

Tạp chí Nghiên cứu TÀI CHÍNH KẾ TOÁN

TÓNG BIÊN TẬP

PGS.TS. NGUYỄN TRỌNG CƠ

PHÓ TÓNG BIÊN TẬP

PGS.TS. TRƯƠNG THỊ THÙY

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. NGÔ THẾ CHI

ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. ĐINH VĂN SƠN
GS.TS. TRẦN VĂN NHUNG
GS. JON SIBSON
GS. NICK HAND
GS. MARK HOLMES
GS.TS. VŨ VĂN HÓA
GS.TS. NGUYỄN ĐÌNH ĐỖ
GS.TS. ĐOÀN XUÂN TIẾN
GS.TS. CHÚC ANH TỬ
PGS.TS. NGUYỄN ĐÀO TÙNG
PGS.TS. VŨ VĂN NINH
PGS.TS. PHẠM NGỌC ÁNH
PGS.TS. PHẠM VĂN LIỀN
PGS.TS. NGUYỄN VŨ VIỆT
PGS.TS. TRẦN XUÂN HẢI
PGS.TS. LÊ XUÂN TRƯỜNG
PGS.TS. NGUYỄN BẢO MINH
PGS.TS. LƯU ĐỨC TUYÊN
PGS.TS. NGUYỄN MẠNH THIỀU
PGS.TS. NGUYỄN LÊ CƯỜNG
PGS.TS. SIMONE DOMENICO SCAGNELLI
PGS. CHUNG TRAN
PGS.TS. VŨ DUY NGUYỄN
PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG
TS. NGUYỄN VĂN BÌNH
TS. LÊ THỊ THÙY VÂN
TS. NGUYỄN THỊ LAN
TS. LƯU HỮU ĐỨC
TS. LƯƠNG THỊ ÁNH HOA

TRỊ SỰ

PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG

THƯ KÝ TÒA SOẠN

Ths. NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN
ĐT: 0904755576

HỖ TRỢ TRỰC TUYẾN

Ths. NGÔ VŨT BÔNG
Ths. VŨ THỊ DIỆU LOAN
Ths. HOÀNG HỮU SƠN

TÒA SOẠN

SỐ 58 LÊ VĂN HIẾN, Q. BẮC TỪ LIÊM - HÀ NỘI

Điện thoại: 024.32191967

E-mail: tapchinctkt@hvtc.edu.vn

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

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

- 5 Nhân tố tác động đến tăng trưởng kinh tế và giải pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam

GS.TS. Ngô Thế Chi

TS. Nguyễn Quang Hưng

- 10 Giải pháp chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế các huyện, thị xã, thành phố ven biển tỉnh Thanh Hóa theo hướng phát triển nhanh và bền vững đến năm 2030

NGND.PGS.TS. Nguyễn Trọng Cơ

- 17 Phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn theo quan điểm Nghị quyết 19, Hội nghị Trung ương 5 khóa XIII

TS. Nguyễn Thị Thanh Tâm

- 22 Phát huy vai trò kinh tế tập thể, hợp tác xã ở nước ta trong giai đoạn hiện nay

TS. Nguyễn Hồng Thu

- 27 Tác động của thương mại và các chỉ tiêu kinh tế số tới tăng trưởng: Cách tiếp cận từ mô hình FEM

TS. Nguyễn Bình Dương

- 32 Một số phương thức huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ và vấn đề đặt ra đối với thành phố Hà Nội

Ths. Nguyễn Tuấn Thành

NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

- 37 Ảnh hưởng của hệ thống thông tin kế toán quản trị tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp dệt may Việt Nam

PGS.TS. Ngô Thị Thu Hồng - TS. Phan Thị Thu Hiền

Nguyễn Thị Phương Thanh

- 43 Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng khu vực tỉnh Trà Vinh

PGS.TS. Nguyễn Hồng Hà

Nguyễn Văn Giử

- 48 Báo cáo tài chính được kiểm toán viên chấp nhận toàn phần: Có cần trung thực và hợp lý?

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa

50 Tổng quan về nghiên cứu trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong lĩnh vực kế toán

TS. Trần Ngọc Hùng

55 Kiểm toán môi trường - Lợi ích và thách thức khi thực hiện

TS. Phạm Huy Hùng

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

59 Minh bạch thông tin và hiệu quả hoạt động tài chính của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam

PGS.TS. Hồ Thủy Tiên

64 Hiệu quả kinh doanh tại các đơn vị thuộc Tổng cục Công nghiệp quốc phòng

Ths. Lương Hoàng Giang

69 Văn hoá doanh nghiệp, những vấn đề đặt ra trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4

TS. Võ Thị Vân Khánh

74 Chiến lược marketing-mix nhằm phát triển thương hiệu cà phê Duy Trí

**TS. Nguyễn Thị Nhung
Nguyễn Duy Đức Bản**

78 Tác động của đại dịch Covid-19 đến khả năng sinh lời của ngân hàng tại Việt Nam

**Ths. Trần Thị Hải Yến
Ths. Phạm Thu Trang
Ths. Đỗ Thùy Linh**

84 Ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đến tuân thủ thuế của các doanh nghiệp

TS. Vũ Thúy Hà

88 Quản lý rủi ro thanh khoản ngân hàng theo tiêu chuẩn hiệp ước quốc tế Basel III - Một số thách thức trong triển khai tại Việt Nam

Ths. Nguyễn Hoàng Long - Ths. Dương Đức Thắng - Phan Thị Phước Mỹ

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

93 Hạn chế nhập siêu của Việt Nam từ các nước Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)

PGS.TS. Nguyễn Tiến Thuận - Trần Nam Trung

In tại Nhà xuất bản Thống kê - Giấy phép số: 144/GP-BTTTT ngày 28/3/2016
In xong và nộp lưu chiểu tháng 6 năm 2023.

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 DINH VAN SON
PROFESSOR TRAN VAN NHUNG
PROFESSOR JON SIBSON
PROFESSOR NICK HAND
PROFESSOR MARK HOLMES
PROFESSOR VU VAN HOA
PROFESSOR NGUYEN DINH DO
PROFESSOR DOAN XUAN TIEN
PROFESSOR CHUC ANH TU
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN DAO TUNG
ASSOCIATE PROFESSOR VU VAN NINH
ASSOCIATE PROFESSOR PHAM NGOC ANH
ASSOCIATE PROFESSOR PHAM VAN LIEN
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN VU VIET
ASSOCIATE PROFESSOR TRAN XUAN HAI
ASSOCIATE PROFESSOR LE XUAN TRUONG
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN BA MINH
ASSOCIATE PROFESSOR LUU DUC TUYEN
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN MANH THIEU
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN LE CUONG
ASSOC. PROFESSOR SIMONE DOMENICO SCAGNELLI
ASSOCIATE PROFESSOR CHUNG TRAN
ASSOCIATE PROFESSOR VU DUY NGUYEN
ASSOCIATE PROFESSOR NGO THANH HOANG
DOCTOR NGUYEN VAN BINH
DOCTOR LE THI THUY VAN
DOCTOR NGUYEN THI LAN
DOCTOR LUU HUU DUC
DOCTOR LUONG THI ANH HOA

MANAGER

ASSOCIATE PROFESSOR NGO THANH HOANG

SECRETARY

MASTER NGUYEN THI THANH HUYEN
Phone: 0904755576

ONLINE SUPPORT

MASTER NGO VUT BONG
MASTER VU THI DIEU LOAN
MASTER HOANG HUU SON

EDITORIAL OFFICE

No. 58 LE VAN HIEN, BAC TU LIEM DISTRICT - HA NOI

Phone: 024.32191967

Email: tapchinctkt@hvtc.edu.vn

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

MACRO FINANCE

- 5 Factors affecting economic growth and solutions to promote economic growth in Vietnam.

Prof.PhD. Ngo The Chi
PhD. Nguyen Quang Hung

- 10 Solutions to restructuring economic sectors of coastal districts, towns and cities in Thanh Hoa province towards rapid and sustainable development by 2030

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Trong Co

- 17 Agricultural, farmers, and rural areas development from the perspective of Resolution 19 of the 5th Central Committee, 13th Tenure

PhD. Nguyen Thi Thanh Tam

- 22 Exploiting the Role of collective economy and cooperative in Vietnam at present

PhD. Nguyen Hong Thu

- 27 The impact of trade and digital economic indicators on growth: An approach from the FEM model

PhD. Nguyen Binh Duong

- 32 Capital mobilization methods for infrastructure development and issues faced by Hanoi city

MSc. Nguyen Tuan Thanh

STUDY EXCHANGE

- 37 The impact of management information system on the efficiency of Vietnamese textile enterprises.

Assoc.Prof.PhD. Ngo Thi Thu Hong
PhD. Phan Thi Thu Hien
Nguyen Thi Phuong Thanh

- 43 Factors influencing mobile network selection of customers in Tra Vinh province

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Hong Ha
Nguyen Van Giu

- 48 Unqualified audit reports: Is honesty and reasonableness necessary?

PhD. Nguyen Thi Quynh Hoa

50 Overview of corporate social responsibility research in the accounting field

PhD. Tran Ngoc Hung

55 Environmental auditing: Benefits and challenges in implementation

PhD. Pham Huy Hung

CORPORANCE FINANCE

59 Transparency of information and financial performance of listed enterprises in Vietnam

Assoc.Prof.PhD. Ho Thuy Tien

64 Business efficiency in units under the Vietnam defense industry

MSc. Luong Hoang Giang

60 Corporate culture, issues raised in the context of 4th Industrial Revolution

PhD. Vo Thi Van Khanh

74 Marketing mix strategy to develop the Duy Tri coffee brand

PhD. Nguyen Thi Nhung
Nguyen Duy Duc Ban

78 The Impact of the Covid-19 pandemic on the profitability of banks in Vietnam

MSc. Tran Thi Hai Yen
MSc. Pham Thu Trang
MSc. Do Thuy Linh

84 The impact of artificial intelligence on tax compliance of enterprises

PhD. Vu Thuy Ha

88 Liquidity management in banks according to Basel III International Standards - Challenges in implementation in Vietnam

MSc. Nguyen Hoang Long - MSc. Duong Duc Thang - Phan Thi Phuoc My

INTERNATIONAL FINANCE

93 Limiting Vietnam's Trade Deficit from ASEAN Economic Community (AEC) countries

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Tien Thuan - Tran Nam Trung

Printed by Statistical Publishing House - Licence No.: 144/GP-BTTTT dated March 28th, 2016
Prints and deposits completed in June, 2023.

NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ Ở VIỆT NAM

GS.TS. Ngô Thế Chi* - TS. Nguyễn Quang Hưng*

Tăng trưởng kinh tế là một trong những vấn đề cốt lõi của lý luận về phát triển kinh tế. Tăng trưởng và phát triển kinh tế là mục tiêu hàng đầu của tất cả các quốc gia trên thế giới, đồng thời là thước đo chủ yếu về sự tiến bộ trong mỗi thời kỳ của một quốc gia. Trong phạm vi bài viết, tác giả nghiên cứu các nhân tố tác động đến tăng trưởng kinh tế, qua đó đề xuất giải pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam trong giai đoạn tới.

• Từ khóa: nhân tố tác động; tăng trưởng kinh tế; giải pháp thúc đẩy tăng trưởng.

Economic growth is one of the core issues of the theory of economic development. Economic growth and development is the primary goal of all countries in the world, and is the main measure of progress in each period of a country. Within the scope of the article, the author studies the factors affecting economic growth, thereby proposing solutions to promote economic growth in Vietnam in the coming period.

• Key words: influencing factors; economic growth; solutions to promote growth.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

Tăng trưởng kinh tế là chỉ sự biến đổi kinh tế theo chiều hướng tích cực. Đó là sự mở rộng quy mô về lượng kết quả đầu ra của nền kinh tế, là sự gia tăng của tổng sản phẩm quốc dân (GNP) và tổng sản phẩm quốc nội (GDP) trong một thời kỳ nhất định.

GNP là chỉ số tổng sản phẩm quốc dân đo lường tổng giá trị bằng tiền của tất cả hàng hóa, dịch vụ cuối cùng do công dân của một nước (cả trong và ngoài nước) làm ra trong một thời kỳ nhất định (thường là 1 năm).

GDP là tổng sản phẩm quốc nội (trong nước), đó là một chỉ tiêu dùng để đo lường tổng giá

trị thị trường của tất cả hàng hóa và dịch vụ cuối cùng được sản xuất ra trong phạm vi một lãnh thổ một nước trong một thời kỳ nhất định (thường là 1 năm).

Khi nói đến tăng trưởng kinh tế, thường phải đề cập đến tăng trưởng kinh tế bền vững, là tăng trưởng đạt được ở mức cao và ổn định trong một thời gian dài, thường từ 20 đến 30 năm, đồng thời giải quyết tốt các vấn đề xã hội gắn với bảo vệ môi trường sinh thái.

Tăng trưởng kinh tế luôn luôn là một trong những mục tiêu hàng đầu của mỗi quốc gia, là thước đo về tình hình kinh tế của một nước. Vì vậy, tăng trưởng kinh tế có vai trò và ý nghĩa quan trọng đối với nền kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia. Tăng trưởng kinh tế tạo nên đời sống vật chất và tinh thần của người dân ngày càng tăng cao. Thể hiện cụ thể như sau:

Thứ nhất, tăng trưởng kinh tế thể hiện sự tăng lên về số lượng và chất lượng của hàng hóa, dịch vụ và các yếu tố sản xuất ra nó. Vì vậy, tăng trưởng kinh tế là tiền đề cho việc xóa đói, giảm nghèo; đời sống vật chất và tinh thần của người dân ngày càng được cải thiện, nâng cao.

Thứ hai, tăng trưởng kinh tế sẽ tạo ra cho người dân tăng mức thu nhập, tăng phúc lợi xã hội; chất lượng cuộc sống ngày càng được cải thiện tốt hơn; sức khỏe của người dân được chăm sóc tốt hơn, công tác giáo dục và đào tạo được quan tâm cả về chiều rộng lẫn chiều sâu.

* Học viện Tài chính

Thứ ba, tăng trưởng kinh tế tạo ra nhiều việc làm cho người lao động, giảm tỷ lệ người thất nghiệp. Có thể nói, tăng trưởng kinh tế có quan hệ ngược chiều với thất nghiệp. Khi tăng trưởng kinh tế càng cao thì tỷ lệ thất nghiệp càng giảm và ngược lại.

Thứ tư, tăng trưởng kinh tế tạo tiền đề vật chất cho việc cung cấp nguồn lực củng cố quốc phòng, an ninh, giữ vững nền tảng chính trị. Nâng cao uy tín của Nhà nước đối với xã hội.

Thứ năm, tăng trưởng kinh tế sẽ đảm bảo cho một quốc gia khắc phục sự tụt hậu về kinh tế so với những cường quốc trên thế giới.

Tăng trưởng kinh tế phụ thuộc vào rất nhiều nhân tố khách quan và chủ quan như: yếu tố con người; yếu tố số lượng người lao động; yếu tố vốn; yếu tố tài nguyên; yếu tố khoa học kỹ thuật và công nghệ; yếu tố tác động của hội nhập quốc tế; yếu tố về chính sách quản lý của Nhà nước...

Yếu tố con người

Có thể nói yếu tố con người đóng vai trò quyết định trong tăng trưởng kinh tế của một quốc gia. Con người có trình độ chuyên môn cao, có ý thức tự giác, tác phong làm việc công nghiệp, thái độ làm việc nghiêm túc sẽ tạo ra năng suất lao động cao trong hoạt động sản xuất, tạo ra nhiều sản phẩm sử dụng và xuất khẩu, mang lại ngoại tệ cho đất nước... Trên thực tế, quốc gia nào, doanh nghiệp, tổ chức kinh tế nào có đội ngũ người lao động có chuyên môn cao, ý thức làm việc nghiêm túc, tự giác... sẽ tạo ra năng suất lao động cao hơn, đem lại nguồn thu ngày càng tăng cho quốc gia, doanh nghiệp và tổ chức đó.

Yếu tố về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực lao động

Số lượng và chất lượng nguồn nhân lực lao động là một nguồn lực quan trọng, không thể thiếu được trong quá trình sản xuất kinh doanh của một quốc gia, một doanh nghiệp và tổ chức kinh tế... Nguồn nhân lực có số lượng và chất lượng cao sẽ giúp cho việc vận hành các dây chuyền sản xuất đạt hiệu quả tốt, năng suất lao động cao...

Yếu tố vốn

Vốn là một trong những yếu tố có tác động quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế. Một quốc gia, doanh nghiệp hay tổ chức kinh tế muốn tăng trưởng kinh tế thì cần phải có nguồn lực về vốn để mở rộng sản xuất kinh doanh, tăng cường trang thiết bị hiện đại phục vụ sản xuất để tạo ra năng suất lao động cao, tăng số lượng và chất lượng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ tiêu thụ trên thị trường trong và ngoài nước.

Yếu tố về tài nguyên

Tài nguyên là một trong những nhân tố có thể tạo thêm nhiều thuận lợi, lợi thế cho một quốc gia trong việc tăng trưởng kinh tế. Một quốc gia có nguồn tài nguyên thiên nhiên dồi dào sẽ tạo điều kiện cho quốc gia đó chủ động sử dụng nguồn tài nguyên này phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh và xuất khẩu mà không phải bỏ ra ngoại tệ để nhập khẩu tài nguyên. Tùy thuộc vào lợi thế địa lý, thổ nhưỡng mà mỗi quốc gia, mỗi địa phương, mỗi vùng kinh tế có những nguồn tài nguyên thiên nhiên khác nhau. Có những nơi có nhiều loại tài nguyên khoáng sản như than đá, than nâu, cao lanh với trữ lượng khá lớn; có nơi có nhiều dầu mỏ, quặng quý hiếm..., có nơi lại có những danh lam thắng cảnh, địa điểm du lịch nổi tiếng; có nơi có tài nguyên biển phong phú, có đường bờ biển dài, thuận lợi cho việc phát triển kinh tế biển và thủy sản. Bên cạnh đó, còn có nhiều di sản văn hóa vật thể và phi vật thể đem lại tiềm năng to lớn để phát triển du lịch nói riêng và phát triển kinh tế - xã hội nói chung... Việc khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên khoáng sản cũng như những lợi thế về du lịch tạo tiền đề quan trọng để phát triển kinh tế - xã hội của từng quốc gia, từng vùng, từng địa phương cũng như của cả nước. Trên cơ sở đó, kéo theo sự phát triển của các ngành công nghiệp và dịch vụ khác. Lợi thế này, giúp cho quốc gia đó tiết kiệm chi phí ngoại tệ mua nguyên vật liệu phục vụ sản xuất. Qua đó gia tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế.

Yếu tố khoa học, kỹ thuật và công nghệ

Trong tiến trình phát triển xã hội loài người, khoa học kỹ thuật và công nghệ luôn được hoàn

thiện và phát triển. Sự phát triển của khoa học, kỹ thuật và công nghệ sẽ tạo ra năng suất lao động cao hơn nhiều lần; hiệu quả sản xuất kinh doanh đạt cao hơn, góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế. Công nghệ phát triển ngày càng nhanh chóng, như công nghệ thông tin, công nghệ số, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới... góp phần tạo ra năng suất lao động tăng cao, chất lượng sản phẩm, hàng hóa tốt hơn... Trong thời đại ngày nay, yếu tố khoa học kỹ thuật và công nghệ là điều kiện quan trọng hàng đầu để tăng trưởng kinh tế.

Yếu tố tác động của hội nhập quốc tế

Đặc trưng chủ yếu của hội nhập quốc tế là mở rộng không gian hợp tác toàn cầu về kinh tế, chính trị, thương mại và phân công lao động. Song, hội nhập quốc tế cũng chứa đựng nhiều rủi ro như xung đột cục bộ, khủng bố và những bất ổn khác. Trong bối cảnh với những thuận lợi và thách thức đan xen từ quá trình hội nhập quốc tế, quá trình phát triển đặt ra cho mỗi quốc gia là phải có chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của mình cùng với công tác bảo vệ môi trường làm cho môi trường xung quanh ngày càng trong lành, tránh ô nhiễm môi trường làm tổn hại đến sức khỏe của người dân và kìm hãm sự phát triển. Đặc biệt là đối với những quốc gia có độ mở cửa của nền kinh tế cao và hội nhập sâu, rộng. Ở Việt Nam, thời gian qua đã tham gia tích cực vào quá trình hội nhập quốc tế thông qua các hoạt động kết nối với ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản... tham gia sâu vào các thể chế quốc tế lớn như Tổ chức Thương mại Thế giới, Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU, đặc biệt là tham gia Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Từ việc tham gia liên kết khu vực và quốc tế kéo theo nhiều hình thức liên kết kinh tế mới, giúp cho việc tăng cơ hội tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu. Chính điều này có tác động rất lớn đến các hoạt động phối hợp, liên kết giữa các địa phương các ngành kinh tế trong cả nước. Các ngành, các địa phương có nhiều thuận lợi về giao lưu kinh tế và hội nhập quốc tế, là những nơi có thế mạnh khi hội nhập, khả năng thu hút vốn đầu tư nước ngoài, tiếp nhận chuyển

giao công nghệ, thuận lợi trong xuất, nhập khẩu hàng hóa. Tuy nhiên, nền kinh tế Việt Nam cũng chịu sức ép cạnh tranh trực tiếp và gay gắt không chỉ từ các quốc gia phát triển mà còn cả với các quốc gia tương đồng. Hội nhập kinh tế đòi hỏi các từng địa phương và từng Bộ, ngành phải nắm được những thế mạnh, tiềm năng, sự khác biệt của từng nơi để trên cơ sở đó có sự sắp xếp và phân công lao động một cách hợp lý nhằm tăng trưởng kinh tế, phát triển bền vững.

Yếu tố về chính sách quản lý của Nhà nước

Chức năng quan trọng của Nhà nước là quản lý vĩ mô nền kinh tế - xã hội. Theo đó, Nhà nước xây dựng hệ thống pháp luật và chính sách quản lý vĩ mô nền kinh tế - xã hội. Pháp luật, các chính sách tạo hành lang pháp lý cho hoạt động sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế được diễn ra an toàn, hiệu quả; đảm bảo cho sự bình đẳng giữa các thành phần kinh tế trong sản xuất, xuất khẩu như Luật thuế, Luật Doanh nghiệp; Luật kế toán, kiểm toán, Luật cạnh tranh, các quy định xuất khẩu, nhập khẩu...

Các chính sách, pháp luật của nhà nước phù hợp sẽ đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh, hoạt động xã hội phát triển hiệu quả. Ngược lại, sẽ dẫn đến tình trạng bất bình đẳng, cạnh tranh không lành mạnh dẫn đến sự trì trệ, không tăng trưởng kinh tế, thậm chí thụt lùi. Chính vì vậy, đòi hỏi mỗi quốc gia trong từng thời kỳ cần có những chính sách quản lý vĩ mô phù hợp. Điều này, đòi hỏi phải thường xuyên rà soát, bổ sung, chỉnh sửa chính sách, pháp luật nhằm phù hợp với thực tiễn phát triển của đất nước.

Thực trạng tăng trưởng kinh tế giai đoạn 2020- 2022

Giai đoạn 2020-2022 là giai đoạn được xem là gặp nhiều khó khăn, thách thức lớn đối với kinh tế thế giới, trong đó có Việt Nam. Kinh tế thế giới suy giảm nghiêm trọng, các nền kinh tế đều có tăng trưởng giảm sâu do ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19, xung đột thương mại Trung - Mỹ vẫn tiếp diễn. Trong nước, thiên tai, dịch bệnh tác động lớn đến các hoạt động của nền kinh tế và cuộc sống của người dân, tỷ lệ

thất nghiệp, thiếu việc làm ở mức khá cao. Tuy nhiên, với sự nỗ lực của toàn Đảng, toàn dân trong việc thực hiện các giải pháp vừa chống dịch, vừa phục hồi sản xuất, kinh tế Việt Nam vẫn đạt được mức tăng trưởng 2,92% (năm 2020), 2,58% (năm 2021 so với năm 2020) và 8,02% năm 2022 so với 2021. Song, trước những tác động tiêu cực của đại dịch Covid-19 cũng như ảnh hưởng lớn của bối cảnh quốc tế thì đây cũng là những cố gắng lớn của Việt Nam. Trong tăng trưởng chung của nền kinh tế năm 2020, khu vực công nghiệp và xây dựng đạt tốc độ cao nhất với 3,98%, đóng góp 1,2 điểm phần trăm vào mức tăng trưởng chung; năm 2021 và năm 2022 ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục đóng vai trò chủ chốt, dẫn dắt tăng trưởng của nền kinh tế với mức tăng 5,82%, đóng góp 1,25 điểm phần trăm. Chỉ số sản xuất công nghiệp của một số ngành như sản xuất thuốc, hóa dược và dược liệu; sản xuất kim loại, sản xuất than cốc; sản phẩm dầu mỏ tinh chế; sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học tăng với tốc độ tương ứng là 27,1%, 14,4%, 11,4% và 11,3%, góp phần đưa ngành sản xuất chế biến, chế tạo tăng trưởng khả quan trong bối cảnh dịch Covid-19 bùng phát mạnh, làm đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu.

Trong khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản, sản lượng một số cây lâu năm, sản phẩm chăn nuôi chủ yếu và sản phẩm tôm năm 2020 tăng khá đã đưa tốc độ tăng của khu vực này đạt 2,68%, cao hơn năm 2019 (năm 2019 là 2,01%).

Trong khu vực dịch vụ, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giảm 1,2% trong 6 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, sau đó đã có sự phục hồi với tốc độ tăng 6 tháng cuối năm đạt 6,2%, đưa lĩnh vực thương mại trong nước cả năm tăng 2,6%. Tốc độ tăng trưởng kinh tế của một số ngành dịch vụ thị trường như bán buôn và bán lẻ tăng 5,53% so với năm trước, đóng góp 0,61 điểm phần trăm; hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm tăng 6,87%, đóng góp 0,46%; ngành vận tải, kho bãi giảm 1,88% làm giảm 0,06 điểm phần trăm; ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống giảm 14,68% làm giảm 0,62 điểm phần trăm.

Khu vực dịch vụ năm 2021 tăng 1,22%, đóng góp 22,23%. Tính chung năm 2021, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 4.789 nghìn tỷ đồng, giảm 3,8% so với năm 2020, nếu loại trừ yếu tố giá 6,2% (năm 2020 giảm 3%); vận tải hành khách đạt trên 2.387 lượt, giảm 33% so với năm 2020 và luân chuyển 94,7 tỷ lượt khách.km, giảm 42%; vận tải hàng hóa đạt 1.620 triệu tấn, giảm 8,7% so với năm 2020 và luân chuyển 333,4 tỷ tấn.km, giảm 1,8%... khôi phục và phát triển mạnh với tốc độ đạt 9,99%, cao nhất trong giai đoạn 2011-2022. Một số ngành dịch vụ thị trường tăng cao, đóng góp nhiều vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm của nền kinh tế như: ngành bán buôn, bán lẻ tăng 10,15% so với năm 2021, đóng góp 0,97 điểm phần trăm; ngành vận tải kho bãi tăng 11,93%, đóng góp 0,69 điểm phần trăm; ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống tăng cao nhất trong khu vực dịch vụ với mức tăng 40,61%, đóng góp 0,79 điểm phần trăm; hoạt động tài chính ngân hàng và bảo hiểm tăng 9,03%, đóng góp 0,53 điểm phần trăm; ngành thông tin và truyền thông tăng 7,8%, đóng góp 0,5 điểm phần trăm. Chỉ riêng ngành kinh tế và hoạt động trợ giúp xã hội giảm 7,6% làm giảm 0,13 điểm phần trăm.

Năm 2022 kinh tế Việt Nam đã có những bước phục hồi, tăng trưởng khá thành công so với các nước trong khu vực, nhất là khu vực châu Á. Mặc dù kinh tế Việt Nam và thế giới phải đối đầu với những biến động khó lường như xung đột quân sự Nga - Ukraina dẫn đến nhiều hệ lụy ảnh hưởng tiêu cực đến các nền kinh tế trên thế giới, trong đó có Việt Nam; việc đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu do đại dịch Covid-19, sự tăng vọt của giá cả hàng hóa, nguyên vật liệu đầu vào... Song, Việt Nam với nhiều chính sách phù hợp, đặc biệt là thực hiện khẩu hiệu vừa chống dịch vừa phục hồi sản xuất kinh doanh, thực hiện mục tiêu kép, kinh tế đã có bước phục hồi tích cực. GDP tăng ở mức 8,02% so với năm 2021; quy mô đạt 9.513 triệu tỷ đồng, tương đương 409 tỷ USD, GDP bình quân đầu người theo giá hiện hành năm 2022 đạt 95,6 triệu đồng/người, tương đương 4.110 USD, tăng 393 USD so với năm 2021; năng suất lao động của

toàn nền kinh tế năm 2022 theo giá hiện hành đạt 188,1 triệu đồng/1 lao động, tương đương 8.083 USD, tăng 622 USD so với năm 2021. Theo giá so sánh, năng suất lao động năm 2022 tăng 4,8% do trình độ của người lao động được cải thiện. Tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2022 là mức tăng cao nhất các năm trong giai đoạn 2011-2022. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tiếp tục tăng mạnh 3,36%, đóng góp 5,11% vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm của nền kinh tế; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 7,78%, đóng góp 38,24%; khu vực dịch vụ tăng 9,99%, đóng góp 56,65%. Riêng ngành nông nghiệp tăng 2,88%, đóng góp 0,27 điểm phần trăm vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; ngành lâm nghiệp tăng 6,13%. Đóng góp 0,03 điểm phần trăm; ngành thủy sản tăng 4,43%, đóng góp 0,12 điểm phần trăm.

Trong khu vực công nghiệp và xây dựng, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục là động lực tăng trưởng của toàn nền kinh tế với tốc độ tăng 8,1%, đóng góp 2,09 điểm phần trăm vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm của nền kinh tế; ngành cung cấp nước và xử lý rác thải, nước thải tăng 7,45%, đóng góp 0,04 điểm phần trăm; ngành sản xuất và phân phối điện tăng 7,05%, đóng góp 0,26 điểm phần trăm; ngành khai khoáng tăng 5,19%, đóng góp 0,17 điểm phần trăm; ngành xây dựng tăng 8,17%, đóng góp 0,59 điểm phần trăm.

Giải pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế giai đoạn tới

Trước sự phức tạp của tình hình thế giới và khu vực, tiềm ẩn nhiều nguy cơ và rủi ro cho các quốc gia trong thời gian tới trong đó có Việt Nam. Để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế một cách bền vững, Việt Nam cần thực hiện các giải pháp chủ yếu sau:

Một là, phát triển chuỗi cung ứng lao động ổn định sau đại dịch Covid-19; hoàn thiện chính sách quản trị quốc gia về lao động, trong đó, chú ý xem xét vai trò, vị trí, đóng góp của lao động phi chính thức trong quá trình phát triển kinh

tế - xã hội; rà soát, bổ sung, hoàn thiện pháp luật nhằm giảm tỷ lệ lao động phi chính thức; coi trọng sự phát triển thị trường lao động là nền tảng trụ cột của nền kinh tế; đảm bảo hài hòa về lợi ích giữa người lao động và người sử dụng lao động; xây dựng và hoàn thiện thể chế điều chỉnh quan hệ cung cầu thị trường lao động, việc làm; có chính sách khuyến khích phân bổ lao động hợp lý, phù hợp với điều kiện thực tiễn trong từng thời kỳ và gắn với đồng bộ chính sách an sinh xã hội; đào tạo và đào tạo lại lao động; tạo tính gắn kết chặt chẽ giữa thị trường lao động với thị trường hàng hóa dịch vụ và thị trường đào tạo kỹ năng lao động;

Hai là, phát triển thị trường vốn, bất động sản. Tiếp tục hoàn thiện khuôn khổ pháp lý cho thị trường vốn theo hướng tăng cường sự minh bạch, phát triển ổn định và bền vững;

Ba là, rà soát, hoàn thiện chính sách thúc đẩy tính minh bạch của thị trường bất động sản; sửa đổi Luật đất đai, đảm bảo quyền tiếp cận nguồn lực đất đai công bằng giữa các nhà phát triển bất động sản; có chính sách đa dạng hóa nguồn vốn cho thị trường bất động sản;

Bốn là, thúc đẩy phát triển khoa học, kỹ thuật và công nghệ; ưu tiên thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với các dự án đầu tư có công nghệ cao, công nghệ sạch; khuyến khích chuyển giao công nghệ và thúc đẩy lan tỏa rộng rãi công nghệ tiên tiến và quản trị hiện đại. Thúc đẩy quá trình chuyển đổi số ở tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế, đặc biệt là trong lĩnh vực ngân hàng nhằm tăng cường kênh dẫn vốn từ hệ thống ngân hàng thương mại.

Tài liệu tham khảo:

Luatminhkhue.vn/tang-truong-kinh-te-la-gi-cac-ly-thuyet-tang-truong-kinh-te-aspx.

Tạp chí điện tử VnEconomy, nhiều giải pháp thúc đẩy kinh tế Việt Nam phục hồi, phát triển bền vững.

Tổng cục Thống kê-gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/01/kinh-te-viet-nam-nam-2020-mot-nam-tang-truong-day-ban-linh/

GIẢI PHÁP CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU NGÀNH KINH TẾ CÁC HUYỆN, THỊ XÃ, THÀNH PHỐ VEN BIỂN TỈNH THANH HÓA THEO HƯỚNG PHÁT TRIỂN NHANH VÀ BỀN VỮNG ĐẾN NĂM 2030

NGND.PGS.TS. Nguyễn Trọng Cơ*

Nghiên cứu đã phân tích thực trạng chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế của sáu huyện, thị xã, thành phố ven biển tỉnh Thanh Hóa trong giai đoạn 2010 - 2020. Nghiên cứu đã cho thấy những kết quả đạt được và những điểm yếu trong quá trình phát triển kinh tế tại các địa phương này. Trên cơ sở đó, tác giả đã trình bày hệ thống các giải pháp nhằm đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế tại sáu địa phương này theo hướng phát triển nhanh và bền vững đến năm 2030.

• Từ khóa: chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế, huyện ven biển, Thanh Hóa.

The study analyzed the actual situation of the economic sector restructuring of six coastal districts in Thanh Hoa province in the 2010 - 2020 period. The study showed the achieved results and weaknesses in the process of economic development in these regions. The authors presented solutions to accelerate the economic sector restructuring in these six localities towards rapid and sustainable development by 2030.

• Key words: economic sector restructure, coastal districts, Thanh Hoa.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

1. Giới thiệu

Sau hơn 10 năm thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI, XII và các Nghị quyết Trung ương; Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII và XVIII, Thanh Hóa đã có nhiều bước chuyển biến quan trọng về cơ cấu kinh tế. Cơ cấu ngành kinh tế của tỉnh đã chuyển dịch theo hướng dịch vụ và công nghiệp là chủ đạo, trong đó công nghiệp trở thành ngành trụ cột với hạt nhân là Khu kinh tế Nghi Sơn, du lịch hướng tới trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Theo Nghị quyết số 58-NQ/TW,

đến năm 2045 Thanh Hóa trở thành tỉnh giàu đẹp, văn minh và hiện đại; tỉnh phát triển toàn diện và kiểu mẫu của cả nước. Để đạt được mục tiêu đó, tỉnh Thanh Hóa sẽ phải tổ chức thực hiện hệ thống các giải pháp khác nhau trong đó có những giải pháp liên quan đến 06 huyện, thị xã, thành phố ven biển của tỉnh Thanh Hóa là “Phát triển đột phá và bền vững vùng ven biển và hải đảo với 2 cực tăng trưởng là thị xã Nghi Sơn và thành phố Sầm Sơn”. Có thể nói rằng giải pháp này sẽ mang lại một tầm vóc mới cho 06 huyện, thị xã, thành phố (sau đây gọi chung là 06 huyện) ven biển của tỉnh, đặt các huyện ven biển trở thành trọng tâm trong tầm nhìn phát triển của tỉnh Thanh Hóa. Đây cũng có thể coi là một cơ sở pháp lý quan trọng để chính quyền sáu huyện ven biển của tỉnh nghiên cứu triển khai các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa bàn mình có trọng tâm, trọng điểm.

Cơ cấu kinh tế của 06 huyện ven biển tỉnh Thanh Hóa có thể hiện sự đa dạng và chuyên sâu phụ thuộc vào tình hình kinh tế - hội của các huyện. Trong đó, huyện có tỷ trọng ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản cao nhất là huyện Hậu Lộc (31,26%) và thị xã Nghi Sơn có tỷ trọng của ngành này thấp nhất (2,60%). Đối với ngành công nghiệp và xây dựng, thị xã Nghi Sơn có tỷ trọng ngành công nghiệp và xây dựng cao nhất 91,90%, thành phố Sầm Sơn có tỷ trọng ngành này là thấp nhất, 19,40%. Đối với ngành dịch vụ, thành phố Sầm Sơn có tỷ trọng cao nhất, chiếm 69,80% và thị xã Nghi Sơn có tỷ trọng thấp nhất, 5,5%. Như vậy, có thể thấy sự khác biệt trong

* Học viện Tài chính

cơ cấu kinh tế của sáu huyện ven biển và điều đó đặt ra cho chính quyền tỉnh Thanh Hóa trong thực hiện các chính sách liên quan đến chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế theo hướng bền vững cần phải tính toán đến những đặc thù của địa phương. Mục đích của nghiên cứu này là phân tích thực trạng chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế của 06 huyện ven biển tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2010 - 2020 và đề xuất một số giải pháp chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế cho các huyện ven biển tỉnh Thanh Hóa theo hướng phát triển nhanh và bền vững đến năm 2030.

2. Thực trạng chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế của sáu huyện, thị xã, thành phố ven biển tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2010 - 2020

Trong giai đoạn 2010 - 2020, tốc độ tăng trưởng GRDP bình quân của 06 huyện ven biển tỉnh Thanh Hóa ở mức khá cao đạt khoảng 12,1%/năm. Cơ cấu ngành kinh tế của 06 huyện ven biển đã có những chuyển biến tích cực trong giai đoạn nghiên cứu, tỷ trọng ngành nông nghiệp đã giảm từ 22,4% xuống còn 10,5%, công nghiệp tăng 46,4% lên 54,4%, tỷ trọng ngành dịch vụ dao động trong khoảng 30 - 35%. Cụ thể:

Lĩnh vực nông nghiệp có sự thay đổi trong cơ cấu theo hướng giảm tỷ trọng ngành trồng trọt, tăng tỷ trọng ngành chăn nuôi và dịch vụ nông nghiệp; tuy nhiên trồng trọt vẫn chiếm tỷ trọng lớn và đã hình thành được một số vùng chăn nuôi, trồng trọt tập trung, xây dựng các mô hình trồng cây ăn quả, rau sạch trong nhà lưới. Giá trị sản xuất ngành nông nghiệp bình quân giai đoạn 2010 - 2015 và 2015 - 2020 tăng lần lượt là 3,2% và 3,3%. Lĩnh vực thủy sản có sản lượng tăng đều qua các năm, sản lượng năm 2019 gấp 1,76 lần năm 2010 và 1,28 lần năm 2015. Một số vùng nuôi trồng thủy sản lớn đã được hình thành như: mô hình nuôi tôm hùm, cá giò ở khu vực biển Hòn Mê; mô hình nuôi tôm chân trắng công nghiệp trong nhà tại Nga Sơn, Hậu Lộc, Hoằng Hóa, Nghi Sơn; mô hình nuôi luân canh, xen lách vụ thích ứng với biến đổi khí hậu ở Hoằng Hóa.

Lĩnh vực công nghiệp có bước phát triển tương đối khá, giá trị sản xuất bình quân tăng giai đoạn 2010 - 2015 và 2015 - 2019 lần lượt đạt 12,3% và 16,4%. Năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch Covid 19 nên giá trị sản xuất công nghiệp giảm xuống còn 11,5%. Trong đó, dự án Liên hợp lọc hóa dầu Nghi Sơn đóng góp lớn vào sự phát triển kinh tế của thị xã Nghi Sơn nói riêng và toàn tỉnh Thanh Hóa nói chung. Ngoài ra, Khu kinh tế Nghi Sơn đã hình thành

một số sản phẩm công nghiệp mới như: dầu ăn và các sản phẩm chiết xuất từ dầu ăn, phôi thép và thép cán, bao bì nhựa, viên nén năng lượng,... Cùng với các dự án công nghiệp lớn khác như: Nhà máy nhiệt điện Nghi Sơn 2, Nhà máy chế biến gỗ Đại Dương, Nhà máy xi măng Đại Dương, Nhà máy giấy Miza, Nhà máy vôi công nghiệp. Bên cạnh đó, trên địa bàn 06 huyện ven biển đã phát triển 14 cụm công nghiệp tập trung vào các dự án liên quan đến khai thác, chế biến thủy hải sản; sản xuất các sản phẩm từ nguyên liệu ngành nông nghiệp; may mặc, da giày.

Lĩnh vực du lịch là một lợi thế lớn của 06 huyện ven biển tỉnh Thanh Hóa không chỉ ở tài nguyên du lịch tự nhiên mà còn cả tài nguyên nhân văn với nhiều điểm đến du lịch hấp dẫn. Các sản phẩm du lịch tại đây tập trung chủ yếu ở các bãi biển nổi tiếng như: Sầm Sơn, Hải Tiến, Hải Hòa. Tổng số khách du lịch đến 06 huyện ven biển đã tăng từ mức 1.750 nghìn lượt khách năm 2010 lên 5.970 lượt khách năm 2019. Bên cạnh đó, các dịch vụ hàng hải, logistics tại 06 huyện này bước đầu phát triển, đặc biệt tại hệ thống cảng nước sâu Nghi Sơn.

Nhìn chung, cơ cấu ngành kinh tế của 06 huyện ven biển tỉnh Thanh Hóa đã có những sự thay đổi nhất định với nhiều kết quả phát triển tích cực trong giai đoạn nghiên cứu. Tuy nhiên, do xuất phát điểm của 06 huyện đều thấp, đều đi lên từ các huyện thuần nông nên giá trị gia tăng còn chưa cao, chưa phát huy hết tiềm năng lợi thế của các địa phương này. Đóng góp của lĩnh vực sử dụng công nghệ cao vào GRDP của các huyện còn thấp, quá trình chuyển đổi số diễn ra chậm. Ngoài công nghiệp lọc hóa dầu, một phần công nghiệp sản xuất điện, xi măng, vận tải và bốc xếp hàng hóa ở cảng Nghi Sơn, một phần dịch vụ ngân hàng, viễn thông, du lịch có sử dụng các công nghệ cao, còn lại hầu hết các lĩnh vực sử dụng công nghệ trung bình và thấp.

3. Một số giải pháp chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế các huyện, thị xã, thành phố ven biển tỉnh Thanh Hóa theo hướng phát triển nhanh và bền vững đến năm 2030, định hướng đến năm 2045

3.1. Sắp xếp và tổ chức không gian phát triển các ngành quan trọng

Thứ nhất, công nghiệp chế biến, chế tạo

- Công nghiệp lọc hóa dầu, hóa chất và nhựa: Tập trung phát triển tại Khu kinh tế Nghi Sơn.

- Công nghiệp chế biến thức ăn, gia súc, chế biến thực phẩm: Phân bố tại các huyện đồng bằng và ven biển.

- Công nghiệp sản xuất thép, luyện kim: Thu hút đầu tư tại Khu kinh tế Nghi Sơn.

Thứ hai, đối với ngành nông nghiệp

Khu vực các huyện ven biển tập trung đẩy mạnh nuôi trồng và khai thác thủy sản, thu hút các dự án chế biến thủy sản để nâng cao hiệu quả hoạt động ngành thủy sản của tỉnh.

Thứ ba, đối với ngành dịch vụ

- Phát triển du lịch biển: Tập trung tại các huyện ven biển, trọng tâm là đô thị du lịch biển Sầm Sơn, khu du lịch Hải Tiến, Hoàng Trường (Hoàng Hóa), khu du lịch Hải Hòa (thị xã Nghi Sơn) và khu vực ven biển huyện Quảng Xương.

- Phát triển các sản phẩm du lịch khám phá biển đảo tại khu vực Hòn Nẹ và Hòn Mê; du lịch khám phá đáy biển và các loại hình dịch vụ du lịch kết hợp khác như nghỉ dưỡng, hội nghị, hội thảo,...

3.2. Nhóm giải pháp về thu hút vốn đầu tư của doanh nghiệp

Thứ nhất, đánh giá thực trạng sắp xếp không gian và phát triển Đô thị và nông thôn tại các huyện ven biển của tỉnh Thanh Hóa

Theo đó, các huyện cần triển khai các công việc cụ thể nhằm thực hiện đồng bộ các biện pháp cơ bản sau đây:

- Thực trạng phát triển mạng lưới đô thị và nông thôn (mô hình phát triển, cấu trúc hệ thống đô thị và nông thôn); liên kết phát triển giữa các đô thị, giữa phát triển đô thị và phát triển nông thôn;

- Thực trạng phân bố mạng lưới đô thị; phân cấp, phân loại hệ thống đô thị theo không gian lãnh thổ và quản lý hành chính; phân bố dân cư nông thôn.

- Thực trạng khai thác và sử dụng tài nguyên đất, quỹ đất cho phát triển đô thị, nông thôn.

- Thực trạng phân bố dân cư, kết hợp đánh giá sự phát triển thị trường bất động sản, kinh tế - xã hội ảnh hưởng tới vấn đề quy hoạch, phát triển cơ sở hạ tầng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội tại các vùng đô thị và nông thôn.

Thứ hai, lãnh đạo của chính quyền 6 huyện ven biển tỉnh Thanh Hóa cần tập trung thảo luận để cụ thể hóa các biện pháp nâng cấp đồng bộ kết cấu hạ tầng của địa bàn mình theo phương châm “đáp ứng nhu cầu bên trong, thuận lợi kết nối liên thông với bên ngoài”

Để làm được điều đó, lãnh đạo chính quyền 6 huyện cần phối hợp, hợp tác trong đánh giá chân

thực, toàn diện các điểm sau để tạo cơ sở xây dựng những chương trình thu hút đầu tư tư nhân, hoặc sử dụng vốn đầu tư công một cách hợp lý cho phát triển hệ thống hạ tầng. Các nhiệm vụ bao gồm:

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông vận tải, bao gồm hệ thống: Đường bộ, đường sắt, đường thủy, hàng không, cảng biển. Các trục giao thông chính kết nối với quốc tế, khu vực, hệ thống giao thông quốc gia, và mạng tính liên vùng, liên tỉnh. Đặc biệt lưu ý tới hệ thống cảng biển của vùng và các tuyến cao tốc thuộc hệ thống cao tốc Bắc - Nam trên địa bàn vùng.

- Phân tích, đánh giá hiện trạng hệ thống kết cấu hạ tầng tổng thể các khu kinh tế, khu công nghiệp, khu công nghệ cao.

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng kết cấu hạ tầng điện lực, dự trữ, cung ứng xăng dầu khí đốt.

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng kết cấu hạ tầng thương mại, dịch vụ (Trung tâm logistics, trung tâm phân phối, chợ đầu mối...).

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng kết cấu hạ tầng thông tin, truyền thông.

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng hệ thống kết cấu hạ tầng xã hội gồm: Y tế; giáo dục và đào tạo; khoa học và công nghệ; văn hoá, thể thao và du lịch.

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng hệ thống đê điều, thủy lợi.

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng hệ thống cảng cá, khu neo đậu tránh trú bão cho tàu cá.

- Phân tích, đánh giá tổng thể hiện trạng hệ thống kho dự trữ quốc gia.

Thứ ba, các huyện, thị xã, thành phố ven biển tỉnh Thanh Hóa cần xây dựng tiêu chí xác định dự án ưu tiên đầu tư rõ ràng

Trong quá trình xây dựng quy hoạch vùng, rất nhiều đề xuất dự án đầu tư được đưa ra xem xét, lựa chọn. Tuy nhiên, có thể chia thành 3 nhóm đề xuất dự án chính như sau:

+ Các dự án đang được thực hiện (S1). Các dự án đã có vốn thực hiện hay sẽ được thực hiện trong giai đoạn tới năm 2025. Cần lưu ý là các dự án lớn hơn nhìn chung đã được cấp vốn theo giai đoạn và do đó việc đầu tư trong các giai đoạn sau của các dự án đang được thực hiện có thể được điều chỉnh sau khi có rà soát nếu cần thiết. Với những hợp phần đang vận hành cần xem xét điều chỉnh quy trình vận hành.

+ Các dự án đã được quy hoạch (S2). Các dự án loại này đã được bao gồm trong các quy hoạch vùng của các ngành nhưng chưa được cấp vốn. Các dự án loại này về mặt thực tế có thể được điều chỉnh hoặc loại bỏ để tuân thủ hoàn toàn với các phương hướng của quy hoạch tỉnh Thanh Hóa 2021- 2030, tầm nhìn 2050.

Thứ tư, chính quyền địa phương ven biển của tỉnh Thanh Hóa cần thúc đẩy hơn nữa các biện pháp thu hút đầu tư tư nhân

Các biện pháp sau đây cần được thực hiện một cách đồng bộ, có tính hệ thống và đảm bảo liên thông với nhau:

- Tăng cường thu hút đầu tư tư nhân trong nước và FDI đi đôi với việc nâng cao chất lượng, thông qua xây dựng chiến lược xúc tiến toàn diện phù hợp với bối cảnh thể chế liên quan, nâng cao hàm lượng nội địa, gia tăng giá trị nội địa, đẩy mạnh chuyển giao công nghệ cho các doanh nghiệp địa phương.

- Để theo đuổi và thúc đẩy các cơ hội đó, nên thành lập Cơ quan xúc tiến đầu tư một cửa 6 huyện, thị xã, thành phố ven biển tỉnh Thanh Hóa (IPA). Mục tiêu của IPA là phát triển kiến thức, mối liên hệ, các cơ hội cụ thể, có mục tiêu và mang tính vùng để thu hút đầu tư tư nhân - đặc biệt là nâng cấp công trình cơ sở hạ tầng (ví dụ: đường liên huyện, cảng, đường thủy nội địa, v.v.) cũng như quy trình chế biến, logistics, tiếp thị, gia tăng giá trị, tài chính và dịch vụ thương mại tại các trung tâm đầu mối vùng.

- Xây dựng các chương trình phát triển đại lý nhà cung cấp để hỗ trợ quá trình tìm kiếm hợp tác giữa khách hàng nước ngoài và nhà cung cấp trong nước. Để tăng cường năng lực kinh tế trong nước, một chương trình như vậy có thể cung cấp cơ hội hỗ trợ tài chính cho các nhà cung cấp địa phương để đầu tư trên cơ sở hợp đồng mua bán từ bên mua nước ngoài.

- Phát triển Cơ chế phản hồi đầu tư có hệ thống (SIRM) - một cơ chế cảnh báo và theo dõi sớm để xác định các vấn đề phát sinh từ hành vi của chính phủ có thể gây nguy hiểm cho môi trường đầu tư.

- Thực hiện các chương trình chăm sóc hậu mãi đối với các nhà đầu tư giúp khách hàng địa phương xây dựng mối quan hệ bền chặt với nhà đầu tư và tạo điều kiện để giữ chân, mở rộng và đa dạng hóa các công ty đầu tư trong khi đó vẫn hợp tác chặt chẽ với các nhà cung cấp địa phương.

- Khuyến khích tham gia các diễn đàn như AMCHAM và EuroCHAM tại Việt Nam để tham gia các chương trình quảng bá vùng và quốc tế cho

các nhà đầu tư tiềm năng, được tổ chức bởi các cơ quan chính phủ và Cơ quan xúc tiến đầu tư vùng ven biển tỉnh Thanh Hóa.

- Rà soát quy định hiện hành để tạo đột phá về cơ chế chính sách, huy động vốn tư nhân thông qua việc nhượng quyền khai thác tài sản kết cấu hạ tầng đường bộ, đường thủy, cảng biển.

Thứ năm, chính quyền các địa phương ven biển cũng cần tăng cường tiếp cận với các Chương trình tài trợ quốc tế để có thể tranh thủ thêm nguồn lực đầu tư từ các tổ chức này

Việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế hiện nay của các địa phương ven biển tỉnh Thanh Hóa sẽ phải hướng tới sự bền vững, khả năng chống chịu biến đổi khí hậu. Do đó, sẽ phải gia tăng tiềm năng của công nghệ xanh/sạch và tài chính liên quan đến khí hậu. Phạm vi các nguồn quỹ này là rất lớn và nhiều quỹ đặc thù có thể liên quan đến các chương trình, dự án đầu tư quan trọng của vùng ven biển tỉnh Thanh Hóa. Ví dụ:

- Các công cụ tài chính hỗn hợp như Quỹ đầu tư kinh doanh nông nghiệp mới của IFAD (Quỹ ABC) và Chương trình tài chính bền vững¹ sẽ phù hợp cho việc chuyển đổi các hộ sản xuất nhỏ và các biện pháp can thiệp gia tăng giá trị/theo định hướng thị trường.

- Quỹ thích ứng BĐKH (AF) do Ngân hàng Thế giới quản lý có thể giúp triển khai thực hiện và (nếu cần) định hướng lại lĩnh vực thủy lợi và nông nghiệp - ví dụ như trong quá trình chuyển đổi các khu vực phân vùng trồng lúa.

- Các quỹ đầu tư tư nhân có mục tiêu tác động đến tính bền vững và khả năng chống chịu² thông qua công nghệ khí hậu thông minh và các công nghệ khác.

- Quỹ công nghệ sạch³ - nhằm phát triển công nghiệp chế biến nông nghiệp mới và cải tiến tại các trung tâm đầu mối cấp vùng (và có thể) cấp tiểu vùng, nhằm phát triển các ngành công nghiệp mới (ví dụ: sản xuất xe đạp điện, xe tay ga điện tử, v.v. để thay thế xe máy).

- Chương trình đầu tư lâm nghiệp (FIP) - tham gia vào phục hồi và mở rộng rừng ngập mặn và rừng tràm, và tương tự như vậy, UN REDD+ để giảm phát thải khí nhà kính, tăng hấp thụ carbon, v.v... trong đầu tư phát triển rừng.

¹ <https://unfccc.int/news/un-environment-and-bnp-paribas-mobilise-usd-10-billion-for-sustainable-projects-by-2025>

² Xem ví dụ <http://www.althelia.com> (truy cập 11/05/2023)

³ <https://www.climateinvestmentfunds.org/topics/clean-technologies> (truy cập 11/05/2023)

- Nguồn tài chính song phương và quan hệ đối tác nhằm khuyến khích các hoạt động bền vững và chuyển đổi ở ĐBSCL (ví dụ như tích hợp nuôi trồng tôm/lúa)⁴.

- Đề xuất chống chịu với BĐKH ở đô thị có thể được hỗ trợ thông qua Quỹ Khí hậu xanh (GCF) - đặc biệt là liên quan đến các khu vực đô thị hiện tại hoặc sắp hình thành.

- Năng lượng tái tạo có thể được hỗ trợ thông qua Quỹ đầu tư năng lượng xanh và năng lượng tái tạo (GEEREF) của Ngân hàng đầu tư EU⁵.

3.3. Nhóm giải pháp về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Chất lượng nguồn nhân lực hiện là điểm nghẽn chính, cần phải có một số giải pháp để đáp ứng nhu cầu về lực lượng lao động có trình độ cao hơn khi việc làm chuyển sang hướng sản xuất và dịch vụ, trong đó bao gồm:

- Phát triển nguồn nhân lực chung của vùng theo hướng phục vụ phát triển các ngành lợi thế của vùng và bảo vệ, phát triển nguồn tài nguyên thiên nhiên và con người trong vùng trong bối cảnh BĐKH.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực có liên quan đến quản lý và triển khai quy hoạch vùng, đặc biệt là để phục vụ công cuộc chuyển đổi ngành nông nghiệp, đa dạng hóa công nghiệp, dịch vụ và xây dựng.

- Thiết lập mạng lưới các cơ sở giáo dục, đào tạo và cơ sở hạ tầng xã hội khác để đảm bảo đào tạo nghề, xây dựng các trung tâm đổi mới sáng tạo gắn chặt với doanh nghiệp, phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao, phù hợp với thị trường lao động vùng địa phương cũng như thị trường xuất khẩu, phục vụ quá trình sản xuất và chuyển đổi sinh kế, đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế của vùng và hội nhập toàn diện với vùng ASEAN và GMS.

- Có giải pháp thể chế, chính sách để tăng đáng kể số lượng doanh nghiệp được hình thành từ khu vực kinh tế phi chính thức, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo và cùng với đó tăng số lao động lành nghề có thể làm việc trong ngành sản xuất (ví dụ, chế biến, kiểm soát chất lượng, công nghệ thông tin - IT) và dịch vụ (quản lý khách sạn, hướng dẫn viên...).

- Xây dựng và phát triển nguồn nhân lực cho các ngành chủ chốt, đáp ứng yêu cầu phát triển của vùng ven biển tỉnh Thanh Hóa trong thời kỳ mới, đáp ứng các yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

- Nâng cao chất lượng giáo dục, đào tạo ở các bậc học, đặc biệt là bậc đại học, cao đẳng; Có cơ chế, chính sách hợp lý, đồng bộ để thu hút, sử dụng đối với nguồn nhân lực chất lượng cao.

- Các giải pháp phát triển nguồn nhân lực phải mang tính bao trùm, không chỉ tập trung vào những người có thu nhập trung bình và cao là những nhân tố tích cực cho các sáng kiến phát triển mà còn tập trung vào những người khó khăn hơn như người dân tộc thiểu số, người nghèo, người già, người khuyết tật và các nhóm dễ bị tổn thương khác.

- Thiết lập và mở rộng các trung tâm giáo dục tại thành phố Sầm Sơn hoặc tại huyện Quảng Xương,...; Thúc đẩy mối liên kết với các tổ chức giáo dục trong nước và quốc tế và vùng, khuyến khích chủ động hợp tác để cải thiện chất lượng giảng dạy với các nội dung giáo dục và bộ công cụ dạy học dựa trên nhu cầu thực tiễn. Các trung tâm giáo dục nói trên sẽ phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế kỹ thuật số toàn cầu bằng cách khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài và các nhân tố tiềm năng trong và ngoài vùng và tăng cường liên kết với các cơ sở giáo dục và đào tạo nghề có uy tín ở TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

- Đầu tư, cải thiện các trung tâm dạy nghề nhằm chuẩn bị cho những người tốt nghiệp trung học nhưng không thể tiếp tục học và có thể tìm việc làm trong các ngành công nghiệp, dịch vụ và thương mại, nhờ đó hạn chế việc di cư đi nơi khác.

- Cần nâng cao chất lượng đào tạo nghề thông qua thiết lập các mối liên kết và hợp tác với các đơn vị quản lý khu công nghiệp và người sử dụng lao động trong và ngoài khu công nghiệp, giúp các dịch vụ đào tạo đáp ứng nhu cầu thực sự của các chủ lao động nói trên, đa dạng hóa các mô hình, hình thức, loại hình đào tạo, trình độ đào tạo nhằm thích ứng với nhu cầu sử dụng lao động trong các doanh nghiệp, đáp ứng nhu cầu của cách mạng công nghiệp 4.0, kinh tế số...

- Chú trọng phát triển các cơ sở giáo dục, đào tạo của vùng tại các trung tâm đô thị của tỉnh gắn với các TTĐM của tỉnh cũng như các Trung tâm dịch vụ hỗ trợ (TTDVHT) nhằm hỗ trợ chuyển đổi nông nghiệp như đề xuất và cung ứng các dịch vụ đào tạo đáp ứng

⁴ https://snv.org/cms/sites/default/files/explore/download/snv_redd_energy_and_agriculture_programme.pdf (truy cập 11/05/2023)

⁵ <http://www.geeref.com> (truy cập 11/05/2023)

nhu cầu thực sự, vừa là nơi thực hiện các giao dịch việc làm, kết nối thông tin thị trường lao động, phân tích, dự báo thị trường lao động của vùng và kết nối các vùng với nhau.

- Đầu tư các công trình phúc lợi xã hội tại các khu kinh tế, trung tâm sản xuất, khu công nghiệp tập trung để bảo đảm đời sống cho người lao động, nhất là lao động di cư.

- Thực hiện các hoạt động nâng cao năng lực cho cán bộ địa phương để có đủ năng lực thực hiện nhiệm vụ tăng cường năng lực liên kết vùng.

3.4. Nhóm giải pháp về khoa học công nghệ, bảo vệ tài nguyên và môi trường

- Đẩy mạnh nghiên cứu ứng dụng và chuyển giao công nghệ sinh học, cung cấp các giống cây, con, các dịch vụ kỹ thuật, chế biến và xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp cho cả vùng. Bên cạnh đó, cần ứng dụng các công nghệ hiện đại trong điều tra cơ bản, quản lý, sử dụng tiết kiệm và hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên gắn với nhiệm vụ bảo vệ môi trường (gồm tài nguyên đất, nước, khoáng sản, tài nguyên sinh học, tài nguyên biển); nâng cao năng lực công nghệ trong dự báo, quan trắc, phòng ngừa, ứng phó, khắc phục sự cố môi trường.

- Chủ động xúc tiến những nghiên cứu mũi nhọn về khoa học công nghệ liên quan tới 6 cụm ngành có lợi thế hoặc có tiềm năng của vùng. Bên cạnh đó, cần ứng dụng các công nghệ hiện đại trong điều tra cơ bản, quản lý, sử dụng tiết kiệm và hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên gắn với nhiệm vụ bảo vệ môi trường (gồm tài nguyên đất, nước, khoáng sản, tài nguyên sinh học, tài nguyên biển); nâng cao năng lực công nghệ trong dự báo, quan trắc, phòng ngừa, ứng phó, khắc phục sự cố môi trường.

- Các TTĐM và trung tâm dịch vụ hỗ trợ sẽ là các địa điểm chính thiết lập các dịch vụ chuyển giao và mở rộng công nghệ để đảm bảo chất lượng đầu ra xử lý được tối đa hóa. Việc này sẽ có lợi cho các trung tâm kiểm soát chất lượng được xây dựng ở cấp độ trang trại theo thời gian sẽ yêu cầu đầu tư vào công nghệ trong quá trình thực hiện. Dự kiến mỗi trung tâm sẽ có các cơ sở để kiểm soát chất lượng và cải thiện các đặc tính của sản phẩm: một số có thể kết hợp các phòng thí nghiệm vào quy trình OTJ (đào tạo thực hành) để đảm bảo rằng tất cả nhân viên đều được đào tạo đầy đủ.

- Ở cấp độ vùng, cần chuyển từ sản xuất điện than sang điện khí hóa lỏng, khí đốt tự nhiên và NLTT, để từng bước giảm phát thải khí nhà kính, giảm ô nhiễm

cục bộ và giảm thiểu chất thải phát sinh từ các quy trình sản xuất năng lượng.

- Tăng cường nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ của các cơ sở giáo dục đại học bên cạnh hệ thống nghiên cứu triển khai trong doanh nghiệp; thúc đẩy đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trong hệ thống giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp.

3.5. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước thực hiện quy hoạch, kế hoạch ngành kinh tế

- Công khai Quy hoạch; tuyên truyền, quảng bá, thu hút sự chú ý của nhân dân, các nhà đầu tư trong và ngoài nước để huy động toàn xã hội tham gia thực hiện quy hoạch; Quy hoạch được đăng tải lên website của UBND tỉnh và các sở, ban, ngành, địa phương, công bố rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng để cộng đồng giám sát quá trình triển khai thực hiện; đồng thời thường xuyên nghiên cứu, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch phát triển ngành kịp thời, phù hợp với tình hình thực tế.

