý định tham gia BHNT của công ty TNHH Hanwha life như sau: Ảnh hưởng lớn nhất là Thái độ của khách hàng (TDBH), thứ hai là Động cơ tham gia (DC) và nhân tố ảnh hưởng thấp nhất là năng lực Hiểu biết tài chính của cá nhân (HBTC).

Như vậy, các giả thuyết đặt ra đều được chấp nhận và các nhân tố tác động đều mang kỳ vọng dương.

5. Thảo luận kết quả và hàm ý quản trị

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xem xét mức độ ảnh hưởng của các nhân tố cá nhân khách hàng tác động đến ý định tham gia BNHT Hanwha life. Các thang đo trong nghiên cứu được kế thừa và tổng hợp từ các nghiên cứu có liên quan trước đây. Kết quả kiểm định thang đo cho thấy, các thang đo trong mô hình có ý nghĩa thống kê trong việc kinh doanh BHNT của công ty TNHH Hanwha life Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu cho thấy mối quan hệ tích cực có ý nghĩa giữa các nhân tố thuộc về cá nhân khách hàng như Thái độ đối với BHNT, Động cơ tham gia và khả năng Hiểu biết tài chính đến ý định tham gia BHNT. Kết quả này cho thấy sự phù hợp với các nghiên cứu trước có liên quan, cụ thể:

Thái độ đối với BHNT có tác động lớn nhất, cho thấy thái độ hay nhận thức của khách hàng sẽ tác động mạnh tới ý định tham gia BHNT, những người có thái độ tích cực đối với bảo hiểm, coi bảo BHNT là hữu ích, có lợi thường có xu hướng mua nhiều hợp đồng BHNT hơn và ngược lại. Để gia tăng khả năng tham gia BHNT công ty cần: Tổ chức nghiên cứu đánh giá thực trạng nhận thức của khách hàng về BHNT để có ý tưởng tốt, tận dụng hiệu quả các ứng dụng công nghệ hiện đại như phát triển mạng lưới bán hàng online, qua mạng xã hội, sử dụng trí tuệ nhân tạo để thẩm định, chi trả quyền lợi bảo hiểm... để người tiêu dùng hiểu được lợi ích của BHNT. Thực hiện đa dạng, linh hoạt các hình thức truyền thông nhằm nâng cao nhận thức người tiêu dùng BHNT sau tác động của Covid-19. Đồng thời, tổ chức các hội thảo, các chương trình tư vấn để người tiêu dùng nắm bắt các lợi ích của BHNT.

Nhân tố thứ hai tác động tới ý định là Động cơ tham gia BHNT. Từ kết quả nghiên cứu và thực tiễn ta thấy mức độ cạnh tranh trong ngành BHNT ngày càng gay gắt, đòi hỏi các công ty phải tìm kiếm những động cơ chính đáng để gọi nhu cầu trong mỗi khách hàng. Công ty cần có những bức tranh rõ ràng, chi tiết về nhu cầu tài chính của cá nhân, từ đó đưa ra giải pháp phù hợp và tối ưu cho khách hàng. Công ty cần chú trọng việc tuyên truyền, tổ chức các buổi hội thảo chia sẻ, tư vấn về nhu cầu tài chính và những giải pháp mà BHNT mang lại, giúp họ đáp ứng được nhu cầu tài chính, bảo vệ họ trước những rủi ro trong cuộc sống.

Thứ ba, nghiên cứu cũng cho thấy tầm quan trọng của khả năng Hiểu biết tài chính và ý định tham gia BHNT. Nếu các nhà tư vấn bảo hiểm cần làm cho các điều khoản và điều kiện liên quan đến hợp đồng bảo hiểm nhân thọ trở nên đơn giản và dễ hiểu hơn, thì điều đó sẽ tạo ra nhiều người dân nói chung quan tâm hơn đến việc mua nó. Công ty cần đưa ra các sản phẩm BHNT có chi phí hợp lý và giá cả đa dạng cho phù hợp với khả năng chi trả của các nhóm thu nhập khác nhau. Đồng thời, công ty cần nâng cao sự tin tưởng về quyền lợi của người tham gia bảo hiểm.

6. Kết luận

Nghiên cứu đã hệ thống một số những khái niệm có liên quan đến vấn đề BHNT, một số nghiên cứu có liên quan đến đề tài và đề xuất được mô hình các nhân tố cá nhân ảnh hưởng đến ý định tham gia BHNT của khách hàng cũng như kiểm định tác động của các nhân tố này đến ý định tham gia BHNT của công ty TNHH Hanwha life trên địa. Kiểm định Cronbach's alpha được sử dụng để kiểm định giá trị và độ tin cậy của thang đo. Mô hình kiểm định hồi quy được sử dụng để kiểm định giả thuyết. Sau khi phân tích và kiểm định mô hình, các nhân tố Thái độ đối với BHNT, Động cơ tham gia BHNT và khả năng Hiểu biết tài chính của các cá nhân có tác động tích cực đến ý định tham gia BHNT. Cuối cùng, một số hàm ý quản trị được thảo luận để gợi ý cho công ty có thể có những giải pháp tương ứng làm gia tăng quyết định mua của khách hàng.

Kinh doanh bảo hiểm nói chung và BHNT nói riêng là một trong những lĩnh vực triển vọng, còn nhiều dư địa để phát triển và đóng góp lớn vào tổng sản phẩm quốc nội. Đáng chú ý, ở Việt Nam còn nhiều người chưa hiểu hết hoặc có quan niệm chưa tích cực BHNT. Vượt qua những nhận thức

đó là một thách thức không nhỏ đối với các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm BHNT. Các tác giả kỳ vọng rằng những phát hiện của nghiên cứu này sẽ hữu ích giúp doanh nghiệp phần nào giải quyết những thách thức đó.

Tài liệu tham khảo:

- Ajzen Icek (1991), *The theory of planned behavior*, Journal Organizational behavior and human decision processes, Vol. 50(2).
- Ajzen Icek và Martin Fishbein (2005), *The influence of attitudes on behavior*, Journal The handbook of attitudes, Vol. 173(221).
- Brahmana Rayenda, Ritzky Karina Brahmana và Gesti Memarista (2018), *Planned behaviour in purchasing health insurance*, Journal The South East Asian Journal of Management, Vol.12(1).
- Chaudhary, S. (2016). *Consumer perception regarding life insurance policies: A factor analytical approach*. International Journal of Information Movement, 9(6), 52–61.
- Fletcher Keith P & William J Hastings (1984), *Consumer choice: a study of insurance buying intention, attitudes and beliefs*, The Service Industries Journal, Vol. 4(2).
- Hair, Anderson, Tatham (1998). *Multivariate Data Analysis*. Prentical-Hall International.
- Katona, G. (1975). *Psychological economics*. Elsevier.
- Madden Thomas J, Pamela Scholder Ellen & Icek Ajzen (1992), *A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action*, Personality and social psychology Bulletin, Vol. 18(1).
- Mandrik, C.A. & Bao, Y. (2005). *Exploring the concept and measurement of general risk aversion*. Advances in Consumer Research, 32.
- Mahdzan, N.S. & Victorian, S.M.P. (2013). *The determinants of life insurance demand: A focus on saving motives and financial literacy*. Asian Social Science, 9(5).
- Mimović, P., Jakšić, M., & Todorović, V. (2017). *Choice of life insurance companies by using analytic hierarchy process: Experience of the Republic of Serbia*. Journal of Insurance and Financial Management, 3(1).
- Nguyễn Khắc Quốc Bảo, Lê Văn (2021), *Đi Tìm Chiến Lược Hậu Covid-19 Cho Doanh Nghiệp Bảo Hiểm Việt Nam*, Kỷ yếu hội thảo khoa học, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Thị Thủy. (2015). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHNT Prudential ở Việt Nam*. Tạp chí Khoa học - Công nghệ Thủy sản, Nha Trang
- Nguyễn Tiến Dũng, Phạm Ngọc Trâm Anh và Phạm Tiến Minh (2015), *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm hưu trí tự nguyện của cư dân TP. HCM*, Tạp chí Phát triển KH&CN, Tập 18, số 04-2015.
- Ogenyi Ejye Omar & Nana Owusu-Frimpong (2007), *Life Insurance in Nigeria: An Application of the Theory of Reasoned Action to Consumers' Attitudes and Purchase Intention*, The Service Industries Journal, Số 27(7).
- Omar Ogenyi Ejye (2007), *The retailing of life insurance in Nigeria: an assessment of consumers' attitudes*, The Journal of Retail Marketing Management Research.
- Outreville, J.F. (2014). *Risk aversion, risk behavior, and demand for insurance: A survey*. Journal of Insurance Issues, 37(2).
- Outreville, J.F. (1998). *Theory and practice of insurance. Theory and Practice of Insurance*, January.
- Ofoghi, R. & Farsangi, R.H. (2013). *The effect of insurance knowledge on the insurance demand: The case study of auto insurance*. Technical Journal of Engineering and Applied Sciences, 3.
- Rizwan, M., Annamalai, C., A., Nassar, S. and Upadhye, N. (2016). *Consumer buying intention towards health insurance: Empirical evidence from the United Arab Emirates (UAE)*. Gulf-Pacific Journal of Business Administration, Vol.1, No. 2
- Wang, Y., Zhang, D., Wang, X., & Fu, Q. (2020). *How does COVID-19 affect China's insurance market?* Emerging Markets Finance and Trade, 56(10).

PHƯƠNG PHÁP MỚI XỬ LÝ DỮ LIỆU MẤT CÂN BẰNG NÂNG CAO HIỆU QUẢ DỰ ĐOÁN KHÁCH HÀNG RỜI BỎ DỊCH VỤ

TS. Nguyễn Hữu Xuân Trường* - Ths. Nguyễn Văn Tuấn*
Ths. Lê Xuân Đoàn* - TS. Đặng Xuân Thọ**

Dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ là một bài toán phân lớp trong khai phá dữ liệu, sử dụng các mô hình phân lớp để dự đoán khách hàng có khả năng rời bỏ dịch vụ hay không. Đây là một trong những bài toán khó và có ý nghĩa quan trọng đối với các doanh nghiệp. Bài toán này đặc biệt khó bởi dữ liệu thường gặp vấn đề mất cân bằng khi số lượng khách hàng rời bỏ dịch vụ chỉ chiếm một tỉ lệ nhỏ trong tổng số. Do đó, bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ trở nên khó khăn và thách thức hơn, cần có hướng tiếp cận mới để giải quyết. Một số phương pháp phổ biến giải quyết vấn đề này như SMOTE, Borderline-SMOTE, Safe-level SMOTE mặc dù đã đạt được những kết quả tích cực, nhưng một số trường hợp lại không đạt được kết quả mong đợi. Trong bài báo này, chúng tôi sẽ trình bày về ứng dụng của phương pháp phân lớp dữ liệu mất cân bằng trong giải quyết bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ và đưa ra phương pháp cải tiến mới để nâng cao hiệu quả dự đoán.

• Từ khóa: dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ, dữ liệu mất cân bằng, phân lớp, SMOTE.

customer churn prediction is a classification problem in data mining, which uses classification models to predict whether customers are likely to leave a service or not. It is one of the difficult and important problems for businesses. This problem is especially difficult because the data often has an imbalanced problem when the number of customers leaving the service only accounts for a small percentage of the total. Therefore, the problem of predicting customer leaving the service becomes more difficult and challenging, requiring a new approach to solve. Some popular methods of solving this problem such as SMOTE, Borderline-SMOTE, Safe-level SMOTE, although achieving positive results, in some cases did not achieve the expected results. In this paper, we will present the application of the imbalanced data classification method in solving the problem of predicting customer churn and offer a new method to improve prediction efficiency.

• Keywords: customer churn, imbalanced data, classification, SMOTE.

1. Giới thiệu

Bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ giao dịch là dự đoán liệu khách hàng sẽ không còn mua sản phẩm hoặc dịch vụ của mình trong một khoảng thời gian nhất định nữa hay không.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

Trong thực tế thì bài toán này thường gặp trong các tổ chức kinh doanh dịch vụ như ngân hàng, bảo hiểm, viễn thông... Đây là một bài toán quan trọng đối với bất kỳ một tổ chức nào vì nếu có thể dự đoán được sớm việc khách hàng không tiếp tục sử dụng dịch vụ, tổ chức có thể đưa ra được các phương án để giữ chân khách hàng. Việc chú trọng đến tập khách hàng (có khả năng) rời bỏ dịch vụ luôn được Ban lãnh đạo của các Tổ chức quan tâm vì nhiều lý do. Bởi giữ chân khách hàng sẽ giúp tăng uy tín thương hiệu, tăng doanh thu. Bên cạnh đó, chi phí đầu tư mỗi khách hàng mới nhiều gấp nhiều lần khách hàng cũ và việc tìm kiếm khách hàng mới cũng sẽ bị ảnh hưởng bởi việc khách cũ rời bỏ dịch vụ. Nhận thức được những điều đó, các tổ chức luôn cố gắng níu kéo từng khách hàng một, tìm biện pháp để kịp thời giữ chân khách hàng có nguy cơ rời bỏ dịch vụ của mình (Duyen, 2017).

Dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ nói riêng và các bài toán dự báo trong kinh tế, tài chính nói chung đều đã có những nghiên cứu phân

* Học viện Chính sách và Phát triển ** Đại học Sư phạm Hà Nội

tích dữ liệu để giải quyết từ lâu nhưng đến nay vẫn luôn được quan tâm đặc biệt bởi tầm quan trọng của nó. Với sự phát triển của khoa học công nghệ và sự bùng nổ dữ liệu hiện nay xuất hiện các kho dữ liệu khổng lồ (Big Data) thì các phương pháp phân tích dữ liệu truyền thống đòi hỏi những yêu cầu điều tra phức tạp và tốn kém về mặt thời gian. Do đó, xu thế hiện nay để giải quyết hiệu quả hơn các bài toán này là sử dụng các kỹ thuật của khai phá dữ liệu và các thuật toán học máy (Nguyễn Ngọc Tuấn, 2016), (H. Ali, 2019).

Bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ là thuộc dạng phân lớp trong khai phá dữ liệu và có đặc thù dữ liệu thường là mất cân bằng khi số lượng đa số (không rời dịch vụ) có thể sẽ lớn hơn rất nhiều so với số lượng lớp thiểu số (có rời dịch vụ), điều này làm cho các thuật toán phân lớp gặp rất nhiều khó khăn, do đó cần có hướng tiếp cận riêng để giải quyết. (Yanmin, 2009). Mặc dù hiện nay đã có một số phương pháp, thuật toán được đề xuất cho mô hình phân lớp dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ và đã thu được những kết quả nhất định trong một số trường hợp riêng, tuy nhiên vấn đề này có thể được làm tốt hơn nữa để nâng cao hiệu quả dự đoán.

2. Phương pháp phân lớp dữ liệu mất cân bằng

2.1. Phân lớp dữ liệu

Phân lớp (classification) là một kỹ thuật quan trọng trong khai phá dữ liệu, mục đích là gán (dự đoán) nhãn của một phần tử dữ liệu mới (chưa biết nhãn) từ những thuộc tính của phần tử dữ liệu đó. Tập các giá trị nhãn lớp ở đây là hữu hạn, và nếu chỉ có 2 giá trị thì được gọi là phân lớp nhị phân. Ví dụ điển hình của phân lớp dữ liệu như việc phân loại email mới gửi đến là thư rác hay không, nếu là thư rác thì email sẽ được gán nhãn Spam và chuyển vào thư mục spam, còn nếu không thì sẽ được gán nhãn Non-spam và chuyển vào thư mục inbox.

Quá trình phân lớp gồm hai giai đoạn: xây dựng mô hình (learning) và sử dụng mô hình (classification). Giai đoạn xây dựng mô hình là việc học dữ liệu từ một tập dữ liệu huấn luyện

(training set) đã biết trước nhãn bằng các thuật toán học máy (machine learning) để tạo ra một mô hình (model) có khả năng dự đoán nhãn lớp cho dữ liệu mới. Tùy theo thuật toán học máy được sử dụng thì có những mô hình phân lớp khác nhau, chẳng hạn như: cây quyết định (Decision Tree), k - láng giềng gần nhất (k - Nearest Neighbor), máy véc tơ hỗ trợ (Support Vector Machine), Naïve Bayes, rừng ngẫu nhiên (Random Forest)...

Sau khi xây dựng được mô hình phân lớp ở giai đoạn huấn luyện thì sẽ sử dụng mô hình để phân lớp dữ liệu mới nếu hiệu quả phân lớp chấp nhận được. Để đánh giá mô hình phân lớp là chấp nhận được hay không, ta sử dụng một bộ dữ liệu kiểm tra độc lập với bộ dữ liệu huấn luyện rồi từ đó xác định xem có bao nhiêu phần tử dữ liệu được phân lớp đúng và bao nhiêu phần tử dữ liệu bị phân lớp sai. Một số độ đo đánh giá hiệu quả phân lớp phổ biến là: *Accuracy*, *F-score*, *Sensitivity* (*Recall*), *Specificity*, *G-mean*... (Yanmin Sun, 2009).

2.2. Phân lớp dữ liệu mất cân bằng

Dữ liệu mất cân bằng là dữ liệu có sự chênh lệch lớn về số lượng phần tử giữa các lớp dự đoán (H. Ali, 2019), nghĩa là số lượng các phần tử đại diện cho một lớp lớn hơn rất nhiều so với các lớp khác, chẳng hạn như tỷ lệ khách hàng không rời bỏ dịch vụ thường là cao hơn rất nhiều so với khách hàng rời bỏ dịch vụ. Hoặc trong việc phát hiện bệnh nhân ung thư thì tỷ lệ bệnh nhân không bị ung thư là cao hơn rất nhiều so với các bệnh nhân bị ung thư... Đối với trường hợp hai lớp (chỉ có 2 trường hợp của lớp dự đoán, chẳng hạn như việc xác định giới tính là Nam/Nữ, hay xác định khả năng khách hàng là có rời bỏ dịch vụ/ không rời bỏ dịch vụ...) thì tỷ lệ này có thể là 1:5, 1:10, 1:100... Lớp chiếm số đông phần tử gọi là lớp đa số (negative), ngược lại lớp có ít phần tử gọi là lớp thiểu số (positive). Khi tiến hành khai phá dữ liệu trên các dữ liệu mất cân bằng thì các thuật toán thường đạt độ chính xác cao với lớp đa số nhưng với lớp thiểu số thì ngược lại.

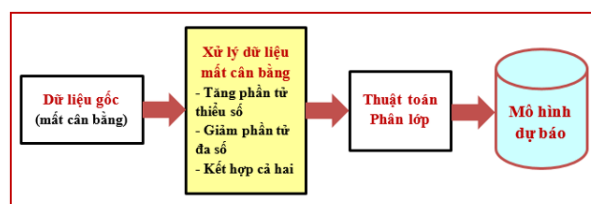
Trong thực tế, vấn đề mất cân bằng dữ liệu đối với các bộ dữ liệu của bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ là phổ biến. Để giải quyết hiệu quả cho bài toán này thì có thể sử dụng các phương pháp phân lớp của khai phá dữ liệu, trong đó có hai hướng tiếp cận chính được tập trung nghiên cứu cho việc nâng cao hiệu quả dự đoán là: hướng tiếp cận ở mức độ thuật toán và hướng tiếp cận ở mức độ dữ liệu (Yanmin Sun, 2009), (H.Ali, 2019).

Hướng tiếp cận ở mức độ thuật toán: Tập trung vào việc điều chỉnh, cải tiến các thuật toán phân lớp chuẩn (như cây quyết định, Naïve Bayes, máy véc tơ hỗ trợ SVM, k láng giềng gần nhất KNN...) sao cho phù hợp với dữ liệu mất cân bằng, chẳng hạn như tăng cường học cho lớp thiểu số. Hướng tiếp cận này thường là phức tạp hơn so với hướng tiếp cận ở mức độ dữ liệu và yêu cầu cần phải hiểu rõ về thuật toán phân lớp cần cải tiến.

Hướng tiếp cận ở mức độ dữ liệu: Bao gồm các phương pháp điều chỉnh để giảm sự mất cân bằng dữ liệu bằng cách tăng số lượng phần tử lớp thiểu số (sinh thêm các phần tử thuộc lớp thiểu số một cách ngẫu nhiên, hoặc có chọn lọc, hoặc sinh thêm phần tử nhân tạo), giảm số lượng phần tử lớp đa số hoặc kết hợp cả hai phương pháp. Cả ba phương pháp trên đều hướng đến mục tiêu cân bằng phân bố dữ liệu. Ưu điểm của các phương pháp tiếp cận mức độ dữ liệu là sự linh hoạt, dữ liệu có thể sử dụng để huấn luyện các bộ phân loại khác nhau. Hướng tiếp cận này được tập trung nghiên cứu nhiều hơn và một số phương pháp tiêu biểu có thể kể tới là:

- ROS (Random Over-sampling)
- RUS (Random Under-sampling)
- SMOTE (Synthetic Minority Over-sampling Technique)
- BOS (Boderline SMOTE): sinh thêm phần tử nhân tạo dựa trên đường biên
- SLS (Safe-level SMOTE): sinh thêm phần tử nhân tạo dựa trên mức an toàn
- Một số phương pháp khác: Tomek Link, ADASYN...

Hình 1. Phân lớp dữ liệu mất cân bằng theo hướng tiếp cận mức độ dữ liệu



Một số tác giả cũng đã sử dụng phương pháp phân lớp dữ liệu mất cân bằng để giải quyết bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ theo các cách tiếp cận khác nhau. Nhóm tác giả trong (Aamer, 2017) đã kết hợp phương pháp lựa chọn thuộc tính và xử lý dữ liệu mất cân bằng, trong khi đó, Annisa Aditsania và các cộng sự trong (Annisa, 2017) sử dụng phương pháp lấy mẫu tổng hợp thích ứng (ADASYN - một biến thể của SMOTE) và thuật toán lan truyền ngược để xử lý mất cân bằng dữ liệu trong bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ. Ngoài ra, các tác giả trong (Uma, 2018) đã đề xuất phương pháp mới SOS-BUS kết hợp tăng số phần tử nhân tạo SMOTE với kỹ thuật giảm số phần tử của họ đề xuất... Về cơ bản là các nghiên cứu tập trung chủ yếu vào việc tiếp cận xử lý mất cân bằng ở cấp độ dữ liệu, đề xuất một số cải tiến kết hợp với thuật toán SMOTE để dự báo khách hàng rời bỏ dịch vụ, tuy nhiên dữ liệu sử dụng mang tính đặc thù và không công khai.

Tại Việt Nam, một số tác giả như (Nguyễn Ngọc Tuấn, 2016), (Kien Vu, 2018) đã nghiên cứu việc áp dụng kỹ thuật khai phá dữ liệu để giải quyết bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ trong lĩnh vực kinh doanh viễn thông. Đặc biệt, nhóm tác giả của FTP Telecom (Duyen, 2017) và các đồng nghiệp cũng đã có ứng dụng phân lớp dữ liệu mất cân bằng và phương pháp lựa chọn thuộc tính để giải quyết bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ Internet tại tổ chức của mình.

3. Phương pháp đề xuất nâng cao hiệu quả dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ

Mặc dù các phương pháp phân lớp dữ liệu mất cân bằng phổ biến hiện nay như SMOTE và các biến thể của nó đã có những cải tiến mô hình phân lớp bằng cách sinh thêm các phần tử nhân tạo

theo những cách khác nhau, tuy nhiên qua khảo sát dữ liệu của một số bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ và thực nghiệm thì chúng tôi nhận thấy rằng các phương pháp này còn tồn tại một số hạn chế như:

- Phần tử thiếu số nhân tạo được sinh quá xa với phần tử thiếu số thực sự, và có thể sẽ nằm trong vùng có nhiều phần tử đa số nên sẽ gây nhiễu (giảm hiệu quả phân lớp).

- Những phần tử đa số nằm sâu trong vùng có nhiều phần tử thiếu số là những phần tử có ảnh hưởng nhiều lớn nhưng các phương pháp hiện tại không xử lý nhiều với những phần tử này.

- Phương pháp Borderline SMOTE thì chỉ áp dụng cho các trường hợp dữ liệu được phân bố bởi đường biên rõ ràng, hay phương pháp Safe-level SMOTE thì định nghĩa tỷ lệ an toàn dựa trên số phần tử láng giềng có thể sẽ bị nhiễu nếu phân bố dữ liệu không đồng đều về khoảng cách nên khi áp dụng với bài toán khách hàng rời bỏ dịch vụ thì hiệu quả không cao...

Do đó, chúng tôi đề xuất một phương pháp mới để nâng cao hiệu quả cho mô hình dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ. Phương pháp này cũng giống như SMOTE là xử lý dữ liệu mất cân bằng trước khi huấn luyện mô hình, các bước thực hiện như sau:

- Lấy giá trị khoảng cách R_1 và R_2 đủ nhỏ và tham số $T \geq 1$.