- Thành lập Ban chỉ đạo kiểm tra, giám sát và xem xét thành lập Đơn vị triển khai thực hiện Quy hoạch. Ban chỉ đạo gồm một Phó chủ tịch làm Trưởng Ban, Giám đốc Sở Kế hoạch và Đầu tư làm Phó Ban thường trực và Thủ trưởng các Sở, ngành có liên quan làm thành viên. Ban chỉ đạo thực hiện việc: (i) kiểm tra định kỳ 6 tháng và hàng năm việc thực hiện quy hoạch; (ii) hướng dẫn các Sở, ngành, các huyện, thị xã, thành phố thực hiện các nội dung trong quy hoạch đã được phê duyệt; (iii) đề xuất kế hoạch triển khai thực hiện các chương trình dự án theo thứ tự ưu tiên; (iv) báo cáo và kiến nghị với Bộ, ngành Trung ương xử lý các vấn đề phát sinh vượt thẩm quyền giải quyết của tỉnh; (v) nghiên cứu xây dựng lộ trình cập nhật các quy hoạch cấp trên và triển khai điều chỉnh phù hợp.

Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành một số cơ chế, chính sách phù hợp với yêu cầu phát triển của tỉnh và pháp luật của nhà nước trong từng giai đoạn, nhằm thu hút, huy động nguồn lực để thực hiện quy hoạch.

- Triển khai định kỳ các phân tích, đánh giá sự liên kết, phối hợp giữa các quy hoạch của tỉnh với các quy hoạch cấp vùng và cấp quốc gia do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, để kịp thời đề xuất Hội đồng nhân tỉnh, kiến nghị Trung ương về các giải pháp điều phối, trong đó trọng tâm là điều phối tiến độ và tài chính thực hiện các dự án

của Trung ương trên địa bàn, đảm bảo sự gắn kết trung ương - địa phương.

- Cải cách thể chế: Đổi mới, hoàn thiện quy trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật của tỉnh theo hướng chặt chẽ, khoa học, hiện đại, chuyên nghiệp; tăng cường tham vấn ý kiến chuyên môn của các hiệp hội, chuyên gia, nhà khoa học và tham vấn ý kiến rộng rãi của người dân, tổ chức và xã hội trong quá trình xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật, bảo đảm tính minh bạch, tính hợp hiến, hợp pháp, tính thống nhất, đồng bộ với hệ thống pháp luật và phù hợp với tình hình phát triển KTXH của địa phương.

- Cải cách thủ tục hành chính (TTHC): Kiểm soát chặt chẽ việc ban hành các quy định TTHC liên quan đến người dân, doanh nghiệp, bảo đảm TTHC mới ban hành đúng thẩm quyền hợp lý, hợp pháp, đơn giản, dễ hiểu, dễ thực hiện. Rà soát, đánh giá TTHC trong quá trình thực hiện; bãi bỏ hoặc kiến nghị bãi bỏ các thủ tục rườm rà, chồng chéo, gây khó khăn cho người dân, tổ chức.

- Cải cách tổ chức bộ máy hành chính nhà nước: Rà soát, xác định rõ nhiệm vụ của các cơ quan hành chính phải thực hiện, những công việc cần phân cấp cho cấp dưới thực hiện; công việc cần chuyển giao cho doanh nghiệp, các tổ chức xã hội đảm nhiệm; trên cơ sở đó sắp xếp, tổ chức bộ máy hành chính phù hợp với quy định của pháp luật và tình hình thực tế ở địa phương; sắp xếp, tinh gọn bộ máy tổ chức các cơ quan, đơn vị; giảm đầu mối tổ chức trung gian, khắc phục triệt để sự trùng lặp, chồng chéo chức năng, nhiệm vụ.

- Cải cách chế độ công vụ: Tiếp tục nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung hoàn thiện hoặc ban hành mới các văn bản quy phạm pháp luật của tỉnh về xây dựng, quản lý đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức đúng quy định của pháp luật và phân cấp quản lý cán bộ. Thực hiện nghiêm kỷ luật, kỷ cương hành chính, nâng cao hiệu quả sử dụng thời gian làm việc của cán bộ, CCVC và người lao động tại cơ quan, đơn vị; chấn chỉnh kịp thời các trường hợp vi phạm kỷ luật lao động, kỷ cương hành chính, quy tắc ứng xử, đạo đức nghề nghiệp của cán bộ, CCVC theo quy định.

- Cải cách tài chính công: Hoàn thiện các quy định về đổi mới cơ chế phân bổ ngân sách cho cơ quan, đơn vị gắn với nhiệm vụ được giao và sản phẩm đầu ra. Sửa đổi, bổ sung quy định về thực hiện cơ chế khoán kinh phí quản lý hành chính, đáp ứng yêu cầu thực tiễn.

- Xây dựng và phát triển chính quyền điện tử: Rà soát, cập nhật, sửa đổi, bổ sung, xây dựng khung pháp lý của tỉnh hỗ trợ xây dựng, phát triển chính quyền điện tử các cấp. Phát triển hạ tầng truyền dẫn đáp ứng nhu cầu triển khai chính quyền điện tử, hệ thống dữ liệu phục vụ triển khai chính quyền điện tử, đô thị thông minh. Phát triển nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu kết nối các hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu trong nội bộ tỉnh và kết nối với nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu quốc gia. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong giải quyết thủ tục hành chính, cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 3, mức độ 4.

- Xây dựng kho dữ liệu để lưu trữ dữ liệu điện tử của công dân khi thực hiện các giao dịch trực tuyến với các cơ quan nhà nước; hệ thống phân tích, xử lý dữ liệu tổng hợp cấp tỉnh nhằm lưu trữ tập trung, tổng hợp, phân tích, xử lý dữ liệu số từ các nguồn khác nhau, từ đó tạo ra thông tin mới, dịch vụ dữ liệu mới phục vụ chính quyền điện tử. Tích hợp Cổng dịch vụ công và Hệ thống thông tin một cửa điện tử để cung cấp dịch vụ công trực tuyến.

- Phát triển các dịch vụ đô thị thông minh phù hợp điều kiện, đặc thù, nhu cầu thực tế. Ưu tiên phát triển trước các dịch vụ giải quyết các vấn đề bức thiết của xã hội tại các địa điểm như tắc nghẽn giao thông, ô nhiễm môi trường, phát triển du lịch, phát triển y tế, phát triển giáo dục, quản lý trật tự xây dựng và phải bảo đảm hiệu quả, tránh hình thức, lãng phí.

- Xây dựng các kế hoạch thực hiện các giải pháp cải cách hành chính phục vụ doanh nghiệp nhằm cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, phát triển và hỗ trợ phát triển doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

Nghị quyết Đại hội Đại biểu huyện lần thứ XXVII nhiệm kỳ 2020 - 2025 Huyện Hậu Lộc.

Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ thị xã Nghi Sơn lần thứ XXVI, nhiệm kỳ 2020 - 2025.

Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ huyện Quảng Xương lần thứ XXVI, Nhiệm kỳ 2020 - 2025.

Nghị quyết đại hội đại biểu đảng bộ Thành phố Sầm Sơn lần thứ XVII, nhiệm kỳ 2020 - 2025.

Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ huyện Nga Sơn lần thứ XXIII, nhiệm kỳ 2020 - 2025.

Thuyết minh tổng hợp lập quy hoạch xây dựng vùng huyện Hoàng Hóa, tỉnh Thanh Hóa đến năm 2040, tầm nhìn đến năm 2070.

Đề tài NCKH cấp tỉnh, Nghiên cứu giải pháp chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế cho các huyện, thị xã, thành phố ven biển tỉnh Thanh Hóa theo hướng phát triển nhanh và bền vững đến năm 2030, định hướng đến năm 2045.

PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP, NÔNG DÂN VÀ NÔNG THÔN THEO QUAN ĐIỂM NGHỊ QUYẾT 19, HỘI NGHỊ TRUNG ƯƠNG 5 KHOẢ XIII

TS. Nguyễn Thị Thanh Tâm*

Vị trí, vai trò của nông nghiệp, nông dân và nông thôn rất quan trọng trong sự nghiệp đổi mới, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, đồng thời là cơ sở, lực lượng to lớn trong phát triển kinh tế - xã hội bền vững, giữ vững ổn định chính trị, bảo đảm quốc phòng, an ninh, bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá, con người Việt Nam, đáp ứng yêu cầu toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế. Ngành nông nghiệp triển khai thực hiện Nghị quyết số 19, Hội nghị Trung ương 5 khóa XIII năm 2022 trong điều kiện có những thuận lợi và khó khăn, thách thức đan xen, đặc biệt là sự tác động động bởi đại dịch Covid-19. Trong phạm vi bài viết này, tác giả tập trung vào việc kiến nghị một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn trong bối cảnh hiện nay.

• Từ khóa: nông nghiệp, nông dân, nông thôn.

The position and role of agriculture, farmers and rural areas are very important in the cause of renovation, construction and defense of the Fatherland. maintain political stability, ensure national defense and security, preserve and promote the values of Vietnamese culture and people, and meet the requirements of globalization and international integration. The agricultural sector implements Resolution No. 19, 5th Plenum of the 13th Central Committee in 2022 in the context of intertwined advantages, difficulties and challenges, especially the impact of the Covi-19 pandemic. Within the scope of this article, the author focuses on proposing some solutions to promote the development of agriculture, farmers and rural areas in the current context.

• Key words: agriculture, farmers, rural areas.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

nông dân thì nông dân là chủ thể của quá trình phát triển, xây dựng nông thôn mới văn minh hiện đại. Vai trò chủ thể của nông dân trong quá trình phát triển nông nghiệp, nông thôn thể hiện ở chỗ họ trực tiếp tham gia phát triển kinh tế, tổ chức sản xuất, thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn.

Mối quan hệ giữa nông nghiệp, nông dân và nông thôn được qui định bởi tính biện chứng của quy luật quan hệ sản xuất phù hợp với trình độ phát triển của lực lượng sản xuất. Giữa quan hệ sản xuất và lực lượng sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn hiện nay không chỉ đơn thuần là sự tác động của những mối quan hệ kinh tế. Theo đó, các thiết chế chính trị, xã hội ở nông thôn cũng phải thay đổi căn bản về phương thức hoạt động, sao cho phù hợp với sự phát triển hiện đại mới.

Hiện nay, nông nghiệp, nông dân và nông thôn ở Việt Nam trong sự phát triển phụ thuộc quyết định vào mối quan hệ giữa lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất. Việc đảm bảo mối quan hệ khăng khít giữa nông nghiệp, nông dân và nông thôn là vấn đề luôn đặt ra hiện nay. Bởi vậy việc tổ chức mô hình sản xuất nông nghiệp, mở rộng thị

1. Mối quan hệ giữa nông nghiệp, nông dân và nông thôn

Vấn đề nông nghiệp, nông dân và nông thôn luôn có quan hệ mật thiết với nhau như một chỉnh thể không tách biệt. Ngày nay quan niệm "nông thôn" được xem xét là một không gian hành chính, trong đó tồn tại một cộng đồng dân cư đang sinh sống và tiến hành hoạt động cơ bản là sản xuất nông nghiệp. Giữa nông nghiệp, nông thôn và

* Học viện Chính trị khu vực I

trường tiêu thụ sản phẩm, xây dựng mô hình nông thôn mới và nhận diện người nông dân trong tương lai sao cho phù hợp với điều kiện đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và nông nghiệp, nông thôn trong bối cảnh mới.

Trong những năm qua, nhiều chủ trương thực hiện phát triển kinh tế - xã của Đảng và Nhà nước đã từng bước được hiện thực hóa, tạo bước phát triển mạnh mẽ để giải quyết mối quan hệ giữa nông nghiệp, nông thôn và nông dân trong thời kỳ mới. Ngay từ năm 1998, Đảng đã có Nghị quyết số 06-NQ/TW ngày 10/11/1998 về một số vấn đề phát triển nông nghiệp và nông thôn. Trên cơ sở các văn kiện, nghị quyết, chủ trương của Đảng, Chính phủ đã cụ thể hóa thành cơ chế, chính sách phát triển kinh tế - xã hội. Điều này được thể hiện trong các văn bản cụ thể: Nghị quyết số 9/2000/NQ-CP ngày 15/06/2000 về một số chủ trương và chính sách chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 5/8/2008 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn; Nghị quyết số 24/2008/NQ-CP ngày 28/10/2008 của Chính phủ Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.

Đặc biệt Nghị quyết số 19, được thông qua tại Hội nghị Trung ương 5 khóa XIII thể hiện rõ thực chất của mối quan hệ giữa nông nghiệp, nông dân và nông thôn. Theo đó, nguồn lực của đất nước phải tiếp tục ưu tiên đầu tư cho nông nghiệp, nông thôn. Bảo đảm phát triển hài hòa giữa nông thôn và thành thị, giữa các vùng, miền, địa phương, gắn kết chặt chẽ giữa phát triển công nghiệp, dịch vụ với nông nghiệp, giữa phát triển nông thôn bền vững với quá trình đô thị hoá theo hướng “nông nghiệp sinh thái, nông thôn hiện đại, nông dân văn minh”. Quan điểm này thể hiện rõ thực chất của mối quan hệ giữa nông nghiệp, nông dân và nông thôn.

Nhiều chủ trương của Đảng đã định hướng rõ việc giải quyết mối quan hệ giữa nông nghiệp, nông dân và nông thôn, những chính sách của Nhà nước đã và đang tạo ra xung lực quan trọng thúc đẩy giải quyết đồng bộ các vấn đề của nông nghiệp, nông dân, nông thôn trên cả ba khía cạnh: chính trị, kinh tế, xã hội. Trong đó đã khẳng định vai trò nông dân là chủ thể của quá trình phát triển nông nghiệp của quá trình xây dựng nông thôn ngày càng văn minh, hiện đại.

2. Kết quả về triển khai Nghị quyết 19 của TU' về phát triển nông nghiệp, nông thôn và nông dân năm 2022

Năm 2022, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức quán triệt Nghị quyết 19 của TU' và thực hiện chỉ đạo của Chính phủ trong thực tiễn sản xuất kinh doanh nông lâm thủy sản nhằm đạt các mục tiêu phát triển. (Năm 2019 tăng 2,67%; năm 2020 tăng 3,04%; năm 2021 tăng 3,27%; năm 2022 tăng 3,36%).

Theo số liệu thống kê, giá trị gia tăng toàn ngành (GDP) năm 2022 tăng cao nhất trong những năm gần đây, đạt 3,36% (nông nghiệp tăng 2,88%; thủy sản tăng 4,43%, lâm nghiệp tăng 6,13%); tỷ lệ che phủ rừng 42,02%. Tỷ lệ số xã đạt chuẩn nông thôn mới trên 73%, kim ngạch xuất khẩu toàn ngành trên 53,22 tỷ USD. Những kết quả chủ yếu bao gồm:

(1) Cơ cấu sản xuất

Cơ cấu sản xuất tiếp tục được điều chỉnh phù hợp hiệu quả hơn gắn với thị trường, tăng tỷ trọng ngành, sản phẩm nông, lâm, thủy sản (NLTS) có lợi thế cạnh tranh và giá trị cao, đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm. Chuyển đổi cơ cấu cây trồng trên đất lúa kém hiệu quả sang trồng rau, quả, cây công nghiệp lâu năm, nuôi trồng thủy sản có hiệu quả kinh tế cao hơn. Đồng thời, tăng cường sử dụng giống chất lượng cao không chỉ trên lúa mà còn trên các đối tượng cây rau màu khác, đẩy mạnh áp dụng sản xuất theo quy trình VietGAP. Sản lượng lương thực có hạt năm 2022 đạt 47,1 triệu tấn (giảm 0,5% so với năm 2021). Hiệu quả sản xuất trên 01 đơn vị diện tích không ngừng tăng qua các năm, trong đó giá trị 01 ha đất trồng trọt năm 2022 đạt 104,2 triệu đồng, tăng 0,6% so với năm 2021.

Về tổ chức sản xuất, chăn nuôi trang trại, gia trại, tập trung theo chuỗi khép kín, an toàn sinh học, an toàn dịch bệnh, ứng dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến, công nghệ cao được mở rộng. Nhiều mô hình chăn nuôi hữu cơ hình thành và đang phổ biến, nhân rộng. Về thủy sản: Tổng sản lượng thủy sản 9,03 triệu tấn, tăng 2,7%; trong đó khai thác trên 3,86 triệu tấn, giảm 1,8% và nuôi trồng 5,16 triệu tấn, tăng 6,3%.

(2) Thị trường tiêu thụ sản phẩm tiếp tục được mở rộng cả về ngành hàng và sản phẩm

Xuất khẩu NLTS đạt 53,22 tỷ USD, tăng 9,3% so với năm 2021. Trong đó nông sản chính đạt

22,59 tỷ USD, tăng 4,8 %; lâm sản chính đạt 16,93 tỷ USD, tăng 6,1%; thủy sản đạt 10,92 tỷ USD, tăng 22,9%; chăn nuôi đạt 400 triệu USD, giảm 7,1%. Có 11 nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1,0 tỷ USD, trong đó có 08 sản phẩm/nhóm sản phẩm kim ngạch trên 02 tỷ USD (cà phê, cao su, gạo, rau quả, điều, tôm, cá tra, sản phẩm gỗ), bao gồm 07 mặt hàng có kim ngạch trên 03 tỷ USD (gỗ và sản phẩm gỗ đạt 15,85 tỷ USD; tôm 4,33 tỷ USD; cà phê 3,94 tỷ USD; gạo 3,49 tỷ USD; cao su 3,31 tỷ USD; rau quả 3,34 tỷ USD; hạt điều 3,07 tỷ USD). Thặng dư thương mại toàn ngành ước đạt 8,5 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2021.

(3) Các hình thức tổ chức sản xuất tiếp tục được đổi mới, phát triển cả về số lượng, chất lượng

Sắp xếp, đổi mới doanh nghiệp nhà nước, công ty nông, lâm nghiệp: Thực hiện phương án tái cơ cấu các doanh nghiệp thuộc Bộ Nông nghiệp và PTNT giai đoạn 2021 - 2025. Theo thống kê, đến nay đã chuyển sang hoạt động theo mô hình mới 166/256 công ty (đạt 64,8%). Thực hiện Kế hoạch của Chính phủ (Quyết định số 984/QĐ-TTg ngày 23/6/2021) triển khai Kết luận 82-KL/TW ngày 29/7/2020.

Phát triển kinh tế tập thể, hợp tác xã: Xây dựng kế hoạch của Bộ triển khai thực hiện Nghị Quyết số 20-NQ/TW ngày 16/6/2022 của BCH Trung ương Đảng (khóa XIII) về tiếp tục đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả kinh tế tập thể giai đoạn mới. Tiếp tục thực hiện Nghị định số 98/2018/NĐ-CP về chính sách khuyến khích hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, các địa phương đã phê duyệt được 933 dự án, kế hoạch liên kết... Triển khai Chương trình hỗ trợ phát triển kinh tế tập thể, HTX giai đoạn 2021 - 2025. Ngoài ra, Hội nghị triển khai “Đề án thí điểm xây dựng vùng nguyên liệu NLS đạt chuẩn phục vụ tiêu thụ trong nước và xuất khẩu giai đoạn 2022 - 2025” nhằm hình thành 05 vùng sản xuất nguyên liệu tập trung, liên kết bền vững giữa hợp tác xã nông nghiệp (HTX NN) với các doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ. Năm 2022, thành lập mới được 980 HTX NN, nâng tổng số lên 94 Liên hiệp HTX NN (tăng 12 Liên hiệp HTX NN) và gần 21.000 HTX, trong đó khoảng 65% xếp loại khá, tốt và trên 2.000 HTX NN ứng dụng công nghệ cao (CNC), chuyển đổi số. Hiện tại có 2.297 HTX NN thành

lập doanh nghiệp trong HTX, 145 HTX NN trực tiếp tham gia XNK và 1.200 HTX là chủ thể.

Đến nay, có 18.945 trang trại (trong đó: 3.471 trang trại trồng trọt, 11.807 trang trại chăn nuôi, 129 trang trại lâm nghiệp, 1.586 trang trại nuôi thủy sản, 1.952 trang trại tổng hợp. Hiện có 800 trang trại đầu tư hệ thống điện năng lượng mặt trời, 42 trang trại tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp, 2.285 trang trại có liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm).

Phát triển doanh nghiệp: Năm 2022, thành lập mới 821 doanh nghiệp nông nghiệp, nâng tổng số lên 14.995 doanh nghiệp, tăng hơn 9,8% so với năm 2021. Bên cạnh đó, huy động, phát huy vai trò của các Hiệp hội ngành hàng trong xây dựng cơ chế chính sách, quy định về kiểm soát và tổ chức kiểm tra, chứng nhận chất lượng sản phẩm. Năm bắt vướng mắc, nhu cầu, khả năng tiêu thụ của thị trường để góp phần điều chỉnh quy hoạch, kế hoạch sản xuất.

(4) Khoa học công nghệ, công nghệ cao được chuyển giao và ứng dụng vào sản xuất nông nghiệp

Năm 2022, thực hiện Khung chương trình nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ (các sản phẩm chủ lực) giai đoạn 2018 - 2025. Thực hiện Đề án khung sản phẩm quốc gia theo Quyết định số 157/QĐ-TTg ngày 01/02/2021, bổ sung khoảng 2 - 3 sản phẩm trồng trọt, một sản phẩm gỗ, 1 - 2 sản phẩm chăn nuôi vào Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2030.

(5) Phát triển nông thôn và Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới gắn với giảm nghèo và an sinh xã hội

** Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025*

Nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện Chương trình MTQG. Thực hiện Nghị quyết số 25/2021/QH15 ngày 28/7/2021 của Quốc hội về việc phê duyệt chủ trương đầu tư Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới. Trong năm 2022, Bộ Nông nghiệp và PTNT đã chủ trì, phối hợp với các các bộ, ngành trung ương đã hoàn thành, trình cấp có thẩm quyền ban hành 24 văn bản pháp lý và ban hành theo thẩm quyền 70 văn bản hướng dẫn thực hiện Chương trình giai đoạn 2021 - 2025 (bao gồm các Kế hoạch của Ban Chỉ đạo Trung ương triển khai 06 Chương trình chuyên đề đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt).

Năm 2022, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã phối hợp với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, các bộ, ngành trung ương có liên quan tham mưu Ban Chỉ đạo Trung ương tổ chức 04 Hội nghị trực tuyến toàn quốc với các địa phương, chủ động tổ chức 05 Hội nghị toàn quốc bằng hình thức trực tiếp kết hợp trực tuyến với các địa phương về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới. Qua đó, kịp thời nắm bắt các khó khăn, vướng mắc ở cơ sở để đề xuất cấp có thẩm quyền xem xét, có giải pháp tháo gỡ và xử lý, tạo điều kiện thuận lợi cho các địa phương triển khai thực hiện theo quy định.

Tính đến hết năm 2022, cả nước có 6.009/8.225 xã (73,06%) đạt chuẩn nông thôn mới (tăng 4,8% so với cuối năm 2021. Bên cạnh đó, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã triển khai Kế hoạch đào tạo nghề nông nghiệp cho lao động nông thôn giai đoạn 2022 - 2025; xây dựng Đề án Bảo tồn và phát triển làng nghề Việt Nam giai đoạn 2021 - 2030 và Đề án Đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo nghề nông nghiệp trình Chính phủ. Đến hết năm 2022, có 8.689 sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên (tăng 3.919 sản phẩm so với năm 2020, với hơn 4.273 chủ thể tham gia Chương trình OCOP, trong đó có 38,6% là HTX, 26,1% là doanh nghiệp, 32,9% là cơ sở sản xuất/hộ kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác.

** Về thực hiện các Chương trình giảm nghèo và PTNT khác*

Năm 2022 thực hiện nhiệm vụ năm 2022 (các Quyết định: số 807/QĐ-BNN-KTHT ngày 03/3/2022, số 2980/QĐ-BNN-KTHT ngày 05/8/2022) trong Chương trình hành động quốc gia “Không còn nạn đói” ở Việt Nam đến năm 2025 theo Quyết định số 712/QĐ-TTg ngày 12/6/2018, tổ chức hội nghị sơ kết Chương trình; Trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình bố trí dân cư các vùng: Thiên tai, đặc biệt khó khăn, biên giới, hải đảo, di cư tự do, khu rừng đặc dụng giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030. Năm 2022, Bộ đã tổ chức hội nghị sơ kết và báo cáo Thủ tướng Chính phủ tình hình thực hiện Nghị quyết số 22/NQ-CP ngày 01/3/2020 về ổn định dân di cư tự do và quản lý, sử dụng đất có nguồn gốc từ nông, lâm trường.

Mặc dù việc triển khai Nghị quyết 19 của TƯ về phát triển nông nghiệp, nông thôn và nông dân năm 2022 đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận, góp phần phát huy lợi thế để phát triển sản

xuất nông nghiệp, nông thôn và nâng cao đời sống người dân nông thôn. Tuy nhiên, về phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn Việt Nam hiện vẫn còn một số hạn chế nhất định, cụ thể:

(1) Việc cụ thể hóa và tổ chức thực hiện các chính sách hỗ trợ sản xuất kinh doanh, liên kết sản xuất với tiêu thụ nông sản thực phẩm an toàn ở một số địa phương còn chậm, sản lượng và quy mô còn hạn chế.

(2) Nhận thức, đổi mới tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp ở tất cả các cấp còn chậm đã ảnh hưởng đến thu nhập, sinh kế, đời sống của người sản xuất nông nghiệp.

(3) Nông nghiệp phát triển còn thiếu bền vững, tổ chức sản xuất kinh doanh chủ yếu vẫn dựa vào nông hộ nhỏ, chất lượng, hiệu quả hoạt động của khu vực kinh tế tập thể, hợp tác xã, còn khiêm tốn.

(4) Việc mở rộng phát triển thị trường, liên kết trong sản xuất, tiêu thụ trong nước và xuất khẩu còn chưa tương xứng với tiềm năng.

(5) Một số địa phương còn chạy theo phong trào công nhận sản phẩm OCOP, chưa chú ý đến hiệu quả của Chương trình, nhất là khơi dậy được tiềm năng, lợi thế của khu vực nông thôn.

3. Một số giải pháp chủ yếu nhằm nhằm thúc đẩy phát triển nông nghiệp, nông thôn

Một là, tiếp tục huy động sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, các ngành, các cấp hướng về nông nghiệp, nông dân, nông thôn. Tranh thủ tối đa sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng, Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự giúp đỡ, hỗ trợ của cả hệ thống chính trị, sự ủng hộ, phối hợp của cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân và người dân sản xuất. Thu hút nhân lực được đào tạo bài bản, có tâm huyết với nghề nông trở về nông thôn khởi nghiệp bằng các cơ chế ưu đãi vay vốn, tạo quỹ đất phát triển nông, trang trại, ứng dụng khoa học - công nghệ hiện đại kết hợp với phát huy giá trị tri thức địa phương. Đồng thời thông qua đó tạo nguồn cán bộ cho hệ thống chính trị cơ sở.

Hai là, có cơ chế tạo sự thống nhất từ nhận thức đến hành động trong chuyển đổi tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp ở tất cả các cấp. Tổ chức thực hiện hiệu quả, đồng bộ các nhiệm vụ giải pháp tại Nghị quyết số 19/NQ-TW ngày 16/6/2022 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Về phía vĩ mô cần lựa chọn những khâu trọng

yếu, những giải pháp đột phá để chỉ đạo quyết liệt, thường xuyên. Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện thể chế, chính sách trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn. Tiếp tục rà soát, hoàn thiện cơ chế, chính sách. Phối hợp sửa đổi chính sách đất đai, đầu tư, bảo hiểm, tín dụng, đảm bảo đúng pháp luật và hài hòa lợi ích lâu dài giữa doanh nghiệp, người nông dân, tạo động lực mới cho phát triển nông nghiệp, hỗ trợ thực hiện cơ cấu lại ngành, thúc đẩy xây dựng nông thôn mới. Thực hiện các luật chuyên ngành, các chiến lược, chương trình, đề án, quy hoạch, kế hoạch phát triển ngành, nhất là Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 và quy hoạch ngành quốc gia. Hơn nữa, tiếp tục cải cách thể chế để *khơi thông nguồn lực phát triển*, sự phối hợp các Bộ chỉ đạo để khơi thông thị trường tiêu thụ NLTS trong bối cảnh thế giới đang có những diễn biến khó lường, đại dịch Covid-19 đã và đang diễn ra phức tạp.

Ba là, đẩy mạnh phát triển thị trường, tháo gỡ rào cản, tạo thuận lợi cho tiêu thụ trong nước và xuất khẩu NLTS. Xây dựng chuỗi giá trị ngành hàng từng loại nông sản, gắn với phát triển hạ tầng logistics nông nghiệp, nông thôn, đảm bảo chuỗi cung ứng thị trường trong nước. Phối hợp, đồng hành với các địa phương kết nối mở rộng thị trường và tìm giải pháp thúc đẩy việc thu hoạch, bảo quản, chế biến và tiêu thụ nông sản, hỗ trợ kết nối đưa nông sản vào các hệ thống siêu thị, chuỗi cửa hàng, các sàn thương mại điện tử.

Bốn là, hỗ trợ các HTX liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị thông qua sản xuất kinh doanh các sản phẩm chủ lực, ứng dụng khoa học kỹ thuật hiện đại, áp dụng quy trình sản xuất có chứng nhận, kết nối thị trường. Bên cạnh đó, đẩy mạnh sắp xếp, đổi mới và phát triển, nâng cao hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp nông nghiệp, các công ty nông, lâm nghiệp, thủy sản.

Đổi mới, nâng cao vai trò của các hội, hiệp hội trong tham gia trong xây dựng chính sách, điều hành thị trường, cung cấp thông tin, kết nối thị trường, làm cầu nối giữa doanh nghiệp và người sản xuất. Tăng cường liên kết giữa các hợp tác xã, hình thành các hiệp hội ngành hàng, liên hiệp hợp tác xã. Tổ chức lại sản xuất theo chuỗi giá trị ngành hàng, sản phẩm. Phát triển các vùng sản xuất tập trung, gắn với công nghiệp chế biến, phát triển thương hiệu nông sản vùng, miền, địa phương phục vụ nhu cầu xuất khẩu.

Thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp cải thiện môi trường kinh doanh, hỗ trợ doanh nghiệp theo Nghị quyết số 02/NQ-CP năm 2023 của Chính phủ. Nhà nước các cấp thực hiện “đồng hành” và tháo gỡ vướng mắc cho doanh nghiệp đầu tư, nhất là trong lĩnh vực nông nghiệp CNC, nông nghiệp số, sạch, hữu cơ.

Năm là, Nhà nước tạo môi trường thuận lợi thu hút đầu tư của xã hội, doanh nghiệp, khơi dậy niềm tin và khích lệ tinh thần đổi mới, sáng tạo khởi nghiệp toàn xã hội. Phối hợp với các tổ chức đoàn thể và tổ chức xã hội thường xuyên quan tâm đời sống, an sinh của người dân, không để ai ở lại phía sau.

Thực hiện hiệu quả Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp, theo hướng đi vào chiều sâu, đảm bảo chất lượng và bền vững, nhằm giải quyết những vấn đề cấp thiết trong xây dựng nông thôn mới ở cơ sở, góp phần bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc và nâng cao đời sống vật chất, tinh thần và tạo việc làm cho người dân nông thôn. Phối hợp thực hiện giảm nghèo bền vững giai đoạn 2021 - 2025, phát triển KT - XH vùng đồng bào DTTS và miền núi giai đoạn 2021 - 2030. Mặt khác, Bộ Nông nghiệp và PTNT chỉ đạo thực hiện dự án hỗ trợ phát triển sản xuất, nhân rộng mô hình giảm nghèo bền vững, tạo điều kiện để đồng bào tiếp cận tiến bộ kỹ thuật mới, nâng cao năng suất và thu nhập cho người nghèo theo hướng sản xuất hàng hóa, gắn với chế biến, tiêu thụ. Tăng cường kết nối giữa người sản xuất và các doanh nghiệp trong chuỗi giá trị. Ưu tiên phát triển các sản phẩm có tiềm năng, thế mạnh tại địa phương, tạo giá trị gia tăng để nâng cao thu nhập, giảm nghèo bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2022), Báo cáo tổng kết thực hiện Kế hoạch phát triển nông nghiệp, nông thôn năm 2022 và triển khai kế hoạch năm 2023.

Nghị quyết số 6-NQ/TW ngày 10/11/1998 về một số vấn đề phát triển nông nghiệp và nông thôn.

Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 5/8/2008 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.

Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28/1/2022 về Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.

Nghị quyết số 19-NQ/TW ngày 16/6/2022 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

PHÁT HUY VAI TRÒ KINH TẾ TẬP THỂ, HỢP TÁC XÃ Ở NƯỚC TA TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

TS. Nguyễn Hồng Thu*

Kinh tế tập thể, hợp tác xã là một thành phần kinh tế quan trọng trong nền kinh tế thị trường giai đoạn hiện nay. Từ sau Nghị quyết số 13-NQ/TU đã có nhiều chính sách khích lệ sự phát triển của các mô hình kinh tế, trong đó có vai trò của kinh tế hợp tác xã. Bài nghiên cứu này phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động của các hợp tác xã trong thời gian qua, khảo lược một số luận điểm khoa học của các nghiên cứu trên thế giới và một số khuyến nghị cần quan tâm góp phần thúc đẩy sự phát triển cho các mô hình kinh tế hợp tác xã ở nước ta trong giai đoạn mới.

• Từ khóa: kinh tế hợp tác xã, kinh tế thị trường, vai trò kinh tế tập thể, hợp tác xã.

Collective and cooperative economy is an important economic component in the current market economy. Since Resolution No. 13-NQ/TU, there have been many policies to encourage the development of economic models, including the role of the cooperative economy. This study analyzes and evaluates the current status of cooperatives in recent years, summarizes some scientific arguments of researches in the world and makes some recommendations that need attention to contribute to the development of cooperatives. development for cooperative economic models in our country in the new period.

• Key words: cooperative economy, market economy, collective economic role, cooperatives.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

1. Đặt vấn đề

Việt Nam là quốc gia với một nền nông nghiệp phát triển, trong đó sản xuất nông nghiệp có vị trí quan trọng trong nền kinh tế. Sản xuất nông nghiệp không chỉ là nguồn cung cấp thực phẩm và lương thực trong nước, mà còn xuất khẩu ra các nước khác. Hội nhập sâu hơn vào thị trường thế giới đồng nghĩa với Việt Nam phải đối mặt với cạnh tranh về chất lượng, số lượng, giá cả, tiêu chuẩn và yêu cầu sản phẩm (Võ Hồng Tú và Nguyễn Thùy Trang, 2020).

Phát triển nông nghiệp và kinh tế nông thôn là chủ trương quan trọng và đúng đắn của Đảng nhằm nâng cao năng lực sản xuất nông nghiệp và thực hiện mục tiêu quan trọng là nâng cao đời sống nhân dân. Trong đó phát triển kinh tế hợp tác xã là nòng cốt và mắt xích quan trọng nhất trong phát triển kinh tế nông thôn. Theo báo cáo của Liên minh Hợp tác xã Việt Nam, cả nước hiện có 29.021 hợp tác xã nông nghiệp chiếm 66,8%, hợp tác xã phi nông nghiệp chiếm 29,1%, Quỹ tín dụng nhân dân chiếm 4,1%).

Kể từ sau Nghị quyết số 13-NQ/TU ngày 18/3/2002 của Ban chấp hành Trung Ương Đảng Khóa IX về việc “tiếp tục đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả hoạt động của kinh tế tập thể”, phát huy vai trò kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác xã là điều kiện tất yếu khách quan và là chủ trương chiến lược lâu dài của Đảng và nhà nước, kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác xã góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo công ăn việc làm cho lực lượng lao động, tăng thu nhập, đảm bảo an sinh xã hội và phát triển bền vững. Đến nay, Đảng ta tiếp tục xác định kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác xã có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế của đất nước. Tại Nghị quyết số 13-NQ/TU Đảng ta đã đưa ra mục tiêu cần sớm đưa kinh tế tập thể nói chung, kinh tế hợp tác xã thoát khỏi tình trạng yếu kém, lạc hậu, phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng ngày càng cao hơn, có tỷ trọng lớn hơn trong nền kinh tế quốc dân. Để có một chiến lược hoạt động nhằm phát huy vai trò của loại hình kinh tế tập thể kinh tế hợp tác xã, năm 2021 Chính phủ ban hành văn bản số 340/QĐ-TTg ngày 12/3/2021 về việc phê duyệt chiến lược phát triển kinh tế tập thể, nòng cốt là các hợp tác xã trong

* Trường Đại học Thủ Dầu Một; email: thunh@tdmu.edu.vn

giai đoạn 2021-2030 nhằm tăng cường và phát triển loại hình kinh tế quan trọng này. Bước vào giai đoạn mới với nhiều thay đổi của quá trình phát triển và hội nhập, loại hình kinh tế tập thể, hợp tác xã đã và đang đứng trước nhiều khó khăn và thách thức mới, đặc biệt là các hợp tác xã khu vực nông thôn. Bài viết nhằm phân tích thực trạng các kết quả đã đạt được, nhận diện các khó khăn, thách thức đang tồn tại và khuyến nghị một số giải pháp góp phần phát triển loại hình kinh tế này, góp phần phát triển bền vững kinh tế đất nước.

2. Tổng quan một số nghiên cứu có liên quan

Trên thế giới, các nghiên cứu điển hình về kinh tế hợp tác xã đã chỉ ra các mô hình kinh doanh nhằm đề nâng cao hiệu quả và đóng góp vào quá trình phát triển kinh tế quốc gia. Như nghiên cứu của Lagrange & Marette (2019) khẳng định các hợp tác xã trong lĩnh vực nông nghiệp từ lâu đã được công nhận là nhân tố chính trong ngành nông nghiệp và vai trò của họ trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế ở khu vực nông thôn. Khi tham gia vào hợp tác xã nông nghiệp mang lại nhiều lợi ích cho các thành viên, bao gồm các dịch vụ tập thể như tiếp thị và phân phối sản phẩm, mua sắm nguyên vật liệu đầu vào hoặc nâng cao khả năng tiếp cận tín dụng (Rasiah & Jayanthakumaran, 2011). Theo nghiên cứu của Nkonya et al. (2011) cho rằng, hợp tác xã nông nghiệp có thể giúp cải thiện sinh kế cho nông dân, vì họ cho phép quyền thương lượng tập thể trong các cuộc đàm phán với nhà cung cấp và người mua. Điều này có thể dẫn đến giá đầu vào tốt hơn và lợi nhuận cao hơn khi bán sản phẩm của họ (Lagrange & Marette, 2019). Ngoài ra, các hợp tác xã nông nghiệp có thể mang lại hiệu quả kinh tế theo quy mô, cho phép giảm chi phí và hiệu quả cao hơn (Rasiah & Jayanthakumaran, 2011). Từ đó, nông dân là thành viên hợp tác xã có thu nhập ròng cao hơn so với nông dân không phải là thành viên hợp tác xã. Bên cạnh đó, tại nghiên cứu của Marzban và Kamgar (2015), các tác giả nhận thấy rằng, các hợp tác xã nông nghiệp có tác động tích cực đến cộng đồng và nền kinh tế. Họ phát hiện ra rằng các hợp tác xã cung cấp việc làm và hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương, đồng thời giúp ổn định giá nông sản và đảm bảo nguồn cung ổn định cho người tiêu dùng.

Ở một số nước như Nhật Bản, Ấn Độ, Thái Lan, Malaysia hoạt động của các hợp tác xã phát triển mạnh mẽ ở khắp các nơi, từ nông thôn đến thành thị. Các hợp tác xã liên kết với nhau trong chuỗi hoạt động sản xuất và tiêu dùng. Liên minh hợp tác xã giúp họ phát triển tốt hơn và hình thành mạng lưới

hoạt động có hiệu quả hơn. Bên cạnh việc đa dạng hóa các hoạt động từ gia tăng sản xuất sản phẩm, tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm thì các hợp tác xã quan tâm hoạt động quản trị đào tạo nguồn lực, góp phần phát triển bền vững hơn, đồng thời các chính sách và các văn bản luật được ban hành là hành lang pháp lý góp phần tạo sự ổn định cho hoạt động của các hợp tác xã. Tuy nhiên, hoạt động phát triển kinh tế tập thể, hợp tác trên thế giới mặc dù có rất nhiều lợi ích mang lại, nhưng họ cũng phải đối mặt với nhiều thách thức có thể hạn chế hiệu quả hoạt động, những thách thức mà các hợp tác xã nông nghiệp phải đối mặt bao gồm thiếu vốn và mâu thuẫn giữa các thành viên với nhau trong nội bộ, yếu tố quản trị là nhân tố quan trọng trong quá trình điều hành tổ chức hoạt động. Do vậy, các học giả cũng đề xuất rằng việc phát triển các mạng lưới và liên minh giữa các hợp tác xã tạo ra các cơ chế tài chính mới và cải thiện các hoạt động quản trị và quản lý có thể giúp giải quyết những thách thức này (Fafchamps và Qi, 2017). Ngoài yếu tố nêu trên, một trong những thách thức chính là hạn chế tiếp cận các nguồn lực, chẳng hạn như tài chính, chuyên môn kỹ thuật và kỹ năng quản lý (Rasiah & Jayanthakumaran, 2011). Ngoài ra, còn có những khó khăn trong việc thu hút và giữ chân các thành viên, cũng như các vấn đề quản trị, bao gồm tính minh bạch và trách nhiệm giải trình hạn chế (Nkonya et al., 2011).

3. Hoạt động của các hợp tác xã tại Việt Nam trong thời gian qua

3.1. Hoạt động của các hợp tác xã góp phần phát triển kinh tế - xã hội

Tại Việt Nam, trong những năm qua hoạt động của các hợp tác xã có sự thay đổi tích cực hơn. Tính tích cực của kinh tế hợp tác xã góp phần phát triển kinh tế vùng nông thôn, giúp tăng cường sự bảo đảm về thực phẩm và cung cấp các dịch vụ tài chính cho cộng đồng (Lê Nhị và Nguyễn Thị Thu Huyền, 2022; Hoàng Hồng Hiệp và Phạm Quốc Trí, 2020). Thực tiễn cho thấy rằng hầu hết các hộ nông dân đều là thành viên của các hợp tác xã. Các hợp tác xã đều thực hiện đúng nguyên tắc tự nguyện, tự chịu trách nhiệm, dân chủ, bình đẳng và đoàn kết. Vai trò của hợp tác xã đóng góp cho mục tiêu phát triển bền vững, thực hiện xóa đói giảm nghèo, tạo việc làm, phát triển kinh tế bao trùm, chuyển đổi kinh tế số và lao động phi chính thức sang chính thức, xây dựng xã hội học tập. Ở nước ta, kinh tế tập thể, mà nòng cốt là hợp tác xã với nhiều hình thức đa dạng như hợp tác xã, tổ hợp tác, liên hiệp hợp tác xã... dựa trên sở

hữu của các thành viên và sở hữu tập thể, liên kết và hợp tác rộng rãi những người lao động, hộ sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế. Các chuyên gia nghiên cứu đã phân tích sự tồn tại và sự phát triển của hợp tác xã trong môi trường kinh doanh của đất nước, bao gồm các yếu tố như chính sách, luồng vốn, và môi trường doanh nghiệp, đánh giá tác động của hợp tác xã đến sức mạnh kinh tế và tình hình lao động, bao gồm việc tạo ra công việc và tăng trưởng doanh thu. Khi hợp tác xã thành công trong việc tăng sản lượng nông nghiệp và cải thiện sinh kế cho các thành viên. Các hợp tác xã ở Việt Nam đã đóng một vai trò quan trọng trong việc tăng sản lượng nông nghiệp, cải thiện việc tiếp thị các sản phẩm nông nghiệp và cung cấp khả năng tiếp cận tín dụng và các dịch vụ khác cho các thành viên của họ, từ đó cải thiện được thu nhập (Dang et al., 2017). Tương tự việc đánh giá hiệu quả hoạt động của các hợp tác xã nông nghiệp ở Việt Nam đến thu nhập và phúc lợi của nông dân, họ nhận thấy rằng các hợp tác xã đã góp phần cải thiện thu nhập và phúc lợi cho nông dân.

Tại Nghị quyết số 13/NQ-TW đặt ra mục tiêu nhanh chóng đưa kinh tế hợp tác xã thoát khỏi tình trạng yếu kém, ngày càng phát triển cao hơn, có tỷ trọng đóng góp trong nền kinh tế quốc dân, đóng góp tích cực trong quá trình chuyển biến kinh tế đất nước. Sự chuyển biến về nhận thức, về vai trò của kinh tế hợp tác xã trong thành phần của kinh tế thị trường đã thay đổi theo hướng tích cực hơn, quan điểm thống nhất về tầm quan trọng của kinh tế hợp tác xã đã được thể hiện trong các chính sách chủ trương của đảng và nhà nước.

Bảng 1. Số hợp tác xã đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh thời điểm 31/12 phân theo ngành kinh tế

Hợp tác xã; %

	BQ giai đoạn 2011-2015	2018	2019	Chỉ số phát triển	
				Năm 2019 so với năm 2018	BQ giai đoạn 2016-2019 so với BQ giai đoạn 2011-2015
CẢ NƯỚC	12991	13958	14388	103,1	105
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	6875	7033	7418	105,5	100,9
Công nghiệp và xây dựng	2890	2581	2614	101,3	88,6
Dịch vụ	3225	4344	4356	100,3	128,5

Nguồn: Bộ KH và ĐT, 2021

Theo đó, đến cuối năm 2019 cả nước ta có khoảng 24.204 hợp tác xã, tăng 5,9% so với cùng

thời điểm năm trước đó (Bộ KH và ĐT, 2021), trong đó số hợp tác xã đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh là 14.388 hợp tác xã (bảng 1). Có 3 trên 63 địa phương có hơn 1.000 hợp tác xã, đó là: Hà Nội (1.710 hợp tác xã), Hà Tĩnh (1.100 hợp tác xã) và Thanh Hóa (1.103 hợp tác xã). Nếu tính theo giai đoạn từ năm 2016-2019 cả nước ta có khoảng 21.979 hợp tác xã (tăng 10,9% so với giai đoạn trước đó). Hoạt động kinh doanh của các hợp tác xã có sự chuyển biến tích cực và đã có nhiều hợp tác xã đạt được hiệu quả kinh doanh, cụ thể trong năm 2019 có 14.338 hợp tác xã có hiệu quả (tăng 3,1% so với cùng kỳ năm trước), trong đó có 57,7% hợp tác xã kinh doanh có lãi và 3,1% hợp tác xã kinh doanh lỗ vốn và số hợp tác xã kinh doanh hòa vốn là 28,4% (bảng 1). Các hợp tác xã đã góp phần tạo công ăn việc làm cho lực lượng lao động tại các địa phương, góp phần tạo thu nhập và ổn định cuộc sống cho người dân tại các khu vực. Tính đến cuối năm 2019 có 188.637 lao động đang làm việc trong 21.797 hợp tác xã đang hoạt động, trong đó số hợp tác xã có quy mô dưới 10 người đến 49 lao động chiếm 48,4% (đây là tỷ lệ cao nhất theo số liệu thông kê năm 2021). Qua đó, nguồn thu nhập bình quân của người lao động tăng lên góp phần bảo đảm cuộc sống cho họ. Trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 xảy ra, kinh tế hợp tác xã đã thể hiện vai trò quan trọng trong việc tạo việc làm cho các đối tượng yếu thế, góp phần bảo đảm chính sách an sinh xã hội.

Bảng 2. Thu nhập bình quân của người lao động trong hợp tác xã đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh theo quy mô lao động và theo ngành kinh tế

Nghìn đồng/tháng, %

	BQ giai đoạn 2011-2015	2018	2019	Chỉ số phát triển	
				Năm 2019 so với năm 2018	BQ giai đoạn 2016-2019 so với BQ giai đoạn 2011-2015
CẢ NƯỚC	2471	3816	4367	114,4	152,3
Phân theo quy mô lao động					
+ Dưới 10 lao động	2070	3006	3514	116,9	146,3
+ Từ 10 đến 49 lao động	2121	3595	4065	113,1	165,6
+ Từ 50 đến 99 lao động	2563	4197	4369	104,1	164,2
+ Từ 100 lao động trở lên	3428	5225	6211	118,9	147,6
Phân theo ngành kinh tế					
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	984	1672	2393	143,1	175
Công nghiệp và xây dựng	2403	3690	4011	108,7	157,7
Dịch vụ	4598	6550	7019	107,2	136,8

Nguồn: Bộ KH và ĐT, 2021

Nhìn vào bảng 2 có thể thấy rằng mức thu nhập bình quân của lao động tăng hơn so với năm trước đó. Chỉ số phát triển bình quân giai đoạn 2016-2019 tăng nhanh, tập trung là các hợp tác xã trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản (175%) và thu nhập bình quân của lao động trong lĩnh vực dịch vụ có chỉ số phát triển thấp hơn là 136.8%. Dầu vậy, hoạt động của các hợp tác xã vẫn chưa phát triển hết các tiềm năng như mong đợi, hoạt động chưa mang lại hiệu quả cao, tỷ lệ đóng góp vào GDP chỉ chiếm 4,8%. Nhằm góp phần nâng cao hiệu quả cho hoạt động hợp tác xã trong lĩnh vực nông nghiệp, nhà nước đã ban hành nhiều nghị định, quyết định như Nghị định số 193/2013/NĐ-CP, Quyết định số 2261/QĐ-TTg năm 2014, Nghị định 57/2018/NĐ-CP, Quyết định 461/QĐ-TTg năm 2018. Những quy định mới đưa ra nhằm tạo tiền đề cho sự phát triển của kinh tế hợp tác xã theo các mô hình mới.

Tuy đạt nhiều thành tựu nhờ chính sách thúc đẩy và các chỉ đạo quyết liệt của các cấp, ban, ngành trong cả nước, kinh tế tập thể, hợp tác xã đã có những chuyển biến tích cực, góp phần tạo nhiều việc làm cho lực lượng lao động, đóng góp vào ngân sách và tăng trưởng kinh tế chung của cả nước nhưng kinh tế tập thể, hợp tác xã vẫn còn gặp nhiều khó khăn, như sản xuất chưa đáp ứng nhu cầu thị trường, thiếu kinh nghiệm và kiến thức về kinh doanh hợp tác xã, thiếu hỗ trợ từ các cơ quan chính phủ và rất ít tài trợ cho hoạt động kinh doanh (Nguyễn Mạnh Hùng và Đoàn Xuân Thủy, 2022). Do vậy đã làm hạn chế khả năng tăng trưởng và phát triển của các hợp tác xã, đồng thời cản trở khả năng mang lại lợi ích cho nông dân và cộng đồng nông thôn. Hợp tác xã cũng đã và đang phải đối mặt với một số thách thức, bao gồm khả năng tiếp cận vốn còn nhiều hạn chế, cơ cấu quản trị còn yếu kém và thiếu chuyên môn kỹ thuật, khả năng triển khai và vận dụng kỹ thuật công nghệ vào sản xuất chưa cao, lao động có tay nghề chuyên môn còn chưa nhiều, uy tín thương hiệu chưa cao,... những thách thức này đã hạn chế khả năng của các hợp tác xã trong việc phát huy hết tiềm năng và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế để giảm nghèo (Nguyễn và Nguyễn, 2012).

3.2. Hoạt động của các hợp tác xã trong lĩnh vực nông nghiệp

Từ năm 2012 đến nay, vai trò của các hợp tác xã đã góp phần thúc đẩy kinh tế khu vực nông

thôn, đóng góp vào công cuộc xây dựng nông thôn mới (Liên minh hợp tác xã Việt Nam, 2017). Các hợp tác xã tập trung nhiều nhất ở vùng Đồng bằng sông Hồng (35,5%), bắc Trung Bộ (16,9%), Đồng bằng sông Cửu Long (11,2%). Hằng năm số lượng hợp tác xã thành lập khá cao (khoảng 800 hợp tác xã/năm) nhưng số hợp tác xã giải thể rất lớn (khoảng 550 hợp tác xã/năm). Số thành viên hợp tác xã có hơn khoảng 7,3 triệu thành viên trong đó có khoảng hơn 6,7 triệu hộ gia đình, cá nhân là thành viên các hợp tác xã. Giá trị sản xuất trung bình khoảng 200 triệu đồng/hợp tác xã/năm, đa số các hợp tác xã thực hiện các dịch vụ phục vụ sản xuất nông nghiệp, một số hợp tác xã đã có sự đổi mới về phương thức hoạt động, ứng dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất, thực hiện liên kết với các doanh nghiệp, vì vậy góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động, nâng cao thu nhập của các thành viên và khẳng định được vai trò của kinh tế tập thể, hợp tác xã.

Về hoạt động, các hợp tác xã tập trung nhiều cho các hoạt động dịch vụ đầu vào cho sản xuất như cung ứng giống, vật tư, bảo vệ thực vật,... và một số dịch vụ khác như bảo quản, chế biến tiêu thụ sản phẩm chưa quan tâm nhiều, từ đó chưa hỗ trợ nhiều cho việc gia tăng giá trị sản xuất trong nông nghiệp. Nhiều hợp tác xã còn lúng túng trong định hướng hoạt động và đầu tư sản xuất, chưa có sản phẩm hoặc dịch vụ tốt đáp ứng nhu cầu sản xuất hàng hóa, chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa các thành viên hoặc giữa các hợp tác xã với nhau, nguồn vốn hạn chế,... dẫn đến hiệu quả hoạt động chưa cao, dẫn đến sự tham gia của các hộ nông dân, cá nhân tham gia chưa nhiều. Do vậy, cần có các giải pháp thiết thực góp phần thúc đẩy sự phát triển các hợp tác xã nói chung cũng như các hợp tác xã trong lĩnh vực nông nghiệp nói riêng.

4. Phát huy vai trò của kinh tế tập thể, hợp tác xã ở nước ta trong giai đoạn hiện nay

Các hợp tác xã ở Việt Nam đã trải qua những thay đổi đáng kể kể từ khi được thành lập lại vào những năm 1990. Mặc dù hợp tác xã đã có những đóng góp quan trọng cho sự phát triển của ngành nông nghiệp và cải thiện sinh kế ở khu vực nông thôn, nhưng hợp tác xã phải đối mặt với những thách thức làm hạn chế khả năng phát huy hết tiềm năng của hợp tác xã. Để vượt qua những thách thức này, chính phủ nước ta và các bên liên quan cần cung cấp hỗ trợ cho các hợp tác xã như bao gồm

tiếp cận vốn, hỗ trợ kỹ thuật và hỗ trợ huấn luyện công tác quản trị. Theo đó, một số nội dung cần quan tâm nhằm góp phần phát huy vai trò của kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác xã như:

Thứ nhất, cần được thống nhất nhận thức về vai trò phát triển kinh tế tập thể, hợp tác xã trong nền kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa giai đoạn hiện nay. Cùng với thành phần kinh tế tư nhân, kinh tế tập thể, mà nòng cốt là các hợp tác xã là đối tượng năng động tích cực góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế của nước ta. Cho đến nay đã có nhiều văn bản chủ trương chính sách của Đảng và nhà nước trong việc phát huy vai trò kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác xã, tuy nhiên các chủ trương chính sách này cần được nhất quán và thống nhất triển khai một cách đồng bộ và hiệu quả gắn với mỗi thế mạnh của từng địa phương. Nâng cao nhận thức, hiểu đúng chủ trương chính sách của Đảng, cần nhất quán trong hành động quá trình triển khai kế hoạch. Thực trạng đã cho thấy các hợp tác xã luôn gặp nhiều rào cản, khó khăn trong việc tiếp cận vốn tín dụng của ngân hàng, không có ưu thế về vốn tích lũy hoạt động, quy mô hoạt động có tăng nhưng chưa thật sự có sức đột phá phát triển. Do vậy, cần được quan tâm thống nhất chung nhận thức về vai trò của thành phần kinh tế hợp tác xã trong xu hướng nền kinh tế nhiều thành phần.

Thứ hai, tiếp tục hoàn thiện các thiết chế, thể chế góp phần tạo hành lang pháp lý cho hợp tác xã hoạt động. Các văn bản luật và dưới luật cần được cập nhật sửa đổi cho phù hợp với xu hướng mới hiện nay. Các quy định cần được cụ thể và đồng bộ giữa các cơ quan, địa phương trong cả nước, nhất là công tác quản lý của nhà nước cần được quan tâm hỗ trợ và nên xây dựng thí điểm các mô hình chuỗi giá trị sản phẩm chủ lực từ đó nhân rộng hơn các mô hình khác trong giai đoạn tiếp theo.

Thứ ba, cần có các mô hình tổng kết quá trình thực hiện, đánh giá những tồn tại khách quan qua từng giai đoạn, bên cạnh đó thực tiễn đã cho thấy rằng hoạt động liên minh hợp tác xã là cần thiết, do vậy nên triển khai quyết liệt hơn hoạt động đầu tư, tư vấn tập huấn cho lực lượng nòng cốt của các hợp tác xã, góp phần nâng cao năng lực quản lý cho đội ngũ lãnh đạo hợp tác xã. Bên cạnh đó các hoạt động kết nối các hợp tác xã hoặc kết nối các doanh nghiệp để cung cấp đầu vào và đầu ra cho quá trình sản xuất, giúp ổn định thị trường cho các sản phẩm.

Thứ tư, nâng cao tinh thần kinh doanh của chủ

thể khi tham gia vào quá trình hoạt động của các hợp tác xã, phát huy vai trò chủ thể tham gia hoạt động đổi mới sáng tạo để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Đây là một trong những công cụ đặc lực, tiềm năng nhất để thúc đẩy nâng cao năng suất, sử dụng «đòn bẩy» công nghệ mới tạo những cơ hội đổi mới cho hợp tác xã phát triển bền vững. Đẩy mạnh việc giới thiệu và áp dụng các sản phẩm, công nghệ, quy trình kinh doanh, mô hình kinh doanh và ý tưởng mới trên thị trường. Là những cải tiến nhỏ trong quy trình làm việc, tiết giảm chi phí sản xuất nhằm mang lại hiệu quả cho quá trình triển khai hoạt động của các hợp tác xã. Do đó, suy nghĩ liên tục về đổi mới sáng tạo là động lực để hợp tác xã tồn tại và phát triển. Để hỗ trợ hoạt động này, cho rằng các cơ quan quản lý cần có những buổi liên kết tổ chức đối thoại/truyền đạt kinh nghiệm về đổi mới sáng tạo và có những phát minh/phát kiến cải tiến quy trình làm việc, quy trình sản xuất mang lại hiệu quả hoạt động một cách thường xuyên cho các hợp tác xã. Những bài học về sự khích lệ đổi mới sáng tạo, giúp cho các chủ thể tự thân họ vận động và thay đổi, từ đó giúp ích cho công tác quản trị quản lý đạt hiệu quả hơn.

Tài liệu tham khảo:

- Bộ KH và ĐT (2021). *Sách trắng hợp tác xã năm 2021*. NXB Thống kê.
- Dang, H. T., Le, T. T., & Nguyen, D. T. (2017). The roles of agricultural cooperatives in improving livelihoods and reducing poverty in Vietnam. *Journal of Agriculture and Rural Development*, 5(2), 1-8.
- Nkonya, E., Kaiser, K., & Qaim, M. (2011). Agricultural cooperatives and their impact on household welfare: evidence from rural Tanzania. *Food Policy*, 36(6), 815-824.
- Marzban, M., & Kamgar, M. (2015). The impact of agricultural cooperatives on rural development (Case study: Fars province, Iran). *Agricultural Economics and Development*, 4(1), 1-11.
- Marzban, M., & Kamgar, M. (2015). The impact of agricultural cooperatives on rural development (Case study: Fars province, Iran). *Agricultural Economics and Development*, 4(1), 1-11.
- Nkonya, E., Kaiser, K., & Qaim, M. (2011). Agricultural cooperatives and their impact on household welfare: evidence from rural Tanzania. *Food Policy*, 36(6), 815-824.
- Nguyen, D. T., & Nguyen, T. T. (2012). The evolution and challenges of agricultural cooperatives in Vietnam. *Journal of Agriculture and Rural Development*, 3(2), 1-10.
- Nguyễn Mạnh Hùng & Đoàn Xuân Thủy (2022). Định hướng phát triển hợp tác xã nông nghiệp ở Việt Nam trong bối cảnh mới. *Tạp chí công sản*. <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/825570/dinh-huong-phat-trien-hop-tac-xa-nong-nghiep-o-viet-nam-trong-boi-canh-moi.aspx>
- Lagrange, J. and Marette, S. (2019). Agricultural Cooperatives and Their Contribution to Development. In *Handbook of Agricultural Economics* (pp. 635-657).
- Lagrange, J. and Marette, S. (2019). Agricultural Cooperatives and Their Contribution to Development. In *Handbook of Agricultural Economics* (pp. 635-657).
- Lê Nhị và Nguyễn Thị Thu Huyền (2022). Phát triển kinh tế tập thể và hợp tác xã: Con đường của thế giới và nhu cầu tất yếu với Việt Nam. *Tạp chí Công Sản*, ngày 04/8/2022. <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/nguyen-cu/-/2018/825785/phat-trien-kinh-te-tap-the-va-hop-tac-xa-con-duong-cua-the-gioi-va-nhu-cau-tat-yeu-voi-viet-nam.aspx>
- Liên minh hợp tác xã (2017). *Những hợp tác xã kiểu mới điển hình giai đoạn 2014-2016*. NXB Chính trị quốc gia sự thật.
- Rasiah, R., & Jayanthakumaran, K. (2011). Agricultural cooperatives in developing countries: A review. *Agricultural Economics*, 42(1), 53-66.
- Rasiah, R., & Jayanthakumaran, K. (2011). Agricultural cooperatives in developing countries: A review. *Agricultural Economics*, 42(1), 53-66.
- Hoàng Hồng Hiệp và Phạm Quốc Trí, 2020. *Mô hình hợp tác xã nông nghiệp kiểu mới tỉnh Quảng Nam: Nghiên cứu trường hợp Hợp tác xã Nông nghiệp xanh Trường Xuân*. *Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung*, Số 06 (68) – 2020.
- Võ Hồng Tú và Nguyễn Thủy Trang, 2020. *Phân tích hiệu quả hoạt động của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long*. *Tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ*, tập 56 số 6D, 2020.

TÁC ĐỘNG CỦA THƯƠNG MẠI VÀ CÁC CHỈ TIÊU KINH TẾ SỐ TỚI TĂNG TRƯỞNG: CÁCH TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH FEM

TS. Nguyễn Bình Dương*

Kinh tế số được hiểu đó 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. Đã có rất nhiều nghiên cứu bàn luận về tác động của thương mại tới tăng trưởng kinh tế, tuy nhiên tác động của thương mại và hạ tầng kinh tế số tới tăng trưởng thì trên thế giới và ở Việt Nam hiện nay còn rất hạn chế. Bài báo này đánh giá tác động của thương mại và hạ tầng kinh tế số tới tăng trưởng ở 56 quốc gia thông qua mô hình FEM. Kết quả chỉ ra rằng, độ mở thương mại, tỉ trọng xuất khẩu hàng hóa công nghệ thông tin và tốc độ gia tăng dân số ở nông thôn góp phần tích cực vào tăng trưởng kinh tế. Trong khi đó, các biến số: tổng số điện thoại được sử dụng, tỷ lệ dân số dùng internet và tỷ lệ thất nghiệp lại có tác động tiêu cực tới tiến trình tăng trưởng.

• Từ khóa: FEM, kinh tế số, tăng trưởng, thương mại, Việt Nam.

Digital economy is understood as an economy that operates mainly on digital technology, especially electronic transactions conducted through the Internet. There have been many studies discussing the impact of trade on economic growth, but the impact of trade and digital economic infrastructure on growth is still very limited in the world and in Vietnam at present. This paper evaluates the impact of trade and digital economic infrastructure on growth in 56 countries through the FEM model. The results indicate that the trade openness, the share of information technology exports and the population growth rate in rural areas contribute positively to economic growth. Meanwhile, variables: total number of phones used, percentage of population using internet and unemployment rate have negative impact on growth progress.

• Key words: FEM, digital economy, growth, trade, Vietnam.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

Microsoft hay Alibaba). Những ưu điểm nổi bật nhất trong những thế mạnh mà kinh tế số mang lại có thể kể tới: tăng trưởng thương mại điện tử; thúc đẩy người dùng sử dụng internet và phát triển hệ thống hàng hóa và dịch vụ kinh tế số. Ngoài ba ưu điểm này, phát triển kinh tế theo định hướng kinh tế số còn bảo đảm tính minh bạch cần hiểu rằng, minh bạch là một trong những điểm mạnh của kinh tế số được nhiều quốc gia trên thế giới đặc biệt quan tâm, nhờ đó, gián tiếp làm giảm lượng tiền tham nhũng thông qua các hoạt động trực tuyến minh bạch, giúp kiểm soát tốt nền kinh tế hơn.

Từ thực tế đó, có thể thấy rằng thật sự cần thiết có thêm nhiều nghiên cứu đánh giá tác động của thương mại đến tăng trưởng kinh tế trong nền kinh tế số hiện tại. Các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào tác động của thương mại tới tăng trưởng kinh tế. Tuy vậy, mối quan hệ này đặt trong bối cảnh chuyển đổi số còn khá mới mẻ. Bài viết này kế thừa và phát huy những nghiên cứu đi trước, nghiên cứu và đưa thêm một số biến có ý nghĩa quan trọng vào mô hình của mình với mục đích phân tích rõ ràng và cụ thể hơn về độ tác động của biến thương mại và các chỉ tiêu kinh tế số tới tăng trưởng. Bài viết này bao gồm 4 phần: phần thứ nhất phân tích tổng quan về nền kinh tế số, phần thứ 2

Mở đầu

Ngày nay, cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ, các quốc gia trên thế giới hầu hết đều tham gia vào quá trình chuyển đổi số. Trên thực tế, kinh tế số đã mang lại rất nhiều ưu thế cho các công ty, tập đoàn lớn trên toàn cầu. Cụ thể, các doanh nghiệp lớn đều ít nhiều có liên quan tới những nền tảng số, kinh tế số (Google, Apple, Amazon,

* Đại học Ngoại thương, Hà Nội; email: duongnb@ftu.edu.vn

trình bày cơ sở lý luận về tác động của thương mại và các chỉ tiêu kinh tế số tới tăng trưởng; phần thứ 3 phân tích mô hình kinh tế lượng và các số liệu sử dụng, phần cuối cùng bàn luận về các kết quả từ mô hình FEM.

1. Tổng quan về nền kinh tế số

Kinh tế số (Digital Economy) là một nền kinh tế duy trì và phát triển không ngừng dựa trên công nghệ số hiện đại. Kinh tế số còn được gọi là kinh tế Internet (Internet Economy), kinh tế mới (New Economy) hay kinh tế mạng (Web Economy). Nền kinh tế đặc biệt này được cấu thành từ các giao dịch điện tử qua internet.

Năm 2022, báo cáo nền kinh tế số Đông Nam Á lần thứ 7 với chủ đề “Vượt qua sóng cả, vươn mình ra biển cơ hội” được Google, Temasek và Bain & Company công bố cho thấy nền kinh tế số của Việt Nam có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong khu vực Đông Nam Á, với tổng giá trị hàng hóa dự kiến tăng 28%, từ 18 tỷ USD trong năm 2021 lên 23 tỷ USD năm 2022. Với dự báo rằng mức tăng trưởng sẽ tăng lên 31% trong giai đoạn 2022-2025, nền kinh tế số Việt Nam sẽ đạt mức khoảng 49 tỷ USD vào năm 2025 và đạt mốc kỷ lục từ 120-200 tỷ USD vào năm 2030.

Trong khi đó, Indonesia là nước đang dẫn đầu về phát triển kinh tế số tại Đông Nam Á có mức tăng 22% so với năm 2021 (đạt 77 tỷ USD). Các quốc gia khác như Malaysia tăng 13% (đạt 21 tỷ USD); Philippines tăng 22% (đạt 20 tỷ USD); Singapore tăng 22% (đạt 18 tỷ USD); Thái Lan tăng 17% (đạt 35 tỷ USD) trong năm 2022.

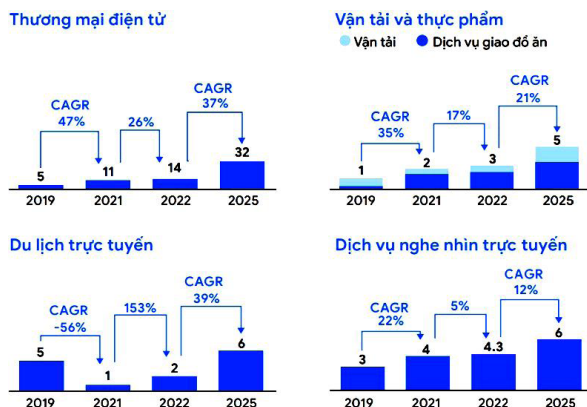
Trong số 23 tỷ USD kinh tế số Việt Nam tạo ra trong năm 2022, lĩnh vực thương mại điện tử có đóng góp lớn nhất với 14 tỷ USD (chiếm tỷ lệ hơn 60%). Ngoài ra, các lĩnh vực khác như du lịch trực tuyến, vận tải và thực phẩm, dịch vụ nghe nhìn mặc dù chiếm tỷ trọng đóng góp còn khiêm tốn trong nền kinh tế số nhưng cũng có tốc độ tăng trưởng khá nhanh trong năm 2022.

Đặc biệt lĩnh vực du lịch trực tuyến, sau khi bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch Covid-19 với mức tăng trưởng âm (-56%) trong giai đoạn 2019-2021 thì sang năm 2022 đã bật phá trở lại với mức tăng trưởng lên đến 153% (đạt 2 tỷ USD).

Lực lượng lao động nội địa chất lượng cao trong lĩnh vực công nghệ và sự thâm nhập ngày càng cao của dịch vụ số hóa ở các khu vực thành thị và nông thôn, tạo nền móng vững chắc cho sự phát triển kỹ

thuật số của Việt Nam trong tương lai. Sau đại dịch, Việt Nam là một trong những quốc gia khôi phục các hoạt động “bình thường mới” một cách nhanh chóng. Tuy nhiên, một số thói quen và xu hướng tiêu dùng được hình thành và thúc đẩy trong đại dịch vẫn được duy trì và tiếp tục phát triển.

Hình 1: Mức tăng trưởng của các lĩnh vực trong nền kinh tế số Việt Nam



Nguồn: Báo cáo của Google, Temasek và Bain & Company

Thương mại điện tử trở thành đầu tàu trong sự tăng trưởng của nền kinh tế số Việt Nam. 90% người tiêu dùng kỹ thuật số dự định duy trì hay thậm chí gia tăng thời gian sử dụng các nền tảng thương mại điện tử trong 12 tháng tới. Phần lớn người tiêu dùng tập trung vào các dịch vụ “Giao đồ ăn” (60%) và “Mua hàng tạp hóa trực tuyến” (54%)

2. Cơ sở lý luận về tác động của thương mại và các chỉ tiêu kinh tế số tới tăng trưởng

Tăng trưởng kinh tế luôn là một trong những vấn đề giành được sự quan tâm của không chỉ những người làm chính sách mà còn các nhà kinh tế và cả dân chúng. Đã có nhiều nghiên cứu về các yếu tố có thể giúp một nền kinh tế tăng trưởng. Đó có thể là đầu tư, thương mại quốc tế, công nghệ, vị trí địa lý hay thể chế, thương mại quốc tế và vị trí địa lý theo Rodrik (2002).

Trong một nghiên cứu khác, độ mở thương mại thể hiện vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng khi xem xét dữ liệu của 10 quốc gia Đông Nam châu Âu trong giai đoạn 1996-2012, theo Fetahi-Vehapi và cộng sự (2015).

Veeramacheneni B và cộng sự, (2007) đã nghiên cứu tác động của cơ sở hạ tầng số tới tăng trưởng GDP. Theo Romer (1990), lý thuyết tăng trưởng nội sinh đã xác định độ mở thương mại kích

thích tăng trưởng kinh tế thông qua việc lan tỏa công nghệ. Điều này được giải thích rằng, độ mở thương mại là nguyên nhân thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thông qua ba kênh sau đây: *Thứ nhất*, độ mở thương mại làm tăng trưởng kinh tế thông qua việc phân bổ hiệu quả các nguồn lực; *Thứ hai*, độ mở thương mại thay đổi công nghệ từ các nước phát triển sang các nước đang phát triển; *Thứ ba*, hiệu ứng các nước phát triển đổi mới và các nước đang phát triển đi theo.

Rất nhiều các nghiên cứu trên thế giới đề cập tới tác động của các biến số kinh tế nói chung lên tỷ lệ tăng trưởng. Tuy nhiên, những nghiên cứu trên thế giới và ở Việt Nam đánh giá tác động của các chỉ tiêu hạ tầng kinh tế số tới tăng trưởng còn rất hạn chế. Điều đó tạo tiền đề cho tác giả thực hiện nghiên cứu này.

3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Ảnh hưởng của yếu tố thương mại đến tăng trưởng kinh tế từ trước đến nay luôn là một trong những đề tài được nhiều nhà kinh tế học quan tâm. Thông qua những phân tích ở trên, nhóm đã chỉ ra tác động của thương mại tới tăng trưởng kinh tế trong nền kinh tế số. Để lượng hóa cụ thể tác động này, nhóm lựa chọn phương pháp định lượng với dữ liệu bảng, sau đó thông qua các kiểm định để lựa chọn mô hình phù hợp giữa P- OLS, REM và FEM và ước lượng tác động đó.

Dựa trên các mô hình kinh tế ở những nghiên cứu đi trước, (Veeramacheneni B và cộng sự, 2007) tác giả lựa chọn thu thập và tổng hợp dữ liệu về các biến số thể hiện: Tốc độ tăng trưởng GDP, Tổng số điện thoại được sử dụng, Tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa công nghệ thông tin, Tỷ lệ dân số dùng Internet, Tốc độ gia tăng dân số ở nông thôn, Tỷ lệ thất nghiệp và Độ mở thương mại.

Theo đó, mô hình hồi quy trong bài nghiên cứu có dạng:

$$gdpgr = \beta_0 + \beta_1 * mobile2 + \beta_2 * ictex + \beta_3 * internet + \beta_4 * ruralgr + \beta_5 * unem + \beta_6 * trade + u_{it}$$

Toàn bộ dữ liệu trong bài nghiên cứu là dữ liệu bảng, được lấy từ trang web World Bank Open Data - hệ thống cơ sở dữ liệu lớn do Ngân hàng Thế giới (The World Bank) xây dựng. Sau khi tổng hợp và lọc dữ liệu để chạy mô hình nghiên cứu, do có nhiều dữ liệu bị thiếu tại nhiều biến quan sát, gây ra những khuyết tật của mô hình cũng như phản ánh

không được chính xác do các khuyết tật gây ra, tác giả quyết định lọc dữ liệu để chọn ra dữ liệu nghiên cứu cuối cùng bao gồm 56 quốc gia trong khoảng thời gian nghiên cứu từ 2007 - 2020.

Tổng hợp về các biến số, giả thuyết và nguồn dữ liệu được tác giả tổng hợp trong bảng sau:

Bảng 1: Mô tả các biến

	Biến	Mô tả biến	Ho	Nguồn số liệu
Biến phụ thuộc	gdpgr	Tốc độ tăng trưởng GDP	...	Worldbank
	trade	Độ mở thương mại	+	Worldbank
Biến độc lập	mobile2	Tổng số điện thoại được sử dụng	-	Worldbank
	ictex	Tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa công nghệ thông tin	+	Worldbank
	internet	Tỷ lệ dân số dùng Internet	-	Worldbank
	ruralgr	Tốc độ gia tăng dân số ở nông thôn	+	Worldbank
	unem	Tỷ lệ thất nghiệp	-	Worldbank

Nguồn: Worldbank từ 2007-2020

3.2. Dữ liệu nghiên cứu và mô tả thống kê các biến

Bảng 2: Thống kê mô tả các biến

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
gdpgr	784	2,014629	4,138601	-15,30689	25,17625
mobile2	783	117,2132	23,553	18,88396	207,7518
ictex	758	5,346956	6,98073	0,0030328	39,35037
internet	774	66,89571	22,69255	0,49	99,01095
ruralgr	784	-0,6464665	1,318246	-8,560655	2,375172
unem	767	8,463911	5,819204	0,14	34,93
trade	784	99,38956	50,58981	22,10598	380,1042

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên số liệu của World Bank

Tốc độ tăng trưởng GDP cao nhất trong bộ số liệu là của Ireland (25,18%) năm 2015 và thấp nhất là của Montenegro (-15,31%) năm 2020. Tốc độ tăng trưởng trung bình của các quốc gia là 2,01%/năm.

Tổng số điện thoại (trên 100 người) cao nhất trong bộ số liệu là của Montenegro (207,75 chiếc/100 người) năm 2009 và thấp nhất là của Campuchia (18,88 chiếc/100 người) năm 2007. Tổng số điện thoại (trên 100 người) trung bình của các quốc gia là khoảng 117 chiếc/100 người.

Tổng số điện thoại (trên 100 người) cao nhất trong bộ số liệu là của Montenegro (207,75 chiếc/100 người) năm 2009 và thấp nhất là của Campuchia (18,88 chiếc/100 người) năm 2007. Tổng số điện thoại (trên 100 người) của các quốc gia là khoảng 117 chiếc/100 người.

Tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa công nghệ thông tin cao nhất trong bộ số liệu là của Malaysia (39,35%) năm 2007 và thấp nhất là của Azerbaijan (0% hoặc 0,01%) từ năm 2008 - 2014. Tỷ lệ xuất khẩu hàng hóa ICT trung bình của các quốc gia là 5,35%.

Tỷ lệ dân số dùng Internet cao nhất trong bộ số liệu là của Iceland (99%) năm 2018-2020 và thấp nhất là của Campuchia (0,49%) từ năm 2007. Tỷ lệ dân số dùng Internet trung bình của các quốc gia là khoảng 66,9%.

Tốc độ gia tăng dân số ở nông thôn cao nhất là của Ireland (2,38%) năm 2007 và thấp nhất là của Nhật Bản (-8,56%) từ năm 2010. Tốc độ gia tăng dân số ở nông thôn trung bình của các quốc gia là khoảng -0,64%.

Tỷ lệ thất nghiệp cao nhất là của Bắc Macedonia (34,93%) năm 2007 và thấp nhất là của Campuchia (0,14%) từ năm 2017. Tỷ lệ thất nghiệp trung bình của các quốc gia là 8,46%. Độ mở thương mại cao nhất là của Luxembourg (380,10% GDP) năm 2019 và thấp nhất là của Brazil (22,11% GDP) từ năm 2009. Độ mở thương mại trung bình của các quốc gia là 99,39% GDP.

Ngoại trừ biến tổng số điện thoại được sử dụng (mobile2), Tỷ lệ dân số dùng Internet (internet) và Độ mở thương mại (trade) ra thì các biến có sai số chuẩn ở biên độ nhỏ, điều này có thể giải thích một phần là dữ liệu của các biến số kinh tế này lớn hơn nhiều so với các biến còn lại. Đồng thời, tại các biến số này cũng có sự chênh lệch tương đối lớn giữa giá trị lớn nhất và nhỏ nhất.

Bảng 3: Ma trận hệ số tương quan giữa các biến

	gdpgr	mobile2	ictex	internet	ruralgr	unem	trade
gdpgr	1,0000						
mobile2	-0,1846	1,0000					
ictex	0,0935	0,0124	1,0000				
internet	-0,2645	0,2741	0,1011	1,0000			
ruralgr	0,1302	0,0298	-0,1368	-0,0613	1,0000		
unem	-0,1430	-0,0772	-0,2967	-0,1535	-0,1196	1,0000	
trade	0,0938	0,1702	0,1609	0,1589	0,0075	-0,0785	1,0000

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên số liệu của World Bank

Dựa vào bảng ma trận hệ số tương quan giữa các biến trong mô hình, nhóm nhận thấy các tương quan giữa các biến độc lập, biến kiểm soát với nhau ở mức thấp (các hệ số tương quan đều bé hơn 0,8), cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

Ngoài ra, hệ số tương quan giữa biến phụ thuộc với các biến độc lập, biến kiểm soát trong mô hình đều đúng với dự đoán.

4. Kết quả nghiên cứu

Tác giả đã tiến hành ước lượng lựa chọn mô hình: mô hình tác động ngẫu nhiên (REM), mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình hồi quy gộp (POLS). Sau đó, nhóm đã áp dụng kiểm định Breusch – Pagan để xem xét sự tồn tại của yếu tố ngẫu nhiên, kết quả của kiểm định cho rằng mô hình có tồn tại yếu tố ngẫu nhiên dẫn tới lựa chọn mô hình REM. Tiếp theo, kiểm định Hausman được sử dụng để xem xét tính phù hợp giữa mô hình FEM và REM, kết quả cho rằng mô hình FEM phù hợp.

Bảng 4: Kết quả hồi quy sau khi khắc phục các khuyết tật

Biến	gdpgr
mobile2	-0.0239*** (0.008)
ictex	0.0412** (0.018)
internet	-0.0494*** (0.016)
ruralgr	0.3483*** (0.083)
unem	-0.1102*** (0.034)
trade	0.0109*** (0.002)
Hệ số chặn	7.9998*** (1.863)
R2	14,39%
Số quan sát	738

Ghi chú: ***, **, * chỉ các mức ý nghĩa lần lượt tại 1%, 5% và 10%; độ lệch chuẩn Driscoll – Kraay (Driscoll – Kraay standard errors) ở trong ngoặc

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên số liệu của World Bank

Tuy nhiên, khi tiến hành liên tiếp các kiểm định: kiểm định Wald cho phương sai sai số thay đổi, kiểm định Wooldridge cho tự tương quan chuỗi, kiểm định Pesaran cho tự tương quan chéo; mô hình được cho là mắc ba loại khuyết tật trên (phương sai sai số thay đổi, tự tương quan và tương quan chuỗi) nên nhóm đã tiến hành hồi quy theo phương pháp hồi quy gộp (POLS) với sai số Driscoll - Kraay để khắc phục các khuyết tật này.

Thông qua mô hình kinh tế lượng, mô hình chỉ ra rằng khi các yếu tố khác không đổi, khi độ mở thương mại tăng 01 đơn vị, tăng trưởng kinh tế sẽ tăng lên tương ứng 0.0109377 đơn vị. Hệ số hồi

quy của độ mở thương mại có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Điều đó cho thấy, độ mở nền thương mại càng lớn thì tốc độ tăng trưởng kinh tế của các quốc gia trong mẫu nghiên cứu càng lớn và ngược lại.

Thông qua mô hình kinh tế lượng, mô hình chỉ ra rằng khi các yếu tố khác không đổi, khi độ mở thương mại tăng 01 đơn vị, tăng trưởng kinh tế sẽ tăng lên tương ứng 0.0109377 đơn vị. Hệ số hồi quy của độ mở thương mại có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Điều đó cho thấy, độ mở nền thương mại càng lớn thì tốc độ tăng trưởng kinh tế của các quốc gia trong mẫu nghiên cứu càng lớn và ngược lại.

Kết quả mô hình hồi quy chỉ ra rằng, khi các yếu tố khác không đổi, nếu số lượng thuê bao di động được đăng ký (trên 100 người) tăng 1 đơn vị thì tốc độ tăng trưởng GDP sẽ giảm 0.0239 đơn vị.

Tỷ trọng xuất khẩu của hàng hóa công nghệ thông tin cũng góp phần đóng góp tích cực tới tăng trưởng kinh tế, cụ thể, nếu các yếu tố khác không đổi, khi tỷ trọng hàng xuất khẩu dịch vụ công nghệ thông tin tăng 1 đơn vị, tốc độ tăng trưởng GDP sẽ tăng 0.0412136 đơn vị. Điều này có thể giải thích rằng, nhìn chung, công nghệ thông tin ngày càng quan trọng hơn trong cuộc sống, tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa dịch vụ công nghệ thông tin góp phần tăng lượng vốn vào GDP của nền kinh tế, thông qua đó làm tăng trưởng kinh tế tương ứng.

Tỷ trọng người dân sử dụng Internet có tác động ngược chiều đến tốc độ tăng trưởng GDP. Cụ thể, nếu tỷ trọng người dân sử dụng Internet tăng 1 đơn vị thì tốc độ tăng trưởng GDP giảm 0,0494 đơn vị.

Kết quả mô hình hồi quy chỉ ra rằng, tốc độ tăng dân số khu vực nông thôn cũng tác động cùng chiều tới tăng trưởng kinh tế, với 1 đơn vị tăng dân số sẽ dẫn tới 0.3483003 đơn vị tăng trưởng GDP. Kết quả nghiên cứu này cho thấy, tại các quốc gia đang phát triển, khi dân số tăng, nền kinh tế sẽ có thêm nhân lực để phát triển, tạo giá trị đóng góp tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, cũng có nhiều quan điểm, nghiên cứu đi trước chỉ ra mối quan hệ ngược chiều giữa tăng trưởng kinh tế và dân số. Đối với khu vực nông thôn, dân số tăng, nhất là dân số lớp trẻ sẽ là động lực chính để phát triển kinh tế cho khu vực.

Ngoài ra, mô hình cho thấy tỷ lệ thất nghiệp có tác động ngược chiều tới tăng trưởng kinh tế. Từ mô hình hồi quy, nếu tỷ lệ thất nghiệp tăng 1 đơn vị thì tốc độ tăng trưởng GDP giảm 0,1102 đơn vị. Dựa theo các lý thuyết tổng quan về việc làm của

Keynes (1936), lý thuyết về thất nghiệp của chủ nghĩa Mác (1863), lý thuyết của Okun (1962) hay lý thuyết về tăng trưởng kinh tế tân cổ điển truyền thống thì khẳng định tỷ lệ thất nghiệp có tác động tiêu cực tới tăng trưởng kinh tế là chính xác.

Kết luận

Bài nghiên cứu ra đời nhằm đánh giá tác động của yếu tố thương mại đến tăng trưởng kinh tế trong nền kinh tế số thông qua đánh giá mô hình FEM với nguồn dữ liệu bao gồm 56 quốc gia trong giai đoạn 2007 - 2020. Thương mại quốc tế đã và đang từng bước trở thành một trong những yếu tố cốt lõi, là nền tảng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tham gia giải quyết các bài toán khó, góp phần đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, hội nhập trong nền kinh tế số và xã hội số. Việc nghiên cứu, đánh giá thực trạng và làm rõ các ảnh hưởng, từ đó đề xuất một số chính sách phù hợp nhằm tận dụng các tác động tích cực của thương mại đến tăng trưởng kinh tế có ý nghĩa quan trọng trên cả khía cạnh lý luận và thực tiễn.

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các tác động tích cực của thương mại quốc tế đến nền kinh tế số, cụ thể, các tác động đó đến từ Độ mở thương mại, Tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa công nghệ thông tin và Tốc độ gia tăng dân số ở nông thôn. Sự tăng lên ở các biến số này sẽ góp phần tích cực vào tăng trưởng kinh tế trong quá trình hội nhập. Trong khi đó, các biến số: Tổng số điện thoại được sử dụng, Tỷ lệ dân số dùng internet và Tỷ lệ thất nghiệp lại có tác động tiêu cực tới tiến trình tăng trưởng.

Tài liệu tham khảo:

Fetahi-Vehapi, M., Sadiku, L., & Petkovski, M., 2015, "Empirical Analysis of the Effects of Trade Openness on Economic Growth: An Evidence for South East European Countries" *Procedia Economics and Finance*, 19, 17-26.

Google, Temasek và Bain & Company, "Báo cáo e-Conomy SEA 2022: Việt Nam đạt tăng trưởng kinh tế số cao nhất khu vực Đông Nam Á", 2022, truy cập tại <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/328360-Bao-cao-e-Conomy-SEA-2022-Viet-Nam-dat-tang-truong-kinh-te-so-cao-nhat-khu-vuc-Dong-Nam-A> ngày 20/2/2023.

Rodrik, D., 2002, "The Past, Present, and Future of Economic Growth", *Global Citizen Foundation*

Romer P. M. (1990), 'Endogenous technological change', *Journal of Political Economy*, 98, pp. 71-102.

Veeramacheneni B, Ekanayake EM, Vogel R (2007), *Information technology and economic growth: a causal analysis. Southwest Economic Review* 2007, 34(1), 75 – 88.

World Bank database, World Development Indicator.

MỘT SỐ PHƯƠNG THỨC HUY ĐỘNG VỐN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN CƠ SỞ HẠ TẦNG GIAO THÔNG ĐƯỜNG BỘ VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Ths. Nguyễn Tuấn Thành*

Hà Nội là đô thị loại đặc biệt và có số dân đông thứ hai ở nước ta, do đó, để phát triển giao thông đường bộ đô thị Hà Nội đi trước một bước, có rất nhiều vấn đề đặt ra, nhất là phương thức huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng. Nghiên cứu một số cách thức huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ ở một số tỉnh, thành phố khác, tác giả hàm ý giải pháp giúp thành phố Hà Nội huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ hiệu quả.

• Từ khóa: huy động vốn, cơ sở hạ tầng, giao thông đường bộ, thành phố Hà Nội.

Hanoi is a special type of city and has the second largest population in our country, therefore, in order to develop urban road traffic, Hanoi needs one step ahead, there are many problems, especially the mode of transportation mobilize investment capital for infrastructure development. Studying some ways to mobilize investment capital for the development of road transport infrastructure in some other provinces and cities, the author implies solutions to help Hanoi city mobilize investment capital for develop road transport infrastructure efficient.

• Key words: capital mobilization, infrastructure, road traffic, Hanoi city.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

Một số phương thức huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ

Hiện nay, xuất phát từ đặc điểm kinh tế, xã hội khác nhau, mỗi tỉnh/thành phố có cách thức huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ khác nhau. Nhằm rút ra những bài học kinh nghiệm huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ hiệu quả cho thành phố Hà Nội, tác giả tập trung nghiên cứu những cách thức một số tỉnh, thành phố khác đã vận dụng để huy

động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ địa phương, cụ thể:

Huy động vốn từ phát hành trái phiếu chính quyền địa phương

Thành phố Hồ Chí Minh là địa phương đi đầu về phát hành trái phiếu để huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ. Thống kê của Sở giao dịch Chứng khoán Hà Nội năm 2003 cho thấy, thành phố Hồ Chí Minh đã phát hành hơn 400 tỷ đồng trái phiếu chính quyền địa phương thông qua Quỹ Đầu tư phát triển đô thị thành phố Hồ Chí Minh (nay là Công ty Đầu tư Tài chính Nhà nước thành phố Hồ Chí Minh - HFIC). Năm 2007 là 1.034 tỷ đồng, năm 2009 là 1.540 tỷ đồng, năm 2012 thành phố Hồ Chí Minh phát hành 2.000 tỷ đồng trái phiếu kỳ hạn 3 năm và 3.000 tỷ đồng trái phiếu kỳ hạn 5 năm. Tổng giá trị trái phiếu phát hành trong giai đoạn 2007 - 2012 của thành phố Hồ Chí Minh là gần 9.000 tỷ đồng, trong đó số dư nợ của các trái phiếu còn hiệu lực khoảng 3.400 tỷ đồng (Đỗ Thiên Anh Tuấn, 2012).

Trong năm 2017, thành phố Hồ Chí Minh phát hành 2.000 tỷ đồng trái phiếu đô thị, kỳ hạn 15 năm là 750 tỷ đồng và kỳ hạn 20 năm là 1.250 tỷ đồng. Phương thức phát hành là bảo lãnh phát hành. Lãi suất đối với kỳ hạn 15 năm là 6,35%/năm, đối với kỳ hạn 20 năm là 6,50%/năm (Nguyễn Văn Công, 2008). Số tiền thu được để đầu tư các dự án cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ như: Xây dựng cầu kết nối giữa cầu Nguyễn Tri Phương với đường Võ Văn Kiệt; xây dựng cầu Nam Lý (thay thế đập Rạch

* Viện Chiến lược Phát triển - Bộ Kế hoạch và Đầu tư; Email: tuanthanhnguyen0306@gmail.com

Chiếc); nâng cấp đường Lương Định Của (đoạn từ Trần Nãi đến Nguyễn Thị Định)...

Xét về phương thức phát hành, thành phố Hồ Chí Minh thực hiện phương thức bảo lãnh phát hành và đại lý phát hành thông qua các công ty chứng khoán, ngân hàng thương mại và tổ chức tín dụng. Đây là phương thức được thực hiện chủ yếu trong các đợt phát hành từ năm 2003 đến năm 2018.

Bảng: Các phương thức phát hành từ năm 2003 - 2018 (Tỷ đồng)

TT	Năm	Bảo lãnh	Đấu thầu	Bán lẻ
1	2003	1.500	250	250
2	2004	1.875	125	
3	2005	2.000		
4	2006	2.000		
5	2007	916	1.084	
6	2009	1.540		
7	2015	3.000		
8	2016	3.000		
9	2017	2.000		
10	2018	800		

Nguồn: Báo cáo Công ty Đầu tư Tài chính Nhà nước thành phố Hồ Chí Minh - HFIC

Phương thức này đảm bảo được về số lượng mệnh giá trái phiếu phát hành, tiết kiệm được thời gian, chi phí và chia sẻ rủi ro, đặc biệt là trong các đợt phát hành với số lượng lớn. thành phố Hồ Chí Minh đã thông qua bảo lãnh phát hành với sự tham gia của các ngân hàng thương mại để có thể huy động được lượng vốn trái phiếu cho đầu tư theo kế hoạch đề ra.

Cùng với thành công của thành phố Hồ Chí Minh, năm 2013, Đà Nẵng cũng phát hành thành công 1.500 tỷ đồng đợt 1 trong kế hoạch phát hành lên đến 5.000 tỷ đồng. Mục đích phát hành của Đà Nẵng được thông báo là bổ sung ngân sách đầu tư xây dựng các công trình phúc lợi xã hội trên địa bàn. Trái phiếu Đà Nẵng phát hành có kỳ hạn 5 năm, lãi suất 11%/năm. Hai nhà đầu tư đã tham gia mua trái phiếu này là Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đại Dương và Tổng Công ty Tài chính Cổ phần Dầu khí Việt Nam, mỗi đơn vị nắm giữ 750 tỷ đồng mệnh giá trái phiếu (Đỗ Thiên Anh Tuấn, 2013).

Nổi tiếp Đà Nẵng là Bình Dương, Bắc Ninh, Quảng Ninh và một số địa phương khác ở phía Bắc đề xuất phương án phát hành trái phiếu để huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng địa phương. Khuôn khổ pháp lý cho việc phát hành trái phiếu chính quyền địa phương chính thức được ban hành

vào năm 2003 theo Nghị định số 141/2003/NĐ-CP ngày 20/11/2003 của Chính phủ về phát hành trái phiếu Chính phủ, trái phiếu được Chính phủ bảo lãnh và trái phiếu Chính quyền địa phương (Nghị định số 141), với tiền đề là Nghị định số 01/2000/NĐ-CP ngày 13/01/2000 của Chính phủ ban hành Quy chế phát hành trái phiếu Chính phủ (Nghị định số 01). Nghị định số 01 quy định loại trái phiếu đầu tư huy động vốn cho các công trình thuộc địa phương quản lý. Theo đó, điều kiện để phát hành trái phiếu loại này là: (i) Công trình được ghi trong kế hoạch đầu tư hàng năm của Nhà nước; (ii) Có phương án phát hành trái phiếu, kế hoạch sử dụng vốn vay và hoàn trả nợ được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Nghị định số 141 ra đời trên cơ sở chuyển các nội dung này sang loại trái phiếu do chính quyền địa phương phát hành, nội dung này nằm trong lộ trình phân cấp ngân sách của Việt Nam. Sự ra đời của các quy định trên mặc dù đã tạo hành lang pháp lý quan trọng cho việc phát hành trái phiếu của các chính quyền địa phương, tuy nhiên nhìn chung các quy định còn sơ sài và chưa bao quát đầy đủ so với thực tiễn. Hiện nay, các văn bản pháp lý này đã được thay thế bởi Nghị định số 01/2011/NĐ-CP ngày 05/01/2011 của Chính phủ về phát hành trái phiếu Chính phủ, trái phiếu được Chính phủ bảo lãnh và trái phiếu chính quyền địa phương, trong đó một số nội dung quan trọng đã được chỉnh sửa, bổ sung, hoàn thiện.

Huy động vốn hợp tác phát triển chính thức (ODA)

Kinh nghiệm huy động vốn ODA cho đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ phải kể đến Thanh Hóa. Trong giai đoạn 1993 - 2017, Thanh Hóa là một trong những tỉnh thu hút được nhiều nguồn vốn ODA nhất cả nước. Bên cạnh việc vận động, thu hút trực tiếp từ các tổ chức quốc tế đa phương, song phương, Tỉnh còn vận động để đưa các dự án vào trong các chương trình, dự án ODA do bộ, ngành Trung ương làm chủ đầu tư. Tính đến hết năm 2017, Thanh Hóa đã tiếp nhận và sử dụng 32 dự án thuộc lĩnh vực cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội trong tổng số 55 chương trình, dự án ODA với tổng mức đầu tư khoảng 486,72 triệu USD. Tổng vốn ODA đã giải ngân đạt khoảng 302,85 triệu USD, bằng 75,3% vốn ODA đã cam kết; trong đó có 24 dự án đã hoàn thành, bàn giao đưa vào sử dụng với tổng vốn ODA đã giải ngân 222,33 triệu USD; 8 dự án đang triển khai thực hiện với tổng vốn ODA đã giải ngân 80,52 triệu USD. Để có thể đạt được những kết quả như trên, tỉnh Thanh Hóa đã thực hiện đồng bộ

hiệu quả nhằm huy động và sử dụng hiệu quả nguồn vốn ODA, cụ thể:

Về trình tự, thủ tục thực hiện dự án: UBND tỉnh Thanh Hóa công khai danh mục các dự án sử dụng nguồn vốn ODA, ưu tiên đầu tư dự án nào thật sự cấp thiết và phát huy hiệu quả cho sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Bên cạnh đó, UBND tỉnh bám sát quy định của pháp luật về việc tiếp nhận nguồn viện trợ cũng như trong công tác đấu thầu, lựa chọn các nhà thầu có năng lực để thực hiện dự án.

Về giải ngân: Chủ đầu tư các chương trình, dự án ODA tăng cường đôn đốc các nhà thầu nghiệm thu, lên phiếu giá khối lượng hoàn thành để thanh toán với Kho bạc Nhà nước và hoàn ứng theo quy định; chỉ đạo quyết liệt hoàn ứng vốn đối với các dự án đã có khối lượng nhiều, đủ điều kiện phải hoàn ứng vốn; xử lý dứt điểm các dự án có số dư tạm ứng kéo dài trong nhiều năm. Bên cạnh đó, thường xuyên rà soát và có kế hoạch giải ngân cụ thể đối với từng dự án, gói thầu để đẩy nhanh tiến độ giải ngân vốn đầu tư công của các chương trình, dự án đảm bảo theo đúng tiến độ. Trường hợp, dự kiến không giải ngân hết kế hoạch vốn, các chủ đầu tư báo cáo về Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính để tổng hợp, báo cáo Chủ tịch UBND Tỉnh xem xét, điều chuyển vốn cho các dự án có tiến độ nhanh nhưng còn thiếu vốn.

Về điều chỉnh kế hoạch vốn: Sở Kế hoạch và Đầu tư theo dõi chặt chẽ tiến độ thực hiện và tình hình giải ngân của các dự án, kịp thời đề xuất với Chủ tịch UBND Tỉnh giải quyết các khó khăn, vướng mắc của các chủ đầu tư; đồng thời, chủ trì, phối hợp với Sở Tài chính, Kho bạc Nhà nước Thanh Hóa và các đơn vị liên quan rà soát và tham mưu cho Chủ tịch UBND Tỉnh xem xét, điều chuyển vốn của các dự án có tiến độ thực hiện chậm, giải ngân thấp và không đảm bảo tỷ lệ giải ngân theo quy định, để bố trí vốn cho các dự án trọng điểm và các dự án có tiến độ thực hiện nhanh nhưng còn thiếu vốn, phân bổ giải ngân hết kế hoạch vốn đầu tư công.

Huy động vốn theo hình thức đối tác công - tư (PPP)

Bắc Ninh là một trong những địa phương có nhiều dự án đầu tư theo hình thức đối tác công - tư (PPP) bậc nhất cả nước. Tính đến hết năm 2017, tỉnh Bắc Ninh triển khai 109 dự án theo hình thức PPP, với tổng mức đầu tư là 38.978,59 tỷ đồng, diện tích đất đối ứng khoảng 2.488,76ha. Trong giai đoạn 2010 - 2017, Bắc Ninh đã triển khai 02 dự án

BOT; 01 dự án BOO; 01 dự án BTL và 105 dự án BT, trong đó có 07 dự án đã cơ bản hoàn thành; 11 dự án đã khởi công xây dựng; còn lại là các dự án đang triển khai các bước theo quy định. Riêng trong năm 2017, trên địa bàn Tỉnh có 07 dự án khởi công xây dựng, gồm: Dự án Đầu tư xây dựng cải tạo, nâng cấp đường Lý Thái Tổ (đoạn từ TL 295B đến QL1A mới) trung tâm thị xã Từ Sơn và đầu tư xây dựng một số công trình trên địa bàn thị xã Từ Sơn - Dự án đường vào trung tâm phường Vân Dương, thành phố Bắc Ninh; Dự án Trung tâm văn hóa, thể thao, trường tiểu học và các tuyến đường xã Văn Môn, huyện Yên Phong... với tổng mức đầu tư là 1.536,29 tỷ đồng. Tính đến năm 2020, trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh có 16 dự án (gồm 15 dự án BT và 1 dự án BOT) cơ bản hoàn thành, với tổng mức đầu tư khoảng 5.935 tỷ đồng.

Hình thức đầu tư các dự án PPP của tỉnh Bắc Ninh đa dạng, không chỉ là các dự án giao thông, công trình trọng điểm mà Tỉnh còn tích cực thu hút đầu tư các dự án đường liên thôn, liên xã, nội đồng... Việc kêu gọi đầu tư theo hình thức PPP góp phần phát triển kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ, tạo tiền đề cơ bản trong thu hút đầu tư và phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Bắc Ninh thời gian vừa qua. Trong điều kiện nguồn lực kinh tế của Tỉnh còn hạn chế, để đạt được kết quả trên, tỉnh Bắc Ninh đã thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp như:

Thứ nhất, ban hành quy trình đầu tư các dự án PPP thuộc thẩm quyền của Chủ tịch UBND Tỉnh. Xây dựng cơ chế để khuyến khích đầu tư theo các hình thức hợp đồng khác BT như BOT, BTO, BOO... đối với các dự án có khả năng tạo doanh thu, thu hồi vốn.

Thứ hai, công bố thông tin dự án rộng rãi nhằm đảm bảo cạnh tranh trong đấu thầu, hạn chế chỉ định thầu và lựa chọn được nhà đầu tư đủ năng lực thực hiện dự án, quản lý hợp đồng dự án theo đúng quy định.

Thứ ba, ưu tiên bố trí nguồn lực tài chính để đối ứng cho các dự án PPP nhằm đảm bảo dự án khả thi về mặt tài chính, đồng thời khẩn trương thực hiện công tác bồi thường giải phóng mặt bằng để tạo quỹ đất sạch cho nhà đầu tư.

Thứ tư, đối với dự án đã lựa chọn nhà đầu tư nhưng chưa triển khai thi công, cơ quan nhà nước có thẩm quyền thực hiện việc hủy bỏ kết quả lựa chọn nhà đầu tư và tổ chức lựa chọn nhà đầu tư khác đủ năng lực triển khai thực hiện dự án theo quy định.

Huy động vốn theo phương thức đóng góp tự nguyện xây dựng cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ

Thực hiện phương châm “Nhà nước và nhân dân cùng làm” gắn với thực hiện quy chế dân chủ cơ sở và tích cực khai thác giá trị quỹ đất, vận động nhân dân hiến đất mở rộng đường đã đem lại kết quả đáng ghi nhận tại Đà Nẵng. 16 tuyến đường nội thị và cầu song Hàn được cải tạo nâng cấp có sự tham gia đóng góp của nhân dân tương ứng là 99,8 tỷ đồng và 27,5 tỷ đồng, tương đương chiếm 38,78% và 29,13% tổng vốn đầu tư. Sửa chữa và nâng cấp các con đường ngõ hẻm, vỉa hè, bê tông hóa, cống thoát nước ở các quận cũng nhận được sự đóng góp kinh phí và giá trị ngày công lao động của nhân dân. Người dân Đà Nẵng tự nguyện hiến đất để Thành phố đầu tư nâng cấp đường bộ đã làm nên thành công cho đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ của Đà Nẵng.

Hay như với thành phố Ninh Bình, thu hút vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ trong xây dựng nông thôn mới cũng là một nỗ lực lớn của Thành phố (Bùi Văn Tiến, 2014). Trong giai đoạn 2011 - 2013, thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giao thông nông thôn đã hoàn thiện bộ mặt hệ thống giao thông của Ninh Bình. Theo báo cáo của Sở Giao thông vận tải tỉnh Ninh Bình, kết quả phát triển hạ tầng giao thông đường bộ khu vực nông thôn của tỉnh giai đoạn 2011-2013 là làm mới và nâng cấp được gần 6 nghìn km tuyến đường, tốc độ tăng chiều dài đạt 0,91%/năm, tỷ lệ cứng hóa tầng bình quân 5,3%/năm. Đặc biệt, để phát triển mạng lưới hạ tầng giao thông đường bộ nông thôn và xây dựng nông thôn mới của tỉnh Ninh Bình, có sự đóng góp đáng kể nguồn lực tự nguyện của các hộ dân cư và các tổ chức doanh nghiệp trên địa bàn, cụ thể:

Nguồn huy động từ doanh nghiệp: Chiếm 2% trong kết quả huy động vốn phát triển mạng lưới cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ nông thôn toàn Tỉnh. Nguồn này được huy động trên cơ sở các doanh nghiệp tham gia hỗ trợ cho xây dựng đường giao thông, gồm các khoản hỗ trợ như bán chậm trả vật liệu, hỗ trợ tiền, vật liệu, ca máy, hoặc ứng vốn trước để thi công đường. Điển hình như Công ty NHH Xây dựng Việt Thành, phường Đông Thành, thành phố Ninh Bình trong 3 năm 2011-2013 đã hỗ trợ xã Gia Vân huyện Gia Viễn vật liệu làm đường trị giá trên 1 tỷ đồng; tại xã Khánh Thành huyện Yên Khánh các doanh nghiệp kinh doanh vật liệu trên

địa bàn xã bán chậm trả cát đá cho các thôn, xóm để làm đường giao thông. Đặc biệt, hiện nay ở nhiều xã đang thực hiện công tác dồn điền, đổi thửa, trong đó có nhiều doanh nghiệp đã ứng trước máy móc, dầu mỡ và nhân công để thực hiện đào đắp hoàn chỉnh hệ thống giao thông đường trục nội đồng; hay Doanh nghiệp tư nhân Đức Quân huyện Yên Khánh đã ứng trước vốn để thi công toàn bộ hệ thống đường bao kết nối khu kinh tế trang trại xã Khánh Thành với hệ thống giao thông hiện có của xã.

Nguồn huy động đóng góp của dân cư: Đây là nguồn huy động được đặc biệt chú ý trong xây dựng nông thôn mới nói chung và phát triển hạ tầng giao thông đường bộ của tỉnh Ninh Bình nói riêng. Theo số liệu thống kê, trong giai đoạn 2011-2013 toàn Tỉnh đã huy động được trên 109 tỷ đồng, bình quân 81 triệu đồng/km đường được nâng cấp, xây mới. Trong đó, huy động từ đóng góp của dân cư trên địa bàn chủ yếu phục vụ xây dựng cho các loại đường như đường trục thôn, đường liên thôn, đường xóm ngõ, đường trục chính nội đồng thông qua 02 cách sau:

(i) Ban phát triển thôn tổ chức họp thôn, xóm, cụm dân cư xác định số tuyến đường phải làm trong đề án đã được UBND cấp huyện phê duyệt, nguyên tắc ưu tiên tuyến nào xấu nhất làm trước, cả xóm cùng chung đóng góp (chủ yếu đóng góp bình quân theo khẩu) dưới sự quản lý, điều hành, giám sát của Ban phát triển thôn, sau đó chia đều cho các hộ. Ưu điểm của cách làm này là mức đóng góp của người dân ít (150.000-200.000 đồng/khẩu); hỗ trợ nhà nước kịp thời nhưng tiến độ thi công đường hay bị chậm.

(ii) Tuyến đường thuộc xóm nào thì xóm đó tự làm trên cơ sở bàn bạc đóng góp để thực hiện. Ưu điểm của cách làm này là tiến độ thi công đường nhanh nhưng đóng góp của người dân cao (500.000-700.000/khẩu).

Ngoài hai cách làm trên còn có nhiều hình thức huy động khác nhau để làm đường; hộ cuối tuyến góp nhiều hơn hộ đầu tuyến; huy động hộ, khẩu không trực tiếp sinh sống trên tuyến đường đóng góp ít hơn khẩu trực tiếp; huy động con em trên tuyến đường không có hộ khẩu sinh sống ở đó nhưng vẫn góp theo mức bình quân chung của tuyến đường; đường thẳng nhà ai thì nhà đó tự xây bờ kè và mở rộng nền đường.

Nguồn huy động khác: Đây là nguồn huy động đóng góp của các nhà tài trợ, con em thành đạt của

địa phương, các tổ chức và đoàn thể chính trị xã hội. Điển hình như năm 2012 tại xã Gia Xuân huyện Gia Viễn, gia đình ông Nguyễn Văn Tiểu đã xây dựng và bàn giao lại cho địa phương tuyến đường trục thôn Đồng Xuân có tổng chiều dài 2km, rộng 5m tổng giá trị 02 tỷ đồng từ nguồn kinh phí của cá nhân; hay Bộ tư lệnh quân chủng Hải Quân đã huy động xây dựng và bàn giao lại cho địa phương tuyến đường trục thôn Tuy Hối, xã Gia Tân, tổng giá trị gần 10 tỷ đồng.

Vấn đề đặt ra đối với thành phố Hà Nội

Mặc dù điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội và nhu cầu phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ của các địa phương là khác nhau nhưng kinh nghiệm huy động của các địa phương sẽ là bài học hữu ích để thành phố Hà Nội huy động hiệu quả vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ:

Một là, từ kinh nghiệm phát hành trái phiếu chính quyền địa phương của Thành phố Hồ Chí Minh, để huy động thành công nguồn vốn này, trước hết thành phố Hà Nội cần xây dựng đề án phát hành trái phiếu chính quyền địa phương, xác định hạn mức huy động vốn, xây dựng phương án huy động, trả nợ lãi, gốc và danh mục các dự án sẽ đầu tư. Khi được Chính phủ cho phép phát hành trái phiếu chính quyền địa phương, cần gắn kết thị trường chào bán sơ cấp với thị trường giao dịch thứ cấp; đồng thời để đảm bảo hiệu quả, giảm chi phí phát hành nên tập trung vào phương thức bảo lãnh phát hành và đấu thầu qua sàn giao dịch chứng khoán.

Hai là, để thu hút và sử dụng hiệu quả nguồn vốn ODA, thành phố Hà Nội cần tranh thủ sự ủng hộ của các bộ, ngành Trung ương và mối quan hệ sẵn có với các một số nhà tài trợ lớn như Nhật Bản, Hàn Quốc, Ngân hàng Thế giới, Ngân hàng châu Á... Từ kinh nghiệm của tỉnh Thanh Hóa cho thấy, chính quyền địa phương cần gỡ nút thắt trong công tác bồi thường, giải phóng mặt bằng và tái định cư, tạo điều kiện để xây dựng các công trình cơ sở hạ tầng đúng tiến độ; phân bổ nguồn vốn hợp lý đồng thời đẩy nhanh tiến độ giải ngân nguồn vốn ODA; điều chuyển vốn của các dự án có tiến độ thực hiện chậm, giải ngân thấp và không đảm bảo tỷ lệ giải ngân theo quy định để bố trí vốn cho các dự án trọng điểm và các dự án có tiến độ thực hiện nhanh nhưng còn thiếu vốn; thường xuyên rà soát và có kế hoạch giải ngân cụ thể đối với từng dự án, gói thầu để đẩy nhanh tiến độ giải ngân vốn đầu tư công của các chương trình, dự án đảm bảo theo đúng tiến độ;

đẩy mạnh xúc tiến các hoạt động đối ngoại, thường xuyên tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh của địa phương để thu hút các nhà tài trợ nước ngoài.

Ba là, phải gắn kết chặt chẽ giữa huy động vốn và quản lý sử dụng vốn có hiệu quả đúng mục đích, như kinh nghiệm về quản lý và sử dụng vốn ODA của Thanh Hóa, hoặc kinh nghiệm về huy động vốn đóng góp tự nguyện của dân trong phát triển giao thông nông thôn, như nguyên tắc ưu tiên tuyến nào xấu nhất làm trước, cả xóm cùng chung đóng góp dưới sự quản lý, điều hành, giám sát của Ban phát triển thôn, hoặc tuyến đường thuộc xóm nào thì xóm đó tự làm trên cơ sở bản bạc đóng góp để thực hiện...

Bốn là, cần phải xây dựng các cơ chế chính sách huy động phù hợp, nhằm tạo ra cơ sở pháp lý để tỉnh thực hiện các giải pháp huy động với hiệu quả cao nhất. Ngoài việc huy động vốn cho đầu tư xây dựng các trục đường giao thông chính như đường liên tỉnh có lợi thế thương mại bằng huy động các doanh nghiệp đầu tư theo các hình thức PPP; các trục đường giao thông còn lại, có lợi thế thương mại thấp thì việc sử dụng vốn nhà nước đầu tư xây dựng vẫn chiếm vai trò chủ đạo. Đồng thời, xây dựng các chương trình dự án, đề án phát triển hệ thống giao thông đường bộ trên địa bàn Tỉnh, đặc biệt là các tuyến đường liên huyện, liên xã, các đường giao thông nông thôn.

Năm là, khai thác giá trị quỹ đất của các địa phương như Đà Nẵng là một ví dụ điển hình của việc sử dụng kênh huy động nguồn lực tài chính của Nhà nước để tập trung nguồn lực tài chính từ đất đai vào ngân sách địa phương. Đồng thời, phát huy tinh thần đóng góp của các tổ chức và cộng đồng dân cư kết hợp với sự hỗ trợ của ngân sách nhà nước xây dựng các công trình giao thông nông thôn.

Tài liệu tham khảo:

Đỗ Thiên Anh Tuấn (2012), *Nợ trái phiếu của chính quyền địa phương*, Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright, Kinh tế học khu vực công;

Nguyễn Văn Công (2008), *Giáo trình: Nguyên lý kinh tế học vĩ mô*, NXB Giáo dục, Hà Nội;

Bùi Văn Tiến (2014), *Phát triển hạ tầng giao thông đường bộ xây dựng nông thôn mới - những giải pháp để huy động vốn của tỉnh Ninh Bình*, truy cập từ http://sonongnghiep.ninhbinh.gov.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=152:phat-trin-h-tng-giao-thong-ng-b-xay-dng-nong-thon-mi-nhng-gii-phap--huy-ng-vn-ca-tnh-ninhbinh&catid=73:xay-dng-nong-thon-mi&Itemid=49;

Chính phủ (2011), *Nghị định số 01/2011/NĐ-CP ngày 05/01/2011, về phát hành trái phiếu Chính phủ, trái phiếu được Chính phủ bảo lãnh và trái phiếu chính quyền địa phương*;

Chính phủ (2015), *Nghị định số 15/2015/NĐ-CP ngày 14/02/2015, về đầu tư theo hình thức đối tác công - tư (PPP)*.

ẢNH HƯỞNG CỦA HỆ THỐNG THÔNG TIN KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TỚI HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP DỆT MAY VIỆT NAM

PGS.TS. Ngô Thị Thu Hồng* - TS. Phan Thị Thu Hiền** - Nguyễn Thị Phương Thanh***

Nghiên cứu này tập trung tìm hiểu về ảnh hưởng của hệ thống thông tin kế toán quản trị (HTTTKTQT) tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Thông qua các nhân tố cơ cấu tổ chức, nhận thức được sự không chắc chắn về môi trường, phạm vi, tính kịp thời, tổng hợp, tích hợp của HTTTKTQT trong doanh nghiệp. Ngoài ra, nghiên cứu cũng xem xét vai trò điều tiết của quy mô doanh nghiệp và tỷ lệ sản phẩm xuất khẩu. Những phát hiện này góp phần hiểu rõ hơn về ảnh hưởng của HTTTKTQT từ đó có những biện pháp cải thiện, đổi mới, phát triển HTTTKTQT, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

• Từ khóa: hệ thống thông tin kế toán quản trị, hiệu quả hoạt động, doanh nghiệp dệt may.

This article studies the influence of management accounting information system on the performance of Vietnamese textile and garment enterprises. Studying organizational structure factors to have the awareness of uncertainty relating to environment, scope, synthesis and integration of management accounting information system. In addition, the study also examines the regulatory role of firm size and the proportion of exported products. These findings contribute to a better understanding of the influence of the management accounting system, thereby providing solutions to improve, innovate and develop the management accounting system, contributing to improve the operational efficiency of enterprises.

• Key words: management accounting information system, operational efficiency, textile enterprises.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

- Management accounting information system). Tuy nhiên, trước những diễn biến xung quanh quá trình hội nhập có thể nhận thấy nhiều lực cản đối với toàn cầu hóa tại Việt Nam, trong đó có vấn đề về việc hoàn thiện MAIS và thúc đẩy hiệu quả hoạt động của DN (OP - Organization performance). Vì vậy, MAIS toàn diện và hiệu quả được coi là cần thiết trong môi trường biến động và nhiều cạnh tranh. Việc áp dụng MAIS đã nhận được sự đồng tình và ủng hộ của rất nhiều nhà nghiên cứu và những người làm công tác kế toán quản trị trên thế giới như Noordin và cộng sự (2009); Ma và Tayles, 2009; Carlsson - Wall và cộng sự, 2009; Almaryani và Sadik, 2012; Noordin và cộng sự, 2015; Oboh và Ajibolade, 2017,... Nhiều nghiên cứu khác cũng tập trung nghiên cứu tác động của MAIS đến OP của các DN. Nghiên cứu của Cadez và Guilding, 2008; Ojra, 2014; Turner và cộng sự, 2017...; đã khẳng định hiệu quả khi DN áp dụng MAIS vào quản lý và kiểm soát các hoạt động của tổ chức, gia tăng lợi thế cạnh tranh của DN.

Đối với Việt Nam, ngành dệt may được coi là ngành sản xuất và xuất khẩu lớn thứ hai trong cả nước. Vì vậy, các nghiên cứu về ứng dụng MAIS

1. Giới thiệu

Sự phát triển như vũ bão của nền công nghiệp công nghệ và hội nhập toàn cầu đặt ra yêu cầu cho các doanh nghiệp (DN) tại Việt Nam cần học hỏi nhiều hơn từ hệ thống quản trị tri thức thế giới để đầu tư, nâng cấp quản trị tri thức của DN, đặc biệt là hệ thống thông tin kế toán quản trị (MAIS

* Học viện Tài chính; email: ngothuhonghn@gmail.com

** Đại học Ngoại Thương; email: phanthuhien@ftu.edu.vn

*** Học viện Chính sách Phát triển

tại Việt Nam, đặc biệt là trong ngành dệt may là cần thiết.

2. Các giả thuyết nghiên cứu

2.1. Lý thuyết thể chế

Theo Berthod (2016), lý thuyết thể chế được phát triển dựa trên nghiên cứu về tổ chức cũng như thiết kế. Theo đó thì doanh nghiệp được coi là một thể chế nhỏ, có tất cả các nét đặc thù chung của thể chế. Theo Ninh Thị Kim Thoa (2015), lý thuyết thể chế là tập hợp các quy định hoặc nhận thức hay kể cả những tín ngưỡng có gây thay đổi, không chế sự tương tác của các chủ thể với nhau trong các bối cảnh cụ thể. Ngoài ra, khung thể chế cũng giải thích được những khác biệt trong hoạt động của doanh nghiệp như kỹ thuật cơ cấu, phương pháp, quy trình. Theo Dimaggio (1983), dưới góc độ xã hội học, có các cơ chế thay đổi doanh nghiệp phải kể tới là cưỡng chế, bắt buộc, lan toả, lý thuyết này đã có thể đưa ra lời giải thích hợp lý về sự thay đổi trong hoạt động của doanh nghiệp với các tác nhân bên ngoài.

2.2. Các giả thuyết nghiên cứu

Mối quan hệ giữa cấu trúc tổ chức và MAIS đã được Chia (1995) đưa ra các giả thuyết:

Giả thiết H1: Có tác động tích cực từ cấu trúc tổ chức tới phạm vi;

Giả thiết H2: Có tác động tích cực từ cấu trúc tổ chức tới tính kịp thời;

Giả thiết H3: Có tác động tích cực từ cấu trúc tổ chức tới tổng hợp;

Giả thiết H4: Có tác động tích cực từ cấu trúc tổ chức tới tích hợp;

Giả thiết H5: Có tác động tích cực từ nhận thức sự không chắc chắn từ môi trường tới phạm vi;

Giả thiết H6: Có tác động tích cực từ nhận thức sự không chắc chắn từ môi trường tới tính kịp thời;

Giả thiết H7: Có tác động tích cực từ nhận thức sự không chắc chắn từ môi trường tới tổng hợp;

Giả thiết H8: Có tác động tích cực từ nhận thức sự không chắc chắn từ môi trường tới tích hợp;

Giả thiết H9: Có tác động tích cực từ phạm vi tới hệ thống thông tin;

Giả thiết H10: Có tác động tích cực từ tính kịp thời tới hệ thống thông tin;

Giả thiết H11: Có tác động tích cực từ tổng hợp tới hệ thống thông tin;

Giả thiết H12: Có tác động tích cực từ tích hợp tới hệ thống thông tin;

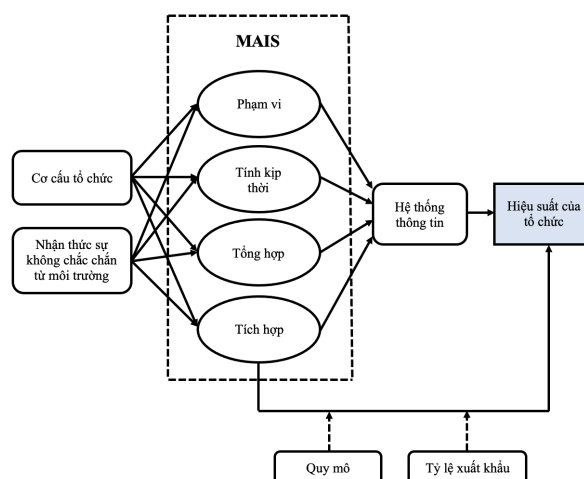
Giả thiết H13: Có tác động tích cực từ hệ thống thông tin tới hiệu quả hoạt động của DN;

Giả thiết H14: Quy mô điều tiết tác động của hệ thống thông tin tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp;

Giả thiết H15: Tỷ lệ xuất khẩu điều tiết tác động của hệ thống thông tin tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Dựa vào các giả thuyết đã được trình bày ở trên, kết hợp với quy trình nghiên cứu định tính, mô hình nghiên cứu thực nghiệm được đề xuất như hình sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện trên phạm vi cả nước, khảo sát các lãnh đạo cấp trung trở lên trong các DN dệt may Việt Nam có quy mô lớn, vừa và nhỏ trên cả nước nhằm đánh giá toàn diện ảnh hưởng của MAIS tới OP trong DN dệt may Việt Nam. Trong bài nghiên cứu này phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên để lựa chọn mẫu nghiên cứu. Nghiên cứu tiến hành phát đi 600 phiếu khảo sát và thu lại được 436 phiếu hợp lệ.

Đo lường các biến nghiên cứu

Biến **Cơ cấu tổ chức** được phát triển dựa trên nghiên cứu của Inocencia María Martínez-León và cộng sự (2011) bao gồm 5 mục với một số mục,

ví dụ: “Nhân viên được đa năng hóa”; “Nhân viên được hưởng sự linh hoạt trong công việc, không cần thủ tục làm việc”, v.v... Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0,929.

Biến **Nhận thức được sự không chắc chắn về môi trường** được xây dựng dựa trên nghiên cứu của Hwang (2005) bao gồm 4 mục, ví dụ: “Khách hàng của chúng tôi có xu hướng tìm kiếm sản phẩm mới mọi lúc”. Cronbach's alpha của mô hình là 0,905.

Biến **Phạm vi** được phát triển dựa trên nghiên cứu của Salah A. Hammad và cộng sự (2012) bao gồm 4 mục, ví dụ: “Thông tin liên quan đến các sự kiện có thể xảy ra trong tương lai”; “Thông tin phi kinh tế”. Cronbach's alpha của mô hình là 0,950.

Biến **Kịp thời** được phát triển dựa trên nghiên cứu của Salah A. Hammad và cộng sự (2012) bao gồm 3 mục, ví dụ: “Thông tin được cung cấp kịp thời khi được truyền tải vào HTTT hoặc ngay sau khi quá trình xử lý hoàn tất”. Cronbach's alpha của mô hình là 0,916.

Biến **Tổng hợp** được phát triển dựa trên nghiên cứu của Salah A. Hammad và cộng sự (2012) với 6 mục, ví dụ: “Thông tin được cung cấp về các khu vực hoặc khu vực chức năng khác nhau trong DN”. Cronbach's alpha của mô hình là 0,844.

Biến **Tích hợp** được phát triển dựa trên nghiên cứu của Salah A. Hammad và cộng sự (2012) với 3 mục, ví dụ: “Thông tin về tác động của quyết định của DN sẽ có trong toàn bộ bộ phận của DN”. Cronbach's alpha của mô hình là 0,873.

Biến **Hệ thống thông tin** được phát triển dựa trên nghiên cứu của Mandal và Bagchi (2016) với 10 mục, ví dụ: “Cung cấp công nghệ thông tin trong tổ chức”. Cronbach's alpha của mô hình là 0,948.

Biến **Hiệu suất của tổ chức** được phát triển dựa trên nghiên cứu của Jimenez và cộng sự (2013), Adebajo và cộng sự (2016) với 5 mục, ví dụ: “Tăng trưởng doanh số bán hàng”. Cronbach's alpha của mô hình là 0,894.

Tất cả các biến trên được đo lường bằng thang đo Likert 5 điểm từ 1 - Rất không đồng ý đến 5 - Rất đồng ý.

Phân tích dữ liệu SEM

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp PLS-SEM với sự hỗ trợ của hai phần mềm là SPSS.23 và Smart PLS 3.3 để phân tích dữ liệu thu thập được. Bước đầu tiên khi sử dụng kỹ thuật này là đánh giá mô hình đo lường, trong đó có 4 tiêu chí để đánh giá: độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và đa cộng tuyến theo đề xuất của Henseler và cộng sự (2009). Tiếp theo, cần đánh giá mô hình cấu trúc dựa trên 4 khía cạnh: đa cộng tuyến, hệ số R-square, hệ số Path Coefficient và độ phù hợp của mô hình dựa trên đề xuất của Hair và cộng sự (2017). Cuối cùng, giả thuyết thống kê được kiểm định thông qua T-value để kiểm định giả thuyết thống kê, trong đó nếu T-value < α thì giả thuyết được ủng hộ ở mức ý nghĩa α . Ngoài ra, hệ số tác động còn được dùng để đánh giá mức độ mạnh yếu của các tác động cũng như dấu hiệu của tác động. Trong phần này sẽ chia thành các giai đoạn để kiểm định từng giả thuyết riêng biệt, bao gồm: (1) Kiểm định Bootstrap, (2) Kiểm định vai trò trung gian; (3) Phân tích đa nhóm và (4) Kiểm tra vai trò điều tiết. Các tiêu chí nghiên cứu cụ thể được trình bày trong phần kết quả nghiên cứu định lượng.

4. Kết quả nghiên cứu

Kiểm định độ tin cậy

Để đánh giá độ tin cậy của mô hình đo lường, nghiên cứu sử dụng hai hệ số là độ tin cậy Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (Hair và cộng sự, 2014). Hệ số Cronbach's Alpha có giá trị lớn hơn 0,7 và độ tin cậy tổng hợp có giá trị lớn hơn 0,7 thì mô hình đo lường có ý nghĩa. Bảng 4,1 chỉ ra rằng các biến nghiên cứu đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,8 thỏa mãn độ tin cậy rất tốt của thang đo. Đồng thời giá trị cũng cho thấy phương sai trích đều lớn hơn 0,6 với thấp nhất là 0.682 hoàn toàn phù hợp cho việc thực hiện các kiểm định tiếp theo.