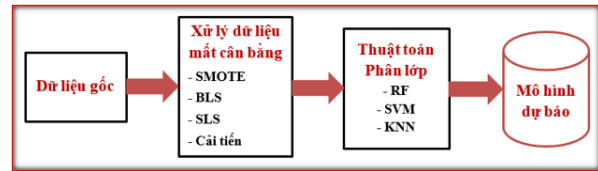
- Với mỗi phần tử đa số X , nếu $T \cdot n > m$, trong đó lần lượt là số phần tử đa số, số phần tử thiếu số có khoảng cách tới X nhỏ hơn R_1 thì đổi nhãn của X thành nhãn của lớp thiếu số.

- Với mỗi phần tử thiếu số thực sự P , sinh thêm ngẫu nhiên k phần tử thiếu số nhân tạo có khoảng cách tới P nhỏ hơn R_2 .

Để minh chứng tính hiệu quả của phương pháp đề xuất, chúng tôi tiến hành thực nghiệm trên bộ dữ liệu Customer Churn của Kaggle và so sánh kết quả với các phương pháp xử lý dữ liệu mất cân bằng khác, bao gồm: SMOTE, Boderline SMOTE (BLS), Safe-level SMOTE (SLS). Bộ dữ liệu này có kích thước gồm 4250 bản ghi, trong đó tỷ lệ mất cân bằng dữ liệu là 1 : 6,1. Các

thuật toán phân lớp sử dụng trong thực nghiệm là: rừng ngẫu nhiên (RF), máy véc tơ hỗ trợ (SVM), k láng giềng gần nhất (KNN).

Hình 2. Các bước tiến hành thực nghiệm



Chúng tôi sử dụng các độ đo *Sensitivity* (*Recall*), *Specificity*, *G-mean* được tính từ ma trận nhầm lẫn như sau:

Bảng 1. Ma trận nhầm lẫn

	Dự đoán là Positive	Dự đoán là Negative
Thực tế là Positive	TP	FN
Thực tế là Negative	FP	TN

Trong đó các hàng của ma trận là nhãn lớp thực tế, các cột là nhãn lớp dự đoán và:

- TN: số lượng phần tử lớp đa số được phân loại chính xác.

- FN: số lượng phần tử lớp thiếu số bị phân loại nhầm là phần tử lớp đa số.

- TP: số lượng phần tử lớp thiếu số được phân loại chính xác.

- FP: số lượng phần tử lớp đa số bị phân loại nhầm là phần tử lớp thiếu số.

- $Sensitivity = \frac{TP}{TP + FN}$: tỷ lệ phát hiện ra các phần tử thiếu số thực sự.

- $Specificity = \frac{TN}{TN + FP}$: tỷ lệ phát hiện ra các phần tử đa số thực sự.

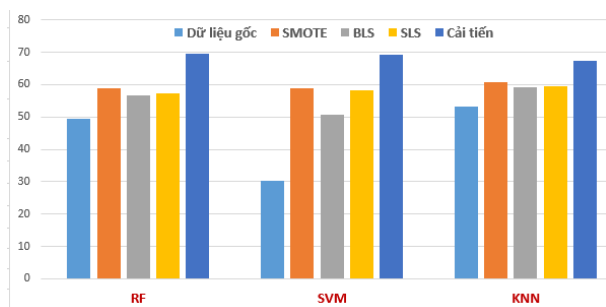
- $G - mean = \sqrt{Sensitivity * Specificity}$

Kết quả thực nghiệm được thống kê như sau:

Bảng 2. Tổng hợp kết quả thực nghiệm

Phương pháp	RF			SVM			KNN		
	Sen	Spe	G-mean	Sen	Spe	G-mean	Sen	Spe	G-mean
Dữ liệu gốc	25.0	98.0	49.5	9.3	98.1	30.2	29.0	97.6	53.2
SMOTE	35.3	97.5	58.7	35.3	97.7	58.7	41.2	89.1	60.6
BLS	32.8	98.1	56.7	26.1	98.4	50.6	37.0	94.8	59.2
SLS	33.6	97.9	57.3	34.5	97.8	58.1	37.8	93.9	59.6
Cải tiến	53.1	91.2	69.6	59.2	81.1	69.3	60.0	75.3	67.2

Hình 3. Biểu đồ so sánh giá trị G-mean



Từ Bảng 2 và Biểu đồ tại Hình 3 nhận thấy rằng khi chúng ta áp dụng các phương pháp xử lý dữ liệu mất cân bằng thì hiệu quả phân lớp đều tốt hơn so với thực hiện trên dữ liệu gốc ban đầu, mặc dù độ đo *Specificity* có giảm nhẹ nhưng hai độ đo quan trọng là *Sensitivity* và *G-mean* đều tăng, điều này là rất có ý nghĩa với mô hình phân lớp dữ liệu mất cân bằng. Đặc biệt là phương pháp cải tiến của chúng tôi là có hiệu quả cao hơn với 3 phương pháp SMOTE, BLS, SLS trong cả 3 lần thực nghiệm với các thuật toán RF, SVM, KNN. Ngoài ra, theo Biểu đồ so sánh giá trị *G-mean* thì chúng ta nhận thấy rằng mặc dù phương pháp BLS và SLS là những biến thể của SMOTE nhưng hiệu quả phân lớp trong bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ lại không cao hơn so với SMOTE.

4. Kết luận

Dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ là một bài toán phân lớp dữ liệu mất cân bằng nên khi sử dụng các phương pháp xử lý dữ liệu mất cân bằng như SMOTE hay các biến thể của SMOTE nói chung là cho hiệu quả phân lớp tốt hơn so với dữ liệu gốc ban đầu. Trong bài báo này chúng tôi đã đề xuất một phương pháp mới giảm phân bố mất cân bằng của dữ liệu dựa trên sự kết hợp giữa đối nhân của các phần tử đa số bị nhiễu và sinh thêm phần tử nhân tạo thiếu số trong vùng lân cận của các phần tử thiếu số ban đầu. Kết quả thực nghiệm cho thấy rằng phương pháp đề xuất của chúng tôi có hiệu quả phân lớp tốt hơn so với các phương pháp xử lý dữ liệu mất cân bằng phổ biến. Bài toán dự đoán khách hàng rời bỏ dịch vụ

vẫn còn rất nhiều thách thức cần giải quyết, trong thời gian tới nhóm tác giả sẽ tiếp tục nghiên cứu thêm về chiến lược sinh thêm phần tử nhân tạo tối ưu hơn nhằm nâng cao hiệu quả dự đoán.

Tài liệu tham khảo:

- Aamer Hanif and Noor Azhar (2017), *Resolving class imbalanced and feature selection in customer churn dataset*, 2017 International Conference on Frontiers of Information Technology, pp. 82-86.
- Annisa Aditsania, Adiwijaya and Aldo Lionel Saonard (2017), *Handling Imbalanced Data in Churn Prediction using ADASYN and Backpropagation Algorithm*, 2017 3rd International Conference on Science in Information Technology (ICSITech), pp. 533-536.
- Duyen Do, Phuc Huynh, Phuong Vo and Tu Vu (2017), *Customer Churn Prediction in an Internet Service Provider*, 2017 IEEE International Conference on Big Data (BIGDATA), pp. 3928-3933.
- Kien Vu (2018), *Dự đoán khách hàng rời bỏ trong ngành viễn thông*, truy cập ngày 27/10/2018 từ <<https://kienvu2368.medium.com/>>.
- H. Ali, M. N. M. Salleh, R. Saedudin, K. Hussain and M. F. Mushtaq (2019), "Imbalance class problems in data mining: a review," *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, vol. 14, no. 3, pp. 1560-1571.
- Nguyễn Ngọc Tuấn (2016), *Áp dụng kỹ thuật khai phá dữ liệu dự báo thuê bao rời mạng di động*, Luận văn thạc sĩ - Đại học Công nghệ, ĐHQGHN.
- Nghiêm Thị Toàn, Nghiêm Thị Lịch, Bùi Dương Hương, Đặng Xuân Thọ, "Mask: phương pháp mới nâng cao hiệu quả phát hiện gian lận tài chính", *Tạp chí Khoa học và Kỹ thuật - Học viện KTQS*, số 184 (06-2017), pp 5-17.
- Uma R. Salunkhe and Suresh N. Mali (2018), *A Hybrid Approach for Class Imbalance Problem in Customer Churn Prediction: A Novel Extension to Under-sampling*, *I.J. Intelligent Systems and Applications*, 5, pp. 71-81.
- Yanmin Sun, Andrew K.C. Wong and Mohamed S. Kamel (2009), "Classification of imbalanced data: a review," *International Journal of Pattern Recognition and Artificial Intelligence*, vol. 23, p. 687-719.

TÁC ĐỘNG CỦA DỊCH COVID-19 ĐẾN NGÀNH DU LỊCH CỦA VIỆT NAM

TS. Nguyễn Thị Tuyết*

Du lịch được định hướng là ngành kinh tế mũi nhọn góp phần thúc đẩy kinh tế Việt Nam phát triển. Du lịch Việt Nam với sự đa dạng hóa hệ sinh thái, tự nhiên, sự độc đáo về văn hóa của các địa phương là điều kiện thuận lợi để đẩy mạnh phát triển các mô hình du lịch. Tuy nhiên với diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19 như hiện nay đã tác động rất lớn đến ngành du lịch của Việt Nam. Các lệnh cấm bay, giãn cách xã hội, hạn chế đi lại và sự e ngại của du khách do lo sợ ảnh hưởng của đại dịch là nguyên nhân khiến nhiều công ty du lịch phá sản, tạm ngừng hoạt động, các khách sạn, nhà hàng, điểm du lịch vắng khách, lao động trong ngành du lịch thất nghiệp... Bài viết này phân tích những tác động của đại dịch Covid-19 đến ngành du lịch Việt Nam và đề xuất những giải pháp nhằm khôi phục ngành du lịch Việt Nam sau đại dịch Covid-19.

• Từ khóa: Covid-19, ngành du lịch, tác động.

Tourism is oriented as a key economic sector contributing to the development of the Vietnamese economy. Vietnam's tourism with its diversification of ecosystems, nature, and cultural uniqueness of localities is a favorable condition to promote the development of tourism models. However, the complicated developments of the current Covid-19 pandemic have had adverse impacts on the Vietnamese tourism. To fight against the Covid-19 pandemic and minimize the transmission within the community, the Vietnamese government has been implementing some regulations such as flight bans both domestically and internationally, social distancing, travel restrictions. These factors together with tourists' apprehension towards being infected with the Virus have been driving many travel companies to go bankrupt, suspend operations. As a result, hotels, restaurants, and tourist spots witness the unprecedented low rate of customers, and workers in the tourism industry are undergoing unemployment. This article analyzes the impacts of the Covid-19 pandemic on Vietnam's tourism industry and proposes solutions to reconstruct and reinforce Vietnamese tourism after the Covid-19 pandemic.

• Keywords: Covid-19, tourism, impact.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

1. Đặt vấn đề

Du lịch từ lâu đã trở thành một phần quan trọng không thể thiếu trong đời sống tinh thần của con người. Trước đây khi nền kinh tế còn khó khăn, du lịch là một khái niệm còn xa lạ, du lịch giống như một ước mơ đối với nhiều người. Còn ngày nay, khi chất lượng cuộc sống được cải thiện, nhu cầu của con người trở nên phong phú hơn, không còn đơn giản chỉ là “ăn no mặc ấm” mà dần đã trở thành “ăn ngon mặc đẹp”, vì thế cầu về du lịch cũng đồng thời tăng lên. Du lịch trở thành món ăn tinh thần, là cách để con người giải tỏa những căng thẳng mệt mỏi sau thời gian làm việc, là cơ hội để được đặt chân đến những vùng đất mới lạ, được khám phá, mở mang tầm mắt.

Du lịch Việt Nam bước vào năm 2020 với rất nhiều hứa hẹn về một năm phát triển mạnh mẽ, nhưng đại dịch Covid-19 bất ngờ xuất hiện đã thay đổi toàn bộ cục diện của ngành du lịch. Dịch bệnh khiến cho nhiều ngành kinh tế bị trì trệ, hoạt động kém năng suất, lợi nhuận thu về giảm đáng kể. Du lịch không phải ngành kinh tế bị tác động nặng nề nhất, mạnh mẽ nhất, nhưng lại là ngành kinh tế bị ảnh hưởng rõ rệt nhất những ngày tháng dịch bệnh vừa qua. Dịch bệnh ngày một khó kiểm soát và không lường trước được, Chính phủ khuyến cáo người dân hạn chế ra ngoài, hạn chế tiếp xúc và thậm chí “ai ở đâu đứng yên ở đó”, trong khi đặc điểm lớn nhất của Du lịch là “xách balo lên và đi”, vậy ngành du

* Học viện Tài chính

lịch đã gặp phải những khó khăn gì? và làm thế nào để vực dậy và phát triển hơn nữa? Đó luôn là những câu hỏi vẫn đang đi tìm lời giải đáp của những người quan tâm. Nhận thức được tầm ảnh hưởng của dịch bệnh đối với ngành du lịch, bài viết tập trung nghiên cứu về ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 đến ngành du lịch và từ đó đề xuất những giải pháp nhằm khôi phục ngành du lịch Việt Nam sau đại dịch Covid-19.

2. Tác động của đại dịch Covid-19 đến ngành du lịch

Do hội nhập kinh tế sâu rộng, Việt Nam cũng chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, tác động y tế của dịch bệnh không nghiêm trọng như nhiều quốc gia khác, nhờ có các biện pháp đối phó chủ động ở cả các cấp trung ương và địa phương. Trong khi kinh tế vĩ mô và tài khóa ổn định với mức tăng trưởng GDP ước đạt 3,8% trong quý đầu năm 2020, tác động của cuộc khủng hoảng Covid-19 đang diễn ra là khó dự đoán, tùy thuộc vào quy mô và thời gian kéo dài của dịch bệnh. Covid-19 cũng cho thấy cần phải cải cách mạnh mẽ hơn để giúp kinh tế phục hồi trong trung hạn, như cải thiện môi trường kinh doanh, thúc đẩy kinh tế số, nâng cao hiệu quả đầu tư công, đây là các nội dung chính mà Việt Nam cần cân nhắc để cải cách nhanh và mạnh hơn.

Tác động đến lượng khách du lịch

Bảng 1: Khách du lịch nội địa

Đơn vị: Nghìn lượt khách

	2016	2017	2018	2019	2020	8 tháng đầu năm 2021
Số lượng khách	62.000	73.200	80.000	85.000	56.000	31.200

Nguồn: Tổng cục Văn hóa Thể thao và Du lịch

Bảng 2: Khách du lịch quốc tế

Đơn vị: Lượt khách

	2016	2017	2018	2019	2020
Số lượt khách	10.012.735	12.922.151	5.497.791	18.008.591	3.686.779
Khách quốc tế phân theo thị trường					
Châu Á	7.263.374	9.762.661	12.075.446	14.386.318	2.674.367
Châu Mỹ	735.073	817.033	903.830	973.794	234.050
Châu Âu	1.617.432	1.885.670	2.037.915	2.168.152	664.251

	2016	2017	2018	2019	2020
Châu Úc	368.292	420.906	437.819	432.370	102.181
Châu Phi	28.564	35.881	42.761	47.957	11.930

Nguồn: Tổng cục Văn hóa Thể thao và Du lịch

Theo số liệu thống kê cho thấy trong giai đoạn 2016-2019, du lịch Việt Nam đã có mức tăng trưởng ngoại mục. Lượng khách du lịch nội địa tăng liên tục theo các năm. Năm 2016 Việt Nam thu hút được 62 triệu lượt khách nội địa đến năm 2019 con số này tăng lên 85 triệu lượt khách với tốc độ tăng trưởng 37%. Năm 2019 cũng là năm Việt Nam đón lượng khách quốc tế cao kỷ lục đạt hơn 18 triệu lượt khách và đạt mục tiêu đón khoảng 20,5 triệu lượt khách năm 2020. Lượng khách quốc tế chủ yếu đến từ thị trường Châu Á chiếm trên 70% lượng khách quốc tế.

Dịch bệnh Covid bùng phát vào cuối năm 2019 thực sự là một cú sốc lớn đối với ngành du lịch Việt Nam. Trong năm 2019, lượng khách du lịch nội địa là 85 triệu lượt khách nhưng đến năm 2020 giảm 34% chỉ còn 56 triệu lượt khách. Tính đến tháng 8/2021 lượng khách du lịch nội địa chỉ đạt 31,2 triệu lượt khách giảm 63,29% so với năm 2019. Lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam có sự giảm sút rất lớn do ảnh hưởng của đại dịch, năm 2019 đón 18 triệu lượt khách nhưng sang năm 2020 chỉ đạt 3,68 triệu lượt khách (giảm gần 80%). Khách quốc tế phân theo các thị trường đều sụt giảm mạnh trong năm 2020. Thị trường châu Á giảm 81,%; thị trường châu Mỹ giảm 80%; thị trường châu Âu giảm 69,4%; thị trường châu Úc giảm 76,4% và thị trường châu Phi giảm 75%.

Tác động đến doanh thu du lịch

Bảng 3: Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2016-2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng thu từ khách du lịch (Nghìn tỷ đồng)	417.27	541	637	755	312
Tốc độ tăng trưởng (%)	17.5	29.7	17.7	18.5	-58.7

Nguồn: Tổng cục Văn hóa Thể thao và Du lịch

Trong giai đoạn 2016-2019 doanh thu du lịch Việt Nam liên tục tăng theo các năm, từ 417,27 nghìn tỷ đồng năm 2016 đã tăng lên 755 nghìn tỷ đồng vào năm 2019, với tốc độ tăng trưởng trong cả giai đoạn đạt mức cao hơn 20%. Ngành du lịch bước vào năm 2020 đón lượng khách kỷ lục

trong tháng 1, đạt 2 triệu lượt khách, tăng 32,8% so với cùng kỳ năm 2019. Du lịch Việt Nam đã kỳ vọng vào một năm thành công, vượt chỉ tiêu đón 20 triệu lượt khách quốc tế năm 2020 theo Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị.

Tuy nhiên, đại dịch Covid-19 bùng phát và lan rộng toàn thế giới đã làm gián đoạn hoạt động du lịch. Du lịch Việt Nam chịu ảnh hưởng nặng nề do thị trường quốc tế đóng băng từ cuối tháng 3/2020, thị trường nội địa cũng chịu ảnh hưởng nghiêm trọng sau 2 đợt dịch. Nhu cầu đi lại giảm mạnh, tổng thu từ khách du lịch năm 2020 đạt 312 nghìn tỷ đồng giảm 58,7% so với năm 2019 tương đương mức giảm khoảng 19 tỷ đô la Mỹ. Doanh thu du lịch cả nước trong tháng 4/2020 gần như không có.

Bên cạnh đó, do ảnh hưởng của dịch bệnh toàn bộ các tour du lịch từ Việt Nam đi nước ngoài cũng bị hủy khiến các công ty lữ hành và hàng không phải hủy tour và mất trắng nhiều tỷ đồng. Ngoài ra, vì dịch bệnh nên nhiều khách du lịch lo sợ không dám đi tour trong nước và nước ngoài khiến thất thu và các công ty du lịch bị thua lỗ lớn trước nguy cơ bị hãng hàng không phạt cọc. Tính đến đầu tháng 4/2020, Việt Nam có 2.699 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế, đến giữa tháng 4/2020 có hơn 90% doanh nghiệp đã tạm ngừng hoạt động vì không có khách, một số doanh nghiệp đã chấm dứt hoạt động. Tình hình tài chính của nhiều doanh nghiệp rất khó khăn, nhiều công ty du lịch, khách sạn, hàng không, vận chuyển, nhà hàng, điểm mua sắm du lịch... có thể đứng trước nguy cơ phá sản.

Bảng 4: Số doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống tạm ngừng kinh doanh, giải thể

Đơn vị: Doanh nghiệp

	Bình quân giai đoạn 2014-2015	2018	2019	2020	Chỉ số phát triển	
					Năm 2020 so với năm 2019	BQ giai đoạn 2016-2020 so với BQ giai đoạn 2014-2015
Số lượng DN tạm ngừng KD	684	1545	1553	2897	186.5	243.2
Số lượng DN giải thể	555	992	1003	987	98.4	162.6

Nguồn: Sách trắng DNVN 2021

Tác động đến việc làm việc làm ngành du lịch

Thống kê sơ bộ từ Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội tại 22 tỉnh, thành phố cho thấy, trong 3 tháng đầu năm 2020, đã có trên 9.000 lao động Việt Nam bị ảnh hưởng, mất việc làm vì doanh nghiệp thu hẹp hoặc tạm dừng hoạt động do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, trong đó có trên 1.000 lao động (13%) thuộc lĩnh vực dịch vụ du lịch. Theo Hiệp hội Du lịch Việt Nam, hiện trong cả nước có đến 98% lao động trong lĩnh vực du lịch phải nghỉ việc.

Đáng chú ý là tỷ lệ tham gia lực lượng lao động thấp kỷ lục. Quý I, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên của cả nước giảm 144.200 người so với cùng kỳ năm 2019; tỷ lệ tham gia lực lượng lao động ước đạt 75,4%, giảm 1,3 điểm phần trăm, thấp nhất 10 năm qua.

Theo kết quả khảo sát 432 doanh nghiệp du lịch tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và 16 địa phương khác trên cả nước từ Hội đồng Tư vấn Du lịch (TAB) đến tháng 3/2021, 39% người lao động trong ngành du lịch đã chưa thể phục hồi việc làm so với trước dịch Covid-19. Cũng theo khảo sát này, còn 61% số lao động trong ngành du lịch có việc làm, đa số họ còn phải chấp nhận giảm thời gian làm việc, giảm lương, nhiều doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ phải cho nhân viên nghỉ tạm thời. Trong đó, tỷ lệ lao động trong các cơ sở lưu trú có việc làm so với trước dịch là 61%, lữ hành quốc tế là 60% và bán hàng lưu niệm là 58%.

3. Giải pháp khôi phục ngành du lịch Việt Nam sau đại dịch Covid-19

Có thể khẳng định, đại dịch Covid-19 chính thức làm tê liệt ngành du lịch thế giới nói chung, ngành du lịch Việt Nam nói riêng. Gam màu nào đang chờ du lịch Việt Nam ở phía trước, điều đó phụ thuộc vào việc các doanh nghiệp trong ngành tạo ra và tận dụng cơ hội như thế nào, vậy một lần nữa lại là một bài toán khó dành cho các nhà kinh tế nói chung và những thành phần kinh tế trong ngành du lịch nói riêng: Làm thế nào để khôi phục ngành du lịch Việt Nam sau đại dịch này?

Nhằm hỗ trợ doanh nghiệp du lịch vượt qua khó khăn, giúp ngành vượt qua khủng hoảng do Covid-19, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã đề xuất với Thủ tướng Chính phủ hàng loạt các giải pháp cấp bách. Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du

lịch, trong thời gian tới cần có chính sách kích cầu du lịch, đảm bảo sự tham gia hiệu quả của toàn ngành Du lịch cũng như các Bộ, ngành liên quan. Các Bộ, ngành, địa phương xây dựng chính sách kịp thời và đồng bộ hỗ trợ doanh nghiệp du lịch giảm thiểu khó khăn, thiệt hại, giúp doanh nghiệp du lịch phục hồi, góp phần đưa ngành Du lịch dần trở lại với hoạt động bình thường.

Thứ nhất, hỗ trợ giãn nập và giảm thuế, miễn hoặc hoãn đóng bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, công đoàn phí cho các doanh nghiệp du lịch. Cho phép doanh nghiệp du lịch và hướng dẫn viên du lịch chậm nộp thuế VAT, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân, bảo hiểm xã hội năm 2019, năm 2020 đến hết tháng 6 năm 2021; chi trả bảo hiểm thất nghiệp cho người lao động phải nghỉ việc do Covid-19. Cần hỗ trợ tiêm chủng Covid-19 cho người lao động thuộc các doanh nghiệp du lịch.

Thứ hai, giảm tiền điện đối với cơ sở lưu trú, giảm phí thẩm định cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế, nội địa, thẻ hướng dẫn viên, hỗ trợ một lần đối với hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ hành nghề bị ảnh hưởng của dịch Covid-19.

Thứ ba, nghiên cứu miễn phí cấp thị thực nhập cảnh cho khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, thời gian áp dụng: 12 tháng từ ngày Việt Nam công bố hết dịch. Nghiên cứu pháp lý hóa danh mục 80 nước, vùng lãnh thổ có tiềm năng gửi khách du lịch đến Việt Nam được xét cấp thị thực điện tử (hiện nay đang thí điểm). Xem xét miễn thị thực đơn phương có thời hạn (12 tháng) cho các nước Ấn Độ, Úc, New Zealand, EU, Mỹ, Canada (khi được xác định không phải là vùng dịch). Nghiên cứu sử dụng hộ chiếu vắc xin đối với khách quốc tế tại một số trung tâm du lịch có thể kiểm soát được dịch bệnh như Phú Quốc, Kiên Giang...

Thứ tư, chỉ đạo các hãng hàng không Việt Nam phối hợp với các doanh nghiệp du lịch nghiên cứu tăng tần suất, mở thêm đường bay đến các thị trường quốc tế tiềm năng như: Philippines, Indonesia, Malaysia, Ấn Độ, New Zealand, Mỹ, Đông Âu; tích cực tham gia Chương trình kích cầu du lịch nội địa, quốc tế với các địa phương và doanh nghiệp sau khi hết dịch.

Thứ năm, quảng bá du lịch Việt Nam ra quốc tế và thực hiện các chính sách thu hút khách quốc tế. Covid-19 với việc giãn cách xã hội và

xu hướng làm việc trực tuyến tại nhà, người tiêu dùng dành nhiều thời gian sử dụng internet hơn là một cơ hội tốt giúp quảng bá du lịch Việt Nam tiếp cận với khách quốc tế. Sản xuất các video giới thiệu về danh lam thắng cảnh, văn hóa, ẩm thực, con người Việt Nam; đăng tải hình ảnh du lịch Việt Nam liên tục xuất hiện trên các trang báo lớn như The Guardian, The New York Times, Reuters... gắn liền với thông điệp an toàn, thành công trong công tác chống dịch Covid-19.

Thứ sáu, để kích cầu du lịch chuẩn bị cho thời kỳ sau dịch, điều quan trọng là phải tạo niềm tin, sự yên tâm cho du khách khi đến Việt Nam du lịch. Các đơn vị cần có sự cam kết xây dựng và triển khai sản phẩm du lịch an toàn. Bên cạnh đó, cần tạo ra yếu tố giá tốt, sao cho giá rẻ mà vẫn giữ nguyên các dịch vụ, thậm chí còn bổ sung thêm các dịch vụ chất lượng khác, như vậy mới kích thích được nhu cầu tiêu dùng của người dân. Theo đó, chương trình kích cầu du lịch vận động sự tham gia của cả các địa phương và doanh nghiệp; vận động các địa phương có chính sách khuyến mãi, giảm giá vé tham quan tới các khu, điểm du lịch, xây dựng môi trường du lịch an toàn, thân thiện, chất lượng và vệ sinh; đồng thời khuyến khích các đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch thực hiện quy trình bảo đảm an toàn cho du khách, nâng cao chất lượng phục vụ. Chương trình chủ yếu hướng tới kích cầu nội địa và kích cầu du lịch đón khách quốc tế đến Việt Nam, tuân thủ đúng những tiêu chí an toàn khi phục vụ khách du lịch. Bên cạnh đó, Hiệp hội Du lịch Việt Nam cũng ban hành Bộ tiêu chí du lịch an toàn với đầy đủ các quy định về điểm đến an toàn; doanh nghiệp du lịch an toàn; dịch vụ ngủ, nghỉ, lưu trú, vui chơi an toàn; dịch vụ ăn uống, hàng hóa an toàn nhằm tạo cơ sở để các doanh nghiệp, địa phương triển khai chương trình kích cầu.

Tài liệu tham khảo:

Niên giám thống kê 2020

Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2019

Báo cáo điều tra lao động việc làm năm 2020

Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2021

Báo cáo đánh giá tác động của covid-19 đến nền kinh tế và các khuyến nghị chính sách, Đại học kinh tế Quốc dân.

Kỷ yếu hội thảo khoa học giáo viên khoa Quản trị Kinh doanh "Du lịch Việt Nam trong bối cảnh dịch COVID-19 - thực trạng và kiến nghị", Học viện Tài chính, 2020.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI MỨC ĐỘ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG GIẢI QUYẾT CÔNG VIỆC TẠI DOANH NGHIỆP

TS. Trương Tuấn Linh - Nguyễn Thị Thanh Huyền - Trương Thị Việt Phương*

Trong xu thế chung, ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) để hỗ trợ giải quyết công việc đang diễn ra ở mức độ cao và rất đa dạng trong mọi lĩnh vực, ngành nghề. Qua phân tích nhân tố khám phá EFA và hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng nhằm xác định sự ảnh hưởng của các yếu tố tới mức độ ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc tại doanh nghiệp. Kết quả cho thấy ba yếu tố có ý nghĩa thống kê ảnh hưởng tới biến phụ thuộc là điều kiện về tiếp cận CNTT, tuổi và tần suất sử dụng máy tính của nhân viên. Điều này gợi ý cho việc công ty nên trang bị, nâng cấp các thiết bị như máy tính, máy in... cho nhân viên sử dụng, đồng thời tần suất sử dụng máy tính của nhân viên công ty cũng nên được tăng lên.

• Từ khóa: CNTT, ứng dụng CNTT, EFA, CMCN 4.0, doanh nghiệp.

In the general trend, the information technology application for supporting problem solving is happening at a high level and diversity in all fields and industries. Through survey data, exploratory factors analysis (EFA) and multivariable linear regression were used to determine the influence of factors on IT application level in solving problem in enterprises. The result show that three factors having statistically significant effects on the dependent variable are conditions of IT access, age and frequency of using computers of company employees. This suggests that the company should equip and upgrade equipment such as computers, printers... for employees to use, upgrade the frequency of using their computers at the same time. The research also shows that the age of employees increases, along with knowledge and practical experience increased in the application of IT in job performance. However, some factors that have not been found in this study, this is the gap for further research.

• Keywords: IT, IT application, EFA, CMCN 4.0, enterprise.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

suất cao hơn. Điều này sẽ cho phép các công ty có nhiều cơ hội trong việc sản xuất các sản phẩm đặc trưng với thời gian đưa ra thị trường nhanh và chất lượng tốt hơn.

Trong cách mạng công nghiệp 4.0 nói chung và định hướng chuyển đổi số nói riêng thì CNTT là thành phần quan trọng, không thể thiếu đối với hoạt động của cuộc sống nói chung cũng như đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh nói riêng. Luật Công nghệ thông tin của Quốc hội Việt Nam năm 2016 đã đưa ra định nghĩa “Công nghệ thông tin là tập hợp các phương pháp khoa học, công nghệ và công cụ kỹ thuật hiện đại để sản xuất, truyền đưa, thu thập, xử lý, lưu trữ và trao đổi thông tin số” và “Ứng dụng công nghệ thông tin là việc sử dụng công nghệ thông tin vào các hoạt động thuộc lĩnh vực kinh tế - xã hội, đối ngoại, quốc phòng, an ninh và các hoạt động khác nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả của các hoạt động này”. Theo đó, có thể hiểu hệ thống CNTT bao gồm các kỹ thuật phần cứng, phần mềm, dữ liệu, mạng máy tính và viễn thông được sử dụng để xử lý thông tin và ứng dụng CNTT trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, là việc sử dụng CNTT phục vụ các hoạt động sản xuất, các hoạt động kinh doanh, các hoạt động quản lý của doanh nghiệp. Nghiên cứu của tác giả Hitt và Brynjolfsson, 1997 đã chỉ ra các doanh nghiệp sử dụng rộng rãi CNTT có xu

1. Đặt vấn đề

Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn thế giới và Việt Nam khi sự cải tiến và ứng dụng công nghệ tại nơi làm việc đang ở mức độ cao và đa dạng trong nhiều ngành nghề, lĩnh vực khác nhau. Cách mạng công nghiệp 4.0 cùng với xu hướng chuyển đổi số sẽ làm tăng cường khả năng linh hoạt trong sản xuất, cùng với khả năng tinh chỉnh hàng loạt, chất lượng tốt hơn và năng

* Trường Đại học Công nghệ Thông tin và Truyền thông - ĐHTN

hướng áp dụng hàng loạt các hoạt động thực tiễn bổ sung như phân cấp quyền quyết định, tập trung vào khuyến khích, tạo động lực đồng thời sẽ phụ thuộc nhiều hơn vào kỹ năng và chất lượng nguồn nhân lực. Tại Ba Lan, các doanh nghiệp đã nhận thức rất rõ vai trò của CNTT đối với sự phát triển của doanh nghiệp trong việc tăng năng suất, tăng độ chính xác và tính linh hoạt của công ty.

Tuy nhiên để phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng CNTT trong hoạt động sản xuất, kinh doanh thì chưa có nhiều. Đặc điểm của người quản lý như tư duy sử dụng CNTT, kiến thức CNTT và đặc điểm của tổ chức như quy mô kinh doanh, cấu trúc tổ chức, văn hóa tổ chức và các yếu tố chung khác bên ngoài như chính trị, kinh tế, xã hội, hạ tầng cũng được đề cập trong nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới việc sử dụng CNTT tại các Hợp tác xã nông nghiệp ở Thái Lan. Nhưng kết quả nghiên cứu chi tiết vẫn chưa được công bố, đánh giá cụ thể. Trong nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng tới việc sử dụng CNTT của giáo viên trong giáo dục có chỉ ra thái độ tích cực của bản thân trong việc ứng dụng CNTT có ý nghĩa quan trọng để nâng cao chất lượng giảng dạy. Tại Việt Nam, qua tài liệu có được, chúng tôi chưa tìm thấy nghiên cứu nào từ trước đến nay về việc tìm hiểu và phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng CNTT trong người lao động để hỗ trợ giải quyết công việc. Do vậy, nghiên cứu này là nghiên cứu đầu tiên ở Việt Nam với mục tiêu phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc tại doanh nghiệp.

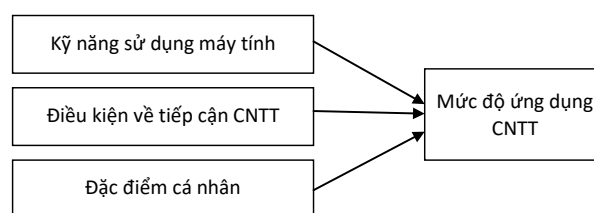
2. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu khảo sát sẽ được phân tích qua 5 bước. *Thứ nhất*, thống kê mô tả tổng quát sẽ được tiến hành để khái quát được đặc điểm của mẫu nghiên cứu. *Thứ hai*, kiểm định Cronbach's Alpha sẽ được tiến hành nhằm kiểm tra mức độ tin cậy của thang đo. Thông qua đó, nghiên cứu có thể giữ lại những biến quan sát đáng tin cậy và loại bỏ những biến không phù hợp. Kiểm định Cronbach's alpha sẽ đảm bảo khi $\text{Test Scale} > 0.6$, hệ số tương quan biến tổng (Item-rest correlation) của từng biến đều phải > 0.3 , hệ số Alpha của từng biến có giá trị phải nhỏ hơn Test Scale. *Thứ ba*, phân tích nhân tố khám phá EFA sẽ được sử dụng để rút gọn các biến quan sát thành một tập hợp các nhân tố có ý nghĩa hơn. Phân tích EFA sẽ cho biết số nhân tố được gộp lại trên thực tế có phù hợp với lý thuyết hay không.

Phân tích nhân tố khám phá EFA sử dụng phương pháp phân tích yếu tố chính với phép xoay Promax và điểm dừng Eigenvalue là 1, thang đo đạt khi tổng phương sai trích $\geq 50\%$ và $\text{KMO} > 0.5$. *Thứ tư*, kiểm định hệ số tương quan Pearson được thực hiện nhằm kiểm tra mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc trước khi đưa vào hồi quy. Cuối cùng, phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc, từ đó giúp kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

Dựa trên nghiên cứu của Australia, 2006; Isleem, 2003; Nghiem, 2013, tác giả đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc của cán bộ, nhân viên doanh nghiệp.

Hình 1. Mô hình các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc



Giả thuyết được đưa ra là Kỹ năng sử dụng máy tính và Điều kiện về tiếp cận CNTT có ý nghĩa thống kê và tác động tích cực (+) tới Mức độ ứng dụng CNTT của cán bộ nhân viên công ty trong quá trình giải quyết công việc.

3. Dữ liệu và các biến

Địa điểm nghiên cứu được chọn là Công ty TNHH Công nghệ điện tử Peilan có trụ sở tại Thị xã Phổ Yên, tỉnh Thái Nguyên. Đây là công ty chuyên về nghiên cứu phát triển, sản xuất, tiêu thụ các sản phẩm thông tin điện tử, điện thoại, màn hình điện thoại và những linh kiện có liên quan. Số liệu điều tra, khảo sát được thực hiện trực tiếp với tất cả 120 cán bộ, công nhân của Công ty với bảng câu hỏi soạn sẵn. Nội dung bảng hỏi tập trung vào bốn vấn đề chính gồm thông tin cá nhân, mức độ ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc, kỹ năng sử dụng máy tính và các điều kiện để tiếp cận phương tiện công nghệ thông tin tại công ty. Bảng hỏi sử dụng công cụ thang đo Likert với 5 mức. Kết quả khảo sát được sử dụng để đánh giá và kiểm định mô hình thang đo, mô hình nghiên cứu, các giả thuyết nghiên cứu.

Kết quả thống kê mô tả tại Bảng 1 cho thấy nữ giới chiếm đa số ở Công ty, độ tuổi bình quân là 30, tất cả đều có trình độ học vấn từ trung cấp trở lên, 58% số người được hỏi đã thường xuyên sử dụng máy tính với số năm sử dụng máy tính bình quân khoảng trên 2 năm. Đa phần người lao động đã có kỹ năng sử dụng các thiết bị CNTT để soạn thảo văn bản, tiếp nhận và xử lý văn bản, quản lý văn bản; điều kiện tiếp cận với các trang thiết bị CNTT chưa cao.

Bảng 1. Thống kê mô tả các biến được sử dụng trong mô hình

Tên biến	Mô tả biến	Giá trị TB	GT lớn nhất	GT nhỏ nhất
Mức độ ứng dụng CNTT				
Apply1	Soạn thảo văn bản (Như báo cáo, thông báo, quyết định,...)	4.39	3	5
Apply2	Tiếp nhận, xử lý và chuyển giao văn bản bằng thiết bị CNTT	3.19	2	4
Apply3	Quản lý, khai thác và sử dụng tài liệu	2.59	1	4
Apply4	Trả lời Email đồng nghiệp, lãnh đạo, đối tác,...	2.59	2	3
Apply5	Tổ chức hội thảo, hội họp,... trực tuyến	1.57	1	3
Kỹ năng sử dụng máy tính				
Skill1	Xử lý những sự cố đơn giản của máy tính	2.75	1	4
Skill2	Quản lý thư mục (folder), tập tin (file) như: tạo mới, di chuyển, đổi tên,...	3.80	3	4
Skill3	Sử dụng Email: Đọc, gửi và các chức năng khác của Email	3.96	3	5
Skill4	Tìm kiếm và lấy thông tin từ Internet	3.88	2	5
Skill5	Sử dụng phần mềm soạn thảo văn bản (Như MS Word hoặc phần mềm tương tự).	3.37	1	5
Skill6	Sử dụng phần mềm bảng tính (Như MS Excel hoặc phần mềm tương tự).	3.89	1	5
Skill7	Sử dụng phần mềm báo cáo trình chiếu (Như MS PowerPoint hoặc tương tự).	3.59	1	5
Skill8	Phần mềm chuyên dụng hỗ trợ công việc phù hợp với chuyên môn của mỗi cá nhân (Như phần mềm lưu trữ tài liệu, phần mềm chấm công - tính lương, phần mềm quản lý nhân sự, phần mềm quản lý tài liệu - hồ sơ,...)	2.14	1	3
Điều kiện tiếp cận CNTT				
Con1	Máy tính cho cán bộ/nhân viên	3.82	2	5
Con2	Kết nối với Internet tại cơ quan	3.98	3	5
Con3	Máy in, máy điện thoại bàn, máy photocopy,... dùng chung	3.44	3	5
Con4	Máy ảnh, máy ghi âm, ghi hình dùng trong các cuộc họp	2.87	1	5
Con5	Phòng họp có máy trình chiếu	2.58	1	5

Tên biến	Mô tả biến	Giá trị TB	GT lớn nhất	GT nhỏ nhất
Con6	Phần mềm chuyên dụng được cài đặt sẵn trên máy tính làm việc tại cơ quan	2.76	1	4
Đặc điểm cá nhân				
Sex	Giới tính: Nam=1, Nữ=0	0.26	0	1
Age	Tuổi trung bình (năm)	30.69	20	45
Group	Dân tộc: Kinh =1, Khác=0	0.96	0	1
Edu	Trình độ học vấn: Tốt nghiệp phổ thông=12, Trung cấp=13, Cao đẳng=14, Đại học =15, Sau đại học =16	13.50	13	15
Usedcom	Tần suất sử dụng máy tính: Sử dụng thường xuyên=1, ít sử dụng=0	0.58	0	1

Nguồn: Số liệu tính toán của tác giả

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kiểm định thang đo

a. Với biến phụ thuộc

Đối với biến phụ thuộc là mức độ ứng dụng công nghệ thông tin (Apply) có giá trị Cronbach's Alpha tổng là 0.66, tất cả các nhân tố đều có hệ số tương quan lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha đều nhỏ hơn 0.66.

Hệ số kiểm định KMO = 0.71 thỏa mãn điều kiện $0.5 < KMO < 1$, cho thấy phân tích yếu tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế. Giá trị p-value = $0.000 < 0.05$ (mức ý nghĩa) nên các yếu tố này có tương quan và ảnh hưởng đến mức độ ứng dụng công nghệ thông tin của cán bộ, người lao động trong công ty, điều đó cho thấy dữ liệu nghiên cứu phù hợp để thực hiện EFA. Với phương pháp trích nhân tố Principal Component, phép quay Varimax, trích được một biến với tất cả 05 yếu tố quan sát với phương sai trích được là 43.94%, giá trị Eigenvalue là 2.19 (>1), các hệ số tải nhân tố của biến quan sát đều lớn hơn 0.5 do vậy thang đo đạt yêu cầu. Biến phụ thuộc sẽ là giá trị trung bình của 05 yếu tố đã đưa ra.

b. Với biến độc lập

Kết quả kiểm định lần thứ nhất cho kết quả hệ số Cronbach's Alpha tổng là 0.86, tuy nhiên có 06 nhân tố có hệ số tương quan nhỏ hơn 0.3 hoặc hệ số alpha lớn hơn 0.86 là Skill 2, Skill 7, Skill 8, Con 1, Con 2, Con 6.

Kết quả kiểm định lần thứ hai cho kết quả hệ số Cronbach's Alpha tổng là 0.84 và tất cả các nhân tố đều có hệ số tương quan lớn hơn 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha đều nhỏ hơn 0.84.

Với phương pháp trích nhân tố Principal Component, phép quay Varimax, kết quả được 02

biến với tất cả 08 yếu tố quan sát với phương sai là 80.92%, giá trị Eigenvalue là 2.43 (>1), các hệ số tải nhân tố của biến quan sát đều lớn hơn 0.5 do vậy thang đo đạt yêu cầu. Điều này giải thích 02 biến trích ra giải thích được 80.92% mức độ ứng dụng công nghệ thông tin của cán bộ, người lao động trong công ty còn lại 19.08% là do các yếu tố khác chưa được xem xét đến.

Hệ số kiểm định KMO = 0.62 thỏa mãn điều kiện $0.5 < \text{KMO} < 1$, cho thấy phân tích yếu tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế. Giá trị $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$ (mức ý nghĩa) điều đó cho thấy dữ liệu nghiên cứu phù hợp để thực hiện EFA.

Căn cứ vào kết quả phân tích trên, biến độc lập được tổ hợp lại thành 02 biến, cụ thể biến Kỹ năng ứng dụng CNTT (Skill) gồm Skill1, Skill5, Skill6 và biến Điều kiện về tiếp cận CNTT (Condition) gồm Skill3, Skill4, Con 3, Con 4, Con 5. Giá trị biến độc lập sẽ là giá trị trung bình của yếu tố thành phần sau khi phân tích bằng phương pháp EFA.

4.2. Kiểm định hệ số hồi quy

Phân tích hồi quy được tiến hành để xem xét mối quan hệ giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc (Apply). Trong nghiên cứu này, mô hình hồi quy tuyến tính đa biến được xác định như sau:

$$\text{Apply} = b_0 + b_1\text{Condition} + b_2\text{Skill} + b_3\text{Sex} + \beta_4\text{Age} + \beta_5\text{Edu} + \beta_6\text{Usedcom}$$

Trên cơ sở tính giá trị các biến Apply, Condition và Skill bằng phương pháp tính điểm nhân tố (Factor Score), tiến hành hồi quy các biến, kết quả thể hiện trong Bảng 2.

Bảng 2. Kết quả mô hình hồi quy

Biến độc lập	Hệ số	Sai số chuẩn	Kiểm định t	VIF
Condition	0.241***	0.079	3.07	1.50
Skill	-0.107	0.087	-1.22	1.65
Sex	-0.176	0.113	-1.55	1.10
Age	0.022**	0.010	2.15	1.87
Group	-0.397	0.253	-1.67	1.05
Edu	-0.116	0.773	-1.50	1.89
Usedcom	0.255*	0.152	1.68	2.46
Hằng số	3.63***	0.974	3.73	
F = 2.97*** Hệ số $R^2 = 0.181$ Hệ số R^2 hiệu chỉnh = 0.12				

Ghi chú: *** Mức ý nghĩa 1%, ** Mức ý nghĩa 5%, * Mức ý nghĩa 10%

Nguồn: Số liệu tính toán của tác giả

Bảng 2 cho thấy giá trị $R^2 = 0.181$, nghĩa là 18,1% Mức độ ứng dụng CNTT để giải quyết công việc của cán bộ, nhân viên công ty TNHH Công nghệ điện tử Peilan bị ảnh hưởng bởi các yếu tố điều kiện cơ sở vật chất, kỹ năng sử dụng máy tính và đặc điểm cá nhân của từng người. Điều này cho thấy còn một số yếu tố khác nữa chưa được đưa vào mô hình và là khoảng trống để nghiên cứu sau này tiếp tục hoàn thiện, bổ sung. Bảng 2 cũng cho thấy hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ hơn 10. Như vậy các biến độc lập không có tương quan với nhau. Không có hiện tượng đa cộng tuyến của các biến độc lập. Với mức ý nghĩa Sig. < 0.01 , có thể kết luận rằng mô hình đưa ra là phù hợp với dữ liệu thực tế. Hay nói cách khác, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc và với mức độ tin cậy 99%.

Kết quả tại bảng 2 đã chỉ ra có 03 biến có ý nghĩa ở mức 10%, 5%, 1% và cùng chiều với biến phụ thuộc. Đúng với giả thuyết nghiên cứu, hệ số biến Điều kiện về tiếp cận CNTT (Condition) có tác động tích cực đến mức độ ứng dụng CNTT của cán bộ, nhân viên công ty ở mức ý nghĩa thống kê 1%. Điều này có nghĩa nếu các cơ sở vật chất như máy tính, máy in, internet... được công ty trang bị đầy đủ sẽ làm tăng mức độ, khả năng sử dụng trang thiết bị công nghệ.

Hệ số biến Tuổi của cán bộ, nhân viên (Age) có ảnh hưởng cùng chiều với biến phụ thuộc ở mức ý nghĩa 5%. Điều đó cho thấy, tại công ty những người có tuổi sẽ có khả năng ứng dụng CNTT nhiều hơn so với cán bộ, nhân viên trẻ. Những người càng nhiều tuổi ở công ty có mức độ sử dụng, ứng dụng công nghệ thông tin để giải quyết công việc nhiều hơn do họ có nhiều trải nghiệm, kinh nghiệm trong việc sử dụng các trang thiết bị CNTT.

Bảng 2 cũng cho thấy yếu tố Tần suất sử dụng máy tính (Usedcom) có ảnh hưởng cùng chiều với Mức độ ứng dụng công nghệ thông tin của cán bộ, nhân viên công ty ở mức ý nghĩa 1%. Kết quả này chỉ ra rằng nếu cán bộ, nhân viên công ty nếu được tăng cường sử dụng máy tính hơn thì khả năng ứng dụng công nghệ thông tin để giải quyết công việc của họ cũng sẽ tăng. Điều này là dễ hiểu vì càng tiếp cận thường xuyên với máy tính thì thông tin, kiến thức cũng như kỹ năng về công nghệ của người sử dụng ngày càng tăng. Trái với giả thuyết nghiên cứu, hệ số biến Kỹ năng ứng dụng CNTT (Skill) không có ý nghĩa chứng tỏ rằng biến này có tác động rất ít tới Mức độ ứng dụng công nghệ

thông tin của cán bộ, nhân viên công ty. Điều này có thể được giải thích là bởi phần lớn cán bộ nhân viên của công ty là công nhân lao động chân tay, lắp ráp linh kiện, thiết bị điện tử nên không đòi hỏi kỹ năng ứng dụng CNTT cao.

5. Kết luận

Sử dụng số liệu điều tra từ 120 cán bộ, nhân viên của công ty TNHH Công nghệ điện tử Peilan, nghiên cứu này phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ cho việc giải quyết công việc tại công ty. Kiểm định Cronbach's Alpha được tiến hành nhằm kiểm tra mức độ tin cậy của thang đo. Tiếp theo phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để rút gọn các biến quan sát thành một tập hợp các nhân tố có ý nghĩa hơn gồm một biến phụ thuộc từ tập hợp từ năm nhân tố và hai biến độc lập từ tám yếu tố. Cuối cùng phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của 07 biến độc lập đến biến phụ thuộc. Kết quả hồi quy đã chỉ ra ba biến có ý nghĩa thống kê cùng chiều với biến phụ thuộc là Điều kiện về tiếp cận CNTT, Tuổi và Tần suất sử dụng máy tính của cán bộ nhân viên công ty. Trong khi đó biến Kỹ năng ứng dụng CNTT không có ý nghĩa thống kê tới mức độ ứng dụng CNTT của cán bộ nhân viên công ty.