**Bảng 1. Độ tin cậy tổng hợp
(Construct Reliability and Validity)**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
AGG	0.844	0.845	0.895	0.682
INT	0.874	0.882	0.922	0.798
IS	0.948	0.949	0.955	0.682
OP	0.895	0.896	0.927	0.761
OS	0.929	0.932	0.946	0.779

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
PEU	0.906	0.909	0.934	0.779
SCO	0.950	0.951	0.964	0.870
TIM	0.916	0.917	0.947	0.856

Tổng hợp của nghiên cứu từ Smart PLS

Kiểm định độ giá trị hội tụ

Thang đo đạt được giá trị hội tụ khi các hệ số tải (Outer loading) của thang đo đều lớn hơn 0,7 (Henseler và cộng sự, 2009). Kết quả cho thấy tất cả các thang đo đều có hệ số tải lớn hơn 0,7 đảm bảo cho việc hội tụ giá trị. Như vậy, các thang đo đều đạt được giá trị hội tụ và đảm bảo cho việc tiếp tục thực hiện nghiên cứu.

Kiểm định độ giá trị phân biệt

Nghiên cứu sử dụng tiêu chí Heterotrait-monotrait ratio (HTMT), khi giá trị HTMT đều nhỏ hơn 0,9 thì hai biến được coi là phân biệt (Hair và cộng sự, 2017). Từ kết quả của Bảng 3 cho thấy các giá trị trong bảng đều nhỏ hơn 0,85 và giá trị lớn nhất là 0,489 đảm bảo độ giá trị phân biệt rất tốt.

Bảng 2. Độ giá trị phân biệt (Discriminant Validity - Heterotrait-Monotrait Ratio HTMT)

	AGG	INT	IS	OP	OS	PEU	SCO	TIM
AGG								
INT	0.279							
IS	0.339	0.387						
OP	0.301	0.489	0.454					
OS	0.245	0.296	0.338	0.341				
PEU	0.303	0.435	0.394	0.463	0.265			
SCO	0.319	0.217	0.375	0.405	0.294	0.188		
TIM	0.054	0.178	0.261	0.131	0.313	0.305	0.147	

Tổng hợp của nghiên cứu từ Smart PLS

Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến

Dò tìm đa cộng tuyến thông qua hệ số phóng đại phương sai (Variance Inflation Factor-VIF), theo Hair và cộng sự (2019), hệ số VIF nên nhỏ hơn 3 để tránh hiện tượng đa cộng tuyến, tuy nhiên VIF > 5 vẫn được chấp nhận. Kết quả từ Bảng 4 cho thấy tất cả các thang đo đều có hệ số VIF < 5, ngoại trừ thang đo SCO2 là 5.197 < 10, tuy nhiên vẫn được chấp nhận. Như vậy, các thang đo đều thỏa mãn điều kiện để thực hiện phân tích tiếp theo.

Bảng 4. Hệ số VIF

VIF	VIF	VIF	VIF	VIF	VIF
AGG1 1.771	IS1 2.947	IS7 3.012	OS1 3.289	PEU3 2.571	TIM2 3.111
AGG2 1.821	IS10 2.894	IS8 2.920	OS2 3.968	PEU4 2.843	TIM3 3.160
AGG3 1.867	IS2 3.159	IS9 2.842	OS3 2.523	SCO1 3.747	OP5 2.819
AGG5 2.225	IS3 2.721	OP1 1.939	OS4 3.379	SCO2 5.197	OS1 3.289
INT1 2.194	IS4 3.180	OP2 2.836	OS5 2.596	SCO3 4.527	
INT2 2.667	IS5 2.628	OP4 2.692	PEU1 2.652	SCO4 4.721	
INT3 2.314	IS6 2.816	OP5 2.819	PEU2 2.671	TIM1 3.455	

Tổng hợp của nghiên cứu từ Smart PLS

Đánh giá sự phù hợp của mô hình nghiên cứu

Hệ số SRMR của mô hình là 0,04 nhỏ hơn 0,08 đảm bảo về sự phù hợp của mô hình (Hair và cộng sự 2014). Hệ số NFI và $d_G < 0,95$ đảm bảo sự phù hợp tuy nhiên d_ULS còn tương đối lớn nhưng vẫn có thể chấp nhận để thực hiện phân tích mô hình.

Đánh giá hệ số R-square

Hệ số R-square đo mức độ phù hợp với mô hình của dữ liệu hay khả năng giải thích của mô hình. Các giá trị khoảng 0,67 trở lên sẽ tương ứng là giá trị mạnh, khoảng 0,33 là trung bình và 0,19 là yếu. ((Hair và cộng sự, 2014). Kết quả ở Bảng 5 cho thấy OP được giải thích 27,2% bởi mô hình là một giá trị tương đối thấp. Các nhân tố IS, INT có hệ số R-Square tương tự là 0,267 và 0,185 cũng không quá tốt, cho thấy mô hình chưa có sự liên kết chặt chẽ.

Bảng 5. Hệ số R-square

	R Square	R Square Adjusted
AGG	0.097	0.093
INT	0.185	0.181
IS	0.267	0.260
OP	0.272	0.268
SCO	0.090	0.086
TIM	0.129	0.125

Tổng hợp của nghiên cứu từ Smart PLS

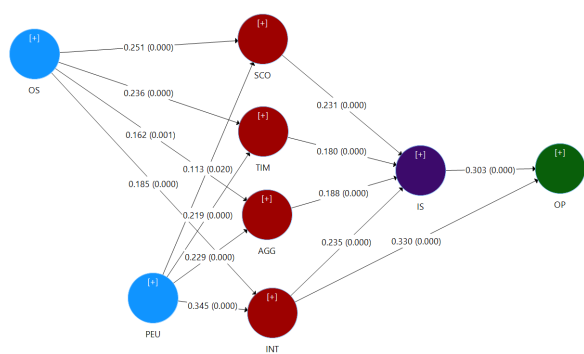
Đánh giá hệ số F-square

Hệ số F-square thể hiện mức độ tương quan của biến này với biến khác, nếu hệ số F-square lớn hơn 0,15 sẽ cho thấy hai biến có mối quan hệ chặt chẽ với nhau và hệ số F-square nhỏ hơn 0,02 sẽ cho thấy hai biến hầu như không có mối quan hệ với nhau (Hair và cộng sự, 2014). Kết quả chỉ ra rằng

hệ số F-square của các tác động đều > 0.02 trừ tác động của PEU tới SCO nhưng nhìn chung đều tương đối thấp.

Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật Bootstrapping trong phần mềm Smart PLS để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả ở Hình 2 cho thấy trong 14 giả thuyết H1-H14 thì có 12 giả thuyết được ủng hộ ở mức ý nghĩa 1% do giá trị P-value < 0.001 , giả thuyết H3 và H5 được ủng hộ ở mức ý nghĩa 5%. Hệ số tác động đều mang dấu dương cho thấy chiều tác động giữa các nhân tố đều là tác động tích cực.

Hình 2. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu (trích từ Smart PLS)



Tổng hợp của nghiên cứu từ Smart PLS

Trong các tác động từ cơ cấu tổ chức tới HTTTKTQT (MAIS) thì tác động tới phạm vi và tính kịp thời là lớn nhất với hệ số tác động lần lượt là 0,251 và 0,236 cho thấy rằng cơ cấu tổ chức đóng vai trò quan trọng trong việc điều chỉnh phạm vi cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho tính kịp thời của HTTTKTQT. Các tác động còn lại tới tính tổng hợp (AGG) là 0,162 và tích hợp là 0,185 cũng không thấp hơn nhiều cho thấy cơ cấu tổ chức phân bổ đều tác động tới các nhân tố ở trong MAIS.

Đối với các tác động từ việc nhận thức về sự không chắc chắn về môi trường (PEU) thì tác động lớn nhất là tới yếu tố tích hợp với hệ số tác động là 0,345 và thấp nhất là tính phạm vi với hệ số tác động là 0,113. Tác động từ PEU tới TIM và AGG tương đồng nhau với hệ số tác động lần lượt là 0,219 và 0,229.

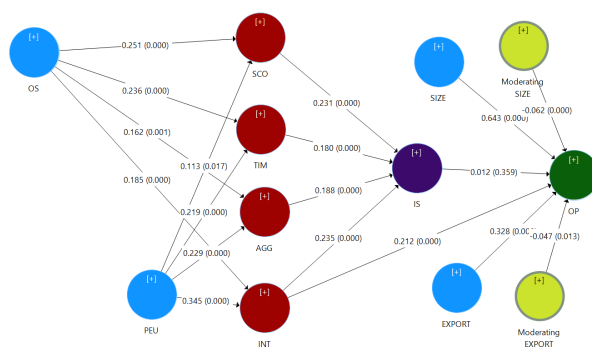
Tiếp theo, nghiên cứu tác động từ MAIS tới HTTT của tổ chức (IS) cho thấy INT và SCO là 2 nhân tố có tác động lớn nhất với hệ số tác động

0,235 và 0,231. Hai nhân tố còn lại là tính kịp thời và tổng hợp là 0,180 và 0,188. Mức độ đồng đều này cho thấy các doanh nghiệp dệt may ở Việt Nam đều kết hợp tương đối tốt và đồng đều các thành phần của HTTTKTQT tới việc xử lý thông tin trong HTTT của doanh nghiệp.

Cuối cùng, hệ số tác động từ IS tới hiệu quả hoạt động (OP) là 0,303 và hệ số tác động từ INT tới OP là 0,330 cho thấy rằng tác động trực tiếp từ việc đồng bộ hóa doanh nghiệp (tích hợp) giúp cải thiện hiệu quả nhiều hơn cả tác động của HTTT của doanh nghiệp. Do đó cho thấy, các hiệu quả của các doanh nghiệp dệt may đang được cải thiện nhiều từ việc tích hợp trong MAIS với đặc thù của công ty dệt may Việt Nam là tỷ lệ xuất khẩu lớn.

Sử dụng kỹ thuật Bootstrapping trong Smart PLS 3.3, kết quả kiểm định vai trò điều tiết như sau:

Hình 3. Kết quả kiểm định vai trò điều tiết



Tổng hợp của nghiên cứu từ Smart PLS

Hình 3 cho thấy hai biến điều tiết đều có tác động điều tiết với P-value $< 0,05$, giả thuyết H15, H16 được ủng hộ. Đối với biến điều tiết Size, các doanh nghiệp càng lớn thì việc nâng cao tích hợp trong MAIS sẽ có tác động lớn đối với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Nhưng ngược lại, đối với các doanh nghiệp nhỏ, tác động của việc nâng cao yếu tố tích hợp thậm chí còn đem lại tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động vì doanh nghiệp phải tốn thêm nhiều các chi phí liên quan phát sinh trong khi việc thay đổi lại không có ý nghĩa với hệ thống nhỏ của doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp dệt may nhỏ của Việt Nam cần phải xem xét đầy đủ chi phí/lợi ích để có thể đưa ra kết quả đúng đắn trong việc phát triển INT trong MAIS nhằm đem lại lợi ích tối đa cho doanh nghiệp. Còn

đối với các doanh nghiệp lớn thì nên đầu tư phát triển INT để có thể gia tăng thêm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Đối với biến điều tiết Export, các doanh nghiệp có tỷ lệ sản phẩm xuất khẩu cao thì việc cải thiện INT sẽ cải thiện hiệu quả hoạt động cho doanh nghiệp. Còn đối với các doanh nghiệp có tỷ lệ sản phẩm xuất khẩu càng thấp thì dường như không có tác động từ INT tới hiệu quả hoạt động hoặc đôi khi là nhận được tác động tiêu cực.

Thông qua phân tích biến điều tiết cho thấy trong các doanh nghiệp dệt may Việt Nam thì việc phát triển INT phụ thuộc vào quy mô (lớn) và tỷ lệ sản phẩm xuất khẩu (cao) để mang lại hiệu quả hoạt động tốt nhất.

5. Kết luận

Hiện nay, hệ thống thông tin kế toán quản trị là một khái niệm khá mới mẻ tại Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp, đặc biệt doanh nghiệp dệt may trên cả nước chưa nhận thức sâu sắc về vấn đề này cũng như thực hiện hệ thống thông tin kế toán quản trị mạnh mẽ trong doanh nghiệp. Nhằm nâng cao chất lượng hệ thống thông tin kế toán quản trị trong doanh nghiệp, Chính phủ ban hành nhiều văn bản quy định cụ thể, xây dựng khung pháp lý rõ ràng, tạo điều kiện doanh nghiệp hoạt động và phát triển. Điều đó cho thấy, Chính phủ đã và đang nỗ lực ban hành chính sách hỗ trợ cũng như các quy định chặt chẽ, rõ ràng nhằm tạo môi trường an toàn, lành mạnh, thúc đẩy hoạt động trong hệ thống kế toán quản trị tại các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng.

Tài liệu tham khảo:

- Abernethy, M. A., & Bouwens, J. (2005). Determinants of accounting innovation implementation. *Abacus*, 41(3), 217-240.
- Adebajo, D., Teh, P. L., & Ahmed, P. K. (2016). The impact of external pressure and sustainable management practices on manufacturing performance and environmental outcomes. *International Journal of Operations & Production Management*.
- Ahmad, K. (2012). The use of management accounting practices in Malaysian SMEs.
- Bộ Tài chính. (2006). Thông tư 53/2006/TT-BTC
- Chenhall, R. H., & Morris, D. (1986). The impact of structure, environment, and interdependence on the perceived usefulness of management accounting systems. *Accounting Review*, 16-35.
- Chính phủ. (2016). Nghị định 174/2016/NĐ-CP
- Chính phủ. (2021). Nghị quyết 105/NQ-CP
- Chong, V. K., & Chong, K. M. (1997). Strategic choices, environmental uncertainty and SBU performance: a note on the

intervening role of management accounting systems. *Accounting and Business Research*, 27(4), 268-276.

Erserim, A. (2012). The impacts of organizational culture, firm's characteristics and external environment of firms on management accounting practices: an empirical research on industrial firms in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 372-376.

González-Alcaide, Gregorio et al. (2012). Redes de Colaboración y Autorías Científicas Sobre La Enfermedad de Chagas: Análisis de Las Publicaciones Indexadas En PubMed (1940-2009). *Revista do Instituto de Medicina Tropical de Sao Paulo* 54(4). 219-28. https://www.researchgate.net/publication/233381188_Gonzales_Alcaide_2012 (December 26, 2022).

GoriSoobaroyen, T., & Poorundersing, B. (2008). The effectiveness of management accounting systems: Evidence from functional managers in a developing country. *Managerial Auditing Journal*, a.

Hair, J. F. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equations Modeling (PLS-SEM)* SAGE. Newcastle upon Tyne, UK.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.

Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *The Academy of Management Review*, 9(2). 193-206. <https://doi.org/10.2307/258434>

Hammad, S. A., Jusoh, R., & Ghazali, I. (2013). Decentralization, perceived environmental uncertainty, managerial performance and management accounting system information in Egyptian hospitals. *International Journal of Accounting and Information Management*.

Hammad, Salah A., Ruzita Jusoh, and Elaine Yen Nee Oon. (2010). Management Accounting System for Hospitals: A Research Framework. *Industrial Management and Data Systems*, 110(5). 762-84.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing*. Emerald Group Publishing Limited.

Hùng, T. N. (2016). Các nhân tố tác động đến việc vận dụng kế toán quản trị trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam (Doctoral dissertation, Trường Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh).

Hwang, E. J. (2005). Strategic management and financial performance in South Korean apparel retail stores (Doctoral dissertation, Virginia Tech).

Islam, Jesmin, and Hui Hu. (2012). A Review of Literature on Contingency Theory in Managerial Accounting. *African Journal of Business Management*

Jimenez-Jimenez, D., & Sanz-Valle, R. (2013). Studying the effect of HRM practices on the knowledge management process. *Personnel Review*.

Loan, N. T. (2016). Kế toán quản trị chiến lược với hệ thống kiểm soát quản lý tại các doanh nghiệp ở Việt Nam. *Khoa học và công nghệ*. 83-90.

Meacham, J., Toms, L., Green, K. W., & Bhadauria, V. S. (2013). Impact of information sharing and green information systems. *Management Research Review*.

Nguyễn, T. H. (2015). Vận dụng hệ thống phương pháp Kế toán, kiểm toán và phân tích quản trị chi phí vào chu kỳ sống của sản phẩm tại các doanh nghiệp sản xuất gạch ốp lát Việt Nam.

Nhị, V. V., Toàn, P. N., & Nga, N. T. H. (2019). Kế toán quản trị áp dụng cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Ninh Thị Kim Thoa, TS (2015). *Quản Lý Thư Viện Đại Học Việt Nam: Mô Hình Tiếp Cận Từ Lý Thuyết Thể Chế*. http://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/117763 (December 26, 2022).

Noordin, R., Zainuddin, Y., Mail, R., & Sariman, N. K. (2015). Performance outcomes of strategic management accounting information usage in Malaysia: insights from electrical and electronics companies. *Procedia Economics and Finance*, 31, 13-25.

Quốc hội. (2015). Luật kế toán 88/2015/QH13

Thapayom, A. (2019). Strategic management accounting techniques and organizational sustainable performance: evidence from industrial estates in Rayong area, Thailand. *Journal of Modern Management Science*, 12(1), 51-74.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN MẠNG DI ĐỘNG CỦA KHÁCH HÀNG KHU VỰC TỈNH TRÀ VINH

PGS.TS. Nguyễn Hồng Hà* - Nguyễn Văn Giữ**

Nghiên cứu Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng trên thị trường khu vực tỉnh Trà Vinh bằng phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp 250 khách hàng cá nhân đang sử dụng các mạng di động như: Viettel, Vinaphone, Mobiphone, Vietnammobile tại tỉnh Trà Vinh. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu liên quan, nhóm tác giả sử dụng phương pháp hồi quy đa biến. Kết quả nghiên cứu đã tìm ra 06 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng tại tỉnh Trà Vinh theo thứ tự quan trọng nhất đến kém quan trọng là: Chiêu thị, Công nghệ, Chăm sóc khách hàng, Chi phí sử dụng, Sự thuận tiện, Chất lượng mạng. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả đề xuất hàm ý quản trị cho các nhà mạng xây dựng chính sách phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn trong tương lai.

• Từ khóa: mạng di động, quyết định lựa chọn, khách hàng cá nhân, hàm ý quản trị, tỉnh Trà Vinh.

The research on factors affecting customers' decision to choose a mobile network in Tra Vinh province by collecting primary data of 250 individual customers using mobile networks such as: Viettel, Vinaphone, Mobiphone, Vietnammobile in Tra Vinh province. On the basis of inheriting related studies, the authors use multivariate regression method, Research results have found 06 factors affecting the decision to choose a mobile network of customers in Tra Vinh province in order of most importance to least important: Marketing, Technology, Customer care, Usage cost, Convenience, Network quality. On that basis, the authors propose administrative implications for network company to develop better customer service policies in the future.

• Key words: mobile network, choice decision, individual customers, managerial implications, Tra Vinh province.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

biến không ngừng của xã hội cũng như sự phát triển kinh tế của đất nước đã kích thích và tạo điều kiện cho khách hàng phát sinh những nhu cầu cao hơn trong lĩnh vực thông tin di động. Cùng với xu thế chung của thế giới, các nhà cung cấp và khách hàng tại Việt Nam đã thực sự quan tâm đến lĩnh vực đa dịch vụ, đặc biệt là việc khai thác và sử dụng dữ liệu lớn, dịch vụ giá trị gia tăng và dịch vụ nội dung. Có thể nói dịch vụ thông tin nói chung và dịch vụ thông tin di động nói riêng trên thế giới cũng như ở Việt Nam đang phát triển nóng với tốc độ nhanh không chỉ về quy mô mà còn phát triển theo chiều sâu, ngày càng đáp ứng mọi mong muốn tiềm tàng trong nhu cầu không ngừng biến đổi của người tiêu dùng. Thế giới và Việt Nam đã chuyển sang giai đoạn mới – Giai đoạn của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, trong đó lĩnh vực thông tin di động là nền tảng không thể thiếu giúp Việt Nam có thể theo kịp tốc độ phát triển chung của toàn thế giới, đưa các ứng dụng trên nền công nghệ hiện đại như tài chính di động, Internet vạn vật (IoT/Internet of Things),... vào phục vụ đời sống và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội.

Tại Trà Vinh nhu cầu sử dụng dịch vụ viễn thông ngày càng tăng, thị phần Viettel chiếm 63%, Mobifone chiếm 23%, Vinaphone chiếm 11% (báo cáo các doanh nghiệp viễn thông trên địa bàn, 2021).

1. Giới thiệu

Nhu cầu sử dụng dịch vụ thông tin di động tại Việt Nam trong những năm gần đây có sự chuyển biến mạnh mẽ, đặc biệt là từ năm 2015 đến nay, khách hàng trong nước gần như đã được thỏa mãn các dịch vụ thông tin cơ bản như thoại, tin nhắn mà các doanh nghiệp viễn thông cung cấp ở mọi lúc mọi nơi. Tuy nhiên, với quá trình toàn cầu hóa và hội nhập sâu rộng của Việt Nam trên trường quốc tế, sự chuyển

* Trường Kinh tế - Luật; Trường Đại học Trà Vinh; email: hongha@tvu.edu.vn

** Công ty Mobiphone Chi nhánh Trà Vinh; email: nguyenvangiu7@gmail.com

Nhìn tổng thể ở các địa bàn thì Viettel là nhà mạng dẫn đầu thị phần về thuê bao nhưng trên mỗi phân khúc khách hàng, trên mỗi địa bàn cấp thành phố/thị xã/huyện thị phần của 3 nhà mạng có khác nhau. Từ những vấn đề trên, có thể thấy việc nghiên cứu cấu trúc xã hội, nắm bắt và thấu hiểu hành vi mua, đặc biệt là làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn nhà mạng có các dịch vụ giá trị gia tăng, dịch vụ nội dung và dịch vụ dữ liệu tốt chứ không chỉ đơn thuần là các dịch vụ cơ bản như thoại và tin nhắn của khách hàng trong giai đoạn hiện nay là rất cần thiết, không chỉ quan trọng về mặt lý luận mà còn có ý nghĩa cấp thiết đối với cơ quan quản lý Nhà nước, với thực tế của doanh nghiệp và của cả khách hàng. Tác giả nhận thấy ở Việt Nam có nhiều công trình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng viễn thông di động, tuy nhiên tại tỉnh Trà Vinh chưa đi sâu phân tích sự ảnh hưởng, tác động giữa các nhân tố trong tiến trình từ khi khách hàng nhận thức nhu cầu đến việc tìm kiếm thông tin, đánh giá và lựa chọn phương án để đưa ra quyết định lựa chọn mạng di động.

2. Literatur tài liệu

Haquea, Rahman và Ahmad (2010) đã chỉ ra rằng có bốn nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn dịch vụ viễn thông của khách hàng tại Bangladesh là chất lượng dịch vụ, giá, chất lượng và tính sẵn có của sản phẩm, chính sách xúc tiến. Trong khi, Ashaduzzaman, Ahmed và Khan (2011) cho rằng các yếu tố ảnh hưởng hành vi lựa chọn của người tiêu dùng là thành viên gia đình, bạn bè, đồng nghiệp (nhóm tham khảo). Bên cạnh đó các đặc trưng về giới, tuổi, giai tầng xã hội, nghề nghiệp và tôn giáo cũng là những nhân tố có ảnh hưởng đến sự lựa chọn của người tiêu dùng Bangladesh đối với các nhà mạng tại đây.

Olatokun và Nwone (2012) khẳng định các yếu tố như chất lượng dịch vụ, giá cước, tính sẵn có của sản phẩm, dịch vụ, chính sách truyền thông, hình ảnh thương hiệu là những yếu tố tác động mạnh đến sự lựa chọn nhà mạng của người tiêu dùng Nigeria. Đồng thời, Henry và Quansah (2013) tìm ra các nhân tố tác động đến việc lựa chọn thương hiệu nhà cung cấp dịch vụ viễn thông gồm 6 yếu tố bao gồm: Nhận thức thương hiệu, Hình ảnh thương hiệu, Cảm nhận về chất lượng, Giá, Sự thuận tiện và Lòng trung thành với thương hiệu.

Macharia, Mugure (2011) đã chứng minh các yếu tố như giá, mức độ bao phủ của mạng di động, nhận thức của khách hàng và chất lượng của dịch vụ tác

động đến việc lựa chọn mạng di động của người tiêu dùng. Trong khi, Mazzonia, Castaldi, Addeo (2007) tập trung vào những đặc tính của người tiêu dùng Ý để phân đoạn thị trường. Kết quả nghiên cứu tác giả đưa ra ba nhóm biến vào để sử dụng phân đoạn thị trường bao gồm: thuộc tính kinh tế, tính vật lý của sản phẩm, kỹ thuật, tính thẩm mỹ và xu hướng sử dụng phương tiện truyền thông tại Ý.

Kim, Park và Jeong (2004) đã đề xuất và chỉ rõ mối quan hệ giữa sự thỏa mãn khách hàng, hành vi sử dụng và rào cản chuyển đổi đến hành vi sử dụng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông di động ở Hàn Quốc. Trong đó biến rào cản chuyển đổi bao gồm các nhân tố chi phí chuyển đổi, mối quan hệ cá nhân, sự hấp dẫn, thay thế của đối thủ và khả năng phục hồi dịch vụ. Nghiên cứu của Arun Kumar Tarofder và Ahasanul Haque (2007) tập trung vào 4 nhà cung cấp lớn, chi phối chính đến việc kinh doanh viễn thông di động tại Malaysia là: Telecom Malaysia, Maxis, DiGi và Celcom. Nghiên cứu đã tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ viễn thông di động ở Malaysia là: (1) Chi phí; (2) Công nghệ; (3) Đánh giá chất lượng và (4) Hồ sơ tổ chức của nhà cung cấp dịch vụ.

Trần Hữu Ái (2014), đã khảo sát 392 khách hàng sử dụng mạng điện thoại di động. Kết quả nghiên cứu tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng mạng như: chất lượng dịch vụ, giá cước, chi phí; yếu tố công nghệ; dịch vụ giá trị gia tăng, dịch vụ chăm sóc khách hàng, khuyến mãi và uy tín, thương hiệu. Lê Hồng Nhật, Trần Thiện Trúc Phương (2006) cho rằng: Quảng cáo, khuyến mãi, tư vấn của cửa hàng, ý kiến bạn bè và người thân; yêu cầu cá nhân về mạng bao gồm chất lượng sóng, giá cước, tiện ích mạng; độ tuổi.

Trong khi, Lê Công Hoa, Lê Chí Công (2012) đã nêu các nhân tố: Chất lượng cuộc gọi, cấu trúc giá, dịch vụ gia tăng, sự thuận tiện và dịch vụ khách hàng ảnh hưởng đến việc chọn mạng. Sử dụng kỹ thuật phân tích IPA bao quát hết toàn bộ các thuộc tính chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực viễn thông di động.

Đào Trung Kiên và CTV (2015) khảo sát 897 khách hàng tại Tuyên Quang cho thấy có 05 nhân tố ảnh hưởng tới sự trung thành khách hàng là (1) chất lượng cuộc gọi, (2) thái độ phục vụ, (3) tổn thất chuyển đổi, (4) sự thuận tiện và (5) tiện ích giao dịch.

Nguyễn Đình Yến Oanh và Phạm Thụy Bích Uyên (2016) đã khảo sát 325 người tiêu dùng đang sinh sống và làm việc trên địa bàn tỉnh An Giang. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 nhân tố ảnh hưởng

đến quyết định lựa chọn mạng di động tại tỉnh An Giang: Tính linh hoạt, Dịch vụ đa dạng, Nhận thức sự hữu ích, Nhận thức sự tín nhiệm và Nhận thức tính dễ sử dụng.

Dương Trí Thảo và Nguyễn Hải Biên (2011) khảo sát 388 khách hàng tại thành phố Nha Trang. Kết quả nghiên cứu cho thấy 5 nhân tố ảnh hưởng gồm: chất lượng cuộc gọi; dịch vụ giá trị gia tăng; sự thuận tiện; cấu trúc giá; và dịch vụ khách hàng. Bên cạnh đó, Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021), sử dụng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS -SEM) đối với số liệu được thu thập từ 273 khách hàng đang sử dụng dịch vụ mạng viễn thông di động của các nhà cung cấp dịch vụ hiện nay. Kết quả phân tích dữ liệu chỉ ra rằng các giả thuyết đề xuất đều được ủng hộ; giá trị cảm nhận và sự hài lòng đóng vai trò trung gian giữa chất lượng hệ thống, chất lượng mạng, hình ảnh thương hiệu, chi phí sử dụng và sự gắn kết của khách hàng với nhà cung cấp dịch vụ.

Nguyễn Đức Quân (2018), thu thập dữ liệu sơ cấp 600 khách hàng sử dụng mạng di động của khách hàng trên thị trường khu vực Bình Trị Thiên. Kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra các giai đoạn, mỗi giai đoạn có các nhân tố ảnh hưởng khác nhau: Giai đoạn nhận thức nhu cầu (Bạn bè, Chất lượng mạng, Giá rẻ); Giai đoạn tìm kiếm thông tin; Giai đoạn đánh giá phương án; Giai đoạn ra quyết định (Tính hữu ích, tính dễ sử dụng; thái độ hướng tới sử dụng).

Nhìn chung, những tài liệu cùng đề tài nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng của những công trình nghiên cứu trước đã đưa ra những giải pháp tốt nhằm giúp doanh nghiệp đứng vững và khẳng định được vị thế của mình trên thị trường. Tuy nhiên, trên địa bàn tỉnh Trà Vinh chưa có bất kỳ một công trình nghiên cứu, phân tích nào liên quan.

3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng khu vực tỉnh Trà Vinh dựa vào cơ sở lý thuyết và kết quả tổng quan các công trình nghiên cứu trước như sau:

$$QĐ = \beta_0 + \beta_1 CP + \beta_2 CLM + \beta_3 CN + \beta_4 TT + \beta_5 CSKH + \beta_6 CT + u$$

Trong đó: Y: Quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng (biến phụ thuộc);

X_i ($i = 1;6$): Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng khu vực

tỉnh Trà Vinh; β_j ($j = 1;6$): Hệ số hồi quy; β_0 : Hằng số; u : Phần dư.

Bảng 1: Bảng tổng hợp các biến trong mô hình

STT	Ký hiệu biến	Tên biến	Chi tiết tên biến	Cơ sở chọn biến	Kỳ vọng biến
1	X_1	Độc lập	Chi phí sử dụng	Haqea, Rahman và Ahmad (2010), Olatokun và Nwone (2012); Macharia, Mugure (2011); Arun Kumar Tarofder và Ahasanul Haque (2007); Trần Hữu Ái (2014), Lê Hồng Nhật, Trần Thiện Trúc Phương (2006)	+
2	X_2	Độc lập	Chất lượng mạng	Ashaduzzaman, Ahmed và Khan (2011), Haqea, Rahman và Ahmad (2010), Olatokun và Nwone (2012), Macharia, Mugure (2011), Lê Công Hoa, Lê Chí Công (2012), Đào Trung Kiên và ctv (2015)	+
3	X_3	Độc lập	Công nghệ	Arun Kumar Tarofder và Ahasanul Haque (2007), Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021), Nguyễn Đức Quân (2018), Nguyễn Đình Yến Oanh và Phạm Thụy Bích Uyên (2016)	+
4	X_4	Độc lập	Sự thuận tiện	Kim, Park và Jeong (2004), Olatokun và Nwone (2012), Arun Kumar Tarofder và Ahasanul Haque (2007), Trần Hữu Ái (2014), Nguyễn Đình Yến Oanh và Phạm Thụy Bích Uyên (2016), Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021)	+
5	X_5	Độc lập	Chăm sóc khách hàng	Nguyễn Đức Quân (2018), Olatokun và Nwone (2012); Macharia, Mugure (2011); Arun Kumar Tarofder và Ahasanul Haque (2007); Trần Hữu Ái (2014), Lê Hồng Nhật, Trần Thiện Trúc Phương (2006)	+
6	X_6	Độc lập	Chiều thị	Arun Kumar Tarofder và Ahasanul Haque (2007), Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021), Nguyễn Đức Quân (2018), Nguyễn Đình Yến Oanh và Phạm Thụy Bích Uyên (2016)	+
8	Y	Phụ thuộc	Quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng	Tổng hợp từ các nghiên cứu lược khảo	+/-

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu lược khảo

Nhóm tác giả chọn được 9 xã đại diện cho 9 huyện để khảo sát, xác định được 250 đối tượng khảo sát, sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện để tiếp cận và khảo sát người sử dụng thuê bao di động. Phân tích hồi quy được thực hiện các biến độc lập và biến phụ thuộc. Giá trị của mỗi nhân tố dùng để chạy hồi quy là giá trị trung bình của các biến quan sát thuộc nhân tố đó. Kết quả hồi quy được đánh giá thông qua hệ số R^2 hiệu chỉnh $> 50\%$ (đánh

giá mức độ phù hợp của mô hình) và kiểm định F (kiểm định mức độ phù hợp của mô hình). Đồng thời, tiến hành kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến thông qua xem xét độ chấp nhận (Tolerance) và hệ số phóng đại phương sai của các biến (VIF) < 10 không bị đa cộng tuyến, nếu Tolerance nhỏ và VIF > 10 là dấu hiệu của đa cộng tuyến.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Qua số liệu tại Bảng 2 ta thấy, mức ý nghĩa (Sig.) của 6 biến độc lập: TT, CLM, CN, CT, CP, CSKH đều tương quan có ý nghĩa thống kê đối với biến phụ thuộc Quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng, trong đó biến độc lập TT có giá trị Sig. lớn nhất so với 5 biến độc lập còn lại trong mô hình bằng 0,02 (độ tin cậy 99,8%) (độ tin cậy thấp hơn so với 5 biến độc lập còn lại của mô hình)

Bảng 2: Kết quả kiểm định hệ số hồi quy

Các biến	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa		Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta	t		Giá trị dung sai	VIF
	(0,000)	0,043		(0,000)	1,000		
Sự thuận tiện	0,133	0,043	0,133	3,120	0,002***	1,000	1,000
Chất lượng mạng	0,111	0,043	0,111	2,593	0,010**	1,000	1,000
Công nghệ	0,351	0,043	0,351	8,220	0,000***	1,000	1,000
Chiêu thị	0,470	0,043	0,470	10,998	0,000***	1,000	1,000
Chi phí sử dụng	0,292	0,043	0,292	6,841	0,000***	1,000	1,000
Chăm sóc khách hàng	0,311	0,043	0,311	7,277	0,000***	1,000	1,000

Nguồn: Phân tích từ số liệu khảo sát, 2023

Ghi chú: ***: có ý nghĩa ở mức 99%, **: có ý nghĩa ở mức 95%

Các biến trong mô hình là Sự thuận tiện, Chất lượng mạng, Công nghệ, Chiêu thị, Chi phí sử dụng (CP) và Chăm sóc khách hàng đều có ý nghĩa thống kê nên chấp nhận giả thuyết có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc Quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng khu vực Trà Vinh.

Quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng khu vực Trà Vinh thông qua hệ số hồi quy chuẩn hóa theo thứ tự giảm dần như sau: biến Chiêu thị (CT) có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất (với mức độ là 28,18%); biến Công nghệ (CN) có mức độ ảnh hưởng mạnh thứ 2 (với mức độ là 21,04%); biến Chăm sóc khách hàng (CSKH) với mức độ là 18,65%); biến Chi phí sử dụng (CP) mức độ là 17,51%); biến Sự

thuận tiện (TT) với mức độ là 7,97% và biến Chất lượng mạng với mức độ là 6,65%.

5. Hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy quyết định lựa chọn nhà mạng di động của khách hàng khu vực tỉnh Trà Vinh

5.1. Đẩy mạnh hoạt động chiêu thị

Đa dạng hoá nhiều nguồn thông tin để khách hàng có thể dễ dàng tìm hiểu về các gói dịch vụ của nhà mạng, có thể quảng bá thông qua các chương trình tài trợ tại các trường học, đặc biệt là trường đại học, tổ chức các chương trình tri ân khách hàng và đóng góp cho các hoạt động xã hội, phát huy hiệu quả nhiều chương trình bán hàng online (mạng xã hội) và offline, áp dụng chiết khấu nạp thẻ cho khách hàng trên ứng dụng, bên cạnh đó, việc áp dụng nhiều chương trình khuyến mãi cho khách hàng cũng sẽ thu hút được sự quan tâm và quyết định lựa chọn nhà mạng di động.

Thêm vào đó, việc đẩy mạnh truyền thông để nâng cao giá trị thương hiệu, về cộng đồng sử dụng mạng và tính tiện ích,... đến khách hàng. Bởi vì khách hàng có xu hướng bị lôi cuốn, thu hút, duy trì được sự cạnh tranh đối với các nhà mạng di động khác. Những nhà mạng có thương hiệu sẽ làm cho khách hàng cảm thấy bảo mật, tin tưởng, an tâm khi sử dụng. Do đó, các nhà mạng di động sẽ lựa chọn cho riêng mình một “slogan” ăn sâu vào tiềm thức khách hàng, khi nhắc đến nhà mạng nào đó, khách hàng sẽ ấn tượng với một thông điệp nào đó của khách hàng như: Độ bảo mật, chất lượng mạng hay sự tham gia mạnh mẽ đối với các hoạt động tài trợ, hoạt động xã hội.

5.2. Nâng cao chất lượng công nghệ

Nhà mạng cần phải luôn đi đầu trong công việc áp dụng đường truyền tốc độ mới (3G, 4G, 5G) để đáp ứng nhu cầu sử dụng ngày càng tăng và cao của khách hàng; Việc áp dụng các kho tiện ích hiện đại vào ứng dụng chính của nhà mạng là rất cần thiết; Chất lượng đường truyền đạt chất lượng công nghệ theo quy định của ngành cần phải luôn duy trì đảm bảo, đặc biệt là khắc phục hiện tượng quá tải cục bộ đường truyền tại một số sự kiện, thời điểm có thể dự đoán trước bằng việc tường cường hệ thống máy phát di động; Bên cạnh đó, nhà mạng cũng cần phải phát triển nhiều sản phẩm, dịch vụ, giải pháp chuyên đổi số để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, đặc biệt là dịch vụ viễn thông ứng dụng công nghệ cao được hoạt động ổn định, giảm thiểu sự cố xảy ra, chất lượng thông tin, liên lạc cao thì nhà mạng cần phải đảm bảo thực

hiện tốt việc bảo dưỡng định kỳ, sửa chữa kịp thời các máy móc, thiết bị.

5.3. Nâng cao chất lượng hoạt động chăm sóc khách hàng

Nhà mạng di động cần phải xây dựng đội ngũ nhân viên có kiến thức tốt, chuyên môn cao đáp ứng yêu cầu công việc, có những chính sách nhằm phát huy thái độ phục vụ của nhân viên chu đáo, nhiệt tình, tinh thần sẵn sàng giải đáp thắc mắc cho khách hàng nhanh chóng qua tổng đài 24/24, đảm bảo khi nhân viên tiếp xúc với khách hàng luôn vui vẻ, tận tình hướng dẫn đăng ký các gói dịch vụ, kịp thời xử lý phản ánh của khách hàng nhanh chóng và việc nhân viên tôn trọng phục vụ khách hàng một cách công bằng, chu đáo sẽ gây được ấn tượng tốt đẹp, sâu sắc, tích cực, tin tưởng và an tâm của khách hàng khi đến giao dịch đối với nhà mạng.

5.4. Chi phí sử dụng hợp lý

Giá cước dịch vụ phải chăng, minh bạch, linh hoạt nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng, phí hoà mạng hấp dẫn, nhiều gói cước để khách hàng lựa chọn, tính cước dịch vụ chính xác và có nhiều hình thức thanh toán cước dịch vụ sẽ giúp cho khách hàng an tâm và dễ dàng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ của nhà mạng

Việc ưu đãi giá cước đối với từng nhóm khách hàng khác nhau, như khách hàng trung thành có thể áp dụng những ưu đãi để gia tăng sự hài lòng của họ, đối với khách hàng lần đầu sử dụng có thể có những khuyến mãi mạnh ban đầu và những lần tiếp theo.

Thêm vào đó, việc xây dựng kho dữ liệu số điện thoại khả dụng đáp ứng nhu cầu của khách hàng với một chi phí hợp lý sẽ là một ưu thế nổi trội để thu hút khách hàng, đặc biệt là khách hàng trẻ, ví dụ như sim ngày, tháng, năm sinh, sim gắn với sự kiện, ngày lễ, sim số đẹp, số phong thủy,...

5.5. Nâng cao sự thuận tiện cho khách hàng

Nhân tố Sự thuận tiện có mức độ ảnh hưởng mạnh thứ 5 (với mức độ là 7,97%) đối với biến phụ thuộc Quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng. Việc nhà mạng tạo sự thuận lợi, dễ dàng chuyển đổi từ mạng này sang mạng khác khi khách hàng có nhu cầu, hệ thống cửa hàng giao dịch phân bố rộng khắp nơi, thuận tiện, các thủ tục thanh toán cước phí, hoà mạng nhanh chóng, có hướng dẫn cụ thể trên ứng dụng chính của nhà mạng trong việc sử dụng các gói tiện ích và chuyển đổi các gói cước dịch vụ dễ dàng sẽ là cơ sở quan trọng để khách hàng tin tưởng, sử dụng và có thể tiếp tục quay lại sử dụng hoặc đây là một kênh quảng bá tạo cộng đồng sử dụng.

5.6. Nâng cao chất lượng mạng

Nhà mạng cần thực hiện tốt công tác đầu tư, phát triển mạng, tăng cường dung lượng, mở rộng thêm các vùng phủ sóng thông qua việc phối hợp khai thác có hiệu quả từ hệ thống vệ tinh nhằm đảm bảo đường truyền và sóng đàm thoại luôn ổn định. Việc ứng dụng công nghệ mới sẽ giúp tăng khả năng cung ứng truyền thông gói tốc độ cao và triển khai các dịch vụ truyền thông đa phương tiện trên mạng di động.

Đẩy mạnh đầu tư cơ sở hạ tầng mạng 4G, cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng có giá trị ứng dụng cao, giúp nhà mạng thiết lập mạng truyền dẫn tốt, an toàn thông tin từ các trạm phát sóng mặt đất đến các trạm node, tổng đài con,... Đầu tư xây dựng mạng truyền dẫn cáp quang tăng tốc độ truyền dẫn dữ liệu toàn hệ thống, hạn chế tối đa sự ảnh hưởng các yếu tố khách quan đến mạng lưới, đảm bảo cung cấp các dịch vụ giá trị nội dung, dịch vụ dữ liệu,... liên tục, chất lượng cao.

Tài liệu tham khảo:

- Ajzen, I., Fishbein M., 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research*. Addison-Wesley, Reading, MA.
- Choi, J., Scol, H., Lee, S., Cho, H., Park, Y., (2008), Customer satisfaction factors of Mobile Commerce in Korea, *Mobile commerce in Korea* 3, 313 - 335
- Chong, A. Y. L., Chan, F. T., & Ooi, K. B. (2012). Predicting consumer decisions to adopt mobile commerce: Cross country empirical examination between China and Malaysia. *Decision Support Systems*, 53(1), 34-43.
- Dai, H., & Palvi, P. C. (2009). Mobile commerce adoption in China and the United States: a cross-cultural study. *ACM SIGMIS Database*, 40(4), 43-61.
- He, H., & Li, Y. (2010), "Key service drivers for high-tech service brand equity: the mediating role of overall service quality and perceived value", *Journal Marketing Manage*, Vol. 27 No. 1/2, pp. 77 - 99.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873-891.
- Roger Bove (2006). *Estimation and Sample Size Determination for Finite Populations*. 10th edition, CD Rom Topics, Section 8.7, West Chester University of Pennsylvania.
- Sở thông tin truyền thông Trà Vinh (2021). Báo cáo các doanh nghiệp viễn thông trên địa bàn, 2021: 3-4.
- Nguyễn Đức Quân (2018), Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn mạng di động của khách hàng trên thị trường khu vực Bình Trị Thiên, Luận án tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Huế.
- Nguyễn Hải Quang (2017), Phát triển hoạt động dịch vụ thông tin di động tại tập đoàn bưu chính viễn thông Việt Nam đến năm 2020. Luận án Tiến sĩ. Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021), "Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của khách hàng mạng viễn thông di động tại Thành phố Hồ Chí Minh", *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, số số 135 (02/2021).
- Nguyễn Phi Sơn (2011), Phân tích các yếu tố tác động đến sự lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ kết nối mạng ADSL của khách hàng cá nhân khu vực Thành phố Hồ Chí Minh, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Nguyễn Đình Yến Oanh Và Phạm Thủy Bích Uyên (2016), "Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thương mại di động của người tiêu dùng tỉnh An Giang", *Tạp chí Khoa học, Đại học mở Thành phố Hồ Chí Minh - số 52 (1) 2017*.
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (1996), *Using Multivariate Statistics*, 3rd edition, New York: Harper Collins.
- Thaichon, P., Lobo, A. & Mitsis, A. (2012), "Investigating the antecedents to loyalty of internet service providers in Thailand: developing a conceptual model", Paper Presented to ANZMAC, Adelaide, Australia.
- Tsu Wei, T., Marthandan, G., Yee-Loong Chong, A., Ooi, K. B., & Arumugam, S. (2009). What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 109(3), 370-388.

BÁO CÁO TÀI CHÍNH ĐƯỢC KIỂM TOÁN VIÊN CHẤP NHẬN TOÀN PHẦN: CÓ CẦN TRUNG THỰC VÀ HỢP LÝ?

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa*

Một trong những dạng ý kiến kiểm toán về báo cáo tài chính (BCTC) rất quen thuộc là ý kiến chấp nhận toàn phần. Vậy ý kiến chấp nhận toàn phần là gì? Và khi một báo cáo tài chính được kiểm toán viên chấp nhận toàn phần thì có đảm bảo rằng báo cáo tài chính đó là trung thực và hợp lý hay không? Đây là một vấn đề mà trong thực tế còn gây ra những hiểu nhầm và tranh cãi. Bài viết này nhằm mục đích tổng hợp và làm rõ ý kiến kiểm toán chấp nhận toàn phần về báo cáo tài chính, các trường hợp mà kiểm toán viên có thể đưa ra ý kiến chấp nhận toàn phần và từ đó trả lời câu hỏi đặt ra về tính trung thực hợp lý của một báo cáo tài chính khi được kiểm toán viên chấp nhận toàn phần.

• Từ khóa: khung lập báo cáo tài chính, khung trình bày hợp lý, khung tuân thủ, báo cáo tài chính cho mục đích chung, báo cáo tài chính cho mục đích đặc biệt, ý kiến kiểm toán chấp nhận toàn phần.

One of the most familiar forms of audit opinion on financial statements is the unqualified opinion. So what's the unanimous opinion? And when a financial statement is fully accepted by the auditor, is there any assurance that the financial statement is true and fair? This is an issue that in fact causes misunderstandings and controversies. This article is intended to summarize and clarify the unqualified auditor's opinion on the financial statements, the circumstances in which the auditor can express an unqualified opinion and thereby answer the question asked: on the reasonable truthfulness of a financial statement when fully accepted by the auditor.

• Key words: financial reporting framework, fair presentation framework, compliance framework, general purpose financial statements, special purpose financial statements, unaccepted audit opinion.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

sẽ áp dụng Nguyên tắc kế toán chung được thừa nhận ở Mỹ (US Generally Accepted Accounting Principles), trong khi Chuẩn mực lập BCTC quốc tế sẽ được áp dụng ở hầu hết các quốc gia khác.

Có hai loại khung lập BCTC, đó là: Khung trình bày hợp lý và Khung tuân thủ.

“Khung trình bày hợp lý” là khung lập BCTC yêu cầu sự tuân thủ đối với các quy định của khung:

(i) Thừa nhận rõ ràng hoặc ngầm ẩn rằng, để đạt được sự trình bày hợp lý của báo cáo tài chính, Ban Giám đốc đơn vị được kiểm toán có thể phải thuyết minh nhiều hơn so với các quy định cụ thể của khung;

(ii) Thừa nhận rõ ràng rằng Ban Giám đốc có thể thực hiện khác với một hoặc một số yêu cầu của khung để đạt được mục đích trình bày báo cáo tài chính một cách hợp lý. Những trường hợp thực hiện khác đó chỉ cần thiết trong một số tình huống rất hiếm hoi.

VSA 700 chú thích rằng: “Báo cáo tài chính được lập và trình bày theo chuẩn mực kế toán, chế độ kế toán (doanh nghiệp) Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính được xác định là báo cáo tài chính được lập và trình bày theo khuôn khổ về trình bày hợp lý”

“Khung tuân thủ” được sử dụng để chỉ khung lập báo cáo tài chính yêu cầu phải tuân thủ các quy định của khung nhưng không bao gồm việc thừa nhận các điểm (i) hoặc (ii) trên đây.

Có thể thấy, Khung trình bày hợp lý tập trung vào tính hợp lý của thông tin trên BCTC, trong khi Khung

Theo ISA 700 về Hình thành ý kiến kiểm toán và báo cáo kiểm toán về báo cáo tài chính, ý kiến kiểm toán chấp nhận toàn phần là ý kiến được đưa ra khi kiểm toán viên (KTV) kết luận rằng báo cáo tài chính (BCTC) đã được lập, trên các khía cạnh trọng yếu, phù hợp với khung lập báo cáo tài chính được áp dụng.

Như vậy, có thể thấy cơ sở của ý kiến kiểm toán chấp nhận toàn phần là BCTC xét trên các khía cạnh trọng yếu là phù hợp với khung lập BCTC được áp dụng.

Vậy Khung lập BCTC là gì? Khung lập BCTC là một bộ các hướng dẫn các thành phần chính của BCTC được đo lường, ghi nhận, trình bày và công bố như thế nào. Khung báo cáo thường phụ thuộc vào loại hình, địa điểm của doanh nghiệp và mục đích của báo cáo. Ví dụ các doanh nghiệp ở Mỹ lập báo cáo cho mục đích chung

* Học viện Ngân hàng; email: hoantq@hvn.edu.vn

tuan thủ chỉ yêu cầu về việc tuân thủ các quy định của khung. Từ đó dẫn tới ý kiến kiểm toán chấp nhận toàn phần sẽ có 2 hình thức: một là nêu lên ý kiến của KTV về tính hợp lý của các thông tin trên BCTC theo một khung lập BCTC là khung trình bày hợp lý nào đó và hai là ý kiến của KTV về sự tuân thủ của việc lập BCTC đối với quy định của khung mà khung là khung tuân thủ. Và một BCTC được KTV chấp nhận toàn phần chưa chắc đã là trung thực và hợp lý nếu như nó áp dụng khung tuân thủ trong việc lập báo cáo. Chỉ khi nó áp dụng khung trình bày hợp lý thì KTV sẽ phải đưa ra ý kiến nhận xét về tính hợp lý của báo cáo theo khung mà nó áp dụng, và ý kiến chấp nhận toàn phần trong tình huống này sẽ đảm bảo BCTC là trung thực và hợp lý.

ISA 200 cũng nhấn mạnh rằng khung lập BCTC bao gồm các chuẩn mực lập BCTC được xây dựng bởi tổ chức có thẩm quyền ban hành chuẩn mực, áp dụng cho các đơn vị lập và trình bày BCTC theo mục đích chung thường là khung trình bày hợp lý. BCTC cho mục đích chung được lập phù hợp với khung cho mục đích chung là khung được thiết kế nhằm thỏa mãn nhu cầu chung về thông tin tài chính của số đông người sử dụng.

Với báo cáo cho mục đích chung này, ISA 700 đưa ra 4 ví dụ minh họa mẫu ý kiến chấp nhận toàn phần:

- Báo cáo kiểm toán về BCTC của đơn vị niêm yết lập phù hợp theo khung trình bày hợp lý.
- Báo cáo kiểm toán về BCTC hợp nhất của đơn vị niêm yết lập phù hợp theo khung trình bày hợp lý.
- Báo cáo kiểm toán về BCTC hợp nhất của đơn vị không niêm yết lập phù hợp theo khung trình bày hợp lý.
- Báo cáo kiểm toán về BCTC hợp nhất của đơn vị không niêm yết lập phù hợp theo khung tuân thủ cho mục đích chung.

Trong đó, ba mẫu trên đều áp dụng cho các đơn vị (hợp nhất) lập BCTC theo khung trình bày hợp lý. Do đó ý kiến kiểm toán sẽ phải cung cấp đảm bảo hợp lý rằng báo cáo là trung thực và hợp lý theo khung đó. Ví dụ: *theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính đính kèm đã trình bày hợp lý, xét trên các khía cạnh trọng yếu, (hoặc cung cấp thông tin trung thực và hợp lý) tình hình tài chính của Công ty tại 31/12/20X1, kết quả hoạt động và luồng tiền cho năm tài chính kết thúc cùng ngày phù hợp với Chuẩn mực lập BCTC quốc tế (IFRSs).*

Mẫu thứ tư áp dụng cho các đơn vị không niêm yết lập phù hợp theo khung tuân thủ. Ví dụ BCTC được lập phù hợp với Khung lập báo cáo (theo Luật XYZ) của nước X (là khung lập BCTC bao gồm luật hoặc các quy định được xây dựng để thỏa mãn các nhu cầu về thông tin tài chính nói chung của số đông người sử dụng, nhưng không phải là khung trình bày hợp lý).

Ngoài BCTC cho mục đích chung được lập phù hợp với khung cho mục đích chung ở trên, còn có báo cáo tài chính được lập theo khung cho mục đích cụ thể hoặc báo

cáo tài chính đơn lẻ, báo cáo cho một yếu tố, tài khoản hay khoản mục cụ thể nào đó. Vậy các báo cáo này sẽ được nhận ý kiến kiểm toán loại nào.

ISA 800 về Lưu ý khi kiểm toán báo cáo tài chính được lập theo khung lập báo cáo tài chính cho mục đích đặc biệt đưa ra ba ví dụ minh họa mẫu ý kiến chấp nhận toàn phần như sau:

- Báo cáo kiểm toán về một bộ BCTC đầy đủ của một đơn vị không niêm yết lập phù hợp với các điều khoản lập BCTC của một hợp đồng (khung tuân thủ).
- Báo cáo kiểm toán về một bộ BCTC đầy đủ của một đơn vị không niêm yết lập phù hợp với cơ sở kế toán thuế của nước X (khung tuân thủ).
- Báo cáo kiểm toán về một bộ BCTC đầy đủ của một đơn vị niêm yết lập phù hợp với các điều khoản lập BCTC theo quy định (quy định lập BCTC này là khung trình bày hợp lý).

Với các báo cáo tài chính theo mục đích cụ thể này, việc đưa ra ý kiến kiểm toán chấp nhận toàn phần loại nào phụ thuộc vào khung lập báo cáo tài chính là khung trình bày hợp lý hay khung tuân thủ.

ISA 805 về Lưu ý khi kiểm toán báo cáo tài chính riêng lẻ và khi kiểm toán các yếu tố, tài khoản hoặc khoản mục cụ thể của báo cáo tài chính đưa ra ba ví dụ minh họa mẫu ý kiến chấp nhận toàn phần như sau:

- Báo cáo kiểm toán về một BCTC đơn lẻ của một đơn vị không niêm yết lập phù hợp với khung cho mục đích chung (khung trình bày hợp lý). Ví dụ bảng cân đối kế toán lập phù hợp với Khung lập BCTC của quốc gia X.
- Báo cáo kiểm toán về một BCTC đơn lẻ của một đơn vị không niêm yết lập phù hợp với khung cho mục đích cụ thể (khung trình bày hợp lý): Ví dụ báo cáo lưu chuyển tiền tệ lập theo cơ sở tiền để đáp ứng nhu cầu của bên cho vay.
- Báo cáo kiểm toán về các yếu tố, tài khoản hoặc khoản mục cụ thể của báo cáo tài chính của một đơn vị niêm yết lập phù hợp với khung cho mục đích cụ thể (khung tuân thủ).

Như vậy báo cáo chấp nhận toàn phần của KTV có phải nhận xét về tính trung thực hợp lý của BCTC hay không phụ thuộc vào việc BCTC sử dụng khung nào khi lập BCTC: khung trình bày hợp lý hay khung tuân thủ. Nếu khung là trình bày hợp lý thì BCTC sẽ cung cấp thông tin tài chính trung thực hợp lý nếu ý kiến KTV là chấp nhận toàn phần.

Tài liệu tham khảo:

- ISA 700 - Hình thức ý kiến kiểm toán và báo cáo kiểm toán về báo cáo tài chính.
- ISA 800 - Lưu ý khi kiểm toán báo cáo tài chính được lập theo khung lập báo cáo tài chính cho mục đích đặc biệt.
- ISA 805 - Lưu ý khi kiểm toán báo cáo tài chính riêng lẻ và khi kiểm toán các yếu tố, tài khoản hoặc khoản mục cụ thể của báo cáo tài chính.
- ISA 200 - Mục tiêu tổng thể của kiểm toán viên và doanh nghiệp kiểm toán khi thực hiện kiểm toán theo chuẩn mực kiểm toán.

TỔNG QUAN VỀ NGHIÊN CỨU TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP TRONG LĨNH VỰC KẾ TOÁN

TS. Trần Ngọc Hùng*

Trong hai thập kỷ qua, các chủ đề về Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đã thu hút ngày càng nhiều sự quan tâm không chỉ các nhà đầu tư mà còn của các doanh nghiệp đối với các vấn đề môi trường, xã hội và quản trị. Nghiên cứu nhằm thảo luận về các định nghĩa của CSR cũng như lý do tại sao các doanh nghiệp tự thực hiện CSR, và tóm tắt các tài liệu về tác động của CSR đối với các doanh nghiệp: CSR ảnh hưởng như thế nào đến các hoạt động tài chính, công bố thông tin cũng như hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Nghiên cứu này cung cấp cái nhìn tổng quan về tài liệu học thuật về CSR qua lăng kính của các nhà đầu tư và doanh nghiệp, và xem xét các bài học kinh nghiệm có thể vận dụng cho doanh nghiệp Việt Nam.

• Từ khóa: trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR), kế toán, hoạt động tài chính, công bố thông tin, hiệu quả hoạt động.

Over the past two decades, Corporate Social Responsibility (CSR) has increasingly attracted attention from not only investors but also enterprises with regard to environmental, social, and governance issues. This study aims to discuss the definitions of CSR as well as the reasons why companies engage in CSR and to summarize the literature review on the impact of CSR on businesses, including its effects on financial activities, disclosure, and business performance. Through the views of investors and enterprises, this study provides an overview of the academic literature review on CSR and examines global experienced lessons that can be applied to Vietnamese enterprises.

• Key words: corporate social responsibility (CSR), accounting, financial activities, disclosure, business performance.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

Các tập đoàn như Intel, General Electric và Google cũng ngày càng coi trọng các vấn đề CSR và đang xây dựng các chiến lược phù hợp với tiêu chuẩn bền vững của Liên hợp quốc, cũng như tích cực cố gắng tăng khả năng hiển thị của các nỗ lực phát triển bền vững của họ. Điều này chứng tỏ CSR dường như đang trở thành mối quan tâm cốt lõi đối với cả nhà đầu tư và doanh nghiệp. Cùng với sự chú ý ngày càng tăng từ ngành công nghiệp, nghiên cứu học thuật về CSR cũng đã phát triển đáng kể trong hai thập kỷ qua. Có thể chia các lĩnh vực nghiên cứu về CSR dưới hai quan điểm khác nhau nhưng có liên quan chặt chẽ với nhau: quan điểm của nhà đầu tư và quan điểm của bản thân các doanh nghiệp. Các nghiên cứu đồng thời phản ánh các ảnh hưởng của CSR đến các hoạt động và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Cơ sở lý thuyết

CSR là một thuật ngữ thường được sử dụng để ám chỉ quan điểm về việc tối đa hóa giá trị cho các bên liên quan và nhấn mạnh vai trò của doanh nghiệp trong việc chịu trách nhiệm với xã hội. Theo định nghĩa của Ủy ban Châu Âu, CSR được định nghĩa là trách nhiệm của doanh nghiệp, và nên được lãnh đạo bởi doanh nghiệp. Ủy ban Châu Âu

Đặt vấn đề

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility - CSR) là một trong những chủ đề ngày càng nhận được sự quan tâm của công chúng, nhà đầu tư, doanh nghiệp và học giả trong hai thập kỷ qua. Các cuộc khủng hoảng gần đây như sự bùng phát của Covid-19 và các dư chấn của nó, căng thẳng giữa Nga và Ukraine và cuộc khủng hoảng năng lượng châu Âu sau đó đã càng khiến chủ đề này ngày càng được quan tâm nhiều hơn.

* Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh; email: tranngochung@juh.edu.vn

đã khẳng định rằng các doanh nghiệp có thể chịu trách nhiệm với xã hội bằng cách tích hợp các vấn đề liên quan đến xã hội, môi trường, đạo đức, người tiêu dùng và nhân quyền vào các chiến lược và hoạt động kinh doanh của họ, đồng thời tuân thủ các quy định pháp luật. Quan điểm này cho thấy rằng CSR không chỉ tập trung vào trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với chính nó mà còn với các bên liên quan và công chúng. CSR là một phần của mô hình kinh doanh tự điều chỉnh, trong đó các doanh nghiệp nhận thức được tầm ảnh hưởng của họ đối với xã hội. Nói cách khác, CSR bao gồm việc quan tâm đến tác động của một doanh nghiệp đến môi trường và xã hội, và là một mô hình kinh doanh được lãnh đạo bởi các doanh nghiệp. Trong nhiều nghiên cứu, thuật ngữ CSR và ESG (Environmental, Social, and Governance) có thể được sử dụng hoán đổi cho nhau, bởi vì cả hai đề cập đến các vấn đề xã hội và môi trường liên quan đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Ảnh hưởng của CSR đến các hoạt động của doanh nghiệp

Ảnh hưởng đến các hoạt động tài chính của doanh nghiệp

Các chiến lược CSR có thể ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận tài chính của các doanh nghiệp. Có hai lý do cho việc này. Thực hiện các hoạt động CSR có thể dẫn đến sự tham gia của các bên liên quan tốt hơn, hạn chế hành vi thiếu cẩn và bảo thủ của ban giám đốc và do đó giảm chi phí đại diện (Eccles và cộng sự, 2014). Ngoài ra, các doanh nghiệp có hiệu suất CSR vượt trội có thể sẵn sàng công bố những nỗ lực CSR của họ cho công chúng hơn, làm giảm thông tin bất đối xứng và tăng tính minh bạch của thông tin phi tài chính. Nghiên cứu của Sharfman và Fernando (2008) cho thấy rằng quản lý rủi ro môi trường được cải thiện có liên quan đến chi phí vốn thấp hơn. Hơn nữa, nghiên cứu chỉ ra rằng có bằng chứng cho thấy các doanh nghiệp có hoạt động hiệu suất CSR vượt trội thì chi phí vốn cổ phần thấp hơn so với đối thủ cạnh tranh. Dựa trên một mẫu của hơn 10.000 quan sát hàng năm của doanh nghiệp Hoa Kỳ kéo dài từ 1992 đến 2007, El Ghouli và cộng sự (2011) tìm thấy kết quả tương tự trong đó các doanh nghiệp có hiệu suất CSR tốt hơn (đại diện bởi điểm CSR) thể hiện chi phí vốn chủ sở hữu thấp hơn. Cuối cùng, Cheng và cộng sự (2014) chỉ ra rằng phần lớn các doanh nghiệp có hiệu suất CSR vượt trội ít bị hạn chế về vốn. Họ cung cấp bằng chứng cho thấy các bên liên quan nâng cao sự tham gia và

tăng tính minh bạch về hiệu suất CSR là hai kênh để giảm hạn chế về vốn. Ngoài chi phí vốn chủ sở hữu, CSR cũng đã được chứng minh là có tác động đến chi phí vay ngân hàng. Lins và cộng sự (2017) cũng chỉ ra rằng, các doanh nghiệp có mức độ CSR cao hơn sẽ có lợi nhuận cao hơn, doanh thu tăng trưởng và năng suất của nhân viên và có thể tăng nợ nhiều hơn so với các doanh nghiệp có CSR thấp. Trong nghiên cứu mới đây, Christensen và cộng sự (2019) cho thấy, việc tăng số lượng và chất lượng của thông tin CSR có thể mang lại lợi ích cho thị trường vốn thông qua tính thanh khoản được nâng cao, chi phí thấp hơn vốn và phân bổ vốn tốt hơn. Tóm lại, các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng thực hiện các hoạt động CSR dẫn đến khả năng tiếp cận tài chính tốt hơn cho các doanh nghiệp.

Ảnh hưởng đến các hoạt động công bố thông tin của doanh nghiệp

Tuy nhiên, một phần ảnh hưởng đến việc tiếp cận tài chính cũng có thể bị chi phối bởi những thay đổi trong hoạt động công bố thông tin của doanh nghiệp. Nó là cho thấy rằng các doanh nghiệp tiến hành các hoạt động CSR cũng có thể hành xử có trách nhiệm trong các hoạt động công bố thông tin. Theo Kim và cộng sự (2012), các doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội cung cấp báo cáo tài chính minh bạch và đáng tin cậy hơn, ít có khả năng tham gia vào hoạt động quản trị lợi nhuận và ít có khả năng trở thành đối tượng của SEC điều tra so với các doanh nghiệp khác. Hơn nữa, bằng chứng cho thấy rằng các doanh nghiệp có tính bền vững cao thể hiện việc đo lường và công bố thông tin phi tài chính cao hơn (Eccles và cộng sự, 2014). Ngày càng có nhiều tài liệu nghiên cứu cụ thể về báo cáo CSR của doanh nghiệp, bên cạnh báo cáo tài chính. Thông thường, các doanh nghiệp báo cáo và truyền đạt các nỗ lực CSR (thông tin phi tài chính) của họ thông qua báo cáo CSR tự nguyện. Khác với báo cáo tài chính truyền tải thông tin về các hoạt động kinh doanh và hiệu quả tài chính của một doanh nghiệp, báo cáo CSR truyền tải thông tin về một loạt các hoạt động CSR do doanh nghiệp thực hiện. Là một công cụ quan trọng của truyền thông CSR, nó liên quan đến việc đo lường, tiết lộ và truyền đạt thông tin liên quan đến CSR như các hoạt động, rủi ro và chính sách CSR (Christensen và cộng sự, 2019).

Truyền thông CSR thường xuyên có thể mang lại lợi thế cho các doanh nghiệp như tăng tính minh bạch, cho phép giám sát các hoạt động CSR của

các doanh nghiệp, tăng cường mối quan hệ với các bên liên quan và sự tham gia của họ trong các doanh nghiệp và hỗ trợ hợp tác liên ngành. Hơn nữa, Dhaliwal và cộng sự (2011) chỉ ra rằng việc tự nguyện công khai các hoạt động CSR có thể làm giảm chi phí vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp. Một nghiên cứu gần đây của Allman và Won (2021) cho thấy thêm rằng các yêu cầu công bố thông tin phi tài chính có thể giảm thiểu các vấn đề lựa chọn bất lợi cho các doanh nghiệp đầu tư dưới mức vào thị trường nợ và nâng cao hiệu quả đầu tư.

Ảnh hưởng của CSR đến các hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp

Mặc dù dấu hiệu của hiệu ứng là không thuyết phục, nhưng CSR có tầm quan trọng đối với giá trị doanh nghiệp. Tuy nhiên, không có bằng chứng rõ ràng và nhất quán về việc liệu CSR có tăng cường hiệu quả tài chính của doanh nghiệp. Ngoài ra, mối quan hệ thực nghiệm giữa hiệu suất CSR của doanh nghiệp và hiệu quả tài chính có thể thay đổi theo thời gian. Nghiên cứu của Ioannou và Serafeim (2015) chỉ ra rằng nhận thức của các nhà phân tích đã thay đổi trong quá trình 15 năm lấy mẫu của họ. Theo đó, trong những năm đầu của mẫu của họ, các tác giả báo cáo một mối liên hệ tiêu cực giữa chiến lược CSR và giá trị doanh nghiệp. Ngược lại, trong những năm sau đó, các chiến lược CSR được coi là các hoạt động nâng cao giá trị và các doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội nhận được nhiều hơn khuyến nghị phân tích thuận lợi. Tóm lại, tác động của các hoạt động CSR dường như là thay đổi theo thời gian. Benabou và Tirole (2010) về mặt lý thuyết đề xuất ba quan điểm khác nhau về tác động của CSR đối với hoạt động của doanh nghiệp. Hai trong số ba quan điểm này chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa CSR và lợi nhuận của doanh nghiệp. Họ lập luận rằng CSR là việc các doanh nghiệp áp dụng một triển vọng dài hạn hơn để tối đa hóa lợi nhuận, và cho rằng CSR hoạt động như một hình thức của hoạt động từ thiện được ủy quyền trong đó các doanh nghiệp thực hiện hành vi vì xã hội thay mặt cho các bên liên quan. Tuy nhiên quan điểm còn lại trái ngược, lập luận rằng CSR chỉ là hoạt động từ thiện của doanh nghiệp, do người nơi các doanh nghiệp làm từ thiện khởi xướng và bằng tiền của người khác. Trong trường hợp này, lợi nhuận của các doanh nghiệp có quan hệ ngược chiều đến CSR.

Ngoài ra, các bằng chứng thực nghiệm cho thấy mối liên hệ giữa việc các doanh nghiệp có các hoạt

động CSR và việc thể hiện khả năng sinh lời và giá trị doanh nghiệp cao hơn là hỗn hợp, tức vừa có quan hệ tích cực vừa có quan hệ tiêu cực. Albuquerque và cộng sự (2019) xem xét tác động của CSR đối với giá trị doanh nghiệp dựa trên bộ dữ liệu ESG toàn diện từ cơ sở dữ liệu Nghiên cứu ESG của MSCI (KLD). Dựa trên dữ liệu của một nhóm các doanh nghiệp Hoa Kỳ kéo dài từ năm 2003 đến 2015, họ nhận thấy mối liên hệ tích cực giữa hoạt động CSR và giá trị doanh nghiệp. Trước đó cũng đã có những nghiên cứu khác cung cấp bằng chứng cho thấy các doanh nghiệp thực hiện CSR giúp nâng cao giá trị doanh nghiệp và sự giàu có của cổ đông. Dowell và cộng sự (2000) chỉ ra rằng các doanh nghiệp cam kết với một tiêu chuẩn môi trường toàn cầu nghiêm ngặt thể hiện giá trị thị trường cao hơn. Theo cách tương tự, Flammer (2013) đã tiến hành nghiên cứu về sự kiện trên thông báo tin tức của doanh nghiệp về môi trường cho các doanh nghiệp niêm yết của Hoa Kỳ từ năm 1980 đến 2009 và kết luận rằng các doanh nghiệp được báo cáo là hành xử thân thiện với môi trường trải nghiệm một bước nhảy giá cổ phiếu đáng kể. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng có một số nghiên cứu tìm thấy mối quan hệ tiêu cực giữa hoạt động CSR và hiệu suất của doanh nghiệp. Borghesi và cộng sự (2014) cho rằng có một mối quan hệ ngược chiều giữa CSR được điều chỉnh theo ngành, mức và lợi nhuận của cổ đông bởi vì một số khoản đầu tư CSR được thực hiện vì lợi ích cá nhân của các nhà quản lý - hoặc nằm ngoài lý do đạo đức hay đơn giản là chỉ để nâng cao danh tiếng cá nhân của các nhà quản trị doanh nghiệp. Tương tự, Di Giuli và Kostovetsky (2014) chỉ ra rằng việc mở rộng các hoạt động CSR đi kèm với tương lai tiêu cực về lợi nhuận cổ phiếu và sự suy giảm trong ROA của các doanh nghiệp. Bằng chứng của họ ủng hộ lý thuyết cho rằng về mặt xã hội các hoạt động có trách nhiệm mang lại lợi ích cho các bên liên quan phải trả giá bằng giá trị doanh nghiệp. Những nghiên cứu này giúp giải thích tại sao không phải tất cả các doanh nghiệp đều thực hiện mạnh mẽ các hoạt động CSR.

Thực trạng kế toán CSR tại Việt Nam

Tại Việt Nam, từ đầu năm 2016 các công ty đại chúng bắt buộc phải công bố thông tin PTBV bằng cách tích hợp vào báo cáo thường niên, hoặc lập riêng thành báo cáo PTBV theo Thông tư số 155/2015/TT-BTC ngày 6/10/2015 do Bộ Tài chính ban hành. Theo đó, các DN sẽ phải trình bày thông tin chung về công ty, trong đó bao gồm các mục tiêu phát triển bền vững về môi trường, xã hội và cộng

đồng. Điều đáng chú ý là, trong báo cáo tác động đến môi trường và xã hội, công ty đại chúng sẽ phải đưa ra các thông tin cụ thể về quản lý nguồn nguyên liệu, tiêu thụ năng lượng, tiêu thụ nước, tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường, chính sách liên quan đến người lao động, báo cáo liên quan đến trách nhiệm với cộng đồng địa phương, báo cáo liên quan đến hoạt động thị trường vốn xanh theo hướng dẫn của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước. Điều này cho thấy Việt Nam đã bắt đầu tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu bằng việc đưa BCPTBV vào báo cáo của các DN. Ngoài ra, bộ tiêu chuẩn quốc tế về lập Báo cáo phát triển bền vững GRI phiên bản tiếng Việt đã ra đời và được phổ biến cho các DN.

Trong nghiên cứu này để phân tích các thông tin liên quan đến việc thực trạng kế toán CSR, tác giả tập hợp các hoạt động thể hiện trên báo cáo thường niên cũng như trên Báo cáo trách nhiệm xã hội riêng biệt của các DN niêm yết bằng phương pháp phân tích thống kê mô tả. Phương pháp này trước đây cũng đã được nhiều tác giả tại các quốc gia khác nhau sử dụng trong nghiên cứu thực trạng vấn đề báo cáo thông tin TNXH (Haji, 2013). Dữ liệu thu thập cho nghiên cứu này gồm các nguồn dữ liệu điện tử như: dữ liệu online, các website và nguồn internet được sử dụng để tải các báo cáo thường niên và báo cáo TNXH của các DN Việt Nam niêm yết. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam, công tác kế toán CSR và lập và công bố BCPTBV tuy mới xuất hiện và vẫn còn khá mới mẻ nhưng thời gian qua đã có nhiều DN, tập đoàn (là công ty đại chúng) tiên phong trong việc lập BCPTBV ngay từ khi chưa có quy định pháp lý yêu cầu bắt buộc. Cho đến nay (giai đoạn 2021-2022), hầu hết các DN thuộc VN30 đã triển khai thực hiện kế toán trách nhiệm xã hội và công bố BCPTBV trên website, trong đó phải kể đến các DN tiêu biểu như sau:

Công ty cổ phần Sữa Việt Nam (VNM) với cam kết tiếp tục giữ vững động lực phát triển vì tương lai tốt đẹp - tăng trưởng đi đôi với phát triển bền vững, tạo thêm nhiều giá trị cả về kinh tế, xã hội và môi trường;

Tập đoàn Bảo Việt (BVH) tiếp tục áp dụng Bộ tiêu chuẩn lập Báo cáo phát triển bền vững mới nhất kết hợp với các mục tiêu toàn cầu về phát triển bền vững (SDGs);

Tập đoàn Novaland (NVL) trình bày riêng Báo cáo PTBV, xây dựng theo hình thức cốt lõi GRI (GRI Standards) và tuân theo hướng dẫn Công bố về

Môi trường và Xã hội của IFC, cũng như tham chiếu đến Khung 17 Mục tiêu PTBV của Liên Hiệp Quốc.

Công ty Điện Gia Lai (GEG) vẫn theo sát những tiêu chuẩn quốc tế như đánh giá thể điểm quản trị chất lượng Asean 2011 và 2019, quy tắc quản trị chất lượng của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế OECD 2015, và đặc biệt là bộ tiêu chuẩn báo cáo PTBV GRI hợp nhất 2016 để phục vụ cho việc ghi nhận và thực hiện báo cáo PTBV theo đúng chuẩn mực.

Tuy nhiên, đối với các DN còn lại (là công ty đại chúng) thì việc áp dụng kế toán trách nhiệm xã hội và công bố BCPTBV vẫn còn nhiều hạn chế, thể hiện ở việc BCPTBV còn được lập sơ sài (mặc dù tuân thủ theo khung GRI nhưng các thông tin chưa được đầy đủ như hướng dẫn). Điều này cho thấy các DN Việt Nam vẫn còn khá thụ động trong việc tiếp cận xu hướng báo cáo toàn cầu nhằm minh bạch hóa thông tin về hoạt động sản xuất - kinh doanh, các thông tin có liên quan để hướng đến mục tiêu phát triển bền vững.

Giải pháp và một số đề xuất kiến nghị

Việc tăng cường kế toán trách nhiệm xã hội (CSR) là một trong những giải pháp quan trọng để các doanh nghiệp ở Việt Nam đáp ứng với các yêu cầu của một nền kinh tế phát triển bền vững. Dưới đây là một số đề nghị và giải pháp để tăng cường kế toán CSR tại Việt Nam:

Quy định rõ ràng hơn về kế toán CSR trong Luật Kế toán Việt Nam: Luật Kế toán hiện tại chưa có những quy định rõ ràng về kế toán CSR. Do đó, việc đưa ra những quy định rõ ràng hơn sẽ giúp các doanh nghiệp có thể hiểu rõ hơn về các yêu cầu và tiêu chuẩn kế toán CSR, giúp đảm bảo tính minh bạch và chính xác trong việc báo cáo về các hoạt động xã hội và môi trường của họ.

Tạo ra các tiêu chuẩn kế toán CSR riêng cho Việt Nam: Việc tạo ra các tiêu chuẩn kế toán CSR riêng cho Việt Nam sẽ giúp các doanh nghiệp có thể đo lường hiệu quả của các hoạt động xã hội và môi trường của họ, đồng thời giúp tăng tính minh bạch và chính xác trong việc báo cáo về các hoạt động xã hội và môi trường của họ.

Tăng cường giám sát và kiểm tra: Nhà nước cần phải tăng cường việc giám sát và kiểm tra kế toán CSR của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lớn và những doanh nghiệp hoạt động trong các ngành công nghiệp nhạy cảm với môi trường. Việc giám sát và kiểm tra sẽ giúp đảm bảo rằng các

doanh nghiệp tuân thủ các quy định liên quan đến CSR và báo cáo công khai một cách chính xác và đầy đủ.

Tăng cường hỗ trợ tài chính và kỹ thuật: Nhà nước cần phải tăng cường hỗ trợ tài chính và kỹ thuật cho các doanh nghiệp để thúc đẩy việc thực hiện các hoạt động CSR. Các chính sách và chương trình hỗ trợ này có thể bao gồm các khoản tài trợ, khuyến khích giảm thuế, tài trợ cho đào tạo kỹ năng, cải thiện quy trình kế toán CSR, đưa ra các báo cáo và tiêu chuẩn chuẩn hóa quốc tế.

Tăng cường trách nhiệm xã hội trong quản lý doanh nghiệp: Các doanh nghiệp cần phải tăng cường trách nhiệm xã hội trong quản lý của họ, bằng cách tích cực tham gia các hoạt động tương tác với cộng đồng, bảo vệ môi trường, tạo ra những công ăn việc làm bền vững và tăng cường quản lý nhân sự. Doanh nghiệp nên xác định rõ các chỉ tiêu kế toán CSR và đưa chúng vào kế hoạch kinh doanh và đánh giá hiệu quả kinh doanh.

Tăng cường đào tạo và nâng cao nhận thức về kế toán CSR: Việc tăng cường đào tạo và nâng cao nhận thức về kế toán CSR cho các nhân viên trong doanh nghiệp sẽ giúp họ hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của kế toán CSR và cách thức thực hiện nó. Điều này cũng giúp các doanh nghiệp tạo ra được những giá trị bền vững cho xã hội và môi trường, từ đó tăng cường uy tín và tăng trưởng kinh doanh.

Tăng cường khuyến khích và truyền thông: Chính phủ cần phải tăng cường khuyến khích và truyền thông về tầm quan trọng của CSR, cũng như các lợi ích kinh tế và xã hội do các hoạt động CSR mang lại cho cả doanh nghiệp và cộng đồng.

Kết luận

Kế toán trách nhiệm xã hội (CSR) là một phương pháp kế toán tiên tiến, cho phép các doanh nghiệp đo lường hiệu quả của các hoạt động xã hội và môi trường của họ. Việc tăng cường kế toán CSR tại Việt Nam sẽ giúp doanh nghiệp có thể nắm bắt được những tác động của các hoạt động của mình đến cộng đồng và môi trường, từ đó tạo ra những giá trị phát triển bền vững cho xã hội và môi trường. Việc thực hiện các hoạt động CSR không chỉ giúp các doanh nghiệp tạo ra giá trị cho cộng đồng, bảo vệ môi trường và cải thiện chất lượng cuộc sống, mà còn tạo ra lợi ích kinh tế và tăng cường uy tín thương hiệu của các doanh nghiệp.

Tuy nhiên, việc thực hiện kế toán CSR vẫn còn gặp nhiều thách thức tại Việt Nam, đặc biệt là ở các

doanh nghiệp nhỏ và vừa. Chính phủ cần phải tăng cường giám sát và kiểm tra, hỗ trợ tài chính và kỹ thuật, tăng cường trách nhiệm xã hội trong quản lý doanh nghiệp và khuyến khích và truyền thông về tầm quan trọng của CSR. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng cần phải tự nhận thức được trách nhiệm của mình đối với cộng đồng và môi trường và đưa kế toán CSR vào kế hoạch kinh doanh của họ. Các doanh nghiệp cần đưa ra các chỉ tiêu kế toán CSR và đánh giá hiệu quả kinh doanh của mình dựa trên các tiêu chí này.

Tài liệu tham khảo:

- Albuquerque, R., Koskinen, Y. and Zhang, C. (2019), "Corporate social responsibility and firm risk: theory and empirical evidence", *Management Science*, Vol. 65 No. 10, pp. 4451-4469.
- Allman, E. and Won, J. (2021), "The effect of ESG disclosure on corporate investment efficiency", *Unpublished working paper*, available on SSRN.
- Borghesi, R., Houston, J.F. and Naranjo, A. (2014), "Corporate socially responsible investments: CEO altruism, reputation and shareholder interests", *Journal of Corporate Finance*, Vol. 26, pp. 164-181.
- Cheng, B., Ioannou, I. and Serafeim, G. (2014), "Corporate social responsibility and access to finance: CSR and access to finance", *Strategic Management Journal*, Vol. 35 No. 1, pp. 1-23.
- Christensen, H.B., Hail, L. and Leuz, C. (2019), "Adoption of CSR and sustainability reporting standards: economic analysis and review", *Unpublished working paper*, available on SSRN.
- Di Giuli, A. and Kostovetsky, L. (2014), "Are red or blue companies more likely to go green? Politics and corporate social responsibility", *Journal of Financial Economics*, Vol. 111 No. 1, pp. 158-180.
- Eccles, R.G., Ioannou, I. and Serafeim, G. (2014), "The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance", *Management Science*, Vol. 60 No. 11, pp. 2835-2857.
- El Ghoul, S., Guedhami, O., Kwok, C.C.Y. and Mishra, D.R. (2011), "Does corporate social responsibility affect the cost of capital?", *Journal of Banking and Finance*, Vol. 35 No. 9, pp. 2388-2406.
- Flammer, C. (2013), "Corporate social responsibility and shareholder reaction: the environmental awareness of investors", *Academy of Management Journal*, Vol. 56 No. 3, pp. 758-781.
- Haji, A. A., *Corporate Social Responsibility Disclosures over Time: Evidence from VN*, *Managerial Auditing Journal*, no. 28(7), p.4, 2013.
- Lins, K.V., Servaes, H. and Tamayo, A. (2017), "Social capital, trust and firm performance: the value of corporate social responsibility during the financial crisis: social capital, trust and firm performance", *The Journal of Finance*, Vol. 72 No. 4, pp. 1785-1824.
- Sharfman, M.P. and Fernando, C.S. (2008), "Environmental risk management and the cost of capital", *Strategic Management Journal*, Vol. 29 No. 6, pp. 569-592.
- Giới báo cáo - Định kỳ khác (ssc.gov.vn) truy cập ngày 18 tháng 4 năm 2023.
- HOSE: » Danh sách các bài viết trong danh mục (hsx.vn) truy cập ngày 18 tháng 4 năm 2023.

KIỂM TOÁN MÔI TRƯỜNG - LỢI ÍCH VÀ THÁCH THỨC KHI THỰC HIỆN

TS. Phạm Huy Hùng*

Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính, bài viết khám phá lợi ích và thách thức khi thực hiện kiểm toán môi trường đối với các doanh nghiệp ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, bên cạnh những lợi ích to lớn mà kiểm toán môi trường mang lại thì các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng phải đối mặt với nhiều thách thức khi thực hiện kiểm toán môi trường như: nhận thức của các nhà quản lý; nguồn lực tài chính; môi trường pháp lý; áp lực từ các bên liên quan; và thiếu cơ chế khuyến khích. Dựa vào kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị được đưa ra với các bên liên quan nhằm thúc đẩy các doanh nghiệp chủ động tiếp cận kiểm toán môi trường để cải thiện hoạt động môi trường của mình trở nên bền vững hơn.

• Từ khóa: kiểm toán, kiểm toán môi trường, phát triển bền vững.

This study was conducted to explore the benefits and challenges of conducting environmental audits for businesses in Vietnam. By qualitative research methods such as: synthesis method, recurrent regression method, on the basis of researching relevant documents. Research results show that, besides the great benefits that environmental auditing brings, businesses in Vietnam also face many challenges when performing environmental audits, such as: awareness of managers; financial resources; legal environment; pressure from stakeholders; and lack of incentive mechanisms. Based on the results of the study, a number of recommendations were made to stakeholders to encourage businesses to proactively approach environmental auditing to improve their environmental performance. become more sustainable.

• Key words: audit, environmental audit, sustainable development.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

thấy sự cần thiết phải giải quyết những thách thức môi trường này và đã thực hiện nhiều chính sách, quy định để yêu cầu các doanh nghiệp tiến hành KTMT và báo cáo về hoạt động môi trường của họ nhằm thúc đẩy sự phát triển bền vững.

Tuy nhiên, lĩnh vực này mới chỉ có Kiểm toán Nhà nước (KTNN) thực hiện kiểm toán đối với các khách thể bắt buộc mà chưa thấy vai trò của kiểm toán độc lập. Điều này có thể do sự tự nguyện thực hiện KTMT và công bố thông tin về môi trường của các doanh nghiệp còn hạn chế do chưa được luật hóa. Tại Việt Nam, tháng 10/2015, KTNN đã thành lập Phòng KTMT với chức năng tham mưu cho Tổng Kiểm toán Nhà nước trong việc xây dựng mục tiêu, chiến lược phát triển, quy trình về KTMT; tổ chức triển khai và áp dụng KTMT trong hoạt động của KTNN. Một số cuộc kiểm toán đã được triển khai, cụ thể: trong giai đoạn 2012-2015 KTNN đã lồng ghép thực hiện các cuộc kiểm toán có yếu tố môi trường, nổi bật như: Kiểm toán Chương trình mục tiêu quốc gia về nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn (2012); Kiểm toán vấn đề nước lưu vực sông Mekong; Kiểm toán “Quỹ bảo vệ môi trường” (2015); Kiểm toán công tác quản lý môi trường đối với các khu công nghiệp tại tỉnh Bắc Ninh... Qua công tác kiểm toán, KTNN đã đưa ra các kết luận, đánh giá và kiến nghị cụ thể về việc xây dựng và thực hiện các chính sách, quy định để phòng chống ô nhiễm, bảo vệ môi trường của quốc gia, cũng như của từng đơn vị, tổ chức. Những kết

Đặt vấn đề

Kiểm toán môi trường (KTMT) được coi là một trong những công cụ giúp hỗ trợ trong việc giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường. KTMT ngày càng trở nên quan trọng, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam đang trong quá trình công nghiệp hóa và đô thị hóa nhanh chóng, dẫn đến suy thoái môi trường nghiêm trọng, bao gồm ô nhiễm không khí, nguồn nước, phá rừng và mất đa dạng sinh học. Chính phủ và các cơ quan chức năng nhận

* Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội; email: phamhuyhung0302@gmail.com

quả đạt được trong thực hiện KTMT của KTNN là rất đáng khích lệ. Tuy nhiên, xét về tổng thể thì vẫn cần phải có những biện pháp quản lý môi trường hiệu quả trong khu vực tư nhân. Mặc dù đã có sự gia tăng đáng kể về số lượng các doanh nghiệp tiến hành KTMT trong những năm gần đây, đặc biệt là để đối phó với áp lực ngày càng tăng từ chính phủ, xã hội và khách hàng nhằm cải thiện hoạt động môi trường. Thực tế, vẫn còn những thách thức cần giải quyết, đa số các doanh nghiệp tại Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất, vẫn chưa nhận thức được tầm quan trọng của KTMT. Do vậy, bài viết này đề cập đến những thách thức và lợi ích của hoạt động KTMT đối với doanh nghiệp. Qua đó, đưa ra các khuyến nghị nhằm cải thiện việc thực hiện KTMT ở các doanh nghiệp trong thời gian tới.

Khái niệm về kiểm toán môi trường

KTMT là khái niệm rộng tùy theo quy định của từng quốc gia, tổ chức quốc tế và tùy theo mục đích (đánh giá hậu quả tác động môi trường hoặc đánh giá sự tuân thủ các quy định pháp lý trong công tác quản lý môi trường) hoặc đối tượng cần kiểm toán (về môi trường, an toàn, năng lượng hoặc sức khỏe...). Hiện nay, không có định nghĩa duy nhất về KTMT, tuy nhiên các định nghĩa và quan niệm dưới đây đang được áp dụng rộng rãi trên thế giới.

Theo Phòng Thương mại Quốc tế: KTMT là công cụ quản lý bao gồm việc đánh giá một cách hệ thống, lập tài liệu định kỳ và theo dõi để đánh giá công tác tổ chức, quản lý và công cụ về bảo vệ môi trường của cơ sở đạt kết quả như thế nào nhằm đảm bảo an toàn về môi trường nhằm tăng cường hiệu quả công tác giám sát, quản lý môi trường trong thực tế; Đánh giá sự tuân thủ đối với các quy định về bảo vệ môi trường. Cộng đồng châu Âu đang áp dụng định nghĩa này trong quy định về KTMT đối với các quốc gia thành viên.

Trong khi đó, theo Cục Bảo vệ môi trường Hoa Kỳ: KTMT là sự xem xét có hệ thống, làm văn bản, theo định kỳ và khách quan về việc hoạt động và thực tế của một cơ sở sản xuất kinh doanh nhằm đáp ứng các yêu cầu về môi trường.

Ngân hàng Thế giới quan niệm: KTMT là sự kiểm tra về tổ chức, cơ sở hoặc địa điểm nhằm xác minh tổ chức/cơ sở này đạt các tiêu chí về quản lý môi trường đến mức nào.

Bên cạnh đó, Tổ chức các cơ quan kiểm toán tối cao châu Á lại cho rằng: KTMT có thể bao gồm tất cả các loại kiểm toán, tức là kiểm toán tài chính, kiểm toán tuân thủ và kiểm toán hiệu suất về các vấn đề môi trường.

Tại Việt Nam, Luật Bảo vệ môi trường 2020 nêu: “KTMT là việc xem xét, đánh giá có hệ thống, toàn diện hiệu quả quản lý môi trường, kiểm soát ô nhiễm của cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ”. Theo đó, nội dung chính của KTMT đối với cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ bao gồm: Việc sử dụng năng lượng, hóa chất, nguyên liệu, phế liệu nhập khẩu từ nước ngoài làm nguyên liệu sản xuất; kiểm soát ô nhiễm và quản lý chất thải; khuyến khích cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ tự thực hiện KTMT.

Bộ Tài nguyên và Môi trường là cơ quan hướng dẫn kỹ thuật hoạt động tự KTMT của cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ.

Lợi ích đạt được khi thực hiện kiểm toán môi trường

KTMT là một trong các công cụ hữu hiệu nhất trong quản lý môi trường đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh, các dự án phát triển kinh tế - xã hội theo định hướng phát triển bền vững. KTMT tạo ra nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp, cụ thể:

Cải thiện hiệu suất môi trường: KTMT có thể giúp doanh nghiệp xác định các lĩnh vực mà họ có thể cải thiện hiệu suất môi trường của mình. Đồng thời, chỉ ra sự thiếu hiệu quả trong việc sử dụng tài nguyên, những lĩnh vực có thể giảm chất thải dư thừa, nguy hại và cơ hội cải thiện hiệu quả năng lượng. Chẳng hạn như, thông qua hệ thống chiếu sáng hoặc sưởi ấm và làm mát không hiệu quả, doanh nghiệp có thể hành động để cải thiện hiệu quả sử dụng năng lượng bằng cách nâng cấp lên thiết bị hiệu quả hơn, thực hiện các biện pháp tiết kiệm năng lượng và thay đổi hành vi của nhân viên. Hay cuộc kiểm toán cũng có thể chỉ ra một cơ sở sản xuất đang tạo ra nhiều phế liệu hơn mức cần thiết, khi đó các doanh nghiệp có thể thực hiện hành động để giảm chất thải, như thực hiện các chương trình tái chế chẳng hạn.

Tiết kiệm chi phí: KTMT cũng có thể giúp doanh nghiệp xác định các cơ hội tiết kiệm chi phí, như: giảm chi phí nước bằng cách chỉ ra các khu vực mà doanh nghiệp đang sử dụng nước dư thừa, chẳng hạn như do rò rỉ hoặc quy trình không hiệu quả, từ đó giúp doanh nghiệp giảm lượng nước sử dụng và tiết kiệm tiền nước trên hóa đơn. Hay cuộc kiểm toán còn giúp doanh nghiệp cải thiện hiệu quả của nhân viên, điều này có thể giúp tiết kiệm chi phí, kiểm toán viên có thể chỉ ra, nhân viên đang để thiết bị, máy móc chạy khi không sử dụng, dẫn đến chi phí năng lượng tăng.

Tuân thủ các quy định: Như đã đề cập trước đó, chính phủ Việt Nam yêu cầu các doanh nghiệp tiến hành đánh giá tác động môi trường và báo cáo về hoạt động môi trường của họ. KTMT có thể giúp các

doanh nghiệp tuân thủ các quy định này để tránh bị phạt tiền và các rắc rối pháp lý. Kiểm toán cũng có thể xác định các lĩnh vực mà doanh nghiệp không tuân thủ các quy định về môi trường khác và cho phép họ thực hiện các hành động khắc phục.

Nâng cao danh tiếng và sự tham gia của các bên liên quan: KTMT cũng có thể nâng cao danh tiếng của doanh nghiệp và cải thiện sự tham gia của các bên liên quan. Bằng cách thể hiện cam kết đối với sự bền vững về môi trường, doanh nghiệp có thể tạo dựng niềm tin với khách hàng, nhà đầu tư và các bên liên quan khác. Ngoài ra, KTMT còn giúp doanh nghiệp xác định và giải quyết các mối quan tâm của các bên liên quan, dẫn đến cải thiện mối quan hệ và tăng cường gắn kết.

Lợi thế cạnh tranh: Cuối cùng, KTMT có thể mang lại cho doanh nghiệp lợi thế cạnh tranh. Khách hàng và nhà đầu tư ngày càng quan tâm đến tính bền vững và hiệu quả môi trường, và các doanh nghiệp thể hiện sự cam kết về tính bền vững có thể có lợi thế cạnh tranh so với những doanh nghiệp không cam kết. Ngoài ra, một số doanh nghiệp, đặc biệt là các tập đoàn đa quốc gia, yêu cầu các nhà cung cấp của họ đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường nhất định và việc kiểm toán có thể giúp doanh nghiệp đáp ứng các yêu cầu này và duy trì mối quan hệ với các khách hàng quan trọng.

Một số thách thức liên quan đến thực hiện kiểm toán môi trường

Việc tiến hành thực hiện KTMT tại các doanh nghiệp ở Việt Nam có thể gặp phải một số thách thức sau:

Nhận thức của các nhà quản lý: Việc thiếu nhận thức và hiểu biết về tầm quan trọng của KTMT có thể là một rào cản đáng kể đối với việc thực hiện. Nhiều doanh nghiệp có thể không nhận ra lợi ích của việc thực hiện KTMT, chẳng hạn như xác định các lĩnh vực cần cải thiện trong hoạt động môi trường của họ. Ngoài ra, các nhà quản lý có thể không hiểu ý nghĩa của việc không tuân thủ các quy định về môi trường hoặc rủi ro tài chính và uy tín tiềm ẩn liên quan đến hoạt động môi trường. Một số doanh nghiệp không sẵn sàng thực hiện các thay đổi dựa trên kết quả KTMT. Điều này có thể là do sự lo ngại về tác động đối với lợi nhuận hoặc năng suất, hoặc do miễn cưỡng đi chệch khỏi các thông lệ đã được thiết lập. Trong một số trường hợp, các doanh nghiệp cũng có thể lo ngại về những tác động tiêu cực tiềm ẩn của các quy định và sự giám sát của công chúng đối với doanh nghiệp. Nghiên cứu của Shah và cộng sự (2019) tại Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất;

Valero-Silva và cộng sự (2020) tại Brazil; và Hsiao và cộng sự (2019) tại Đài Loan cho thấy, việc thiếu nhận thức về lợi ích của các hoạt động quản lý môi trường, bao gồm cả KTMT là một rào cản đáng kể đối với việc thực hiện chúng ở các doanh nghiệp.

Nguồn lực tài chính: KTMT có thể tốn kém cho các doanh nghiệp với nguồn lực tài chính hạn chế. Những chi phí này bao gồm việc thuê kiểm toán viên bên ngoài, đầu tư vào công nghệ hoặc cơ sở hạ tầng mới để giảm tác động đến môi trường và dành thời gian, nguồn lực của nhân viên để thực hiện các khuyến nghị kiểm toán. Các doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong việc trang trải các chi phí này và có thể ưu tiên các lĩnh vực kinh doanh khác hơn là hiệu quả môi trường.

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, nguồn lực tài chính hạn chế là một rào cản đáng kể đối với các hoạt động quản lý môi trường trong các doanh nghiệp. Chẳng hạn, nghiên cứu của Boiral & Paille (2012) đã xem xét các rào cản đối với quản lý môi trường trong các doanh nghiệp ở Canada và phát hiện ra rằng, nguồn tài chính hạn chế là một trở ngại đáng kể trong việc thực hiện các hoạt động quản lý môi trường. Nghiên cứu cũng cho thấy rằng các doanh nghiệp có nhiều nguồn tài chính hơn có nhiều khả năng áp dụng các biện pháp quản lý môi trường hơn. Tương tự, nghiên cứu của González-Benito & González-Benito (2006); Liu & Huang (2016) tại Tây Ban Nha và Trung Quốc cho thấy, các doanh nghiệp có nhiều nguồn tài chính hơn có nhiều khả năng áp dụng các biện pháp quản lý môi trường hơn, trong đó bao gồm cả việc thực hiện KTMT, nghiên cứu cũng gợi ý sự hỗ trợ và khuyến khích tài chính của chính phủ là cần thiết để các doanh nghiệp vượt qua các rào cản tài chính.

Môi trường pháp lý: Môi trường pháp lý về quản lý môi trường ở Việt Nam còn chưa đầy đủ, thiếu tính đồng bộ và nhất quán đã khiến các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc thực hiện KTMT. Đặc biệt, việc thiếu tiêu chuẩn hóa trong thực hành và phương pháp kiểm toán là một thách thức đáng kể đối với các doanh nghiệp. Hiện tại không có cách tiếp cận tiêu chuẩn nào đối với KTMT và kiểm toán viên có thể sử dụng các tiêu chí, phương pháp và tiêu chuẩn khác nhau khi tiến hành kiểm toán, điều này gây khó khăn cho việc so sánh kết quả kiểm toán giữa các doanh nghiệp cùng lĩnh vực. Bên cạnh đó, việc thực thi pháp luật còn hạn chế là một yếu tố chính ảnh hưởng đến việc thực hiện KTMT tại các doanh nghiệp ở Việt Nam. Trong một số trường hợp, các doanh nghiệp có thể không thấy được lợi ích của việc tiến hành kiểm toán nếu có ít hoặc không có việc thực thi các quy

định về môi trường và họ có thể chọn bỏ qua tác động môi trường của mình để giảm chi phí.

Một số nghiên cứu đã khám phá mối quan hệ giữa thực thi quy định và thực hiện KTMT trong các doanh nghiệp. Chẳng hạn, nghiên cứu của Jabbour và cộng sự (2014) nhận thấy rằng, việc thực thi yếu kém các quy định về môi trường là rào cản lớn đối với việc thực hiện KTMT tại các doanh nghiệp Brazil. Tương tự, nghiên cứu của Zhu và cộng sự (2015) xác định tính đầy đủ, đồng bộ, thiếu vắng các hướng dẫn chi tiết của các văn bản pháp lý về môi trường là trở ngại chính đối với việc thực hiện KTMT tại các doanh nghiệp Trung Quốc. Một nghiên cứu khác của De Marchi và cộng sự (2016) cho thấy, hiệu quả của các quy định về môi trường có mối tương quan tích cực với việc thực hành KTMT ở các công ty châu Âu.

Áp lực từ các bên liên quan: Các doanh nghiệp có thể không ưu tiên KTMT hoặc hành động để cải thiện hoạt động môi trường của họ nếu có ít áp lực từ các bên liên quan, chẳng hạn như khách hàng, nhà đầu tư hoặc các tổ chức xã hội. Mặc dù, nhận thức và mối quan tâm về các vấn đề môi trường ở Việt Nam ngày càng tăng, nhưng các bên liên quan có thể chưa gây đủ áp lực để thúc đẩy tất cả các doanh nghiệp hành động.

Liang và cộng sự (2016) đã thực hiện một nghiên cứu về việc áp dụng các biện pháp quản lý môi trường (EMP) tại các công ty sản xuất của Trung Quốc. Họ phát hiện ra rằng áp lực của các bên liên quan, đặc biệt là từ khách hàng và chính phủ, là một động lực quan trọng để các công ty áp dụng EMP. Tuy nhiên, họ cũng nhận thấy các công ty có thể không thực hiện đầy đủ EMP nếu thiếu áp lực của các bên liên quan. Tương tự, Russo & Harrison (2005) đã xem xét việc áp dụng các biện pháp quản lý môi trường tại các công ty Hoa Kỳ. Họ phát hiện ra rằng, các động lực chính cho việc thực hiện KTMT là áp lực về quy định, áp lực của khách hàng và áp lực của công chúng. Trong khi đó, Hahn & Kühnen (2013) đã thực hiện một nghiên cứu về việc áp dụng các hệ thống quản lý môi trường (EMS) tại các công ty Đức, kết quả cho thấy, áp lực từ khách hàng và các cơ quan quản lý, là động lực quan trọng để các công ty áp dụng EMS.

Thiếu cơ chế khuyến khích: Việc thiếu các lợi ích rõ ràng hoặc các ưu đãi tài chính có thể không khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào quản lý môi trường, đặc biệt nếu họ nhận thấy chi phí lớn hơn lợi ích tiềm năng. Nguyen và cộng sự (2016) đã thực hiện nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến thực tiễn quản lý môi trường trong các doanh nghiệp ở Việt Nam, bao gồm cả những khuyến

khích để cải thiện hoạt động môi trường. Nghiên cứu cho thấy, các doanh nghiệp ở Việt Nam được thúc đẩy bởi lợi ích tài chính và lợi thế cạnh tranh, nhưng việc thiếu các ưu đãi tài chính và hỗ trợ của chính phủ là một rào cản đáng kể đối với việc áp dụng các thông lệ quản lý môi trường trong đó có thực hiện KTMT.

Kết luận và khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, bên cạnh những lợi ích to lớn mà KTMT mang lại cho doanh nghiệp khi lựa chọn thực hiện chúng thì các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng phải đối mặt với nhiều thách thức. Để giải quyết những thách thức này, một số khuyến nghị được đưa ra với các bên liên quan, cụ thể:

Tăng cường nhận thức và hiểu biết: Chính phủ, các tổ chức phi chính phủ và các hiệp hội ngành nên nâng cao nhận thức về lợi ích của việc tiến hành KTMT và hậu quả của việc coi nhẹ thực hiện quản lý môi trường. Điều này có thể đạt được thông qua các chiến dịch tuyên truyền, chương trình đào tạo và hội thảo.

Tăng cường thực thi quy định: Chính phủ nên tăng mức độ thực thi và trừng phạt đối với việc không tuân thủ các quy định về môi trường. Điều này sẽ làm cho các doanh nghiệp có nhiều khả năng ưu tiên quản lý môi trường hơn và đầu tư vào KTMT.

Tạo ra các ưu đãi: Chính phủ có thể đưa ra các ưu đãi tài chính cho các doanh nghiệp thực hiện các hệ thống quản lý môi trường, tiến hành KTMT và chứng minh những cải tiến trong hoạt động môi trường. Những ưu đãi này có thể bao gồm các khoản tín dụng thuế, các khoản vay lãi suất thấp hoặc trợ cấp cho các khoản đầu tư vào môi trường.

Thúc đẩy áp lực của các bên liên quan: Người dân, các tổ chức xã hội, khách hàng và nhà đầu tư có thể gây áp lực lên các doanh nghiệp để cải thiện hoạt động môi trường của họ. Chính phủ có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc tạo ra các nền tảng cho sự tham gia của các bên liên quan, nơi các doanh nghiệp có thể nhận được phản hồi về hoạt động môi trường của họ và nhận được sự công nhận cho những thay đổi tích cực.

Tài liệu tham khảo:

- Boiral, O., & Paille, P. (2012). Organizational citizenship behaviour for the environment: measurement and validation. *Journal of Business Ethics*, 109(4), 431-445.
- De Marchi, V., Farnese, M. L., & di Maria, E. (2016). The drivers of firms' green and non-green investments: The role of regulatory push-pull dynamics. *Journal of Business Research*, 69(8), 3004-3011.
- González-Benito, J., & González-Benito, Ó. (2006). A review of determinant factors of environmental proactivity. *Business Strategy and the Environment*, 15(2), 87-102.
- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5-21.
- Hsiao, H. H., Chen, Y. H., Lu, Y. H., & Tsai, C. Y. (2019). The implementation of environmental management systems in SMEs: An empirical study of regional and industry differences. *Journal of Cleaner Production*, 208, 1429-1442.

MINH BẠCH THÔNG TIN VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TẠI VIỆT NAM

PGS.TS. Hồ Thủy Tiên*

Với phương pháp ước lượng GMM, bài viết đã thực hiện phân tích các tác động của minh bạch thông tin đến hiệu quả hoạt động tài chính thông qua mức độ hiển thị hình ảnh doanh nghiệp và tính thanh khoản cổ phiếu trên bộ dữ liệu của 228 công ty niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn từ 2015 đến 2020. Kết quả cho thấy các doanh nghiệp càng minh bạch thông tin thì hiệu quả hoạt động tài chính càng cao do sự cải thiện hình ảnh doanh nghiệp, nâng cao uy tín và phát đi tín hiệu tốt cho nhà đầu tư, đồng thời làm gia tăng tính thanh khoản, giảm chi phí giao dịch của công ty. Dựa trên những bằng chứng thực nghiệm này, tác giả cũng đưa ra những hàm ý về mặt quản trị cho doanh nghiệp cũng như các nhà tạo lập thị trường tại Việt Nam.

• Từ khóa: minh bạch thông tin, hiệu quả hoạt động tài chính, mức độ hiển thị, tính thanh khoản, công ty niêm yết.

Information transparency is not only an obligation to comply, but also an interest in improving the reputation and image of businesses in the market. By applying GMM estimation method on the data set of 228 companies listed in Vietnam during the period from 2015 to 2020, this article analyzed the impact of information transparency on financial performance through the visibility of corporate image and stock liquidity. The results showed that the more transparent businesses are, the higher their financial performance will be due to the improvement of corporate image and stock liquidity in Vietnamese market. Therefore, some governance implications for businesses as well as market makers in Vietnam are suggested appropriately based on this empirical evidence.

• Key words: information transparency, financial performance, visibility, liquidity, listed companies.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

Bên cạnh đó, mối quan hệ giữa minh bạch thông tin và hoạt động tài chính của doanh nghiệp được đề cập trong các nghiên cứu khoa học trước đây chưa có các kết quả đồng nhất. Hầu hết các nghiên cứu chỉ ra rằng mối quan hệ giữa minh bạch thông tin và hiệu quả hoạt động tài chính phụ thuộc vào một số biến kiểm soát và trung gian (Dixon-Fowler và cộng sự, 2013). Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung phân tích các đặc trưng của doanh nghiệp mà ít đề cập đến những ảnh hưởng vĩ mô bên ngoài như thị trường chứng khoán. Tại Việt Nam, nghiên cứu của Trương Đông Lộc và cộng sự (2022) cho thấy minh bạch thông tin có tác động đến tích cực đến giá trị của doanh nghiệp được đo lường bởi hệ số Tobin's Q. Lê Tấn Nghiêm và Bích Tuyên Dương (2022) phân tích phản ứng của thị trường chứng khoán khi có sự thay đổi đánh giá tín dụng, thị trường chứng khoán Việt Nam không hoàn hảo, minh bạch thông tin cần được cải thiện để gia tăng hiệu quả của thị trường. Phan Đình Khôi và Trần Thúy Hằng (2018) gợi ý rằng các doanh nghiệp niêm yết cần đảm bảo minh bạch thông tin thông qua việc công bố báo cáo tài chính theo chuẩn mực quốc tế, cung cấp thông tin hữu ích cho nhà đầu tư khi đầu tư vào cổ phiếu của doanh nghiệp. Vì vậy, có thể thấy cần phải có những nghiên cứu thực nghiệm phân tích ảnh hưởng của yếu tố minh bạch thông tin

1. Giới thiệu

Minh bạch thông tin là yếu tố cơ bản, nền tảng để phát triển bền vững thị trường chứng khoán. Với ý nghĩa đó, các nhà quản lý thị trường luôn coi trọng vấn đề đảm bảo tính công khai, minh bạch và bình đẳng của các thông tin công bố. Tuy nhiên, ở những thị trường chứng khoán đang phát triển như Việt Nam, vấn đề minh bạch thông tin của doanh nghiệp và của cả thị trường chứng khoán chưa được tuân thủ nghiêm ngặt, hoặc thiếu những quy định chặt chẽ, cũng như sự chế tài nghiêm khắc.

* Trường Đại học Tài chính - Marketing; email: tienht@ufm.edu.vn

đến hiệu quả hoạt động tài chính thông qua các yếu tố trung gian từ thị trường chứng khoán.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Minh bạch thông tin và hiệu quả hoạt động tài chính

Tổ chức Quốc tế các Ủy ban Chứng khoán (IOSCO) định nghĩa “Minh bạch là việc những thông tin giao dịch (bao gồm cả thông tin trước giao dịch và sau giao dịch) được công bố công khai”. Để đo lường mức độ minh bạch và công bố thông tin của một công ty cần thiết phải có một thước đo thống kê thể hiện được sự chính xác và đầy đủ của các thông tin được công bố. Các chỉ số phản ánh minh bạch thông tin bao gồm: (1) Chỉ số minh bạch và công bố thông tin (Transparency and Disclosure index - T&D Index) của Standard and Poor's (S&P); (2) Chỉ số quản trị và minh bạch thông tin (Governance and Transparency Index - GTI) tại Singapore; (3) Chỉ số IDTRS (Information Disclosure and Transparency Ranking System) tại Đài Loan; (4) Chỉ số CIFAR (the Center for International Financial Analysis and Research) năm 1995 của Trung tâm phân tích và nghiên cứu tài chính quốc tế.

Hiệu quả hoạt động tài chính là một trong những tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả hoạt động của công ty. Nó phản ánh hiệu quả trong việc huy động, quản lý và sử dụng vốn của doanh nghiệp để tối ưu hóa giá trị của doanh nghiệp. Theo lý thuyết đại diện (Agency theory), Jensen và Meckling (1976) tranh luận rằng công ty có thể kỳ vọng rằng một sự gia tăng minh bạch thông tin có thể làm giảm chi phí đại diện, cuối cùng là giảm chi phí tài chính và gia tăng hiệu quả hoạt động tài chính của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, lý thuyết tín hiệu (Signaling Theory) được nhắc đến từ đầu thập niên 70 của thế kỷ XX cho thấy thông tin bất cân xứng xuất hiện trong quan hệ nhà quản lý với các cổ đông và trong quan hệ doanh nghiệp với các bên liên quan. Theo đó, các công ty thường có xu hướng phát tín hiệu có lợi cho bản thân công ty để che giấu những yếu kém và gia tăng sức cạnh tranh của công ty, nhằm thu hút vốn đầu tư.

2.2. Tổng quan các nghiên cứu có liên quan

Zeng và cộng sự (2012) gợi ý rằng các doanh nghiệp trong các ngành nhạy cảm với môi trường và những doanh nghiệp có danh tiếng tốt thì khả năng công bố thông tin sẽ cao hơn đặc biệt là các thông tin về môi trường. Trong khi đó, Zhang (2017) ghi nhận rằng liên kết chính trị có tác động tích cực lên việc công bố thông tin của doanh nghiệp. Để

minh bạch thông tin và đáp ứng nhu cầu thông tin của cổ đông, các doanh nghiệp cần phải cải thiện hiệu quả hoạt động của các bộ phận truyền thông, môi trường,... dẫn đến làm gia tăng chi phí quản lý và giảm hiệu quả hoạt động (Liu và Zhang, 2017).

Tại Việt Nam, Trương Đông Lộc và cộng sự (2022) sử dụng dữ liệu của 430 doanh nghiệp thương mại niêm yết trên 2 sàn HOSE và HNX cho thấy minh bạch thông tin có tác động đến tích cực đến giá trị của doanh nghiệp được đo lường bởi hệ số Tobin's Q. Lê Tấn Nghiêm và Bích Tuyên Dương (2022) trong nỗ lực nghiên cứu phản ứng của thị trường chứng khoán khi có sự thay đổi đánh giá tín dụng, thị trường chứng khoán Việt Nam không hoàn hảo, minh bạch thông tin cần được cải thiện để gia tăng hiệu quả của thị trường. Phan Đình Khôi và Trần Thúy Hằng (2018) sử dụng phương pháp nghiên cứu sự kiện với cửa sổ sự kiện 20 ngày trước và sau thông báo để phân tích phản ứng của lợi nhuận bất thường của giá cổ phiếu liên quan đến thông báo thu nhập cho 160 doanh nghiệp niêm yết trên sàn HOSE trong giai đoạn 2010 đến 2015. Kết quả cho thấy, việc công bố kết quả kinh doanh có ảnh hưởng đến sự thay đổi giá cổ phiếu.

Mức độ hiển thị của các công ty niêm yết liên quan đến mức độ nhận biết của chúng đối với cổ đông, tức là các doanh nghiệp càng hiển thị thì càng thu hút sự giám sát của công chúng và chính phủ hơn (Qiu và cộng sự, 2016). Do đó, hiệu quả hoạt động có thể được cải thiện. Thanh khoản đại diện cho sự linh hoạt của chứng khoán. Do đó, các doanh nghiệp thanh khoản tốt hơn, sẽ có chi phí vốn thấp hơn và có hiệu quả hoạt động tài chính cao hơn. Vì vậy, mục tiêu nghiên cứu của bài viết sẽ đánh giá tác động của minh bạch thông tin đến hiệu quả hoạt động tài chính của công ty niêm yết, trong đó có xem xét vai trò trung gian của yếu tố tính thanh khoản cổ phiếu và mức độ hiển thị của doanh nghiệp.

3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Kế thừa các nghiên cứu của Trương Đông Lộc và Nguyễn Thị Kim Anh (2017), Phan Đình Khôi và Trần Thúy Hằng (2018), Liu và Zhang (2017), Lê Tấn Nghiêm & Bích Tuyên Dương (2022), bài viết thiết lập mô hình nghiên cứu đánh giá tác động của minh bạch thông tin đến hiệu quả hoạt động tài chính của doanh nghiệp như sau:

$$ROE_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 IT_{it} + \alpha_2 LEVEL_{it} + \alpha_3 HLD_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 IND_{it} + \alpha_6 BIG_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Ngoài ra, để đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố từ thị trường chứng khoán bao gồm mức độ hiển thị doanh nghiệp và tính thanh khoản cổ phiếu đến hiệu quả hoạt động tài chính, mô hình (2) và mô hình (3) được hình thành như sau:

$$ROE_{it} = \eta_0 + \eta_1 AMI_{it} + \eta_2 LEVEL_{it} + \eta_3 HLD_{it} + \eta_4 SIZE_{it} + \eta_5 IND_{it} + \eta_6 BIG_{it} + v_{it} \quad (2)$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 INST_{it} + \beta_2 LEVEL_{it} + \beta_3 HLD_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 IND_{it} + \beta_6 BIG_{it} + \mu_{it} \quad (3)$$

Bên cạnh đó, để phân tích hiệu ứng trung gian khi xem xét vai trò của 2 biến trung gian bao gồm: tính thanh khoản cổ phiếu (AMI) và mức độ hiển thị (INST), tác giả thiết lập mô hình đánh giá tác động của biến minh bạch thông tin (IT) đến các biến này. Đây là những biến tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động tài chính của doanh nghiệp (ROE) đã được phân tích trong mô hình (2) và mô hình (3) như sau:

$$AMI_{it} = \tau_0 + \tau_1 IT_{it} + \tau_2 LEVEL_{it} + \tau_3 HLD_{it} + \tau_4 SIZE_{it} + \tau_5 IND_{it} + \tau_6 BIG_{it} + \phi_{it} \quad (4)$$

$$INST_{it} = \rho_0 + \rho_1 IT_{it} + \rho_2 LEVEL_{it} + \rho_3 HLD_{it} + \rho_4 SIZE_{it} + \rho_5 IND_{it} + \rho_6 BIG_{it} + \gamma_{it} \quad (5)$$

Trong đó: i: Công ty thứ i; t: Năm thứ i;

$\alpha, \beta, \rho, \eta$, và τ : Hệ số hồi quy;

$\varepsilon_{it}, \mu_{it}, \gamma_{it}, v_{it}$ và ϕ_{it} : Phần dư tương ứng của các mô hình 1, 2, 3, 4 và 5.

Bảng 1: Tổng hợp các biến trong mô hình nghiên cứu

Loại biến	Tên biến	Ký hiệu	Định nghĩa
Biến phụ thuộc	Hiệu quả hoạt động tài chính	ROE	Thu nhập ròng trên vốn chủ sở hữu
Biến độc lập	Minh bạch thông tin	IT	Thang đo Dựa trên bộ tiêu chí của S&P
Các biến trung gian	Mức độ hiển thị Cổ đông tổ chức	INST	Tỷ lệ cổ phần nắm giữ của cổ đông tổ chức
	Thanh khoản	AMI	Chỉ số Amihud
Biến kiểm soát	Đòn bẩy tài chính	LEVEL	Tổng nợ trên tổng tài sản
	Cấu trúc sở hữu	HLD	Bảng 1 nếu có yếu tố sở hữu nhà nước và bằng 0 cho trường hợp ngược lại
	Quy mô công ty	SIZE	Giá trị sổ sách vốn chủ sở hữu
	Chất lượng báo cáo tài chính	BIG4	Bảng 1 nếu được kiểm toán bởi các công ty BIG4 và bằng 0 cho trường hợp ngược lại.
	Ngành	IND	Bảng 1 nếu là ngành ngân hàng, tài chính và bằng 0 nếu thuộc các ngành khác.

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Theo Bảng 1, biến AMI được đo lường bằng chỉ số Amihud. Đây là chỉ số được xây dựng bởi Amihud (2002) đo lường thanh khoản cổ phiếu và thường được sử dụng trong các nghiên cứu về minh bạch thông tin. Chỉ số Amihud càng thấp thì mức độ thanh khoản càng cao. Bên cạnh đó, bài viết sử dụng sở hữu của cổ đông tổ chức (INST) để đo lường mức độ hiển thị.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu của 228 công ty được niêm yết trên sàn chứng khoán Hồ Chí Minh (HOSE) trong 6 năm từ 2015 đến 2020 Với 932 quan sát doanh nghiệp - năm (firm-year). Bài viết sử dụng phương pháp ước lượng mô hình đưa thêm biến công cụ có tên gọi là generalized method of moments (GMM). Phương pháp này được áp dụng trong trường hợp xảy ra hiện tượng nội sinh trong mô hình đã đề xuất.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tác động của minh bạch thông tin và các biến trung gian đến hiệu quả hoạt động tài chính

Kiểm định Arellano-Bond tại Bảng 2 cho thấy kết quả ước lượng của cả 3 mô hình bao gồm: mô hình (1); mô hình (2) và mô hình (3) theo phương pháp GMM là phù hợp.

Bảng 2: Kết quả hồi quy GMM của mô hình (1), (2), (3)

	Mô hình (1)	Mô hình (2)	Mô hình (3)
Biến phụ thuộc : ROE			
ROE(-1)	-0,0430 (-1,41)	0,0796*** (3,03)	-0,0294 (-1,26)
IT	0,0099*** (2,90)		
AMI		-63,581*** (-2,65)	
INST			0,8467*** (3,53)
LEVEL	0,8398*** (9,21)	0,5883 (1,00)	0,8432*** (10,67)
HLD	3,0994 (0,34)	11,2318 (1,05)	-0,8999 (-0,11)
EQUITY	-1,29E-06 (-0,17)	-1,52E-06 (-0,32)	3,78E-06 (0,58)
IND	0,1019 (0,48)	-0,4279** (-2,28)	0,1285 (0,60)
BIG4	-0,0157 (-0,11)	0,1145*** (3,18)	0,0298 (0,21)
Số quan sát	684	393	684
Số nhóm (groups)	228	148	228
Số biến công cụ	12	12	12

	Mô hình (1)	Mô hình (2)	Mô hình (3)
AR(2)	0,6284	0,0739	0,1376
Hansen J	0,6937	0,2908	0,7607

Chú thích: Giá trị thống kê t trong ngoặc đơn; *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm Eview

Kết quả mô hình (1) cho thấy minh bạch thông tin IT có tác động cùng chiều đến minh bạch thông tin (IT) với độ tin cậy rất cao trên 99% tương ứng với mức ý nghĩa là 0,038. Điều đó có nghĩa rằng các doanh nghiệp có sự minh bạch trong thông tin với công chúng cũng như các nhà đầu tư, sẽ có hiệu quả hoạt động cao hơn. Kết quả cũng phù hợp với nghiên cứu của Zeng cùng cộng sự (2012), Li cùng cộng sự (2019), Zhang (2017) về công bố thông tin tự nguyện cho thấy rằng minh bạch thông tin thì có tương quan cùng chiều đến hiệu quả hoạt động tài chính. Những nghiên cứu này khẳng định rằng những công ty có hiệu quả hoạt động tài chính vượt trội sẽ cố gắng phân biệt mình với các công ty khác bằng cách minh bạch thông tin.

Hệ số Amihud trong mô hình (2) mang dấu âm (-63.58096) với mức ý nghĩa $< 1\%$. Hàm ý rằng mức độ thanh khoản càng cao thì hiệu quả hoạt động của công ty càng cao. Phát hiện này cũng phù hợp với hầu hết các nghiên cứu. Thanh khoản làm gia tăng hiệu quả hoạt động của một công ty vì nó làm gia tăng sự kiểm soát và giảm thiểu chi phí đại diện. Theo đó, tính thanh khoản có tác động tích cực lên hiệu quả hoạt động tài chính vì giá trị thông tin và phân bổ quản lý nhạy cảm với hiệu quả hoạt động. Thanh khoản tác động đến hiệu quả hoạt động của công ty thông qua ảnh hưởng từ sự phản ứng giữa thị trường vốn và quản lý doanh nghiệp (Chen cùng cộng sự, 2019).

Kết quả mô hình (3) cho thấy sở hữu của cổ đông tổ chức (INST) có tác động cùng chiều có ý nghĩa thống kê đến hiệu quả hoạt động tài chính. Điều này hàm ý rằng mức độ hiển thị có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của công ty. Các tổ chức thường thích các cổ phiếu hiển thị hơn bởi vì chúng có tính thanh khoản cao và ít rủi ro (Hull và Rothenberg, 2008). Theo quy luật trao đổi cổ phiếu, các tổ chức nắm giữ hơn 5% cổ phần của một công ty cần phải thể hiện thông tin này trong báo cáo tạm thời. Sự thay đổi cổ phần của các cổ đông tổ chức và tỷ trọng nắm giữ của họ sẽ thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư khác, đặc biệt là các nhà đầu tư cá nhân. Do đó, sở hữu của cổ đông tổ chức có thể phản ánh mức độ hiển thị.

4.2. Phân tích hiệu ứng trung gian

Kiểm định Arellano-Bond tại Bảng 3 cho thấy kết quả ước lượng của mô hình (4) và mô hình (5) theo phương pháp GMM là phù hợp.

Bảng 3: Kết quả hồi quy GMM của mô hình (4) và mô hình (5)

	Mô hình (4)	Mô hình (5)
Biến phụ thuộc :	AMI	INST
AMI(-1)	-0,0169 (-0,38)	
INST(-1)		0,0297 (1,22)
IT	-4,90E-05** (-2,37)	0,0101*** (20,38)
LEVEL	0,0103*** (27,09)	0,0332 (1,17)
HLD	-0,0264 (-1,16)	0,4907 (0,97)
EQUITY	-5,85E-08 (-1,33)	-3,12E-06 (-1,18)
IND	0,0030 (1,40)	-0,1263*** (-2,61)
BIG4	-0,0004 (-0,80)	0,031** (1,89)
Số quan sát	393	684
Số nhóm (groups)	148	228
Số biến công cụ	12	12
AR(2)	0,9200	0,1898
Hansen J	0,4265	0,2866

Chú thích: Giá trị thống kê t trong ngoặc đơn; *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm Eview

Mô hình 4 kiểm tra tác động của minh bạch thông tin (IT) lên thanh khoản cổ phiếu (AMI). Kết quả hồi quy GMM cho thấy IT và AMI có mối quan hệ ngược chiều ($\tau_1 = -4.90E-05$, và $\alpha = 0.0184$). Điều này hàm ý rằng minh bạch thông tin tác động tích cực đến thanh khoản của cổ phiếu công ty.

Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng bất cân xứng thông tin bắt nguồn từ việc công bố thông tin không hiệu quả dẫn đến vấn đề về lựa chọn đối nghịch (Qiu và cộng sự, 2016). Khi thanh khoản thị trường giảm, chi phí giao dịch thị trường sẽ gia tăng, dẫn đến gia tăng chi phí vốn cổ phần. Minh bạch thông tin là một thước đo hiệu quả để giảm bất cân xứng thông tin. Do đó, các doanh nghiệp càng minh bạch nhiều thông tin có thể duy trì thị trường hiệu quả và gia tăng thanh khoản. Ở khía cạnh pháp luật, các doanh nghiệp càng minh bạch thông tin thì càng gia tăng sự an toàn về mặt pháp lý (Liu và Zhang,

2017). Các nhà đầu tư có xu hướng mua cổ phiếu của các doanh nghiệp mà công bố thông tin vì rủi ro pháp lý thấp có thể cải thiện thanh khoản cổ phiếu.