Điều kiện về tiếp cận CNTT của công ty có mức độ ảnh hưởng tích cực tới mức độ ứng dụng CNTT, tức là điều kiện cơ sở vật chất càng tốt, càng hiện đại thì cán bộ nhân viên công ty có nhiều điều kiện để tiếp cận, sử dụng và nâng cao năng lực ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc. Điều này có nghĩa là công ty nên trang bị, nâng cấp các trang thiết bị như máy tính, máy in, máy photocopy, máy chiếu, internet... cho cán bộ nhân viên sử dụng.

Một yếu tố khác có tác động tích cực đối với mức độ ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc và tuổi của cán bộ nhân viên công ty. Khi độ tuổi càng tăng, cán bộ nhân viên công ty sẽ có mức độ ứng dụng CNTT tốt hơn. Điều này là phù hợp vì tuổi tăng đi kèm với kiến thức, kinh nghiệm thực tiễn cũng sẽ được tăng theo. Ngoài ra, Tần suất sử dụng máy tính của cán bộ nhân viên công ty cũng có tác động tích cực. Tần suất sử dụng máy tính tăng thì mức độ ứng dụng CNTT để giải quyết công việc cũng tăng theo. Do vậy công ty nên tạo điều kiện cho cán bộ nhân viên có thể tiếp cận nhiều hơn với máy tính. Bên cạnh đó, cán bộ nhân viên cũng nên thường xuyên tận dụng cơ hội để tăng cường tần suất sử dụng máy tính ở công ty cũng như ở nơi

khác có máy tính. Điều này mang lại giá trị, phục vụ tốt hơn cho công ty trong quá trình thực hiện công việc chung.

Nghiên cứu này là nghiên cứu đầu tiên, duy nhất phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ ứng dụng CNTT trong giải quyết công việc của người lao động trong công ty tại Việt Nam. Các yếu tố được chọn lọc đưa vào đã được tham khảo, kiểm nghiệm trước khi tiến hành khảo sát. Tuy nhiên, vì là nghiên cứu đầu tiên nên chưa thể đảm bảo đầy đủ các yếu tố, có thể kể đến như hiệu quả công việc, động lực làm việc hay thu nhập bình quân của người lao động trong công ty... Do vậy, chúng sẽ được xem xét và sử dụng trong những nghiên cứu tiếp theo.

Tài liệu tham khảo:

- M. Kwong, "Industrial Revolution 4.0 in Vietnam: implications for labor market," 2018. [Online]. Available: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/publication/wcms_630855.pdf.
- R. Ulewicz and F. Nový, "Fatigue Resistance and Influence of Cutting Technology on the Mechanical Properties of Modern Steels Used in the Automotive Industry," *Procedia Engineering*, vol. 192, no. December, pp. 899-904, 2017, doi: 10.1016/j.proeng.2017.06.155.
- R. Stasiak-Betlejewska, L. Parv, and W. Gliń, "The Influence of Industry 4.0 on the Enterprise Competitiveness," *Multidisciplinary Aspects of Production Engineering*, vol. 1, no. 1, pp. 641-648, 2018, doi: 10.2478/mape-2018-0081.
- The National Assembly of Viet Nam, "Law on Information Technology." Ha Noi, 2006.
- L. T. T. Ngan, "The role of Information Technology Application in Business Management," in *The 9th Conference on Information Technology and Its Application*, 2019, pp. 334-341.
- Lorin M Hitt and Erick Brynjolfsson, "Information Technology and Internal Firm Organization: An Exploratory Analysis," *Journal of Management Information System*, vol. 14, no. 2, pp. 81-101, 1997.
- O. Chieochan, D. Lindley, and T. Dunn, "Factors Affecting the Use of Information Technology in Thai Agricultural Cooperatives: A Work in Progress," *The Electronic Journal of Information System Developing Countries*, vol. 2, no. 1, pp. 1-15, 2000, doi: 10.1002/j.1681-4835.2000.tb00008.x.
- C. Player-Koro, "Factors Influencing Teachers' Use of ICT in Education," *Educcation Inquiry*, vol. 3, no. 1, pp. 93-108, 2012, doi: 10.3402/edui.v3i1.22015.
- N. Van Nghiem, "Evaluation Factors Affecting the Level of Information Technology Application of Teachers in Teaching Natural Courses at High School Class," *National University*, 2013.
- D. o. E. a. T. W. Australia, "Teacher ICT skills." Australia: Department of Education and Training Western Australia, 2006.
- M. I. Isleem, "Relationships of selected factors and the level of computer use for instructional purposes by technology education teachers in ohio public schools: a statewide survey," *Ohio State University*, 2003.

MARKETING ĐIỆN TỬ - HƯỚNG ĐI MỚI CHO CÁC DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU VIỆT NAM

TS. Nguyễn Tuấn Anh* - TS. Lê Thị Mai Anh** - TS. Nguyễn Thu Hà**

Marketing điện tử đang được xem là xu thế của thế giới trong nhiều năm trở lại đây khi là một trong những kim chỉ nam trong hoạt động truyền thông của hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu. Bài viết giới thiệu về marketing điện tử, chỉ ra những ưu việt của marketing điện tử so với marketing truyền thống, đồng thời đưa ra vài nét thực trạng về xu hướng áp dụng marketing điện tử ở các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam hiện nay, đề từ đó gợi ý giải pháp nhằm góp phần giúp phát triển ứng dụng marketing điện tử tại các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

• Từ khóa: marketing điện tử, doanh nghiệp, xuất khẩu, Việt Nam.

Digital marketing has been considered a trend of the world for many years as it is one of the guidelines in the communication activities of most export enterprises. The article introduces digital marketing, points out the advantages of digital marketing compared to traditional marketing, simultaneously gives the current situation of the trend of applying digital marketing in export enterprises today, and suggests some solutions to help develop digital marketing applications in Vietnamese export enterprises.

• Keywords: e-marketing, enterprise, export, Vietnam.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

Marketing điện tử đang được xem là xu thế của thế giới trong nhiều năm trở lại đây, giúp các thương hiệu phủ sóng nhiều hơn, tiến gần đến khách hàng qua mạng lưới internet kết nối toàn cầu. Marketing điện tử đang có nhiều triển vọng phát triển và ứng dụng trong các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng tại Việt Nam. Trong bối cảnh khủng hoảng dịch bệnh Covid-19, sự thay đổi về chiến lược marketing sang marketing điện tử là một trong những lối thoát tốt và nhanh chóng giúp doanh nghiệp xuất khẩu dễ dàng tiếp cận với thị trường thế giới hơn.

1. Khái niệm về marketing điện tử

Ngày nay, marketing điện tử không còn là một thuật ngữ mới, nhưng nhiều doanh nghiệp vẫn chưa hiểu được bản chất thực sự, cũng như lợi ích và có những đầu tư đúng mực vào loại hình marketing này.

Theo Strauss & Frost (2008) đã định nghĩa marketing điện tử là việc sử dụng công nghệ thông tin cho các hoạt động marketing; và cũng là các quá trình tạo lập, giao tiếp, truyền tải, thay đổi các giá trị cho khách hàng, người tiêu dùng, đối tác và cả xã hội. Nói cách khác, marketing điện tử là kết quả của việc áp dụng công nghệ thông tin vào các hoạt động marketing. Như vậy, marketing điện tử sẽ thực hiện những chức năng như của marketing truyền thống nhưng bằng các công cụ liên quan đến điện tử, và do đó các chiến lược áp dụng cũng có sự khác biệt. Với quan niệm gần giống với Strauss & Frost, Phillip Kotler (2012) quan niệm: Marketing điện tử là quá trình lập kế hoạch về 4P bao gồm sản phẩm (products), giá (price), phân phối (place), xúc tiến đối với sản phẩm và dịch vụ (promotion), ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của tổ chức và cá nhân sử dụng các phương tiện điện tử và internet.

Theo Asia Digital Marketing Association định nghĩa, marketing điện tử là chiến lược sử dụng công cụ internet để làm phương tiện cho hoạt động marketing và thực hiện trao đổi thông tin. Bằng tất cả các kênh phương tiện kỹ thuật số hiện có, các doanh nghiệp sẽ thực hiện

* Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội ** Học viện Tài chính

marketing điện tử để xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu, sản phẩm trực tuyến. Đối với các nhà nghiên cứu tại Việt Nam, quan niệm về marketing điện tử cũng tương tự. Phạm Hồng Hoa (2014) quan niệm Internet marketing trong thời kì hiện đại theo nghĩa “coi Internet như một môi trường ứng dụng các hoạt động marketing theo các quy tắc riêng của môi trường đó” chứ không chỉ là “ứng dụng các công cụ internet vào làm kinh doanh và marketing”.

Như vậy, các nhà nghiên cứu đã đưa ra nhiều khái niệm khác nhau nhưng hầu hết các khái niệm đều có những điểm chung khi nhận định về marketing điện tử. Đó là: “*Marketing điện tử* là hình thức quảng bá thương hiệu, sản phẩm nhằm tăng nhận thức về sản phẩm và thương hiệu, kích thích hành vi mua hàng dựa trên nền tảng internet và các thiết bị số khác”.

2. Ưu điểm của marketing điện tử so với marketing truyền thống

Marketing truyền thống phù hợp với giai đoạn thị trường của người bán (nhà sản xuất), thì marketing ngày nay đang dần thích ứng với phân đoạn thị trường: thị trường người mua (người tiêu dùng). Sự thay đổi trong hoạt động marketing chính là sự thay đổi trong cách thức để các doanh nghiệp tiếp cận với khách hàng của mình bằng các công cụ mới, phương pháp mới. Với marketing điện tử, bản chất marketing không hề thay đổi, vẫn là một quá trình trao đổi thông tin và kinh tế, từ việc xác định nhu cầu lên chiến dịch marketing đối với sản phẩm, dịch vụ, ý tưởng đến việc tiến hành và kiểm tra, thực hiện các mục tiêu của tổ chức và cá nhân. Tuy nhiên, bằng những công cụ mới (Các sản phẩm công nghệ số), người làm marketing có thể giao tiếp liên tục, hai chiều và mang tính cá nhân với từng khách hàng, điều mà hoạt động marketing thông thường không có được. Những ưu điểm đó được cụ thể như sau:

- *Về tốc độ giao dịch*, marketing điện tử có tốc độ giao dịch nhanh hơn với giao dịch trực tiếp truyền thống. Khi thực hiện các hoạt động truyền thông qua kênh điện tử như email, các thông tin được truyền tải tới khách hàng sẽ nhanh hơn (gần như tức thì). Ví dụ quảng cáo qua email, phân phối các sản phẩm số hóa như

âm nhạc, game, phần mềm, e-books, hỗ trợ khách hàng qua các forum, netmeeting...

- *Về phạm vi hoạt động*, phạm vi phát huy hiệu quả của marketing điện tử tới các khách hàng, đối tác trên toàn thế giới, không bị giới hạn bởi vị trí địa lý. Tất cả các khu vực thị trường có sử dụng internet đều có thể tiếp nhận marketing điện tử cũng như sử dụng marketing điện tử. Ví dụ như các doanh nghiệp tại các quốc gia khác nhau có thể tìm hiểu thị trường Châu Âu, Mỹ, Nhật... thông qua các website thông tin thị trường.

- *Về thời gian hoạt động*, khả năng tương tác nhanh khi thực hiện marketing điện tử. Các đối tượng tiếp nhận thông tin sẽ có những phản hồi ngay lập tức về thông tin có được từ marketing điện tử. Các thông tin phản hồi này được gửi ngay lập tức tới chủ thể thực hiện marketing điện tử, đồng thời, chủ thể này cũng sẽ có những trả lời ngay tới mọi khách hàng. Với hình thức marketing điện tử có thể thực hiện giao dịch kinh doanh ở mọi thời điểm trong ngày liên tục 24/7/365, tự động hoá các giao dịch.

- *Về thị trường*, một mặt marketing điện tử hoàn thiện, nâng cao hiệu quả các hoạt động nghiên cứu thị trường truyền thống, một mặt tạo ra các công cụ và hoạt động mới giúp việc nghiên cứu thị trường hiệu quả hơn. Các hoạt động như phỏng vấn theo nhóm, phỏng vấn sâu được thực hiện trực tuyến thông qua internet; hoạt động điều tra bằng bảng câu hỏi được thực hiện qua công cụ web based tiện lợi, nhanh và chính xác hơn.

- *Về quan hệ khách hàng*, tăng cường quan hệ khách hàng nhờ khả năng tương tác, chia sẻ thông tin giữa doanh nghiệp với khách hàng cao hơn, dịch vụ tốt hơn, thời gian hoạt động liên tục 24/7 thông qua các dịch vụ trực tuyến, các website diễn đàn, FAQs...

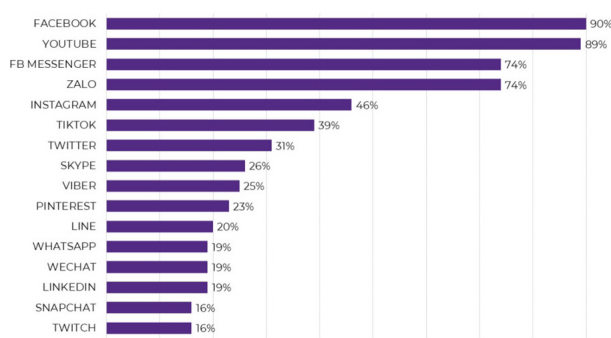
- *Tự động hoá các giao dịch*: Thông qua các phần mềm thương mại điện tử (shopping cart) doanh nghiệp có thể phục vụ khách hàng tốt hơn với chất lượng dịch vụ ổn định hơn.

3. Một vài nét về xu hướng ứng dụng marketing điện tử ở các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam

Theo Báo cáo Vietnam Digital Marketing Trends 2021, trong vòng 5 năm, marketing điện tử đã phát triển vượt bậc với dự báo thị trường năm 2021 khoảng 2-3 tỷ USD. Giai đoạn COVID-19 ảnh hưởng tiêu cực đến kinh tế Việt Nam cũng như trên thế giới nhưng tốc độ tăng trưởng của marketing tại Việt Nam vẫn tăng trưởng 20-30%, thậm chí có một số doanh nghiệp trong ngành tăng trưởng 200-300% năm 2020 vừa qua.

Năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, tốc độ tăng trưởng có chững lại nhưng tổng doanh thu quảng cáo trực tuyến đạt ở mức 820 triệu USD và dự báo 2021 sẽ đạt mức doanh thu 955,7 triệu USD. Ngân sách chi cho quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam vượt hơn 1 tỷ USD/năm. Nền kinh tế số dù gặp nhiều thách thức do dịch bệnh nhưng đã đạt 14 tỷ năm 2020, tăng trưởng 16% và sẽ tăng lên 52 tỷ vào 2025. Thương mại điện tử bùng nổ với mức tăng trưởng lên đến 46%. Có đến 41% các dịch vụ số mới lần đầu được xuất hiện sau giai đoạn dịch COVID-19 và có đến 94% người dùng sẽ tiếp tục sử dụng. Người dân đã xem online và công nghệ như những công cụ rất hữu ích cho cuộc sống hàng ngày, thời gian online từ 3,1 giờ tăng lên đỉnh điểm 4,2 giờ trong đại dịch và hiện vẫn ở mức 3,5 giờ mỗi ngày.

Hình 1. Các mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất ở Việt Nam



Nguồn: Báo cáo Vietnam Digital Marketing Trends 2021

- Về quan điểm của doanh nghiệp xuất khẩu đối với marketing điện tử

Đa số các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đã có nhận thức về giá trị và tầm quan trọng của ứng dụng marketing điện tử trong kinh doanh

và lãnh đạo doanh nghiệp đã quan tâm ở mức độ nhất định đến hoạt động này. Hiện các doanh nghiệp xuất khẩu đang sử dụng marketing điện tử chủ yếu để cân bằng với marketing truyền thống và mang tính hỗ trợ cho bối cảnh dịch chuyển hành vi của người tiêu dùng từ offline sang online. Tuy nhiên, đa số doanh nghiệp xuất khẩu cũng nhận ra sự đóng góp mang tính cốt lõi của marketing điện tử vào doanh thu hiện nay. Marketing điện tử đã và đang trở thành một phần chiến lược quan trọng cho mọi hoạt động của doanh nghiệp trong tương lai, tăng từ 18% của năm 2020 lên 39% vào năm 2021.

- Mức độ đầu tư của doanh nghiệp xuất khẩu vào marketing điện tử

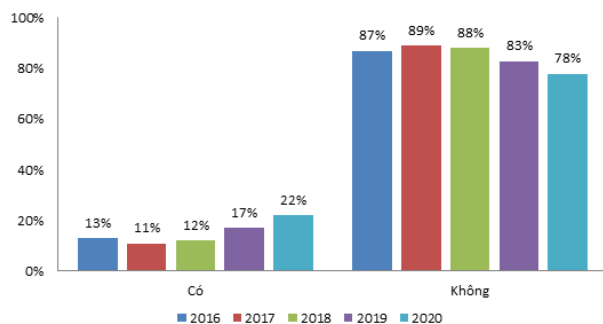
Mức đầu tư trung bình của các doanh nghiệp xuất khẩu cho marketing điện tử phân bổ phụ thuộc vào ngành hàng và khách hàng. Theo Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam, có gần 30% doanh nghiệp đang ngần ngại trong việc đầu tư vào marketing điện tử - ngân sách chỉ dưới 5% tổng doanh thu, trong khi đó có hơn 10% doanh nghiệp đã chi tới hơn một nửa doanh thu cho khoản này. Các doanh nghiệp xuất khẩu đã có sự đầu tư đáng kể về công nghệ liên quan phục vụ cho marketing điện tử. Đồng thời, các công tác đánh giá hiệu quả cũng được thực hiện theo định kì. Lãnh đạo doanh nghiệp xuất khẩu cũng nhận thức được công nghệ đóng vai trò quan trọng đầu tiên trong việc triển khai ứng dụng marketing điện tử. Do đó, việc ưu tiên cho nguồn lực công nghệ là bắt buộc với các doanh nghiệp. Vấn đề thực sự tốt hay ưu điểm nổi bật ở đây là việc các doanh nghiệp thực hiện đánh giá hiệu quả định kì về sử dụng nguồn lực công nghệ trong áp dụng marketing điện tử. Có thể thấy, vấn đề đầu tư công nghệ cho marketing điện tử trong các doanh nghiệp xuất khẩu là vấn đề dễ dàng thực hiện do yếu tố đặc thù ngành (cần cập nhật công nghệ mới để đáp ứng nhu cầu thị trường quốc tế).

- Loại hình marketing điện tử được nhiều doanh nghiệp quan tâm

Trong thời gian gần đây, xu hướng quay trở lại của các sản phẩm thương mại điện tử của các doanh nghiệp xuất khẩu đang ngày càng thể hiện rõ rệt. Theo đó, năm 2020 có tới 22% doanh nghiệp

tham gia khảo sát có tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử (tăng 5% so với năm 2019).

Hình 2: Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử qua các năm



Nguồn: VECOM 2021

Đa số các doanh nghiệp xuất khẩu đã sử dụng các công cụ marketing điện tử phổ biến ở mức độ nhất định như: thư điện tử, website, sàn giao dịch điện tử, quảng cáo trên các mạng xã hội. Một số doanh nghiệp xuất khẩu đã phát triển một số kênh marketing điện tử như xây dựng website, và đã sử dụng hiệu quả kênh tiếp cận này để tiếp cận và tương tác với khách hàng nước ngoài. Các doanh nghiệp cũng đã sử dụng tương đối tốt các sàn giao dịch điện tử phục vụ hoạt động xuất khẩu. Tham gia sàn giao dịch điện tử đã giúp các doanh nghiệp xuất khẩu giới thiệu sản phẩm trên sàn giao dịch và dễ dàng tìm được các đối tác kinh doanh đang tìm mặt hàng mong muốn trên đó. Doanh nghiệp xuất khẩu và khách hàng đối tác đã khai thác khả năng tương tác tại sàn giao dịch khi tìm kiếm thị trường và đối tác nước ngoài.

4. Một số hạn chế

- Vẫn còn một tỷ lệ nhất định các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam chưa thực sự quan tâm đến ứng dụng marketing điện tử, coi ứng dụng marketing điện tử là vấn đề sống còn của họ. Một số nhà lãnh đạo doanh nghiệp xuất khẩu còn làm theo kinh nghiệm, chủ yếu sử dụng các công cụ marketing truyền thống và chưa quan tâm thật sự đến làm thế nào để triển khai ứng dụng được các công cụ marketing điện tử. Trong khi đó, một số doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam khác vẫn đang sử dụng một số ít công cụ marketing điện tử và mức độ sử dụng các công

cụ này cũng còn rất hạn chế, chưa đúng yêu cầu, chưa đảm bảo kết quả và hiệu quả.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam chưa xây dựng và triển khai thực hiện được các quy trình marketing điện tử phù hợp cho toàn bộ hệ thống marketing điện tử và cho từng công cụ marketing điện tử. Các doanh nghiệp xuất khẩu cũng chưa thực hiện được sự kết hợp hiệu quả giữa các hoạt động marketing điện tử với các hoạt động marketing truyền thống.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu vẫn còn hạn chế trong việc lên kế hoạch và thực hiện kế hoạch ứng dụng marketing điện tử. Việc ứng dụng marketing điện tử trong một số doanh nghiệp xuất khẩu hiện nay đang có hai hình thức: (1) doanh nghiệp chủ độc lập kế hoạch và thực hiện marketing điện tử, nhân lực thực thi marketing điện tử nằm trong cấu trúc cơ hữu của doanh nghiệp; (2) Doanh nghiệp không trực tiếp thực hiện mà thuê các đơn vị cung cấp dịch vụ marketing điện tử bên ngoài. Tuy nhiên, với doanh nghiệp xuất khẩu nhỏ và vừa, việc phải sử dụng dịch vụ marketing điện tử thuê ngoài thường dẫn đến việc lập kế hoạch triển khai thường gặp khó khăn. Việc trao đổi thông tin giữa doanh nghiệp và nhà cung cấp dịch vụ không liên tục dẫn tới tiến độ bị kéo dài. Đồng thời, các đơn vị cung cấp dịch vụ bên ngoài thường thực hiện cùng lúc nhiều dự án nên làm cho mức độ tập trung công việc cho các doanh nghiệp thuê bị phân tán.

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến còn tồn tại những hạn chế nêu trên trong ứng dụng marketing điện tử của các doanh nghiệp xuất khẩu như nhận thức và trình độ của cán bộ quản lý doanh nghiệp về marketing điện tử chưa cao và chưa đầy đủ. Điều này đã dẫn đến mức độ quan tâm đến đầu tư ứng dụng marketing điện tử còn thấp, nguồn nhân lực cho ứng dụng marketing điện tử vẫn còn yếu và thiếu cả về số lượng và chất lượng, mô hình tổ chức của phần lớn các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam là chưa có bộ phận chuyên trách về ứng dụng marketing điện tử nên việc thực hiện các hoạt động này chưa bài bản và không hệ thống. Một số doanh nghiệp còn chưa có phòng marketing độc lập, các công việc marketing còn được nhiều bộ phận khác nhau

trong doanh nghiệp thực hiện nên không có sự phối hợp thống nhất.

5. Kiến nghị một số giải pháp cho doanh nghiệp

Ứng dụng marketing điện tử chính là một trong những lối thoát tốt giúp các doanh nghiệp vượt qua khủng hoảng dịch bệnh Covid-19. Để có thể ứng dụng Marketing điện tử một cách có hiệu quả thì các doanh nghiệp cần:

Thứ nhất, doanh nghiệp cần đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin nhằm phân tích thị hiếu khách hàng và lên phương án kinh doanh hiệu quả. Xu hướng ứng dụng công nghệ và phân tích dữ liệu số trong hoạt động marketing không những đảm bảo tạo thuận lợi cho khách hàng trong quá trình tiếp cận sản phẩm, mà còn giúp doanh nghiệp tối ưu hóa các mô hình kinh doanh truyền thống.

Thứ hai, các nhà hoạt động marketing điện tử cần chú trọng đến sự sáng tạo và hiệu quả trong việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động marketing. Trong kỷ nguyên số hóa, các công nghệ được ứng dụng trong marketing điện tử không khó để sao chép. Năng lực cạnh tranh của các nhãn hàng đến từ việc họ sử dụng công nghệ như thế nào và sáng tạo ra sao trên nền tảng các công cụ công nghệ. Ngoài ra, doanh nghiệp nên phối hợp các kênh marketing điện tử để đem lại hiệu quả cộng hưởng, tăng thêm mức độ khách hàng của mình. Đồng thời, cần có sự kết hợp giữa các công cụ quảng cáo, phân tích để nâng cao hiệu quả của một chiến dịch marketing.

Thứ ba, doanh nghiệp cần phải xem xét áp dụng nhiều phương thức tiếp cận và tương tác thông qua mạng xã hội, cho phép người dùng tham khảo và có nhiều lựa chọn hơn khi quyết định mua sắm một sản phẩm nào đó. Sự chuyển dịch từ thói quen xem truyền hình và đọc báo giấy sang việc tham khảo các kênh truyền thông trực tuyến của người tiêu dùng khiến doanh nghiệp cần phải xem xét thay đổi phương thức tiếp cận khách hàng như phân bổ lại ngân sách hợp lý cho kênh quảng cáo truyền thống và kênh quảng cáo trực tuyến.

Thứ tư, nâng cao hiểu biết của nguồn nhân lực về marketing điện tử. Doanh nghiệp cần tập trung đầu tư vào hệ thống nhân lực chất lượng cho marketing là giảm thiểu chi phí tốt nhất trong marketing điện tử. Bên cạnh đó, các nhà quản lý doanh nghiệp cần trang bị đầy đủ kiến thức về marketing điện tử, cập nhật công nghệ thông tin thường xuyên, có kiến thức về kinh tế xã hội trong nước và quốc tế để thực hiện tốt vai trò giám sát và quản lý các hoạt động marketing điện tử. Về mặt tổ chức bộ máy quản lý, doanh nghiệp nên có những bộ máy đơn giản, ít phân cấp, cho phép nhân lực của toàn doanh nghiệp tham gia vào hoạt động marketing điện tử.

Nhìn chung, mức độ ứng dụng thương mại điện tử và E-marketing của các doanh nghiệp xuất khẩu ở Việt Nam đã có nhiều nét khởi sắc, nhưng nhìn chung doanh nghiệp này cũng chỉ mới dừng ở mức độ quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm và trao đổi thông tin bằng các phương tiện điện tử. Ở cấp độ cao hơn, việc giao dịch và ký hợp đồng bằng các công cụ điện tử cũng được một số doanh nghiệp xuất khẩu ứng dụng, nhưng con số này chưa nhiều. Chính vì vậy, nhiều doanh nghiệp đánh giá vẫn cần thời gian đáng kể để thói quen tiêu dùng và tập quán kinh doanh trong xã hội có sự điều chỉnh tương ứng.

Tài liệu tham khảo:

VECOM (2021), Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2021.

Phạm Hồng Hoa (2014) “Quy trình ứng dụng Internet marketing tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam”, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân

Phạm Thu Hương, Nguyễn Văn Thoan. (2009), “Ứng dụng marketing điện tử trong kinh doanh”, Nhà xuất bản Khoa học kỹ thuật

Nguyễn Bách Khoa (2003), “Giáo trình marketing thương mại”, Nhà xuất bản Thống kê

Đinh Văn Thành (2008), “Nghiên cứu ứng dụng marketing trực tuyến trong hoạt động thương mại của doanh nghiệp Việt Nam”, Viện nghiên cứu Thương mại.

Kotler, P., Keller, K. L. (2012), “Marketing Management”, Pearson, 14th edition.

Strauss, J., Frost, R. (2008), “E-marketing, 5th edition. Pearson.

CHUYỂN ĐỔI SỐ - GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI - MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHO BIDV

Ths. Phạm Thị Hạnh*

Chuyển đổi số đã trở thành hướng đi tất yếu của nền kinh tế nói chung và ngành ngân hàng nói riêng trong bối cảnh hiện nay. Các ngân hàng chuyển đổi số nhằm tiếp cận khách hàng dễ dàng với chi phí rẻ hơn, nâng cao chất lượng dịch vụ. Cơ hội cho chuyển đổi số với ngành ngân hàng Việt Nam đến từ sự ủng hộ, quyết tâm của Chính phủ, cùng với đó là dự địa cho phát triển ngân hàng số còn rất lớn và hành vi của khách hàng đang thay đổi theo hướng sử dụng nhiều hơn các kênh giao dịch điện tử. Bên cạnh đó, một số thách thức lớn đặt ra trong tiến trình chuyển đổi số đối với ngành ngân hàng Việt Nam về vấn đề cạnh tranh lẫn nhau và cạnh tranh với Fintech, hành lang pháp lý chưa theo kịp tốc độ phát triển ngân hàng số, cơ sở dữ liệu quốc gia đang hoàn thiện và những thách thức từ nội tại. Hiện các ngân hàng thương mại Việt Nam trong đó có BIDV đang có bước chuyển mình rõ nét trong các cấu phần chuyển đổi số. Bài viết đưa ra một số khuyến nghị với cơ quan quản lý nhà nước và BIDV để nâng cao năng lực cạnh tranh, thực hiện thành công trụ cột chuyển đổi số trong Chiến lược phát triển đến 2025, tầm nhìn đến 2030.

• Từ khóa: chuyển đổi số, năng lực cạnh tranh.

Digital transformation has become an inevitable direction of the economy in general and the banking in particular in the current context. Banks implement digital transformation in order to approach customers easily at a cheaper cost and higher service quality. The opportunity for Vietnamese banks' digital transformation comes from the support and determination of the Government with large space for digital banking development and using more digital transaction channels of customer behavior. In addition, there are some major challenges in the digital transformation process for Vietnam's banking in terms of mutual competition and competition with Fintech, the legal corridor has not catch up with the speed of digital banking development, the completing national database and internal challenges. Currently, Vietnamese commercial banks, including BIDV, are changing clearly in digital transformation components. The article gives a number of recommendations to state managers and BIDV to improve competitiveness ability, successfully implement the digital transformation pillar in the Development Strategy to 2025, with a vision to 2030.

• Keywords: digital transformation, competitiveness ability.

Ngày nhận bài: 25/10/2021

Ngày gửi phản biện: 26/10/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/11/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/12/2021

Chuyển đổi số đã trở thành hướng đi tất yếu của nền kinh tế nói chung và ngành ngân hàng nói riêng trong bối cảnh hiện nay. Tác động mạnh mẽ của Cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 cùng với áp lực cạnh tranh ngày càng khốc liệt đến từ các công ty công nghệ tài chính (Fintech) và các tập đoàn công nghệ lớn (Bigtech) tham gia lĩnh vực dịch vụ tài chính, sự thay đổi trong hành vi khách hàng và ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 đã đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số tại các tập đoàn tài chính hay ngân hàng thương mại (NHTM). Trong bối cảnh đó, các NHTM Việt Nam và BIDV nói riêng đang không ngừng đầu tư vào công nghệ để giành ưu thế trong cuộc đua chuyển đổi số, bởi đây được coi là giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong giai đoạn hiện nay.

1. Lợi ích của chuyển đổi số với nâng cao năng lực cạnh tranh của các NHTM Việt Nam

Chuyển đổi số trong ngân hàng là việc tích hợp số hóa và công nghệ số vào mọi lĩnh vực ngân hàng. Sự tích hợp này cho phép tạo mới - hoặc sửa đổi các quy trình kinh doanh, văn hóa và trải nghiệm khách hàng hiện có nhằm đáp ứng các yêu cầu thay đổi của thị trường và mong muốn của khách hàng.

Các ngân hàng chuyển đổi số để tiếp cận khách hàng dễ dàng với chi phí rẻ hơn, nâng cao chất lượng dịch vụ, cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, luôn đổi mới và thích ứng với chuyển đổi số ngân hàng. Lợi ích của chuyển đổi số với ngân hàng đến chính từ lợi ích mà khách hàng nhận được khi trải nghiệm các

* ????

dịch vụ ngân hàng số nhờ ứng dụng công nghệ hiện đại - nhanh hơn, thuận tiện hơn, chi phí rẻ hơn, bảo mật an toàn hơn, từ đó khách hàng gia tăng sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Những tiện ích tiêu biểu có thể kể đến khi ngân hàng ứng dụng công nghệ hiện đại như: (i) Về ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI): ngân hàng dùng AI để tự động tư vấn cho khách hàng, tự động phân tích dữ liệu hành vi khách hàng để chăm sóc tốt hơn, thiết kế sản phẩm theo hướng “may đo” phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Cùng với AI và các công nghệ khác như máy học (Machine Learning), học sâu (Deep Learning) hay nhận dạng ký tự quang học (OCR), khách hàng có thể đăng ký vân tay và khuôn mặt, dùng vân tay và khuôn mặt để giao dịch, tự động so sánh khuôn mặt tại CMND với camera... Với việc định danh điện tử (eKYC) được cho phép thí điểm, khách hàng có thể hoàn thành eKYC và có tài khoản trong 5 giây, không cần ra quầy giao dịch; (ii) Về công nghệ Blockchain: NAPAS và 3 ngân hàng gồm VietinBank - VIB - TPBank đã thử nghiệm thành công mô hình chuyển tiền trên blockchain, với ưu điểm là xử lý theo thời gian thực và bảo mật tuyệt đối...

Về lợi ích của chuyển đổi số trong vòng 3-5 năm tới, theo NHNN (2021), có 82,5% ngân hàng kỳ vọng sẽ tăng trưởng doanh thu ít nhất 10%; 58,1% ngân hàng kỳ vọng trên 60% khách hàng sử dụng kênh số và 44,4% ngân hàng kỳ vọng tỷ lệ tăng trưởng khách hàng đạt mức trên 50%.

Với những lợi ích vượt trội của chuyển đổi số, ngân hàng nào nhanh chóng nắm bắt cơ hội sẽ dành được lợi thế cạnh tranh, ngược lại, nếu chậm chân trong cuộc đua số hóa thì dù là ngân hàng lớn cũng sẽ bị tụt hậu trước sự vươn lên của các ngân hàng nhỏ.

2. Cơ hội và thách thức cho chuyển đổi số với ngành ngân hàng Việt Nam

Cơ hội cho chuyển đổi số với ngành ngân hàng Việt Nam đến từ sự ủng hộ, quyết tâm của Chính phủ, cùng với đó là dư địa cho phát triển ngân hàng số còn rất lớn và hành vi của khách hàng đang thay đổi theo hướng sử dụng nhiều hơn các kênh giao dịch điện tử:

Chủ trương của Chính phủ và NHNN trong thúc đẩy chuyển đổi số tại Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/06/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” đã xác định Chương trình Chuyển đổi số quốc gia nhằm mục tiêu kép là vừa phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, vừa hình thành các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam có năng lực đi ra toàn cầu, với mục tiêu đến năm 2025 kinh tế số chiếm 20% GDP, đến năm 2030 là 30%. Đối với ngành ngân hàng, xu

hướng này cũng đã được xác định trong Chiến lược phát triển ngành ngân hàng đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030 (Quyết định 986/QĐ-TTg). Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 của Thủ tướng về việc phê duyệt đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025 cũng đặt ra mục tiêu cụ thể đến cuối năm 2025 “giá trị TTKDTM gấp 25 lần GDP; TTKDTM trong thương mại điện tử đạt 50%; 80% người dân từ 15 tuổi trở lên có tài khoản giao dịch tại ngân hàng hoặc các tổ chức được phép khác...”. Khung pháp lý cho chuyển đổi số cũng đang liên tục được hoàn thiện. Nghị định mới về phát triển thanh toán không dùng tiền mặt đang được dự thảo, các công nghệ và hình thức thanh toán mới như eKYC, Mobile money đã được Chính phủ cho phép thí điểm, Đề án xây dựng cơ chế quản lý thử nghiệm (Regulatory Sandbox) cho Fintech cũng đang được trình Chính phủ... Những quy định này chính là cửa ngõ, là chìa khóa cho phát triển ngân hàng số tại Việt Nam.

Lượng khách hàng tiềm năng lớn: Việt Nam là một nước có dân số trẻ và thích ứng nhanh với các công nghệ mới. Năm 2020, Việt Nam có 68 triệu người dùng internet (tăng 10% so với năm 2019), 65 triệu người dùng mạng xã hội (tăng 9,6%), và số thiết bị kết nối di động bằng 150% dân số. Cùng với đó, tỷ lệ người trưởng thành có tài khoản ngân hàng tại Việt Nam còn thấp (63% theo NHNN), còn theo Ngân hàng Thế giới thì tỷ lệ này khoảng 40% (2017), thấp hơn so Trung Quốc (80%) và Châu Á Thái Bình Dương (70%). Tỷ trọng tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán của Việt Nam đến tháng 8/2021 là 11,36%, dù tăng 0,31% so với năm 2020 song giảm 0,42% so 2018 với, phải phần đầu quyết liệt mới có thể đạt mục tiêu khoảng 10% cuối năm 2020 theo định hướng của Chính phủ.

Hành vi khách hàng đang thay đổi theo hướng các ưu tiên các kênh giao dịch điện tử: Xu hướng dịch chuyển sang các kênh giao dịch số trong hoạt động ngân hàng không còn quá mới mẻ. Năm 2020 và 2021, do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 và các biện pháp giãn cách xã hội, xu hướng chuyển dịch này càng rõ nét hơn. Trên thế giới, làn sóng đóng cửa chi nhánh đang diễn ra mạnh mẽ, tại Việt Nam, mặc dù xu hướng này chưa diễn ra nhưng sẽ là tất yếu. Hiện nay, giao dịch trên các kênh số đang có xu hướng tăng, dần lấn át kênh quầy. Theo số liệu của Ngân hàng Nhà nước, trong 8 tháng đầu năm 2021, tổng số lượng giao dịch qua hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng đạt 97,3 triệu món, tương ứng với giá trị đạt 95,4 triệu tỷ đồng (tăng 3,3% về số lượng và tăng 41,3% về giá trị so với 8 tháng đầu năm 2020); thanh toán qua kênh Internet tăng tương

ứng 54,13% về số lượng và 30,70% về giá trị; qua kênh điện thoại di động tăng tương ứng 74,98% và 93,69%; qua kênh QR code tăng tương ứng 66,81% và 133,12%.

Bên cạnh những cơ hội như nêu trên, một số thách thức lớn đặt ra trong tiến trình chuyển đổi số đối với ngành ngân hàng Việt Nam

Một là, cạnh tranh ngày càng khốc liệt với việc hầu hết các NHTM có sản phẩm, dịch vụ ngân hàng số khá giống nhau, sự xuất hiện của gần 140 công ty Fintech và sắp tới là các nhà mạng lớn cung cấp dịch vụ Mobile money, chưa kể các nền tảng cho vay ngang hàng v.v...

Hai là, hành lang pháp lý chưa theo kịp tốc độ phát triển ngân hàng số: hiện Việt Nam đang đi sau các nước trong việc áp dụng điện toán đám mây, bên cạnh việc thiếu các quy định về nội địa hóa dữ liệu và bảo đảm an ninh mạng; e-KYC mới còn mang tính thử nghiệm trong quy mô hẹp; Đề án xây dựng cơ chế quản lý thử nghiệm đối với Fintech, dự thảo Nghị định về thanh toán không dùng tiền mặt... vẫn đang trong quá trình xây dựng; hành lang pháp lý cho hoạt động cho vay ngang hàng, cơ chế chia sẻ thông tin dữ liệu còn thiếu. Điều này đòi hỏi NHNN cũng như các NHTM vừa làm thử nghiệm, vừa hoàn thiện hành lang pháp lý.

Ba là, cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư và doanh nghiệp đang trong quá trình hoàn thiện; khiến việc xây dựng cơ sở dữ liệu, phân tích dữ liệu của mỗi ngân hàng gặp không ít khó khăn. Đồng thời, nền tảng hạ tầng số (như mạng 5G, điện toán đám mây, tốc độ internet,...) còn đang trong quá trình phát triển, nâng cấp hoặc cho phép, trong khi lượng khách hàng, giao dịch ngày càng tăng. Cùng với đó, vấn đề an ninh mạng, an toàn thông tin, dữ liệu là rất quan trọng đối với lĩnh vực tài chính - ngân hàng trong khi rủi ro CNTT, tội phạm tài chính có xu hướng tăng.

Bốn là, các NHTM chịu thách thức từ nội tại, đó là sự thay đổi về nhận thức, tư duy và văn hóa kinh doanh; sự thiếu hụt về nhân sự số, chuyên gia phân tích dữ liệu và CNTT; bất cập về cơ sở dữ liệu lớn; khó khăn trong việc tìm được điểm tối ưu về đầu tư CNTT, chuyển đổi số và quản lý rủi ro v.v...

3. Thực trạng chuyển đổi số của các NHTM Việt Nam và BIDV

Có thể thấy, các NHTM Việt Nam đang có bước chuyển mình rõ nét trong các cấu phần chuyển đổi số. Cụ thể:

(i) Chuyển đổi số trở thành trọng tâm chiến lược kinh doanh của ngân hàng: theo NHNN (2021), 95% NHTM Việt Nam đang bước đầu triển khai hoặc xây dựng chiến lược chuyển đổi số, trong đó có các ngân hàng đã thực hiện thay đổi mô hình tổ chức để phục

vụ cho quá trình chuyển đổi số (19% thành lập ngân hàng số mới, 88% số hóa các mảng hoạt động dựa trên hoạt động hiện tại...)

(ii) Hệ sinh thái ngân hàng dần hình thành: đổi chiều với tiêu chuẩn của hệ sinh thái chuẩn có thể thấy, các dịch vụ trong hệ sinh thái ngân hàng Việt Nam đang tập trung vào lớp dịch vụ cốt lõi của ngân hàng (như thanh toán, tín dụng, tiền gửi, tài trợ thương mại...) và/hoặc có thêm lớp dịch vụ hệ sinh thái ngân hàng (như quản lý chi tiêu, giáo dục tài chính, kế toán, quản lý thuế...); một số NHTM có một phần lớp dịch vụ thứ 3 là dịch vụ phi ngân hàng (như chăm sóc sức khỏe, nhà ở, viễn thông, chứng khoán, giải trí...).

(iii) Hợp tác với các Fintech, Bigtech cung cấp một số sản phẩm, dịch vụ (nhất là thanh toán, tín dụng tiêu dùng) và hoàn thiện hệ sinh thái: theo thống kê của NHNN, 72% công ty Fintech đã cùng liên kết với các NHTM Việt Nam để cung cấp sản phẩm, dịch vụ, chỉ có 14% phát triển dịch vụ mới và 14% sẵn sàng cạnh tranh với ngân hàng. Nhiều NHTM cũng đã ký kết với một vài công ty Fintech để cung cấp dịch vụ thanh toán, chuyển tiền cho khách hàng như dịch vụ chuyển tiền (như MB kết hợp với Tập đoàn Viettel); BIDV, Vietcombank phối hợp với Công ty cổ phần Dịch vụ di động trực tuyến M-Service thực hiện dịch vụ chuyển tiền giá trị nhỏ dựa trên nền tảng Ví điện tử MoMo từ năm 2017 v.v...

(iv) Thay đổi về mô hình tổ chức phục vụ chuyển đổi số: các ngân hàng có quy mô trung bình - nhỏ (điển hình như TP Bank và VP Bank) thường lựa chọn mô hình thiết lập mảng kinh doanh mới hoặc thành lập ngân hàng số thuần túy, trong khi các ngân hàng có quy mô lớn, chủ yếu là các NHTM có cổ phần Nhà nước chi phối, lại hướng tới mô hình chuyển đổi số trên nền tảng hoạt động kinh doanh hiện tại.

Tại BIDV, chuyển đổi số là một cấu phần quan trọng, một trụ cột chính trong chiến lược phát triển của BIDV giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030. Theo đó, BIDV định hướng đến năm 2030 trở thành định chế tài chính có nền tảng số tốt nhất Việt Nam.

Ngay từ tháng 7/2017, Hội đồng Quản trị BIDV đã có Nghị quyết về định hướng phát triển ngân hàng số tại BIDV. Cuối năm 2019, BIDV đã thành lập Trung tâm ngân hàng số và cuối năm 2020, BIDV cũng đã thành lập Trung tâm quản trị dữ liệu và Phân tích kinh doanh. Kết quả đến nay, kênh giao dịch số các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng phát triển nhanh và ngày càng chiếm ưu thế so với các kênh truyền thống (tại quầy, ATM). Tỷ trọng và quy mô (số lượng và doanh số) giao dịch số tăng nhanh qua các năm,

diễn hình là dịch vụ Smartbanking. Trong vòng 5 năm trở lại đây, doanh số và số lượng giao dịch qua Smartbanking đều tăng trên 20 lần.

BIDV cũng đã bắt đầu hình thành các yếu tố ban đầu của một hệ sinh thái. BIDV đang phát triển mô hình ngân hàng mở, đối với khách hàng doanh nghiệp, BIDV đang kết nối giao diện mở (Open API) với các đối tác như MISA, FAST, KIU... từ đó, cho phép khách hàng sử dụng các dịch vụ tài chính, phi tài chính của BIDV (như chuyển tiền, tra cứu số dư, đối chiếu sổ phụ...) ngay trên phần mềm ERP của đối tác.

Đối với khách hàng cá nhân, BIDV đã gia tăng số hóa sản phẩm, dịch vụ ngân hàng như mở tài khoản mới ngay trên ứng dụng (eKYC), rút tiền qua mã QR, phát hành thẻ online... và mở rộng cung ứng sản phẩm, dịch vụ phi ngân hàng thuộc lớp 3 trên BIDV Smartbanking như đặt phòng khách sạn, mua vé máy bay, mua sắm...

4. Khuyến nghị với NHNN và BIDV

Khuyến nghị với cơ quan quản lý Nhà nước

Để tận dụng cơ hội và vượt qua những thách thức trong chuyển đổi số, vai trò của Chính phủ và các Bộ ngành là vô cùng quan trọng, đặc biệt trong thiết lập khuôn khổ pháp lý và khuôn khổ thúc đẩy, đồng thời là người dùng, đơn vị tham gia trực tiếp trong chu trình thanh toán số. Một số đề xuất đối với cơ quan quản lý Nhà nước như sau:

- Sớm ban hành Nghị định mới thay thế cho Nghị định 101/2012/NĐ-CP về thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM), trong đó có quy định hoạt động đại lý thanh toán. Chính sách này sẽ giúp hỗ trợ phổ cập tài chính sâu rộng hơn tới đông đảo người dân bằng việc tăng cường đưa dịch vụ tài chính tới những người dân vốn trước đây chưa có tài khoản ngân hàng. Bên cạnh đó, quy định này cũng giúp cho ngân hàng có thể tiếp cận khách hàng mà không phải mở rộng mạng lưới chi nhánh/phòng giao dịch, tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- Hoàn thiện hành lang pháp lý cho chính hoạt động của các ngân hàng tập trung vào: (i) ứng dụng công nghệ blockchain trong hoạt động ngân hàng, quy định cụ thể hơn về áp dụng điện toán đám mây trong hoạt động ngân hàng; (ii) Quy định về cách thức lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ của các NHTM cổ phần có vốn chi phi phối của nhà nước đối với các công nghệ mới, có tính chất đột phá, độc quyền không sẵn có trên thị trường.

- Hoàn thiện hành lang pháp lý quản lý hoạt động fintech, bigtech theo hướng mở, ban hành qui định (dạng thí điểm - sandbox) đối với các sản phẩm tài chính gắn với công nghệ như Fintech, cho vay ngang

hàng, huy động vốn cộng đồng...v.v. nhằm tận dụng tốt hơn thành quả công nghệ, song vẫn kiểm soát được rủi ro và tăng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính của người dân và doanh nghiệp.

Khuyến nghị với BIDV

Xác định chuyển đổi số là giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, để thực hiện thành công trụ cột chuyển đổi số trong Chiến lược phát triển đến 2025, tầm nhìn 2030, đòi hỏi BIDV phải đột phá nhiều mặt; trong đó cần kể đến bốn nội dung sau.

Một là, BIDV cần quyết tâm thực hiện thành công Chiến lược kinh doanh và Chiến lược chuyển đổi số đến năm 2025, tầm nhìn 2030 mà Ban Lãnh đạo đã đề ra. Cùng với đó, cần thực hiện cả chuyển đổi số nội bộ BIDV mới đảm bảo tính đồng bộ, xuyên suốt.

Hai là, xây dựng Chiến lược phát triển nguồn nhân lực như là một chiến lược cấu phần, trong đó cần ưu tiên phát triển nguồn nhân lực cho chuyển đổi số, CNTT và an ninh mạng. Theo đó, BIDV cần có đột phá mạnh mẽ hơn nữa về cơ chế tuyển dụng, đánh giá, lương thưởng đối với đội ngũ nhân sự này. Việc xem xét hợp tác, thậm chí mua lại một công ty Fintech để có thể sở hữu luôn cả công nghệ và đội ngũ sự cũng là một phương án cần tính đến.

Ba là, việc xây dựng Chiến lược CNTT như là một chiến lược cấu phần cũng là cần thiết; nhưng quan trọng hơn là cần có kiến trúc tổng thể về CNTT và chuyển đổi số, như thế mới đảm bảo tính dài hạn, đồng bộ, không bị manh mún, rời rạc, lãng phí.