Kết quả nghiên cứu ở mô hình (5) cho thấy tác động của minh bạch thông tin đến mức độ hiển thị là cùng chiều. Như vậy, có thể thấy việc nâng cao chất lượng công bố thông tin báo cáo tài chính sẽ góp phần cải thiện niềm tin của nhà đầu tư trong, ngoài nước đối với tính minh bạch trên thị trường chứng khoán nói chung và Việt Nam nói riêng.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

5.1. Kết luận

Bài viết khám phá mối quan hệ giữa minh bạch thông tin và hiệu quả hoạt động tài chính của công ty được niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn từ 2015 đến 2020. Ngoài ra, tác giả cũng tìm hiểu tác động trung gian của mức độ hiển thị doanh nghiệp và tính thanh khoản cổ phiếu trong mối quan hệ này. Sử dụng mô hình GMM theo cách tiếp cận của Arellano và Bond (1991) với ưu điểm là một ước lượng vững và không cần giả thuyết về phân phối của chuỗi dữ liệu. Phát hiện của nghiên cứu cho thấy thông tin minh bạch tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của công ty với mức độ tin cậy rất cao. Các phát hiện này cũng phù hợp với các nghiên cứu trước đây của Zeng cùng cộng sự (2012), Li cùng cộng sự (2019), Zhang (2017). Việc minh bạch thông tin mang đến cho công ty nhiều giá trị vô hình về mặt thương hiệu, hình ảnh, đặc biệt là minh bạch các thông tin về môi trường, làm gia tăng doanh số trong thị trường thực và giảm chi phí tài chính trong thị trường chứng khoán, tất cả những nhân tố này góp phần làm gia tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Kiểm định hiệu ứng tác động trung gian của minh bạch thông tin đến mức độ hiển thị và thanh khoản chứng khoán cho thấy minh bạch thông tin giúp cải thiện 2 nhân tố này. Theo Liu và Zhang (2017), chức năng của thị trường vốn hiệu quả được dựa trên công bố thông tin. Khi thông tin minh bạch, thị trường vốn sẽ tránh được các vấn đề lựa chọn đối nghịch, giảm bất công xứng thông tin và gia tăng thanh khoản của chứng khoán. Theo lý thuyết tín hiệu, các doanh nghiệp minh bạch thông tin sẽ phát ra một tín hiệu tích cực hơn đối với thị trường. Khi các thông tin có liên quan được công bố, các nhà phân tích có thể sử dụng thông tin để giảm thiểu cách biệt thông tin giữa doanh nghiệp và những nhà đầu tư, từ đó làm gia tăng sự hiện hữu của tổ chức.

5.2. Hàm ý chính sách

Việc minh bạch thông tin mang lại nhiều lợi ích làm gia tăng hiệu quả hoạt động tài chính của doanh nghiệp nói chung và thị trường chứng khoán nói riêng. Minh bạch thông tin không chỉ là nghĩa vụ phải thực hiện theo pháp luật, mà còn là quyền lợi của doanh nghiệp trong việc nâng cao uy tín và hình ảnh trên thị trường; đồng thời, là cơ sở để phát triển bền vững và tăng giá trị doanh nghiệp. Từ đó, một số khuyến nghị được đề xuất như sau:

Đối với doanh nghiệp, các công ty nên sử dụng các công ty kiểm toán có uy tín gia tăng mức độ tin cậy của các báo cáo tài chính, xây dựng quy trình minh bạch thông tin trong tổ chức hạn chế quyền lực của các lãnh đạo cấp cao trong việc thao túng thông tin và gây bất lợi cho các cổ đông.

Đối với cơ quan chức năng, để đảm bảo công bằng trong tiếp cận thông tin, cần có chính sách quy định về công bố thông tin giao dịch tự doanh của các công ty chứng khoán và là yêu cầu bắt buộc với các sở giao dịch chứng khoán. Đồng thời, cần nâng cao khung hình phạt đối với các hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực chứng khoán để đảm bảo tính răn đe hướng tới phát triển thị trường minh bạch, ổn định. Ngoài ra, các cơ quan chức năng cần triển khai ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại vào hoạt động quản lý. Tiếp tục triển khai hệ thống công bố thông tin dành cho công ty đại chúng nhằm hỗ trợ các công ty đại chúng thực hiện việc báo cáo và công bố thông tin điện tử.

Tài liệu tham khảo:

- Amihud, Y. (2002). Illiquidity and stock returns: cross-section and time-series effects. *Journal of financial markets*, 5(1), 31-56;
- Baird, P. L., Geylani, P. C., & Roberts, J. A. (2012). Corporate social and financial performance re-examined: Industry effects in a linear mixed model analysis. *Journal of business ethics*, 109, 367-388;
- Dixon-Fowler, H. R., Slater, D. J., Johnson, J. L., Ellstrand, A. E., & Romi, A. M. (2013). Beyond "does it pay to be green?" A meta-analysis of moderators of the CEP-CFP relationship. *Journal of business ethics*, 112, 353-366;
- Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2008). Firm performance: The interactions of corporate social performance with innovation and industry differentiation. *Strategic management journal*, 29(7), 781-789;
- Liu, X., & Zhang, C. (2017). Corporate governance, social responsibility information disclosure, and enterprise value in China. *Journal of Cleaner Production*, 142, 1075-1084;
- Lê Tấn Nghiêm & Bích Tuyên Dương. (2022) Stock market reaction to credit rating changes: evidence from Vietnamese stock market, *International Journal of Education, Business and Economics Research (IJEER)*, 1-13;
- Phan Đình Khôi & Trần Thủy Hằng. (2018). Earning Disclosure and Abnormal Returns: Empirical Evidence from Ho Chi Minh Stock Exchange, *Banking Technology Review*, 63-78;
- Qiu, Y., Shaukat, A., & Tharyan, R. (2016). Environmental and social disclosures: Link with corporate financial performance. *The British Accounting Review*, 48(1), 102-116;
- Trương Đông Lộc, & Nguyễn Thị Kim Anh. (2017). Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ minh bạch và công bố thông tin của các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh, *Tạp chí Công nghệ Ngân hàng*, 135, 28-41;
- Zeng, S. X., Xu, X. D., Yin, H. T., & Tam, C. M. (2012). Factors that drive Chinese listed companies in voluntary disclosure of environmental information. *Journal of Business Ethics*, 109, 309-321;
- Zhang, C. (2017). Political connections and corporate environmental responsibility: Adopting or escaping? *Energy Economics*, 68, 539-547.

HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÁC ĐƠN VỊ THUỘC TỔNG CỤC CÔNG NGHIỆP QUỐC PHÒNG

Ths. Lương Hoàng Giang*

Trong bối cảnh hiện nay, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau, giữa các doanh nghiệp trong nước với các doanh nghiệp nước ngoài diễn ra ngày càng quyết liệt thì hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp càng trở nên quan trọng hơn. Riêng với Tổng cục Công nghiệp quốc phòng là một trong những Tổng cục có số lượng doanh nghiệp trực thuộc tương đối lớn. Các doanh nghiệp này trong những năm qua, luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ sản xuất quốc phòng và đang từng bước phát triển sản xuất kinh tế. Tuy nhiên, trước yêu cầu đổi mới và nâng cao hiệu quả hoạt động cho phù hợp với yêu cầu nhiệm vụ quân sự, quốc phòng, nâng cao khả năng cạnh tranh, hiệu quả sản xuất kinh doanh, điều này đòi hỏi các đơn vị thuộc Tổng cục Công nghiệp quốc phòng cần phải không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh.

• Từ khóa: hiệu quả kinh doanh, tổng cục công nghiệp quốc phòng, đơn vị.

In the current context, the competition between domestic enterprises, between domestic enterprises and foreign enterprises takes place more and more fiercely, the business efficiency of enterprises becomes more and more important. Particularly, the Vietnam Defence Industry is one of the General Departments with a relatively large number of affiliated enterprises. Over the years, these enterprises have always fulfilled their defense production tasks and are gradually developing economic production. However, before the requirements of innovation and improvement of operational efficiency to suit the requirements of military and defense tasks, and improve competitiveness, and efficiency of production and business, this requires units under the Vietnam Defence Industry need to constantly improve business efficiency.

• Key words: business performance, Vietnam defence Industry, units.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

cầu nhiệm vụ “đẩy mạnh phát triển CNQP, an ninh theo hướng tự chủ, tự cường, hiện đại và lưỡng dụng, trở thành mũi nhọn của công nghiệp quốc gia, góp phần nâng cao tiềm lực, sức mạnh quân sự, quốc phòng của đất nước” theo Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ quân đội lần thứ XI; đồng thời thực hiện chủ trương của Đảng, Nhà nước, BQP về việc tiếp tục đẩy mạnh cơ cấu lại, đổi mới và nâng cao hiệu quả DNNN, tổ chức lại các DN cho phù hợp với yêu cầu nhiệm vụ quân sự, quốc phòng, không để các DN hoạt động manh mún, nhỏ lẻ, sản xuất kinh doanh kém hiệu quả, giải quyết nhu cầu cấp thiết trong điều kiện hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, nâng cao khả năng cạnh tranh, hiệu quả sản xuất kinh doanh, điều này đòi hỏi các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP cần phải không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh.

2. Thực trạng hiệu quả kinh doanh của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

2.1. Tình hình kết quả kinh doanh

Về doanh thu: Doanh thu của đơn vị thuộc Tổng cục CNQP trong mẫu nghiên cứu có sự biến động tăng qua các năm. Đến năm 2021,

1. Giới thiệu

Tổng cục Công nghiệp quốc phòng (CNQP) là một trong những Tổng cục có số lượng doanh nghiệp (DN) trực thuộc tương đối lớn. Các DN này trong những năm qua, luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ sản xuất quốc phòng và đang từng bước phát triển sản xuất kinh tế. Tuy nhiên, dưới yêu

* Tổng Công ty Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp Quốc phòng

tổng doanh thu đạt 24.766.340 triệu đồng, tăng bình quân 3,88% mỗi năm. Doanh thu của các DN thuộc Tổng cục chủ yếu chỉ tập trung vào một số DN lớn như TCT Ba Son; Công ty TNHH một thành viên Cơ điện - Vật liệu nổ 31, Công ty TNHH một thành viên 189...

Bảng 1. Kết quả kinh doanh của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

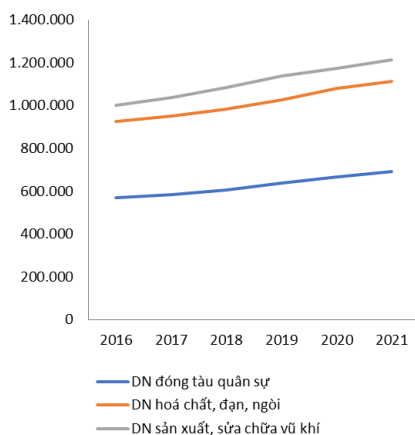
Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Doanh thu thuần	20.476.114	21.133.044	21.972.747	23.074.905	23.973.106	24.766.340
LN trước thuế	632.741	632.445	657.001	686.722	718.168	740.786
LN sau thuế	506.193	505.956	525.601	549.377	574.535	592.629

Nguồn: BCTC các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Phân tích sâu hơn về doanh thu bình quân của các đơn vị thuộc Tổng cục theo lĩnh vực hoạt động có thể thấy, trong giai đoạn 2016 - 2021, doanh thu bình quân của khối các DN sản xuất, sửa chữa vũ khí là cao nhất trong các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP, rơi vào khoảng 1.000 - 1.200 tỷ đồng/DN. Tiếp theo là DT bình quân của khối các DN sản xuất hóa chất, đạn, ngòi với mức DT bình quân khoảng 900 - 1.100 tỷ đồng/DN. Có một thực trạng là khối các DN đóng tàu quân sự đang có DT bình quân thấp nhất trong thời gian vừa qua, nguyên nhân dẫn đến thực trạng này là do các DN đóng tàu chịu áp lực cạnh tranh ngày càng lớn trên thị trường khu vực và quốc tế, các DN này gặp nhiều khó khăn trong việc đáp ứng yêu cầu kỹ thuật hiện đại trong ngành công nghiệp đóng tàu.

Biểu đồ 1. Doanh thu bình quân các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP theo lĩnh vực hoạt động

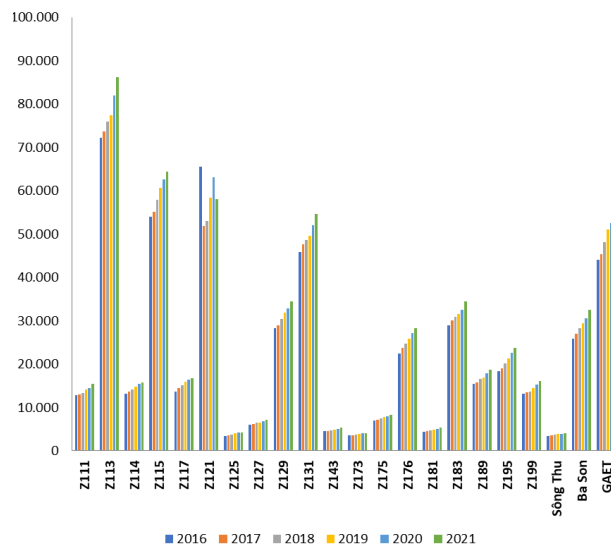


Nguồn: BCTC các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Về lợi nhuận: Tương tự như sự biến động về DT, lợi nhuận của đơn vị thuộc Tổng cục CNQP trong mẫu nghiên cứu có sự biến động tăng qua giai đoạn nghiên cứu. Lợi nhuận sau thuế năm 2016 của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP là 506.193 triệu đồng, tăng lên 592.629 triệu đồng năm 2021, với tỷ tăng trung bình 0,91%/năm. Một số DN có LN cao trong giai đoạn 2016 - 2021 phải kể tới như Z113, Z131, Z121, Z189...

Mặc dù vậy, tốc độ tăng lợi nhuận của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP còn tương đối chậm.

Biểu đồ 2. LNST của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP



Nguồn: BCTC các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Qua biểu đồ 2, có thể thấy LN sau thuế của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP giai đoạn 2016 - 2021 có sự khác biệt giữa các nhóm ngành, cụ thể: nhóm các các DN sản xuất sửa chữa vũ khí vẫn duy trì mức LN cao nhất trong các DN của Tổng cục (LN sau thuế trung bình trên 20 tỷ đồng/năm/DN), tiếp theo đó là nhóm các DN Hóa chất, đạn ngòi và cuối cùng là nhóm các DN đóng tàu quân sự. Tuy nhiên, một điểm đáng chú ý là tất cả các đơn vị thuộc Tổng cục đều làm ăn có lãi, không có DN nào làm ăn thua lỗ trong giai đoạn 2016 - 2021. Điều này là đáng biểu dương cho khối các DN của Tổng cục CNQP.

2.2. Hiệu suất sử dụng vốn

Nhìn chung, hiệu suất sử dụng vốn của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP có xu hướng giảm trong giai đoạn nghiên cứu.

Bảng 2. Hiệu suất sử dụng vốn của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Chỉ tiêu	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Hiệu suất sử dụng VKD (lần)	0,9098	0,7029	0,5869	0,5148	0,5046	0,5254
Số vòng quay VLD (vòng)	1,9910	1,9445	1,5616	1,2090	1,1471	1,1768
Số vòng quay HTK (vòng)	9,4826	8,7101	7,0848	6,5422	5,7950	4,7966
Số vòng quay phải thu (vòng)	3,4584	3,1885	2,4329	1,7527	1,6860	1,7405

Nguồn: BCTC các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Hiệu suất sử dụng vốn kinh doanh các năm đều dưới 1 lần, liên tục giảm trong giai đoạn 2016 - 2020, năm 2020 chỉ đạt 0,5046 lần, nhưng sau đó đã tăng lên 0,5254 lần vào năm 2021.

Hiệu suất sử dụng vốn ngắn hạn bao gồm cả số vòng quay vốn lưu động, số vòng quay hàng tồn kho, số vòng quay phải thu cũng có xu hướng giảm qua các năm. Đến năm 2021, số vòng quay vốn lưu động chỉ còn đạt 1,1768 vòng, số vòng quay hàng tồn kho chỉ còn đạt 4,7966 vòng và số vòng quay phải thu chỉ còn đạt 1,7405 vòng.

2.3. Phân tích khả năng sinh lời

Dựa vào bảng 3, khả năng sinh lời của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP nhìn chung có xu hướng giảm trong giai đoạn nghiên cứu.

Bảng 3. Khả năng sinh lời của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Chỉ tiêu	2016	2017	2018	2019	2020	2021
LNST (Trđ)	506.193	505.956	525.601	549.377	574.535	592.629
Doanh thu thuần (Trđ)	20.476.114	21.133.044	21.972.747	23.074.905	23.973.106	24.766.340
TS bình quân (Trđ)	22.505.248	30.067.022	37.438.273	44.822.710	47.513.719	47.138.088
VCSH bình quân (Trđ)	12.134.896	17.368.622	21.343.381	24.184.335	25.943.654	26.740.139
ROS (%)	2,47	2,39	2,39	2,38	2,40	2,39
ROA (%)	2,25	1,68	1,40	1,23	1,21	1,26
ROE (%)	4,17	2,91	2,46	2,27	2,21	2,22

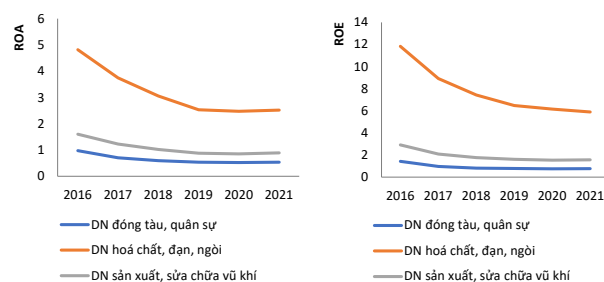
Nguồn: BCTC các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

ROS năm 2016 đạt 2,47% vào năm 2016, nhưng sau đó giảm xuống và chỉ đạt khoảng 2,40% trong các năm tiếp theo do chi phí các năm liên tục tăng.

Năm 2016, ROA của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP đạt 2,47%. Đến năm 2020, mặc dù giá trị tổng tài sản của các DN tăng lên mức cao nhất trong giai đoạn là hơn 47.513 tỷ đồng, tuy nhiên LN sau thuế lại chỉ tăng hơn 4% do cả LN từ hoạt động SXQP và LN từ hoạt động tài chính, dẫn tới hậu quả ROA của các DN giảm

xuống chỉ còn 1,21%. Sau đó, đến năm 2021, ROA của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP đã tăng lên 1,26%

Giai đoạn 2016 - 2021, ROE của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP giảm liên tục, từ 4,17% năm 2016 xuống còn 2,22% năm 2021. Nguyên nhân của sự sụt giảm này là do giai đoạn này, BQP có chủ trương định hướng các DN thuộc Tổng cục nâng cao khả năng tự tài trợ, giảm sử dụng nợ vay và sử dụng tiết kiệm vốn, đồng thời BQP liên tục bổ sung vốn cho các DN, dẫn tới VCSH giai đoạn này tăng liên tục từ 12 nghìn tỷ đồng lên 26 nghìn tỷ đồng.

Biểu đồ 3. Khả năng sinh lời của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP theo lĩnh vực hoạt động

Theo từng lĩnh vực hoạt động, qua đồ thị 3, có thể thấy chỉ tiêu sinh lời của các đơn vị thuộc các lĩnh vực hoạt động khác nhau là không giống nhau, các DN hóa chất, đạn, ngòi luôn có kết quả ROA, ROE dẫn đầu trong các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP,

thể hiện các DN trong khối này sử dụng vốn có hiệu quả tốt nhất. Các DN đóng tàu quân sự có tỷ suất sinh lời ROA và ROE ở mức thấp nhất, điều này thể hiện dòng vốn của chủ sở hữu và tài sản được sử dụng chưa đem lại hiệu quả cao. Chỉ số ROE của khối các DN đóng tàu quân sự dao động ở mức dưới 2%, ROA duy trì ở mức dưới 1% trong giai đoạn 2016 - 2021. Bên cạnh đó, các DN hóa chất, đạn, ngòi có tỷ suất sinh lời ROA và ROE ở mức cao nhất trong các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP, chỉ số ROE dao động từ 6% - 12%, cá biệt có một số DN có chỉ số ROE ở mức hai con số như Z121 (trên 20%), Z131 (khoảng 10%), Z115 (khoảng 13%). Ngược lại với các DN hóa chất đạn ngòi, trong nhóm các DN sản xuất sửa chữa vũ khí lại tồn tại khá nhiều các DN có tỷ suất lợi nhuận thấp,

như Z125, Z127 với mức duy trì ROE chỉ dưới 1%. Nguyên nhân dẫn tới việc ROE của Z125 và Z127 thấp là qua nhiều năm còn để tồn tại nhiều khoản tồn đọng tài chính, các chỉ tiêu kế hoạch không thực hiện được, nợ quá hạn và nợ khó đòi lớn, hàng tồn kho chậm luân chuyển dẫn tới hiệu quả sử dụng vốn còn ở mức thấp.

3. Đánh giá chung hiệu quả kinh doanh của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Thứ nhất, về kết quả đạt được

- Về kết quả hoạt động kinh doanh: Trong giai đoạn 2016 - 2021, doanh thu, lợi nhuận của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP có xu hướng tăng. Các đơn vị đều có lợi nhuận.

- Về tình hình sinh lời: Trong giai đoạn 2016 - 2021, các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP đều có tỷ suất sinh lời hoạt động, tỷ suất sinh lời ròng của vốn kinh doanh và tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu dương.

Thứ hai, về hạn chế

Nhìn chung, hiệu quả hoạt động kinh doanh của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP không ổn định, có nhiều biến động bất thường.

- Về kết quả kinh doanh: Tốc độ tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận sau thuế của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP nhìn chung còn khá thấp.

- Về hiệu suất sử dụng vốn: Hiệu suất sử dụng vốn kinh doanh, số vòng quay vốn lưu động, số vòng quay các khoản phải thu, số vòng quay hàng tồn kho đều có xu hướng giảm trong giai đoạn nghiên cứu.

- Về khả năng sinh lời: Các hệ số sinh lời nhìn chung còn thấp và giảm trong giai đoạn nghiên cứu.

Một số nguyên nhân dẫn tới tồn tại trong hiệu quả kinh doanh của các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP như:

- Cơ cấu nguồn vốn của các đơn vị nhìn chung phụ thuộc vào nguồn vốn vay nợ. Trong bối cảnh, lãi suất vốn vay còn nhiều biến động và cao hơn tỷ suất sinh lời kinh tế thì việc phụ thuộc vào vốn vay là hoàn toàn bất lợi đối.

- Các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP chưa xây dựng chiến lược Marketing cụ thể cho sản phẩm

kinh tế. Khả năng tìm kiếm thị trường, mở rộng thị phần, giới thiệu sản phẩm của các DN còn yếu, chưa xây dựng được chiến lược cũng như lộ trình cụ thể về thị trường mục tiêu hay những nhóm đối tượng khách hàng nhất định...

- Công tác đầu thầu trong mua sắm, nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào sản xuất chưa thực sự phù hợp. Điều này là nguyên nhân dẫn tới chi phí đầu vào của DN bị tăng cao, dẫn tới LN thấp.

- Công tác quản lý tài chính của DN chưa hoàn thiện, bộ máy quản lý chưa thực sự bắt kịp với những đòi hỏi nhanh nhạy của thị trường.

- Sản phẩm chưa có tính cạnh tranh cao trên thị trường. Các sản phẩm kinh tế chưa thực sự được nghiên cứu và phát triển mạnh mẽ để thỏa mãn nhu cầu và đòi hỏi của thị trường, dẫn đến các sản phẩm này về cơ bản thua kém về cả mẫu mã, chất lượng và giá cả so với những sản phẩm cùng loại do các DN khác trong nền kinh tế sản xuất.

- Nguồn lao động chất lượng cao tại các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP chưa nhiều. Lực lượng lao động đáp ứng được yêu cầu cao như vậy còn rất ít tại các đơn vị.

- Công tác ứng dụng các công nghệ mới trong sản xuất còn ít và chưa mang lại hiệu quả nhiều.

4. Giải pháp cải thiện hiệu quả kinh doanh các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP

Thứ nhất, sử dụng đòn bẩy tài chính hiệu quả tại các đơn vị thuộc Tổng cục Công nghiệp quốc phòng.

Trong thời gian tới, các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP cần chú trọng:

- Các đơn vị thuộc Tổng cục cần cần khai thác triệt để nguồn vốn chiếm dụng từ việc ứng trước tiền hàng từ BQP thông qua những đơn đặt hàng SXQP, tạm ứng ngân sách đặc biệt cho các DN hoạt động trong lĩnh vực QPAN và ứng trước tiền hàng từ phía các đối tác khác trong nền kinh tế.

- Các đơn vị thuộc Tổng cục cần gia tăng nợ phải trả trong cơ cấu tài chính bằng cách tăng nợ vay. Thời gian qua, các DN thuộc Tổng cục sử dụng nợ vay ở mức thấp (chỉ khoảng 5% trong tổng nợ phải trả), việc duy trì nợ vay ở mức độ này làm cho DN không phát huy được lợi ích của

“lá chắn thuế”, mặt khác không tận dụng được những thuận lợi về chính sách giảm lãi suất của ngân hàng thương mại và các tổ chức tín dụng trong nền kinh tế trong thời gian gần đây.

Thứ hai, thay đổi tư duy nhận thức về quản trị doanh nghiệp của lãnh đạo các doanh nghiệp quốc phòng thuộc Tổng cục Công nghiệp quốc phòng.

- Các cán bộ quản lý của DN cần nhận thức rõ về tầm quan trọng của việc sử dụng nợ trong tái cơ cấu tài chính nói riêng và tái cơ cấu các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP nói chung.

- Cán bộ quản lý phải là tấm gương đi đầu trong nghiên cứu, tìm hiểu những tiến bộ của khoa học kỹ thuật cũng như nghiệp vụ tài chính tiên tiến trong nước và trên thế giới, từ đó có áp dụng thích hợp vào thực trạng của DN mình, đưa ra giải pháp hiệu quả để tái cơ cấu nợ nói riêng và tái cơ cấu DN nói chung.

- Cán bộ quản lý cần nêu cao tinh thần tự giác, quyết tâm cao và kêu gọi được sự đồng thuận của toàn bộ cán bộ, nhân viên trong DN thực hiện tái cơ cấu. Các cán bộ cần chủ động chuẩn bị, đổi mới và vận hành với cơ chế thị trường giống như các DN khác trong nền kinh tế, không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh để gia tăng tính cạnh tranh, đưa các sản phẩm của DN đến thị trường trong nước và xuất khẩu ra thế giới.

Thứ ba, xây dựng chiến lược khai thác và sử dụng nợ phù hợp với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp quốc phòng thuộc Tổng cục Công nghiệp quốc phòng.

- Cần tiếp tục rà soát các kế hoạch đầu tư, lựa chọn phương án phù hợp với khả năng quản lý khai thác dự án, đặc biệt cần tính toán kỹ lưỡng hiệu quả đầu tư của dự án, phân phối nguồn vốn khai thác được và sử dụng một cách hiệu quả nhất.

- Tập trung đầu tư nguồn lực tài chính cho lĩnh vực kinh doanh chính, có triển vọng lâu dài. Đồng thời, thoái vốn đầu tư ở những ngành nghề kinh doanh không truyền thống hiệu quả thấp, các khoản đầu tư ngoài ngành không hiệu quả.

- Các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP cần lập kế hoạch cụ thể nhu cầu vốn từ bên ngoài cho kỳ kế hoạch của DN để đáp ứng yêu cầu đầu tư cho SXKT.

Thứ tư, đẩy mạnh phát triển khoa học công nghệ và xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao đặc biệt là nâng cao chất lượng cán bộ tài chính tại các doanh nghiệp quốc phòng thuộc Tổng cục Công nghiệp quốc phòng.

Thứ năm, hoàn thiện bộ máy quản lý.

Nhận thức sâu sắc tầm quan trọng của việc cải tiến bộ máy quản trị kinh doanh, các đơn vị thuộc Tổng cục cần sớm tiến hành đổi mới, tái cơ cấu bộ máy quản lý theo hướng:

- Gọn, nhẹ, linh hoạt và năng động, đảm bảo đủ năng lực để đảm nhận và hoàn thành cả hai nhiệm vụ SXQP và SXKT trong bối cảnh kinh tế thị trường.

- Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt và xu hướng toàn cầu hóa, DN cần thiết phải đề cao chức năng kinh doanh trong DN mình thông qua việc thiết lập và củng cố hoàn thiện bộ phận kinh doanh (marketing) trong DN.

- Tinh gọn hệ thống phòng, ban chức năng vừa đủ để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ công tác, giảm sự chồng chéo, trì trệ trong phân công công việc.

Thứ sáu, xây dựng chiến lược Marketing cụ thể cho các sản phẩm kinh tế.

- Thiết lập và củng cố hoàn thiện bộ phận Marketing trong DN. Đối với các DN chưa có phòng, ban Marketing cần nhanh chóng thành lập bộ phận này, với chức trách và nhiệm vụ như cầu nối giữa bên trong và bên ngoài DN, giữa sản phẩm của DN với khách hàng, giữa những thuộc tính của sản phẩm với những nhu cầu của khách hàng.

- Xây dựng chiến lược Marketing cụ thể cho các sản phẩm của DN đặc biệt là các sản phẩm kinh tế.

- Tích cực hình thành và phát triển những sản phẩm mới cho DN.

Tài liệu tham khảo:

Nguyễn Trọng Cơ, Nghiễm Thị Thà, Giáo trình Phân tích tài chính doanh nghiệp, Nxb Tài chính.

Thủ tướng Chính phủ, Văn bản số 25/TTg-ĐMDN ngày 30/3/2015 phê duyệt đề án sắp xếp, đổi mới doanh nghiệp 100% vốn nhà nước thuộc Bộ Quốc phòng giai đoạn 2015 - 2016.

Thủ tướng Chính phủ, Văn bản số 80/TTg-ĐMDN ngày 04/10/2017 phê duyệt Đề án cơ cấu lại, đổi mới và nâng cao hiệu quả doanh nghiệp quân đội đến năm 2020.

BCTC các đơn vị thuộc Tổng cục CNQP.

VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP, NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA TRONG BỐI CẢNH CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4

TS. Võ Thị Vân Khánh*

Văn hóa doanh nghiệp trở thành bản sắc riêng, là năng lực cạnh tranh và sức mạnh để mỗi doanh nghiệp phát triển mạnh mẽ, bền vững trong kỷ nguyên Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã và đang diễn ra trên toàn thế giới, với tốc độ lan tỏa nhanh chóng và sức ảnh hưởng mạnh mẽ lên nhiều lĩnh vực và hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong bối cảnh công nghệ số, doanh nghiệp muốn phát triển bền vững không chỉ dựa trên đầu tư vào công nghệ, mà còn cần dựa trên sự đầu tư vào xây dựng văn hóa doanh nghiệp phù hợp với môi trường kinh doanh mới.

• Từ khóa: văn hóa doanh nghiệp, bền vững, cách mạng công nghiệp 4.0, phát triển kinh tế, cạnh tranh.

Corporate culture becomes its own identity, competitiveness and strength for each enterprise to develop strongly and sustainably in the era of the Fourth Industrial Revolution. The fourth industrial revolution has been taking place all over the world, with a rapid spread and strong influence on many fields and production and business activities of enterprises. However, in the context of digital technology, businesses that want to develop sustainably should not only rely on investment in technology, but also need to rely on investment in building a corporate culture suitable for the new business environment.

• Key words: corporate culture, sustainability, industrial revolution 4.0, economic development, competition.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

Hiện nay, Việt Nam có hơn 900 nghìn DN đang hoạt động. Trong quá trình hoạt động, đội ngũ doanh nhân luôn thể hiện trách nhiệm xã hội, tích cực tham gia các chương trình xóa đói, giảm nghèo, đền ơn đáp nghĩa, hướng đến cộng đồng. Đặc biệt, khi dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, đội ngũ DN nêu cao tinh thần chia sẻ, đồng hành cùng đất nước, vượt qua khó khăn, tự lực, tự cường, hỗ trợ lẫn nhau, nỗ lực thích ứng linh hoạt để duy trì sản xuất kinh doanh, tạo việc làm cho người lao động. Đây là những nét văn hóa DN hết sức tích cực, tốt đẹp của các DN Việt Nam hiện nay.

Theo các chuyên gia kinh tế, DN có cạnh tranh thành công trong thời kỳ 4.0 hay không sẽ không chỉ dựa trên sự đầu tư vào công nghệ, mà còn phải dựa trên sự đầu tư vào văn hóa DN. Nói cách khác, bên cạnh sự hỗ trợ đắc lực của công nghệ, nhà quản trị DN cần thực sự chú trọng đến văn hóa DN nhằm góp phần nâng cao hiệu quả động và xây dựng một môi trường hoạt động hài hòa trong DN. Thực tế này cho thấy, việc xây dựng văn hóa DN trong cuộc CMCN 4.0 là một trong những nhiệm vụ hết sức cần thiết.

2. Văn hóa doanh nghiệp trong cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0

2.1. Các loại hình văn hóa doanh nghiệp phổ biến trong thời đại CMCN 4.0

Loại hình văn hóa doanh nghiệp gia đình

Khi làm việc trong một công ty hướng đến loại hình văn hóa doanh nghiệp “gia đình”, nhân viên sẽ cảm thấy mọi người gắn kết với nhau như những thành

1. Giới thiệu

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) tập trung vào công nghệ kỹ thuật số từ những thập kỷ gần đây lên một cấp độ hoàn toàn mới với sự trợ giúp của kết nối thông qua Internet vạn vật, truy cập dữ liệu thời gian thực và giới thiệu các hệ thống vật lý không gian mạng. CMCN 4.0 trao quyền cho các chủ doanh nghiệp (DN) kiểm soát và cho phép họ tận dụng nền tảng công nghệ và cơ sở dữ liệu để tăng năng suất, cải thiện quy trình và thúc đẩy tăng trưởng. Trong tương lai, những thành tựu của cuộc CMCN 4.0 dự kiến sẽ còn phát triển, tác động mạnh mẽ hơn nữa đến sự tồn tại, phát triển của DN, do đó các DN cần sẵn sàng để chuẩn bị cho mọi sự thay đổi trong vận hành và quản trị DN.

* Học viện Tài chính; email: vankhanhvtc@gmail.com

viên trong nhà. Một đặc điểm thường thấy của loại hình văn hóa doanh nghiệp này là nhân viên thường rất thân thiết và có sự kết nối bền chặt. Mọi người sẽ có nhiều sở thích chung và chia sẻ một thế giới quan giống nhau. Nhân viên khi làm việc trong loại hình văn hóa doanh nghiệp này thường sẽ gắn bó lâu dài với tổ chức. Khách hàng và các mối quan hệ đối tác từ đó cũng sẽ gắn bó hơn.

Trong môi trường văn hóa doanh nghiệp gia đình, làm việc theo nhóm sẽ phổ biến hơn là các dự án cá nhân. Người có nhiều kinh nghiệm sẽ hướng dẫn, giúp đỡ nhân viên mới để giúp họ hòa nhập và phát huy hết tiềm năng của mình. Mọi người đều được đánh giá công bằng, có cơ hội tham gia vào các dự án của công ty và có quyền nêu lên ý kiến của mình. Một công ty áp dụng loại hình văn hóa doanh nghiệp gia đình có xu hướng sở hữu cấu trúc tổ chức theo “chiều ngang”, và không cần nhiều cấp bậc quản lý. Một số người sẽ thích làm việc tại môi trường văn hóa doanh nghiệp gia đình. Nó cho họ một cảm giác gắn bó và thân thuộc. Điều này dẫn đến chất lượng công việc tốt hơn và năng suất cao hơn. Tuy nhiên, loại hình văn hóa doanh nghiệp sẽ phù hợp cho các doanh nghiệp nhỏ hoặc công ty khởi nghiệp hơn là với các tập đoàn lớn. Vì số lượng nhân sự càng nhiều, sẽ càng khó để duy trì cảm giác thân thiết này và sẽ là thách thức lớn cho ban lãnh đạo.

Một vấn đề khác với loại hình văn hóa doanh nghiệp gia đình là việc tăng trưởng chậm. Vì doanh nghiệp sẽ đặt nhu cầu của nhân viên lên hàng đầu và cố gắng đáp ứng những nhu cầu đó, dẫn đến có thể sẽ mắc sai lầm trong việc quản lý.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp hướng về mục đích

Trong loại hình văn hóa doanh nghiệp mục đích, tất cả sẽ cùng hướng về những mục tiêu có ý nghĩa lớn lao của tổ chức. Đó có thể là những mục tiêu liên quan đến tính bền vững, môi trường hay nhân quyền. Mọi người sẽ cùng đồng lòng vì những giá trị đó thay vì chỉ lo tìm kiếm lợi nhuận thông thường.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp này thường được áp dụng ở các tổ chức phi lợi nhuận, một ví dụ có thể kể đến là Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn Thiên nhiên (WWF). Nhưng ngay cả ở những công ty kinh doanh thông thường, chúng ta vẫn có thể xây dựng loại hình văn hóa doanh nghiệp hướng về mục đích này.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp phân cấp

Đây là loại hình được áp dụng ở nhiều công ty truyền thống. Văn hóa doanh nghiệp phân cấp còn thường được gọi là “văn hóa kiểm soát”. Bộ phận quản lý được hình thành từ nhiều cấp bậc khác nhau và có sự tách biệt rõ ràng giữa nhóm nhân viên và nhóm lãnh đạo. Môi trường quân đội là một hình mẫu tiêu biểu

cho văn hóa phân cấp. Cấp dưới sẽ báo cáo trực tiếp cho cấp trên trong quân ngũ, đồng thời sẽ hạn chế mắc sai lầm ít nhất có thể nếu không muốn nhận lấy hậu quả. Việc ra quyết định trong loại hình văn hóa doanh nghiệp phân cấp thường xuất phát từ thượng tầng. Đó là một quá trình chi tiết với sự cân nhắc kỹ lưỡng, bao gồm việc xem xét tất cả dữ kiện hiện có nhằm giảm thiểu rủi ro cho tổ chức.

Các công ty áp dụng văn hóa doanh nghiệp phân cấp sẽ chú trọng vào việc lập kế hoạch và đánh giá thận trọng các phương án khi hoạt động. Những yếu tố này giúp văn hóa phân cấp trở thành một loại hình văn hóa lý tưởng ở các công ty yêu cầu sự kỷ luật và bảo mật thông tin ở mức cao nhất. Một số người cảm thấy hứng thú với văn hóa doanh nghiệp phân cấp vì tính minh bạch và rõ ràng của nó. Ví dụ, tất cả những gì một nhân viên cần làm là tuân theo các quy tắc, quy trình, hoàn thành tốt trách nhiệm được giao. Các nhà quản lý cũng ưa thích văn hóa doanh nghiệp phân cấp vì sự hiệu quả và năng suất khi kinh doanh.

Tuy nhiên, nhược điểm của những doanh nghiệp áp dụng loại hình văn hóa này là họ sẽ kém năng động hơn so với các công ty sở hữu loại hình văn hóa khác. Điều này khiến văn hóa doanh nghiệp phân cấp trở nên không phù hợp với những ngành kinh doanh yêu cầu sự đổi mới và sáng tạo.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp sáng tạo

Đây là loại hình văn hóa doanh nghiệp cho phép tối đa sự sáng tạo. Mọi nhân viên đều được xem như những “ý tưởng gia” và được khuyến khích thử nghiệm càng nhiều càng tốt. Một trong những ví dụ nổi tiếng nhất chính là Google. Ngoài các dự án của công ty, Google còn khuyến khích nhân viên dành thời gian để thử nghiệm sáng kiến của riêng mình. Từ những chương trình như thế mà ngày nay chúng ta được trải nghiệm Gmail, Google AdSense hay Google News. Một nền văn hóa doanh nghiệp như vậy rất hữu ích trong các ngành kinh doanh mà việc chấp nhận rủi ro được xem là cần thiết để đổi lấy những kết quả tích cực hơn, chẳng hạn như công nghệ hay quảng cáo. Loại hình văn hóa doanh nghiệp sáng tạo tập trung vào sự phát triển nhanh chóng của công ty hoặc khi cần đưa ra các sản phẩm mới ra thị trường một cách nhanh chóng. Nhân viên ở những môi trường như thế thường có tư duy cầu tiến và sẵn sàng thất bại để có được kết quả tốt nhất. Việc tuân theo các quy tắc cứng nhắc sẽ nhường chỗ cho việc học hỏi từ sai lầm trong công việc.

Các doanh nghiệp được xây dựng dựa trên văn hóa doanh nghiệp sáng tạo có cơ hội nhận được những kết quả lớn rất nhiều so với những gì mà đối thủ có thể đạt được. Lý do là vì họ chấp nhận thử và đổi mới liên tục.

Nhưng mặt khác, nguy cơ thất bại hoàn toàn có thể xảy ra nếu không có phát kiến nào đủ mới lạ hay thuyết phục. Nhược điểm của loại hình văn hóa doanh nghiệp sáng tạo là tính cạnh tranh cao giữa đội ngũ nhân sự. Trong khi một số người ưa thử thách, một số khác lại cho việc phải liên tục đưa ra ý tưởng mới là sự căng thẳng không cần thiết.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp cạnh tranh

Một loại hình thậm chí còn cạnh tranh gay gắt hơn văn hóa sáng tạo chính là văn hóa doanh nghiệp cạnh tranh. Mục tiêu của doanh nghiệp khi ứng dụng loại hình văn hóa này là thường là để khuyến khích nhân viên làm việc hăng say hơn, nhằm chiếm lĩnh thị trường và vượt qua đối thủ. Khả năng lãnh đạo của nhóm quản lý được đo lường dựa trên lợi nhuận kinh doanh và thị phần mà anh ta tìm được. Mọi quyết định kinh doanh sẽ xoay quanh câu hỏi làm sao để công ty đạt được hai mục tiêu trên. Văn hóa doanh nghiệp cạnh tranh yêu cầu nhân viên phải cam kết chất lượng công việc trong mọi sản phẩm hay dịch vụ. Mặt khác, nhân viên sẽ được khích lệ bằng những khoản thưởng lớn từ phía công ty.

Vì các tổ chức ứng dụng loại hình văn hóa doanh nghiệp cạnh tranh thường sẽ thu hút những người có tính cạnh tranh cao, nên nhân viên sẽ luôn cố gắng để trở thành người giỏi nhất trong lĩnh vực của mình. Loại hình văn hóa doanh nghiệp này cũng tạo ra những cấp bậc quản lý phù hợp để nhân sự có thêm mục tiêu để hướng tới. Tuy nhiên, nhiều người làm việc ở môi trường này cho rằng, thành công của họ chỉ đơn thuần là vật chất và công việc của họ sẽ mất dần ý nghĩa theo thời gian.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp lãnh đạo

Loại hình văn hóa doanh nghiệp lãnh đạo nhấn mạnh vào tầm quan trọng của khả năng lãnh đạo và cách công ty phát triển đội ngũ nhân sự của mình. Ở các doanh nghiệp ứng dụng loại hình văn hóa doanh nghiệp này, nhân viên sẽ có rất nhiều cơ hội được đào tạo và huấn luyện từ những mentor. Các nhà quản lý sẽ chủ động đầu tư và phát triển những nhân sự mà họ cảm thấy có tiềm năng lớn nhất, giúp nhân viên nhanh chóng đạt được những vị trí cao cấp hơn trong công ty.

Khác với suy nghĩ của nhiều người, loại hình văn hóa doanh nghiệp lãnh đạo không cần quá nhiều cấp bậc để xây dựng. Điều quan trọng là nhân sự nhận được cơ hội phát triển kỹ năng lãnh đạo và sự nghiệp của bản thân.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp vì khách hàng

Như tên gọi của mình, loại hình văn hóa doanh nghiệp này đặt sự hài lòng của khách hàng làm trung tâm. Đây là loại văn hóa doanh nghiệp sẽ chú trọng vào

mục tiêu tập thể của công ty. Chúng ta có thể xây dựng tổ chức của mình dựa trên nền tảng văn hóa doanh nghiệp vì khách hàng ngay cả khi phần lớn nhân viên không thuộc đội ngũ bán hàng hay Customer Service. Điểm mấu chốt là tất cả cùng làm việc với mục tiêu mang lại trải nghiệm và dịch vụ tốt nhất cho khách hàng của mình.

Ở các công ty áp dụng loại hình văn hóa này, nhân viên sẽ luôn nghĩ đến việc khách hàng sẽ tương tác với thương hiệu của mình ra sao. Họ nói gì về sản phẩm với người thân của mình. Họ viết gì trên những trang đánh giá... Doanh nghiệp cũng sẽ dành thời gian để quan tâm khách hàng hơn. Đội ngũ chăm sóc sẽ trực tổng đài 24/24 và thường trả lời tin nhắn nhanh nhất có thể. Các cuộc thăm dò mức độ hài lòng cũng rất phổ biến ở loại hình văn hóa vì khách hàng.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp dựa trên vai trò

Trong loại hình văn hóa doanh nghiệp dựa trên vai trò, nhân viên sẽ trực tiếp quản lý và điều hành các dự án dựa trên chuyên môn hơn là vị trí của họ trong tổ chức. Công ty sẽ ít khi so sánh công việc này được thực hiện bởi một quản lý hay một nhân viên bình thường. Để phát triển loại hình văn hóa doanh nghiệp dựa trên vai trò, công ty sẽ không cần quá nhiều nhân viên. Tuy nhiên, nhân sự cần phải được trang bị những kỹ năng cần thiết khi làm việc. Mỗi nhân viên sẽ là người duy nhất có khả năng hoàn thành tốt công việc của mình và thậm chí, người đó có thể là người giỏi nhất trong lĩnh vực mà họ đang làm. Loại hình văn hóa này trở nên hấp dẫn vì mức đãi ngộ mà nó mang lại cho những người có chuyên môn xuất sắc.

Nhưng rất khó để tham gia vào một môi trường như vậy nếu bạn là một người chưa có nhiều kiến thức và kinh nghiệm. Ngược lại, công ty cũng sẽ gặp khó khăn khi vận hành nếu chẳng may một người nắm giữ vai trò quan trọng bất ngờ rút lui hoặc gặp sự cố ở giai đoạn quan trọng của dự án.

Loại hình văn hóa dựa trên tác vụ

Trong một vài trường hợp, văn hóa dựa trên tác vụ sẽ đối lập hoàn toàn với văn hóa dựa trên vai trò. Những thành viên trong nhóm sẽ cùng tìm ra vấn đề cần giải quyết, sắp xếp các công việc cần làm, sau đó phân công theo khả năng của từng người chứ không phải theo chức danh công việc. Một điểm tương đồng giữa hai loại hình văn hóa doanh nghiệp này chính là hệ thống cấp bậc có rất ít ảnh hưởng.

Loại hình văn hóa doanh nghiệp này đặc biệt phổ biến ở các công ty khởi nghiệp, nơi mà một vài nhân viên phải đảm nhận nhiều trách nhiệm khác nhau. Để hòa nhập được vào môi trường như thế, bạn cần có kiến thức tổng quát về công việc và khả năng thực hiện

nhiều tác vụ cùng một lúc.

2.2. Tác động của CMCN 4.0 tới Văn hóa doanh nghiệp ở Việt Nam

Doanh nghiệp có phát triển bền vững trong CMCN 4.0 hay không sẽ không chỉ dựa trên đầu tư vào công nghệ, mà còn cần dựa trên sự đầu tư vào văn hóa DN. Các nghiên cứu cho thấy, CMCN 4.0 sẽ mang lại nhiều tác động đến nền tảng văn hóa DN. Cụ thể:

Tác động tích cực

- Giúp thúc đẩy năng suất và hiệu quả lao động bởi trong CMCN 4.0, người máy có thể thay thế con người trong nhiều khâu, nhiều công đoạn trong sản xuất. Tuy nhiên, người máy, trí tuệ nhân tạo khó có thể thay thế con người bởi những giá trị đặc trưng của con người là niềm tin, đạo đức, sự tương tác và kết nối... - những yếu tố mang lại sự sáng tạo, quyết tâm thực hiện nhiệm vụ, công việc tối ưu.

- Thay đổi về cách thức điều hành trong DN. Trong CMCN 4.0, văn hóa quản lý bằng hiệu quả dần thay cho văn hóa áp đặt. Đối với người lãnh đạo DN hiện nay, văn hóa “áp đặt” được áp dụng rất phổ biến để đảm bảo người lao động tuân thủ quy trình, chấp hành nội quy làm việc nhằm đạt kết quả công việc mong muốn. Tuy nhiên, CMCN 4.0 sẽ thay đổi nhiều quy trình, nhiều cách thức vận hành, do vậy, nhà quản trị DN cũng phải thay đổi cách thức quản lý, điều chỉnh các giá trị trong văn hóa DN để mang lại hiệu quả hoạt động tối ưu nhất cho DN mình.

- Thay đổi nếp nghĩ, cách làm việc của người lao động. Văn hóa DN được kiến tạo, bồi đắp bởi những nếp suy nghĩ và cách thức hành động của các thành viên để tạo nên bản sắc riêng của mỗi DN. CMCN 4.0 bắt buộc các vận hành phải nhanh chóng, thuận lợi, cũng đồng nghĩa với việc giúp cho người lao động trở nên chuyên nghiệp, đa năng hơn.

Tác động tiêu cực

- Với sự thay thế của máy móc và các công cụ quản lý mới, con người có thể được phân công theo năng lực, đánh giá hiệu quả công việc rất rõ ràng. Dẫn đến người lãnh đạo chỉ cần quan tâm đến hiệu quả mỗi cá nhân làm được mà không để ý đến các khâu trung gian. Trong một DN, cơ chế quản lý cứng nhắc, độc đoán sẽ làm nhân viên sợ hãi, thụ động và thờ ơ hoặc tìm cách đối phó lãnh đạo.

- CMCN 4.0 có thể làm suy giảm tính đoàn kết, tính tập thể, sự sẻ chia. Trong một môi trường như vậy, các giá trị nền tảng mang tính nhân văn để tạo nên văn hóa DN sẽ bị ảnh hưởng khi con người được ví von “làm việc không khác gì cỗ máy”.

- CMCN 4.0 mang lại những quy trình, cách thức rõ ràng nhưng có thể làm suy giảm nhu cầu sáng tạo

và đặc biệt có thể tạo ra tâm lý sợ rủi ro. Tâm lý này đè nặng lên người lao động trong khi sự cạnh tranh về công việc trở nên càng phức tạp. Sự cạnh tranh thiếu công bằng hoặc thiếu văn hóa bắt nguồn từ tâm lý sợ rủi ro có thể dẫn đến sự xói mòn về văn hóa DN, hoặc làm ảnh hưởng đến sự phát triển được những giá trị văn hóa tốt đẹp trong DN.

3. Giải pháp thúc đẩy văn hóa doanh nghiệp tại Việt Nam trong CMCN 4.0

Đại hội XIII của Đảng đã đề ra những mục tiêu để phát triển đất nước đến năm 2025 trở thành nước đang phát triển, có nền công nghiệp theo hướng hiện đại, vượt qua mức thu nhập trung bình thấp; đến năm 2030 là nước đang phát triển, có nền công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao. Bên cạnh đó, Đại hội XIII cũng đã đề ra nhiệm vụ: “Phát triển đội ngũ doanh nhân lớn mạnh về số lượng và chất lượng, có tinh thần cống hiến cho dân tộc, có chuẩn mực văn hóa, đạo đức tiên bộ và trình độ quản trị, kinh doanh giỏi...” và đặt ra mục tiêu phấn đấu đến năm 2030 có ít nhất 2 triệu DN với tỷ trọng đóng góp của khu vực kinh tế tư nhân vào GDP đạt 60-65%.

Trong 2 năm 2020-2021, cùng với cả nước, các DN, doanh nhân phải gồng mình chống chọi với đại dịch Covid-19. Nhiều doanh nhân, DN đã nêu tấm gương sáng về tinh thần dân tộc, lòng yêu nước, trách nhiệm xã hội, khi vừa duy trì, ổn định sản xuất kinh doanh, bảo đảm việc làm, đời sống cho người lao động, vừa lăn xả hỗ trợ công tác phòng, chống đại dịch.

Đội ngũ doanh nhân đóng góp quan trọng vào những kết quả phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước thời gian qua. Khu vực DN đóng góp trên 60% GDP, khoảng 30% tổng số lao động đang làm việc. Các DN, doanh nhân có mặt ở hầu hết các ngành nghề, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, hoạt động không chỉ trong nước, thậm chí gây được tiếng vang, khẳng định giá trị thương hiệu vươn tầm khu vực và thế giới...

Có thể nói, trong những năm gần đây, văn hóa DN đã được quan tâm nhiều hơn, thể hiện được tinh thần dân tộc, trách nhiệm phụng sự Tổ quốc, lan tỏa các giá trị đạo đức doanh nhân, xây dựng DN vững mạnh, quốc gia hùng cường, thịnh vượng. Đây chính là những nét văn hóa DN nền tảng hết sức quan trọng nhằm giúp DN tiếp tục kiến tạo những giá trị văn hóa dưới tác động của kỷ nguyên số. Trong thời gian tới, nhằm xây dựng văn hóa DN trong kỷ nguyên của cuộc CMCN 4.0, cần chú trọng một số nội dung sau:

3.1. Đối với cơ quan quản lý

- Nghiên cứu xây dựng và ban hành một nghị quyết mới của Đảng để phát triển văn hóa DN, nhằm mang

lại những năng lượng tích cực, niềm tin mạnh mẽ cho sự xây dựng, phát triển bền vững và trường tồn của đội ngũ doanh nhân Việt Nam có khả năng cạnh tranh cao trong thời kỳ CMCN 4.0.

- Việt Nam đang hướng tới một nhà nước pháp quyền và hoàn thiện cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, do đó cần khuyến khích cộng đồng DN xây dựng tầm nhìn theo bốn nội dung chủ yếu: Thượng tôn pháp luật, Hiệu quả, Đạo đức kinh doanh và Hoạt động hướng đến xã hội. Khi các nội dung này đóng vai trò xuyên suốt trong đời sống sản xuất kinh doanh của DN thì sẽ tạo được uy tín và thương hiệu của DN trên thương trường. Việc xây dựng văn hóa DN trong bối cảnh CMCN 4.0 cũng cơ bản xoay quanh 4 nội dung này.

- Nghiên cứu xem xét yếu tố văn hóa DN như là một tiêu chí để Nhà nước thực hiện các sách hỗ trợ đối với các DN. Chẳng hạn, với những DN có xây dựng văn hóa DN tốt, thể hiện tốt trách nhiệm, đóng góp cho xã hội nhiều thì được miễn giảm thuế, hỗ trợ, ưu tiên các khoản vay để phục vụ sản xuất kinh doanh...

3.2. Đối với doanh nghiệp

- Thay đổi nhận thức về sự tiếp biến của văn hóa DN trong bối cảnh CMCN 4.0. Hơn lúc nào hết, các DN cần nhận thức văn hóa DN là yếu tố vô cùng quan trọng trong quản trị DN, là tinh thần cốt lõi, dẫn dắt DN phát triển bền vững trong thời CMCN 4.0. Đồng thời, cần nhận thức được việc xây dựng văn hóa DN trong kỷ nguyên 4.0 tốt sẽ giúp hài hòa và tạo sự hợp tác, tương tác tốt giữa con người với robot trong công việc. Từ đó, DN tận dụng được cơ hội mà CMCN 4.0 mang lại.

- Đề phát triển văn hóa DN, thì vai trò của các cá nhân từ các cấp lãnh đạo đến nhân viên đều hết sức quan trọng. Văn hóa DN phải do tập thể DN tạo dựng nên và quá trình này chỉ có thể thành công với sự đóng góp tích cực của mọi thành viên trong DN. Trong đó, người lãnh đạo DN phải là tấm gương về văn hóa DN. Lãnh đạo là người đặt nền móng xây dựng văn hóa DN, và cũng là người chịu trách nhiệm cuối cùng, quan trọng nhất đối với văn hóa DN nói riêng và sự phát triển bền vững của DN nói chung. Họ phải đưa ra những quyết định hợp lý trong việc xây dựng hệ thống giá trị văn hóa DN và phải là người đi đầu trong việc thực hiện các mục tiêu đề ra, để làm động lực gắn kết các thành viên trong DN thực hiện theo.

- Khích lệ sự đổi mới, sáng tạo. Ở một phương diện nào đó, CMCN 4.0 có thể làm giảm sự đổi mới sáng tạo trong mỗi cán bộ, nhân viên. Tuy nhiên, đổi mới sáng tạo là yếu tố sống còn đảm bảo sự phát triển và khả năng cạnh tranh của DN. Do vậy, với những DN

có môi trường văn hóa làm việc tốt, nếu được khuyến khích đưa ra sáng kiến, ý tưởng của mình... thì nhân viên sẽ năng động, sáng tạo hơn và gắn bó với DN hơn. Họ thấy được mục tiêu, định hướng và bản chất của công việc trong một nền văn hóa tích cực và điều này có ý nghĩa rất lớn đến việc nỗ lực thực hiện công việc của họ. Đồng thời, nó cũng tạo ra mối quan hệ tốt đẹp giữa lãnh đạo với nhân viên và giữa nhân viên với nhau.

4. Kết luận

Trong CMCN 4.0, khi công nghệ phát triển nhảy vọt, robot và trí tuệ nhân tạo có thể thay thế con người thực hiện rất nhiều công việc từ đơn giản đến phức tạp với quy trình xử lý nhanh và hiệu quả hơn đã đặt ra nhiều vấn đề và thách thức với văn hóa doanh nghiệp. Tuy nhiên, vẫn có những nhiệm vụ, những giá trị khó có thể thay thế bởi robot mà cần có con người thao tác, điều hành. Nói cách khác, dù thành tựu của CMCN 4.0 có rất nhiều tác động cả tích cực lẫn tiêu cực, song yếu tố văn hóa DN không thể lu mờ, hay mất đi. Xây dựng Văn hóa Doanh nghiệp thời CMCN 4.0 tốt sẽ giúp hài hòa và tạo sự hợp tác, tương tác tốt giữa con người với robot trong công việc. Từ đó, doanh nghiệp tận dụng được cơ hội mà cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại. Hơn lúc nào hết, các DN cần tập trung xây dựng văn hóa DN trong chiến lược phát triển của mình nhằm hài hòa những lợi ích, thách thức giữa công nghệ và giá trị văn hóa để giúp DN phát triển ổn định, bền vững trong kỷ nguyên 4.0 như Franklin Covey (Tổ chức tư vấn và đào tạo hàng đầu của Mỹ) từng nói: “Đối thủ của bạn có thể sao chép tất cả mọi thứ, từ chiến lược, sản phẩm, hệ thống, quy trình, cho đến bí quyết công nghệ..., chỉ trừ một thứ duy nhất họ không thể sao chép hay ăn cắp được, đó chính là Văn hóa Doanh nghiệp của bạn”.

Tài liệu tham khảo:

- Phạm Tiếp (2022). *Tiếp sức để đội ngũ doanh nhân, cộng đồng doanh nghiệp phát triển*, Thông tấn xã Việt Nam.
- Đoàn Duy Khương (2022). *Phát triển Văn hoá kinh doanh*, Báo điện tử Chính phủ.
- Ngọc Quốc (2022). *Văn hóa doanh nghiệp - Yếu tố quyết định sự phát triển của doanh nghiệp*, Tạp chí Văn hóa doanh nghiệp.
- Hà Thu Thanh (2022). *Xây dựng văn hóa doanh nghiệp thời 4.0*, Tạp chí Văn hóa doanh nghiệp.
- Hải Yến (2020). *Văn hóa doanh nghiệp thời 4.0: Con người vẫn là yếu tố quyết định*, Thời báo Ngân hàng điện tử.
- Dương Thị Liễu, Trương Thị Nam Thắng, Nguyễn Thị Ngọc Anh (2011). *Giáo trình văn hóa kinh doanh*. NXB Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- Phan Quốc Việt, Nguyễn Lê Anh và Nguyễn Huy Hoàng (2007). *Văn hóa doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh, Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong hội nhập WTO*. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam.
- Phạm Thanh Tâm (2017). *Văn hóa doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập quốc tế*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Shane Green (2017). *Culture Hacker*, Wiley; 1st edition.

CHIẾN LƯỢC MARKETING - MIX NHẪM PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CÀ PHÊ DUY TRÍ

TS. Nguyễn Thị Nhung* - Nguyễn Duy Đức Bản**

Nghiên cứu tập trung phân tích chiến lược marketing - mix của thương hiệu Cà phê Duy Trí nhằm phát triển thương hiệu Cà phê Duy Trí khi cạnh tranh trên thị trường ngày càng trở nên gay gắt. Trên cơ sở lý thuyết về chiến lược marketing - mix để phát triển thương hiệu, nhóm tác giả sử dụng nghiên cứu định tính với 300 khách hàng được lựa chọn ngẫu nhiên để đánh giá thực trạng chiến lược marketing - mix trong phát triển thương hiệu cà phê Duy Trí. Kết quả nghiên cứu cho thấy cà phê Duy Trí cần chuyển đổi linh hoạt chiến lược sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến hỗn hợp trước những thay đổi của môi trường kinh doanh nhằm phát triển thương hiệu. Đồng thời, nghiên cứu cũng chỉ ra Cà phê Duy Trí chưa triển khai tốt công tác truyền thông và xúc tiến ảnh hưởng đến sự phát triển thương hiệu Cà phê Duy Trí trong bối cảnh cạnh tranh có nhiều biến động.

• Từ khóa: thương hiệu, marketing - mix, cà phê Duy Trí.

The research focuses on analyzing the marketing - mix strategy of Duy Tri Coffee brand in order to develop Duy Tri Coffee brand when competition in the market becomes increasingly fierce. On the basis of the theory of marketing-mix strategy for brand development, the authors use qualitative research with 300 randomly selected customers to assess the status of marketing-mix strategies in brand development. Duy Tri coffee. Research results show that Duy Tri coffee needs to flexibly change its product strategy, price, distribution and marketing mix in response to changes in the business environment in order to develop its brand. At the same time, the research also shows that Duy Tri Coffee has not well implemented communication and promotion activities, affecting the development of Duy Tri Coffee's brand in the context of volatile competition.

• Key words: brand, marketing - mix, Duy Tri coffee.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

về chất lượng và mẫu mã sản phẩm, mà còn cạnh tranh về giá cả, phân phối và truyền thông. Doanh nghiệp cần phải tạo niềm tin và tình cảm với khách hàng để họ ghi nhớ và sử dụng sản phẩm của thương hiệu mình. Điều này cho thấy vai trò quan trọng của chiến lược marketing - mix nhằm tạo dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp.

Là một trong những thương hiệu cà phê đời đầu tại Hà Nội, với thâm niên hơn 80 năm, Cà Phê Duy Trí đã được hình thành, phát triển và trở thành doanh nghiệp rang xay chế biến cà phê với kỹ thuật gia truyền hàng đầu tại khu vực Hà Nội. Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi số và hội nhập quốc tế ngày càng tạo nên sự gay gắt trên thương trường, khiến cho việc phát triển thương hiệu Cà Phê Duy Trí trong giai đoạn này gặp nhiều khó khăn và thách thức. Do đó, một chiến lược marketing - mix hiệu quả sẽ thúc đẩy phát triển thương hiệu Cà phê Duy Trí trong những năm sắp tới thành công.

2. Cơ sở lý thuyết

Thương hiệu là một trong những tài sản vô hình có giá trị nhất của doanh nghiệp và nhận được sự quan tâm của rất nhiều nhà nghiên cứu, tiêu biểu như Keller, 1993; Aaker, 1991; Aaker, 1996; Yoo và Donthu, 2001; Lassar và cộng sự, 1995; Baalbaki và Guzman, 2016; Christodoulides và cộng sự, 2015...

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, các doanh nghiệp ngày càng nhận thức được vai trò quan trọng của phát triển thương hiệu trên con đường duy trì và mở rộng thị trường của doanh nghiệp. Thương hiệu làm cho khách hàng tin tưởng, là dấu hiệu để khách hàng lựa chọn hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp. Trong quá trình phát triển kinh tế, các doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh

* Học viện Tài chính

** Học viện Khoa học Xã hội

Các nhà quản lý hiện nay đang phải đối mặt với những thách thức đầu tư chiến lược phát triển thương hiệu nhằm kết nối với khách hàng nhưng không biết việc đầu tư có thực sự mang lại hiệu quả cho việc nâng cao giá trị thương hiệu doanh nghiệp của mình hay không. Họ thiếu một chiến lược ảnh hưởng đến việc nâng cao giá trị thương hiệu doanh nghiệp từ quan điểm nhận thức của người tiêu dùng về sản phẩm, giá cả, phân phối và xúc tiến hỗn hợp (Keller, 1993; Yoo và Donthu, 2001). Như vậy, có thể thấy chiến lược marketing - mix là một trong những nhân tố quyết định đến phát triển thương hiệu của doanh nghiệp. Theo Kotler và Armstrong (2012) marketing - mix là tập hợp các công cụ để giúp doanh nghiệp theo đuổi mục tiêu marketing và phát triển thương hiệu. Marketing - mix bao gồm các yếu tố:

Product - Sản phẩm /Dịch vụ

Sản phẩm/dịch vụ là bất cứ thứ gì hữu hình hoặc vô hình được cung cấp cho thị trường để được thị trường chú ý, sử dụng và tiêu dùng với mục đích thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Sản phẩm hoặc dịch vụ thực tế mà doanh nghiệp của bạn đang bán, về mặt bản chất có tạo ra ảnh hưởng đến việc tiếp cận khách hàng. Các doanh nghiệp phát triển hoặc sản xuất các sản phẩm và dịch vụ nhằm đến một nhóm người dùng nhất định, và đáp ứng nhu cầu hay giải quyết khó khăn của họ.