Cuối cùng là, có nhiều điều kiện để đảm bảo chuyển đổi số của doanh nghiệp được thành công. Với BIDV, nên quan tâm đến bảy nhân tố thành công sau: (i) Có tầm nhìn và năng lực thực thi (nhất là các kế hoạch, chiến lược then chốt); (ii) Thay đổi tư duy, văn hóa kinh doanh sang văn hóa số, văn hóa dữ liệu nhiều hơn; (iii) Tập trung vào trải nghiệm, hài lòng của khách hàng; (iv) Xây dựng đội dự án ngân hàng số và nhân sự số có chất lượng; (v) Xây dựng dữ liệu lớn và nền tảng CNTT có khả năng điều chỉnh; (vi) Có hệ sinh thái đổi mới, cởi mở; và (vii) Chú trọng quản lý rủi ro CNTT và chuyển đổi số.

Tài liệu tham khảo:

Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/06/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt "Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030"

Quyết định số 986/QĐ-TTg ngày 08/06/2018 về việc phê duyệt chiến lược phát triển ngành ngân hàng Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 về việc phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021-2025.

Website: www.sbv.gov.vn; www.worldbank.org; www.vneconomy.vn; www.cafef.vn; www.bidv.com.vn

CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP TRONG ĐẠI DỊCH COVID-19

Ths. Chu Đức Lam*

Trong những năm gần đây, kinh tế Việt Nam và thế giới tiếp tục chịu tác động nghiêm trọng bởi dịch Covid-19. Dịch Covid-19 đã và đang ảnh hưởng sâu rộng đến mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội, tình hình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn. Chính phủ đã có những chính sách hỗ trợ là khá hợp lý, chủ trương chính sách là đúng đắn nhưng hiệu quả thực thi chính sách chưa thực sự suôn sẻ. Bài viết tập trung nghiên cứu thực trạng chính sách hỗ trợ của chính phủ dành cho doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh Covid-19 và kiến nghị một số giải pháp nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam vượt qua đại dịch.

• Từ khóa: chính sách tài chính, thuế, hỗ trợ, covid.

In recent years, the Vietnamese and world economies have been severely impacted by the Covid-19 pandemic. This epidemic has had a profound effect on all aspects of socio-economic life, making the production and business situation of enterprises difficult. The government has reasonable supportive policies, but the policy implementation is not really smooth. The article focuses on studying the current situation of government support financial policies for Vietnamese businesses in the context of covid-19 and recommends some solutions to support Vietnamese businesses to overcome the pandemic.

• Keywords: financial policy, tax, support, covid.

Ngày nhận bài: 25/10/2021

Ngày gửi phản biện: 26/10/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/11/2021

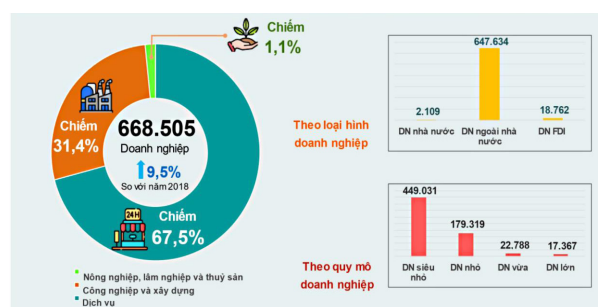
Ngày chấp nhận đăng: 30/12/2021

1. Tác động của Covid-19 đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Theo số liệu từ cơ sở dữ liệu quốc gia về đăng ký doanh nghiệp, bình quân giai đoạn 2016-2020, cả nước có 734.884 doanh nghiệp đang hoạt động, với tốc độ tăng bình quân mỗi năm đạt 7,4%. Tại thời điểm nửa đầu năm 2020, có 449.031 doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ, chiếm 67,2% số doanh nghiệp cả nước, tăng 10,0% so với cùng thời điểm năm 2018; có 179.319 doanh nghiệp quy mô nhỏ, chiếm 26,8%, tăng 8,6%; có 22.788 doanh nghiệp quy mô vừa, chiếm 3,4%; tăng 10,0%; có 17.367 doanh

niệp quy mô lớn, chỉ chiếm 2,6%, tăng 3,6% so với cùng thời điểm năm 2018.

Hình 1. Số lượng doanh nghiệp đang hoạt động tính đến tháng 6/2020



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Bình quân giai đoạn 2016-2020 các doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh cả nước thu hút 14,6 triệu lao động, tăng 25,6% so với bình quân giai đoạn 2011-2015. Trong đó, khu vực doanh nghiệp quy mô nhỏ thu hút 2,7 triệu lao động, tăng 13,1%; khu vực doanh nghiệp quy mô vừa thu hút gần 1,4 triệu lao động, tăng 13,2%. Thu nhập bình quân tháng một lao động làm việc trong các doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh cả nước giai đoạn 2016-2019 đạt 8,5 triệu đồng, tăng 44,6% so với thu nhập bình quân giai đoạn 2011-2015. Khu vực doanh nghiệp có quy mô vừa đạt 8,1 triệu đồng, tăng 48,6%; khu vực doanh nghiệp có quy mô nhỏ đạt 7,3 triệu đồng, tăng 52,9%.

Tuy nhiên, đến năm 2021 đã có 119,8 nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường, tăng 17,8% so với năm 2020, trong đó phần lớn là các doanh nghiệp thành lập dưới 5 năm, quy mô vốn nhỏ... Cụ thể, số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn

* Bộ Tài chính

gần 55 nghìn doanh nghiệp, tăng 18% so với năm trước; 48,1 nghìn doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể, tăng 27,8%; 16,7 nghìn doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể, giảm 4,1%, trong đó có 14,8 nghìn doanh nghiệp có quy mô vốn dưới 10 tỷ đồng, giảm 4%; 211 doanh nghiệp có quy mô vốn trên 100 tỷ đồng, giảm 20,7%. Bình quân một tháng có gần 10 nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường do không thể duy trì trước sự tàn khốc của đại dịch Covid-19. Bên cạnh đa số những ngành bị thiệt hại nặng nề bởi đại dịch như vận tải, khoáng sản, cơ khí, thực phẩm, du lịch, thì một số ngành nghề vẫn có chỉ số tăng trưởng dương như ngành: bán lẻ, tài chính ngân hàng, điện...

Đại dịch Covid-19 làm đứt gãy các chuỗi cung ứng, thu hẹp cả tổng cung và tổng cầu, gia tăng rủi ro tài chính đối với nhiều nền kinh tế. Làn sóng phá sản doanh nghiệp đang diễn ra trên phạm vi toàn thế giới, tỷ lệ doanh nghiệp mất khả năng thanh toán tăng tới 35% trong giai đoạn 2019 tới 2021. Kéo theo làn sóng mất việc làm của người lao động. Do quy mô của các doanh nghiệp Việt Nam đa phần là doanh nghiệp nhỏ và vừa, nguồn tài chính hạn chế, năng lực cạnh tranh thấp nên khi đại dịch diễn biến phức tạp, lan rộng, hoạt động của các doanh nghiệp chịu tác động nặng nề.

Nhiều doanh nghiệp cho biết dịch Covid-19 đã ảnh hưởng tới việc tiếp cận khách hàng, tiếp đến là bị ảnh hưởng về dòng tiền và ảnh hưởng tới vấn đề nhân công/người lao động của doanh nghiệp. Chuỗi cung ứng của nhiều doanh nghiệp đã bị gián đoạn. Một số doanh nghiệp cho biết còn bị ảnh hưởng tới các vấn đề khác, từ giảm đơn hàng, giảm sản lượng, phải trì hoãn, giãn tiến độ đầu tư thậm chí hủy dự án đang/sẽ thực hiện. Các doanh nghiệp cũng bị phát sinh thêm chi phí phòng ngừa dịch Covid-19. Không ít doanh nghiệp gặp khó khăn do chuyên gia nước ngoài không thể sang Việt Nam làm việc. Một số đáng kể các doanh nghiệp cũng không thể ra nước ngoài tiến hành các hoạt động giao thương theo kế hoạch. Nhiều trường hợp cho biết bị gián đoạn, ngưng trệ hoạt động, thậm chí dừng hoạt động do tình hình dịch và đứng trước bờ vực phá sản bởi thị trường giảm cầu đột ngột, dẫn tới giảm doanh thu cũng như vấp phải những rủi ro về thu hồi nợ, mất khả năng thanh toán...

Bảng 1 mô tả tác động cụ thể của dịch Covid-19 tới các doanh nghiệp theo khu vực kinh tế. Với các doanh nghiệp tư nhân, 50% gặp khó khăn về tiếp cận khách hàng và 46% phải đối mặt với vấn đề về dòng tiền. 38% doanh nghiệp chịu ảnh hưởng về lực lượng lao động và 33% là về chuỗi cung ứng. Đối

với các doanh nghiệp FDI, những khó khăn chính lớn cũng là về tiếp cận khách hàng (63%) và dòng tiền (42%). Tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn về chuỗi cung ứng và về lực lượng lao động lần lượt là 41% và 34%. Dữ liệu thu được có thể giúp đánh giá những tác động cụ thể của dịch Covid-19 theo quy mô của doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp tư nhân, khó khăn chính vẫn liên quan tới tiếp cận khách hàng, ngoại trừ nhóm doanh nghiệp quy mô nhỏ thì dòng tiền là khó khăn lớn nhất. Quy mô doanh nghiệp gia tăng, thì tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn về chuỗi cung ứng và về lực lượng lao động cũng gia tăng.

Bảng 1. Tác động của đại dịch Covid-19 tới doanh nghiệp

Tiêu chí	Doanh nghiệp tư nhân	Doanh nghiệp FDI
Chuỗi cung ứng	33%	41%
Tiếp cận khách hàng	50%	63%
Lực lượng lao động	38%	34%
Dòng tiền	46%	42%
Khác	5%	5%

Nguồn: Báo cáo khảo sát của VCCI & World bank

2. Thực trạng chính sách hỗ trợ của Nhà nước đối với doanh nghiệp

Trong bối cảnh khó khăn, chính phủ đã khẩn trương ban hành nhiều chính sách hỗ trợ DN và tập trung vào nhóm DN nhỏ và vừa.

Về chính sách thuế: Chính phủ đã triển khai nhiều giải pháp chính sách thuế linh hoạt như miễn giảm, giãn thuế, phí và lệ phí, tiền thuê đất với gần 124.000 tỉ đồng, hỗ trợ kịp thời cho doanh nghiệp, hộ kinh doanh vượt qua khó khăn do đại dịch Covid-19. Cụ thể, hồi tháng 09/2020 Chính phủ ban hành Nghị định 114/2020/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Nghị quyết số 116/2020/QH14 của Quốc hội về giảm thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) phải nộp của năm 2020 đối với doanh nghiệp, hợp tác xã, đơn vị sự nghiệp và tổ chức khác. Theo đó, Nghị định nêu rõ, giảm 30% số thuế TNDN phải nộp của kỳ tính thuế TNDN năm 2020 đối với trường hợp doanh nghiệp có tổng doanh thu năm 2020 không quá 200 tỉ đồng.

Tháng 4/2020, Chính phủ đã ban hành Nghị định 41/2020/NĐ-CP gia hạn thời hạn nộp thuế và tiền thuê đất nhằm tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp, tổ chức, hộ gia đình, cá nhân... bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19. Mới đây nhất, ngày 19/4/2021, Chính phủ ban hành Nghị định 52/2021/NĐ-CP ngày 19/4/2021 về gia hạn thời hạn nộp thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân và tiền thuê đất trong năm 2021.

Với diễn biến dịch bệnh Covid-19 khá phức tạp thời gian qua, doanh nghiệp thuộc nhiều ngành, lĩnh vực gặp khó khăn, đình trệ sản xuất và sụt giảm doanh số, nhiều doanh nghiệp có quy mô nhỏ đã phải thu hẹp sản xuất hoặc tạm ngừng hoạt động, nếu chỉ giãn, hoãn thuế thì cũng chỉ như cho vay không lãi suất. Mặc dù, Chính phủ đã có nghị quyết giảm 30% thuế thu nhập cho doanh nghiệp từ ngày 19/6/2020 nhưng do ảnh hưởng của dịch Covid-19, phần lớn doanh nghiệp nhỏ và vừa không thể có doanh thu cũng như phát sinh lãi nên giảm thuế thu nhập doanh nghiệp hầu như không có tác dụng đối với doanh nghiệp.

Về các gói hỗ trợ: Gói hỗ trợ 250.000 tỉ đồng về hỗ trợ tín dụng; 62.000 tỉ đồng về an sinh xã hội; 16.000 tỉ đồng hỗ trợ doanh nghiệp trả lương cho người lao động... Một bộ phận các chính sách đã phát huy tác dụng tốt, nhưng cũng còn bộ phận chính sách được thiết kế chưa thật sự bám sát thực tiễn của cuộc sống. Phản ứng chính sách của Chính phủ là khá hợp lý, chủ trương chính sách là đúng đắn nhưng thiết kế chính sách có vấn đề, thực thi chính sách chưa thực sự suôn sẻ. Kết quả thực hiện chính sách khá chậm chễ, đến tháng 10/2020 chưa có doanh nghiệp nào vay được tiền từ gói hỗ trợ 16 nghìn tỉ đồng, đến 27/11 có 75 doanh nghiệp được vay từ gói hỗ trợ này, kết quả này đáng chú ý nhưng chỉ đi vào thực tiễn sau khi Thủ tướng Chính phủ kịp thời ban hành Quyết định 32/2020/QĐ-TTg ngày 19/10/2020 sửa đổi Quyết định 15/2020/QĐ-TTg ngày 24/4/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện các chính sách hỗ trợ người dân gặp khó khăn do đại dịch Covid-19.

Mặt khác, theo số liệu khảo sát từ VCCI cho thấy, 78% DN được điều tra chưa nhận được hỗ trợ từ Chính phủ, và có 1 tỉ lệ khá cao DN chưa biết đến các gói chính sách này. Như vậy, chủ trương chính sách tuyệt vời nhưng thiết kế chính sách chưa thực sự phản ánh được hơi thở cuộc sống và thực thi chính sách chưa suôn sẻ đối với một số giải pháp mà Chính phủ đã ban hành.

3. Kiến nghị đối với Nhà nước

Để tháo gỡ các khó khăn cho doanh nghiệp, các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp cần tiếp tục được thực hiện theo hướng tập trung hơn, phù hợp với đối tượng hơn, theo sát với nhu cầu của doanh nghiệp. Cần chọn lọc phân loại ngành nghề để hỗ trợ trên cơ sở đánh giá khảo sát tác động của dịch Covid-19 đến ngành nghề đó.

Về chính sách thuế, các tác động của các gói hỗ trợ gia hạn nộp thuế và tiền thuế đất hiện rất nhỏ. Cần cho phép kéo dài thời gian giãn, hoãn thuế, tiền thuê

đất và bổ sung đối tượng gia hạn để doanh nghiệp đỡ khó khăn về thanh toán chi phí. Nên xem xét hỗ trợ giảm thuế giá trị gia tăng cho doanh nghiệp bởi đây là loại thuế mà diện điều tiết rộng. Giảm thuế giá trị gia tăng nên tập trung cho các dịch vụ như lưu trú khách sạn, du lịch, vận chuyển, chuyên chở trang thiết bị phục vụ phòng chống dịch... Xem xét hoãn ngay thuế giá trị gia tăng đầu vào cho doanh nghiệp xuất khẩu trong 3 ngày kể từ ngày nhận đủ hồ sơ.

Cần xem xét chính sách giảm thuế thu nhập doanh nghiệp vì đa phần các doanh nghiệp đang gặp khó khăn hoặc đứng trước nguy cơ phá sản là do gánh nặng chi phí mà hỗ trợ giảm thuế thu nhập doanh nghiệp là không phù hợp với họ. Chỉ một số ít doanh nghiệp tạm thời chưa bị ảnh hưởng bởi Covid-19 là được hưởng lợi từ chính sách này.

Về đầu tư công: là đòn bẩy chính cho tăng trưởng kinh tế. Thúc đẩy đầu tư công không nên là việc tăng chi tiêu công một cách dàn trải, thiếu kiểm soát. Việt Nam chỉ nên đẩy nhanh các dự án trọng điểm quốc gia, đã được phê duyệt và bố trí sẵn vốn thực hiện. Bên cạnh đó, các vướng mắc liên quan đến giải ngân vốn ODA cần được tập trung xem xét và tháo gỡ.

Các chính sách an sinh xã hội như chi trả bảo hiểm thất nghiệp, hỗ trợ người bị thất nghiệp tạm thời, trợ cấp người nghèo, người mất sinh kế cần được thực hiện nhanh chóng. Phải triển khai nhanh gọn, đúng đối tượng thông qua nhiều kênh khác nhau.

Công cụ lãi suất trong thời điểm này sẽ ít hiệu quả bởi mặc dù lãi suất có giảm cũng không tạo được động lực để doanh nghiệp vay vốn đầu tư sản xuất, kinh doanh. Chính sách hỗ trợ tín dụng nên tập trung vào nhóm các doanh nghiệp ít hoặc không bị ảnh hưởng Covid-19, hoặc có hướng chuyển đổi hiệu quả. Đối với gói tín dụng, cần sớm sửa đổi Thông tư 01 theo hướng mở rộng đối tượng hỗ trợ và kéo dài thời gian cơ cấu lại nhóm nợ đến cuối năm 2021, khi dịch có thể đã kết thúc, còn tiềm lực của doanh nghiệp, ngân hàng đã vững hơn. Trong quá trình thực thi chính sách, các chính sách hỗ trợ cần rõ ràng và minh bạch về thủ tục cũng như đối tượng được hưởng các gói chính sách. Cần giảm thiểu những bất cập, rào cản về thủ tục và quy trình tiếp cận các gói hỗ trợ.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2021), *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2021*, Nhà xuất bản Thống kê.

Đại học kinh tế quốc dân & JICA (2021), *Báo cáo tác động của Covid-19 đến nền kinh tế và các khuyến nghị chính sách*.

VCCI & World bank (2020), *Báo cáo tác động của dịch bệnh Covid-19 đối với doanh nghiệp Việt Nam*.

ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Đinh Lê Hạnh* - Dương Minh An

Trong những năm gần đây, cùng với quá trình đổi mới, hội nhập kinh tế quốc tế mạnh mẽ, các doanh nghiệp Việt Nam đã thực hiện nhiều giải pháp nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh để đạt được nhiều kết quả tích cực đáp ứng các yêu cầu hội nhập, so với các nước trong khu vực. Tuy nhiên, trong quá trình xây dựng và phát triển, doanh nghiệp cần có những chiến lược phát triển cụ thể, trong đó nâng cao năng lực cạnh tranh để thích ứng với môi trường kinh doanh mới là yếu tố quyết định sự “sống còn” của doanh nghiệp. Trong nội dung bài viết này, tác giả đề cập đến một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

• Từ khóa: năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp Việt Nam, thị trường xuất khẩu.

In recent years, along with the process of innovation and strong international economic integration, Vietnamese enterprises have implemented many solutions to enhance competitiveness to achieve many positive results to meet the needs of customers. integration requirements, compared with other countries in the region. However, in the process of building and developing, businesses need to have specific development strategies, in which improving competitiveness to adapt to the new business environment is a decisive factor for “survival”. “of the enterprise. In the content of this article, the author mentions a number of solutions to improve the competitiveness of Vietnamese enterprises in the current period.

• Keywords: competitiveness, Vietnamese enterprises, export market.

Ngày nhận bài: 25/10/2021

Ngày gửi phản biện: 26/10/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/11/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/12/2021

Giới thiệu

Cạnh tranh là đặc trưng nền kinh tế thị trường khi cung - cầu hàng hóa và giá cả hàng hóa là yếu tố quyết định. Các doanh nghiệp khi tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh đều mong muốn có các điều kiện kinh doanh thuận lợi nhất, như: tối thiểu hóa chi phí đầu vào (chi phí

nguyên vật liệu đầu vào thấp, chi phí nhân công rẻ)... điều này làm cho các doanh nghiệp có sự “tìm kiếm”, “ganh đua” nhau để đi tìm những điều kiện thuận lợi nhất. Theo nhà kinh tế học Michael Poter của Mỹ thì: Cạnh tranh (kinh tế) là giành lấy thị phần. Bản chất của cạnh tranh là tìm kiếm lợi nhuận, là khoản lợi nhuận cao hơn mức lợi nhuận trung bình mà doanh nghiệp đang có. Kết quả quá trình cạnh tranh là sự bình quân hóa lợi nhuận trong ngành theo chiều hướng cải thiện sâu dẫn đến hệ quả giá cả có thể giảm đi. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thỏa mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao hơn. Điểm mạnh và điểm yếu của một doanh nghiệp được thể hiện thông qua các lĩnh vực hoạt động chủ yếu như: công nghệ, quy trình sản xuất, nhân sự, chiến lược marketing...

Cạnh tranh có thể xảy ra giữa những nhà sản xuất với nhau hoặc có thể xảy ra giữa người sản xuất với người tiêu dùng khi người sản xuất muốn bán hàng hóa với giá cao, người tiêu dùng lại muốn mua được với giá thấp. Cạnh tranh mang lại nhiều lợi ích, đặc biệt cho người tiêu dùng. Người sản xuất phải tìm mọi cách để làm ra sản phẩm có chất lượng hơn, đẹp hơn, có chi phí sản xuất rẻ hơn, có tỷ lệ tri thức khoa học, công nghệ cao hơn... để đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của khách hàng. Cạnh tranh làm cho người sản xuất năng động hơn, nhạy bén hơn, nắm bắt

* Tập đoàn Đinh Lê

tốt hơn nhu cầu của khách hàng, thường xuyên cải tiến kỹ thuật, áp dụng những tiến bộ, những nghiên cứu mới nhất vào sản xuất; hoàn thiện cách thức tổ chức sản xuất, quản lý sản xuất để nâng cao năng xuất, chất lượng và hiệu quả kinh tế.

Năng lực cạnh tranh của sản phẩm được đo bằng thị phần của sản phẩm đó. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm phụ thuộc vào chất lượng, giá cả, tốc độ cung cấp, dịch vụ đi kèm, uy tín của người bán, thương hiệu, quảng cáo, điều kiện mua bán, v.v... Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng doanh nghiệp tạo ra được lợi thế cạnh tranh, có khả năng tạo ra năng suất và chất lượng cao hơn đối thủ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần lớn, tạo ra thu nhập cao và phát triển bền vững. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thỏa mãn tốt hơn các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao.

2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế như hiện nay, việc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trên quy mô toàn cầu là tất yếu khách quan và áp lực cạnh tranh này tác động lên tất cả các doanh nghiệp chứ không chỉ riêng Việt Nam. Nếu xét trên góc độ vĩ mô: việc hội nhập kinh tế quốc tế hay ký kết các hiệp định thương mại tự do mang lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp, nhưng cũng có nhiều thách thức. Ví dụ như, theo hiệp định gần nhất vừa mới có hiệu lực tại Việt Nam từ ngày 14/1/2019 là Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) thì có 3 nước lần đầu tiên Việt Nam có quan hệ hiệp định thương mại tự do là Canada, Mexico, Peru. Điều này mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường mới, có cơ hội đa dạng hóa nguồn nguyên vật liệu đầu vào (như sợi trong ngành Dệt may),... Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng phải đối mặt với các thách thức, như: về năng lực cạnh tranh còn yếu của một số ngành dịch vụ, quảng cáo, các mặt hàng nông sản như thịt lợn, thịt gà...; về thể chế chính sách của Việt Nam chưa hoàn thiện, chất lượng nguồn lao động chưa cao... Hội nhập là cơ hội hay thách

thức thì phụ thuộc vào khả năng nắm bắt cơ hội và khả năng vượt qua thách thức của Việt Nam. Mấu chốt quan trọng đầu tiên để Việt Nam có thể nâng cao năng lực cạnh tranh đó chính là cải thiện chất lượng thể chế - chính sách, cải thiện môi trường kinh doanh để hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển.

Cùng với quá trình đổi mới, hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế quốc tế, trong những năm qua, năng lực cạnh tranh quốc gia của Việt Nam liên tục có sự cải thiện đáng kể.

Về năng lực cạnh tranh quốc gia của Việt Nam: Trong những năm gần đây, cùng với quá trình đổi mới, hội nhập kinh tế quốc tế mạnh mẽ, Việt Nam đã thực hiện nhiều giải pháp nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh của quốc gia và đạt được nhiều kết quả tích cực. Tuy nhiên, trước yêu cầu hội nhập, so với các nước trong khu vực, năng lực cạnh tranh của Việt Nam còn có những khoảng cách nhất định. Bài viết làm rõ năng lực cạnh tranh quốc gia Việt Nam thông qua 3 góc độ: Chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu; Hệ số tín nhiệm quốc gia; Xếp hạng môi trường kinh doanh trong những năm gần đây của Việt Nam.

Về chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu của Việt Nam: Chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu (GCI) do Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) công bố hàng năm nhằm đánh giá và xếp hạng các nền kinh tế trên thế giới về khả năng cạnh tranh. Theo đánh giá của WEF, trải qua 10 năm, GCI của Việt Nam cải thiện được 13 bậc, từ thứ hạng 68/131 năm 2007 đã lên 55/137 năm 2017 và chuyển từ nhóm nửa dưới của bảng xếp hạng cạnh tranh toàn cầu lên nhóm nửa trên. Năm 2019, WEF đã nâng hạng GCI của Việt Nam tăng 10 bậc so với năm 2018, xếp thứ 67/141 nền kinh tế. Đánh giá của WEF về chi tiết 12 tiêu chí của Việt Nam cho thấy, 8/12 tiêu chí của Việt Nam tăng điểm và tăng nhiều bậc.

Đáng chú ý trong số đó, trụ cột ứng dụng công nghệ thông tin tăng điểm và tăng hạng nhiều nhất (tăng 25,7 điểm và 54 bậc, từ 43,3 điểm lên 69 điểm và theo đó thứ hạng từ vị trí 95 lên vị trí 41). Tất cả các chỉ số thành phần trong trụ cột này đều tăng điểm, tăng hạng (như thuê bao internet cáp quang, thuê bao di động,

số người sử dụng internet...). Tiếp đến là trụ cột thị trường sản phẩm tăng 23 bậc (từ vị trí 102 lên thứ 79), với các chỉ số về cạnh tranh trong nước đều tăng điểm và tăng hạng, độ mở thương mại được ghi nhận tích cực với việc giảm bớt các rào cản phi thuế.

Mức độ năng động trong kinh doanh tăng 12 bậc (từ vị trí 101 lên vị trí 89), với những cải thiện mạnh mẽ trên hầu hết các chỉ số thành phần (ngoại trừ phá sản DN), nhất là những chỉ số thể hiện tăng trưởng các DN đổi mới sáng tạo, DN có ý tưởng đột phá. Trụ cột năng lực đổi mới sáng tạo tăng 6 bậc (từ thứ hạng 82 lên thứ hạng 76). Trụ cột thể chế tăng 0,3 điểm và 5 bậc (từ vị trí 94 lên vị trí 89). Trong đó, đáng kể nhất là nhóm các chỉ số thể hiện mức độ định hướng tương lai của Chính phủ tăng mạnh.

Về xếp hạng về môi trường kinh doanh:

Theo Báo cáo xếp hạng môi trường kinh doanh “Doing Business 2018” của Ngân hàng Thế giới, Việt Nam tiếp tục được tăng hạng về môi trường kinh doanh khi xếp hạng thứ 68 trên 190 nền kinh tế, tăng 14 bậc so với đánh giá trong năm 2017, là mức tăng bậc nhiều nhất trong 10 năm qua của Việt Nam, trong đó có 8/10 chỉ số tăng điểm và 6/10 chỉ số tăng bậc. Điều này khẳng định môi trường kinh doanh, thuận lợi hóa kinh doanh của Việt Nam năm 2018 đã được cải thiện. Những lĩnh vực mà Việt Nam được đánh giá có nhiều cải cách, giúp việc kinh doanh dễ dàng hơn là tiếp cận điện năng, tiếp cận tín dụng, nộp thuế, giao thương quốc tế và thực hiện hợp đồng. 10 lĩnh vực của Việt Nam có thứ hạng xếp trong khoảng từ 20 đến 129, được đánh giá cao nhất vẫn là giải quyết thủ tục cấp giấy phép/cấp phép xây dựng (xếp thứ 20) và thấp nhất là xử lý khi mất khả năng thanh toán (129).

3. Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh

Thứ nhất, về phía nhà quản trị doanh nghiệp: Bản thân mỗi chủ doanh nghiệp cần có ý thức nâng cao trình độ học vấn, các kiến thức chuyên ngành, kiến thức văn hóa, kinh tế, pháp luật và xã hội... Theo kết quả điều tra kinh tế của Tổng cục Thống kê: các doanh nghiệp nhỏ, vừa và siêu nhỏ chiếm tỷ trọng lớn nhất 98,1% (507,86 nghìn doanh nghiệp); trong đó doanh nghiệp

vừa có gần 8,5 nghìn doanh nghiệp chiếm 1,6%; doanh nghiệp nhỏ là 114,1 nghìn doanh nghiệp chiếm 22,0% và doanh nghiệp siêu nhỏ là 385,3 nghìn doanh nghiệp, chiếm cao nhất với 74,4%. Như vậy, có thể thấy các hiện nay ở nước ta tỷ lệ các doanh nghiệp siêu nhỏ chiếm tỷ lệ lớn nhất, các doanh nghiệp này đa phần đi lên các hộ kinh doanh cá thể hoặc xuất phát từ những ý tưởng kinh doanh của cá nhân các chủ doanh nghiệp. Các cá nhân hay nhóm cá nhân này có thể có nhiều ý tưởng kinh doanh, có vốn,... có đủ các điều kiện để tiến hành hoạt động sản xuất - kinh doanh, nhưng họ lại thiếu những đề án kinh doanh, thiếu mô hình kinh doanh thực tế, thiếu kiến thức về quản lý tài chính kế toán, về các rủi ro pháp lý của doanh nghiệp... thậm chí là một trong số đó còn “vướng rào cản” ngay từ các thủ tục hành chính.

Doanh nhân - những người chủ doanh nghiệp hơn bất cứ ai trong doanh nghiệp cần có ý thức nâng cao trình độ học vấn, trình độ chuyên môn về lĩnh vực sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp mình, cần tìm hiểu những kiến thức mới, những ứng dụng khoa học kỹ thuật để cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm, tiết kiệm chi phí... Họ cũng cần được trang bị đầy đủ các kiến thức về tài chính kế toán, quản trị doanh nghiệp, quản lý nhân sự, hiểu biết về kinh tế phát luật, văn hóa xã hội, văn hóa doanh nghiệp... Họ cần thường xuyên cập nhật những kiến thức mới, trau dồi những kỹ năng cần thiết để có đủ sức “đứng vững” và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Thứ hai, về phía doanh nghiệp: Cũng xuất phát từ nhận thức của nhà quản trị doanh nghiệp nhưng xét trên góc độ doanh nghiệp nói chung thì để nâng cao năng lực cạnh tranh, các doanh nghiệp cần nâng cao trình độ tổ chức quản lý doanh nghiệp, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn về sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của thị trường, doanh nghiệp cũng cần có những chiến lược sản xuất phù hợp để tận dụng cơ hội sản xuất, xuất khẩu trong thời kỳ kinh tế hội nhập như hiện nay. Cụ thể như sau:

(1) Nâng cao trình độ tổ chức quản lý doanh nghiệp: trong bối cảnh hiện nay, việc áp dụng

phần mềm công nghệ thông tin vào quản lý doanh nghiệp là điều tất yếu và nó mang lại hiệu quả cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc áp dụng những phần mềm quản lý với chi phí lớn có lẽ không phù hợp với các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Vậy nên, trước hết các doanh nghiệp cần tìm cho mình những nhân viên phù hợp với yêu cầu công việc cụ thể. Sau đó, nhà quản trị cần có sự hiểu biết về năng lực, trình độ của mỗi nhân viên của mình để có sự phân tầng hệ thống nhân viên, phân chia công việc và giao trách nhiệm cho các bộ phận cụ thể.

(2) nâng cao chất lượng các yếu tố đầu vào: các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất gồm các yếu tố về vốn, nguyên vật liệu đầu vào, nguồn nhân lực và trình độ khoa học công nghệ. Doanh nghiệp cần tìm những nguồn nguyên vật liệu tốt để đảm bảo chất lượng sản phẩm sản xuất ra nhưng bên cạnh đó cũng nên tìm kiếm nguồn nguyên vật liệu mới, vật liệu thay thế với chất lượng đảm bảo.

(3) Nâng cao năng lực cạnh tranh bằng nâng cao chất lượng sản phẩm, giá bán sản phẩm ổn định, các chính sách bán hàng và sau bán hàng... doanh nghiệp cần xây dựng tiêu chuẩn về sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của thị trường, cần có chiến lược lâu dài trong việc “định vị thương hiệu”, tạo dựng uy tín cho riêng mình, doanh nghiệp cũng cần có những chiến lược sản xuất phù hợp để tận dụng cơ hội sản xuất, xuất khẩu trong thời kỳ kinh tế hội nhập như hiện nay.

Doanh nghiệp cần tìm hiểu thị trường, đặc biệt là các thị trường mới để tận dụng được các cơ hội mà hội nhập kinh tế mang lại như xem xét các quy tắc xuất xứ để được hưởng ưu đãi và vượt qua các hàng rào thuế phi thuế quan, các biện pháp phòng vệ thương mại của thị trường với các nước đã ký hiệp định tự do thương mại với Việt Nam. Nếu các doanh nghiệp chủ động nâng cao chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của các nước này thì cơ hội tiếp cận và mở rộng trường sang các nước đó là rất cao. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần mở rộng quan hệ hợp tác với các doanh nghiệp khác, với cộng đồng doanh nghiệp để cùng nhau phát triển và hội nhập kinh tế.

4. Kết luận: Qua phân tích ở trên ta nhận thấy, để nâng cao năng lực cạnh tranh thì các doanh nghiệp nói chung và bản thân nhà quản trị doanh nghiệp nói riêng cần nỗ lực và nỗ lực hơn nữa trong việc nâng cao nhận thức, trình độ của bản thân để quản lý, điều hành và quản trị doanh nghiệp. Đồng thời, nâng cao trình độ tổ chức quản lý doanh nghiệp, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn về sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của thị trường và doanh nghiệp cũng cần có những chiến lược sản xuất phù hợp để tận dụng cơ hội sản xuất, xuất khẩu trong thời kỳ kinh tế hội nhập như hiện nay. Theo ông Vũ Tiến Lộc - Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI): “Các doanh nghiệp cần phải thay đổi quản trị và nắm bắt tốt thông tin về thể chế nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh. Hãy tập trung vào sáng tạo, tìm lợi nhuận chân chính. Doanh nghiệp phải đảm bảo sự minh bạch, liêm chính, thay vì tìm những mối quan hệ để tìm kiếm lợi nhuận bất minh. Có như thế doanh nghiệp mới bắt kịp yêu cầu của giai đoạn mới.

Tài liệu tham khảo:

Chính phủ (2014), (2015), (2018), Nghị quyết số 19/NQ-CP về những nhiệm vụ, giải pháp cải thiện môi trường kinh doanh nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Chính phủ (2019), Nghị quyết số 02/NQ-CP về tiếp tục thực hiện những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2019 và định hướng đến năm 2021. Klaus Schwab, World Economic Forum (2018), The Global Competitiveness Report.

Báo cáo Năng lực cạnh tranh của Việt Nam từ đánh giá của nhà đầu tư nước ngoài và Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu 4.0 của Diễn đàn Kinh tế thế giới.

Tổng cục Thống kê, (2017), Báo cáo kết quả điều tra kinh tế năm 2017.

Và một số bài viết trên <http://vov.vn/>

KHỦNG HOẢNG NỢ CÔNG TRÊN THẾ GIỚI VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HIỆN NAY

TS. Lương Quang Hiền*

Nợ công là công cụ tài khóa góp phần điều chỉnh các cân đối lớn giữa tiêu dùng (C) - tích lũy (S) - đầu tư (I), điều chỉnh tổng cung - tổng cầu, điều chỉnh cơ cấu đầu tư, phát triển kết cấu hạ tầng... Việc vay nợ của khu vực công trở thành phổ biến không chỉ ở các quốc gia đang phát triển như Việt Nam mà ở cả những quốc gia phát triển như Mỹ, Đức; không chỉ ở các quốc gia với tiềm lực tài chính mỏng mà còn ở các quốc gia có dự trữ tài chính hàng đầu thế giới như Nhật Bản, Trung Quốc... Từ thực tế tình trạng nợ công trên thế giới, bài viết khuyến cáo chính sách, rút ra một số bài học cho Việt Nam hiện nay.

• Từ khóa: nợ công, chi tiêu của chính phủ, vay nợ, khủng hoảng nợ, bẫy nợ.

Public debt is a fiscal tool that contributes to the adjustment of the major balances between consumption (C) - accumulation (S) - investment (I), adjustment of aggregate supply - aggregate demand, adjustment of investment structure. investment, infrastructure development... Public sector borrowing has become popular not only in developing countries like Vietnam but also in developed countries like the US and Germany; Not only in countries with thin financial potential, but also in countries with leading financial reserves in the world such as Japan, China... From the actual situation of public debt in the world, the article recommends policy report, drawing some lessons for Vietnam today.

• Keywords: public debt, government spending, debt, debt crisis, debt trap.

Ngày nhận bài: 25/12/2021

Ngày gửi phản biện: 26/12/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/12/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/01/2022

Đặt vấn đề

Việt Nam là nước đang phát triển và bắt đầu bước vào ngưỡng “có thu nhập trung bình”. Do vậy, việc vay nợ của khu vực công để đáp ứng nhu cầu chi tiêu cho đầu tư phát triển là rất lớn. Thời gian qua, việc vay vốn trong nước và vay nợ nước ngoài dưới nhiều hình thức, đặc biệt là phát hành trái phiếu chính phủ tăng nhanh. Nợ công cũng vì thế tăng lên đáng kể. Nếu không kiểm soát tốt nợ công thì Việt Nam rất có thể rơi

vào “bẫy nợ” và khủng hoảng nợ công như các nước Nam Mỹ và một số nước khác. Việc nghiên cứu khủng hoảng nợ công trên thế giới để rút ra những bài học nhằm phòng, tránh khủng hoảng nợ và hạn chế tác động xấu nếu khủng hoảng nợ xảy ra là vấn đề rất cần thiết.

Nội dung

Khủng hoảng nợ công trên thế giới xảy ra từ lâu trên thế giới, Đó là tình trạng mất khả năng trả nợ của chính phủ và các tổ chức nhà nước ở một quốc gia hoặc một số quốc gia gây ra tình trạng không kiểm soát được nợ công, nguy cơ vỡ nợ hoặc phải tái cấu trúc lại nợ.

Khủng hoảng nợ công có hai loại tác động đến nền kinh tế: tác động tích cực và tác động tiêu cực. Trong đó, tác động tiêu cực là chủ yếu. Khủng hoảng nợ công gây nên tình trạng rối loạn trong nền kinh tế, làm giảm mức tăng trưởng, thậm chí dẫn đến suy thoái kinh tế, thất nghiệp tăng cao, mức nợ tăng lên. Khủng hoảng nợ công còn để lại hậu quả nghiêm trọng cho các thế hệ hiện tại và tương lai.

Nguyên nhân của khủng hoảng nợ công ở châu Âu và nguy cơ lan rộng ra toàn cầu có nhiều, trong đó chủ yếu là việc kiểm soát vay nợ chưa được chú trọng, để cho mức nợ công vượt ngưỡng an toàn khá xa và duy trì trong thời gian rất dài; thâm hụt ngân sách ở mức cao càng làm tăng thêm động lực vay nợ, gia tăng tốc độ nợ công lên chóng mặt; việc sử dụng nợ công lãng phí, thất thoát, kém hiệu quả làm cho khả năng trả

* Học viện Tài chính

nợ thấp; khi khả năng trả nợ đến hạn không còn thì khủng hoảng nợ công bùng phát là điều khó tránh khỏi.

Việt Nam là nước đang phát triển, nhu cầu đầu tư rất lớn. Do vậy, việc vay nợ của khu vực công để đầu tư phát triển hạ tầng và chi tiêu cho nhiều hạng mục có tầm quan trọng quốc gia là rất cần thiết. Nợ công của Việt Nam được duy trì trong giới hạn an toàn trong nhiều năm qua. Tuy nhiên, với việc đầu tư phát triển vào nhiều công trình quan trọng từ hạ tầng đến năng lượng, thì nợ công sẽ tiếp tục tăng cao. Hiện tại, quy mô nợ công đã vượt ra khỏi ngưỡng an toàn. Tình hình quản lý nợ công chưa thật tốt. Việc sử dụng nợ công chưa thật hiệu quả, thất thoát, lãng phí còn rất lớn. Nguy cơ khủng hoảng nợ công của Việt Nam có thể xảy ra.

Từ khủng hoảng nợ công trên thế giới, đặc biệt là khủng hoảng nợ công ở châu Âu hiện nay, cần rút ra bài học đối với Việt Nam như sau:

Thứ nhất, chủ động phòng, tránh khủng hoảng nợ công.

Để phòng tránh nợ công, điều quan trọng là phải kiểm soát nợ công một cách thường xuyên; thực hiện công khai, minh bạch hóa nợ công, xây dựng “đồng hồ nợ công” để tất cả các cơ quan nhà nước và dân chúng có thể kiểm soát; kiểm soát và đánh giá việc sử dụng nợ công; thực hiện nghiêm việc kiểm toán sử dụng nợ công trong các chương trình, dự án; xử lý nghiêm các vi phạm về nợ công.

Thứ hai, xây dựng dự phòng các phương án sẵn sàng đối phó với khủng hoảng nợ công nếu xảy ra.

Hình thành các phương án khác nhau để đối phó với khủng hoảng nợ công: các biện pháp về trấn an dân chúng, dự kiến nguồn lực để ứng phó, dự kiến về tư vấn và thuê chống khủng hoảng...

Thứ ba, lên các phương án cần thiết để khắc phục hậu quả của khủng hoảng nợ công: khắc phục hậu quả về kinh tế, các hậu quả về chính trị, xã hội và thậm chí là môi trường.

Từ những bài học kinh nghiệm đắt giá về khủng hoảng nợ công trên thế giới, hy vọng rằng, Việt Nam không chỉ không rơi vào khủng hoảng nợ mà còn có biện pháp huy động và sử

dụng nợ công có hiệu quả, góp phần phát triển đất nước phồn vinh, nâng cao mức sống của toàn dân và tăng cường vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Để góp phần phòng tránh khủng hoảng nợ công, chúng tôi khuyến nghị với các cơ quan chức năng một số vấn đề sau:

Một là, đối với Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam

(1) Điều chỉnh, sửa đổi pháp luật về nợ công mà trước hết là Luật Quản lý nợ công hiện hành theo hướng thực hiện đúng và tốt tất cả nhiệm vụ do pháp luật quy định, đặc biệt là Luật Quản lý nợ công. Trước hết, cần thực hiện 5 nhiệm vụ của Quốc hội về nợ công theo luật định: i) Quyết định các chỉ tiêu an toàn về nợ; ii) Quyết định mục tiêu, định hướng huy động, sử dụng vốn vay và quản lý nợ công trong từng giai đoạn 5 năm nhằm bảo đảm chỉ tiêu an toàn về nợ; iii) Quyết định tổng mức, cơ cấu vay và trả nợ hàng năm của Chính phủ gắn với dự toán ngân sách nhà nước; iv) Quyết định chủ trương đầu tư đối với dự án, công trình quan trọng quốc gia từ nguồn vốn vay của Chính phủ; v) Giám sát việc huy động, phân bổ, sử dụng vốn vay, trả nợ và quản lý nợ công; mở rộng phạm vi điều chỉnh đối với nợ công.

(2) Đưa các khoản nợ của một số tổ chức hoạt động công ích như Ngân hàng Phát triển để tính vào nợ công. Vì theo Điều lệ của Ngân hàng Phát triển Việt Nam, Ngân hàng này được Chính phủ đảm bảo khả năng thanh toán; cần có quy định pháp luật về chiến lược và chính sách về nợ công của quốc gia. Hiện mới chỉ có một số điểm nhỏ quy định tại Điều 5 của Luật Quản lý nợ công nên chưa đủ bao quát và cụ thể, chưa thấy rõ được tầm quan trọng của chiến lược, chính sách về nợ công; cần có quy định rõ ràng hơn về kiểm soát nợ công. Theo Điều 7 Luật Quản lý nợ công, Quốc hội quyết định các chỉ tiêu an toàn nợ công trong kế hoạch 5 năm với 4 chỉ tiêu cụ thể: Nợ công so với GDP, nợ nước ngoài của quốc gia so với GDP, trả nợ chính phủ so với tổng thu ngân sách nhà nước và nghĩa vụ trả nợ nước ngoài của quốc gia so với tổng kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, cần quy định ngưỡng tối đa của từng chỉ tiêu này và không nên giao cho cơ quan nhà nước quyết định ngưỡng này.

Hai là, đối với Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam

Chính phủ vừa là cơ quan chấp hành của Quốc hội, vừa là cơ quan quản lý hành chính nhà nước cao nhất về nợ công của quốc gia. Do vậy, trước hết, thực hiện tốt chức năng cơ quan chấp hành của Quốc hội. Cụ thể là: chuẩn bị kỹ đề trình Quốc hội quyết định các chỉ tiêu an toàn về nợ; xác định rõ các mục tiêu, định hướng huy động, sử dụng vốn vay và quản lý nợ công giai đoạn 5 năm; xác định rõ tổng mức, cơ cấu vay và trả nợ hàng năm của Chính phủ gắn với dự toán ngân sách nhà nước. Báo cáo thường xuyên và kịp thời cho Quốc hội, Ủy ban thường vụ Quốc hội về sử dụng vốn vay, quản lý nợ công và việc thực hiện dự án, công trình quan trọng quốc gia, chương trình phát triển kinh tế - xã hội quan trọng khác sử dụng vốn vay của Chính phủ; phân công rõ ràng, cụ thể trách nhiệm cho từng cơ quan và trách nhiệm phối hợp giữa các cơ quan quản lý ngành và địa phương trong quản lý nợ công; xây dựng và ban hành các chính sách, giải pháp cụ thể nhằm thực hiện các chỉ tiêu an toàn về nợ; cơ cấu lại khoản nợ, danh mục nợ; quyết định cấp phát hoặc cho vay lại đối với chương trình, dự án sử dụng vốn vay nước ngoài của Chính phủ; quyết định cấp bảo lãnh chính phủ; chỉ đạo công tác thanh tra, kiểm tra việc thực hiện pháp luật về quản lý nợ công.

Đối với Bộ Tài chính: Làm tốt chức năng là cơ quan giúp việc của Chính phủ quản lý nhà nước về nợ công. Cụ thể như sau: xác định rõ mục tiêu, định hướng huy động, sử dụng vốn vay và quản lý nợ công giai đoạn 5 năm; xây dựng chương trình quản lý nợ trung hạn; xây dựng hệ thống các chỉ tiêu giám sát nợ chính phủ, nợ công, nợ nước ngoài của quốc gia và kế hoạch vay, trả nợ chi tiết hàng năm của Chính phủ trình cấp có thẩm quyền phê duyệt; theo dõi và tổ chức thực hiện hạn mức nợ công, hạn mức vay thương mại nước ngoài và bảo lãnh Chính phủ; tổ chức tốt việc đàm phán, ký kết thỏa thuận vay nước ngoài và bảo lãnh vay nước ngoài; làm tốt vai trò đại diện chính thức cho người vay đối với các khoản vay nước ngoài nhân danh Nhà nước, Chính phủ; thực hiện các giao dịch về nợ của Chính phủ; thực hiện tốt việc xây dựng, chủ trì xây dựng đề án phát hành và tổ chức phát

hành các công cụ nợ như trái phiếu chính phủ, trái phiếu quốc tế; thực hiện tốt hoạt động vay nợ để bù đắp thiếu hụt tạm thời của ngân sách Trung ương từ các nguồn tài chính hợp pháp trong nước; quản lý tốt các khoản vay của Chính phủ: từ việc xây dựng và ban hành chế độ quản lý tài chính đối với các khoản vay, cấp phát từ nguồn vốn vay, hướng dẫn và tổ chức cho vay lại nguồn vốn vay nước ngoài của Chính phủ; thực hiện đúng và đầy đủ nghĩa vụ trả nợ của Chính phủ và nghĩa vụ của người bảo lãnh đối với các khoản bảo lãnh Chính phủ; thường xuyên phân tích và đánh giá về nợ công, quản lý rủi ro; đề xuất và tổ chức thực hiện các đề án xử lý nợ, cơ cấu lại khoản nợ, danh mục nợ; thực hiện quản lý tốt Quỹ tích lũy trả nợ; thực hiện tốt việc theo dõi, thanh tra, kiểm tra, đánh giá việc sử dụng vốn vay của Chính phủ hoặc được Chính phủ bảo lãnh; vay và trả nợ của chính quyền địa phương; quản lý, thu hồi vốn cho vay lại theo các quy định về ủy quyền cho vay lại, thỏa thuận cho vay lại; thường xuyên và cập nhật báo cáo tình hình sử dụng vốn vay và quản lý nợ công.