Yếu tố sản phẩm của marketing - mix cũng quan tâm đến việc cách mà sản phẩm được tạo ra như thế nào, vật liệu nào cần thiết và vòng đời của chúng kéo dài trong bao lâu. Qua đó, để tránh những rủi ro mà sản phẩm mang lại, doanh nghiệp cần tiến hành phân tích kỹ lưỡng chu kỳ sống của sản phẩm. Các quyết định liên quan đến bao bì, phát triển và đổi mới sản phẩm, chủng loại sản phẩm, dịch vụ sản phẩm và nhãn hiệu sản phẩm cần triển khai đồng bộ nhằm thu hút khách hàng mua sản phẩm và gia tăng mức độ nhận biết thương hiệu, tạo lập lòng trung thành của khách hàng

Price - Giá cả

Giá cả là yếu tố quan trọng trong mô hình marketing - mix, tác động tới phát triển thương hiệu và có vai trò đối với cả 2 phía: doanh nghiệp và khách hàng. Đối với khách hàng, giá cả là nhân tố quyết định đến hành vi mua sắm của họ. Còn đối với doanh nghiệp, giá cả đóng vai trò là lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Chính vì vậy, việc vận dụng nhuần nhuyễn các chiến lược giá trong tiếp thị là cực kỳ quan trọng đối với doanh nghiệp. Lý do là bởi nó ảnh hưởng trực tiếp đến doanh số và lợi nhuận của doanh nghiệp. Định giá sản phẩm thấp giúp doanh

nh nghiệp tiếp cận được nhiều phân khúc khách hàng, trong khi đó chiến lược định giá cao lại được nhiều công ty độc quyền ưa chuộng. Dù sử dụng chiến thuật nào, doanh nghiệp cần đảm bảo giá sản phẩm phải lớn hơn chi phí sản xuất thì mới có thể thu lại lợi nhuận.

Place - Kênh phân phối

Kotler (1976) chỉ ra rằng phân phối liên quan đến kênh phân phối, phạm vi phân phối, vị trí cửa hàng, mức tồn kho và vị trí. Sử dụng đúng hệ thống phân phối, doanh nghiệp có thể gia tăng doanh số. Điều này có nghĩa là lựa chọn địa điểm phù hợp giúp doanh nghiệp mở rộng thị phần của mình và đồng thời thu lại nhiều lợi nhuận hơn. Ngoài ra, địa điểm trong marketing - mix không chỉ giới hạn tại các điểm bán mà còn bao gồm các trung tâm phân phối, vận chuyển, kho bãi, quản lý hàng tồn kho và nhượng quyền thương mại. Hiện nay, với sự trỗi dậy của các nền tảng e-commerce, các doanh nghiệp cũng dần đẩy mạnh hoạt động mua bán sản phẩm trên môi trường ảo.

Promotion - Truyền thông

Truyền thông là gửi một thông điệp thuyết phục về một sản phẩm/dịch vụ cụ thể đến khách hàng. Mục tiêu của xúc tiến hỗn hợp là truyền thông cho người tiêu dùng rằng họ cần sản phẩm này. Các hoạt động của xúc tiến hỗn hợp bao gồm quảng cáo, quan hệ công chúng và chiến lược truyền thông tổng thể để giới thiệu sản phẩm, marketing trực tiếp, bán hàng cá nhân và khuyến mãi. Như vậy, chiến lược xúc tiến hỗn hợp hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp tăng doanh số hay lượng bán và duy trì mối quan hệ công chúng tốt đẹp với khách hàng của mình, tạo nên sự ưa thích nhãn hiệu trong khách hàng và xây dựng một hình ảnh thuận lợi, tốt đẹp cho doanh nghiệp, giúp cho doanh nghiệp xây dựng và bảo vệ hình ảnh thương hiệu của mình cũng như sản phẩm trong tâm trí người tiêu dùng.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu

- Đối với số liệu thứ cấp: được thu thập từ sách, báo, tạp chí, các tài liệu đã công bố trên các phương tiện thông tin đại chúng, internet và từ các cơ quan ban ngành; từ báo cáo kết quả kinh doanh của Công ty cà phê Duy Trí giai đoạn 2020-2022 và phương hướng hoạt động năm tiếp theo.

- Đối với số liệu sơ cấp: Được thực hiện thông qua khảo sát đối với khách hàng của thương hiệu cà phê Duy Trí nhằm tìm hiểu về thương hiệu cà phê Duy Trí.

Chọn mẫu: nghiên cứu thực hiện phương pháp chọn mẫu không xác suất (chọn mẫu thuận tiện). Cỡ mẫu phù hợp dự kiến được xác định theo công thức của Cochran (1977):

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 * p * q}{\varepsilon^2}$$

Để cỡ mẫu có tính đại diện cao nhất, chọn $p = q = 0,5$

$Z_{\alpha/2}^2 = 1,96$; $\varepsilon = 10\%$; với độ tin cậy $1 - \alpha = 95\%$ thì ta tính được cỡ mẫu là:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,1^2} = 96$$

Dựa trên kích cỡ mẫu tối thiểu là 96, số lượng mẫu chính thức được tác giả xác định khi triển khai nghiên cứu là 300 khách hàng.

Phương pháp phân tích và xử lý số liệu: Để nhằm giải quyết mục tiêu nghiên cứu, đề tài sử dụng các phương pháp sau:

- Phương pháp phân tích, tổng hợp lý thuyết: Nghiên cứu các tài liệu liên quan đến phát triển thương hiệu để tổng hợp và hệ thống hóa cơ sở lý luận về chiến lược marketing - mix nhằm phát triển thương hiệu doanh nghiệp

- Phương pháp chuyên gia: đề tài sử dụng phương pháp chuyên gia để nắm rõ hơn về quan điểm cũng như đánh giá của khách hàng về chiến lược marketing - mix của công ty cà phê Duy Trí; phỏng vấn những người có kinh nghiệm, hiểu biết chuyên sâu về phát triển thương hiệu để làm luận cứ thêm cho việc giải quyết các mục tiêu của đề tài.

- Phương pháp điều tra, khảo sát: lập và phát bảng hỏi (số lượng 300 thu thập ý kiến của khách hàng đánh giá chiến lược marketing - mix nhằm phát triển thương hiệu của cà phê Duy Trí. Từ đó, giúp tác giả có cái nhìn khái quát và toàn diện hơn về nội dung nghiên cứu để đề xuất giải pháp phù hợp. Nội dung phiếu khảo sát sẽ được tiến hành xây dựng khi triển khai thực hiện nghiên cứu. Kết quả khảo sát được xử lý bằng phần mềm Excel và tính toán bằng các công thức thống kê toán học.

- Phương pháp thống kê mô tả: dùng để phân tích kết quả khảo sát khách hàng nhằm nắm những thông tin cần thiết để phân tích, đánh giá thực trạng vấn đề nghiên cứu làm cơ sở cho việc đề xuất giải pháp.

4. Kết quả nghiên cứu

Năm 1936, Cà phê Duy Trí được thành lập bởi ông Phạm Duy Trí là CEO và nhà sáng lập thương hiệu. Cà phê Duy Trí được hình thành từ ý tưởng cà phê bình dân, thân thiện và mang nét truyền thống

đặc trưng của những quán cà phê vỉa hè Việt Nam. Thương hiệu mang đến nguồn cà phê được kiểm soát bởi quy trình, cửa hàng quy chuẩn đồng nhất về diện mạo, chất lượng và dịch vụ, không gian sạch sẽ, thoải mái và lịch sự. Phân khúc khách hàng là công nhân viên, sinh viên và lực lượng nhân viên văn phòng, đặc biệt với sản phẩm cà phê rang xay, thương hiệu cà phê Duy Trí hướng tới đối tượng khách hàng là các quán cà phê tại Hà Nội.

Sự phát triển không ngừng của thương hiệu cà phê Duy Trí được thể hiện thông qua sự đa dạng hóa về dòng sản phẩm như các loại đồ uống từ cà phê, nước ép hoa quả, sữa chua... cho đến những thiết bị pha chế cà phê hay các sản phẩm liên quan tới âm nhạc. Tất cả các dòng sản phẩm của Cà phê Duy Trí vẫn duy trì ổn định và đều có doanh thu cao trong các năm gần đây.

Bảng 1. Đánh giá của khách hàng về chính sách sản phẩm của thương hiệu cà phê Duy Trí

STT	Các tiêu chí	Tỷ trọng					Giá trị trung bình
		1	2	3	4	5	
1	Sản phẩm của thương hiệu Cà phê Duy Trí có chất lượng tốt	3.28	3.17	8.80	30.35	54.39	4.3
2	Sản phẩm của thương hiệu cà phê Duy Trí đa dạng, nhiều lựa chọn	1.21	4.91	8.77	51.58	33.53	4.2
3	Sản phẩm của thương hiệu cà phê Duy Trí phù hợp với nhu cầu của tôi	3.90	1.82	12.28	29.07	52.93	4.3
4	Theo tôi, sản phẩm của thương hiệu cà phê Duy Trí mang nét tinh hoa của Hà Nội xưa	3.28	1.52	5.38	27.18	62.63	4.4

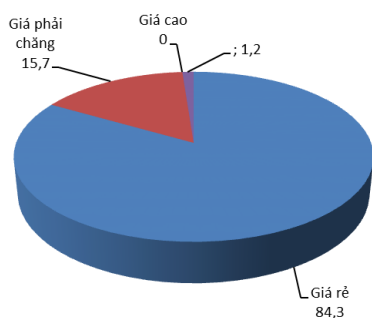
Nguồn: Khảo sát của tác giả, 2023

Từ bảng 1 cho thấy chính sách sản phẩm đang là công cụ quan trọng và hiệu quả giúp duy trì và phát triển thương hiệu cà phê Duy Trí trong những năm qua. Điểm trung bình đến từ đánh giá của khách hàng rất cao trên 4.2, điều này cho thấy chất lượng sản phẩm, sự đa dạng của sản phẩm và chữ tâm trong kinh doanh được thấy rõ trong sản phẩm mà thương hiệu Duy Trí cung cấp cho khách hàng. Tiêu chí được khách hàng đánh giá cao nhất là “sản phẩm của thương hiệu cà phê Duy Trí mang nét tinh hoa của Hà Nội xưa” đạt mức điểm trung bình 4.4, trong có 90% khách hàng đồng ý và rất đồng ý với nhận định này. Đứng thứ hai là tiêu chí “Sản phẩm của thương hiệu Cà phê Duy Trí có chất lượng tốt” với mức điểm trung bình là 4.3 và có trên 80% khách hàng đánh giá tốt về chất lượng các sản phẩm mà cà phê Duy Trí mang lại cho họ và cũng là yếu tố quan trọng để duy trì lượng khách hàng trung thành hiện nay của Duy

Trí. Khách hàng yêu mến thương hiệu cà phê Duy Trí bởi hạt cà phê được xay trực tiếp khiến hương vị tươi mới, thơm ngon hơn và sữa chua cà phê về (Sữa chua đánh dẻo được trải thêm một lớp bông cà phê thật dày. Trên bề mặt là những hình vẽ xinh xắn, đáng yêu được vẽ một cách khéo léo từ sữa đặc: hình trái tim, mặt cười hay một nụ hồng nhỏ... Những nét vẽ tinh tế ấy khiến ly sữa chua trở nên thật duyên dáng, hấp dẫn và nhận được sự đánh giá cao của khách hàng, nhất là du khách nước ngoài).

Về chiến lược giá: Tất cả sản phẩm của cà phê Duy Trí tương đối rẻ hơn thị trường, các sản phẩm cũ được bình ổn giá hơn 10 năm không thay đổi. Việc này tạo điều kiện cho việc giữ chân khách hàng trung thành, đồng thời tạo cơ hội cho việc ra mắt các sản phẩm mới với mức giá phù hợp hơn với khách hàng, đặc biệt là với nhóm khách hàng là các quán cà phê. Đối với các sản phẩm nước uống và cà phê mức giá chỉ dao động trong khoảng 22.000 đến 50.000 đồng, trong khi các thương hiệu khác như Starbucks giá đồ uống dao động 60.000-120.000 đồng, giá đồ uống của thương hiệu Highlands Coffee dao động từ 29.000 đồng đến 85.000 đồng... cho thấy lợi thế cạnh tranh về giá của thương hiệu cà phê Duy Trí trên thị trường.

Hình 1. Đánh giá của khách hàng về giá sản phẩm của thương hiệu cà phê Duy Trí



Nguồn: Khảo sát của tác giả, 2023

Về chiến lược phân phối, mặc dù chỉ có một địa chỉ duy nhất tại 43 Yên Phụ - Tây Hồ - Hà Nội cung cấp các sản phẩm cà phê Duy Trí. Tuy nhiên, có rất nhiều cửa hàng dịch vụ cà phê, đại lý bán lẻ độc quyền là khách hàng của doanh nghiệp ở khắp các địa bàn của Hà Nội và cả các tỉnh khác. Chiến lược phân phối mà thương hiệu cà phê Duy Trí đang áp dụng là chiến lược độc quyền hạn chế số lượng trung gian nhằm dễ dàng quản lý, bảo vệ hình ảnh thương hiệu và tránh sự mất mát thông tin. Địa điểm bán hàng duy nhất tại Hà Nội là 43 Yên Phụ - Tây Hồ, khi có thỏa thuận phân phối độc quyền giữa doanh nghiệp cà phê Duy Trí và người mua, không thông qua các trung gian phân phối. Đây cũng là một hạn

chế trong phát triển thương hiệu của cà phê Duy Trí trong những năm qua.

Về chiến lược xúc tiến hỗn hợp: Một điểm nhấn trong phát triển thương hiệu cà phê Duy Trí là marketing truyền miệng được triển khai ấn tượng và hiệu quả. Đây là hình thức khuyến khích khách hàng nói về thương hiệu cà phê Duy Trí và sản phẩm- dịch vụ của mình để đẩy mạnh những liên hệ với khách hàng, tạo nên những mẫu giá trị làm tăng giá trị thương hiệu. Tuy nhiên, thương hiệu Cà phê Duy Trí chưa tập trung khai thác tốt các công cụ quảng cáo, quan hệ công chúng, khuyến mại cho hoạt động phát triển thương hiệu.

5. Kết luận

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế thị trường. Thương hiệu luôn là đại diện cho sự phát triển của công ty, sự vững mạnh của thương hiệu là sự vững mạnh của chính công ty đó. Chính vì vậy Doanh nghiệp cần nhận ra các đặc điểm, thị hiếu, nhu cầu, thị trường của người tiêu dùng. Qua đó doanh nghiệp có định hướng rõ ràng cho việc phát triển sản phẩm, đánh giá hiệu quả những chính sách mà doanh nghiệp đang áp dụng, rút ra những điểm còn hạn chế và đề ra giải pháp nhằm tìm chỗ đứng cho thương hiệu của mình trên thị trường. Tuy nhiên, do những hạn chế rõ ràng trong mô hình kinh doanh truyền thống, đó là nguồn lực tài chính và nguồn lực nhân lực bó hẹp trong phạm vi gia đình. Việc giữ gìn văn hóa doanh nghiệp và phong cách quản lý cũng làm hạn chế sự phát triển bùng nổ, cũng như không có cơ hội tìm kiếm các nguồn đầu tư từ bên ngoài. Doanh nghiệp cà phê Duy Trí chưa thực sự chú trọng đến chiến lược marketing - mix nhằm nâng cao hiệu quả phát triển thương hiệu trong những năm qua.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Thị Mỹ Hằng, Nguyễn Thị Minh Thúy (2020) "Thực trạng và giải pháp phát triển ngành Cà phê Việt Nam".
- Nguyễn Mai Hương (2017) "Xây dựng và phát triển thương hiệu "The coffee in" tại Việt Nam, Luận văn Thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội
- Lê Thiện Minh (2015) "Phát triển thương hiệu cà phê Mễhycô của Công ty TNHH một thành viên thương mại dịch vụ Mễhycô, Luận văn thạc sĩ, Đại học Đà Nẵng
- Đỗ Quốc Thịnh (2016) "Phát triển thương hiệu cà phê Thu Hà", luận văn thạc sĩ, Đại học Đà Nẵng
- Trịnh Bửu Nam, Đinh Vũ Long, Nguyễn Lê Thế Vũ và Lê Thị Kiều Diễm, 2021. Nghiên cứu giá trị thương hiệu Cafe Trung Nguyên tại Thành phố Cần Thơ. Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô. 12: 75-90.
- Aaker, 1996. Measuring Brand Equity Across Products and Markets, California Management Review 38 (Spring): 102-120
- Dolbec, P. Y., & Chebat J. C. (2013). The Impact of a Flagship vs. a Brand Store on Brand Attitude, Brand Attachment and Brand Equity. Journal of Retailing, 89(4), 460-466.
- Elliott, R. L., & Wattanasurwan K. (1998). Brands as Symbolic Resources for the Construction of Identity. International Journal of Advertising, 17(2), 131- 144
- Keller, K. L., 1993. Conceptualizing, measuring, and managing consumer - based brand equity. Journal of Marketing, Vol. 57, January, p.1-22.

TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐẾN KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA NGÂN HÀNG TẠI VIỆT NAM

Ths. Trần Thị Hải Yến* - Ths. Phạm Thu Trang* - Ths. Đỗ Thùy Linh*

Covid-19 đã tạo nên những bất ổn rõ ràng và biến động lớn trong thị trường vốn toàn cầu. Lĩnh vực tài chính là một trong những lĩnh vực bị ảnh hưởng nặng nề nhất với định giá các ngân hàng sụt giảm ở tất cả các nước trên thế giới. Trong bài nghiên cứu này, bằng các khai thác các phương pháp ước lượng tĩnh sau: mô hình tác động cố định FEM, mô hình tác động ngẫu nhiên REM, phương pháp Newey-West để hiệu chỉnh hiện tượng tự tương quan, chúng tôi cố gắng đánh giá tác động của đại dịch Covid-19 đến khả năng sinh lời của các ngân hàng Việt Nam qua chỉ số ROA. Bài nghiên cứu chỉ ra rằng việc hiệu quả hoạt động của các NHTM Việt Nam không bị ảnh hưởng bởi Covid-19 như xu hướng chung của các ngân hàng thế giới mà chỉ có xu hướng tăng nhẹ.

• Từ khóa: khả năng sinh lời, ngân hàng thương mại, Covid-19, ROA, Việt Nam.

Covid-19 has generated significant instability and high volatility in global capital markets. The financial sector has been one of the most affected, with bank valuations dropping in all countries around the world. In this study, by exploiting the following static estimation strategies: the Fixed Effect Model (FEM), the Random Effect Model (REM), and Newey-West method, we attempt to evaluate the effects of the Covid-19 pandemic on the Vietnam banks' profitability via their ROA. It is concluded that the performance of Vietnamese commercial banks was not affected by Covid-19 like the general trend of banks in the world during crises but tended to increase slightly.

• Key words: profitability, commercial banking, Covid-19, ROA, Vietnam.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

các doanh nghiệp lớn phải dùng tiền mặt để chi trả cho chi phí vận hành do thâm hụt về nguồn thu. Lĩnh vực tài chính, cụ thể là lĩnh vực ngân hàng, được cho là sẽ đóng một vai trò quan trọng trong việc đối phó với cú sốc bằng cách cung cấp nguồn vốn cần thiết (Acharya và Steffen, 2020; Borio, 2020). Trong những trường hợp không thể đoán trước này, ngân hàng trung ương và chính phủ đã áp dụng nhiều biện pháp can thiệp.

Bởi vì đại dịch, hầu hết các hoạt động kinh tế bị ngưng trệ bởi hệ thống kinh tế nói chung đều chuyển sang trạng thái tiêu cực. Năng suất giảm trong thời gian phong tỏa ảnh hưởng đến tình trạng tài chính của các doanh nghiệp bởi họ không thể trả các khoản vay. Chỉ số thất nghiệp cũng tăng trong giai đoạn đại dịch đồng nghĩa với việc nhiều người không thể trả nợ đúng hạn. Điều này ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và lợi nhuận của các ngân hàng.

Đến nay, chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm đánh giá ảnh hưởng của đại dịch đến hoạt động của ngành ngân hàng tại thị trường Việt Nam. Trong bài nghiên cứu này, các nhà khoa học cố gắng đánh giá tác động của đại dịch Covid-19

1. Mở đầu

Để hạn chế sự bùng nổ của đại dịch Covid-19, Chính phủ các nước đã áp dụng các chính sách giãn cách xã hội, phong tỏa thành phố, hoặc là cách ly trên phạm vi cả nước. Các chính sách này đã ảnh hưởng mạnh mẽ tới sự phát triển kinh tế của các quốc gia. Đại dịch này dẫn đến suy thoái toàn cầu, tình hình được IMF mô tả như là tình trạng xấu nhất từ cuộc Đại suy thoái vào những năm 1930 (Gopinath, 2020). Sự chững lại của nền kinh tế là một cú shock khủng khiếp đối với

* Trường Đại học Thương mại

đến tình hình lợi nhuận của các ngân hàng Việt Nam qua chỉ tiêu ROA.

Bài nghiên cứu này gồm nhiều phần. Tiếp sau đây là phần tổng quan nghiên cứu. Trong phần 3, chúng ta sẽ thảo luận về phương pháp thu thập dữ liệu và phương pháp nghiên cứu. Hai phần cuối là kết quả nghiên cứu ở phần 4 và các kết luận cũng như kiến nghị ở phần 5.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Tác động của đại dịch Covid-19 đến ngành ngân hàng trên thế giới

Trải qua một khoảng thời gian nền kinh tế chịu nhiều ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19, có rất nhiều nghiên cứu đã tập trung vào việc đánh giá tác động của đại dịch đối với tình hình kinh tế vĩ mô của các quốc gia và khu vực. Các tổ chức tài chính đã bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi Covid-19 ở cả thị trường kinh tế trong nước và quốc tế (Kwabi và cộng sự, 2020). Trong đó, hệ thống ngân hàng là một bộ phận thiết yếu trong hệ thống tài chính của mỗi quốc gia. Vì vậy, hệ thống ngân hàng cũng không ngoại lệ và luôn là trung tâm của các cuộc khủng hoảng. Các ngân hàng đã từng được coi là một phần của vấn đề trong các cuộc khủng hoảng tài chính thế giới trước đó vào năm 2008 và những năm 1930.

Những thay đổi trong hoạt động cho vay của các ngân hàng trong đại dịch Covid-19 phụ thuộc vào các đặc điểm riêng của các ngân hàng, cũng như môi trường bên ngoài nơi họ làm việc. Nghiên cứu của Haijuan Tạ và cộng sự (2021) đã chỉ ra rằng GDP và quy mô ngân hàng đều có ý nghĩa dương trong hầu hết các mô hình, ngụ ý rằng các biến này góp phần mang lại lợi nhuận tài sản cao hơn ở các nền kinh tế châu Á. Trên thực tế, các đánh giá liên quan đến số ca nhiễm Covid đều có ảnh hưởng tiêu cực trong mọi mô hình, cụ thể là trong các mô hình REM và PPML, điều đó cho thấy sự gia tăng số ca nhiễm Covid ở các nền kinh tế châu Á cho thấy lợi nhuận trên tài sản của các doanh nghiệp có xu hướng giảm. Ngoài ra, các đánh giá liên quan đến số ca tử vong do Covid-19 trong các mô hình REM cũng hoàn toàn tiêu cực. Trong mô hình PPML khuyến nghị rằng khi số lượng ca tử vong do Covid-19 tăng lên, lợi nhuận trên tài sản cũng giảm đi. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu xác nhận rằng tác động của Covid-19 đối với hiệu suất của ngân hàng là

không nghiêm trọng do quy mô của các ước tính gắn liền với cả hai biến là chưa đủ.

Tác động củng cố của quy mô ngân hàng đối với việc gia tăng chi phí rủi ro tín dụng do đại dịch Covid-19 gây ra, cũng đã được xác nhận trong nghiên cứu của Borri và di Gorgio (2021), được thực hiện trên một mẫu các ngân hàng châu Âu đã niêm yết. Nghiên cứu của Sylwester Kozak (2021) ước tính rằng những tổn thất chưa từng có mà các ngân hàng phải gánh chịu trong đại dịch Covid-19 có tác động đáng kể đến khả năng sinh lời của họ. Trái ngược với các ngân hàng EU, các ngân hàng ở các quốc gia ngoài EU có thể duy trì khả năng sinh lời dương mặc dù chịu tổn thất tín dụng đáng kể hơn. Các phát hiện cũng cho thấy rằng khi nói đến các ngân hàng có trụ sở tại EU, những ngân hàng ở khu vực đồng Euro có lợi nhuận dương trong khi chịu nhiều tổn thất đáng kể hơn so với các ngân hàng từ các quốc gia EU khác. Hani El- Chaarani et al. (2022) đã nghiên cứu về cấu trúc tài chính và hiệu quả hoạt động của các ngân hàng Hồi giáo và chỉ ra rằng quy mô ngân hàng không ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng truyền thống trong giai đoạn Covid-19. Các phát hiện cũng cho thấy quy mô ngân hàng không ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng Hồi giáo trước và trong thời kỳ đại dịch.

Liên quan đến Nợ xấu, một số biến đã được xem xét trong phân tích của Muhammad Akbar Ali Ansari và cộng sự (2021), bao gồm tốc độ tăng trưởng GDP, hiệu quả quản lý, quy mô ngân hàng và lợi nhuận trên tài sản. Ngoại trừ quy mô kinh doanh, cả ba biến số trong nghiên cứu đều có tác động có ý nghĩa thống kê đến kết quả. Các khoản nợ xấu đã được phát hiện là có tác động tích cực đáng kể đến nền kinh tế của đất nước. Nợ xấu có liên quan đáng kể với các biến số sau: Tăng trưởng GDP có liên quan đến việc giảm nợ xấu (Jamil và cộng sự, 2021; Ltifi & Hichri, 2022). Hơn nữa, Babouek và Janar đã nhận ra mối liên hệ tích cực giữa các khoản nợ xấu, các biến số ngân hàng rõ ràng và các yếu tố kinh tế vĩ mô liên quan đến việc giảm hoặc mở rộng tốc độ của các khoản tín dụng xấu (Agnihotri và cộng sự, 2021; Banna và cộng sự, 2021; Mezghani và cộng sự, 2021). Dendi và Eddy (2021) chỉ ra rằng nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lời (ROA).

Tỷ lệ cho vay của một công ty có thể được thực hiện bằng cách ước tính tổng số vốn mà các ngân hàng có thể thu thập được để đưa vào hình thức tín dụng. Ngược lại, tỷ lệ cho vay càng cao thì rủi ro về tình trạng thanh khoản của ngân hàng càng lớn. Mức tỷ lệ cho vay có thể được sử dụng để xác định số tiền được cấp cho bên thứ ba. Giá trị Tỷ lệ cho vay càng cao thì càng cần nhiều tiền để phân phối cho bên thứ ba và ngược lại. Thu nhập của ngân hàng (ROA) sẽ tăng lên do việc phân phối các quỹ lớn của bên thứ ba.

2.2. Nghiên cứu về ngành ngân hàng trong đại dịch Covid-19 tại Việt Nam

Trong bối cảnh tại Việt Nam, ngành ngân hàng đã tận dụng thành công tác động tích cực của đại dịch Covid-19 do hiệu quả trung bình năm 2020 được cải thiện hơn so với giai đoạn trước đại dịch năm 2019 trên cùng các mô hình so sánh và ước lượng (Nguyễn Minh Sang, 2022). Kể từ năm 2012, quá trình tái cấu trúc hệ thống ngân hàng được cho là đã đạt được một số mục tiêu nhất định và phát triển vượt bậc (Nguyen et al., 2015). Tuy nhiên, hệ thống ngân hàng Việt Nam vẫn tiếp tục đối mặt với nhiều thách thức và khó khăn. Sự thống trị của các ngân hàng quốc doanh, cũng như chất lượng tín dụng và quản lý nợ xấu, là những vấn đề quan trọng (Batten & Vo, 2016). Do mức độ tập trung cao vào một số ngành kinh tế, danh mục cho vay của các ngân hàng tại Việt Nam tương đối rủi ro (Dang & Huynh, 2019). Tăng trưởng tín dụng nhanh dẫn đến gánh nặng vốn cho các ngân hàng (Vo, 2018). Ngoài ra, bài nghiên cứu của Dũng (2022) cũng chỉ ra rằng các chỉ số như quy mô ngân hàng, nợ xấu, tỷ lệ cho vay có tác động đến hiệu quả hoạt động của ngành ngân hàng, cụ thể là dự phòng rủi ro cho vay. Nguyễn Hữu Huân và các cộng sự (2022) chỉ ra rằng quy mô của ngân hàng có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của nó, ngụ ý rằng các ngân hàng lớn hơn có thể hưởng lợi từ lợi thế kinh tế theo quy mô để cải thiện hiệu quả hoạt động của họ. Chỉ số khả quan này có thể so sánh với các khoản mục trên bảng cân đối kế toán của các ngân hàng khác. Ví dụ, các ngân hàng có vốn, thanh khoản và rủi ro tín dụng cao có hiệu quả hoạt động ngân hàng cao, phù hợp với nghiên cứu trước đây.

Trên thực tế, không có nhiều bài báo tập trung thẳng vào các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động của ngành ngân hàng trong thời kỳ đại dịch. Các tài liệu trước đó chủ yếu tập trung điều tra tác động của Covid-19 đối với một số ngân hàng tại Việt Nam thông qua tác động của GDP, tỷ lệ cho vay và các yếu tố Covid đến ROA. Vì vậy, ở bài báo này, tác giả tập trung vào một số những ảnh hưởng của đại dịch đến ngành ngân hàng tại Việt Nam dựa vào những biến số thu được.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ tổng quan nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu dưới đây:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 NPLRatio_{it} + \beta_2 LoansRatio_{it} + \beta_3 Banksize_{it} + \beta_4 CovidCases_{it} + \beta_5 CovidDeaths_{it} + GDP_t + \varepsilon_{it}$$

Các biến được sử dụng trong nghiên cứu được mô tả trong bảng dưới đây:

Bảng 1: Mô tả các biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu

STT	Tên biến	Mối quan hệ giả định	Giải thích	Cách đo lường
Biến phụ thuộc				
1	ROA		Lợi nhuận trên tài sản	ROA = Lợi nhuận/ Tổng tài sản
Biến độc lập				
Các biến liên quan đến ngân hàng				
1	Bank size	+/-	Giá trị vốn hóa	Log(Total Assets)
2	NPL Ratio	+/-	Tỷ lệ giữa nợ xấu và tổng dư nợ cho vay	Tỷ lệ nợ xấu= Tổng nợ xấu/ Tổng dư nợ cho vay
3	Loans Ratio	+/-	Tỷ lệ giữa tổng dư nợ cho vay và tổng tài sản	Tỷ lệ dư nợ cho vay= Tổng dư nợ cho vay/ Tổng tài sản
Các biến liên quan đến Covid-19				
1	CovidCases	-	Số ca Covid-19 mỗi quý	Log(CovidCases)
2	CovidDeaths	-	Số ca tử vong do Covid-19 mỗi quý	Log(CovidDeaths)
Các yếu tố vĩ mô				
1	GDP	+/-	Tổng sản phẩm quốc nội	Log(GDP)

Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả

3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Bài nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng theo quý của 12 ngân hàng trong giai đoạn từ quý 1 năm 2018 đến quý 1 năm 2022. Tổng giá trị tài sản của

các ngân hàng được chọn này chiếm hơn 70% tổng giá trị tài sản của hệ thống ngân hàng ở Việt Nam. Dữ liệu này là nguồn dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn đáng tin cậy. Đặc biệt, dữ liệu về ngân hàng được thu thập từ các báo cáo tài chính từ trang chủ của các ngân hàng. Bài nghiên cứu dựa trên khoảng thời gian này bởi bao gồm cả thời gian trước và trong thời gian bùng nổ dịch Covid-19. Do đó, rất hữu ích khi biết tác động của các ca nhiễm Covid-19 đến tỷ suất sinh lời trước và trong đại dịch.

Để đánh giá tác động của đại dịch, tác giả sử dụng số ca nhiễm Covid-19 và số ca tử vong do Covid-19. Các dữ liệu này được thu thập từ trang web chính thức của Bộ Y Tế Việt Nam và WHO theo từng quý. Do có giai đoạn trước Covid-19, số ca nhiễm bệnh và số ca tử vong là 0 nên nhóm tác giả giả sử các giá trị của 2 biến này là 0.000001 để có thể sử dụng hai biến này dưới dạng logarithm ($\log(\text{CovidCases})$ và $\log(\text{CovidDeaths})$).

Theo Athanasoglou, Brissimis, và Delis (2008), sự xuất hiện của các biến liên quan đến kinh tế vĩ mô dưới vai trò các biến tác động trong mô hình nghiên cứu là rất quan trọng. Vì thế trong nghiên cứu này, nhóm tác giả đã sử dụng biến Tổng sản phẩm quốc nội ($\ln\text{GDP}$). Tổng sản phẩm quốc nội được đo lường dưới dạng logarithm ($\log\text{GDP}$) theo Sufian và Chong (2008) và Kosmidou (2008). $\log(\text{GDP})$ là chỉ báo kinh tế vĩ mô phổ biến nhất để đo lường tổng hoạt động kinh tế của một nền kinh tế vì nó dự kiến sẽ ảnh hưởng đến nhiều yếu tố liên quan đến cung và cầu của các khoản vay và tiền gửi. Các điều kiện kinh tế tích cực sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng.

3.3. Phương pháp phân tích

Nhóm tác giả sử dụng phân tích dữ liệu bảng để tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận các ngân hàng thương mại. Để đánh giá tác động của Covid-19 đến tình hình hoạt động của các ngân hàng, chúng ta sử dụng các phương pháp ước lượng tĩnh: mô hình yếu tố tác động cố định FEM, mô hình yếu tố tác động ngẫu nhiên REM, và phương pháp robust RE trong mô hình để hiệu chỉnh hiện tượng tự tương quan.

Trong nghiên cứu này, các kiểm định được sử dụng bởi nhóm tác giả bao gồm: kiểm định Hausman được dùng để lựa chọn độ phù hợp giữa hai mô hình FEM và REM. Giả thiết cho mô hình

Hausman là tác động riêng của từng biến không có mối tương quan với biến hồi quy khác trong mô hình. Nếu như có sự tương quan, mô hình REM sẽ cho ra các kết quả sai lệch. Ngoài ra, nhóm tác giả còn sử dụng kiểm định Walt và hệ số nhân Breush và Pagan Lagrangian để kiểm tra hiện tượng phương sai sai số thay đổi với lần lượt mô hình FEM và REM. Cuối cùng, để kiểm tra hiện tượng tự tương quan của bảng dữ liệu, bài nghiên cứu sử dụng kiểm định Wooldridge. Nếu trong trường hợp mô hình có hiện tượng tự tương quan, phương pháp Newey-West sẽ được sử dụng để khắc phục hiện tượng này. Các sai số chuẩn được hiệu chỉnh theo thủ tục cũng được biết đến với tên gọi là sai số chuẩn HAC.

4. Phân tích và kết quả

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 2 mô tả giá trị các biến trong nghiên cứu bao gồm chỉ tiêu tài chính của những ngân hàng thương mại được chọn trong giai đoạn trước và sau đại dịch cùng với chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của Việt Nam. Kết quả từ Bảng 2 cho thấy, trong 17 quý, tại các NHTM, tỷ số giữa tổng dư nợ cho vay và tổng tài sản đạt trung bình 0,6, thấp nhất là 0,5 và cao nhất là 0,75. Tỷ lệ nợ xấu trung bình ở mức 1,5%, thấp nhất là 0,47% và cao nhất là 3,5%.

Bảng 4.1: Bảng mô tả giá trị các biến

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ROA	221	.3694163	.2120363	.016	.75
NPLratio	221	1.595747	.80989	.47	3.5
Loansratio	221	.6478237	.0649265	.535912	.7520622
SIZE	221	14.67285	.284283	14.18732	15.16517
GDP	221	15.20851	.1096849	15.01196	15.38003
Covidcases	221	1.501898	4.847592	-7	6.893948
Coviddeaths	221	-4.013659	4.667241	-7	4.283753

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata 14

Kết quả ước lượng hệ số phóng đại phương sai (VIF) cho thấy, tất cả hệ số VIF của các biến độc lập nhỏ hơn 10. Kết quả này một lần nữa xác nhận mô hình nghiên cứu không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến cao và cho phép tiếp tục thực hiện các ước lượng.

. vif

Variable	VIF	1/VIF
Coviddeaths	1.81	0.553443
GDP	1.58	0.631328
SIZE	1.45	0.688509
Loansratio	1.39	0.721395
Covidcases	1.38	0.724618
NPLratio	1.24	0.806592
Mean VIF	1.47	

4.2. Kết quả kiểm định và ước lượng mô hình

Trước tiên, chúng tôi xem xét tác động của Covid-19 đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam bằng cách sử dụng mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (REM).

Bảng 4.2: Kết quả ước lượng mô hình FEM

. xtreg ROA NPLratio Loansratio SIZE GDP Covidcases Coviddeaths, fe					
Fixed-effects (within) regression		Number of obs =		221	
Group variable: BANK1		Number of groups =		13	
R-sq:		Obs per group:			
within = 0.2505		min =		17	
between = 0.2300		avg =		17.0	
overall = 0.1290		max =		17	
corr(u_i, Xb) = -0.7270		F(6,202) =		11.25	
		Prob > F =		0.0000	
ROA	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
NPLratio	-.0026542	.01747	-0.15	0.879	-.0371012 .0317928
Loansratio	.5377584	.2112821	2.55	0.012	.1211571 .9543596
SIZE	.3462641	.1105162	3.13	0.002	.1283507 .5641774
GDP	.1301154	.0667039	1.95	0.052	-.0014099 .2616407
Covidcases	.0029438	.0012719	2.31	0.022	.0004358 .0054518
Coviddeaths	-.0039813	.0015675	-2.54	0.012	-.007072 -.0008906
_cons	-7.054663	1.464763	-4.82	0.000	-9.942849 -4.166476
sigma_u	.28082246				
sigma_e	.07139256				
rho	.9392924	(fraction of variance due to u_i)			

F test that all u_i=0: F(12, 202) = 111.02 Prob > F = 0.0000

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata 14

. xtreg ROA NPLratio Loansratio SIZE GDP Covidcases Coviddeaths, re					
Random-effects GLS regression		Number of obs =		221	
Group variable: BANK1		Number of groups =		13	
R-sq:		Obs per group:			
within = 0.2441		min =		17	
between = 0.2389		avg =		17.0	
overall = 0.0994		max =		17	
corr(u_i, X) = 0 (assumed)		Wald chi2(6) =		59.14	
		Prob > chi2 =		0.0000	
ROA	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
NPLratio	-.0064284	.0170849	-0.38	0.707	-.0399142 .0270573
Loansratio	.422152	.2053925	2.06	0.040	.0195901 .824714
SIZE	.19797	.099752	1.98	0.047	.0024596 .3934803
GDP	.1759612	.0656532	2.68	0.007	.0472834 .3046391
Covidcases	.0033517	.0012798	2.62	0.009	.0008434 .00586
Coviddeaths	-.0030757	.0015559	-1.98	0.048	-.0061252 -.0000262
_cons	-5.492075	1.379177	-3.98	0.000	-8.195211 -2.788938
sigma_u	.2179658				
sigma_e	.07139256				
rho	.90311183	(fraction of variance due to u_i)			

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata 14

Trong bước tiếp theo, chúng tôi tiến hành kiểm định Hausman để lựa chọn giữa mô hình FEM và REM. Theo đó, mô hình tác động ngẫu nhiên sẽ tốt hơn để ước lượng ROA vì Prob>chi2 lớn hơn 0,05.

Để tránh hiện tượng phương sai thay đổi và tự tương quan có thể làm ước lượng mô hình hồi quy không đáng tin cậy, một số kiểm định kiểm định hệ số nhân Breusch và Pagan Lagrange và kiểm định Wooldridge cho tự tương quan trong dữ liệu bảng.

. hausman FE RE				
	Coeficients	(b)	(B)	
	(b)	(B)	(b-B)	sqrt(diag(V_b-V_B))
	FE	RE	Difference	S.E.
NPLratio	-.0026542	-.0064284	.0037742	.0036481
Loansratio	.5377584	.422152	.1156063	.0495382
SIZE	.3462641	.19797	.1482941	.0475748
GDP	.1301154	.1759612	-.0458458	.0117931
Covidcases	.0029438	.0033517	-.0004078	.
Coviddeaths	-.0039813	-.0030757	-.0009056	.0001901

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(6) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)

= 9.58

Prob>chi2 = 0.1433

(V_b-V_B is not positive definite)

+ Kiểm định tự tương quan

. xtserial ROA NPLratio Loansratio SIZE GDP Covidcases Coviddeaths				
Wooldridge test for autocorrelation in panel data				
H0: no first-order autocorrelation				
F(1, 12) =	1.834			
Prob > F =	0.2006			

Kết quả trên cho thấy, P-value của kiểm định bằng 0,2006 lớn hơn 0,05 nên mô hình không tồn tại tự tương quan.

. xttest0				
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects				
ROA[BANK1,t] = Xb + u[BANK1] + e[BANK1,t]				
Estimated results:				
	Var	sd = sqrt(Var)		
ROA	.0449594	.2120363		
e	.0050969	.0713926		
u	.0475091	.2179658		
Test: Var(u) = 0				
	chibar2(01) =	1168.80		
	Prob > chibar2 =	0.0000		

Kết quả cho thấy P-value của kiểm định phương sai thay đổi bằng 0,000 nhỏ hơn 0,05 cho thấy mô hình tồn tại phương sai thay đổi.

Do đó, bài nghiên cứu sử dụng phương pháp Newey-West cho mô hình hồi quy để hiệu chỉnh hiện tượng tự tương quan.

Biến LOANS- Tỷ lệ cho vay/tổng tài sản tác động cùng chiều lên ROA ở mức ý nghĩa 5%. Kết quả cho thấy, tỷ lệ cho vay càng tăng thì hiệu quả sinh lời trên tài sản của các NHTM càng cao. Biến SIZE - Tổng tài sản tác động thuận chiều lên ROA với mức ý nghĩa 5%. Điều đó có nghĩa các NHTM tăng tổng tài sản sẽ làm tăng hiệu quả kinh doanh. Biến GDP tác động thuận chiều lên ROA với mức ý nghĩa 1%. Biến Covid-case tác động cùng chiều lên ROA với mức ý nghĩa 5% trong khi Biến Covid-deaths không có tác động lên ROA.

Bảng 4.4: Kết quả ước lượng mô hình REM robust

. xtreg ROA NPLratio Loansratio SIZE GDP Covidcases Coviddeaths, re vce(robust)									
Random-effects GLS regression					Number of obs =		221		
Group variable: BANK1					Number of groups =		13		
R-sq:					Obs per group:				
within = 0.2441					min =		17		
between = 0.2389					avg =		17.0		
overall = 0.0994					max =		17		
					Wald chi2(6) =		73.50		
corr(u_i, X) = 0 (assumed)					Prob > chi2 =		0.0000		
(Std. Err. adjusted for 13 clusters in BANK1)									
ROA		Robust							
		Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]			
NPLratio		-.0064284	.0176118	-0.37	0.715	-.0409469		.0280901	
Loansratio		.422152	.1803049	2.34	0.019	.0687608		.7755432	
SIZE		.19797	.0926524	2.14	0.033	.0163746		.3795653	
GDP		.1759612	.0685389	2.57	0.010	.0416275		.3102949	
Covidcases		.0033517	.0013113	2.56	0.011	.0007816		.0059218	
Coviddeaths		-.0030757	.0020521	-1.50	0.134	-.0070977		.0009463	
_cons		-5.492075	1.345103	-4.08	0.000	-8.128428		-2.855721	
sigma_u		.2179658							
sigma_e		.07139256							
rho		.90311183	(fraction of variance due to u_i)						

Nguồn: Tác giả tính toán từ phần mềm Stata 14

5. Kết luận và ý nghĩa

Kết quả của chúng tôi về tác động tích cực của quy mô ngân hàng và tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản đối với lợi nhuận trên tài sản phù hợp với các bài báo như Zhao & Zhao (2013); Perera và cộng sự (2013); Pasiouras & Kosmidou (2007). Lý do là các ngân hàng quy mô lớn thường ít khi gặp phải rủi ro nhờ khả năng đạt được số lượng sản phẩm lớn hơn, cũng như có được sự đa dạng các khoản cho vay hơn so với các ngân hàng quy mô nhỏ.

Nhờ vậy, chi phí vốn của các ngân hàng này được giảm đi đáng kể, dẫn đến lợi nhuận cao hơn (Perera và cộng sự, 2013). NHTM niêm yết tại Việt Nam cần cân nhắc sử dụng đầy mạnh chuyển đổi số, gia tăng quy mô tài sản, nhất là đầu tư vào các tài sản dài hạn: hạ tầng kỹ thuật công nghệ để nâng cao năng lực bảo mật và tích hợp nhiều tiện ích, đáp ứng nhu cầu mang lại sự yên tâm, trải nghiệm hiện đại, chuyên nghiệp từ các dịch vụ bán lẻ của NHTM cho khách hàng, thúc đẩy tăng trưởng doanh thu dịch vụ bán lẻ trong những năm tới. Việc gia tăng quy mô tài sản và tỉ lệ cho vay sẽ tạo động lực tốt để các NHTM nâng cao HQKD.

Kết quả thực nghiệm cung cấp bằng chứng về việc hiệu quả hoạt động của các NHTM Việt Nam không bị ảnh hưởng bởi Covid-19 như xu hướng chung của các ngân hàng trên thế giới trong các cuộc khủng hoảng mà có xu hướng tăng nhẹ. Kết quả trái chiều giữa các NHTM Việt Nam có thể

do những nguyên nhân chính sau:

Thứ nhất, mặc dù ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của các ngân hàng, nhưng các hạn chế xã hội nhằm ngăn chặn sự lây lan của đại dịch Covid-19 cũng là cơ hội để các ngân hàng đẩy nhanh chuyển đổi số để thích ứng với trạng thái bình thường mới. Nhờ xu hướng phát triển của dịch vụ ngân hàng bán lẻ, các ngân hàng Việt Nam đã giữ được tốc độ tăng trưởng vững chắc, tạo ra giá trị gia tăng, hỗ trợ khách hàng trong giai đoạn Covid-19.

Thứ hai, đối với các ngân hàng, các ưu đãi của ngân hàng trung ương và sự hỗ trợ của chính phủ đối với các doanh nghiệp và cá nhân cho đến nay đã hạn chế được thiệt hại đối với bảng cân đối ngân hàng.

Tài liệu tham khảo:

- Athanasoglou, P., Brissimis, S. và Delis, M., 2005. Các yếu tố quyết định khả năng sinh lời của ngân hàng cụ thể, ngành cụ thể và kinh tế vĩ mô đối với khả năng sinh lời của ngân hàng. *Tạp chí điện tử SSRN*.
- Banna, H., Hassan, MK, Ahmad, R., & Alam, MR (2021). Sự ổn định của ngân hàng Hồi giáo giữa đại dịch Covid-19: vai trò của tài chính kỹ thuật số toàn diện. *Tạp chí Quốc tế về Tài chính và Quản lý Hồi giáo và Trung Đông*
- Batten J. và Võ, XV (2019): Yếu tố quyết định khả năng sinh lời của ngân hàng - Bằng chứng từ Việt Nam. *Thị trường mới nổi Tài chính và Thương mại*.
- Dendi SS; Eddy W. (2021). Phân tích Nợ xấu (NPL) và Tỷ lệ cho vay trên tiền gửi (LDR) đối với khả năng sinh lời. *Tạp chí Quốc tế về Hiệu biết Đa văn hóa và Đa tôn giáo*, 8(1), 423-436.
- Dung Thị Thủy Nguyên (2022). Các Nhân Tố Ảnh Hưởng Đến Dự Phòng Rủi Ro Cho Vay Trong Đại Dịch Covid-19 – Trường Hợp Các Ngân Hàng Thương Mại Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Quản lý và Kinh doanh Châu Âu*, 7(3). DOI: 10.24018/lejbm.2022.7.3.142.
- Ekpu, V., A. Paloni, N. Wagner và N. Wagner. 2016. Cho vay kinh doanh và lợi nhuận ngân hàng ở Vương quốc Anh. *Các nghiên cứu về Kinh tế và Tài chính*, 33(2), 302-19. DOI: 10.1108/SEF-04-2015-0097
- Hani, E.; Tariq, HI; Zouhour, E.; Mohamed, SE (2022) Tác động của Covid-19 đối với cấu trúc tài chính và hiệu quả hoạt động của các ngân hàng Hồi giáo: nghiên cứu so sánh với các ngân hàng thông thường ở các quốc gia GCC. *Tạp chí Khoa học Kinh tế và Hành chính*, 1-29.
- Muhammad AAA, Nadia H., Muhammad ST, Ali JK (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến các khoản nợ xấu ở Pakistan trong Đại dịch Covid-19: Trường hợp ngân hàng tài chính vi mô, Đánh giá về nghiên cứu kinh tế và phát triển, 7(4), 493-500.
- Nguyễn Minh Sáng (2022). Tác động của đại dịch Covid-19 đến hiệu quả hoạt động ngân hàng tại Việt Nam. *Ngân hàng và Hệ thống ngân hàng*, 17(1), 13-23.
- Nguyen, HS, Tran, TTT, Dinh, XC, Lai, AN, & Pham, BK (2015). Tác động của cấu trúc sở hữu và hiệu quả hoạt động của ngân hàng – Kiểm định thực nghiệm tại các ngân hàng Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Quốc tế*, 6(4), 123-133.
- Rizvi, SAR, Narayan, PK, Sakti, A., & Syarifuddin, F. (2020). Vai trò của các ngân hàng Hồi giáo trong ngành ngân hàng Indonesia: Thăm dò thực nghiệm. *Tạp chí Tài chính Pacific-Basin*, 62.
- Võ, XV (2016). Tài chính ở Việt Nam - tổng quan. *Tạp chí Tài chính và Kế toán Á-Phi*, 6(3), 202-209.
- Võ, XV (2018). Hành vi cho vay của ngân hàng tại các thị trường mới nổi. *Thư Nghiên cứu Tài chính*, 27(2018), 129-134.

ẢNH HƯỞNG CỦA TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐẾN TUÂN THỦ THUẾ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

TS. Vũ Thúy Hà*

Bài nghiên cứu đưa ra những nhận định về sự ảnh hưởng đến tính tuân thủ thuế của các doanh nghiệp như: Sự chính xác, tính minh bạch, hiệu quả, sự phân tích dữ liệu, dự đoán nghĩa vụ thuế và tự động hóa quy trình báo cáo thuế từ thành tựu khoa học trí tuệ nhân tạo. Bằng phương pháp nghiên cứu định tính, bài viết phân tích thực trạng và rào cản của tuân thủ thuế cũng như lợi ích và thách thức của việc triển khai hệ thống báo cáo thuế dựa trên trí tuệ nhân tạo của các doanh nghiệp tại Việt Nam, từ đó đề xuất một số khuyến nghị với các bên liên quan nhằm nâng cao tính tuân thủ thuế của các doanh nghiệp trong bối cảnh ứng dụng trí tuệ nhân tạo.

• Từ khóa: AI, trí tuệ nhân tạo, tuân thủ thuế.

The study makes comments on the impact on tax compliance of businesses such as accuracy, transparency, efficiency, data analysis, tax liability prediction and automation of tax reporting process from artificial intelligence science achievements. By qualitative research methods such as synthesis and interpretation through the study of relevant documents. Based on the analysis of the current situation and barriers of tax compliance as well as the benefits and challenges of implementing a tax reporting system based on artificial intelligence of enterprises in Vietnam. Based on the results of the study, a number of recommendations were made to stakeholders to improve tax compliance of enterprises in the context of AI application.

• Key words: AI, artificial intelligence, tax compliance.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

AI là trí tuệ được biểu diễn bởi bất cứ một hệ thống nhân tạo nào. Trí thông minh nhân tạo liên quan đến cách cư xử, sự học hỏi và khả năng thích ứng thông minh của máy móc bao gồm các tác vụ điều khiển, lập kế hoạch và lập lịch, cũng như khả năng trả lời các câu hỏi về chẩn đoán bệnh, trả lời khách hàng về các sản phẩm của một công ty, nhận dạng chữ viết tay, nhận dạng tiếng nói và khuôn mặt. Theo nghiên cứu của O'leary (1991) thì AI có thể có ảnh hưởng đáng kể đến cơ sở dữ liệu tài chính, kế toán đã phát triển các mô hình hỗ trợ người ra quyết định và tập trung vào nhu cầu thông tin của người ra quyết định. AI có tiềm năng thúc đẩy việc tuân thủ thuế bằng cách tự động hóa các công việc thường xuyên và lặp đi lặp lại, cải thiện độ chính xác, đồng thời giảm thời gian và công sức cần thiết để tuân thủ các quy định về thuế. Hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI có thể giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro sai sót và nâng cao hiệu quả của việc báo cáo thuế. Đồng thời, trợ giúp cơ quan thuế xác định các khía cạnh có khả năng không tuân thủ và cải thiện độ chính xác của báo cáo thuế.

Có rất ít nghiên cứu về việc sử dụng AI trong tuân thủ thuế của các doanh nghiệp ở Việt Nam. Tuy nhiên, một nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới cho thấy, việc áp dụng kê khai thuế điện tử ở Việt Nam có tác động tích cực đến việc tuân thủ thuế. Nghiên cứu cũng gợi ý rằng việc sử dụng AI có thể

Đặt vấn đề

Gia tăng sự tuân thủ của người nộp thuế là một trong những vấn đề lớn và quan trọng nhất trong lĩnh vực thuế. Nhiều doanh nghiệp phải cố gắng để theo kịp các quy định có tính phức tạp và luôn thay đổi của ngành thuế. Ở Việt Nam, Chính phủ và các cơ quan chức năng đã thực hiện nhiều biện pháp khác nhau để cải thiện việc tuân thủ thuế, nhưng những nỗ lực này đã chưa thực sự thành công. Một giải pháp tiềm năng cho vấn đề này là sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để tự động hóa báo cáo thuế và cải thiện việc tuân thủ.

* Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội; email: vuthuyha@gmail.com

cải thiện hơn nữa việc tuân thủ thuế bằng cách tự động hóa các tác vụ thông thường và giảm gánh nặng cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó, một báo cáo khác của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam cho thấy, việc tuân thủ thuế là một trong những thách thức lớn nhất mà các doanh nghiệp ở Việt Nam phải đối mặt. Báo cáo cho rằng, việc giới thiệu các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI có thể giúp các doanh nghiệp giảm thời gian và công sức cần thiết để tuân thủ các quy định về thuế. Do vậy, bài viết này được thực hiện để xem xét những lợi ích và thách thức của việc triển khai các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI. Qua đó, đề xuất một số khuyến nghị với các bên liên quan nhằm nâng cao tính tuân thủ thuế của các doanh nghiệp tại Việt Nam trong bối cảnh ứng dụng AI.

Thực trạng và rào cản tuân thủ thuế của các doanh nghiệp

Tình trạng tuân thủ thuế ở Việt Nam hiện nay đang là thách thức đối với nhiều doanh nghiệp. Trong khi chính phủ đã thực hiện nhiều biện pháp khác nhau để cải thiện việc tuân thủ thuế, bao gồm cả việc áp dụng khai thuế điện tử, nhiều doanh nghiệp vẫn gặp khó khăn trong việc theo kịp các quy định phức tạp và luôn thay đổi của hệ thống thuế.

Một trong những rào cản lớn nhất mà các doanh nghiệp phải đối mặt là sự phức tạp của hệ thống thuế. Hệ thống thuế Việt Nam rất phức tạp với nhiều loại thuế và quy định khác nhau mà các doanh nghiệp phải tuân thủ. Chẳng hạn như, với thuế giá trị gia tăng (GTGT) doanh nghiệp phải đăng ký thuế GTGT, xuất hóa đơn GTGT và nộp tờ khai thuế GTGT hàng tháng. Ngoài ra, còn có các mức thuế GTGT khác nhau đối với các loại hàng hóa và dịch vụ khác nhau. Với thuế xuất nhập khẩu cũng có các mức thuế khác nhau đối với các loại hàng hóa khác nhau và các quy tắc về miễn trừ và khấu trừ có thể không giống nhau giữa các quốc gia và vùng lãnh thổ. Sự phức tạp này khiến doanh nghiệp khó hiểu nghĩa vụ thuế của mình và có thể dẫn đến sai sót và không tuân thủ. Nghiên cứu của Le (2017) đã khảo sát 220 doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh và phát hiện ra rằng, sự phức tạp của các quy định về thuế là một trong những trở ngại chính đối với việc tuân thủ thuế. Nghiên cứu cũng cho thấy các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tìm hiểu các quy định về thuế, cách tính thuế và nộp tờ khai thuế. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Nguyễn Thị Kim Trang & Bùi

Văn Trinh (2022) về các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tuân thủ thuế ở Việt Nam cho thấy, cấu trúc hệ thống thuế và tính phức tạp trong quy định là hai nhân tố có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến tính tuân thủ thuế trong các doanh nghiệp. Kết quả này cũng được ủng hộ bởi nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Diệp & Nguyễn Huy Hoàng (2021), các tác giả cho rằng, tính đơn giản, dễ tiếp cận của các thông lệ thuế có ảnh hưởng tích cực đến hành vi tuân thủ thuế ở Việt Nam.

Một rào cản khác mà các doanh nghiệp phải đối mặt là thiếu nguồn lực và chuyên môn. Nhiều doanh nghiệp không có nguồn lực hoặc chuyên môn để quản lý nghĩa vụ thuế của họ một cách hiệu quả, điều này có thể dẫn đến sai sót và không tuân thủ nghĩa vụ thuế. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp không nhận thức được các ưu đãi và miễn giảm thuế dành cho họ khi đầu tư vào một số ngành hoặc khu vực nhất định, do vậy có thể dẫn đến việc bỏ lỡ cơ hội giảm gánh nặng thuế. Nghiên cứu của Tran & Vu (2017) cho rằng, việc thiếu nguồn lực, bao gồm nguồn lực tài chính, con người và công nghệ, là một rào cản đáng kể đối với việc tuân thủ thuế. Nghiên cứu cũng cho thấy các doanh nghiệp phải đối mặt với những thách thức trong việc hiểu các quy định về thuế và các yêu cầu về tài liệu để tuân thủ thuế. Đồng thời, nghiên cứu nhấn mạnh nhu cầu giáo dục và nỗ lực tiếp cận cộng đồng để hỗ trợ doanh nghiệp hiểu các quy định về thuế và yêu cầu tuân thủ, cũng như cung cấp các nguồn lực và hỗ trợ để giúp doanh nghiệp tuân thủ luật thuế.

Thêm nữa, các doanh nghiệp tại Việt Nam phải đối mặt là chi phí tuân thủ cao. Việc tuân thủ các quy định về thuế có thể tốn kém, đặc biệt đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Chi phí tuân thủ không chỉ bao gồm chi phí trực tiếp như các chi phí liên quan đến việc nộp thuế, chi phí cho phần mềm khai thuế hoặc thuê chuyên gia tư vấn thuế mà còn cả chi phí gián tiếp thuế kế toán viên và các chuyên gia khác để quản lý việc tuân thủ thuế của họ. Nghiên cứu của Pham và cộng sự (2019) đã xem xét tác động của chi phí tuân thủ đối với hành vi tuân thủ thuế của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam. Nghiên cứu cho thấy, chi phí tuân thủ cao, bao gồm chi phí cho phần mềm kê khai thuế và thuê chuyên gia tư vấn bên ngoài, ảnh hưởng tiêu cực đến hành vi tuân thủ thuế. Nghiên cứu cũng cho thấy các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn lực và hỗ trợ để giúp giảm chi phí tuân thủ.

Cuối cùng, việc tuân thủ thuế ở Việt Nam cũng bị ảnh hưởng bởi tham nhũng và nền kinh tế phi chính thức. Nền kinh tế phi chính thức ở Việt Nam là đáng kể, với nhiều doanh nghiệp hoạt động bên ngoài nền kinh tế chính thức và trốn tránh nghĩa vụ thuế. Chẳng hạn như, nhiều người bán hàng rong, doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ hoạt động không chính thức và không báo cáo thu nhập của họ cho mục đích thuế. Điều đó gây khó khăn cho cơ quan thuế trong việc thực thi các quy định về thuế. Tham nhũng cũng có thể là một rào cản đáng kể đối với việc tuân thủ thuế, một số doanh nghiệp có thể đưa hối lộ cho quan chức thuế để trốn thuế hoặc nhận được ưu đãi. Điều này tạo ra một sân chơi không bình đẳng cho các doanh nghiệp không tham gia vào các hành vi tham nhũng và có thể làm xói mòn niềm tin của công chúng vào hệ thống thuế. Điều này cũng được khẳng định trong nghiên cứu của Hoang & Huynh (2018) khi cho rằng, các công ty hoạt động trong các lĩnh vực có mức độ tham nhũng cao hơn có nhiều khả năng tham gia vào các hành vi trốn và tránh thuế hơn. Đồng thời, nhấn mạnh các công ty có nhiều nguồn lực hơn và khả năng tiếp cận thông tin tốt hơn có nhiều khả năng tuân thủ các quy định về thuế hơn.

Lợi ích của việc triển khai hệ thống báo cáo thuế dựa trên trí tuệ nhân tạo

Có rất nhiều lợi ích tiềm năng khi triển khai các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI ở Việt Nam. Một trong những lợi ích chính là tăng hiệu quả. AI có thể tự động hóa nhiều khía cạnh của báo cáo thuế, giảm gánh nặng cho doanh nghiệp và giúp họ tuân thủ các quy định dễ dàng hơn. Điều này có thể giúp giảm gánh nặng hành chính cho doanh nghiệp và tăng tỷ lệ tuân thủ chung.

Một lợi ích tiềm năng khác của hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI là tăng độ chính xác. AI có thể giúp giảm rủi ro sai sót trong báo cáo thuế bằng cách tự động hóa các tác vụ thông thường. Các thuật toán AI có thể được sử dụng để phân tích khối lượng lớn dữ liệu thuế, giảm nguy cơ sai sót và đảm bảo rằng báo cáo thuế là chính xác và đáng tin cậy. Hệ thống AI có thể được sử dụng để phân tích hồ sơ tài chính của doanh nghiệp và xác định bất kỳ sự khác biệt hoặc sai sót nào trong báo cáo thuế của họ. Do đó giúp cải thiện chất lượng dữ liệu thuế và giảm nguy cơ không tuân thủ.

Việc sử dụng AI có thể giúp tự động hóa quy trình báo cáo thuế, giảm gánh nặng cho doanh

nh nghiệp và giúp doanh nghiệp tuân thủ quy định dễ dàng hơn. Bên cạnh đó, một lĩnh vực mà AI có thể đặc biệt hữu ích là phân tích dữ liệu thuế. Các thuật toán AI có thể được sử dụng để phân tích khối lượng lớn dữ liệu thuế, xác định các mẫu và điểm bất thường cho thấy việc không tuân thủ. Điều này có thể giúp cơ quan thuế phát hiện hành vi không tuân thủ nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Một lĩnh vực khác mà AI có thể hữu ích là dự đoán thuế. Các thuật toán AI được sử dụng để cho phép họ lập kế hoạch cho các nghĩa vụ thuế của mình và tránh những bất ngờ. Điều này giúp đảm bảo rằng các doanh nghiệp có thể lập kế hoạch nộp thuế hiệu quả hơn, đáp ứng các nghĩa vụ thuế của họ một cách chính xác và đúng hạn, giảm rủi ro không tuân thủ. Đồng thời, các doanh nghiệp có thể tận dụng các ưu đãi và miễn giảm thuế, giảm gánh nặng thuế tổng thể của họ.