Đối với Bộ Kế hoạch và Đầu tư: Thực hiện tốt việc xây dựng danh mục yêu cầu tài trợ vốn ODA; tổ chức vận động, điều phối nguồn vốn ODA, chủ trì đàm phán, ký kết điều ước quốc tế khung về vay ODA; theo dõi, đánh giá việc sử dụng nguồn vốn ODA của Chính phủ; phối hợp tốt với các bộ, ngành khác như Bộ Tài chính trong việc quản lý nợ công; đối với Ngân hàng Nhà nước (Trung ương): thực hiện tốt nhiệm vụ về quản lý nợ công theo luật định. Cụ thể là: chủ trì phối hợp với các cơ quan khác có liên quan chuẩn bị nội dung, tiến hành đàm phán, ký kết điều ước quốc tế với các tổ chức tài chính tiền tệ quốc tế mà Ngân hàng Nhà nước Việt Nam là đại diện; thẩm định phương án vay lại vốn vay thương mại nước ngoài của Chính phủ theo các chương trình, hạn mức tín dụng và vay thương mại có bảo lãnh chính phủ của tổ chức tài chính, tín dụng; hướng dẫn và tổ chức đăng ký các khoản vay nước ngoài của doanh nghiệp, tổ chức tài chính, tín dụng được Chính phủ bảo lãnh; tham gia và phối hợp với các cơ quan nhà nước khác như Bộ Tài chính trong việc quản lý nợ công.

Đối với chính quyền các địa phương cấp tỉnh: Tổ chức tốt việc lập kế hoạch, phê duyệt và thực hiện kế hoạch vay, trả nợ chi tiết hàng năm; xác định đúng các dự án thuộc cấp tỉnh đầu tư từ nguồn vay lại, vốn vay trong nước và nước ngoài, trên cơ sở đó xây dựng và quyết định thực hiện danh mục dự án; xác định đúng nhu cầu vốn vay có tính đến khả năng trả nợ, trên cơ sở đó quyết định xây dựng và thực hiện kế hoạch vay vốn để đầu tư, đề án vay, phát hành trái phiếu và trả nợ; thường xuyên kiểm tra, đôn đốc việc sử dụng vốn vay và thu hồi vốn; báo cáo, cung cấp thông tin về nợ công cho các cơ quan chức năng; chủ động bố trí trong cân đối ngân sách cấp tỉnh, nguồn thu hồi từ các dự án đầu tư của địa phương để bảo đảm trả hết nợ.

Đối với các phương tiện thông tin đại chúng: Phát huy hơn nữa chức năng, vai trò thông tin, vai trò giáo dục để tuyên truyền, phổ biến thông tin, tri thức về nợ công, quản lý nợ công bền vững, cảnh báo để phòng tránh khủng hoảng nợ công; tuyên truyền, phổ biến thông tin, tri thức về phòng và chống khủng hoảng nợ công, khắc phục hậu quả của khủng hoảng nợ công trên thế giới.

Kết luận

Từ khủng hoảng nợ công trên thế giới và thực tế nợ công cũng như kiểm soát nợ công ở Việt Nam, các cơ quan chức năng cần đổi mới căn bản từ nhận thức đến điều hành, kiểm soát nợ công. Muốn kiểm soát tốt nợ công, đề phòng khủng hoảng nợ công, các cơ quan chức năng cần thực hiện tốt chức năng, nhiệm vụ của mình, tăng cường kiểm soát từ khâu vay nợ, sử dụng có hiệu quả nguồn vay nợ đến trả nợ. Xuất phát từ thực tiễn nợ công và xử lý nợ công của Việt Nam, tác giả đề xuất các khuyến nghị, góp phần thực hiện ổn định kinh tế vĩ mô, thực hiện hiệu quả các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội mà Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng đã đề ra cho giai đoạn 5 năm (2021 - 2025).

Tài liệu tham khảo:

Nguyễn Quang A (2010), “Nợ công là bao nhiêu”, *vneconomy.vn*, ngày 13/5/2010.

Hải Anh (2010), “Nhật Bản đối mặt với khủng hoảng nợ công”, ngày 2/3/2010.

Thái An (2011), “Italia, Hy Lạp nợ lớn tham nhũng nhiều”, ngày 01/12/2011

Chính phủ (2005), Nghị định số 134/2005/NĐ-CP về cơ chế quản lý vay và trả nợ nước ngoài, ngày 01 tháng 11 năm 2005.

Chính phủ (2010), Nghị định số 79/2010/NĐ-CP về nghiệp vụ quản lý nợ công, ngày 14/7/2010.

Ngọc Diệp (2011), “Nợ công châu Âu có còn thuốc chữa?”, *vneconomy.vn* ngày 15/9/2011.

Ngọc Diệp (2011), “Thực trạng nợ công châu Âu qua các con số”, *cafef.vn*, theo NYtimes, ngày 22/6/2011.

Anh Đặng (2008), “Khủng hoảng nợ công”.

Hồ Diệp (2010), “Khủng hoảng nợ công: lý giải của các chuyên gia quốc tế”, *stox.vn*, ngày 14/12/2010.

Hồ Diệp (2010), “Nguyên nhân và những khuyến cáo với Việt Nam”, *vneconomy.vn*, ngày 14/12/2010.

Thu Hà (2010), “Những tài sản Hy Lạp cần bán để giải quyết nợ nần”.

Mai Thu Hiền và Nguyễn Thị Minh Nguyệt (2011): “Tình hình nợ công và quản lý nợ công ở Việt Nam”, *Tạp chí ngân hàng*, số 17 (7-2011), tr.1-7.

An Huy (2011), “19 quốc gia có nguy cơ vỡ nợ công cao nhất”, *vneconomy.vn* ngày 12/11/2011

Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 1058/QĐ-TTg ngày 19/07/2017 V/v: Phê duyệt Đề án “Cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2016 - 2020”

Ngân hàng Nhà nước, Thông tư không số /2017/TT-NHNN năm 2017 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam V/v: Quy định xếp hạng tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài

Ngân hàng Nhà nước, Thông tư số 19/2017/TT-NHNN ngày 28/12/2017 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam V/v: Sửa đổi một số điều của Thông tư số 36/2014/TT-NHNN ngày 20 tháng 11 năm 2014 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước quy định các giới hạn, tỷ lệ bảo đảm an toàn trong hoạt động của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài

MỐI QUAN HỆ GIỮA LẠM PHÁT VÀ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ - KINH NGHIỆM QUỐC TẾ TRONG ĐIỀU HÀNH CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Nguyễn Mạnh Hùng* - Nguyễn Tuấn Phúc**

Tăng trưởng kinh tế và lạm phát là hai vấn đề lớn của bất kỳ một nền kinh tế nào. Trong phát triển kinh tế, thách thức cũng như khó khăn nhất chính là sự kết hợp hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế và kiểm chế lạm phát. Bài viết xin chia sẻ kinh nghiệm của một số quốc gia về vấn đề này và từ đó rút ra bài học cho Việt Nam trong việc điều hành chính sách tiền tệ.

• Từ khóa: chính sách tài chính, lạm phát, tăng trưởng kinh tế, mô hình kinh tế.

Economic growth and inflation are the two big problems of any economy. In economic development, the biggest challenge and difficulty is the harmonious combination between economic growth and inflation control. The article would like to share the experiences of some countries on this issue, and from there draw lessons for Vietnam in operating monetary policy.

• Keywords: financial policy, inflation, economic growth, economic model.

Ngày nhận bài: 25/10/2021

Ngày gửi phản biện: 26/10/2021

Ngày nhận kết quả phản biện: 30/11/2021

Ngày chấp nhận đăng: 30/12/2021

1. Mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế trong điều hành chính sách tiền tệ

Trong cả kết quả thực nghiệm lẫn lý thuyết có những tranh cãi lớn về mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế. Theo lý thuyết Keynes, thì Keynes đã đưa ra một mô hình toàn diện hơn - mô hình đường tổng cung và đường tổng cầu (AD - AS) để kết nối lạm phát và tăng trưởng. Trong ngắn hạn sẽ có sự đánh đổi giữa lạm phát và tăng trưởng; nghĩa là, muốn cho tăng trưởng đạt tốc độ cao thì phải chấp nhận một tỷ lệ lạm phát nhất định; Theo chủ nghĩa trọng tiền (đại diện là Milton Fredman): lạm phát là sản phẩm của việc

tăng cung tiền hoặc tăng hệ số tạo tiền ở mức lớn hơn tốc độ tăng trưởng kinh tế; nghĩa là, trong dài hạn, giá cả bị ảnh hưởng bởi cung tiền chứ không thực sự tác động lên tăng trưởng; nếu cung tiền tăng nhanh hơn tốc độ tăng trưởng thì lạm phát tất yếu sẽ xảy ra; nếu giữ cung tiền và hệ số tạo tiền ổn định thì tăng trưởng cao sẽ làm giảm lạm phát. Theo lý thuyết tân cổ điển Mundell (1965) và Tobin (1965): lạm phát là nguyên nhân làm cho con người tránh giữ tiền mà chuyển thành các tài sản sinh lời; theo mô hình này giữa lạm phát và tăng trưởng có mối quan hệ tỉ lệ thuận. Dựa trên lý thuyết của Keynes, một vài quan điểm kinh tế cho rằng lạm phát ở mức vừa phải sẽ thúc đẩy tăng trưởng (Mubarik, 2005). Lạm phát có thể đem đến sự bất ổn về khả năng sinh lợi của các dự án đầu tư trong tương lai, đồng thời nó dẫn đến các chiến lược đầu tư thận trọng hơn - có nghĩa là hạn mức đầu tư sẽ sụt giảm và tăng trưởng kinh tế sẽ thấp hơn. Có thể nói, cho đến nay, chưa có một mô hình hay lý thuyết duy nhất đúng nào có thể diễn đạt mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng. Tương quan này phải được xem xét cụ thể trong từng điều kiện kinh tế và tại các thời điểm xác định.

2. Kinh nghiệm của một số quốc gia

Kinh nghiệm của Trung Quốc: Hệ thống mục tiêu của CSTT của Ngân hàng Nhân dân Trung

* Công ty cổ phần Tập đoàn T&T ** Chi cục Thuế Ba Đình

Quốc (PBC): Hiện tại theo Luật Ngân hàng nhân dân Trung Quốc thì chức năng nhiệm vụ của PBC là: (i) Hoạch định chính và thực hiện chính sách tiền tệ; (ii) Phát hành đồng Nhân dân tệ (NDT) và giám sát sự lưu thông tiền tệ; (iii) Giám sát hoạt động thị trường liên ngân hàng và thị trường trái phiếu ngân hàng; (iv) Giám sát ngoại hối và giám sát thị trường ngoại tệ liên ngân hàng.

Các công cụ chính sách tiền tệ của PBC

Cũng giống như NHNN Việt Nam, PBC sử dụng các công cụ: (1) Dự trữ bắt buộc, (2) Thị trường mở; (3) Tái chiết khấu; (4) Tái cấp vốn; (5) Lãi suất; (6) Tỷ giá để thực hiện chính sách tiền tệ. Trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế, các công cụ chính sách tiền tệ cũng được chuyển dần từ trực tiếp sang gián tiếp.

Một là, về công cụ dự trữ bắt buộc (DTBB): Năm 1984, PBC bắt đầu đưa ra hệ thống DTBB, tỷ lệ DTBB được thiết lập ở mức 20% đối với tiền gửi của các doanh nghiệp, 40% đối với tiền gửi cá nhân và 25% đối với tiền gửi của dân cư khu vực nông thôn. Quan nhiều lần thay đổi chính sách, sang năm 2011, nhằm kiềm chế lạm phát, kiểm soát tăng trưởng kinh tế và tổng phương tiện thanh toán (M2), PBC điều chỉnh tăng tỷ lệ DTBB. Hiện tại, PBC sử dụng hai tài khoản tiền gửi cho các TCTD: (1) tài khoản DTBB, yêu cầu hàng ngày các TCTD phải duy trì đúng quy định, hiện được trả lãi là 1,92%/năm; (2) Tài khoản DTBB vượt, hiện được trả lãi 0,72%/năm.

Việc áp dụng tỷ lệ DTBB được phân chia thành hai khối là: (1) các TCTD lớn chịu tỷ lệ DTBB cao hơn; (2) các TCTD nhỏ chịu tỷ lệ DTBB thấp hơn. Việc quy định tỷ lệ DTBB của các TCTD nhỏ và vừa ở mức thấp hơn trong khi áp dụng cùng một mức trần lãi suất huy động và sản phẩm lãi suất cho vay tạo điều kiện cho các TCTD nhỏ có thể cạnh tranh, đảm bảo ổn định so với các TCTD lớn khác.

Ngoài ra, PBC còn ban hành chính sách mới về áp dụng tỷ lệ DTBB phạt đối với từng TCTD tăng trưởng tín dụng cao.

Hai là, về công cụ Nghiệp vụ Thị trường mở (OMO): Nghiệp vụ Thị trường mở bắt đầu thực hiện từ tháng 3/1994, đây là nghiệp vụ ngoại hối. Nghiệp vụ OMO dần trở thành một kênh quan trọng trong quá trình truyền dẫn chính sách tiền tệ và trở thành một công cụ định hướng diễn biến lãi suất thị trường. Các nghiệp vụ OMO bắt đầu được sử dụng kể từ ngày 26/5/1998; đến ngày 22/4/2003, tín phiếu NHTW bắt đầu được phát hành trên cơ sở thị trường trái phiếu liên ngân hàng. Mục đích chính của tín phiếu NHTW là hút về phương tiện thanh toán tăng lên do mua ngoại hối cho dự trữ ngoại hối.

Ba là, công cụ tái chiết khấu: Các công cụ chiết khấu là thương phiếu, hối phiếu được các ngân hàng chấp nhận trên thị trường. Từ năm 1986, PBC bắt đầu thực hiện chiết khấu đối với các NHTM, thời gian này thị trường tín phiếu ở giai đoạn đầu của quá trình phát triển và khối lượng giao dịch tương đối nhỏ. Qua nhiều lần điều chỉnh, đến nay, việc PBC điều chỉnh thận trọng lãi suất tái chiết khấu là một bước đi quan trọng trong quá trình đổi mới cơ chế lãi suất theo định hướng thị trường. Điều này góp phần cải thiện cơ chế hoạt động của chính sách lãi suất, điều tiết mối quan hệ vay mượn giữa PBC với các TCTD, nâng cao khả năng quản lý hiệu quả, minh bạch nguồn vốn vay từ PBC của các TCTD.

Bốn là, vay NHTW (Central bank Lending-Tái cấp vốn): PBC thực hiện cho vay tái cấp vốn đối với các NTM mà không cần cầm cố bằng giấy tờ có giá. Hệ thống lãi suất thả nổi đối với các khoản vay của PBC, lãi suất vay của PBC kỳ hạn 20 ngày đóng vai trò như lãi suất trần, lãi suất tiền gửi dự trữ vượt mức đóng vai trò lãi suất sàn, còn lãi suất repo 7 ngày trên OMO và lãi suất trên thị trường liên ngân hàng 7 ngày giao động trong khoảng của hai lãi suất trên.

Năm là, công cụ lãi suất: Đối với Trung Quốc, việc xây dựng hệ thống lãi suất NHTW, cải thiện cơ chế hoạt động của chính sách lãi suất và tăng cường định hướng lãi suất thị trường của lãi suất NHTW là điều kiện tiên quyết đối với NHTW trong việc thực thi có hiệu quả chính sách điều

hành lãi suất trong quá trình cải cách lãi suất. Cải cách lãi suất ở Trung Quốc được thực hiện trên cơ sở thị trường, lãi suất được tự do hóa từng bước thông qua việc tự do hóa (i) Lãi suất trên thị trường liên ngân hàng; (ii) Lãi suất thị trường trái phiếu; (iii) Lãi suất huy động và cho vay của các TCTD đối với nền kinh tế.

Sáu là, về công cụ tỷ giá: Đầu những năm 80, Trung Quốc đã cho phép thực hiện cơ chế điều chỉnh tỷ giá giảm dần để phản ánh đúng sức mua của đồng NDT. Chính sách này đã giúp Trung Quốc cải thiện được cán cân thương mại, giảm thâm hụt thương mại và cán cân thanh toán, đưa đất nước thoát ra khỏi cuộc khủng hoảng kinh tế. Hiện Trung quốc đang thực hiện việc quản lý tỷ giá theo một rổ tiền tệ của các đối tác thương mại chính. Có thể nói trong thời gian qua, Trung Quốc đã thu được nhiều kết quả trong quá trình cải cách nền kinh tế, trong đó có những đóng góp quan trọng của việc điều hành chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc. Những kinh nghiệm thành công cũng như các khó khăn trong cải cách kinh tế của Trung Quốc là những bài học quý giá cho các nước chuyển đổi nền kinh tế như Việt Nam nghiên cứu và vận dụng.

Kinh nghiệm của Nhật Bản

NHTW Nhật Bản (BOJ) điều hành chính sách tiền tệ độc lập với Chính phủ.

Quan điểm này được ghi nhận tại Luật NHTW Nhật Bản (Điều 3, Khoản 1): “Tính tự chủ của BOJ đối với các vấn đề liên quan đến tiền tệ và kiểm soát hoạt động tiền tệ phải được tôn trọng”. Việc sắp xếp để đảm bảo quyền tự chủ của BOJ được thể hiện qua những quy định như: (i) Nhiệm kỳ chính thức của các thành viên Ủy ban chính sách BOJ, bao gồm cả Thống đốc BOJ là 5 năm (Điều 24). Và Ủy ban chính sách BOJ là tổ chức ra các quyết định cao nhất của ngân hàng trung ương này; (ii) Các thành viên Ủy ban chính sách sẽ không bị sa thải vì lý do họ có quan điểm khác với Chính phủ (Điều 25); (iii) Chi phí hoạt động của BOJ được trình Bộ Trưởng Bộ Tài chính thông qua và được giới hạn đối với những chi phí

đã được cụ thể hóa tại danh sách Thứ tự chi tiêu Nội các, không cản trở đến công tác tiền tệ và kiểm soát hoạt động tiền tệ (Điều 51); (iv) Điều 5 của Luật Tài chính công nghiêm cấm BOJ trực tiếp bảo lãnh trái phiếu chính phủ.

Cơ chế truyền tải chính sách tiền tệ

Ủy ban chính sách BOJ sẽ tổ chức họp một hoặc hai lần trong năm để thảo luận và đưa ra quyết định về các chính sách tiền tệ, bao gồm cả hướng dẫn về hoạt động thị trường tiền tệ. Theo đó, BOJ đặt ra lãi suất định hướng cho hoạt động thị trường tiền tệ. Hiện tại, BOJ lấy lãi suất cho vay qua đêm đối với những khoản vay không thể chấp làm lãi suất định hướng.

Để điều hành lãi suất định hướng này, BOJ sử dụng các công cụ chính sách của mình để tác động vào các yếu tố hình thành nên lãi suất, chủ yếu là những yếu tố tác động đến cung và cầu về nguồn vốn trên thị trường tiền tệ. Các hoạt động trên được thực hiện qua thị trường mở. Bằng cách này, BOJ tác động đến lãi suất thị trường tiền tệ, qua đó tác động đến các mức lãi suất trên thị trường tài chính khác và lãi suất mà các ngân hàng áp dụng đối với các khoản vay cho các cá nhân và công ty. Đến lượt mình, những thay đổi trong lãi suất sẽ ảnh hưởng đến đầu tư và tiêu dùng của các tổ chức kinh tế, khi đó ảnh hưởng của chính sách tiền tệ sẽ lan rộng trong hoạt động kinh tế và giá cả.

Tại các cuộc họp của Ủy ban chính sách, BOJ tiến hành phân tích và đánh giá các điều kiện hiện tại và triển vọng tương lai đối với hoạt động kinh tế và giá cả để đưa ra quyết định chính sách. Ngoài việc kiểm soát lãi suất thị trường tiền tệ, BOJ thực hiện nhiều biện pháp chính sách khác dựa trên tình hình tài chính và kinh tế cụ thể. Ví dụ, khi các chức năng của thị trường tài chính suy giảm đáng kể do sự sụt giảm nhanh chóng của hoạt động tài chính và kinh tế, và lo lắng về hệ thống tài chính trên toàn cầu gia tăng như sau khi mùa thu năm 2008, BOJ đã áp dụng các biện pháp để đảm bảo sự ổn định thị trường tài chính và tăng cường điều kiện tài chính của công ty.

Luật NHTW Nhật Bản yêu cầu BOJ có trách nhiệm cao trong việc thực thi các chính sách tiền tệ. Khoản 2, Điều 3 Luật NHTW Nhật Bản quy định “BOJ có trách nhiệm làm rõ cho các công dân của Nhật Bản về nội dung của các quyết định cũng như quá trình ra các quyết định liên quan đến tiền tệ và kiểm soát tiền tệ. Căn cứ vào quy định này, BOJ đã cung cấp rất nhiều thông tin, không chỉ vì quy định của Luật, nhưng cũng bởi vì BOJ cho rằng việc minh bạch hóa thông tin về các quyết định và quá trình ra quyết định liên quan đến chính sách tiền tệ của NHTW sẽ tăng cường hiệu quả của các chính sách tiền tệ.

BOJ đang thực hiện chính sách tiền tệ trên 3 yếu tố: (1) BOJ hướng các chính sách đến mục tiêu ổn định giá cả thông qua việc đưa ra tỷ lệ lạm phát mục tiêu mà các thành viên Ban điều hành BOJ cho rằng tỷ lệ lạm phát đó sẽ đảm bảo cho sự ổn định giá cả từ trung hạn đến dài hạn. BOJ sẽ thực hiện chính sách tiền tệ để kiểm soát lạm phát nằm trong mục tiêu đề ra; (2) BOJ đánh giá các hoạt động kinh tế và giá cả từ hai quan điểm, bao gồm triển vọng kinh tế đi đúng với dự kiến của BOJ về hoạt động kinh tế và giá cả trong 2 năm tới và triển vọng kinh tế có tính đến những rủi ro khác nhau trong việc thực hiện chính sách tiền tệ trong một kỳ hạn; (3) BOJ giới thiệu quan điểm hiện hành về chính sách tiền tệ dựa trên phân tích về triển vọng kinh tế theo hai quan điểm BOJ đã đề cập.

Để thực hiện chính sách tiền tệ một cách phù hợp thực tiễn, công tác thống kê số liệu cũng như việc tiến hành các nghiên cứu và điều tra là rất quan trọng. Để hiểu chính xác tình hình kinh tế và tài chính Nhật Bản, BOJ không chỉ dựa trên các thống kê và nghiên cứu trong nước mà phải tiến hành cả ở nước ngoài và trên toàn cầu. Trong khía cạnh này, BOJ duy trì mối quan hệ chặt chẽ với các NHTW và các tổ chức quốc tế.

3. Một số bài học cho Việt Nam

Qua kinh nghiệm điều hành chính sách tiền tệ của các nước cho thấy, để thực thi có hiệu quả chính sách tiền tệ quốc gia cần phải “ổn định giá

trị đồng tiền biểu hiện bằng chỉ tiêu lạm phát”; thực hiện nghiêm túc và coi đó mục tiêu quan trọng trong việc thực hiện CSTT.

- Cần nâng cao tính độc lập tương đối cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, tách bạch rõ vai trò, các giải pháp cũng như tác động của CSTT và chính sách tài khóa đến mục tiêu kiềm chế lạm phát và mục tiêu hỗ trợ tăng trưởng kinh tế. Trên cơ sở đó, tăng cường sự phối hợp đồng bộ giữa CSTT, chính sách tài khóa, chính sách thương mại và đầu tư... đến mục tiêu tổng thể là ổn định kinh tế vĩ mô.

- Chủ động điều hành linh hoạt, phối hợp đồng bộ các công cụ CSTT, tập trung vào điều hành lãi suất chủ động, linh hoạt để điều tiết lãi suất thị trường ở mức hợp lý, góp phần ổn định thị trường tiền tệ và hoạt động ngân hàng.

- Cần theo dõi sát diễn biến kinh tế vĩ mô, thị trường tiền tệ trong và ngoài nước, tăng cường công tác phân tích, thống kê, để kịp thời có các đối sách phù hợp.

- Thiết lập hệ thống cung cấp thông tin, thực hiện minh bạch đối với các kỳ vọng chính sách cũng như trách nhiệm giải trình của các cơ quan hoạch định và thực thi chính sách. Phối hợp của các cơ quan truyền thông để định hướng tâm lý thị trường, hạn chế tâm lý bất lợi không đáng có, ảnh hưởng đến niềm tin của thị trường vào điều hành chính sách vĩ mô nói chung và điều hành CSTT nói riêng.

Tài liệu tham khảo:

Tô Kim Ngọc, Lê Thị Tuấn Nghĩa (2008), *Điều hành chính sách tiền tệ ở Việt Nam*, NXB Thống kê.

Hoàng Xuân Quế (2004), *Bàn về các công cụ của Chính sách tiền tệ ở Việt Nam hiện nay*, NXB Thống kê.

Tổng cục Thống kê, *Số liệu thống kê tình hình kinh tế xã hội giai đoạn 2004 - 2020*

Aleem, Abdul (2010), *Transmission Mechanism of Monetary Policy in India*, *Journal of Asian Economics*, Vol 21, pp 186-187.

Andrea Schaechter (10/2001) *Implementation of Monetary Policy and the Central Bank's Balance Sheet*, *IMF Working paper*, Washington DC.

Ben S C Fung (2002), *A Var analysis of the effects of monetary policy in east asia*, *BIS working paper*.