AI cũng được sử dụng để tự động hóa quy trình báo cáo thuế. Ví dụ: các thuật toán AI có thể được sử dụng để trích xuất dữ liệu liên quan từ hóa đơn và các tài liệu tài chính khác, giúp giảm nhu cầu nhập dữ liệu thủ công. Điều này làm giảm sai sót và tăng hiệu quả, giúp doanh nghiệp tuân thủ các quy định về thuế dễ dàng hơn.

Nhìn chung, tiềm năng của AI trong việc tự động hóa báo cáo thuế và cải thiện tính tuân thủ ở Việt Nam là rất lớn. Bằng cách sử dụng AI để phân tích dữ liệu thuế, dự đoán nghĩa vụ thuế và tự động hóa quy trình báo cáo thuế, các doanh nghiệp có thể giảm gánh nặng tuân thủ thuế và cải thiện tỷ lệ tuân thủ tổng thể của mình. Điều đó, giúp tăng nguồn thu thuế cho chính phủ Việt Nam và giảm gánh nặng hành chính cho các doanh nghiệp, tạo ra một tình huống đôi bên cùng có lợi.

Thách thức và khó khăn của việc triển khai hệ thống báo cáo thuế dựa trên trí tuệ nhân tạo

Bên cạnh những lợi ích to lớn của việc ứng dụng AI, các doanh nghiệp có thể gặp phải các thách thức tiềm ẩn liên quan đến việc triển khai các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI. Một trong những thách thức chính là sự phức tạp của hệ thống thuế. Như đã đề cập ở trên, hệ thống thuế Việt Nam rất phức tạp với nhiều loại thuế và quy định khác nhau mà các doanh nghiệp phải tuân thủ. Sự phức tạp này có thể gây khó khăn cho việc phát triển các hệ thống báo cáo thuế chính xác và đáng tin cậy dựa trên AI.

Một thách thức khác là thiếu dữ liệu. Để các thuật toán AI có hiệu quả, chúng cần khối lượng dữ

liệu lớn và có chất lượng cao. Dữ liệu chất lượng kém sẽ dẫn đến kết quả không chính xác và giảm hiệu quả. Tuy nhiên, tại Việt Nam, nhiều doanh nghiệp không lưu giữ hồ sơ chính xác hoặc đầy đủ, gây khó khăn cho việc phát triển hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI hiệu quả.

Quyền riêng tư và bảo mật cũng là những thách thức tiềm ẩn liên quan đến việc triển khai các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI. Dữ liệu thuế rất nhạy cảm và bí mật, và điều quan trọng là phải đảm bảo rằng các biện pháp bảo vệ phù hợp được áp dụng để bảo vệ quyền riêng tư và bảo mật của dữ liệu đơn vị nộp thuế.

Cuối cùng, có thể có những lo ngại về tác động của AI đối với việc làm. Các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI có khả năng tự động hóa nhiều khía cạnh của báo cáo thuế, giảm nhu cầu lao động thủ công. Điều này có thể có tác động đáng kể đến việc làm trong ngành tài chính, kế toán nói chung và lĩnh vực thuế nói riêng.

Nhìn chung, mặc dù có những lợi ích và thách thức tiềm ẩn liên quan đến việc triển khai các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI ở Việt Nam, nhưng những lợi ích tiềm ẩn được nhiều chuyên gia đánh giá lớn hơn những thách thức. Bằng cách sử dụng AI để tự động hóa báo cáo thuế, tăng độ chính xác, giảm chi phí tuân thủ và giảm rủi ro không tuân thủ, các doanh nghiệp và cơ quan thuế tại Việt Nam có thể cải thiện tỷ lệ tuân thủ tổng thể và tăng doanh thu thuế. Tuy nhiên, điều quan trọng là phải đảm bảo rằng các biện pháp bảo vệ thích hợp được áp dụng để bảo vệ quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu của người nộp thuế, đồng thời giải quyết những lo ngại về tác động của AI đối với việc làm.

Kết luận và khuyến nghị

Trên cơ sở phân tích những lợi ích và thách thức của việc ứng dụng AI vào triển khai hệ thống báo cáo thuế nói trên. Tác giả đề xuất một số khuyến nghị mà các nhà hoạch định chính sách, cơ quan thuế và doanh nghiệp có thể xem xét để cải thiện việc tuân thủ thuế khi ứng dụng AI, cụ thể như sau:

Một là, nâng cao nhận thức và giáo dục: Các nhà hoạch định chính sách và cơ quan thuế nên tăng cường nhận thức và giáo dục về lợi ích của hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI. Điều này sẽ giúp khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các hệ thống này và tăng tỷ lệ tuân thủ tổng thể.

Hai là, phát triển các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI phù hợp với nhu cầu của từng loại hình

doanh nghiệp: Các doanh nghiệp phải đối mặt với những thách thức đặc biệt trong việc tuân thủ các quy định về thuế. Các nhà hoạch định chính sách và cơ quan thuế nên làm việc để phát triển các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI phù hợp với nhu cầu của từng loại hình doanh nghiệp này, chẳng hạn như yêu cầu báo cáo đơn giản hóa và giao diện thân thiện với người dùng.

Ba là, khuyến khích doanh nghiệp áp dụng hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI: Các nhà hoạch định chính sách và cơ quan thuế có thể khuyến khích doanh nghiệp áp dụng hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI, chẳng hạn như tín dụng thuế hoặc các ưu đãi tài chính khác. Điều này có thể giúp khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào các hệ thống này và tăng tỷ lệ tuân thủ tổng thể.

Bốn là, hợp tác với khu vực tư nhân: Cơ quan thuế có thể hợp tác với khu vực tư nhân, chẳng hạn như các công ty công nghệ, để phát triển và triển khai các hệ thống báo cáo thuế dựa trên AI. Điều đó giúp đảm bảo rằng các hệ thống này hoạt động hiệu quả và đáng tin cậy hơn.

Năm là, đảm bảo tính riêng tư và bảo mật của dữ liệu người nộp thuế: Các nhà hoạch định chính sách và cơ quan thuế cần đảm bảo rằng các biện pháp bảo vệ thích hợp được áp dụng để bảo vệ quyền riêng tư và bảo mật của dữ liệu người nộp thuế. Điều đó có thể giúp đảm bảo rằng các doanh nghiệp và người nộp thuế tin tưởng vào các hệ thống này và sẵn sàng sử dụng chúng.

Tài liệu tham khảo:

- Dang, T. Q., and Huynh, T. L. D. (2021). *The Effects of the Tax System on Vietnam's Economic Growth. In Innovation, Entrepreneurship, and Sustainable Development in Asia-Pacific* (pp. 73-85). Springer.
- Hoang, T. H. T., & Huynh, T. L. D. (2018). Corruption and tax compliance behavior of Vietnamese firms. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 8(3), 295-314.
- Le, V. T. (2017). Factors affecting tax compliance behavior of small and medium-sized enterprises in Vietnam. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 6(7), 156-161.
- Nguyen, T. T. T. (2020). The impact of tax policy on small and medium-sized enterprises: evidence from Vietnam. *Journal of Economics, Business, and Management*, 8(4), 275-279.
- Nguyen, T. V., Nguyen, Q. T., Nguyen, P. T. H., Nguyen, L. T. H., and Nguyen, H. T. (2020). The Application of AI and Blockchain Technologies in Improving the Taxation System in Vietnam. In *Advances in Intelligent Systems and Computing* (Vol. 1164, pp. 576-585). Springer.
- O'leary, D. E. (1991). Artificial intelligence and expert systems in accounting databases: Survey and extensions. *Expert Systems with Applications*, 3(1), 143-152.
- Pham, T. M. T., Nguyen, H. T., & Tran, L. T. (2019). Factors affecting tax compliance of small and medium-sized enterprises in Vietnam: Evidence from a survey. *International Journal of Business and Management*, 14(3), 139-151.
- Tran, M. T., and Nguyen, T. M. H. (2019). The impact of taxation on foreign direct investment in Vietnam. *Journal of Economics, Business and Management*, 7(4), 219-223.
- Tran, N. T., & Vu, T. H. (2017). Factors affecting tax compliance of small and medium-sized enterprises: Evidence from the Mekong Delta, Vietnam. *Journal of Economics and Development*, 19(2), 29-51.
- Vo, T. M., Nguyen, T. A., Pham, T. M. H., Nguyen, V. T., and Huynh, V. T. (2020). Application of AI in enhancing the effectiveness of tax inspection activities in Vietnam. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 12(1), 68-77.

QUẢN LÝ RỦI RO THANH KHOẢN NGÂN HÀNG THEO TIÊU CHUẨN HIỆP ƯỚC QUỐC TẾ BASEL III - MỘT SỐ THÁCH THỨC TRONG TRIỂN KHAI TẠI VIỆT NAM

Ths. Nguyễn Hoàng Long* - Ths. Dương Đức Thắng** - Phan Thị Phước Mỹ***

Một trong những đặc thù của ngân hàng thương mại với tư cách là một trung gian tài chính, đó là thường xuyên phải nắm giữ một danh mục tài sản Có và tài sản Nợ có kỳ hạn. Trong quá trình hoạt động, giữa hai danh mục tài sản Nợ - Có của ngân hàng có những thời điểm mất cân đối, thậm chí mất tương xứng, đưa đến nguy cơ rủi ro thanh khoản cho ngân hàng thương mại. Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008 đã chứng tỏ vai trò ngày càng quan trọng của quản lý rủi ro thanh khoản; vì thế Hiệp ước quốc tế Basel III được ra đời, trong đó đã đặt ra nhiều quy định hơn về thanh khoản. Nhiều quốc gia trên thế giới cũng đã và đang xây dựng lộ trình và giải pháp để áp dụng hiệu quả tiêu chuẩn này. Với việc Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng trong lĩnh vực tài chính ngân hàng, việc nghiên cứu quy định của Basel III trong quản lý rủi ro ngân hàng nói chung và quản lý rủi ro thanh khoản nói riêng là hết sức cần thiết.

• Từ khóa: hiệp ước quốc tế Basel III, ngân hàng thương mại, quản lý rủi ro thanh khoản.

One of the characteristics of a commercial bank as a financial intermediary is that it often has to hold a fixed portfolio of assets and liabilities. During its operation, there are times when there is imbalance or even disproportion between the two portfolios of assets, liabilities and credits, leading to liquidity risk for commercial banks. The 2008 global financial crisis demonstrated the increasingly important role of liquidity risk management; so the Basel III Committee was born, which set out more regulations on liquidity. Many countries around the world have also been developing roadmaps and solutions to effectively apply this standard. With Vietnam increasingly integrating deeply in the financial and banking sector, it is crucial to understand Basel III requirements for banking risk management in particular as Vietnam integrates more fully into the financial and banking sectors.

• Keywords: Basel III committee, commercial banks, liquidity risk management.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

trên phạm vi toàn cầu. Vào tháng 12 năm 2010, Ủy ban Basel về Giám sát Ngân hàng (BCBS) đã ban hành một loạt các cải cách nhằm nâng cao các chuẩn mực trong quy định, giám sát và quản lý rủi ro trong lĩnh vực ngân hàng. Những cải cách này, được gọi là các chuẩn mực Basel III (Basel III standards), được xây dựng để đối phó với những hạn chế được phát hiện trong cuộc khủng hoảng tài chính gần đây, đồng thời để hướng tới mục tiêu cải thiện khả năng đề chống lại các cú sốc phát sinh từ căng thẳng tài chính và kinh tế của hệ thống ngân hàng.

Với riêng Hiệp ước Basel II, tính đến hết năm 2022 đã có gần 200 ngân hàng triển khai tuân thủ theo Hiệp ước; tuy nhiên tại Việt Nam với việc tự đánh giá năng lực và việc áp dụng Basel II hiện vẫn đang là một mục tiêu cần hoàn thiện thì Basel III mới chỉ được một số ít các ngân hàng chú ý thực hiện.

2. Rủi ro thanh khoản và quy định của Hiệp ước Basel III về rủi ro thanh khoản Quan điểm về rủi ro thanh khoản

Quan điểm về rủi ro thanh khoản

Hiện nay có nhiều quan điểm và khái niệm khác nhau về rủi ro thanh khoản, tuy nhiên có thể kể đến

1. Giới thiệu về Hiệp ước quốc tế Basel

Nhằm nâng cao tính an toàn của các ngân hàng thương mại (NHTM), từ năm 1975 đến nay, Ủy ban Basel về giám sát ngân hàng đã ban hành 3 phiên bản là Hiệp ước Basel I, Basel II và Basel III với các nguyên tắc và chuẩn mực quản trị rủi ro được đánh giá là phù hợp nhất nhằm củng cố hệ thống ngân hàng

* Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bắc Hà Nội

** Học viện Tài chính *** CQ58/21.01CLC - Học viện Tài chính

một số quan điểm được công nhận và sử dụng rộng rãi sau:

- Ủy ban Basel về giám sát ngân hàng (2003) cho rằng rủi ro thanh khoản là rủi ro mà ngân hàng không có khả năng gia tăng quỹ trong tài sản hoặc nghĩa vụ nợ với chi phí thấp nhất

- Duttweiler (2011) cho rằng thanh khoản đại diện cho khả năng thực hiện tất cả các nghĩa vụ thanh toán khi đến hạn. Dưới góc độ ngân hàng, thanh khoản là khả năng ngân hàng đáp ứng kịp thời và đầy đủ các nghĩa vụ tài chính phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh như chi trả tiền gửi, cho vay, thanh toán và các giao dịch tài chính khác. Khi tình trạng thiếu thanh khoản kéo dài sẽ dẫn đến rủi ro thanh khoản của ngân hàng

- Gomes và Khan (2011) nghiên cứu về tăng cường quản lý rủi ro thanh khoản ngân hàng thông qua các tiêu chuẩn quy định về quản lý rủi ro thanh khoản của Basel III đã làm rõ hơn nữa về rủi ro thanh khoản tài trợ và rủi ro thanh khoản thị trường. Họ cho rằng rủi ro thanh khoản tài trợ như một sự bất lực của một công ty để tạo ra quỹ tài trợ nhằm đáp ứng các nghĩa vụ tài chính trong thời gian ngắn. Trạng thái thanh khoản của một ngân hàng được xác định chủ yếu bởi lượng nắm giữ tiền mặt và các tài sản sẵn có khác, cũng như cấu trúc nguồn tài trợ và số lượng, hình thức nợ tiềm tàng. Họ giải thích thêm rủi ro thanh khoản của thị trường là khả năng một ngân hàng thực hiện các giao dịch trong thị trường tài chính mà không gây ra một sự chuyển dịch đáng kể trong giá. Trên một nghiên cứu khác về rủi ro thanh khoản của thị trường, Gomes và Khan (2011) một lần nữa đã khẳng định rằng sự tương tác giữa hai loại rủi ro thanh khoản có thể dẫn đến những hậu quả thanh khoản nghiêm trọng, khi rủi ro thanh khoản tài trợ gia tăng sẽ làm giảm tính thanh khoản của thị trường và lần lượt làm suy giảm hơn nữa trong thanh khoản tài trợ.

Như vậy, đánh giá một cách chung nhất, rủi ro thanh khoản có thể được hiểu là rủi ro khi ngân hàng thương mại không có khả năng thanh toán ở một thời điểm nào đó; hoặc phải huy động các nguồn vốn với chi phí cao để đáp ứng nhu cầu thanh toán; hoặc do các nguyên nhân chủ quan khác làm mất khả năng thanh toán của ngân hàng. Rủi ro này có thể đến từ hoạt động bên nợ hoặc bên có, hoặc từ hoạt động ngoại bảng của bảng cân đối tài sản của NHTM. Cụ thể:

- Rủi ro thanh khoản đến từ bên tài sản nợ có thể phát sinh bất cứ lúc nào khi người gửi tiền rút tiền trước hạn và cả khi đến hạn, nhưng NHTM không

sẵn có nguồn vốn để thanh toán, để chi trả. Với một lượng tiền gửi được yêu cầu rút ra lớn và đột ngột buộc NHTM phải đi vay bổ sung trên thị trường tiền tệ, phải huy động vốn đột xuất với chi phí vượt trội, hoặc bán bớt tài sản để chuyển hoá thành vốn khả dụng đáp ứng nhu cầu chi trả. Khi đó, để đáp ứng nhu cầu ngay lập tức NHTM có thể phải bán tài sản với giá thấp hơn thị trường rất nhiều để có lượng vốn khả dụng cần thiết.

- Rủi ro thanh khoản từ bên tài sản có chủ yếu phát sinh liên quan đến việc thực hiện các cam kết tín dụng, cho vay. Một cam kết tín dụng cho phép người vay vốn tiến hành rút tiền bất cứ lúc nào trong thời hạn theo thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng. Khi một người vay yêu cầu NHTM thực hiện cam kết tín dụng thì ngân hàng phải đảm bảo đủ tiền ngay lập tức để đáp ứng nhu cầu của khách hàng nếu không ngân hàng sẽ phải đối mặt với uy tín trên thương trường, thậm chí đối mặt với mất khả năng thanh toán.

- Rủi ro thanh khoản từ hoạt động ngoại bảng: Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các công cụ tài chính phái sinh, rủi ro thanh khoản đến từ hoạt động ngoại bảng cũng ngày càng tăng. Khi mà các nghĩa vụ thanh toán bất thường xảy ra như cam kết bảo lãnh, nghĩa vụ thanh toán các hợp đồng kỳ hạn, hợp đồng hoán đổi hay hợp đồng quyền chọn. Các hợp đồng đó đến hạn thì sẽ phát sinh nhu cầu thanh khoản. Khi đó, NHTM có thể phải đối mặt với rủi ro thanh khoản nếu không có kế hoạch chuẩn bị nguồn thanh khoản kịp thời, không có những tài sản nhanh chóng hay dễ dàng chuyển thành tiền, những công cụ có thể giao dịch trên thị trường tiền tệ.

Các chỉ số đánh giá rủi ro thanh khoản theo quy định của Hiệp ước Quốc tế Basel III

Các quy tắc thanh khoản mới của Basel III đánh dấu lần đầu tiên các tiêu chuẩn tối thiểu về thanh khoản được đưa ra nhằm giảm nguy cơ mất khả năng thanh toán trong lĩnh vực ngân hàng. Khung thanh khoản bao gồm hai tỷ lệ được phát triển để đạt được 2 mục tiêu riêng biệt những hỗ trợ cho nhau là tỷ lệ đảm bảo khả năng thanh khoản (LCR - the liquidity coverage ratio) và tỷ lệ tài trợ ổn định ròng (NSFR - net stable funding ratio).

- Tỷ lệ khả năng chi trả: Trong quy định Basel III của Basel Committee on Banking Supervision (2013) có đề cập đến tỷ lệ khả năng chi trả dưới tên gọi tỷ lệ đảm bảo khả năng thanh khoản (LCR). LCR gồm 2 thành phần: Tài sản có thanh khoản cao (Stock of High -Quality Liquidity Assets) và Tài sản nợ đến hạn thanh toán trong 30 ngày (Net cash outflows over

a 30-day time period) và được cụ thể hóa bằng công thức sau:

$$LCR = \frac{\text{Tổng tài sản Có thanh khoản cao}}{\text{Tổng tài sản Nợ đến hạn thanh toán trong 30 ngày}}$$

Tài sản Có thanh khoản cao được chia thành 2 mức: mức 1 và mức 2; trong đó bản thân mức 2 được chia thành 2 mức nhỏ là 2A và 2B; theo đó, tỷ lệ xác định luồng tiền mức 1 là 100% và thường chiếm tỷ trọng lớn hơn hoặc bằng 60% tổng tài sản có thanh khoản cao; tỷ lệ xác định luồng tiền mức 2A là 85%, mức 2B là 75% và 50% tùy theo nhóm tài sản, và tổng giá trị luồng tiền mức 2A và 2B không được vượt quá 40% tổng tài sản có thanh khoản cao. Tài sản nợ đến hạn thanh toán trong 30 ngày được xác định theo nhiều tỷ lệ khác nhau, mức xác định tỷ lệ lần lượt là 0%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 40%, 50% và 100% tùy vào độ rủi ro của tài sản. LCR theo dự kiến sẽ bắt đầu áp dụng từ 01/01/2015 với yêu cầu tối thiểu ban đầu là 60% và phải đạt 100% vào ngày 01/01/2019 (tức sau giai đoạn điều chỉnh).

- Tỷ lệ nguồn vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung dài hạn: Trong quy định Basel III của Basel Committee on Banking Supervision (2013) có đề cập đến tỷ lệ Tỷ lệ nguồn vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung dài hạn dưới tên gọi tỷ lệ nguồn vốn ổn định trung dài hạn (NSFR). Tỷ lệ này được giới thiệu vào năm 2018 với tỷ lệ dự kiến 100%, tức là nguồn vốn có thời gian đáo hạn từ 1 năm trở lên (ASF) lớn hơn hoặc bằng 100% tài sản kém thanh khoản (RSF) như các khoản cho vay trung, dài hạn. NSFR được cụ thể hóa bằng công thức sau:

$$NSFR = \frac{ASF}{RSF}$$

Tỷ lệ nguồn vốn ổn định ròng (NSFR) được định nghĩa là nguồn vốn ổn định sẵn có so với nguồn vốn ổn định yêu cầu. NSFR được thiết kế để nâng cao tính ổn định của nguồn vốn trung và dài hạn, giảm thiểu sự chênh lệch nguồn vốn thông qua việc yêu cầu các Ngân hàng nắm giữ đủ nguồn vốn ổn định.

3. Lợi ích và thách thức trong triển khai Basel III tại Việt Nam

Basel III và những trở ngại ngay từ những thời điểm ban đầu

Basel III được thông qua ngày 12/9/2010; và mặc dù hiện nay đã được gần 200 ngân hàng triển khai áp dụng vào thực tiễn cũng như xác định là mục tiêu hướng tới thì việc áp dụng các quy định của Hiệp ước này không thực sự thuận lợi như Hiệp ước Basel II.

Tương lai của Basel III đã từng bị thách thức ngay từ khi mới ra mắt do thời điểm đó hệ thống ngân hàng toàn cầu đang gặp khó khăn về nguồn vốn và thanh khoản; cùng với đó các tiêu chuẩn Basel III không mang tính trói buộc mà chỉ ra cơ sở để mỗi nước soạn thảo những quy định riêng sao cho thống nhất với nguyên tắc, điều này dẫn đến sự khác biệt giữa các nước trong việc thực hiện quy định. Tại Liên minh châu Âu, mặc dù khối này tiên phong đi đầu trong việc xây dựng các quy định, nhưng thời điểm đó châu Âu đang bị khủng hoảng nợ bao vây, nên định nghĩa về vốn trong Basel III được khối này sửa đổi lại, theo đó EU lập luận rằng Ủy ban Basel cho phép tính toán những gì ngoài cổ phần thường vào vốn của những ngân hàng chất lượng cao, nhưng quan điểm này bỏ sót quy định tăng tỷ trọng tiền mặt ngân hàng, hoãn quyết định về quy chế giới hạn cho vay, xét lại định nghĩa vốn và mở rộng một số dữ liệu tích hợp. Điều này theo nhiều chuyên gia cho rằng, đề xuất của EU đã bỏ qua khái niệm cơ bản của Basel và bóp méo các định nghĩa về vốn.

Tại Hoa Kỳ, Cục Dự trữ liên bang Mỹ FED và các cơ quan điều hành phải đưa ra bộ luật riêng trên cơ sở đối chiếu quy định Basel III với Đạo luật Dodd-Frank, đạo luật này được Tổng thống Obama ký ban hành vào ngày 21/7/2010, nội dung là cải cách tài chính nhằm ổn định tài chính và minh bạch hệ thống tài chính, bảo vệ người nộp thuế và người tiêu dùng. Trong đó, các thành viên ban soạn thảo đang lúng túng do Đạo luật Dodd-Frank 2010 cấm sử dụng các quy định xếp hạng tín dụng ngân hàng, trong khi Basel III vẫn sử dụng kết quả xếp hạng làm cơ sở để xác định rủi ro, mặc dù ít lệ thuộc hơn so với Basel I và Basel II. Việc cấm xếp hạng tín dụng bắt nguồn từ phê phán cho rằng, Moody's và các công ty xếp hạng khác đã đánh giá sai mức tín nhiệm của chứng khoán cầm cố, dẫn đến lạm phát và bong bóng nhà đất tại Mỹ.

Basel III cũng tìm cách chấm dứt việc tính toán hai lần đối với vốn tại các chi nhánh bảo hiểm, mà nhiều ngân hàng châu Âu vẫn làm. Theo chi nhánh Ngân hàng KBW Inc. tại Luân Đôn, các quy định do EU đề xuất không yêu cầu các ngân hàng phải khấu trừ khỏi vốn phần vốn đầu tư vào các chi nhánh, điều này sẽ cho phép tính hai lần vốn và có lợi cho các ngân hàng như Credit Agricole SA (Pháp) với 10% thu nhập được tạo ra từ các chi nhánh bảo hiểm.

JPMorgan Chase & Co cho rằng, các ngân hàng Mỹ sẽ gặp bất lợi nếu các ngân hàng châu Âu được phép tính toán tỷ trọng vốn khác nhau. Josef Ackerman (chi nhánh Deutsche Bank tại Frankfurt) cũng đưa ra cảnh báo tương tự là, cách tiếp cận điều chỉnh riêng

ễ có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho thị trường tài chính và kinh tế toàn cầu.

Một lỗ hổng trong Basel III có thể là tỉ lệ đòn bẩy toàn cầu. Không như tỉ lệ vốn tự có, tiêu chuẩn đòn bẩy so sánh vốn với toàn bộ tài sản mà không tính đến rủi ro, mục tiêu là giới hạn tỉ lệ vốn mà ngân hàng có thể vay so với cổ phần thường. Các ngân hàng châu Âu đã phản đối tỉ lệ đòn bẩy với lập luận là chế độ kế toán bảng cân đối ngân hàng Mỹ hẹp hơn so với các đối tác quốc tế nên việc hạn chế đòn bẩy có thể dẫn đến sự đối xử không công bằng đối với các ngân hàng ngoài Mỹ.

Ủy ban Basel đã đặt ra cơ chế bổ sung tổng tài sản trong trường hợp tiêu chuẩn kế toán khác nhau. Tuy nhiên, đề xuất của EU không cam kết thực hiện tỉ lệ thanh khoản này cho đến năm 2018 như yêu cầu tại Basel III. Thay vào đó, EU xin thời hạn 5 năm để xem xét lại tính hiệu quả của quy chế trong việc hạn chế rủi ro trước khi ra quyết định mang tính bắt buộc. Đề xuất của EU cũng nói lỏng tiêu chuẩn thanh khoản trong Basel III do quy chế yêu cầu các ngân hàng giữ đủ tiền mặt hay tài sản dễ chuyển thành tiền để đáp ứng các nghĩa vụ nợ ngắn hạn và dài hạn, bỏ sót quy định thanh khoản đối với các nghĩa vụ trong 12 tháng và điều chỉnh thành nghĩa vụ trong 30 ngày cốt để tính trái phiếu dự phòng thành tài sản thanh khoản. Đan Mạch, Thụy Điển và Tây Ban Nha vận động cho việc điều chỉnh này vì các ngân hàng của họ nắm giữ nhiều trái phiếu loại này, đây là loại chứng khoán được bảo lãnh bởi dòng tiền mặt từ vốn góp cho vay cầm cố.

Ngay trong nội bộ EU cũng có những bất đồng khi thảo luận để triển khai Basel III vào cuối năm 2010. Cộng hòa liên bang Đức tìm cách duy trì sự công nhận cái gọi là tham gia thâm lặn - bỏ các loại chứng khoán lai ghép như nợ và cổ phần vào một rọ - loại chứng khoán này đang chiếm trên 50% nguồn vốn của một số ngân hàng Đức. Italia đòi phải tính cả tài sản hoãn nộp thuế vào vốn cấp I - các khoản khấu trừ trong tương lai từ nghĩa vụ thuế bắt nguồn từ các khoản lỗ hiện tại (Basel III chỉ cho phép sử dụng những tài sản này không quá 10% vốn ngân hàng, trong khi dự thảo của EU cho phép sử dụng không hạn chế phần tài sản hoãn nộp thuế nếu đáp ứng những yêu cầu nhất định). Tháng 2/2011, Italia đã điều chỉnh các luật thuế nhằm tạo điều kiện để các tài sản đáp ứng những điều kiện đó.

Mâu thuẫn trong nội dung Basel III có thể ảnh hưởng xấu đến quy chế vốn mới, như đã xảy ra khi cụ thể hóa Basel I và Basel II trước đây, nếu nhiều nước xây dựng phiên bản riêng về quy chế vốn. Trong đó,

lo ngại lớn nhất là sự khác biệt giữa Mỹ và châu Âu về việc thực hiện Basel III sẽ tăng lên, khi tinh thần Basel III bị bên này đẩy sang bên kia.

Xuất phát từ những vấn đề nêu trên, có thể đánh giá, việc áp dụng Basel III trong thực tiễn gặp nhiều khó khăn hơn so với Basel I và Basel II trước đây. Chính vì vậy, việc triển khai thực tế diễn ra chậm hơn, nhất là khi so sánh với Basel II, đồng thời nhiều quy định của Basel III được các quốc gia cụ thể hóa mang nhiều sự khác biệt so với quy định trong Hiệp ước.

Lợi ích và thách thức trong áp dụng Basel III tại Việt Nam

Thứ nhất, lợi thế và những thách thức trong áp dụng tỷ lệ đảm bảo thanh khoản LCR

Bảng 1: Lợi ích và thách thức trong áp dụng LCR

Tiêu chí	Lợi ích	Thách thức
Tài sản có tính thanh khoản cao	- Đưa ra các tiêu chí nghiêm ngặt về các tài sản được coi là tài sản có tính thanh khoản cao trong đó tài sản cần đáp ứng được các định nghĩa rõ ràng và liên tục đáp ứng các đặc điểm thanh khoản của thị trường. - Thay đổi xu hướng của các ngân hàng trong việc nắm giữ các loại tài sản thanh khoản nhất định và làm gia tăng nhu cầu cho các tài sản có tính thanh khoản cao hơn	LCR đưa ra các tiêu chí nghiêm ngặt về tính đủ điều kiện cho tài sản có tính thanh khoản cao và do đó, các tài sản đáp ứng các tiêu chí này có thể sẽ khan hiếm ở các nước đang phát triển nếu áp dụng hoàn toàn các tiêu chí do Basel đưa ra
Dòng tiền vào/ra ròng	- Được điều chỉnh theo giả định mức độ, tính chất cấp bách của tài sản có và nợ phải trả - Không khuyến khích phụ thuộc vào các nguồn huy động ngắn hạn	Quá trình phân loại hồ sơ nợ phải trả để đáp ứng các định nghĩa LCR và xác định ước tính chính xác về dòng tiền ra trong điều kiện có những căng thẳng, cấp bách xảy ra cho từng hạng mục nợ phải trả
Quản trị/Vận hành	- Khuyến khích các ngân hàng nâng cao công tác quản lý thanh khoản dựa trên việc sử dụng các giả định về tỷ lệ runoff (rút dần) khác nhau đối với các đầu mục khác nhau trong điều kiện có những căng thẳng, cấp bách xảy ra - Một phương pháp chính xác hơn, có dự đoán xu hướng tương lai và nhạy cảm với rủi ro về thanh khoản và huy động bằng cách sử dụng các giả định về khả năng xảy ra các tình huống căng thẳng, cấp bách	- Công tác triển khai tính toán LCR hàng ngày sẽ đòi hỏi các ngân hàng triển khai việc tính toán tự động/bán tự động. Việc tự động hóa sẽ đi kèm với các hạn chế về hệ thống và dữ liệu - Các ngân hàng sẽ cần có thời gian để triển khai LCR, bao gồm cả công tác xây dựng khẩu vị rủi ro và kiểm tra tính căng thẳng, cấp bách cho LCR
Thị trường	- Tăng cường khả năng chịu đựng các cú sốc thanh khoản ngắn hạn - Giảm xác suất cần Ngân hàng Nhà nước can thiệp hoặc hỗ trợ để đảm bảo thanh khoản - Tiếp cận thị trường quốc tế tốt hơn	- Trong ngắn hạn, giá của các tài sản có tính thanh khoản cao sẽ bị ảnh hưởng do nhu cầu đối với các tài sản có tính thanh khoản cao tăng lên - Thị trường sẽ cần thời gian để làm quen dần với các loại tài sản có tính thanh khoản cao mới (nếu có xuất hiện trên thị trường)

Thứ hai, chỉ tiêu tỷ lệ nguồn vốn ổn định ròng

Yêu cầu giảm bớt sự chênh lệch kỳ đáo hạn thông qua tỷ lệ nguồn vốn ổn định NSFR sẽ thúc đẩy các ngân hàng tìm kiếm các nguồn vốn ổn định hơn. Tuy nhiên, NSFR cũng mang lại một số các thách thức sau đây:

- Giảm chênh lệch kỳ đáo hạn để đáp ứng NSFR là một thách thức lớn đối với hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam trong điều kiện hiện nay

- Ở khu vực tiền tệ - khu vực mà Ngân hàng thiết hụt lớn (về mặt quy mô của thị trường huy động trong dài hạn) so với nguồn cung khả dụng, thị trường nợ kỳ dài hạn có thể cần phải mở rộng đáng kể để đáp ứng nhu cầu bổ sung của các Ngân hàng

- Kiến thức và kinh nghiệm về NSFR của các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện còn ở mức rất thấp, việc khắc phục sự thiếu hụt NSFR có thể thường yêu cầu những thay đổi lớn đối với bảng cân đối kế toán của Ngân hàng.

Thứ ba, tác động của các tỷ lệ thanh khoản theo Hiệp ước Basel III lên thị trường tài chính

Việc áp dụng các tỷ lệ LCR và NSFR hướng tới việc xây dựng một hệ thống ngân hàng bền vững hơn, không những thế, còn làm thay đổi cách nhìn nhận và quản lý của các ngân hàng về vấn đề thanh khoản, từ việc đảm bảo đủ một lượng tài khoản thanh khoản cao bằng với dòng tiền ra ròng trong 30 ngày tiếp theo trong điều kiện hoạt động bình thường đến việc duy trì trạng thái thanh khoản của ngân hàng trong điều kiện căng thẳng (thông qua tỷ lệ LCR), đồng thời duy trì nguồn huy động ổn định cho các hoạt động cho vay trung dài hạn (thông qua tỷ lệ NSFR).

Tham khảo từ các thị trường đã triển khai thành công các tỷ lệ LCR và NSFR, sẽ có những tác động không nhỏ lên thị trường tài chính khi áp dụng các tỷ lệ này:

- Trong giai đoạn chuyển giao để triển khai các chuẩn mực về thanh khoản theo Basel III, các tài sản có tính thanh khoản cao theo tiêu chí do BCBS đưa ra sẽ hướng các ngân hàng tập trung nắm giữ và giao dịch. Tiêu chí về tài sản có tính thanh khoản cao hiện nay tại thị trường Việt Nam (theo Thông tư 22/2019/TT-NHNN) đã khá tương đồng so với khuyến nghị của BCBS. Tuy nhiên, việc đưa ra tỷ lệ tối thiểu cao hơn (100%, so với 50% của quy định tại thị trường Việt Nam) sẽ dẫn đến việc gia tăng nhu cầu nắm giữ và giao dịch đối với các tài sản này. Bên cạnh đó, việc này cũng có thể dẫn đến một số biến động khác trên thị trường tài chính, ví dụ như việc các ngân hàng và

tổ chức sẽ phát hành các sản phẩm có tính đảm bảo cao hơn để được coi là tài sản có tính thanh khoản cao. Điều này sẽ dẫn tới một thị trường vốn được mở rộng đáng kể, cả về khối lượng giao dịch lẫn số lượng tài sản được giao dịch.

- Trong dài hạn, sau khi các ngân hàng đã triển khai thành công các chuẩn mực về thanh khoản theo khuyến nghị của BCBS, như ở các thị trường phát triển, các ngân hàng sẽ dần thay đổi chiến lược kinh doanh để hướng tới một mô hình hiệu quả hơn, ví dụ như cung cấp các sản phẩm có nguồn thu lãi ròng ổn định hơn, hoặc các sản phẩm thu phí, từ đó giảm sự phụ thuộc của các ngân hàng vào thị trường tài chính ngắn hạn.

4. Kết luận

Trong bối cảnh yêu cầu về hoàn thiện khuôn khổ pháp lý về tiền tệ và hoạt động ngân hàng trên cơ sở tuân thủ đầy đủ các quy luật của kinh tế thị trường, theo thông lệ quốc tế và đáp ứng yêu cầu hội nhập trở thành một trong các nhiệm vụ chính để thực hiện “Chiến lược phát triển ngành Ngân hàng Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” của NHNN Việt Nam, việc thực hiện triển khai các tỷ lệ LCR và NSFR sẽ là công tác tất yếu. Việc triển khai các tỷ lệ này sẽ mang lại nhiều lợi ích về công tác quản lý rủi ro thanh khoản tại các Ngân hàng từ đó xây dựng ngành Ngân hàng bền vững. Tuy nhiên, công tác triển khai này đặt ra nhiều thách thức, từ trong công tác xây dựng phương pháp, triển khai thu thập dữ liệu, tính toán, công tác vận hành cho tới việc thay đổi quan điểm và cách thức quản trị Ngân hàng sử dụng các chỉ số mới. Các ngân hàng bắt đầu công tác chuẩn bị sớm sẽ nhận được nhiều lợi ích từ sự thay đổi khuôn khổ quản trị thanh khoản mới này.

Tài liệu tham khảo:

Phan Hồng Hạnh, Trần Thế Sao (2021), *Quản trị rủi ro thanh khoản của ngân hàng thương mại và liên hệ thực tiễn ở Việt Nam*, Tạp chí Tài chính kỳ 1 tháng 11/2021.

Trần Thị Thanh Nga (2013), *Đánh giá rủi ro thanh khoản theo tiêu chuẩn Basel của Ngân hàng thương mại Việt Nam*, Tạp chí trường Đại học Tài chính - Marketing, số 13-14, năm 2013.

Trương Quang Thông (2013), *Các nhân tố tác động đến rủi ro thanh khoản của hệ thống NHTM Việt Nam*, Tạp chí Phát triển Kinh tế, 276, tr:50-62.

Basel Committee on Banking Supervision (2003), *Public Disclosure by Banks: results of the 2001 disclosure survey*.

Duttweiler, R. (2011), *Managing liquidity in banks: a top down approach*, John Wiley & Sons.

Gomes, T., & Khan, N. (2011), *Strengthening bank management of liquidity risk: The Basel III liquidity standards*. Bank of Canada Financial System Review, 5, 35- 42.

HẠN CHẾ NHẬP SIÊU CỦA VIỆT NAM TỪ CÁC NƯỚC CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN (AEC)

PGS.TS. Nguyễn Tiến Thuận* - Trần Nam Trung**

Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) chính thức đi vào hoạt động từ năm 2016, Việt Nam là một thành viên chính thức của AEC và hi vọng rằng việc đẩy mạnh xuất khẩu sang các nước AEC sẽ gia tăng do hiệp định ATIGA với nhiều ưu đãi cho hàng hóa của các nước thành viên dành cho Việt Nam. Nhưng thực tế cho thấy suốt từ năm 2016 đến nay, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang các nước AEC vẫn không thể tăng được mà thậm chí việc nhập siêu có chiều hướng ngày càng gia tăng đã làm cho cán cân thương mại của Việt Nam với các nước AEC ngày càng thâm hụt. Vậy, làm thế nào để có thể giảm nhập siêu của Việt Nam từ các nước AEC, bài viết dưới đây tác giả sẽ tập trung phân tích thực trạng và giải pháp để hạn chế nhập siêu từ các nước AEC.

• Từ khóa: nhập siêu, hạn chế, Việt Nam, AEC.

The ASEAN Economic Community (AEC) officially came into operation in 2016, Vietnam is an official member of AEC and it is hoped that the promotion of exports to AEC countries will increase due to the ATIGA agreement with many countries. preferential treatment for goods of member countries for Vietnam. But the fact shows that from 2016 until now, Vietnam's export value to AEC countries has not been able to increase, but even the trade deficit tends to increase, making Vietnam's trade balance worse. South with AEC countries increasingly deficit. So, how to reduce Vietnam's trade deficit from AEC countries, the following article will focus on analyzing the situation and solutions to limit the trade deficit from AEC countries.

• Key words: trade deficit, restriction, Vietnam, AEC.

Ngày nhận bài: 20/5/2023

Ngày gửi phản biện: 22/5/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 26/5/2023

Ngày chấp nhận đăng: 03/6/2023

Bảng 1: Giá trị xuất, nhập khẩu của Việt Nam với các nước AEC giai đoạn 2018-2022 (Tỷ USD)

Tiêu chí	2018	2019	2020	2021	2022
1. Giá trị kim ngạch xuất khẩu	24,74	25,21	23,13	28,86	34,02
2. Giá trị kim ngạch nhập khẩu	31,77	32,75	30,47	41,43	47,28
3. Tổng giá trị kim ngạch xuất, nhập	56,51	57,96	53,60	70,29	81,30

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu của Tổng cục Thống kê

Số liệu trên bảng 1 cho thấy, mặc dù chịu ảnh hưởng tác động tiêu cực của đại dịch Covid-19 song thương mại song phương vẫn được giữ vững (trừ năm 2020 năm chịu tác động tiêu cực của Covid-19 nặng nhất có giảm một chút). Nếu năm 2018 xuất, nhập khẩu song phương đạt 56,51 tỉ USD thì sau khi năm 2020 giảm xuống là 53,6 tỉ USD thì đến năm 2021 đã tăng lên 70,29 tỉ USD và đến năm 2022 đạt 81,3 tỉ USD. Như vậy, năm 2021 so với năm 2020 tăng 31,14% số tương đối và tăng 16,69 tỉ USD; năm 2022 so với năm 2021 tăng 15,66% số tương đối và tăng 11,01 tỉ USD. Tính chung cả giai đoạn 2018-2022 thương mại song phương năm 2022 so với năm 2018 đã tăng 43,87% số tương đối và tăng 24,79 tỉ USD số tuyệt đối, tình hình quân mỗi năm tăng gần 5 tỉ USD.

Số liệu trên bảng 1 cho thấy hoạt động xuất khẩu của Việt Nam với các nước AEC giai đoạn 2018-2022 dù gặp rất nhiều khó khăn do tác động của đại dịch Covid-19 nhưng hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vẫn đạt được kết quả khả quan. Cụ thể, trừ năm 2020 là năm cả kinh tế toàn cầu chịu tác động tiêu cực nặng nề nhất từ đại dịch Covid-19 thì giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang

1. Thực trạng nhập siêu của Việt Nam từ các nước AEC

Nhập siêu là giá trị mua hàng hóa của nước ngoài nhiều hơn giá trị xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài. Hay nói cách khác, nhập siêu là tốc độ tăng giá trị kim ngạch nhập khẩu cao hơn so với giá trị kim ngạch xuất khẩu của một quốc gia. Khi một quốc gia nhập siêu tức là cán cân thương mại của quốc gia ở trạng thái âm tức là nước đó không có đủ nguồn ngoại tệ để thanh toán cho nhu cầu nhập khẩu. Nhập siêu phụ thuộc vào nhiều nhân tố như: chính sách thương mại của quốc gia, chính sách đầu tư, chính sách điều hành và quản lý tỉ giá hối đoái, các chính sách kinh tế vĩ mô

Hoạt động xuất, nhập khẩu của Việt Nam với các nước AEC kể từ năm 2018 trở lại đây ngày càng gia tăng thể hiện trên bảng số 1.

* Học viện Tài chính

** Cục Quản lý giám sát bảo hiểm, Bộ Tài chính

các nước AEC có giảm chút ít còn lại 4 năm 2018, 2019, 2021 và năm 2022 giá trị xuất khẩu sang các nước AEC vẫn tăng, năm 2019 so với năm 2018 tăng 0,47 tỉ USD (470 triệu USD); năm 2021 so với năm 2020 tăng 5,73 tỉ USD, năm 2022 so với năm 2021 tăng 5,16 tỉ USD. Tính chung cả giai đoạn này thì năm 2022 so với năm 2018 giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang các nước AEC tăng 37,51% số tương đối và tăng 9,28 tỉ USD số tuyệt đối, như vậy bình quân mỗi năm số tuyệt đối tăng gần 2 tỉ USD xuất khẩu sang các nước AEC.

Số liệu trên bảng 1 cũng cho thấy: giá trị kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ các nước AEC trong giai đoạn 2018-2022 có xu hướng gia tăng qua các năm (ngoại trừ năm 2020 giảm do tác động khách quan là đại dịch Covid-19 giảm xuống), nhưng sau đại dịch Covid thì giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ các nước AEC gia tăng nhanh chóng. Năm 2020, nhập khẩu từ các nước AEC của nước ta là 30,47 tỉ USD thì năm 2021 sau khi đại dịch Covid 19 được khống chế tương đối ổn giá trị nhập khẩu đã tăng nhanh lên 41,43 tỉ USD và so năm 2021 so với năm 2020, số tuyệt đối tăng lên 10,96 tỉ USD (chỉ sau 1 năm tăng lên gần 11 tỉ USD giá trị nhập khẩu, một mức tăng quá nhanh); năm 2022 giá trị nhập khẩu của Việt Nam, từ các nước AEC tiếp tục tăng và đạt 47,28 tỉ USD, so với năm 2021 năm 2022 tăng 5,85 tỉ USD số tuyệt đối và tăng 14,12%, đây là tốc độ nhập khẩu tăng cũng khá nhanh mà chúng ta cần phải có lý giải nguyên nhân tại sao và nó có tác động như thế nào đến kinh tế - xã hội của nước ta. Tình hình trên dẫn đến nhập siêu của Việt Nam với các nước AEC ngày càng có xu hướng gia tăng (tham khảo số liệu trên bảng 2).

Bảng 2: Giá trị nhập siêu của Việt Nam với các nước AEC giai đoạn 2018-2022 (Tỷ USD)

Tiêu chí	2018	2019	2020	2021	2022
1. Giá trị kim ngạch xuất khẩu	24,74	25,21	23,13	28,86	34,02
2. Giá trị kim ngạch nhập khẩu	31,77	32,75	30,47	41,43	47,28
3. Giá trị nhập siêu	7,03	7,54	7,34	12,57	13,26

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu của Tổng cục Thống kê

Số liệu trên bảng 2 cho thấy: giá trị nhập siêu của Việt Nam từ các nước AEC giai đoạn 2018-2022 có xu hướng tăng khá nhanh. Năm 2018 giá trị nhập siêu là 7,03 tỉ USD, năm 2019 giá trị nhập siêu là 7,54 tỉ USD và nếu so với năm 2018 đã tăng 0,51 tỉ USD số tuyệt đối, còn số tương đối tăng 7,25%; năm 2020 nhập siêu là 7,34 tỉ USD và so với năm 2019 có giảm chút ít là do đây là năm chịu tác động nặng nề của đại dịch Covid-19; năm 2021 nhập siêu gia tăng rất nhanh lên tới 12,57 tỉ USD và so với năm 2020 đã tăng 5,34 tỉ USD số tuyệt đối, còn số tương đối tăng đến 71,25%; năm 2022 nhập siêu là 13,26 tỉ USD và so với năm 2021 tăng 0,69 tỉ USD số tuyệt đối, số tương đối tăng 5,49%.

Xét trong cả giai đoạn, năm 2022 so với năm 2018 giá trị nhập siêu là 6,23 tỉ USD số tuyệt đối và tăng 88,62%

số tương đối, như vậy tính bình quân mỗi năm trong giai đoạn này Việt Nam đã nhập siêu từ các nước AEC 1,25 tỷ USD. Đây là một mức nhập siêu khá lớn bởi chúng ta vẫn mong muốn khi các nước AEC thực hiện những cam kết thì Việt Nam sẽ có nhiều thuận lợi trong việc đẩy mạnh xuất khẩu sang các nước AEC khác.

Nguyên nhân Việt Nam nhập siêu từ các nước AEC gia tăng là do:

Thứ nhất, do nhu cầu nhập khẩu là thiết yếu để hoàn thành mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Để đạt được mục tiêu trở thành nước công nghiệp hiện đại năm 2045 theo như Nghị quyết đại hội Đảng lần thứ XIII đã xác định, trong khi nền kinh tế trong nước còn đang trong quá trình phục hồi và phát triển sau đại dịch Covid, điều kiện cơ sở hạ tầng còn chưa có hoặc đã lạc hậu, thì việc ưu tiên nhập khẩu các loại máy móc, thiết bị công nghệ, nguyên, nhiên vật liệu sẽ giúp cho Việt Nam thực hiện nhanh tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa do đó có thể khiến cho việc nhập siêu với các nước AEC nói riêng và các quốc gia khác nói chung là cần thiết.

Thứ hai, do chính sách quản lý hoạt động xuất nhập khẩu chưa chặt chẽ, rõ ràng và hiệu quả.

Việt Nam cho đến nay đã tham gia thực hiện 16 FTA (chưa kể những FTA thế hệ mới chưa thực thi) trong đó có nhiều FTA thế hệ mới và cũng tham gia nhiều tổ chức quốc tế trong đó có WTO nhưng việc thực thi và sử dụng các rào kỹ thuật, rào cản về môi trường đối với nhập khẩu từ các nước (kể cả từ các nước trong AEC) là rất yếu, chẳng hạn từ rào cản về vệ sinh an toàn thực phẩm, đến các thông số về tiêu chuẩn kỹ thuật, thông số an toàn sử dụng đối với máy móc, thiết bị, hàng tiêu dùng. Do đó, hàng hóa của các nước AEC dễ dàng được nhập khẩu vào Việt Nam với chất lượng không kiểm soát được chặt chẽ đã ảnh hưởng tới quyền lợi của người tiêu dùng và tạo điều kiện cho việc nhập khẩu có thể gia tăng dẫn đến có thể nhập siêu tăng.

Thứ ba, do quan điểm điều hành tỉ giá của chính phủ Việt Nam.

Một trong những nguyên nhân dẫn đến nhập siêu đó là chính sách tỷ giá - một yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến nhập siêu, đến cán cân thương mại. Tuy nhiên trên thực tế, việc điều chỉnh tỷ giá hối đoái của Việt Nam ít nhiều cũng có ảnh hưởng đến tình trạng nhập siêu của nước ta. Quan điểm của chính phủ Việt Nam trong điều hành tỉ giá hối đoái là để ổn định phát triển kinh tế vĩ mô chứ không phải là để khuyến khích xuất khẩu, nên khả năng đẩy mạnh xuất khẩu để tăng thu ngoại tệ đáp ứng cho nhu cầu nhập khẩu có những hạn chế, vì vậy tốc độ nhập siêu của nước ta từ các nước AEC khó có thể giảm được mà thậm chí có thể ngày càng gia tăng nhanh.

Thứ tư, do ảnh hưởng của dòng vốn FDI của các nước AEC tại Việt Nam.

Dòng vốn FDI của các nước AEC đầu tư vào Việt Nam sẽ có xu hướng gia tăng cả về tốc độ và quy mô do các hiệp định liên quan đến bảo hộ đầu tư của AEC. Khi dòng vốn FDI của AEC đầu tư vào Việt Nam được đẩy mạnh thì đây cũng là một nguyên nhân có thể làm cho việc nhập siêu từ các nước AEC sẽ gia tăng do nhu cầu nhập khẩu MMTB, vật tư, nhiên liệu của các doanh nghiệp FDI để sản xuất kinh doanh tăng lên.

Thứ năm, do ngành công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam còn rất yếu.

Trong khi Việt Nam xuất khẩu sang các nước AEC hầu hết là các tài nguyên khoáng sản, các loại vật liệu như: dầu thô, than đá, cao su, hoa quả, thủy sản,... thì phần lớn nhập khẩu của Việt Nam từ các nước AEC là các sản phẩm thuộc lĩnh vực công nghiệp chế tạo, chế biến như: xăng dầu, máy móc thiết bị, phụ tùng, sắt thép, phân bón. Lý giải hiện tượng nhập siêu trên, nguyên nhân lớn nhất đó là do ngành công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam còn yếu kém, trong khi hàng hóa các nước AEC lại đáp ứng được những yêu cầu phù hợp trong ngắn hạn và có sức cạnh tranh cao hơn hàng hóa của Việt Nam.

Thứ sáu, quy mô nhỏ, năng lực của các doanh nghiệp còn yếu.

Nguyên nhân của tình trạng trên là do các doanh nghiệp Việt Nam đều chủ yếu có quy mô nhỏ, công nghệ và quản lý còn yếu kém, sức cạnh tranh không cao. Ngoài ra các doanh nghiệp Việt Nam còn thiếu chủ động trong việc nắm bắt thông tin, thiếu hiểu biết về thương mại quốc tế, thường chỉ tập trung vào một số thị trường, đối tác nên rất khó mở ra các thị trường khác. Các doanh nghiệp Việt Nam hoạt động thiếu tính liên kết. Hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam đều phải tự tìm cho mình chỗ đứng và xây dựng chiến lược sản phẩm. Một số doanh nghiệp chưa chú trọng trong việc tạo lập thương hiệu, chữ tín, niềm tin với đối tác và khách hàng. Sự rời rạc trong hoạt động sản xuất, thiếu thông tin, thiếu vắng các đơn vị, hiệp hội trong công tác hỗ trợ,... đã và đang là những rào cản, dẫn đến tình trạng nhập khẩu từ nước ngoài, thay thế hàng nội địa.

Thứ bảy, sức cạnh tranh của hàng hóa do các nước AEC sản xuất mà Việt Nam nhập khẩu cao hơn hàng hóa cùng loại được sản xuất bởi các DN trong nước.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như: giày dép, dệt may, linh kiện điện tử,... thì lại xuất sang các thị trường Hoa Kỳ, EU... nhưng lại rất khó sang được thị trường các nước AEC, bởi các nước AEC cũng có lợi thế so sánh ở những mặt hàng này. Các sản phẩm của các nước AEC thường phong phú hơn về mẫu mã và có chất lượng thường cao hơn hàng hóa của Việt Nam. Hơn nữa, do trình độ công nghệ cao hơn, trình độ quản lý tốt hơn nên có thể sản xuất với giá thành thấp hơn nhờ lợi thế về

quy mô sản xuất, cũng như khả năng sản xuất tất cả các nguyên nhiên phụ liệu cần thiết và tổ chức sản xuất có hiệu quả cao. Do vậy, đây cũng là một nguyên nhân dẫn đến việc Việt Nam nhập siêu từ các nước AEC.

Thứ tám, do tâm lý người tiêu dùng trong nước vẫn “sính ngoại”.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, Việt Nam đang hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, rất nhiều hàng hoá đa dạng về mẫu mã, chất lượng, giá cả từ khắp nơi trên thế giới được tràn vào thị trường Việt Nam. Người tiêu dùng Việt Nam có thể mua hàng hóa từ mọi quốc gia, do đó hàng nội địa trong nước phải cạnh tranh khốc liệt với hàng nhập khẩu ngay trên chính sân nhà.

2. Giải pháp hạn chế nhập siêu của Việt Nam từ các nước AEC

Để hạn chế nhập siêu của Việt Nam từ các nước AEC trong thời gian tới cần phải thực hiện đồng bộ các biện pháp sau:

Một là, cần nhận thức đúng về sự cần thiết hạn chế nhập siêu của Việt Nam với các nước AEC

Trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, Việt Nam bắt đầu công cuộc cải cách kinh tế của mình, vì đang trong quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa, trong khi nhu cầu sản xuất trong nước chưa đáp ứng được, nên cần “vay mượn” từ các nước bạn để có thể thúc đẩy tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nhanh hơn mà vẫn duy trì được những nguồn nội lực.

Việt Nam cần chuyển hướng thị trường nhập khẩu (đặc biệt là công nghệ và máy móc) từ các thị trường có công nghệ cao như: Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản,... nhằm đa dạng hóa thị trường, tránh phụ thuộc vào thị trường AEC quá mức bởi Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản Việt Nam cũng có nhiều thuận lợi cho việc nhập khẩu khi mà chính phủ đều đã ký kết các Hiệp định thương mại (FTA) với chính phủ các quốc gia này. Hạn chế nhập khẩu những loại mặt hàng Việt Nam có thể sản xuất được và có chính sách tích cực đẩy mạnh sản xuất các mặt hàng thay thế hàng nhập khẩu từ AEC (nhất là hàng tiêu dùng như ô tô nguyên chiếc, hàng điện và điện tử gia dụng...) qua đó có thể giúp cho việc hạn chế nhập siêu từ các nước AEC có hiệu quả. Sự chuyển hướng nhập khẩu sang các nước phát triển sẽ giúp cho Việt Nam đạt được mục tiêu “kép” trong quan hệ thương mại với các nước AEC là vừa nâng cao được kỹ thuật công nghệ sản xuất vừa hạn chế được nhập siêu từ thị trường AEC để không bị lệ thuộc vào thị trường này.

Hai là, xây dựng cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu hợp lý với các nước AEC

Để có thể hạn chế được tình trạng nhập siêu của Việt Nam với các nước AEC (tức là cải thiện được CCTM với các nước AEC) trước hết cần xác định được cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu của Việt Nam hết sức hợp lý. Muốn có được cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu hợp lý của Việt

Nam với các nước AEC cần được xây dựng với các định hướng sau:

- Xác định các mặt hàng xuất khẩu chủ lực hợp lý, phù hợp với các nguồn lực sản xuất có lợi thế của Việt Nam trên cơ sở nhu cầu của thị trường thế giới và thị trường các nước AEC

Để từng bước có thể chủ động thực hiện chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu trước hết cần phải xác định được một cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu chủ lực hợp lý dựa trên cơ sở các nguồn lực sản xuất Việt Nam có lợi thế và trên cơ sở nhu cầu thị trường thế giới, thị trường các nước AEC.

- Lựa chọn các mặt hàng nhập khẩu hợp lý, có hiệu quả từ các nước AEC.

Việc xác định thế nào là cơ cấu mặt hàng nhập khẩu hợp lý, có thể mang lại hiệu quả kinh tế cao không phải là một công việc đơn giản và chỉ mang tính tương đối. Một cách tổng quan thì mặt hàng nhập khẩu hợp lý là những mặt hàng trong nước chưa sản xuất được hoặc sản xuất không đủ đáp ứng nhu cầu nội địa, mặt hàng nhập khẩu có thể mang lại hiệu quả kinh tế cao là những mặt hàng mà chi phí để nhập khẩu thấp hơn chi phí sản xuất trong nước.

Ba là, tăng cường kiểm soát hoạt động nhập khẩu hàng hóa từ các nước AEC một cách hiệu quả hơn

Để kiểm soát hoạt động nhập khẩu từ các nước AEC theo đúng mục đích đã xác định cần phải giải quyết tốt các vấn đề sau:

- Hoàn thiện chính sách quản lý nhập khẩu theo hướng từng bước hạn chế nhập siêu từ các nước AEC có hiệu quả.

- Quản lý, tuyên truyền, xử lý nghiêm các hoạt động thương mại khu vực biên giới trái phép.

- Từng bước tuyên truyền và áp dụng chặt chẽ các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu từ thị trường các nước AEC.

Bốn là, nâng cao sức cạnh tranh của hàng Việt Nam xuất khẩu sang các nước AEC

Để có thể xâm nhập thành công vào thị trường các nước AEC nhằm tăng giá trị kim ngạch xuất khẩu và cải thiện được tình trạng nhập siêu thì hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cần phải nâng cao sức cạnh tranh thông qua các việc cần làm sau:

- Cần tăng tỉ lệ nội địa hóa của sản phẩm xuất khẩu.
- Phải tăng được giá trị gia tăng trong sản phẩm xuất khẩu.

- Nâng cao trình độ quản lý sản xuất kinh doanh nhằm tiết kiệm chi phí sản xuất, giảm giá thành để nâng cao năng lực cạnh tranh.

Năm là, sử dụng chính sách điều hành tỷ giá phù hợp, linh hoạt để hạn chế nhập siêu với các nước AEC

Tỷ giá hối đoái đóng vai trò quan trọng trong việc điều chỉnh cán cân thương mại trong quá trình hội nhập.

Chính sách tỷ giá không chỉ tác động đến sự vận động của luồng hàng hoá dịch vụ mà còn tác động đến cả sự vận động của luồng vốn. Việc giảm giá đồng tiền quốc gia có tác dụng trợ cấp xuất khẩu và thuế nhập khẩu, qua đó có tác dụng thúc đẩy xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu, từ đó hạn chế nhập siêu. Vì vậy việc điều hành tỷ giá hối đoái có vai trò rất quan trọng.

Muốn khống chế nhập siêu thì việc điều hành tỷ giá hối đoái phải rất linh hoạt, kịp thời, tránh cứng nhắc. Việt Nam là một nền kinh tế tăng trưởng dựa nhiều vào xuất khẩu và ngày càng mở cửa đối với hàng nhập khẩu, mọi giải pháp để điều hành tỷ giá hối đoái là rất cần thiết, vừa là biện pháp chống nhập siêu, vừa là kích cầu nội địa.

Sáu là, phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ trong nước có hiệu quả

Việc phát triển công nghiệp hỗ trợ (CNHT) trong quá trình thúc đẩy quan hệ kinh tế, thương mại với các nước AEC là hết sức cần thiết giúp Việt Nam cùng một lúc có thể đạt được đa mục tiêu là vừa thúc đẩy quan hệ thương mại với các quốc gia, vừa giúp Việt Nam có thể thu hút được vốn FDI, công nghệ của các tập đoàn các nước AEC để phát triển CNHT nhằm giảm nhập khẩu phụ tùng, linh kiện từ các nước trong AEC nhằm giảm việc nhập siêu với các nước AEC trong thời gian tới.

Muốn phát triển ngành CNHT của Việt Nam có hiệu quả, chính phủ cần tập trung giải quyết tốt các vấn đề sau:

- Cần có nhận thức đúng đắn về sự cần thiết phải phát triển CNHT nước ta trong điều kiện nền kinh tế hội nhập ngày càng sâu, rộng.

- Hoàn thiện cơ chế, chính sách thúc đẩy phát triển công nghiệp hỗ trợ.

- Khuyến khích thu hút vốn FDI của các nước AEC vào sản xuất các mặt hàng thay thế nhập khẩu để vừa thu hút được vốn FDI của các nước AEC, vừa thúc đẩy được quan hệ thương mại giữa các quốc gia và giúp Việt Nam cải thiện được việc nhập siêu.

Tóm lại: Từ những phân tích trên có thể thấy, việc Việt Nam muốn hạn chế nhập siêu từ các nước AEC là một vấn đề rất khó khăn trong thời gian tới, bởi vậy cần phải áp dụng đồng bộ các giải pháp trên và hi vọng rằng Việt Nam sẽ đạt được mục tiêu hạn chế nhập siêu từ các nước AEC nhằm tạo ra thế chủ động trong quan hệ thương mại với các nước AEC.

Tài liệu tham khảo:

Ban Thư ký ASEAN (2011), *Sổ tay kinh doanh trong Cộng đồng kinh tế ASEAN*, Jakarta tháng 11/2011

Phạm Thị Thanh Bình (2010), *Triển vọng hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN và vai trò của Việt Nam*, <http://www.tapchicongsan.org.vn>

Trần Thị Tuyết Minh (2013), *Hướng tới hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN*, <http://www.baocongthuong.com.vn>

Bích Ngọc (2021), *Việt Nam trong cộng đồng kinh tế ASEAN*, *Tạp chí Con số sự kiện*, ngày 8/10/2021

Tổng cục Thống kê, *Số liệu của các năm từ 2018 đến năm 2022*, <http://www.gos.gov.vn>
Phạm Thị Bạch Tuyết (2018), *Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC): Cơ hội và thách thức với Việt Nam*, *Tạp chí khoa học-Trường Đại học Sư phạm TP Hồ Chí Minh*, Tập 15, Số 5 (2018)

Thống kê của Hải quan Việt Nam, <http://www.customs.gov.vn>